



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد خيضر - بسكرة-



كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم التجارية

الموضوع:

مساهمة التعاون العربي في مجال قطاع السياحة

دراسة حالة: مجموعة من البلدان العربية

مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم التجارية

تخصص: تسويق/ مالية وتجارة دولية

الأستاذ (ة) المشرف(ة)

- بلحسن محمد علي

من إعداد الطالب (ة):

- عطيل عصماء

لجنة المناقشة

الجامعة	الصفة	الرتبة	أعضاء اللجنة
بسكرة	رئيسا	- أستاذ محاضر ا	كمال منصورى -
بسكرة	مقررا	- أستاذ مساعد ا	بلحسن محمد علي
بسكرة	مناقشا	- أستاذ محاضر ا	- محدة ناصر

الموسم الجامعي: 2022-2023





الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد خيضر - بسكرة-



كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم التجارية

الموضوع:

مساهمة التعاون العربي في مجال قطاع السياحة

دراسة حالة: مجموعة من البلدان العربية

مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم التجارية

تخصص: تسويق/ مالية وتجارة دولية

الأستاذ (ة) المشرف(ة)

- بلحسن محمد علي

من إعداد الطالب (ة):

- عطيل عصماء

لجنة المناقشة

الجامعة	الصفة	الرتبة	أعضاء اللجنة
بسكرة	رئيسا	- .....	- .....
بسكرة	مقررا	- .....	- .....
بسكرة	مناقشا	- .....	- .....

الموسم الجامعي: 2022-2023



# الشكر والعرفان

اللهم لك الحمد كما ينبغي لجلال وجهك وعظيم سلطانك اللهم لك

الحمد حتى ترضى، إذا رضيت، ولك الحمد بعد الرضا،

يقول الحق في كتابه الكريم: ” وقال ربي اوزعني ان اشكر نعمتك

التي انعمت علي وعلى والدي وان اعمل صالحا ترضاه

وأدخلني برحمتك في عبادك الصالحين (سورة النمل، آية 19)

أتقدم بالشكر والاحترام والتقدير إلى استاذي الفاضل بلحسن محمد علي

لتفضله بقبول الإشراف على هذه الرسالة،

اسأل الله سبحانه أن يبارك فيه، وأن يسدد علي طريق الخير خطاه،

كما يطيب لنا أن نتقدم بالشكر الجزيل إلى الأساتذة الكرام

أعضاء لجنة المناقشة، وقد زادنا شرفا قبولهم مناقشة هذه الرسالة

، اسأل الله أن ينعم عليهم من فضله، وأن يعلي درجاتهم في الدنيا والاخرة،

وأن يجزيهم عني خير الجزاء.

# الإهداء

الحمد لله الذي وفقنا لهذا وما كنا لنصل إليه لولا فضل الله علينا ميسر الأعمال

الذي أنار لنا الدرب وسخر لنا الأسباب ما يكفي لقطف ثمرة الجهد والاجتهاد

نتقدم بأسمى عبارات التقدير والاحترام الذي صدق فيه ما قول العزيز "واخفض لهما جناح الذل من الرحمة وقل رب

ارحمهما كما ربياني صغيرا" صدق الله العظيم.

أهدي ثمرة هذا العمل إلى أعلى إنسانة في الوجود

إلى من أمدني بالنصائح التي كانت لنا نور وضياء طريقنا،

إلى من قدرها الرحمان وجعل الجنة تحت أقدامها

إلى من سهرت لترى ابنائها بالمراتب العليا أُمي الغالية.

وإلى من أنار لنا الدرب وسهلا لنا سبل العلم والمعرفة

وحرص على رعايتي، واجتهد في تربيتي وتوجيهي أبي أطال الله في عمره.

إلى سندي اخوتي " خير الدين، رهام، زيد، صفاء، وزوجي شريك حياتي حفظهم الله ورعاهم الله،

إلى كل من ربطتنا بهم صلة الأخوة والصداقة، وإلى كل زميلاتي بدون استثناء

إلى كل من ساعدنا في عملنا وإلى كل من تمنى لنا النجاح ولو بلسانه،

إلى كل من سيتصفح مذكرتنا.

كل معاني الشكر لا تفيكم حقكم

## الملخص:

تمثل السياحة صناعة متطورة ومتعددة الاتجاهات والتشابكات مع مجمل الأنشطة الاقتصادية والاجتماعية سواء بشكل مباشر أو غير مباشر، حيث تتعدد صور التعاون العربي في قطاع السياحة، إذ بدأت صور التعاون في المجال السياحي بإبرام الاتفاقيات السياحية الثنائية بين عدد كبير من الدول العربية، تحولت بعد ذلك إلى تعاون متعدد الأطراف في إطار جامعة الدول العربية، حيث تم إنشاء المجلس الوزاري العربي للسياحة في عام 1997 في إطار الأمانة العامة لجامعة الدول العربية لتعزيز السياحة العربية البينية، وتنمية قطاع السياحة في الدول العربية وتعظيم مساهمته في التنمية المستدامة الشاملة الاقتصادية والاجتماعية.

**الكلمات المفتاحية:** قطاع السياحة، التنمية السياحية، التعاون العربي، الجذب السياحي.

## Summary:

Tourism represents a developed and multi-directional industry and entanglements with all economic and social activities, whether directly or indirectly, where there are many forms of Arab cooperation in the tourism sector, as the forms of cooperation in the field of tourism began with the conclusion of bilateral tourism agreements between a number of Arab countries, then turned into multilateral cooperation within the framework of the League of Arab States, where the Arab Ministerial Council for Tourism was established in 1997 within the framework of the General Secretariat of the League of Arab States to promote Arab tourism Inter-sector, developing the tourism sector in the Arab countries and maximizing its contribution to the comprehensive sustainable economic and social development.

## Keywords:

Tourism sector, tourism development, Arab cooperation, tourist attractions.

## قائمة الجداول والأشكال



قائمة الجداول:

رقم الصفحة	العنوان	رقم الجدول
16	جدول الميزان السياحي (الوحدة= 100 دينار جزائري)	01
28	جدول عدد الليالي السياحية في دول العينة في سنة 2019	02
29	جدول مساهمة السياحة في تكوين الناتج الداخلي الإجمالي في دول العينة سنة 2019.	03
30	جدول مساهمة القطاع السياحي في توظيف اليد العاملة في دول العينة سنة 2019	04
47	جدول إعداد الزوار، العوائد المالية والمساهمة في الناتج المحلي العالمي في أقاليم العالم السياحية خلال الفترة 1950-2020	05
48	جدول إجمالي عدد العاملين في قطاع السياحة لبعض دول العالم 2018 و2029	06
57-56	جدول الأهمية النسبية لقطاعات السياحة في الدول العربية من مجمل ناتج قطاع السياحة على مستوى الدول العربية 2018 و2019.	07

قائمة الأشكال:

44	شكل تطور الحركة السياحية في أقاليم العالم السياحية خلال الفترة-1950-2020	01
46	شكل عائدات قطاع السياحة العالمي والمساهمة في الناتج المحلي العالمي (2016-2019)	02
48	شكل اتجاهات الحركة السياحة في الوطن العربي مقارنة بالمستوى الدولي	03
51	شكل التوزيع النسبي لأهم أسواق السياحة	04
52	شكل نسبة نفقات السياحة الخارجية إلى الناتج المحلي الإجمالي في بعض الدول	05

قائمة الجداول والأشكال:

53	شكل القيمة المضافة لقطاع السياحة في الدول العربية 2019	06
54	شكل التوزيع الجغرافي لعائدات السياحة العربية ومساهمتها في الناتج المحلي لعام 2013	07
54	شكل التوزيع الجغرافي لعائدات السياحة العربية ومساهمتها في الناتج المحلي لعام 2019	08
55	شكل مساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي الإجمالي في الدول العربية (%) 2018-2019	09
57	شكل الأهمية النسبية لقطاعات السياحة في الدول العربية من مجمل ناتج قطاع السياحة على مستوى الدول العربية 2019	10
58	شكل الفرص الوظيفية في قطاع السياحة	11
60	شكل التوزيع الجغرافي للحركة السياحية في اقطار الوطن العربي حسب الأقاليم الجغرافية	12
61	شكل توزيع الحركة السياحية حسب شهور السنة والدول العربية التي تتركز فيها الحركة السياحية في شهور الصيف	13
62	شكل التوزيع الحركة السياحية على مدار شهور السنة لبعض الدول العربية	14
63	شكل معدل نمو القطاع السياحي حسب المجموعات العربية 2018_2019	15

قائمة الملاحق:

رقم الملحق	عنوان الملحق
01	تصريح شرقي

# المقدمة

أصبح النمو الكبير الذي يشهده النشاط السياحي الدولي احد ابرز الظواهر الاقتصادية والاجتماعية الجديرة بالاهتمام والملاحظة في القرن الماضي وبداية الألفية الثالثة حيث ارتفع عدد السياح ومعدل نمو العائدات السياحية حتى فاق معدل النمو في مكونات الاقتصاد العالمي مما جعل السياحة الدولية واحدة من أكبر المجالات التجارية الدولية، ومن المنظور الاقتصادي فهي قطاع إنتاجي يلعب دوراً مهماً في زيادة الدخل القومي وتحسين ميزان المدفوعات، ومصدراً للعمالات الصعبة، وهدفاً لتحقيق برامج التنمية، اما منظورها الاجتماعي والحضاري فهي تعد مزيجاً لمنتج متنوع من السلع والخدمات والمعارف يرتبط بحقائق الجغرافيا الطبيعية والاقتصادية والبشرية اضافة الى حقائق التاريخ الحضاري والثقافي والإنجازات المعاصرة المختلفة لأي بلد.

إن عدم توفر وعي وإدراك متكامل بمفاهيم السياحة وأهميتها كمصدر للدخل ومحرك للتنمية الاقتصادية والاجتماعية في أغلب الدول العربية سيؤدي إلى تفهم أكبر للدور الذي يمكن أن تقوم به السياحة ودورها كقطاع اقتصادي وثقافي يمكن أن يساهم في تحقيق تنمية متوازنة ومستمرة و موضوع دراستنا يكمن في محاولة التعرف على المفاهيم المتباينة والحديثة للسياحة وأهميتها وأنواعها والمجهودات التي تقوم بها دول الوطن العربي في تحقيق الاستفادة من السياحة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية، ومما لا شك فيه تسعى جميع دول و حكومات الدول العالم إلى البحث عن مصادر جديدة للدخل وطرق مستحدثة لتنمية اقتصادها ومجتمعاتها لتضمن توفر مصادر كافية لمواطنيها ورفاهيتهم وذلك في ظل الندرة المتزايدة في الموارد الاقتصادية، ودول الوطن العربي بلا شك ضمن هذه الدول التي قامت بالبحث عن هذه المصادر البديلة خلال فترات، و أخذت إلى السياحة كأحد المصادر الرئيسة للدخل بل والمصدر الأهم والأولى بالرعاية والتطوير لأن السياحة صناعة لها مقوماتها و استراتيجياتها لكي تبدو متكاملة وتؤتي ثمارها. من خلال ما سبق يمكن طرح الإشكالية التالية:

الإشكالية:

كيف ساهمت مختلف أشكال التعاون بين الدول العربية في تطوير قطاع السياحة؟

الأسئلة الفرعية:

للإجابة على الإشكالية نقوم بطرح التساؤلات التالية:

