



حشود تلوح في الأفق: هل المملكة العربية السعودية مستعدة للتعامل مع السياحة المفرطة التي تمثل جانبًا سلبيًا للسياحة في العصر الرقمي؟



مها فلاته

مركز الملك فيصل للبحوث والدراسات الإسلامية

المحتويات

الملخص التنفيذي	٤
المقدمة	٦
١- التقنيات الرقمية وتحول السياحة	٧
٢- السياحة المفرطة: تعريفاتها وأسبابها وتأثيراتها والسياسات المتبعة لمواجهتها	١٠
٣- السياحة المفرطة في المملكة العربية السعودية	١٦
الاستنتاجات والتوصيات	٢٠

الملخص التنفيذي

- يتناول هذا المقترح توصيات لصانعي السياسات السياحية في المملكة بإجراء دراسات حول السياحة المفرطة (overtourism) التي تعد أحد الجوانب السلبية للسياحة في العصر الرقمي، والبدء في الاستعداد لمواجهةها أو منع حدوثها.
- أحدثت التقنيات الرقمية تحولاً كبيراً في صناعة السياحة، وهو ما ساهم في تهيئة العديد من الفرص للجهات السياحية. ولكنه أدى أيضاً إلى بعض النتائج السلبية كالسياحة المفرطة.

تحول السياحة في العصر الرقمي

النتائج السلبية السياحة المفرطة	مشاركة التجارب السياحية من الخصوصية إلى العلنية	مصادر المعلومات السياحية من المتخصصين إلى الأقران
تعريف (منظمة السياحة العالمية): تأثير السياحة في وجهة أو أجزاء منها على نحو يؤثر سلبياً وبإفراط في جودة الحياة المتصورة للسكان و/أو جودة تجارب الزوار. الأسباب الرئيسية: • تطور التقنيات الرقمية. • ظهور شركات الطيران منخفضة التكاليف (LCCs). • خيارات الإقامة بأسعار مناسبة. • نمو الطبقة المتوسطة عالمياً.	يشارك المسافرون اليوم تجاربهم السياحية على مواقع الويب والمدونات ووسائل التواصل الاجتماعي. اختيارات وسلوكيات المسافرين من الفردية إلى الجماعية تؤثر منشورات المسافرين عبر الإنترنت على خيارات وسلوكيات المسافرين الآخرين. وغالباً ما ينتج عن ذلك ظاهرة التقليد.	إضافة إلى المتخصصين، يشارك في الترويج للوجهات السياحية اليوم السياح الأقران باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي. الخدمات السياحية من المكاتب إلى الإنترنت يستخدم المسافرون اليوم الخدمات الإلكترونية لحجز الفنادق والمواصلات وتذاكر الفعاليات وما إلى ذلك.

التأثيرات السلبية للسياحة المفرطة في الوجهات والسكان المحليين



- لذلك بدأت بعض الحكومات في الوجهات السياحية التي تعاني مشكلات السياحة المفرطة في تبني سياسات لمواجهة هذه المشكلات. إن تحليل ودراسة هذه الحلول بالتفصيل سيكون مفيداً لصناعة السياحة في المملكة.

السياسات المتبعة لمواجهة السياحة المفرطة

تثقيف السياح والتواصل معهم	استعادة جودة حياة السكان المحليين	لوائح تستهدف الأعمال التجارية أو تتعلق بها	التوزيع المكاني للسياح	التفريق الزمني للسياح
----------------------------	-----------------------------------	--	------------------------	-----------------------

• يمكن لصانعي السياسات السياحية في المملكة الاستفادة من مزايا المملكة في هذا المجال، التي تتمثل إحداها في المستوى الحكومي المتقدم والاستباقي في نشر التقنيات الرقمية مثل تطبيقات الهواتف الذكية، إضافة إلى تجربة المملكة في إدارة الحشود في الحج والعمرة.

• السياحة المفرطة ليست بعيدة «وراء الأفق» بالنسبة للمملكة. فقد تحدث السياحة المفرطة بسهولة حتى مع الأعداد المتواضعة الحالية للسياح الوافدين، إذا كانت القدرة الاستيعابية للوجهة السياحية ضعيفة أو كانت المنطقة مزدحمة فعلياً بالسكان المحليين. من المهم أيضاً عدم الاستهانة بتأثير التقليد في وسائل التواصل الاجتماعي على سلوك السائح. إلى جانب ذلك، قد تتوافد أعداد كبيرة من السياح من بعض الدول ذات الكثافة السكانية العالية مثل الصين إلى الوجهة نفسها، إذا ظهرت هذه الوجهة في أحد الأفلام الشعبية على سبيل المثال.

المقدمة

لقد ارتفع الطلب العالمي على السياحة على نحو كبير في السنوات الأخيرة. فهناك إحصائيات تشير إلى تضاعف عدد السياح الوافدين سنوياً على مستوى العالم في العقدين الماضيين، من ٦٣٩ مليوناً في عام ١٩٩٩ م إلى ١,٥ مليار في عام ٢٠١٩ م^(١). وتعزى هذه الزيادة إلى مجموعة متنوعة من العوامل التي تشمل ظهور شركات الطيران منخفضة التكاليف (LCCs)، وتوافر خيارات الإقامة بأسعار مناسبة، ونمو الطبقة المتوسطة العالمية نتيجة للعولمة الاقتصادية. إضافة إلى أن تطور التقنيات الرقمية يمثل أحد العوامل الرئيسية، حيث أحدثت تلك التقنيات تغييرات ملحوظة في صناعة السياحة. فقد أصبح من الأسهل والأسرع للسياح اليوم حجز خدمات النقل والإقامة وجمع المعلومات ومشاركة التجارب عبر الإنترنت، من خلال مواقع الويب والمدونات ووسائل التواصل الاجتماعي وباستخدام الهواتف الذكية، كما نتج عن ذلك ميل كبير لتقليد سلوك السياح الآخرين.

يمثل هذا التحول السياحي أهمية كبيرة للمملكة العربية السعودية أيضاً. فقد اعتمدت السياحة بوصفها أحد القطاعات الرئيسية ضمن رؤية ٢٠٣٠ التي أعلن عنها في إبريل ٢٠١٦ م، بهدف تنويع الاقتصاد الوطني وتخفيف الاعتماد على النفط^(٢)؛ إذ اتخذت في السنوات الأخيرة سلسلة من الإجراءات لتطوير قطاع السياحة بوصفه إحدى الركائز الأساسية لاقتصاد ما بعد النفط. من هذه الإجراءات إطلاق التأشيرات السياحية في سبتمبر ٢٠١٩ م^(٣)، واستحداث وزارة السياحة في فبراير ٢٠٢٠ م (بعد أن كانت تعرف سابقاً باسم الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني)^(٤)، وكان ذلك قبل انتشار جائحة كورونا (كوفيد-١٩) في المملكة.

من المرجح أن يوفر التحول السياحي فرصاً اقتصادية كبيرة للمملكة في مرحلة ما بعد الجائحة، ولا سيما أن المملكة تتمتع بميزة مقارنة قوية، تتمثل في جذب ملايين الزوار المسلمين سنوياً. إلا أنه من الضروري لصانعي السياسات السياحية في المملكة أن يضعوا في الحسبان أن التحول السياحي قد أدى إلى نتائج سلبية أيضاً؛ إحدى تلك النتائج كانت السياحة المفرطة. وهي مجموعة من المشكلات التي يتعرض لها السكان المحليون في الوجهات السياحية؛ بسبب توافد الزوار بما يتجاوز القدرة الاستيعابية للوجهة. بدأت تلك المشكلات تُشاهد على مستوى العالم قبل انتشار الجائحة.

ما الأسباب الرئيسية التي أدت إلى السياحة المفرطة؟ وما المشكلات التي ترافقها؟ وما السياسات التي تبنتها الحكومات في الوجهات السياحية المتأثرة بالسياحة المفرطة لحماية المجتمعات المحلية؟ ما الوضع الحالي والآفاق المستقبلية في المملكة العربية السعودية؟ وكيف يمكن لصانعي السياسات السياحية في المملكة الاستعداد للسياحة المفرطة في الوقت الحالي أو منعها مستقبلاً؟ تهدف هذه الورقة للإجابة عن هذه الأسئلة.

تتكون هذه الورقة من ثلاثة أقسام: يناقش القسم الأول التحول السياحي الذي أحدثته التقنيات الرقمية، ويحدد أربعة تغييرات رئيسة في صناعة السياحة. أما القسم الثاني فيسلط الضوء على السياحة المفرطة، ويتطرق إلى تعريفاتها وأسبابها

(1) "International Tourism Growth Continues to Outpace the Global Economy," United Nations World Tourism Organization, January 20, 2020, <https://www.unwto.org/international-tourism-growth-continues-to-outpace-the-economy>; Max Roser, "Tourism," Our World in Data, <https://ourworldindata.org/tourism>.

(٢) «رؤية المملكة العربية السعودية ٢٠٣٠»، الرياض، (٢٥، إبريل، ٢٠١٦ م)، <https://www.alriyadh.com/1149983>.

(٣) «المملكة تفتح أبوابها للعالم بإطلاق التأشيرة السياحية»، عكاظ، (٢٧، سبتمبر، ٢٠١٩ م)، <https://www.okaz.com.sa/local/na/1748632>.

(٤) صالح الزيد، «السعودية: أوامر ملكية باستحداث ثلاث وزارات ودمج وزارتين»، الشرق الأوسط، (٢٦، فبراير، ٢٠٢٠ م)، <https://aawsat.com/node/2150091>.

وتأثيراتها في الوجهات السياحية والسكان المحليين، إضافة إلى بعض السياسات المعتمدة عالمياً حتى الآن لمواجهة السياحة المفرطة. ويحلل القسم الثالث نمو صناعة السياحة في المملكة العربية السعودية، ويستعرض جوانب الزيارات الدينية إلى مكة المكرمة والسياسات المتبعة فيها لإدارة حشود الحجاج والمعتمرين. تُختتم الورقة بعرض التدابير التي يمكن اتخاذها من جانب صانعي السياسات السياحية في المملكة فيما يتعلق بكيفية التعامل مع مشكلات السياحة المفرطة عند حدوثها في المستقبل أو ما يجب القيام به لمنع حدوثها.

- التقنيات الرقمية وتحول السياحة

أدى تطور التقنيات الرقمية واستخدامها المجتمعي الواسع إلى إحداث تغييرات كبيرة في عدد من الصناعات، منها صناعة السياحة. فقد أدى الاستخدام المتزايد لوسائل التواصل الاجتماعي والهواتف الذكية إلى تغيير طبيعة السياحة، وتغيير أنماط الخدمات السياحية، وأساليب الترويج للوجهات، وكيفية إنتاج المعلومات وسبل الوصول إليها، حتى تصرفات السياح. حددت هذه الورقة التغييرات الرئيسية الأربعة التالية: مصادر المعلومات السياحية، مشاركة التجارب السياحية، الخدمات السياحية، اختيارات وسلوكيات المسافرين.

مصادر المعلومات السياحية: من المتخصصين إلى الأقران

أثرت التقنيات الرقمية في مصادر المعلومات السياحية التي تلهم السياح لاتخاذ قراراتهم بشأن الوجهات السياحية وأماكن الزيارة وكيفية تنظيم مساراتهم وما يفعلونه في الوجهات⁽⁵⁾. ففي الماضي كانت هذه المصادر مقتصرة على وسائل الإعلام التقليدية؛ مثل: الكتيبات الإرشادية، والمنشورات، والمجلات، والصحف، والتلفزيون، والراديو، والإعلانات الخارجية. أما اليوم، إضافة إلى الوسائل المذكورة، يستفيد السياح أيضاً من وسائل الإعلام الرقمية؛ مثل: مواقع الويب، وتطبيقات الهواتف الذكية، ووسائل التواصل الاجتماعي. أظهر استطلاع أُجري مؤخراً أن ٩٠٪ من المسافرين يُجرون أبحاث السفر والتخطيط عبر الإنترنت^(٦).

كان الدافع وراء الاستخدام المتزايد للمصادر الرقمية هو مزاياها المتعددة، ولا سيما توفير مختلف المعلومات المساندة التي تشمل خدمات الخرائط، وأحوال الطقس، حتى الأخبار المحلية. عادة ما تتوفر هذه المعلومات على نحو منفصل في وسائل الإعلام التقليدية، وهو ما يستغرق السياح وقتاً أطول لجمعها؛ على سبيل المثال: تقدم الكتيبات الإرشادية الخرائط الأساسية والمعلومات المناخية للوجهات، لكن على السياح الحصول على خرائط إضافية للحصول على معلومات مفصلة عن الوجهة ومشاهدة الأخبار التلفزيونية أو الإذاعية لمعرفة أحوال الطقس. في حين تتيح الهواتف الذكية اليوم جمع هذه المعلومات المختلفة على الفور تقريباً. بمعنى آخر، تتميز المعلومات المتاحة من المصادر الرقمية بوفرة وتنوعها وسهولة إمكانية الوصول إليها^(٧).

(5) Orhan Icoz et al., "Social Media and Consumer Buying Decisions in Tourism: The Case of Turkey," *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 16:4, 2018, 1051-1066, <http://dx.doi.org/10.25145/j.pasos.2018.16.073>.

(6) Steve Deane, "Over 60 Online Travel Booking Statistics (2021)," *Stratos Jet Charters*, April 18, 2021, <https://www.stratosjets.com/blog/online-travel-statistics>.

(7) Tom van Nuenen and Caroline Scarles, "Advancements in Technology and Digital Media in Tourism," *Tourist Studies*, 21:1, 2021, 119-132, <https://doi.org/10.1177/1468797621990410>.

إضافة إلى ذلك، لا يقتصر الترويج للوجهات اليوم على المتخصصين فحسب، بل يشمل أيضًا الأقران^(٨). على الرغم من أن المعلومات السياحية كانت تُقدم في السابق على نحو شبه حصري من جانب الجهات في الوجهات السياحية أو جهات التسويق الخارجية، فقد صار إنشاء هذه المعلومات اليوم ممكنًا من قبل عدد لا يُحصى من مدوني السفر والأشخاص العاديين أيضًا. يميل معظم السياح إلى الاعتقاد أن المعلومات السياحية التي ينتجها الأقران أكثر حداثة ومصداقية وأكثر متعة^(٩)، إضافة إلى ميلهم إلى الوثوق في تقييمات المسافرين الأقران التي تُكتب في معظم الحالات من دون اهتمام تجاري معين^(١٠)، في حين قبولهم إلى حد ما التوصيات الرسمية أو التجارية^(١١). يشير أحد الاستطلاعات إلى أن ٧٢٪ من المسافرين يقضون وقتًا في قراءة تقييمات المسافرين الآخرين قبل الحجز^(١٢).



مشاركة التجارب السياحية: من الخصوصية إلى العلنية

لقد غيرت التقنيات الرقمية طرق مشاركة السياح لتجاربيهم. اقتصرت مشاركة قصص ومواقف السفر في معظم الحالات في الماضي على الدائرة الاجتماعية الشخصية للسائح؛ مثل: العائلة والأصدقاء والجيران. أما اليوم فيشارك العديد من السياح تجارب سفرهم عبر الإنترنت باستخدام المواقع الإلكترونية والمدونات ووسائل التواصل الاجتماعي، حيث تُعرض المعلومات في صورة أنماط متعددة؛ مثل: النصوص والصور والمقاطع الصوتية والفيديوهات. وهو ما جعل حدود الدائرة الاجتماعية تتسع، وغالبًا ما يُشارك المحتوى في الأوساط العامة أيضًا^(١٣). كما تعد هذه التجارب السياحية التي جرى مشاركتها علنًا نوعًا من التواصل التفاعلي؛ إذ تتيح وسائل الإعلام الرقمية للمستخدمين التفاعل مع المحتوى الذي ينشره الآخرون، بما في ذلك مشاركة الآخر والتفاعل معه بالتعليقات أو الإعجاب أو الرموز التعبيرية^(١٤). أصبحت مثل هذه التفاعلات أيضًا جزءًا من التجربة السياحية الكبرى التي تحدث الآن على الإنترنت أيضًا. أظهرت إحدى الدراسات حول استخدام المسافرين لوسائل التواصل الاجتماعي في عام ٢٠١٨م أن ٦٠٪ من المسافرين يشاركون صورًا من رحلاتهم على وسائل التواصل الاجتماعي في أثناء سفرهم، في حين أن ٩٧٪ من جيل الألفية (millennials) يفعلون ذلك^(١٥).

- (8) Lauren Siegel et al., "Does Social Media Help or Hurt Destinations? A Qualitative Case Study," *E-Review of Tourism Research*, 17:4, 2019, <https://journals.tdl.org/ertr/index.php/ertr/article/view/541>.
- (9) Ulrike Gretzel and Kyung Hyan Yoo, "Social Media in Hospitality and Tourism," in *Routledge Handbook of Consumer Behaviour in Hospitality and Tourism*, edited by Saurabh Kumar Dixit (London: Routledge, 2017), 339-46.
- (10) Daniel Leung et al., "Social Media in Tourism and Hospitality: A Literature Review," *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 30:1-2, 2013, 3-22, <http://dx.doi.org/10.1080/10548408.2013.750919>.
- (11) Radmila Živković et al., "The Impact of Social Media on Tourism," in *Proceedings of Sinteza 2014 - Impact of the Internet on Business Activities in Serbia and Worldwide*, (Belgrade:2014), 758-761, <http://dx.doi.org/10.15308/sinteza-2014-758-761>.
- (12) "Online Travel Booking Statistics 2020-2021," *Condor Ferries*, <https://www.condorferries.co.uk/online-travel-booking-statistics>.
- (13) Tonino Pencarelli, "The Digital Revolution in the Travel and Tourism Industry," *Information Technology & Tourism*, 22:5, 2020, 455-476, <https://link.springer.com/article/10.1007/s40558-019-00160-3>.
- (14) Živković et al., "The Impact of Social Media on Tourism."
- (15) Douglas Karr, "Statistics on How Travelers Utilize Social Media before, during, and after a Vacation," *Martech Zone*, June 14, 2018, <https://martech.zone/social-media-statistics-travel-vacation>.

من جيل الألفية يشاركون الصور على وسائل التواصل الاجتماعي في أثناء سفرهم 97%

من المسافرين يشاركون الصور على وسائل التواصل الاجتماعي في أثناء سفرهم 60%

الخدمات السياحية: من المكاتب إلى الإنترنت

لقد سبق أن رُقِمت جوانب خدمات سياحية عدة، ولا سيما خدمات الحجز. فقد ازدادت اليوم أعداد السياح الذين يحجزون خدمات الإقامة مثل الفنادق عبر مواقع وكالات السفر على الإنترنت؛ مثل: Booking.com أو Trivago، بدلاً من الاتصال بالفنادق أو زيارة وكالات السفر مباشرة^(١٦). ويحجز كثير منهم وسائل النقل عبر الإنترنت أيضاً، بما في ذلك الرحلات الجوية والقطارات والحافلات والرحلات البحرية والسيارات المستأجرة؛ من الأمثلة على الخدمات المشهورة عالمياً: Expedia و Wego للرحلات الجوية، و Uber لخدمات سيارات الأجرة. وتكون تذاكر الفعاليات والمعالم السياحية في الأغلب متاحة للشراء عبر الإنترنت أيضاً. يُفضل عدد متزايد من السياح هذه الخدمات الإلكترونية لأسباب عدة؛ مثل: سهولة استخدامها، وتوافر قسائم الشراء، وسرعة الوصول إلى مجموعة واسعة من الخيارات مع إمكانية تصفية النتائج ومقارنتها. وقد جعل استخدام تطبيقات الهواتف الذكية هذه الخدمات أكثر سهولة^(١٧). ومن الجدير بالذكر وجود إحصائيات تشير إلى أن ٨٢٪ من حجوزات السفر في عام ٢٠١٨ أجريت عبر الإنترنت^(١٨).