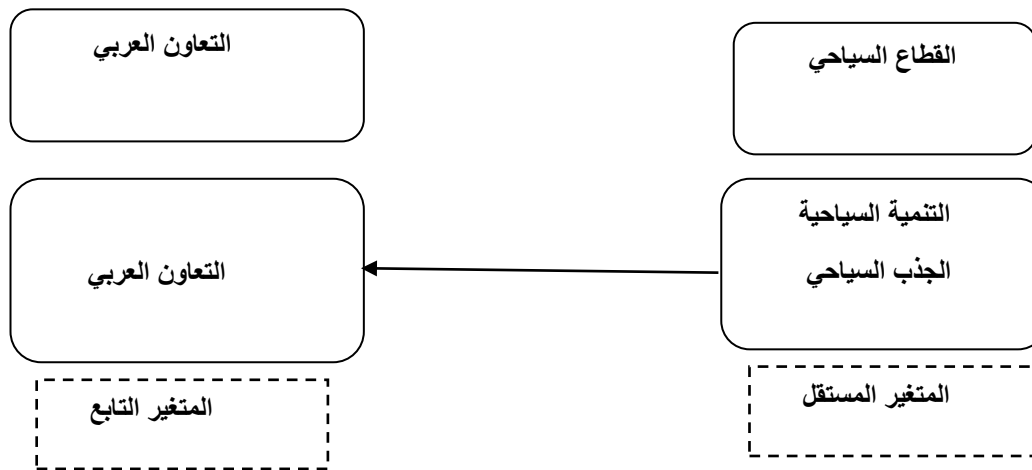
- هل ساهم التعاون العربي لتنمية وتطوير قطاع السياحة؟
- ما تقييم الحركة السياحية في الوطن العربي؟
- هل أثر فيروس كورونا على قطاع السياحة؟

## الدراسات السابقة:

1- أكرم محمد أحمد الحاج علي، "السياحة ودورها في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية -دراسة حالة لبعض الدول العربية بالتركيز على المملكة العربية السعودية وقطر"- مجلة العلوم الاقتصادية، الإدارية والقانونية، العدد الثالث عشر - المجلد الثاني أكتوبر 2018م، تناولت هذه الدراسة إبراز الدور الكبير و الهام الذي يقوم به قطاع السياحة في التنمية الكاملة بكل جوانبها الاقتصادية، الاجتماعية والسياسية في الوطن العربي، ضمن الاقتصاد العالمي، وكذلك تسليط الضوء على واقع مساهمة القطاع السياحي في عملية التنمية الاقتصادية في الوطن العربي.

2-علي حدادة، "الدور المتجدد للسياحة في التنمية الاقتصادية العربية"، اتحاد الغرف العربية دائرة البحوث الاقتصادية، حزيران يونيو 2019، تطرقت الدراسة الى قضية السياحة ودورها في التنمية الاقتصادية العربية من زاوية الدور الجديد للسياحة التي لم تعد محصورة بالترفيه، بل تتوسع وتنشعب في مراميها ومفاهيمها لتشمل إضافة إلى القطاعات العلاجية والثقافية، قطاعات جديدة مرتبطة بالتنمية المستدامة والبيئة وغيرها من الجوانب الحضارية.

## نموذج الدراسة:



وللإجابة على هذه التساؤلات قمنا بوضع الفرضيات التالية:

## الفرضيات:

- ساهم التعاون العربي لتنمية وتطوير قطاع السياحة.
- الحركة السياحية في الوطن العربي تحسنت مع مرور السنوات.
- أثر فيروس كورونا على قطاع السياحة مما أدى إلى تدهوره في تلك الفترة وغلق الحدود في كافة الدول ومنع السفر.

منهج الدراسة المتبع:

بالنظر الى طبيعة الموضوع محل الدراسة ومن أجل الإجابة على الإشكالية المطروحة اعتمدنا على منهجين الوصفي التحليلي حيث انتهجنا المنهج الوصفي في إعطاء شرح لمختلف المفاهيم حول السياحة والتنمية السياحية والتحليلي في تحليل الإحصاءات والتعليق على مختلف الجداول والأشكال، النسب المئوية وغيرها التي يتم جمعها حول الموضوع.

أهداف الدراسة:

- معرفة مساهمة دول العالم العربي في النهوض وازدهار قطاع السياحة.
- دراسة الوضع الراهن للدول العربية في قطاع السياحة.
- إبراز جهود الدول العربية من خلال إتباع منظمات واستراتيجيات وهل هناك تشجيع للنهوض بهذا القطاع.

أهمية الدراسة:

تتمثل أهمية دراسة مساهمة التعاون العربي في مجال القطاع السياحي في كونه مورد هام للخرينة وله دور فعال في تحقيق التنمية الاقتصادية من خلال المساهمة في تحقيق فائض في العملة وخلقه لفرص التشغيل بالإضافة الى ذلك تكمن أهمية الدراسة في إظهار القدرات السياحية التي تتمتع بها دول العالم العربي ومساهمتها في تطوير هذا القطاع وبالتالي تبيان ما مدى اهتمامها بهذا القطاع.

أسباب الدراسة:

- هناك عدة أسباب كانت الدافع وراء اختيار هذا الموضوع وهي:
- إبراز الدور الهام الذي يلعبه القطاع السياحي في اقتصاديات البلدان.
  - معرفة دور بلدان الوطن العربي في تنمية قطاع السياحة.
  - التطرق لترتيب الدول العربية في مجال القطاع السياحي.

صعوبات الدراسة:

من خلال بحثنا في هذا الموضوع واجهتنا صعوبات منها قلة المصادر والمراجع.

خطة مختصرة للدراسة:

لدراسة هذا الموضوع قسم البحث إلى فصلين رئيسيين يتمثلان في:

**الفصل الأول:** تم التطرق في هذا الفصل الى مفهوم العام للسياحة وخصائصها وانواعها ومفهوم التنمية السياحية وأهم عناصر الجذب السياحي في المبحث الأول، اما في المبحث الثاني فتطرقنا الى مفهوم المنظمة العربية للسياحة ونشأتها، وهيكلها التنظيمي والرؤية والأهداف ومهامها، وفي المبحث الثالث والأخير تناولنا ماهية الاستراتيجية العربية السياحية.

**الفصل الثاني:** تم فيه إسقاط الجانب النظري على الجانب التطبيقي، حيث عولج واقع القطاع السياحي في العالم العربي مع تقديم بيانات وجداول ومعلومات والتعليق عليها، وأخذنا حالة البلدان العربية كدراسة حيث تناولنا الوضع الراهن لقطاع السياحة بالدول العربية، كما تطرقنا الى العمل المشترك في قطاع السياحة والمؤشرات السياحية في بعض الدول العربية، وفي ختام الفصل درسنا المقومات السياحية للعالم العربي والتحديات والمعوقات التي تواجه السياحة في بلدان الوطن العربي.

## الفصل الأول:

الإطار النظري للسياحة في الدول العربية



تمهيد:

إن السياحة تعد أحد القطاعات الأكثر أهمية وديناميكية عبر العالم، فهي قادرة على جلب مداخيل هامة من العملة الصعبة وامتصاص البطالة وترقية مناطق بأكملها، ولهذا فكثر من الدول جعلت من هذا القطاع حجر أساس اقتصادها الوطني، وأصبح ناتجها الداخلي الخام يتركز بشكل كبير على النشاط السياحي عبر مداخيل شبكاتهما السياحية، وعليه أصبحت السياحة تكتسي أهمية في المجالات المختلفة فجاء هذا الفصل لإلقاء نظرة عامة في مباحث المبنية له المتمثلة في:

المبحث الأول: مفاهيم عامة حول السياحة والتنمية السياحية.

المبحث الثاني: مساهمة الدول الأجنبية في تطوير قطاع السياحي.

المبحث الثالث: اتجاهات الحركة السياحية وجهود منظمة السياحة الدولية **WTO** لمواجهة أزمة تطور فيروس كورونا عبر العالم.

المبحث الأول: مفاهيم عامة حول السياحة والتنمية السياحية:

يحتوي هذا المبحث على تاريخ السياحة والتي لازمت الإنسان منذ ولادته إلى أن أصبحت علما متكاملًا، كما يتضمن المفاهيم المختلفة للسياحة وأنواعها، وكذا مختلف المنظمات والهياكل السياحية المحلية والدولية، كما أن الاستثمارات الموجهة للقطاع السياحي تدر على الاقتصاد خيرا كبيرا من خلال ما تجليه من العملة الصعبة، وانتعاش للقطاعات الأخرى، كالنقل والثقافة وغيرها، وهذا من خلال ما حققته العديد من الدول الغربية، إذ نجدها حققت أرقام قياسية في المداخيل السياحية، وهذا ما انعكس إيجابيا على ميزان مدفعاها

وحل بعض المشكلات الاقتصادية والاجتماعية في هذه البلدان، لذا سنتطرق في هذا المبحث إلى الأهمية الاقتصادية لهذا القطاع.

المطلب الأول: مفاهيم عامة حول السياحة.

المطلب الثاني: مفاهيم التنمية السياحية.

المطلب الثالث: أهم عناصر الجذب السياحي.

## المطلب الأول: مفاهيم عامة حول السياحة:

يتضمن محتوى هذا المبحث على مجموعة من المفاهيم المختلفة حول مصطلح السياحة، ويتضح ذلك أكثر في فروع هذا المطلب بالتفصيل.

## أولاً: نشأة السياحة ومراحلها التاريخية:

عرفت الظاهرة السياحية (السفر والتنقل من مكان الى آخر) منذ العصور القديمة، حيث لم تكن هناك حدود إقليمية أو حواجز تذكر، كما هو الحال في الوقت الراهن، وكانت السياحة بسيطة وبدائية في مظهرها وأسبابها واهدافها، فكان هدف الأفراد والجماعات من التنقل هو البحث عن الطعام والماء والمأوى والهروب من الأخطار، ثم ظهرت الزراعة وما نتج عنها من الاتجاه الى الاستقرار المعيشي قرب الأنهار ومصادر المياه وميل الأفراد الى التجمع وظهور الحرف وتربية الحيوانات وصناعة النسيج وبعض الأدوات الخاصة بالصيد، كل هذه العوامل دفعت الإنسان الى مواصلة التنقل والبحث عن الأفضل، ثم تطور التنقل والانتقال من البحث عن شروط معيشية أحسن الى البحث عن الراحة والمتعة وهو ما يعرف في وقتنا الراهن بمفهوم السياحة، وقد أصبحت السياحة ظاهرة اجتماعية واقتصادية ذات أبعاد كثيرة ومهمة، وفي العديد من الدول أصبحت كصناعة لها أسس وقواعد، واهتم المختصين بهذه الظاهرة على مر العصور ويمكن التمييز بين أربعة مراحل ميزت السياحة وهي: (KOUACHE ، صفحة 03)

## 1. مرحلة الحضارات القديمة :

منذ نشأة الإنسان وهو يحاول التطلع الى الأفضل فكان يتنقل من مكان الى آخر، حيث كان السفر والتنقل جزء من حياته، ولم تكن هناك قوانين تنظم تصرفاته سوى الطبيعة، فلم تكن هناك وسائل نقل ولم يكن عنصر الوقت ذو أهمية بالنسبة إليه، و عندما قامت الحضارات أصبح السفر وسيلة للتجارة والثقافة والمنفعة، فكان للفنقين السابق في الاهتمام بالتجارة والتنقل، ويعد الفينيقيون من اشهر الشعوب القديمة التي اتسمت بحب المخاطرة والاهتمام بالترحال البحري، بحثا عن المعرفة والكسب المادي، والتي تعد من أهداف السياحة بمفهومها الحديث، فالتجار الفينيقيين ركبوا البحر في كافة الاتجاهات وخاصة بعد القرنين الثالث عشر والثامن عشر قبل الميلاد، و قد بلغ نشاطهم البحري الذروة خلال الفترة من القرن العاشر الى منتصف القرن الثامن عشر قبل الميلاد عندما بلغت رحلاتهم شواطئ شبه جزيرة ايبيريا وبلاد الغال ومالطة وكورسيك وجزر البليار وشمال افريقيا، ومن ابرز الرحلات السياحية في تلك الفترة كانت في بلاد الإغريق عندما كانت تفد جماعات من اليونانيين القدماء وبعض سكان الأقاليم الأوروبية المجاورة الى منطقة جبل أولبيا، لمشاهدة الألعاب الاولبية التي شرع في تنظيمها عام 776 قبل الميلاد مع كثرة التردد على المسارح من اجل المتعة والترويح عن النفس، وهو ما شجع بعد ذلك على المطالبة ببناء فنادق لروار أثينا و كان ذلك خلال القرن الرابع قبل الميلاد.

تعددت رحلات الإغريق خارج وطنهم (جنوبي البلقان وجزر بحر ايجه) الى اقاليم العالم القديم (أوروبا ، افريقيا واسيا)، وعرفوا الكثير فيما يتعلق بملامح البيئات الجغرافية والحقائق التاريخية لهذه الأقاليم، ومن أبرز الرحلات الإغريق وأكثرهم شهرة المؤرخ هيرودوت

(425-485) قبل الميلاد الذي سجل أسفاره في تسعة مؤلفات، ويعتبر الرومان كذلك من أول شعوب الحضارات القديمة التي اهتمت بشغل أوقات الفراغ بالسفر والترحال من أجل المتعة ويصنف المسافرون خلال العصر الروماني الى أربعة فئات: (KOUACHE ، صفحة 04)

- رجال القوات المسلحة، حيث تم انشاء الطرق لتسهيل تحركات الجيوش الرومانية.
- المسؤولون الحكوميون، حيث شكلت تحركات رجال الدولة والادارة والبريد جانبا من إجمالي الحركة على الطرق.
- التجار واصحاب المهن المختلفة وخاصة العاملين في قطاع التعدين، اذ اهتم الرومان باستغلال الموارد المعدنية في العديد من الأقاليم الخاضعة لسيطرتهم.
- المسافرون بإرادتهم من اجل الاستمتاع والمعرفة سواء لزيارة شواطئ البحار أو الأماكن ذات الأهمية الدينية، او بعض الأقاليم التي تتوفر فيها أبار وعيون للمياه المعدنية للعلاج، او لمشاهد المباريات الرياضية وخاصة المصارعة أو المهرجانات السنوية التي اشتهرت بها بعض مدن إيطاليا.

## 2. مرحلة العصور الوسطى:

تمتد هذه الفترة بين حوالي القرن الخامس ونهاية القرن الخامس عشر الميلاديين، واتسمت هذه المرحلة بنشاط و تعدد الرحلات التي قام بها كل من الأوروبيين والعرب، فقد اقتصر نشاط الرحلات والسياحة في أوروبا خلال أوائل هذه المرحلة على الرحلات ذات الطابع الديني، اذ كثر السفر الى معابد المسيحية، في حين تجاوزت رحلات السفر في مرحلة تالية حدود القارة لتعدد الرحلات الدينية الى الأماكن المقدسة في فلسطين ، ونشطت الرحلات البحرية الأوروبية خلال القرن الخامس عشر مع بداية حركة الاكتشافات الجغرافية التي كان من نتائجها اكتشاف الأمريكيتين عام 1492، ورأس الرجاء الصالح عام 1497، وهو ما سمح بربط أوروبا واسيا بحريا.

أما بالنسبة للعرب فقد تميزت رحلاتهم في بداية العصور الوسطى، بقطع مسافات طويلة، بحرية وبرية ، وتزايد نشاط الترحال واتسعت دائرة الرحلات العربية منذ القرن الثامن الميلادي بعد ظهور الاسلام وانتشاره، وامتداد الدولة الإسلامية خلال القرن الثامن ميلادي بين شبه القارة الهندية في الشرق وشمال إفريقيا وجنوبي أوروبا في الغرب، وقد تجاوزت الرحلات البحرية والقارية للعرب حدود الدولة الإسلامية، حيث بلغت جنوبي الصين وكوريا وجزر اليابان في الشرق، وغربي وشرقي إفريقيا في الغرب والجنوب، بل أن الرحلات العربية بلغت سيبيريا، وكانت بغداد في عهد الخلافة الإسلامية وقرطبة في الأندلس من أهم المراكز الحضارية والثقافية في الدولة الإسلامية وأكثرها ثراء، لذلك كانت قصورها وحدائقها من المزارات التي جذبت أعداد كبيرة من الزوار سواء من داخل الدولة الإسلامية أو من خارجها، كما أن الرواج الاقتصادي والأمن والرغبة في المعرفة والاستطلاع كلها عوامل ساهمت في رواج السياحة.

قام بعض المستكشفين والمغامرين برحلات طويلة في العصور الوسطى أهمها الرحالة ابن بطوطة، والإيطالي ماركوا بولو وكريستوفر كولمبس، فكانت أغراض السياحة في تلك العصور التجارة، الحج، رحلات دراسية، ومع ظهور بعض الجامعات العريقة في أوروبا مثل جامعة أكسفورد في إنجلترا وجامعة السوربون في فرنسا، أصبح السفر من أجل الدراسة والتعلم ظاهرة من ظواهر القرن السادس عشر، ولقد اهتم العرب خلال القرن الثامن والرابع عشر الميلادي بتطوير مبادئ السياحة، فقد كانت الدولة الإسلامية تحتوي العديد من الدول الأوروبية المتطورة في أوروبا وآسيا، كبغداد، قرطبة، فكانت التجارة مزدهرة وكانت مركز للحياة الثقافية والحضارية، واحتوت العديد من المدن العربية والإسلامية على العديد من المباني والتجهيزات الخاصة بإقامة النزلاء والزائرين وتوفير الراحة لهم، فكثر الفنادق والنزل والحمامات في مدن القاهرة، الإسكندرية، بغداد، البصرة، دمشق، حمص، تونس، سمرقند، والاندلس .

اتسمت هذه المرحلة بعدم وجود قيود أو قوانين منظمة للانتقال، كما لم يكن هناك وسائل نقل متطورة ولم يظهر أثر لكلمة السياحة لا من حيث التعريف ولا من حيث المدلول (KOUACHE ، صفحة 05).

### 3. المرحلة الحديثة:

تمتد هذه المرحلة بين القرن السادس عشر ونهاية القرن التاسع عشر الميلاديين، وشهدت هذه المرحلة التي بدأت بعد بدء حركة الاكتشافات الجغرافية خلال القرن الخامس عشر غيارات عديدة في المجال العلمي، كالاكتشافات الجغرافية التي أدت الي زيادة الأسفار والتنقلات ولعل أهمها:

اكتشاف أمريكا من طرف كولمبس، اكتشاف رأس الرجاء الصالح من طرف فسكودي كما سنة 1498م، واكتشاف أستراليا عام 1605، ونيوزيلندا عام 1769 لتبدأ بعد ذلك الرحلات القارية داخل الأقاليم المجهولة فيما يعرف بقارات العالم الجديد، حيث غطت رحلات الإسبان معظم أقاليم أمريكا اللاتينية خلال الفترة الممتدة بين عامي 1513-1783، بالإضافة الى الرحلات الأوروبية صوب افريقيا، واتسمت هذه المرحلة بتطور الألة وتقدم وسائل الاتصال والمواصلات، فقد ساعد ظهور البواخر والسيارات والسكك الحديدية على جعل السفر أكثر راحة وأمانا وصحب ذلك تطور اجتماعي بظهور علماء وفنانين في مختلف المجالات العلمية والدراسية والفنية، فكان الأفراد يسافرون الى عواصم العالم والمدن الشهيرة لمشاهدة الآثار والمراكز الثقافية وكانت مقتصرة على فئة معينة تعرف بالسياح الأثرياء وازداد أعداد هؤلاء السياح في القرن السابع عشر والثامن عشر، وخضعت السياحة في هذه المرحلة لبعض القيود والقواعد والقوانين كجوزات السفر والتأشيرات.

ظهور التشريعات كنتيجة لظهور الدول ذات نظم سياسية واقتصادية ودينية مختلفة وإدراك أهمية السياحة وفي أواخر القرن الثامن عشر وبداية القرن التاسع عشر، أحدثت الثورة الصناعية تغيرا كبيرا في وسائل المواصلات والاتصال والذي أدى الى اختصار الوقت والمسافات وزيادة عدد المسافرين، ومع استقرار النظم الاجتماعية للطبقة العاملة، وارتفاع في مستوى الأجور وتخفيض ساعات العمل والعطل المدفوعة، أدى طبقة العمال الي السفر والبحث عن المتعة والراحة، كذلك تطور الطائرات والتحويل الحربية منها الى مدنية

ساعد على السفر والتنقل، تطور الطباعة وطرق وسائل الاتصال المختلفة والتي لعبت دورا كبيرا في الإثارة ونقل الأحداث والتشويق لزيارة بعض الأماكن (KOUACHE ، صفحة 05) .

#### 4. المرحلة المعاصرة:

تبدأ هذه المرحلة مع بداية القرن العشرين الذي تطورت خلاله السياحة بصورة لم تشهدها من قبل وخاصة بعد الحرب العالمية الثانية، حيث استقرت الأوضاع السياسية وازدهرت الأوضاع الاقتصادية، وزاد الاهتمام بالجوانب الاجتماعية والنفسية للبشر في العديد من أقاليم العالم التي سنت فيها القوانين والتشريعات التي تحمي العامل والإنسان.

كما شهدت هذه المرحلة ظهور العديد من المنظمات الدولية كالمنظمة العالمية للسياحة التابعة لهيئة الأمم المتحدة ويعتبر القرن العشرين بمثابة العصر الذهبي للسياحة لعدة اعتبارات أهمها:

- التطور والتقدم الكبير في وسائل النقل المختلفة البرية والبحرية والجوية في مجال الأمان والسرعة والراحة.
  - التطور والتقدم الكبير في وسائل الإعلام والاتصال (المرئية والمسموعة والمقروءة) مع السهولة والسرعة في نقل الأخبار في لحظة حدوثها عبر قارات العالم (الإنترنت، الفاكس، وغيرها)
  - التحسن الملحوظ في النواحي الاقتصادية والاجتماعية.
  - ارتفاع مستوى المعيشة وزيادة نمو المداخيل الشيء الذي ولد فائض في المداخيل جزء كبير منه يوجه للسياحة.
  - تزايد أوقات الفراغ والعطل السنوية المدفوعة الأجر، وارتفاع المستوى الثقافي والاجتماعي والعلمي الذي انعكس على اتجاه السياحة.
  - اهتمام الدول بالسياحة والحرص على تنميتها وتطويرها ساهم في انتعاش الحركة السياحية.
  - قيام وظهور العديد من المنظمات الدولية والإقليمية التي تهتم بالسياحة من تنظيم وتفعيل وتوعية وترقية.
- شهدت المرحلة المعاصرة ظواهر سياحية انفردت بها ومن أهمها:

- ظهور الرحلات السياحية الجماعية الرخيصة، فبعد أن كانت السياحة في متناول الأغنياء في المراحل السابقة التي ميزت السياحة، شهدت المرحلة المعاصرة وخاصة بعد الحرب العالمية الثانية، ما يطلق عليه السياحة الاجتماعية، إذا نشطت الرحلات الجماعية التي تضم محدودودي الدخل، الذين يسعون الى قضاء عطلةهم حسب امكانياتهم خارج أوطانهم، وتشكل هذه الفئة أعداد كبيرة من الأفراد، وهو ما يعنى طلب سياحي لا يستهان به.