من حجوزات السفر أجريت عبر الإنترنت 82%

إلى جانب ذلك، أدت رقمنة خدمات السياحة إلى ظهور أنماط جديدة من الخدمات؛ مثل: منصات الإقامة من نظير إلى نظير (peer-to-peer). وعلى وجه الخصوص، فقد أحدثت Airbnb ثورة في سوق السكن عبر السماح للأشخاص بتأجير عقاراتهم، كلياً أو جزئياً، للسياح للإقامة فيها^(١٩).

اختيارات وسلوكيات المسافرين: من الفردية إلى الجماعية

تحفز المنشورات على الإنترنت اليوم كثيراً من الأشخاص عند اتخاذهم قرارات بشأن وجهة سفرهم^(٢٠). إضافة إلى ذلك، تؤثر وسائل الإعلام الرقمية في الخيارات التي يتخذها السياح في أثناء رحلاتهم أيضاً، نظراً للتوافر الواسع لشبكة Wi-Fi في الوجهات الشهيرة^(٢١). على سبيل المثال: يمكن للمرء البحث عن المطاعم الشهيرة في المنطقة باستخدام Tripadvisor أو التحقق من تقييماتها ومراجعاتها على Google Maps، أو معرفة ما إذا كانت هناك أية عروض يومية أو موسمية. علاوة على ذلك، تؤثر

(16) Van Nuenen and Scarles, "Advancements in Technology and Digital Media in Tourism."

(17) Pencarelli, "The Digital Revolution in the Travel and Tourism Industry."

(18) "Online Travel Booking Statistics 2020-2021."

(19) Dina Gerdeman, "The Airbnb Effect: Cheaper Rooms for Travelers, Less Revenue for Hotels," *Harvard Business School Working Knowledge*, 2018, <https://hbswk.hbs.edu/item/the-airbnb-effect-cheaper-rooms-for-travelers-less-revenue-for-hotels>.

(20) Ulrike Gretzel, "The Role of Social Media in Creating and Addressing Overtourism," in *Overtourism: Issues, Realities and Solutions*, edited by Rachel Dodds and Richard Butler (Berlin: De Gruyter Oldenbourg, 2019), 62-75.

(21) Pencarelli, "The Digital Revolution in the Travel and Tourism Industry."

هذه المنشورات في سلوك السياح (أي ما يفعلونه في وجهات السفر وكيفية ذلك)، فنرى كثيرًا منهم يسعون لتقليد مسافرين آخرين؛ مثل أن يستلهم السياح من أقرانهم طرق التقاط الصور في أماكن معينة^(٢٢). في بعض الأحيان، قد يؤدي هذا التأثير التآزري لوسائل التواصل الاجتماعي على السلوك السياحي إلى توافد أعداد كبيرة من السياح إلى وجهات أو مواقع معينة خلال في مدة زمنية قصيرة. من الناحية الإيجابية، يساهم ذلك في توفير فرص عمل ومنافع اقتصادية كبيرة في تلك الوجهة.

الآثار السلبية للتحول السياحي

إن التحول السياحي لم يقتصر على الجوانب الإيجابية، بل أدى إلى بعض النتائج السلبية أيضًا؛ إذ تسبب التوسع في إمكانية الوصول إلى المعلومات والخدمات وفوريته ومشاركة تجارب السياح على نطاق واسع عبر وسائل التواصل الاجتماعي وانتشار التقليد للسلوكيات والاختيارات في اكتظاظ السياح. ونتج عن ذلك كثير من المشكلات للسكان المحليين والمجتمعات المحلية في الوجهات السياحية الشعبية. تُعرف هذه الظاهرة في الآونة الأخيرة باسم السياحة المفرطة (overtourism).

الشكل ١. التقنيات الرقمية وتحول السياحة



٢- السياحة المفرطة: تعريفاتها وأسبابها وتأثيراتها والسياسات المتبعة لمواجهتها

التعريفات

عُرِّفت السياحة المفرطة في قاموس أكسفورد بأنها «توجه عدد كبير من الزوار إلى مواقع شهيرة، حيث يلحقون الضرر بالبيئة، ويكون لهم تأثير سلبي في حياة السكان»^(٢٣). في حين أن تعريفها في منظمة السياحة العالمية (UNWTO) هو «تأثير السياحة في وجهة أو أجزاء منها على نحو يؤثر سلبًا وبإفراط في جودة الحياة المتصورة للسكان و/أو جودة تجارب الزوار»^(٢٤).

(22) Siegel et al., "Does Social Media Help or Hurt Destinations? A Qualitative Case Study."

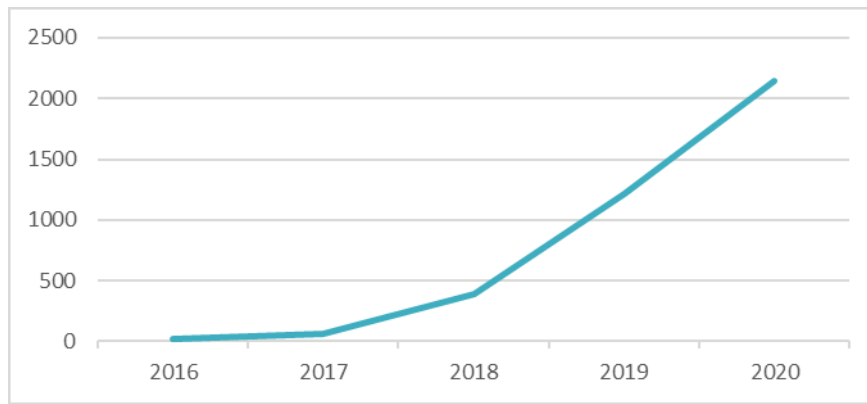
(23) Joe Minihane, "Destination Trouble: Can Overtourism Be Stopped in Its Tracks?," CNN, July 2, 2019, <https://edition.cnn.com/travel/article/how-to-stop-overtourism/index.html>.

(24) World Tourism Organization (UNWTO), Overtourism? Understanding and Managing Urban Tourism Growth beyond Perceptions, (Madrid, Spain, 2018), <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420070>.

يُقال إن المصطلح ظهر لأول مرة على تويتر في عام ٢٠١٢م^(٢٥). وفي عام ٢٠١٦م، أصبح هاشتاغ السياحة المفرطة (#overtourism) شائعًا، وذلك بعد أن نشرت شركة إعلامية مختصة بصناعة السفر تدعى Skift مقالًا بعنوان: «أيسلندا وقضايا سياحة القرن الحادي والعشرين»؛ إذ استخدم المقال هذا المصطلح لتسليط الضوء على النتائج السلبية لاحتفاظ السياح في أيسلندا^(٢٦). لاحقًا، أصبحت السياحة المفرطة كلمة رنانة بعد أن اختارها قاموس أكسفورد بوصفها واحدة من كلمات العام لعام ٢٠١٨م^(٢٧).

يحظى المصطلح أيضًا باهتمام الباحثين في دراسات السياحة منذ أن عقدت مبادرة شراكة السياحة المسؤولة (Responsible Tourism Partnership)، وهي مبادرة دولية لدعم تطوير أعمال السياحة المسؤولة، مؤتمرها الدولي الثالث عشر في عام ٢٠١٧م في أيسلندا بعنوان: مواجهة السياحة المفرطة - الاستجابات المحلية (Tackling Overtourism - Local Responses)^(٢٨). من الجدير بالذكر ارتفاع عدد المنشورات البحثية التي تستخدم هذا المصطلح بشكل كبير في السنوات الأخيرة (الشكل ٢).

الشكل ٢. استخدام مصطلح «السياحة المفرطة» في المنشورات البحثية



المصدر: الباحث العلمي من Google

(25) Harold Goodwin, "Overtourism: Causes, Symptoms and Treatment," *Tourismus Wissen – Quarterly*, 2019, 110-114, <https://responsibletourismpartnership.org/wp-content/uploads/2019/06/TWG16-Goodwin.pdf>.

ظهر هاشتاغ السياحة المفرطة (#overtourism) في عام ٢٠١٣م.

(26) UNWTO, *Overtourism? Understanding and Managing*; Andrew Sheivachman, "Iceland and the Trials of 21st Century Tourism," *Skift*, 2016, <https://skift.com/iceland-tourism>.

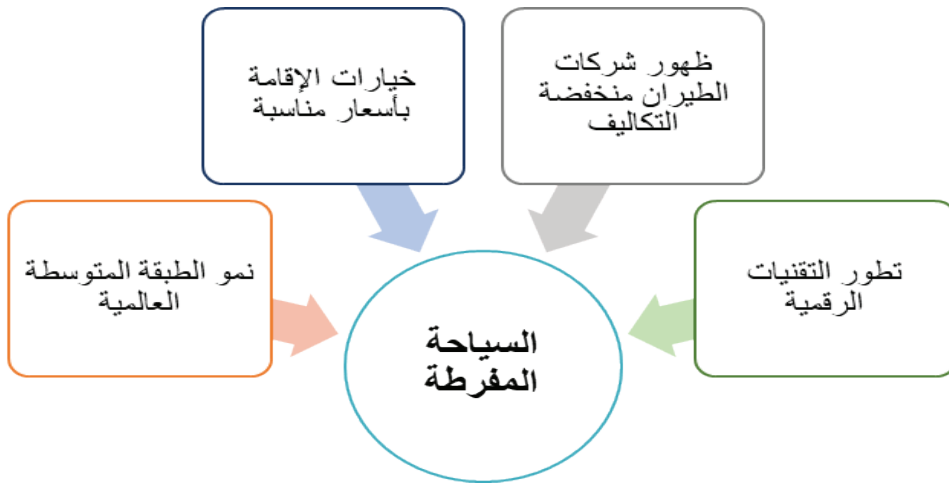
(27) Greg Dickinson, "'Overtourism' Shortlisted as Word of the Year Following Telegraph Travel Campaign," the *Telegraph*, November 15, 2018, <https://www.telegraph.co.uk/travel/news/overtourism-word-of-the-year-oxford>.