- انتشار فكرة المنتجعات السياحية في العديد من دول العالم، والتي تعتمد في نشاطها على ملامح بيئية خاصة، لذلك يستعمل العاملون في المنتجعات أساليب عديدة لجذب السياح لقضاء عطلة، كإقامة المعارض، سباقات السيارات، سباقات الخيل، والزوارق البحرية.

- ظهور المخيمات السياحية منخفضة التكاليف، والتي أدت إلى إقبال الطلاب والعمال وصغار الموظفين وأصحاب الدخول المحدودة على القيام بالرحلات السياحية، وكذلك البيوت المتنقلة القائمة على عجلات والتي تجرها السيارات، حيث ساهمت في زيادة إسهام أصحاب الدخول المحدودة في الحركة السياحية بالعالم خلال القرن العشرين (KOUACHE ، صفحة 06).

- ظهور القرى السياحية، وهي منتجعات تمتلكها أو تديرها أو تشارك في إدارتها وتشغيلها شركات سياحية عالمية تتولى شؤون تسويقها سياحيا على المستوى العالم وتوجد مثل هذه القرى في فرنسا، إيطاليا، اليونان إسبانيا، مصر، كرواتيا، المغرب، البرازيل بالإضافة الى العديد من الجزر كجزر هاواي وجزر البحر الكاريبي وجزر إندونيسيا.

- تزايد الأفواج السياحية المتجهة الى المناطق التي تزخر بالآثار والمباني التاريخية والقصور المتميزة والمتاحف وغيرها من المناطق ذات الصبغة الثقافية كنتيجة لانتشار التعليم وارتفاع المستوى الثقافي، وهو ما يفسر اتجاه أعداد كبيرة من السياح الى الدول التي تتوفر على الآثار والمقومات الثقافية كمصر، اليونان، إيطاليا، إسبانيا وتركيا والهند والصين خلال القرن العشرين.

- نتج عن كل العوامل السابقة الذكر تضاعف حجم الحركة السياحية العالمية وحجم التدفقات النقدية الناتجة عن السياحة، فبعد أن كان عدد السياح في العالم لا يتجاوز 51 مليون سائح سنة 1955.

- أصبح في سنة 2002، يتجاوز 700 مليون سائح، وبلغ الدخل السياحي 621 مليار دولار أمريكي.

سنة 2000، بعد أن كان لا يتجاوز 28 مليار دولار أمريكي سنة 1973، لذلك تعد السياحة من أكبر عناصر التجارة الدولية وأهم الصناعات العالمية نمواً، لذلك أصبح يطلق على القرن العشرين بقرن

السياحة (KOUACHE ، صفحة 06) .

ثانياً: مفهوم السياحة:

عرفت السياحة من قبل العالم الاقتصادي النمساوي شوليرن شرانتهو عام 1910 بأنها الاصطلاح الذي يطلق على أي عمليات خصوصاً العمليات الاقتصادية التي تتعلق بوجود وإقامة وانتشار الأجانب داخل وخارج منطقة معينة أو أية بلد ترتبط بهم ارتباطاً مباشراً (عبوي، 2016، صفحة 15).

أما جويلفالور فيعرفها بمفهومها الحديث هي ظاهرة طبيعية من ظواهر العصر الحديث، والأساس فيها الحجم المتزايد للحصول على الاستحمام وتغيير الجو والوعي الثقافي المنبثق عن تذوق جمال المشاهدة الطبيعية (كافي، 2009، صفحة 14).

تعتبر السياحة من أكثر الصناعات نمواً في العالم فقد أصبحت اليوم من أهم القطاعات في التجارة الدولية إن السياحة من منظور الاقتصاد هي قطاع إنتاجي يلعب دوراً مهماً في زيادة الدخل القومي وتحسين ميزان المدفوعات المصدر للعمولات الصعبة، وفرصة لتشغيل الأيدي العاملة وهدفاً لتحقيق برامج التنمية، ومن منظور اجتماعي وحضاري فإن السياحة هي حركة ديناميكية ترتبط بالجوانب الثقافية والحضارية للإنسان، بمعنى أنها رسالة حضارية وجسر للتواصل بين الثقافات والمعارف الإنسانية للأمم والشعوب ومحصلة الطبيعية لتطور المجتمعات السياحية وارتفاع مستوى معيشة الفرد، وعلى صعيد البيئي تعتبر السياحة عاملاً جاذباً للسياح وإشباع رغبتهم من حيث زيارة الأماكن الطبيعية المختلفة والتعرف على تضاريسها وعلى نباتاتها والحياة الفطرية، بالإضافة إلى زيارة المجتمعات المحلية للتعرف على عاداتها وتقاليدها (كافي، السياحة البيئية المستدامة) تحدياتها وآفاقها المستقبلية، 2014، صفحة 22).

السياحة ظاهرة بشرية قاعدتها البيئة الطبيعية وبنائها الاقتصاد ومحركها الإنسان، وهي نظام متكامل لا مؤلف من عدة عناصر تتمثل بالنشاط الحضري والاقتصادي والتنظيم الخاص بانتقال الأفراد إلى أماكن غير أماكن إقامتهم ولمدة لا تقل عن 24 ساعة لأي قسم كان عدا قصد العمل وهي صناعة تحتاج إلى الدراسة والتخطيط والتنفيذ وتمثل إنتاجاً اقتصادياً يشبع حاجات الإنسان ويتأثر سوق هذا الإنتاج بالعرض والطلب (السمراي، 2022، الصفحات 22-23).

أستنتج من خلال التعاريف السابقة أن السياحة هي زيارة الأفراد منطقة أو دولة غير منطقتهم أو دولتهم من أجل التعرف على عادات وتقاليد وآثار تلك المنطقة والتعرف على تراثهم وعلى الأماكن الطبيعية التي فيها.

### ثالثاً: تصنيفات السياحة وخصائصها

السياحة محرك أساسي للتنمية الاقتصادية لأي بلد، فبطبيعة الحال لها تصنيفات وخصائص مختلفة تميزها، ومن خلال هذا العنصر سنصنف السياحة وتعرف على خصائصها.

#### 1. تصنيفات السياحة:

عرفت السياحة تطورات مستمرة بسبب التحولات الاقتصادية والاجتماعية وكذا تغير وتزايد حاجات الأفراد ورغبتهم: (هادف، 2019، الصفحات 12-15)

#### أ. وفقاً لمعيار الموقع الحدود السياسية:

يعتمد هذا المعيار على حركة السياح فيما إذا كانت داخل حدود البلد المقيم به أو خارجه وبموجب هذا المعيار نميز بين نوعين من السياحة:

#### - السياحة الداخلية (المحلية):



تشمل حركة السياح المواطنين داخل حدود دولتهم، يكون السائح فيها شخص من مواطني الدولة ينتقل من مكان اقامته ليزور مكان آخر داخل حدود الدولة التي يقيم فيها يقضي ليلة على الاقل في المكان الذي زاره بغرض الترفيه والاستجمام.

#### - السياحة الخارجية:

هي انتقال الأفراد والسياح خارج حدود الدولة يترتب عليها علاقات، ففي السياحة الدولية يجد السائح اختلاف في عدة امور كاللغة، والعادات والتقاليد، والنظم السياسية والاجتماعية والاقتصادية، تساهم في تعزيز العلاقات الاقتصادية الدولية من خلال التعاون والدعاية السياحي.

#### ب. السياحة حسب الهدف:

##### - السياحة الموسمية:

يرتبط هذا النوع من السياحة بموسم سياحي معين مثل موسم الشتاء للترحلق في المناطق الثلجية، وكذلك قضاء أيام على شاطئ البحر في المناطق الساحلية في فصل الصيف.

##### - السياحة الثقافية:

يهتم هذا النوع من السياحة بشريحة معينة من السائحين على مستويات مختلفة من الثقافة، والتعليم، يتم التركيز على زيارة الدول التي تتمتع بآثار تاريخية، ومقومات حضارية، هذا النوع يمثل 10 % من حركة السياحة العالمية (هادف، 2019، الصفحات 15-12).

##### -السياحة الترفيهية:

هي السياحة شهدتها على سبيل المثال مدينة العريش في مصر ايت تم اقامت أكبر الإنجازات أثناء استعدادها الأكبر للموسم السياحية من خلال التخطيط، العلمي للمياه والكهرباء تمت فيها قيام مشاريع لاستقبال المصطافين بمشروع الكورنيش.

##### - السياحة العلاجية:

ظهرت بتطور بعض الأمراض التي يعاني منها الإنسان كالروماتيزم الذي كان يلزمه أن ينتقل من مكان لآخر تتوفر فيه الينابيع المعدنية العلاجية، وقد تفنن الرومان في بناء الحمامات المعدنية وبها مستشفيات ومراكز استشفائية.

#### ج. السياحة وفق لمعيار الفرد:

##### - السياحة الفردية:

قيام السائح بمفرده أو بصحبة العائلة يقوم برحلة على حسابه الخاص يتميز بهذه الرحلات بكلفتها هذا مقارنة بالرحلة الجماعية .

- السياحة الجماعية:

يقوم بها مجموعة أفراد بالسفر مع بعضهم البعض فهي تشمل، السواح الذين لا يميلون إلى تحمل المخاطر في السفر، يفضلون رحلات منظمة (هادف، 2019، الصفحات 15-12).

## 2. خصائص السياحة:

تتميز النشاط السياحي بجملة من الخصائص التي تجعله كصناعة يختلف عن باقي الأنشطة الاقتصادية الأخرى ويمكن حصرها في الآتي: (لغريبي، 2016، صفحة 09)

أ. المنتج السياحي منتج مركب:

هو مزيج من عناصر متعدد تتكامل مع بعضها لتشكيل أو تقدم منتجا سياحيا، فالمنتج السياحي عبارة عن عوامل جذب طبيعية: (ظروف مناخية، جغرافية وبيئية) و عوامل جذب تاريخية: حضارية دينية وثقافية إلى بنى أساسية عامة مثل الطرقات، المطارات، وأماكن الإقامة كالفنادق والقرى السياحية ومن خدمات المطاعم وأماكن الترفيه وأيضا منشآت لخدمة السائح من مكاتب سياحية وبنوك، كما يتضمن المنتج السياحي درجة الوعي السياحي لدى مواطني المقصد السياحي متمثلة في حسن المعاملة، والنقص في أي من هذه العناصر السابقة يؤثر على الصورة النهائية للمنتج السياحي، مما يؤدي إلى انخفاض التدفق السياحي إلى البلد المضيف .

ب. السياحة صادرات غير منظورة :

السياحة تمثل عرضا للخدمات بصفة أساسية وليست منتجا ماديا يمكن نقله من مكان إلى آخر، والمستهلك يأتي بنفسه إلى مكان المنتج السياحي للحصول عليه ومن ثم فإن الدولة المصدرة للمنتج السياحي أي الدولة المضيفة لا تتحمل نفقات النقل على غرار الصادرات السلعية الأخرى .

ج. كيفية بيع المنتج السياحي:

إن المنتج السياحي المتمثل في عوامل الجذب السياحي (الطبيعية، التاريخية، الأثرية وغيرها) لا يباع إلا من خلال السياحة، فهذه المغريات لا تدر عائدا بطبيعتها إلا إذا بيعت في شكل منتج سياحي وهذا الأخير إلا يباع إلا بوجود سلع وخدمات مساعدة وهي تسهيلات يجب أن تتواجد جنبا إلى جنب مع المغريات السياحية وتتمثل هذه التسهيلات في أربع مجموعات هي: (لغريبي، 2016، صفحة 09)

- مشروعات البنية الأساسية: كشبكات الطرق، والخدمات المرفقة (مياه، كهرباء، صرف صحي) وسائل الاتصال وتوفير الأمن السياحي وغيرها.

- منشآت الإقامة كالفنادق وغيرها من وسائل الإقامة التكميلية كالمخيمات والقرى السياحية .

- مشروعات النقل السياحي البري والبحري والجوي.

- المنشآت السياحية الترويجية وغيرها كدور اللهو والتسلية ومجال بيع التذكارات والهدايا والسلع السياحية وغيرها.

#### د. السياحة الدولية منتج تصديري :

يتعرض في بعض الأحوال إلى درجة من عدم الاستقرار، لأنه يتعلق بتأثيرات من القوى الخارجية ومرونة عالية بالنسبة لكل من السعر والدخل بالإضافة إلى مشكلة الموسمية.

#### هـ. تعرض الطلب السياحي للتأثيرات الخارجية:

تتعرض السياحة الدولية لتأثيرات من خارج الدولة كوجود اضطرابات سياسية أو تغيرات في أسعار صرف العملات والتغيرات المناخية غير المنتظرة، بالإضافة إلى قرارات الدول بالرقابة على النقد وتحديد حجم النقد الذي يسمح للسائحين بالخروج به .

تتميز السياحة بمرونة عالية لكل من السعر والدخل وهذا يعني أن القرارات السياحية يمكن أن تتأثر كثيرا بالتغيرات القليلة في الأسعار والدخول وتقاس المرونة السعرية بالتغير النسبي في الطلب السياحي على دولة ما نتيجة التغير النسبي في سعر المنتج السياحي لهذه الدولة، أما مرونة الطلب الداخلية للسياحة فهي تنتج عن التغير النسبي في دخل السائح على التغير النسبي في الطلب السياحي.

#### و. موسمية النشاط:

إن النشاط السياحي في غالبيته موسمي، فهناك عوامل أدت إلى الموسمية، أهمها تركز العطل المدرسية والعطل في المؤسسات الاقتصادية وغيرها في موسم معين، كما أن العوامل المناخية والجغرافية في كل من الدول المصدرة والمستقبلة للسائحين تدعو إلى هذه الظاهرة، ومن الواضح أن سياحة العطل التي تمثل قدرا كبيرا من النشاط السياحي هي التي تدعم هذه الظاهرة، أما الأشكال الأخرى من النشاط السياحي (سياحة الأعمال، المؤتمرات وغيرها) فلا تكون لها علاقة بالموسمية.

#### ز. عدم قابلية المنتج السياحي للتخزين أو النقل :

من مكان إلى آخر كما في العديد من الصناعات الأخرى التي تصلح منتجاتها للتخزين لفترات زمنية معينة، وبما يتفق وحجم العرض والأسعار، وبخاصة أن الطلب السياحي يتصف بالموسمية، مما يؤدي إلى عدم ثبات مستويات التشغيل في صناعة السياحة، لهذا السبب تسعى المؤسسات السياحية إلى ضرورة تحقيق أرباح كافية خلال فترة (موسم الذروة) وادخار جزء من العائد لمواجهة التراجع خلال باقي السنة، وقد بذلت محاولات عديدة للتخفيف من مشكلة الموسمية في قطاع السياحة نذكر منه:

- إطالة موسم الإجازات توسيعا لفترة النشاط الموسمي السياحي من خلال تعديل التوزيع الزمني للطلب السياحي كأن توزع مواعيد العطل بحيث تكون متعاقبة (لغريبي، 2016، صفحة 10).

- برجة عطل مدفوعة الأجر مرتين أو أكثر في السنة وهو اتجاه قوي في الدول المتقدمة ذات الدخل الفردي المرتفع ويسود فيها شتاء قاس مثل الدول الإسكندنافية، وكندا وشمال الولايات المتحدة الأمريكية.

- تخفيض الأسعار في غير فترات الذروة لإيجاد نوع جديد من الطلب تحفزه الأسعار.

- عرض المنتج السياحي عرض جامد غير مرن:

بمعنى أنه يصعب استغلال المنتج السياحي المتمثل في عوامل الجذب السياحي في غير مجال السياحة على الأقل في الفترة القصيرة، هذا بالإضافة إلى أن عرض المنتج السياحي عامة ليس من السهل تغييره طبقاً لتغير أذواق السائحين، وهذا ما يجعل عملية تسويق المنتج السياحي تختلف عن تسويق المنتجات التقليدية التي يتغير عرضها وفقاً لتعديل خط الإنجاز من حين إلى آخر ليلتئم مطالب السوق (لغريبي، 2016، صفحة 11)

رابعاً: أهمية وآثار السياحة

لأي نشاط اقتصادي من الأنشطة الاقتصادية المحركة لعجلة النمو الاقتصادي أهمية تجعل أي دولة تعطيها أهمية كبيرة، كما لها آثار إيجابية وسلبية، وهذا ما تحتويه معلومات هذا العنصر.

1. أهمية السياحة: تتمثل فيما يلي: (لغريبي، 2016، صفحة 11)

- تحدف السياحة إلى المساهمة في دعم الاقتصاد المحلي والعالمي.
- تطوير نظام النقل والمواصلات متوافق مع البيئة الطبيعية المحلية.
- خلق مناصب عمل والقضاء على البطالة .
- جذب رؤوس الأموال التي تساعد في تنفيذ خطط التنمية الشاملة .
- السياحة آلية للاتصال الفكري وتبادل الثقافة والعادات بين الشعوب .
- السياحة نشاط أساسي نظراً لآثاره المباشرة على القطاعات الاجتماعية، الثقافية والاقتصادية للدول.

2. آثار السياحة:

دور السياحة في النشاط الاقتصادي أصبح ضروري وواقعة يقر بها الجميع، وعليه كغيره من الأنشطة الاقتصادية الأخرى لها آثار إيجابية، وفي الجهة الأخرى هناك آثار سلبية: (هدير، 2005، الصفحات 16-17)

أ. الآثار الإيجابية: تتمثل فيما يلي:

- تحقيق التطور الاقتصادي والرفاهية من خلال زيارة الدخل الوطني وتحسين وضعية ميزان المدفوعات.
  - توفير مناصب شغل جديدة.
  - الاتصال الحضاري والمزيج الثقافي مع الشعوب.
  - الحفاظ على الآثار التاريخية والعادات والتقاليد الوطنية والارتقاء بها عالميا.
  - ترقية الصناعات التقليدية وإثراء التراث الثقافي.
  - توفير العملة الصعبة نتيجة دخول الأجانب.
- ب. الآثار السلبية: من جهة أخرى لا تخلوا أيضا السياحة من الآثار السلبية والمتمثلة فيما يلي:
- الانحلال الخلقي نتيجة تصادم الأفكار والطبائع.
  - ظهور آفات خطيرة في المجتمع نتيجة التقليد وكذا الأمراض الفتاكة.
  - البناءات الفوضوية التي تلتف الطبيعة والأراضي الفلاحية.
  - الانقسام الطبقي الذي يظهر لنا سياحة رقيقة وأخرى دنيا.
  - فقدان الهوية الوطنية والتقاليد في حالة عدم إعطائها أهمية خاصة.
  - ظهور عادات استهلاكية في الدول النامية لا تتناسب مع مستوى معيشتها نتيجة الحركة السياحية الخارجية . كما للسياحة تأثيرات مباشرة وأخرى غير مباشرة على القطاعات الأخرى كقطاع النقل والصحة والثقافة، وكذلك تتميز السياحة بمجموعة خصائص كونها غير ملموسة، وأنها عبارة عن منتج مركب، تؤثر وتتأثر بالقطاعات الأخرى.

#### خامسا: الأهمية الاقتصادية القطاع السياحي

تكمن أهمية السياحة من حيث الإنفاق السياحي ويشمل شراء السلع والخدمات المتعلقة بالسفر والإقامة والمواصلات وغيرها، وهذا الإنفاق هو بمثابة تحويل للأموال من طرف السائحين إلى المستقبلين للسواح، كما تساهم هذه المداخيل في عملية ترميم والتحديث للمرافق السياحية، كالمناطق الأثرية والمركبات السياحية . كما أن الحركة السياحية لها تأثير فعال على جميع القطاعات الأخرى من

خلال ما يلي: (هدير، 2005، صفحة 32)

#### 1. قطاع النقل:

يساهم قطاع السياحة في تفعيل الحركة البرية والجوية والبحرية هذا ما سيؤدي إلى زيادة مداخيل هذه الأخيرة، كما أنه يجب أن تركز الاستثمارات للتوسيع وتحسين الطرقات وتسهيل الوصول إلى المناطق البعيدة التي من شأنها، تشجيع السياحة في البلد.

## 2. قطاع الصحة:

يوظف قطاع السياحة في مراكز الحمامات والأماكن العائلية، وأماكن الراحة مسيرين وأطباء، كما تعمل الوزارة الصحية على إحرام المعايير الضرورية لفتح الحمامات بهدف تحسين نوعية الخدمات المقدمة.

## 3. قطاع التجارة:

من خلال العملة الصعبة التي تجلبها السياحة للبلد المضيف، وعليه فإن قطاع السياحة غير متجانس ويشمل العديد من قطاعات الأنشطة السياحية الاقتصادية والمعتمدة على السياحة بشكل أساسي أو غير مباشر أو جزئي، ونعني بالنشاطات الأساسية هي مجمل المناصب الناتجة من الوحدات السياحية، كالمطاعم والنقل والوكالات السياحية، أما النشاطات الغير المباشرة فهي تلك المرتبطة بالنشاط السياحي، كالبناء والمعدات والأثاث، النشاطات الجزئية هي المناصب المرتبطة بجانب الطلب من السياحة وهي السلع والخدمات المستهلكة من طرف السائح كالمواد الغذائية.