(28) Harold Goodwin, "The 13th International Conference on Responsible Tourism in Destinations: Tackling Overtourism - Local Responses," *Responsible Tourism Partnership*, October 22, 2017, <https://responsibletourismpartnership.org/conferences/rtd-13-iceland>.

الأسباب

لا تُعد مشكلة الازدحام في بعض الوجهات السياحية مشكلة جديدة. ففي الواقع، عانت أماكن كثيرة منذ مدة طويلة اكتظاظ السياح. وقد ذُكرت الظاهرة في الأدبيات السابقة على أنها ازدحام سياحي أو اكتظاظ أو ضغط الزوار. ومع ذلك، كان للسياحة المفرطة اليوم بعض المسببات الجديدة (الشكل ٣) مثل: تأثير التقنيات الرقمية (المذكور أعلاه)، والتغيرات في صناعة النقل ولا سيما ظهور شركات الطيران منخفضة التكاليف (Low-Cost Carriers)، وتوافر خيارات الإقامة بأسعار مناسبة، ويشمل ذلك المنصات الجديدة مثل Airbnb التي تشارك جزءاً من المسؤولية عن زيادة الطلب العالمي على السياحة في السنوات الأخيرة^(٢٩). عامل آخر هو نمو الطبقة المتوسطة العالمية نتيجة للعولمة الاقتصادية، حيث تميل هذه الطبقة إلى استهلاك خدمات السفر على نحو متزايد^(٣٠). وفقاً لأحد التقديرات، تضاعفت الطبقة المتوسطة العالمية بين عامي ٢٠٠٠-٢٠١٥م لتصل إلى أكثر من ثلاثة مليارات شخص في عام ٢٠١٥م، ومن المتوقع أن تزداد سنوياً بمقدار ١٦٠ مليون شخص حتى عام ٢٠٣٠م^(٣١). من المرجح كذلك أن يظهر معظم هذه الزيادة في آسيا، وهو ما يشير إلى نمو مجموعات جديدة من السياح مثل الصينيين والهنود^(٣٢).

الشكل ٣. الأسباب الرئيسية للسياحة المفرطة



التأثيرات

تحدث السياحة المفرطة عندما يزور عدد كبير من السياح الوجهة نفسها في الوقت أو الموسم نفسه بأعداد تتجاوز القدرة الاستيعابية للمكان؛ فتسبب مشكلات مختلفة للوجهة؛ مثل: التدهور البيئي، واستنزاف الموارد الطبيعية مثل المياه والطاقة والأخشاب، والإفراط في استخدام البنية التحتية. قد تؤدي تلك المشكلات أحياناً إلى إغلاق الوجهة؛ على سبيل المثال:

(29) UNWTO, *Overtourism? Understanding and Managing*.

(30) Goodwin, "Overtourism: Causes, Symptoms and Treatment."

(31) Homi Kharas, "The Unprecedented Expansion of the Global Middle Class: An Update," Global Economy and Development Working Paper 100, Brookings Institution, 2017, https://www.brookings.edu/wp-content/uploads/2017/02/global_20170228_global-middle-class.pdf.

(32) Rachel Dodds and Richard Butler, "The Enablers of Overtourism," in *Overtourism: Issues, Realities and Solutions*, edited by Rachel Dodds and Richard Butler (Berlin: De Gruyter Oldenbourg, 2019), 6-21.

بعد وصول أعداد الزوار إلى أكثر من ٣٠٠٠ سائح يوميًا، أغلقت السلطات التايلاندية شاطئ خليج مايا في عام ٢٠١٨ م لإعادة تأهيل مرافقه المتضررة والسماح لنظمه البيئية بالتعافي^(٣٣).

إضافة إلى ذلك، تؤثر السياحة المفرطة في المجتمعات المحلية في الوجهات والمناطق القريبة منها من نواحٍ عدة؛ أولاً: يشعر كثير من السكان المحليين بالانزعاج عندما تتسبب كثرة السياح في الاختناقات المرورية، وإشغال مقاعد وسائل النقل العام، وازدحام المرافق التجارية والترفيهية مثل المقاهي والمطاعم والمتنزهات والساحات والمواقع الطبيعية وأماكن الترفيه، كما يستاء السكان المحليون من الضوضاء والمخلفات التي يسببها أو يتركها السياح. إضافة إلى أن ارتكاب الغرباء أعمال التخريب والجرائم قد يُنمّي شعور عدم الأمان لدى السكان المحليين^(٣٤). بعد عام ٢٠٢٠ م، أصبح القلق بشأن الوباء أحد الجوانب المأخوذة في الحُسبان أيضًا.

ثانيًا: تُعطى الأولوية للسياح عوضًا عن السكان المحليين في بعض الأحيان. يحدث ذلك في الأغلب عندما ترتفع المساهمة الاقتصادية الناتجة عن السياح في المنطقة، ويصبح السكان هم الأقلية فيها. نتيجة لذلك، تبدأ الخدمات في استهداف السياح بدلًا من السكان المحليين، وتشتد المنافسة على المساحات بين السكان المحليين والسياح. في بعض الحالات تتغير اللغة الشائعة في المنطقة أيضًا. قد يؤدي ذلك إلى فقدان السكان المحليين لإحساسهم بالانتماء إلى المكان^(٣٥). علاوة على ذلك، قد تشعر المجتمعات المحلية أن قيمها وثقافتها معرضتان للخطر عندما لا تمتثل سلوكيات السياح للقواعد أو العادات أو التقاليد المحلية.

أخيرًا: كما رأينا في مدن مثل برشلونة والبندقية، قد تسبب السياحة المفرطة في تهجير السكان المحليين^(٣٦). يحدث هذا النزوح في بعض الأحيان نتيجة لتدهور جودة حياة السكان، كما نُوقش أعلاه، ولكنه أيضًا ناتج عن ارتفاع تكاليف المعيشة أو أسعار العقارات^(٣٧). فيفضل بعض السكان المحليين الانتقال إلى خارج المنطقة بحثًا عن أماكن أقل تكلفة للعيش فيها، أو لتأجير عقاراتهم أو بيعها لتحقيق الأرباح عن طريق تحويلها إلى أماكن إقامة أو مواقع تجارية تخدم السياح. ويشعر بعض السكان المحليين الذي يبقون في مساكنهم بما يسمى بـ «رهاب السياحة» (tourismphobia)، كما يشارك بعضهم في احتجاجات ضد السياحة^(٣٨). في الآونة الأخيرة، أصبح تأزم العلاقات بين السياح والسكان أكثر بروزًا في كثير من الوجهات السياحية الشهيرة.

(33) "Saving Maya Bay," *Nation Thailand*, May 22, 2018, <https://www.nationthailand.com/thai-destination/30346026>.

(34) Hugues Seraphin et al., "Over-Tourism and the Fall of Venice as a Destination," *Journal of Destination Marketing & Management*, 2018, 374–376, <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2018.01.011>; Ko Koens et al., "Is Overtourism Overused? Understanding the Impact of Tourism in a City Context," *Sustainability*, 10:12, 2018, <https://doi.org/10.3390/su10124384>.

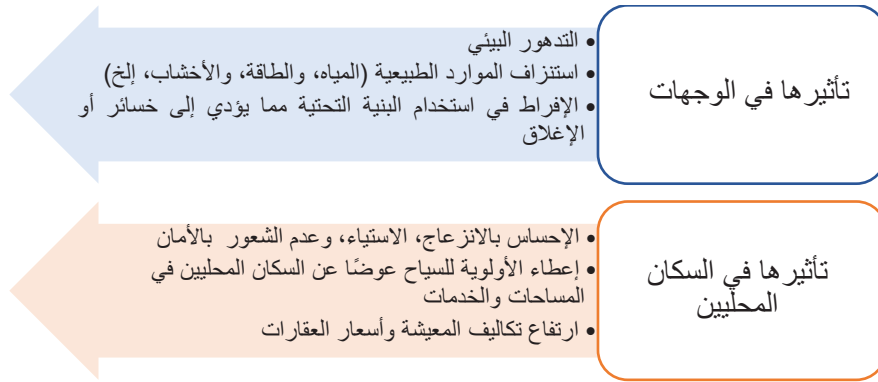
(35) Claudio Milano et al., "Overtourism and Tourismphobia: A Journey through Four Decades of Tourism Development, Planning and Local Concerns," *Tourism Planning & Development*, 16-4, 2019, 353-357.

(36) The statistics indicate a decrease in the population of Venice by 22% between 2000 and 2020 ("Popolazione Residente dal 1871 al 2020," *Città di Venezia*, <https://www.comune.venezia.it/it/content/serie-storiche>); (١١٪ من سكان المدينة القديمة ببرشلونة هجروها بسبب السياح)، يورو نيوز، (٧، أغسطس، ٢٠١٩ م)، <https://arabic.euronews.com/2019/07/24/europe-spain-barcelona-mass-tourism-issues-residents-council-mediators-400-cases>.

(37) Alessandro Capocchi et al., "Overtourism: A Literature Review to Assess Implications and Future Perspectives," *Sustainability*, 11:12, 2019, <http://dx.doi.org/10.3390/su11123303>.