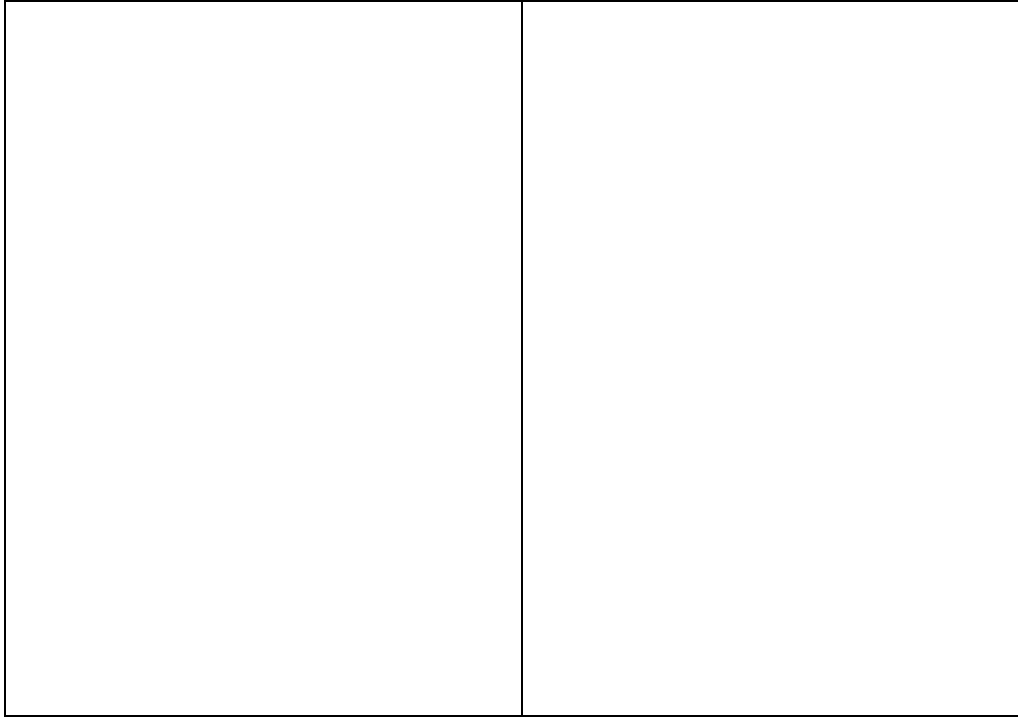
## 4. أثر السياحة على ميزان المدفوعات:

يعرف ميزان المدفوعات على أنه سجل منتظم، تقيّد فيه كافة المعاملات الاقتصادية التي تجري بين الأشخاص المقيمين على الأقاليم دول أخرى خلال فترة زمنية عادة ما تكون سنة، وينقسم ميزان المدفوعات إلى قسمين، جانب مدين وآخر دائن، فالأول يتضمن كافة العمليات التي تقوم الدولة بدفعها إلى الخارج، والجانب الثاني فيتضمن العمليات التي تحصل فيها الدولة على حقوق من العالم الخارجي.

- تعريف الميزان السياحي: إن كل دولة لها حركة مزدوجة للسواح، في نفس الوقت تستورد وتصدر السائحين، ويظهر الميزان السياحي كما يلي:

الجدول 1-1: الميزان السياحي (الوحدة= 100 دينار جزائري)

جانب المدین	جانب الدائن
<ul style="list-style-type: none"> <li>- المصروفات المواطنین بالخارج.</li> <li>- البضائع المستوردة مأكولات وغيرها.</li> <li>- النقل نصیب الشركات الأجنبية من سفر المواطنین للخارج للسياحة بالخارج. - التحويلات من العاملین الأجانب من عملهم بالداخل.</li> <li>- المصروفات على الدعاية السياحية الوطنية والإعلانات السياحية بالخارج.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- الإيرادات السياحية.</li> <li>- الصادرات (السلع والمعدات السياحية).</li> <li>- النقل (نصیب الشركة الوطنية للطيران والملاحة من النقل الدولي للسياحة) .</li> <li>- العائدات من الاستثمارات السياحية بالخارج.</li> <li>- التحويلات من العاملین الوطنین بقطاع السياحة بالخارج.</li> <li>- المصروفات على الدعاية.</li> <li>- السياحة في الداخل</li> </ul>



المصدر: (هدير، 2005، صفحة 32)

يتضمن ميزان المدفوعات النفقات والإيرادات السياحية، والتي هي بدورها عنصرا من عناصر ميزان المدفوعات تحت اسم السياحة أو في المجموع الجزئي لميزان السلع والخدمات وفي كثير من الدول التي تولي أهمية كبيرة لقطاع السياحة يعد ميزان المدفوعات فرعي ويمثل الميزان السياحي الذي يبين رصيده الصافي مدى تأثير السياحة فيه.

ويمكن أن يكون هذا الرصيد إما موجبا ويوحي بوجود فائض في الميزان السياحي كتنونس وإيطاليا وإما سالبا، ويوحي بوجود عجز في المجال السياحي، فإذا كان معدوما فهذا يعني وجود توازن بين مدخلات ومخرجات الميزان السياحي، أما إذا كان الرصيد موجبا فإنه إما أن يزيد من فائض ميزان المدفوعات أو ينقص من عجز هذا الميزان وذلك حسب الوضعية، وإذا كان سالبا فإن هذا إما يخفض من الفائض أو يزيد في العجز.

وفي كثير من الدول النامية خاصة توضع العملة الصعبة كهدف أساسي تتخذه من النشاط السياحي وذلك لأجل مساهمته في عملية التنمية من خلال شراء المعدات والتجهيزات الضرورية وكذا تعديل الميزان التجاري .

كما تساعد السياحة الدولية على تعزيز خطوط المواصلات الدولية، فأصبحت السياحة ووسائل النقل مترابطة وغير منفصلة عن بعضها البعض، ونتيجة هذا الترابط ظهرت علاقات دولية معقدة وبتطور السياحة وصل التنسيق في مجالات النقل إلى أعلى درجات، ومن خلال تسارع عملية حركة السياح من مكان سكنهم الأصلي إلى غاية الأماكن السياحية (هدير، 2005، صفحة 32).

وعليه فالسياحة الدولية تؤثر على تطور وتحسين أنواع وسائل النقل المختلفة الضرورية واللازمة للسياحة الدولية، وتستخدم السياحة الدولية من قبل الدول الكبرى كأمريكا وبريطانيا، كأداة اقتصادية للتأثير على الدول الأخرى من خلال ما يلي:



- توجيه أو منع مواطنيهم من التوجه لمناطق أو دول سياحية معينة.
- عقد اتفاقيات تبادل سياحية خلال ظروف غير جيدة للدول الضعيفة.
- فرض ضرائب وغرامات مرتفعة على السياح الأجانب تضاف إلى التذاكر السياحية لتبادل السياح حسب القانون السياحي الدولي.
- الاشتراك في المنظمات الدولية للسياحة الرسمية وغير رسمية للمساعدة على تطوير السياحة الدولية.
- استخدام رؤوس الأموال الأجنبية لبناء البنية التحتية لتلبية احتياجات السياحة الدولية.
- تحسين وإتمام نظام العلاقات المالية في السياحة الدولية.
- توسيع وتعميق التعاون وتبادل المساعدات في مجال الدعاية والإعلان السياحي وغيرها.

### المطلب الثاني: مفاهيم التنمية السياحية

إن هذا المطلب يحتوي على مفهوم وأنواع وعوامل وأهداف التنمية السياحية، كما يتضمن مراحلها وأهميتها كنشاط اقتصادي ينمي السياحة.

**أولاً: مفهوم وأنواع التنمية السياحية:** إن للتنمية السياحية مفهوم وأنواع كأي نشاط اقتصادي وهذا ما يحتويه في هذا العنصر.

#### أ. مفهوم التنمية السياحية

لقد تعددت المفاهيم المرتبطة بالتنمية السياحية فيرى البعض: (هادف، 2019، صفحة 29)

- أنها تحقيق زيادة مستمرة في الموارد السياحية أو في الإنتاجية السياحية، إلا أنها لا يمكن أن تقتصر على تنمية العرض ويجب أن تمتد إلى السياحي، فقط أو بناء فنادق وقرى سياحية، تنتشر في مناطق مختلفة، إنما يجب أن تمتد لتشمل كل من العرض والطلب لتحقيق التلاقي لإشباع رغبات السائحين والوصول إلى أهداف محددة وطنية وقطاعية وإقليمية.
- تعرف التنمية السياحية "التصنيع المتكامل الذي يعني إقامة وتشديد مراكز سياحية تتضمن مختلف الخدمات التي يحتاج إليها السائح أثناء إقامته بالشكل الذي يلائم مع القدرات المالية للفئات المختلفة من السائحين".
- التنمية السياحية هو الاستخدام الأمثل أو تفعيل كافة موارد البيئة السياحية المتاحة لزيادة التدفق السياحي الرشيد و ذلك من خلال الأخذ بمختلف البرامج و الخطط التي تهدف إلى تحقيق التنمية السياحية المتواصلة المستدامة، كما أن التنمية المستدامة تهدف إلي المساهمة بفعالية في زيادة الدخل الفردي الحقيقي وهي بذلك تعد وسيلة دائمة للتنمية الاقتصادية عن طريق زيادة الدخل الفردي ومن ثم زيادة الدخل القومي، وهذا يتم عن طريق دفع المتغيرات و العوامل السياحية في المجتمع للنمو و التطور بأسرع معدل من النمو

الطبيعي ووفق استراتيجيات قصيرة المدى ومتوسطة و طويلة المدى وبناء عليه فان التنمية المستدامة تمثل ركيزة أساسية لتحقيق التنمية السياحية المتواصلة المستدامة (لغريبي، 2016، الصفحات 11-12).

- مختلف البرامج التي تهدف إلى تحقيق الزيادة المستقرة المتوازنة في الموارد السياحية وتعميق وترشيد الإنتاجية في القطاع السياحي (الجلاد، 2002، صفحة 43) .

لا يوجد تعريف محدد للتنمية السياحية فهي تعرف بناء على الأسس التي تقوم عليها والأهداف التي تسعى لتحقيقها كما يعرفها البعض على أنها مختلف البرامج التي تهدف إلى تحقيق الزيادة المستقرة المتوازنة في الموارد السياحية وتعميق وترشيد الإنتاج في القطاع السياحي.

### 3. أنواع التنمية السياحية: تتمثل فيما يلي: (دعبس، 2007، صفحة 400)

#### أ. التنمية السياحية الشاملة :

هي التنمية في جميع الجوانب السياحية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية والبيئية والحضارية والسكانية الموجودة في البلاد، ويستلزم لها الكثير من الأموال والجهود البشرية.

#### ب. التنمية السياحية المستدامة:

يقصد بها العمل على استخدام الموارد البيئية السياحية الطبيعية والثقافية والاجتماعية، والمحافظة على كل هذه الموارد لأنها هي ملك للأجيال المتعاقبة.

#### ج. التنمية السياحية المحلية:

تعني الارتقاء بخدمات البنية الأساسية التحتية من حيث شبكات الطرق والاتصالات والنقل، وتطوير مناطق الجذب السياحي والمساعدة في جذب العمالة من الريف إلى مناطق المقاصد السياحية.

#### د. التنمية السياحية الإقليمية

أي التركيز على تطوير الطرقات والمعايير الإقليمية والدولية وتأمين هذه الطرق ومدّها بكافة الخدمات كمحطات البنزين وتوفير خدمات الاتصالات وتبني سياسات سياحية وتشريعات من شأنها تفعيل السياحة البيئية بين دول المقاصد السياحية كما هو الحال في الدول العربية والاتحاد الأوروبي.

#### هـ. التنمية السياحية الدولية:

وهي تطوير وتفعيل البرامج والاتفاقيات الدولية بين العديد من الدول المجاورة بتقديم تسهيلات في النقل والتنقل و تسيير إجراءات الدخول والخروج للسائحين و المشاركة في التنظيمات والهيئات والاتحادات السياحية الدولية للاستفادة من التسهيلات المعرفية و الإدارية و التبادلات السياحية (دعيس، 2007، صفحة 400).