(38) Milano et al., "Overtourism and Tourismphobia."

الشكل ٤. التأثيرات السلبية للسياحة المفرطة في الوجهات والسكان المحليين



السياسات المتبعة لمواجهة السياحة المفرطة

في السنوات الأخيرة، بدأت بعض السلطات المحلية في الوجهات السياحية في اتخاذ خطوات لمواجهة مشكلات السياحة المفرطة. تهدف بعض السياسات الموضوعة إلى الحد من أعداد السياح، بينما يركز بعض آخر على اللوائح والتثقيف والاستثمار. فيما يلي بعض السياسات التي طبقت في الوجهات السياحية:

أ. التفريق الزمني للسياح

يساهم التفريق الزمني للسياح في تخفيف ضغط الزوار في أوقات الذروة السياحية. تركز هذه السياسة على توزيع السياح الوافدين على مدار اليوم أو العام باستخدام أساليب عدة؛ مثل: التذاكر الموقوتة، والتسعير الديناميكي، والترويج للأحداث والفعاليات في غير أوقات الذروة أو خارج المواسم^(٣٩). طورت مدينة ماتشو بيتشو في جمهورية بيرو نظاماً لبيع تذاكر دخول موقوتة، بحيث يمكن شراؤها مسبقاً عبر الموقع الرسمي أو وكالات السفر^(٤٠). كما تُعدل بعض المتاحف في لندن أسعار الدخول حسب الوقت، حيث تقدم تذاكر مخفضة للزوار في الصباح الباكر^(٤١). أما جيرانجرفيورد في النرويج فتروج للزيارة في المواسم الأخرى غير الصيف عن طريق مطالبة الموانئ التي ترسو فيها السفن السياحية بزيادة أسعارها بصورة كبيرة في فصل الصيف، إضافة إلى العمل على الترويج للفعاليات والمعالم السياحية في المواسم الأخرى^(٤٢). تساهم هذه السياسة في إيجاد فرص عمل مستدامة للسكان المحليين، بدلاً من الفرص الموسمية فقط.

ب. التوزيع المكاني للسياح

تعمل سياسة التوزيع المكاني على نشر السياح في أماكن مختلفة داخل الوجهة أو نقلهم إلى أماكن خارجها، لتفادي التجمع المفرط للسياح في المناطق المزدحمة. ضمن هذه السياسة، قد تُروج السلطات المحلية لمواقع بديلة، أو تُقدم

(39) Goodwin, "Overtourism: Causes, Symptoms and Treatment."

(40) Will Coldwell, "Machu Picchu to Trial Timed Entry Tickets in Bid to Control Tourist Numbers," the *Guardian*, June 20, 2017, <https://www.theguardian.com/travel/2017/jun/20/machu-picchu-tickets-peru-timed-entry-control-flow-of-tourists>.

(41) Ko Koens and Albert Postma, "Understanding and Managing Visitor Pressure in Urban Tourism," *Centre of Expertise Leisure, Tourism and Hospitality*, 2017, <https://www.celth.nl/sites/default/files/2018-09/Voorkomen%20van%20bezoekersdruk%20in%20Europese%20steden.pdf>.

(42) Richard Orange, "Norway Stops Promoting Tourism as It Is Overwhelmed Thanks to 'Frozen Effect'," the *Telegraph*, September 16, 2016, <https://www.telegraph.co.uk/news/2016/09/16/norway-stops-promoting-tourism-as-it-is-overwhelmed-thanks-to-fr>.

جولات منظمة، أو تنشئ مواقع سياحية وفعاليات جديدة في المناطق الأقل زيارة. على سبيل المثال: تعمل أيسلندا على إبعاد الزوار من العاصمة ريكيافيك المثلثة بالأعباء عن طريق الترويج لمدينة أكويريري، ثاني أكبر مدن البلاد. كما أنشأت السلطات الأيسلندية صندوقًا تمويليًا يهدف إلى زيادة عدد المواقع السياحية عبر مساعدة البلديات والقطاع الخاص على الاستثمار في مواقع سياحية جديدة^(٤٣).

ج. لوائح تستهدف الأعمال التجارية أو تتعلق بها

عند خروج أعداد الزوار عن نطاق السيطرة، قد تضع السلطات لوائح إضافية تستهدف القطاع التجاري أو تتعلق به؛ مثل: القيود والتراخيص. على سبيل المثال: حظرت السلطات في كوبنهاغن، عاصمة الدنمارك، إنشاء مطاعم جديدة في مناطق معينة ووضعت حدًا أقصى لعدد الليالي التي قد يقضيها الزوار في مساكن Airbnb من أجل استعادة الهدوء للمجتمعات المحلية في المنطقة^(٤٤). أما سانتوريني، الوجهة السياحية الشهيرة في اليونان، ففرضت حدًا أقصى لعدد ركاب الرحلات البحرية الذين يمكنهم الدخول إلى الجزيرة، وهو الأمر الذي أجبر الشركات التي تدير الرحلات البحرية لتقليل أعداد الركاب الوافدين إلى الجزيرة في السنوات التالية للقرار^(٤٥).

د. استعادة جودة حياة السكان المحليين

هناك حاجة إلى استراتيجيات ملائمة لضمان استفادة كل من السكان المحليين والسياح من التنمية السياحية^(٤٦). فمن الضروري مثلًا التأكد من توافر الخدمات التي تتوافق مع احتياجات السكان المحليين. اعتمدت بلدية بليد في سلوفينيا استراتيجية تؤكد دور السياحة في تحسين نوعية حياة السكان المحليين عبر تحسين الخدمات العامة؛ مثل: خدمات الأمن وتوفير فرص ترفيهية أكبر^(٤٧). اتجهت بعض الجهات الأخرى إلى مضاعفة جهودها في جمع المعلومات حول مخاوف السكان المحليين. لدى أمستردام خط ساخن يعمل على مدار ٢٤ ساعة ليتمكن السكان من رفع شكاواهم بخصوص الاستخدام المفرط لـ Airbnb، وهو أحد العوامل الرئيسية التي تسببت في السياحة المفرطة في المدينة^(٤٨).

هـ. تثقيف السياح والتواصل معهم

تحاول بعض الجهات السياحية توعية السياح والتواصل معهم عبر الحملات التوعوية، وباستخدام أدوات مثل: اللوحات الإرشادية والكتيبات والملصقات؛ بهدف التخفيف من الإزعاج الذي قد يسببه السياح للسكان والمجتمعات المحلية. تهدف هذه السياسة إلى حث السياح على تبني سلوكيات معينة (مرغوب فيها محليًا) عبر إعلامهم بقواعد وأنظمة

(43) "Coping with Success: Managing Overcrowding in Tourism Destination," McKinsey and Company, and World Travel and Tourism Council, 2017, <https://www.mckinsey.com/industries/travel-logistics-and-infrastructure/our-insights/coping-with-success-managing-overcrowding-in-tourism-destinations>.

(44) Harold Goodwin, "The Challenge of Overtourism," Responsible Tourism Partnership Working Paper 4, 2017, <https://haroldgoodwin.info/wp-content/uploads/2020/08/rtpwp4overtourism012017.pdf>.

(45) "Santorini to Limit Cruise Traffic, Visitor Numbers," *Greek Travel Pages (GTP)*, February 29, 2016, <https://news.gtp.gr/2016/02/29/santorini-limit-cruise-traffic-visitor-numbers>.

(46) Paul Peeters et al., "Research for TRAN Committee - Overtourism: Impact and Possible Policy Responses," European Parliament, Policy Department for Structural and Cohesion Policies, 2018.

(47) Tina Šegota et al., "The Impact of Residents' Informedness and Involvement on Perceptions of Tourism Impacts: The Case of the Destination Bled," *Journal of Destination Marketing and Management*, 6:3, 2017, 196-206, <http://dx.doi.org/10.1016/j.jdmm.2016.03.007>.

(48) "Amsterdam Residents' AirBnB Rentals Capped at 60 Days per Year," *Reuters*, December 1, 2016, <https://www.reuters.com/article/airbnb-netherlands-idUSL8N1DW1G5>.

الوجهة والقيم والعادات والتقاليد المحلية^(٤٩). توزع إشتراخ، أقدم مدينة في لوكسمبورغ، كتيبات لحث الزوار على تعديل سلوكياتهم في أنواع معينة من الفعاليات؛ مثل: الاحتفالات الدينية^(٥٠). أما في الفاتيكان، فلطالما مارست السلطات حملات إعلامية لإشعار السياح بقواعد اللباس، التي تتطلب من الجميع تغطية أكتافهم وركبهم (الشكل ٥)^(٥١).

الشكل ٥. لافتة لقواعد اللباس في مدينة الفاتيكان



المصدر: Sightseeing Tours Italy

٣- السياحة المفرطة في المملكة العربية السعودية

مؤخرًا، بدأت صناعة السياحة الترفيهية في النمو في المملكة. واعتُمدت السياحة بوصفها إحدى ركائز تنويع الاقتصاد الوطني، وتخفيف الاعتماد على النفط ضمن خطط إصلاح رؤية ٢٠٣٠. فبدأت المملكة في إصدار التأشيرات السياحية في عام ٢٠١٩م^(٥٢)، وهو ما أدى إلى قفزة في عدد الزوار الدوليين إلى المملكة، إذ أصدرت أكثر من ٤٠٠ ألف تأشيرة سياحية في غضون خمسة أشهر، بين نهاية سبتمبر ٢٠١٩م ونهاية فبراير ٢٠٢٠م (أغلقت المملكة حدودها في أواخر فبراير لمنع انتشار جائحة كورونا)^(٥٣). وعلى الرغم من أن العدد لا يزال متواضعًا، ولم تظهر بعد علامات السياحة المفرطة، فإن الزيارة الدينية قد سجلت بالفعل أعدادًا كبيرة من الزوار. تستضيف مكة المكرمة سنويًا ملايين الحجاج والمعتمرين. وشكلت الزيارات للأغراض الدينية ٦٢,٧٪ (٩,٤ ملايين زيارة) من إجمالي عدد الزيارات الدولية الوافدة إلى المملكة في عام ٢٠١٨م^(٥٤).