ثانيا: عوامل وأهداف التنمية السياحية:

تسعى الأمم بمختلف مستوياتها إلى تحقيق الأهداف والعوامل المؤثرة في إحداث التنمية السياحية، وهذا ما يتضمنه هذا العنصر:

### 1. عوامل التنمية السياحية: تتمثل عوامل التنمية السياحية فيما يلي: (متلف، 2016، الصفحات 18-19)

أ. العامل الأول: تعد السياحة نشاطا اقتصاديا، بمعنى أن الدخل السياحي يتزايد في الأقاليم أو الدول السياحية التي تستطيع توفير كافة أو معظم خدمات ومتطلبات صناعة السياحة بها، ويقل هذا الدخل تبعا لمستوى ودرجة الاكتفاء الذاتي التي تتمتع بها الأقاليم في هذا المجال.

ب. العامل الثاني: تتأثر السياحة بعامل الأسعار خاصة أسعار السفر والخدمات السياحية ومستوى الدخل المادي للأفراد بصورة كبيرة، فتزيد تكاليف الرحلة السياحية إلى إقليم معين، ينتج عنه ضعف الإقبال على السفر إلى هذا الإقليم من أجل السياحة.

ج. العامل الثالث: خاصية التغير الكبير للطلب السياحي، والذي يتأثر بعوامل خارجية لا يمكن التنبؤ بطبيعتها وبمجموعها، خاصة وأن نمط السياحة الدولية التي يقطع فيها السياح مسافات طويلة للوصول إلى المكان المقصود يتسم بارتفاع التكاليف.

د. العامل الرابع: عدم قابلية المنتج السياحي للتخزين كما في العديد من الصناعات، خاصة وأن السياحة تتصف بالموسمية في معظم الأوقات، مما يؤدي إلى عدم ثبات مستويات التشغيل في صناعة السياحة.

هـ. العامل الخامس: صعوبة استقطاب السياح وتعذر ضمان جذبهم سنويا إلى نفس الإقليم السياحي لكثرة المغريات السياحية في أقاليم العالم المختلفة، لذا يسعى العاملون في القطاع السياحي إلى خلق رضى دائم عند السياح على أمل عودتهم مرة أخرى لأداء الفعل السياحي.

### 2. أهداف التنمية السياحية:

تتعدد أهداف التنمية السياحية ولكن في الغالب يمكن تصنيفها إلى قسمين أهداف عامة وأهداف محددة وسنجيزها فيما يلي: (

لعريجة، 2013، صفحة 11)

أ. أهداف عامة: وهي تشمل كل ما تسعى التنمية السياحية إلى تحقيقه بصفة عامة مثل:

- تحقيق نمو سياحي متوازن.
  - زيادة فرص العمل.
  - الحفاظ على تنمية نصيب الدولة من الأسواق السياحية في مواجهة المنافسة الدولية.
  - زيادة الدخل السياحي الإجمالي.
  - تنمية البنية الأساسية وتوفير التسهيلات اللازمة لمزوار والمقيمين بالدولة.
- ب. أهداف محددة: وتمثل تلك الأهداف التفصيلية للأهداف العامة السابقة، حيث تحدد بنسبة مئوية يراد تحقيقها سنويا أو أقل وهي بذلك تسهل عملية قياس معدلات الأداء، ولبلوغ الأهداف السابقة هناك مجموعة من المحاور التالية :
- **زيادة عدد السائحين:** تسعى الدول من خلال سياسات التنمية السياحية إلى زيادة أعداد السائحين الوافدين إليها، سواء كان من الأسواق التقليدية أو من خلال فتح أسواق جديدة.
  - **تمديد متوسط مدة الإقامة:** وذلك من خلال تحسين وتطوير المناطق السياحية التقليدية أولا ثم التركيز على إنشاء مناطق جديدة تكون مزودة بكافة المستلزمات وبأسعار تنافسية مقارنة بما يقدمه الآخرون ومن ثمة يتحقق الرضا النفسي للسائحين مما يرفع من متوسط مدة إقامتهم بدولة العرض السياحي.
  - **زيادة متوسط الإنفاق اليومي للسائح:** نظرا لمدور الذي يساهم في زيادة الناتج الاقتصادي من السياحة فإن كل دولة تسعى إلى الرفع من مستوى الإنفاق اليومي للسائح من خلال التركيز على جانب السائح ذوي الدخل المرتفعة أو العمل لزيادة الطلب عن طريق إعداد مختلف المناطق السياحية وتجهيزها بمراكز البيع والاهتمام بكافة مجالات إنفاق السائحين.
  - **الزيادة المستمرة في استخدام المكون الوطني من سلع وخدمات في عمليات البناء وإدارة الكيان السياحي:** إن معظم الدول السياحية تحرص على استخدام مواردها المحلية عند إقامة وترشيد وصيانة مكونات العرض السياحي بها.
  - **المساهمة الفعالة في حل المشكلات الاقتصادية والاجتماعية:** إن نجاح أو فشل السياحة في أي دولة يقاس بمدى قدرتها على التفاعل مع مشاكل المجتمع ومساهمتها في حل مختلف المشاكل الاقتصادية والاجتماعية التي تواجهها الدولة كخلق فرص عمل متزايدة ومستقرة أو تنمية مناطق نائية أي تحقيق تنمية إقليمية متوازنة فضلا عن دورها الرئيسي المتمثل في دعم ميزان المدفوعات وخلق العملات الصعبة ( لعريجة، 2013، صفحة 12).

ثالثا: مراحل وأهمية التنمية السياحية

لقد تناول هذا الموضوع العديد من الباحثين وتطرقوا إلى المراحل وأهمية التنمية السياحية، ومضمون هذا العنصر يوضح كل ما سبق.

### 1. مراحل التنمية السياحية:

تمر التنمية السياحية بعدة مراحل وقدم في ذلك مختلف الباحثين نماذج متنوعة لتحليل الظاهرة، نموذج "موسيك" الذي قسم مراحل التنمية السياحية إلى أربع مراحل وهي: (لغريبي، 2016، صفحة 13)

أ. **مرحلة الاكتشاف:** حيث يتم اكتشاف القدرات السياحية للمقصد السياحي.

ب. **مرحلة النمو:** وفيها يبدأ تطوير الموارد السياحية للمنطقة بشكل تدريجي.

ج. **مرحلة الانطلاق:** وفيها تأخذ الدولة بمبدأ التخطيط والتوسيع السياحي.

د. **مرحلة النضج:** حيث تظهر المنطقة على الخريطة السياحية وفيها يتكامل النشاط السياحي من خلال توافر عناصر الجذب السياحي والتسهيلات، ويؤخذ على هذا النموذج توقفه عند مرحلة النضج السياحي وعدم تحليله إلى عوامل سلبية قد تؤدي إلى عدم استمرار النمو، وبالتالي احتمال دخول المنطقة في مرحلة التدهور والانحدار نتيجة لتوجه السائحين إلى مناطق سياحية منافسة، لذا جاء نموذج "بتلر" سنة 1980م وقد حدد هذا النموذج ست مراحل للتنمية السياحية وهي:

- الاكتشاف.

- المشاركة.

- التطور.

- النضج.

- الثبات أو الركود.

- التجديد أو التدهور.

يتشابه نموذج "بتلر" مع دورة حياة المنتج، فالمرحلة الأولى تبدأ باكتشاف المنطقة السياحية الجديدة، ومع تزايد إقبال السائحين على المنطقة، تبدأ مرحلة المشاركة فتظهر مجموعة من الخدمات والتسهيلات، ثم تبدأ مرحلة الانطلاق، حيث يتم توفير الخدمات بشكل مكثف للسائحين لخدمة الأعداد المتزايدة، ثم تأتي بعد ذلك مرحلة التطور والنمو، وإذا ما استمر النمو مع مبدأ تحقيق التوازن، تصل المنطقة إلى مرحلة النضج وتلي هذه المرحلة مرحلة الثبات فلا تشهد المنطقة النمو المتزايد للسياح بل يتوقف النمو عند حد معين من السائحين، وفي هذه المرحلة إن لم تظهر في المنطقة تنمية جديدة تعتمد على مقومات سياحية جديدة، فإنها تتجه نحو الانحدار

والتدهور، لذلك فإن الإدارة السليمة للنشاط السياحي في كافة مراحل التنمية تتمثل في تجنب المنطقة الوصول إلى مرحلة الانحدار، نقلها إلى مرحلة جديدة من التنمية المتوازنة المتواصلة التنمية المستدامة (لغريبي، 2016، صفحة 14).

## 2. أهمية التنمية السياحية:

تكتسي التنمية السياحية أهمية متزايدة ويترتب عليها مجموعة من التأثيرات التنموية على مختلف الأصعدة الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والسياسية نذكرها في: ( لعريجة، 2013، صفحة 12)

### أ. التنمية السياحية والتنمية الاقتصادية:

يؤثر رواج صناعة السياحة بشكل مباشر على اقتصاد ورواج الصناعات والأنشطة المرتبطة بها فالإنفاق على الخدمات والسمع المرتبطة بنشاط السياحة يؤدي إلى انتقال أموال من جيوب السائحين إلى جيوب أصحاب هذه الخدمات والسمع والمشتغلين بها، فكلما زاد تدفق حجم الحركة السياحية زاد الإنفاق العام على السلع الاستهلاكية وبالتالي إلى ارتفاع معدلات الادخار مما ينشط هذه الصناعات والخدمات المتصلة بصناعة السياحة سواء بالطريق المباشر أو غير المباشر الأمر الذي يؤدي إلى اتساع نطاق العمل في هذه الصناعات والخدمات المرتبطة بها والمتصلة بصناعة السياحة.

توسيع قاعدة التوظيف وذلك عن طريق أنشأ فرص جديدة لمعمل في القطاع السياحي والقطاعات المرتبطة بها، المساهمة في التنمية الحمية والعمرائية وذلك عن طريق تنمية مناطق جديدة للجذب السياحي في مجالات مختلفة، ويسهم هذا في تحقيق نمو متوازن على الاقتصاد الكمي وفي تحقيق العدالة في توزيع الدخل القومي بين الأقاليم السياحية المختلفة ( لعريجة، 2013، صفحة 13)

### ب. التنمية السياحية والتنمية الاجتماعية:

- تعمل على رفع مستوى معيشة المجتمعات والشعوب وتحسين نمط حياتهم .

- تساعد على تطوير الأماكن والخدمات العامة بدولة المقصد السياحي.

- تساعد على رفع مستوى الوعي بالتنمية السياحية لدى فئات واسعة من المجتمع.

- تنمي لدى المواطن شعوره بالانتماء إلى وطن وتزيد من فرص التبادل الثقافي والحضاري بين كل من المجتمع المضيف والزائر.

### ج. التنمية السياحية والتنمية الثقافية:

- تعمل على تنمية الوعي الثقافي لدى المواطنين .

- توفر التمويل اللازم لمحافظة على تراث المباني والمواقع الأثرية والتاريخية.

- تعمل على تنمية عملية تبادل الثقافات والخبرات والمعلومات بين السائح والمجتمع المضيف، والذي يمكن أن نطلق عليه مصطلح "الحوار بين الحضارات".

د. التنمية السياحية والتنمية البيئية: ويمكن ذكر أهميتها في النقاط التالية:

- تحافظ على البيئة ومكوناتها والارتقاء بها ومنع تدهورها أو تلوثها.

- تساعد على إنشاء المنتزهات.

- تحقيق إدارة جيدة للنفايات للتخلص منها بشكل عملي سليم.

- تزيد من الوعي البيئي لدى أفراد المجتمع المضيف .

هـ. التنمية السياحية والتنمية السياسية: وتتمثل فيما يلي:

- تعمل على تحقيق الحوار ومعرفة الآخر وتساعد على التفاهم بين شعوب الدول المختلفة وتنتشر مبادئ السلام العالمي.