في عام ٢٠١٩م، بلغ إجمالي عدد المعتمرين نحو ١٩ مليون معتمر (١٩,١٥٨,٠٣١)، حيث شكل ٧,٤٥٧,٦٦٣ منهم من معتمري الخارج و١١,٧٠٠,٣٦٨ من معتمري الداخل. ونظرًا لتفضيل كثير منهم أداء العمرة في شهر رمضان المبارك،

(49) UNWTO, *Overtourism? Understanding and Managing*.

(50) Nina Lamparski, "Luxembourg's Hopping Heritage," BBC, September 16, 2013, <https://www.bbc.co.uk/news/magazine-23927021>.

(51) "What Should You Wear to the Vatican City?," *Sightseeing Tours Italy*, <https://www.vaticancitytours.it/blog/what-should-you-wear-to-the-vatican-city/>.

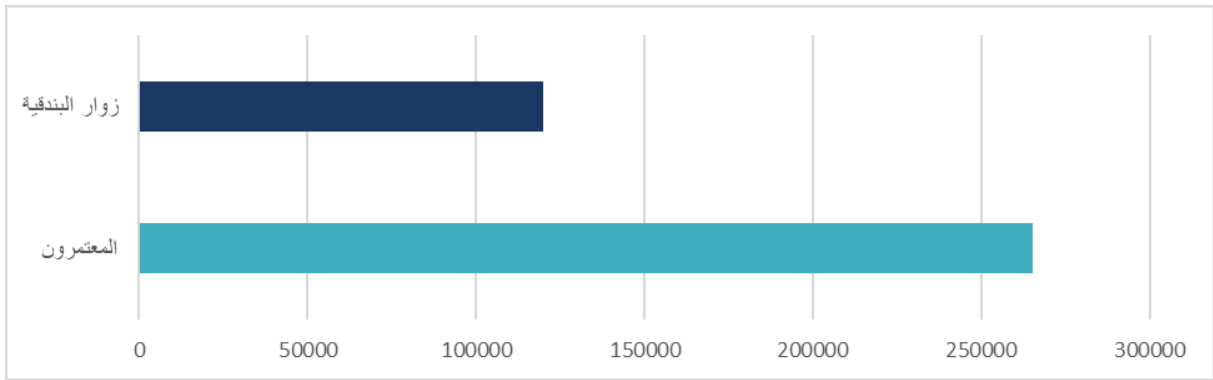
(٥٢) «المملكة تفتح أبوابها للعالم بإطلاق التأشيرة السياحية».

(٥٣) «وزارة السياحة: إصدار ٤٠٠ ألف تأشيرة سياحية»، الرياض، (٢٥، فبراير، ٢٠٢٠م)، <https://www.alriyadh.com/1806674>.

(54) Saudi Commission for Tourism and National Heritage, *National Tourism Strategy 2019-2030*, (2019), 48.

وصلت أعداد المعتمرين في رمضان عام ٢٠١٩م إلى قرابة ثمانية ملايين معتمر (٧,٩٥٣,٨٥٠)، وهو ما يمثل ٤٢٪ من إجمالي المعتمرين في ذلك العام^(٥٥). أي أن متوسط عدد المعتمرين يوميًا في هذا الشهر (أكثر من ربع مليون) أكثر من ضعف عدد الزوار في مدينة البندقية المعروفة بالسياحة المفرطة في أكثر أيامها ازدحامًا (الشكل ٦)^(٥٦). وعلى الجانب الآخر، غالبًا ما يؤدي الحج أكثر من مليوني حاج سنويًا. بلغ إجمالي عدد الحجاج في عام ٢٠١٩م ٢,٤٨٩,٤٠٦ حاج (١,٨٥٥,٠٢٧ من الخارج و٦٣٤,٣٧٩ من الداخل)^(٥٧).

الشكل ٦. المتوسط اليومي لأعداد المعتمرين في رمضان مقابل مثله لأعداد زوار في البندقية في موسم الصيف



المصادر: الهيئة العامة للإحصاء، Responsible Travel

لدى المملكة حاليًا خطط لزيادة عدد زوار بيت الله الحرام؛ إذ تستهدف ٣٠ مليون معتمر وخمسة ملايين حاج سنويًا بحلول عام ٢٠٣٠م^(٥٨). كما تهدف إلى توسيع نطاق البرامج والمسارات السياحية للحجاج والمعتمرين. ففي مايو ٢٠١٩م، أُطلق «برنامج خدمة ضيوف الرحمن»، الذي من أهدافه إثراء التجربة الدينية والثقافية للحجاج والمعتمرين في المملكة، عبر إتاحة الفرصة لهم لزيارة المواقع والمعالم التاريخية الإسلامية وحضور الفعاليات الثقافية والاجتماعية. ويسعى البرنامج إلى تعزيز التكامل وتنسيق جهود جميع الجهات العاملة في خدمة الحجاج، بما في ذلك القطاعات العامة والخاصة وغير الربحية^(٥٩). في الواقع، يرغب كثير من الحجاج في الحصول على مثل تلك التجارب. في استطلاع أجره معهد خادم الحرمين الشريفين لأبحاث الحج والعمرة في عام ٢٠١٩م وشمل أكثر من ١٨٠٠ حاج من الخارج، أجاب ٩٢,٦٪ منهم بأنهم يرغبون في زيارة مواقع التاريخ الإسلامي، في حين يرغب ٥٨٪ منهم في زيارة المتاحف، و ٣٢,٥٪ في زيارة المواقع الطبيعية والمحميات^(٦٠).

(٥٥) الهيئة العامة للإحصاء، نشرة إحصاءات العمرة لعام ٢٠٢٠، ١-٢.

(٥٦) يزور البندقية نحو ١٢٠,٠٠٠ شخص يوميًا في أكثر أيامها ازدحامًا.

(٥٧) «حج / هيئة الإحصاء: إجمالي أعداد الحجاج لموسم حج ١٤٤٠هـ بلغ ٢,٤٨٩,٤٠٦ حاج»، وكالة الأنباء السعودية، (١٠، أغسطس، ٢٠١٩م).

(٥٨) عبدالله الدهاس، «الحج تبدأ أولى خطوات ٢٠٢٠.. لاستهداف ٣٠ مليون معتمر»، عكاظ، (٢، سبتمبر، ٢٠١٨م)، <https://www.okaz.com.sa/local/na/1668102>.

(٥٩) «وثيقة برنامج خدمة ضيوف الرحمن»، برنامج خدمة ضيوف الرحمن، <https://darp.gov.sa>.

(٦٠) «حج / تقرير / الحج مستقبلاً .. موسم يربط وجدان الحجاج بالتاريخ الإسلامي»، وكالة الأنباء السعودية، (٢١، يوليو، ٢٠٢١م)، www.spa.gov.sa/2262813؛ «إنتاج مؤشرات حول اتجاهات حجاج الخارج نحو المشاركة في البرامج والأنشطة الإثرائية خلال رحلة الحج»، معهد خادم الحرمين الشريفين لأبحاث الحج والعمرة، (١٤٤٠هـ).

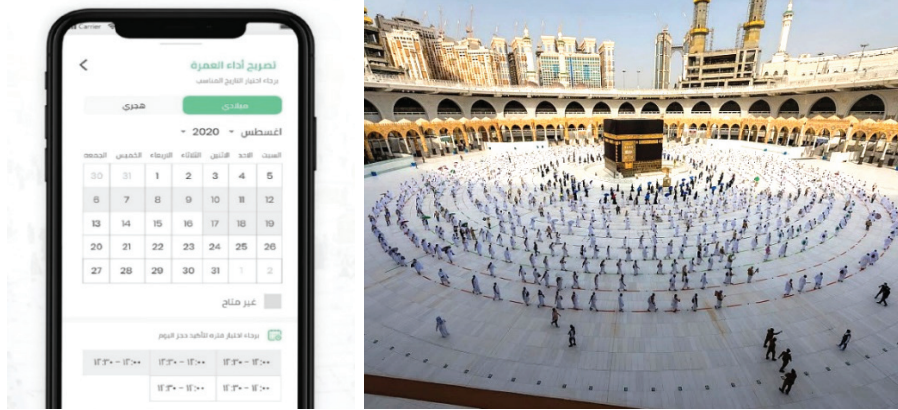
من ناحية أخرى، من المرجح أن تسفر خطط التوسع في الزيارات الدينية إلى زيادة ضغط الزوار على مدينة مكة المكرمة، وربما على المدينة المنورة أيضًا. تحرص نسبة كبيرة من حجاج ومعتصري الخارج على زيارة المدينة المنورة قبل زيارة مكة المكرمة أو بعدها^(٦١). في دراسة عن معتمري الخارج خلال شهر رمضان ٢٠١٨م، كانت الحالة الأكثر شيوعًا حين سُئلوا عن زيارة المدينة المنورة هي: مخطط لها بعد مكة المكرمة بنسبة ٤٤,٤٪، بينما ٤٣,١٪ قد أجابوا بزيارتها بالفعل قبل وصولهم إلى مكة^(٦٢). هذه الخطط التوسعية ليست سوى جزء من الطموح السياحي في المملكة، الذي يهدف إلى جعل المملكة واحدة من أكثر ٥ دول تستقبل السياح على مستوى العالم، وأن تحقق ١٠٠ مليون زيارة سنويًا بحلول عام ٢٠٣٠م^(٦٣)، مقارنة بـ ٤١,٢ مليونًا في عام ٢٠١٨م^(٦٤).

لقد تبنت المملكة فعليًا سياسات تتعلق بإدارة الحشود في مواسم الحج والعمرة، يشبه بعضها الممارسات المستخدمة عالميًا. يُستعرض فيما يلي كيفية تنفيذ سياسات مواجهة السياحة المفرطة المذكورة أعلاه (أو عدم تنفيذها) في حالة مكة المكرمة:

أ. التفريق الزمني للحجاج

على الرغم من أنه ليس من الواقعي التفكير في تفريق الحجاج في مواسم مختلفة، فإن وزارة الحج والعمرة تعتمد جداول زمنية لحركة الحشود في الحج لمنع الازدحام. وتستخدم الجداول الزمنية لتنظيم حركة الحجاج بين المشاعر المقدسة والمسجد الحرام^(٦٥). وبعد تفشي وباء كوفيد-١٩، أصبحت العمرة أكثر تنظيمًا، حيث تتطلب العمرة منذ سبتمبر ٢٠٢٠م الحجز المسبق عن طريق تطبيق «اعتمرنا» على الهواتف الذكية (الشكل ٧)^(٦٦).

الشكل ٧. مسارات الطواف وتطبيق «اعتمرنا»



المصدر: وكالة الأنباء السعودية (واس).

(٦١) «حج / وصول أكثر من ٨٥٢ ألف حاج إلى المدينة المنورة»، وكالة الأنباء السعودية، (١٨، أغسطس، ٢٠١٨م)، www.spa.gov.sa/1799103; «حج / وصول أكثر من ٧٨٦ ألف حاج إلى المدينة المنورة بعد موسم الحج»، وكالة الأنباء السعودية، (١٩، سبتمبر، ٢٠١٨م)، www.spa.gov.sa/1815426.

(٦٢) «الخصائص الديمغرافية للمعتمرين ١٤٤٠هـ»، معهد خادم الحرمين الشريفين لأبحاث الحج والعمرة، (١٤٤٠هـ).

(٦٣) محمد الحميدي، «السعودية تفتح أبوابها لسياح العالم... وتستهدف ١٠٠ مليون زيارة»، الشرق الأوسط، (٢٨، سبتمبر، ٢٠١٩م)، <https://aawsat.com/node/1922001>.

(٦٤) تتمثل تلك الزيارات في: ١٥,٧ مليوناً زيارة للترفيه، و١٥,٧ مليوناً للأغراض الدينية، و٦,٢ مليوناً لزيارة الأصدقاء والأقارب، و٣,٦ مليوناً لسياحة المؤتمرات. (Saudi Commission for Tourism and National Heritage, *National Tourism Strategy 2019-2030*).

(٦٥) «الحج والعمرة تعتمد الأنظمة الإلكترونية والجداول الزمنية لإدارة الحشود»، الرياض، (١٩، أغسطس، ٢٠١٦م)، <https://www.alriyadh.com/1527044>.

(٦٦) عبدالله الدهاس، «تفعيل تطبيق «اعتمرنا» اليوم.. وكاميرات حرارية لخطة فتح الحرمين»، عكاظ، (٢٧، سبتمبر، ٢٠٢٠م)، <https://www.okaz.com.sa/news/local/2042684>.

ب. التوزيع المكاني للحجاج

لا تنطبق هذه السياسة على الحج والعمرة، نظرًا لأن الأماكن التي يتعين على الحجاج والمعتمرين زيارتها ثابتة دينيًا.

ج. لوائح تستهدف الأعمال التجارية أو تتعلق بها

تفرض السلطات غرامات وعقوبات على الشركات أو الأفراد ينقلون الحجاج من دون تصاريح^(٦٧). إضافة إلى ذلك، أعلنت وزارة الحج والعمرة مؤخرًا خطوة للارتقاء بالأعمال المتعلقة بالحج والعمرة وتحسين جودة الخدمات المقدمة لضيوف الرحمن، وهي تحويل مؤسسات أرباب الطوائف إلى شركات مساهمة^(٦٨). مؤسسات أرباب الطوائف عبارة عن تسعة كيانات تتفرد بتقديم خدمات الحجاج والمعتمرين، وهم أعضاء في الهيئة التنسيقية لمؤسسات أرباب الطوائف التي تخضع لإشراف وزارة الحج والعمرة^(٦٩).

د. استعادة جودة حياة السكان المحليين

وضعت السلطات عددًا من اللوائح لضمان عدم تأثير حركة مرور الحجاج والمعتمرين في حياة السكان المحليين^(٧٠). فلا يسمح بدخول سيارات غير المقيمين إلى مدينة مكة المكرمة في موسم الحج، ولا سيارات المعتمرين في شهر رمضان. إضافة إلى تهيئة مواقف واسعة للسيارات على مداخل مكة، وتجهيز حافلات حديثة لنقل المعتمرين والمصلين إلى المسجد الحرام^(٧١). كما جرى تطوير البنية التحتية للنقل العام مثل: قطار المشاعر المقدسة في مكة، وقطار الحرمين السريع الذي يصل مكة المكرمة بالمدينة المنورة (الشكل ٨)^(٧٢). علاوة على ذلك، أنشئت الهيئة الملكية لمدينة مكة المكرمة والمشاعر المقدسة في عام ٢٠١٨م، التي من ركائزها تحسين جودة الحياة لجميع شرائح سكان مكة المكرمة. ويركز برنامج «الحياة في مكة» التابع للهيئة على تعزيز جودة تجربة السكان والزوار، وتحسين قطاع الضيافة، وزيادة خدمات الترفيه^(٧٣).

الشكل ٨: أحد مواقف السيارات في مدخل مكة، حافلة نقل الحجاج، قطار المشاعر المقدسة



المصدر: وكالة الأنباء السعودية (واس).

(٦٧) فهد اللويحق، «لائحة عقوبات أمام من يحاول الحج بلا تصريح»، الرياض، (٢٣، أغسطس، ٢٠١٥م)، <https://www.alriyadh.com/1075566>.

(٦٨) «عام ٩ شركات لأرباب الطوائف تبدأ مرحلة جديدة في العمل المؤسسي لخدمة ضيوف الرحمن»، وكالة الأنباء السعودية، (١٠، يوليو، ٢٠٢١م)، <https://www.spa.gov.sa/2248958>.

(٦٩) وزارة الحج والعمرة، الهيئة التنسيقية لمؤسسات أرباب الطوائف.

(٧٠) عبدالرحمن العصيمي، «الجمعي: الحركة المرورية للحجاج لم تؤثر على سكان مكة»، العربية، (١٨، يوليو، ٢٠٢١م)، <https://ara.tv/4qzqd>.

(٧١) عبدالله الذبياني، «منع دخول السيارات الصغيرة لمكة المكرمة بعد ٥ نى الحجة»، عكاظ، (٠٦، أكتوبر، ٢٠١٣م)، <https://www.okaz.com.sa/article/612661>؛ «١,٥ مليون م ٢ لسيارات المعتمرين»، مكة، (٠٢، مايو، ٢٠١٩م)، <https://makkahnewspaper.com/article/1102310>.

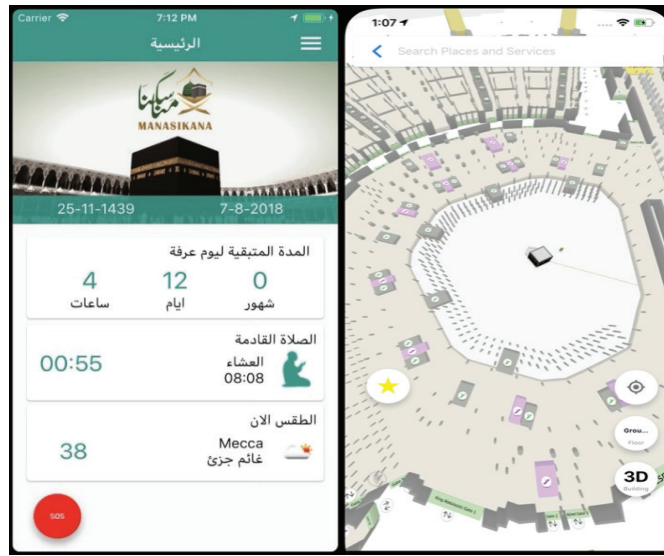
(٧٢) «مشروعات في خدمة ضيوف الرحمن»، وزارة الحج والعمرة، (٢٩، مارس، ٢٠١٩م)، <https://www.haj.gov.sa/ar/News/Details/2268>.

(٧٣) الهيئة الملكية لمدينة مكة المكرمة والمشاعر المقدسة.

هـ. تثقيف الحجاج والتواصل معهم

كثيراً ما تقوم وزارة الحج والعمرة بحملات توعوية ومبادرات تثقيفية قبل موسم الحج من أجل توعية الحجاج قبل وصولهم إلى المملكة^(٧٤). كما توفر الوزارة تطبيقات تثقيفية عدة على الهواتف الذكية؛ مثل: تطبيق «المقصد» الذي يوفر نظام ملاحية إلكتروني لمساعدة الحجاج على معرفة طريقهم داخل المسجد الحرام وخارجه^(٧٥). إضافة إلى تطبيق «مناسكنا» الذي يدعم سبع لغات ويقدم خدمات متنوعة للحجاج تشمل: مواقيت الصلاة، وأرقام الطوارئ، وخرائط المشاعر المقدسة، وتتبع المواقع للأهل والأصدقاء، والتواصل المباشر مع الوزارة، ورسائل التوعية والإرشاد (شكل ٩)^(٧٦).

الشكل ٩. تطبيقا «المقصد» و«مناسكنا»



الاستنتاجات والتوصيات

مع بدأ محاصرة السياحة المفرطة للوجهات السياحية العالمية الرئيسية، فقد استحدثت أيضاً سياسات لمواجهة المشكلات التي تسببها. وعلى الرغم من أن قطاع السياحة لا يزال في طور النمو في المملكة، فإنها تطبق بعض هذه السياسات في مكة المكرمة التي تشهد حشوداً من الحجاج والمعتمرين. تتميز الحلول السعودية ببعض المزايا المتقدمة؛ مثل: الاستخدام الاستباقي لتطبيقات الهواتف الذكية. وهو ما يشير إلى أنه على الرغم من أن التقنيات الرقمية كانت أحد مسببات السياحة المفرطة، فإنها يمكن أن تقدم أيضاً حلولاً فعّالة للمشكلات التي تسببها. حتى الآن، لم يكن لبعض السياسات العالمية مثل التوزيع المكاني تطبيق واضح في الزيارات الدينية في المملكة لوجود أماكن زيارة ثابتة دينياً. وبالنظر إلى أن المملكة تهدف إلى زيادة أعداد الحجاج والمعتمرين وجذبهم إلى المواقع السياحية والفعاليات الثقافية، فسيكون من المفيد القيام بدراسة شاملة للسياسات المتبعة لمواجهة السياحة المفرطة في البلدان الأخرى. على سبيل المثال: سيساهم تطبيق سياسة التوزيع

(٧٤) «الحج والعمرة ت دشّن حملتها التوعوية لضيوف الرحمن»، الوطن، (١٣، يوليو، ٢٠٢١م)، <https://www.alwatan.com.sa/article/1081439>.

(٧٥) محمد الحمزة، «رقمنة الحج»، الرياض، (٢٢، يوليو، ٢٠٢١م)، <https://www.alriyadh.com/1897478>.

(٧٦) «تطبيق وزارة الحج والعمرة على الأجهزة الذكية «مناسكنا MANASIKANA» يعد ثاني أفضل تطبيق متوفر لخدمة ضيوف الرحمن»، وزارة الحج والعمرة، (٢٢، يناير، ٢٠١٨م)، <https://www.haj.gov.sa/ar/News/Details/2040>.

المكاني عبر التطوير الاستراتيجي للوجهات السياحية التي تقع بين مكة المكرمة والمدينة المنورة والأماكن القريبة منها في تخفيف ضغط الزوار على هاتين المدينتين.

وعلى الرغم من أن السياحة المفرطة لا تزال غير موجودة بشكل واضح خارج مكة المكرمة، فقد تحدث في مناطق أخرى في المستقبل القريب. خصوصًا مع قيام المملكة حاليًا بتنفيذ خطط طموحة للتوسع السياحي ضمن رؤية ٢٠٣٠. تشمل الوجهات السياحية الرئيسة في المملكة: الرياض والدرعية والعاصمتان الحالية والسابقة للمملكة العربية السعودية، والمدينة المنورة الوجهة الثانية للزيارة الدينية، والعلا التي تضم موقع الحجر الأثري (مدائن صالح) أول موقع سعودي يدرج ضمن قائمة اليونسكو للتراث العالمي، والمنطقة الشرقية التي تطل على الخليج وتضم واحة الأحساء. تحظى هذه الوجهات بشعبية بين المواطنين، وبخاصة في فصل الشتاء^(٧٧). أما في الصيف، فيتجه كثيرون إلى المناطق الجبلية؛ مثل: عسير والمصايف الأخرى لتجنب الحرارة (الشكل ١٠)^(٧٨).

قد يعتقد بعض أن السياحة المفرطة ما زالت بعيدة «وراء الأفق» بالنسبة للمملكة العربية السعودية، لمدة من الوقت على الأقل. لكنها في واقع الأمر يمكن أن تحدث في أي وقت، حتى في غير مواقع الزيارة الدينية التي يقصدها الحجاج والمعتمرون والزوار؛ ويرجع ذلك إلى أن السياحة المفرطة ظاهرة نسبية. فحتى لو ظل العدد الإجمالي للسياح عند مستويات متواضعة، قد تحدث السياحة المفرطة بسهولة إذا كانت القدرة الاستيعابية للوجهة السياحية ضعيفة أو كانت المنطقة مزدحمة فعليًا بالسكان المحليين. إضافة إلى ذلك، من المهم عدم الاستهانة بتأثير التقليد في وسائل التواصل الاجتماعي على سلوك السائح. كما قد يتوافد عدد كبير من السياح من بعض الدول ذات الكثافة السكانية العالية مثل الصين إلى الوجهة نفسها بشكل مفاجئ، كما حدث في محافظة هوكايدو اليابانية التي شهدت ارتفاعًا مفاجئًا في عدد السياح الصينيين بعد ظهور المكان في فيلم صيني شهير^(٧٩).

يشير ذلك إلى الحاجة إلى مزيد من الدراسات والخطط للاستعداد للتعامل مع السياحة المفرطة عند حدوثها أو لمنعها قبل حدوثها. وفي هذا الصدد، تتمتع المملكة بميزة الاستفادة من نقل المعرفة الداخلية -التعلم من تجربة إدارة الحشود في مكة المكرمة- وتحليل الممارسات العالمية في هذا المجال وإمكانية نقلها إلى السياق السعودي.

(٧٧) في شتاء عام ٢٠١٩م، بلغ عدد الرحلات الوافدة إلى منطقة الرياض والمدينة المنورة حوالي ثلاثة ملايين رحلة لكل منهما، أما المنطقة الشرقية فبلغ العدد ٢,٦ مليون رحلة. وفي عام ٢٠٢٠م ظل عدد الرحلات إلى المدينة المنورة والمنطقة الشرقية على حاله تقريبًا، بينما ارتفع في الرياض بنسبة ١٣٪ (مركز ذكاء الأعمال بوزارة السياحة، بيانات الرحلات حسب المناطق).

(٧٨) احتلت منطقة عسير المرتبة الرابعة في قائمة أكثر مناطق المملكة زيارة في صيف ٢٠١٩م، بعد الرياض ومكة المكرمة والمدينة المنورة (مركز ذكاء الأعمال بوزارة السياحة، بيانات الرحلات حسب المناطق).

(79) Du Juan, "Movie Locations Big Draw for Chinese Tourists," *Economic Times*, September 2, 2011, <https://economictimes.indiatimes.com/movie-locations-big-draw-for-chinese-tourists/articleshow/7793678.cms>.

الشكل ١٠. مناطق ووجهات سياحية في المملكة العربية السعودية قد تتعرض للسياحة المفرطة



• مكة المكرمة

إلى جانب مدينة مكة، تضم المنطقة محافظة جدة التي تحتضن أحد المواقع المسجلة ضمن قائمة اليونسكو للتراث العالمي وهي جدة التاريخية. وكذلك محافظة الطائف ذات الشعبية الكبيرة لسياح الداخل في الصيف.

• المدينة المنورة

تضم المنطقة المدينة المنورة التي تعد الوجهة الثانية للزيارة الدينية، ومحافظة العلا التي تضم مدائن صالح أول موقع يدرج ضمن قائمة اليونسكو للتراث العالمي في المملكة، إضافة إلى محافظة ينبع.

• الرياض

تستضيف العاصمة الرياض عددًا كبيرًا من الفعاليات أبرزها موسم الرياض الذي جذب أكثر من ١١,٤ مليون زائر في غضون ثلاثة أشهر في شتاء عام ٢٠١٩م. تضم المنطقة كذلك محافظة الدرعية، موطن أحد مواقع قائمة اليونسكو للتراث العالمي (حي الطريف)، يعاد تطويرها حاليًا لتكون العاصمة الثقافية للمملكة ويهدف جذب ٢٥ مليون زائر سنويًا بحلول عام ٢٠٣٠م.

• المنطقة الشرقية

تُعد المنطقة بوابة المملكة للزوار من دول الخليج الأخرى. وتتميز بوجود واحة الأحساء، وهي موقع آخر ضمن قائمة اليونسكو للتراث العالمي.

• عسير

تصنف بوصفها رابع أكثر المناطق زيارةً في الصيف بعد الرياض ومكة المكرمة والمدينة المنورة. وتعمل المنطقة على تطوير عدد من المشاريع السياحية لجذب ثمانية ملايين زائر سنويًا بحلول عام ٢٠٣٠م.

نبذة عن المؤلفة

مها فلاته باحثة في مركز الملك فيصل للبحوث والدراسات الإسلامية. تُجري أبحاثاً حول السياسات والممارسات السياحية اليابانية والعالمية، وتدرس إمكانية تطبيقها في المملكة العربية السعودية. تشمل الأوراق البحثية التي نشرتها «بناء سياحة قائمة على المعرفة: توثيق معرفة القوى العاملة في المجال السياحي بالمنطقة المحلية من أجل تعزيز القدرة التنافسية وتسهيل التدريب» (٢٠٢٠م)؛ «استراحات الطرق: الفرص الخفية للسياحة الداخلية والاقتصاد المحلي في المملكة العربية السعودية» (٢٠٢٠م)؛ «إثراء سياحة الطهي: إمكانية استخدام المسابقات القائمة على المناطق (ABC) لتطوير المنتجات الغذائية المحلية» (٢٠٢٠م)؛ «ربط الانفتاح السياحي بتطوير المنتجات المحلية لخلق فرص عمل مستدامة: تجربة حركة «قرية واحدة منتج واحد» في اليابان» (٢٠١٩م). حصلت على درجة الماجستير في ريادة الأعمال من جامعة طوكيو للتكنولوجيا ودرجة البكالوريوس في الإدارة العامة من جامعة الملك عبدالعزيز. وهي حاصلة على شهادة JLPT N1.



King Faisal Center for Research and Islamic Studies

ص.ب ٥١٠٤٩ الرياض ١١٥٤٣ المملكة العربية السعودية

هاتف: ٤٥٥٥٥٠٤ (١١ ٩٦٦) - فاكس: ٤٦٥٩٩٩٣ (١١ ٩٦٦)

<http://kfcris.com>