- تساعد على تدعيم أواصر الصداقة بين شعوب دول العالم من خلال العلاقات الودية التي تنشأ بين دول العالم المختلفة.

### المطلب الثالث: أهم عناصر الجذب السياحي

كل دولة تتبع عناصر معينة لجذب السياح، وبالتالي رفع في النشاط السياحي لتلك الدولة وتنميتها، وهذا المطلب يوضح ما معنى الجذب السياحي وعناصر جذبه.

#### أولاً: مفهوم الجذب السياحي

يشمل جميع مناطق الترويج والتسليّة والمتعة التي يبحث عنها السائح وزيادة القناعة والرضا بالتجربة السياحية وقد تكون منطقة ذات الملامح المميزة أو موقع سياحي فريد يمكن الوصول اليه بسهولة من قبل الجماهير السياحية على مدار السنة.

يقول ميدل تون في الجذب السياحي: إنه مواقع سياحية معروفة اشتهرت بتصميمها الفريد يديرها جهاز إداري متخصص وإن الهدف من وجودها زيادة المتعة وثقافة الفرد، ويشمل الجذب السياحي عناصر مهمة هي العنصر الديناميكي المتحرك (السائح) والعنصر الثابت (الموقع) والعنصر الثالث هو (النقل) لأنه الرابط بين الانسان والمكان (علي و الحسيني، 2019).

#### ثانياً: عناصر الجذب السياحي

وتقسم عناصر الجذب السياحي الى (علي و الحسيني، 2019):

#### 1. عناصر الجذب الطبيعية:

وتتضمن كافة القيم الجمالية الطبيعية من طبيعة الأرض، امتداد البحار والبحيرات والانهار والسهول والصحراء وغيرها.

## 2. عناصر الجذب من صنع الانسان:

كالأثار التاريخية طريقة معيشة الشعوب وعاداتها وتقاليدها كما تتضمن هذه العناصر أيضا الكنوز الأثرية والمادي وعلى سبيل المثال يمكن تصنيف عناصر الجذب تبعا للهدف أو الدافع الى عدة تقسيمات يمكن إيجازها فيما يلي: (علي و الحسيني، 2019)

أ. **مرغبات تاريخية:** وتتضمن المناطق القديمة واماكن الحضارات واماكن الاحداث التاريخية.

ب. **مرغبات ثقافية / عرقية:**

وتشمل طريقة حياة الشعوب ومعيشتهم وقد يرى البعض ان هذا العنصر لا يعد من العناصر الجاذبة للسياحة كالعناصر الاخرى إلا انه قد لوحظ ان العديد من الدوافع السائحين لزيارة لبلد معين هو التعرف على العادات وتقاليدها شعب هذا البلد كيف يعيشون وماذا يلبسون يأكلون الى غير ذلك.

ج. **مرغبات علاجية واستشفائية:**

وتعتبر المنتجات العلاجية من اوائل المراكز العلاجية التي عرفت كعنصر من عناصر الجذب السياحي.

د. **مرغبات الدينية:**

وتشمل المناطق الدينية المقدسة واماكن الاحداث الدينية.

هـ. **مرغبات الاعمال:**

وتتركز في المدن الكبرى وبخاصة ومدن وعواصم الدول الصناعية الكبرى او الدول المتقدمة حيث تتوفر كافة الخدمات والتسهيلات لرجال الاعمال لعقد الصفقات الكبرى.

ثالثا: **مقومات الجذب السياحي:** تتمثل في:

## 1. المقومات الطبيعية: تشمل

أ. **المناخ:** هو اختيار السائحين او انتقالهم الى مناطق الدافئة في الشتاء والاماكن الجبلية والشواطئ والبحار صيفا.

ب. **عيون المياه المعدنية:** وقد اكتشف الانسان منذ القدم مزايا المياه المعدنية في العلاج والاستشفاء، فلا يقتصر ارتياد هذه العيون فقط المرضى بل وحتى الاصحاء الذين يريدون اراحة اعصابهم واسباب الراحة والمتعة.



2. المقومات التاريخية والاثريّة: التعرف على الحضارات والتاريخ الانساني من خلال المعالم الاثريّة يعتبر متعة ذهنية رفيعة، والمفهوم الصحيح هو وسيلة لزيادة فهمنا لنفوسنا وأكثر فهمنا للمستقبل من خلال التطلع.

3. المقومات الاجتماعية والدينية: المقومات الاجتماعية هي طريقة حياة الشعوب تجمع بين القديم الرائع والحديث المتقدم، المقومات الدينية هي الاماكن المقدسة والمساجد والمزارات والكنائس.

4. المقومات الحديثة: تمثل علامات التطور الحضاري مثل المشروعات الضخمة ذات التأثيرات والتحويلات الاقتصادية والاجتماعية في المجتمعات مثل السد العالي وقناة السويس في مصر (علي و الحسيني، 2019).

المبحث الثاني: مساهمة الدول الأجنبية في تطوير القطاع السياحي

أدى الانتشار السريع لأزمة فيروس كورونا وإجراءات السلامة التي نادى بها منظمة الصحة العالمية إلى نتائج سلبية كانت تداعياتها وخيمة على قطاع السياحة العالمي، إذ دفعت التدابير الاحترازية لمكافحة فيروس كورونا إلى الغلق التام للعديد من الوجهات السياحية الدولية الذي دفع بالعديد من دول العالم والتي من بينها (فرنسا، إسبانيا، إيطاليا، ألمانيا واليونان) إلى استغلال كافة الإمكانيات السياحية الداخلية باعتبارها أداة فعالة لتطوير قطاع السياحة، والمساهمة في الرفع من الناتج الوطني عن طريق تشجيع المقيمين داخل أراضيها على ممارسة الأنشطة السياحية بمختلف أنواعها، وبما يتماشى مع الظروف الصحية المحيطة، كما يعتبر تطوير السياحة الداخلية محركاً لإنعاش السياحة الدولية لأن تطوير المرافق السياحية الوطنية يعمل على تطوير الطاقة الاستيعابية مما يدفع إلى جلب السياح الأجانب، وهذا ما توضحه مطالب هذا المبحث التالية.

**المطلب الأول: تأثير أزمة فيروس كورونا على قطاع السياحة.**

**المطلب الثاني: تجارب دولية رائدة لتنشيط السياحة الداخلية لمواجهة أزمة فيروس كورونا.**

**المطلب الثالث: الحلول المتبعة لتنشيط السياحة الداخلية.**

**المطلب الأول: تأثير أزمة فيروس كورونا على قطاع السياحة.**

أدى فيروس كورونا كغيره من الأزمات الى تأثير سلبي على قطاع السياح العالمي من خلال تقييد حركة السياح وبخاصة السياح الدوليين مما أثر سلبي على الإيرادات السياحية هذا ما دفع بالقطاع السياحي العالمي الى أن يحقق معدلات نمو سلبية في سنة 2020 بعدما أن حققت السياحة منحنى متصاعد من حيث المساهمة في توليد الناتج في العشر سنوات الأخيرة، حيث أدى وصف الوضعية العالمية من قبل منظمة الصحة العالمية يوم 11 مارس 2020 بجائحة إلى اتخاذ موجة تدابير وفرض قيود على السفر بأشكال مختلفة ووضعت هذا القطاع في موقف صعب ووفقا لمنظمة السياحة العالمية ما بين 217 وجهة حول العالم: ( حيرش و مسموس، 2021، صفحة 64)

1. أغلقت 45% حدودها كليا أو جزئيا في وجه السياح لا يسمح للركاب بالدخول.
2. -أغلق 30% من الدول الرحلات الدولية كليا أو جزئيا تم تعليق جميع الرحلات الجوية .
3. منعت 18 % دخول المسافرين من دول محددة أو الركاب الذين عبروا من خلال وجهات معينة .
4. طبقت 7% إجراءات مختلفة مثل الحجر الصحي أو العزل الذاتي لمدة 14 يوما وإجراءات التأشيرة .
5. كما أثرت على توافد السياح الدوليين، وعلى الإيرادات السياحية، والعمالة.

**المطلب الثاني: تجارب دولية رائدة لتنشيط السياحة الداخلية لمواجهة أزمة فيروس كورونا.**

سعت العديد من دول العالم الى تدارك الوضع السياحي الرهن بمحاولة التخفيف من الآثار السلبية لإجراءات العزل الصحية التي أوصت بها منظمة الصحة العالمية وهذا من خلال استغلال كافة الإمكانيات السياحية المحلية والعمل من خلالها على تجاوز أزمة فيروس كورونا عن طريق تشجيع ودعم السياحة الداخلية وهذا عن طريق القيام ببرامج هدفها تشجيع المواطن المحلي على التعرف على بلده وفيما يليه نريد بعض التجارب التي تبعتها بعض البلدان متمثلة في: (فرنسا، إسبانيا إيطاليا، ألمانيا، اليونان): ( حيرش و مسموس، 2021، صفحة 68)

**أولا: أهمية القطاع السياحي لدول العينة:**

تتمتع السياحة في الدول الأوروبية بمكانة مهمة بسبب الإمكانيات المتوفرة التي تتوفر في هذه الدول بمن عكس إيجابا على عدد الليالي السياحية بها ومساهمة قطاع السياحة في التوليد الناتج وتوظيف عدد كبير من اليد العاملة. ( حيرش و مسموس، 2021، صفحة 68)

**1. عدد الليالي السياحية في دول العينة في 2019:**

جدول 1-2: عدد الليالي السياحية في دول العينة في سنة 2019:

البلد	عدد الليالي السياحية (ألف ليلة)
فرنسا	446467
إسبانيا	469462
إيطاليا	434062
ألمانيا	436955
يونان	119515

المصدر: ( حيرش و مسموس، 2021، صفحة 68)

يظهر هذا الجدول أعلاه عدد الليالي السياحية في بعض الدول الأوروبية خلال سنة 2019 فمن خلال قراءة سريعة للجدول تبين لنا أن هذه الدول تعتبر وجهات سياحية عالمية وهذا نظير العدد الكبير لعدد الليالي السياحية الذي تم تسجيله في سنة واحدة إذ حققت تلك الدول الأرقام تجاوزت 400 مليون ليلة سياحية ما اليونان التي قاربت 120 مليون ليلة سياحية عدا.

ثانيا: مساهمة السياحة في تكوين الناتج الداخلي الاجمالي

يوضح جدول الموالى مقدار مساهمة قطاع السياحة في تكوين الناتج الإجمالي في (فرنسا، اسبانيا، ايطاليا المانيا، اليونان) سنة

2019:

الجدول 1-3: مساهمة السياحة في تكوين الناتج الداخلي الإجمالي في دول العينة سنة 2019.

البلد	Gdp المولد من السياحة مليار دولار	نسبة المساهمة في Gdp%	نسبة النمو في قطاع السياحة مقارنة ب سنة 2018	نسبة الإنفاق المحلي %	نسبة الإنفاق الخارجي %	نسبة الإنفاق على السياحة بهدف التسلية %	نسبة الإنفاق على السياحة بهدف العمل %
فرنسا	229	8.5	1.9	66	34	80	20
إسبانيا	198	12.8	1.8	44	56	89	11
إيطاليا	260	13.1	2.2	76	24	81	19
ألمانيا	347	9.8	1.8	86	14	83	17
اليونان	187.5	9.7	12.1	32	68	95	5

المصدر: ( حيرش و مسموس، 2021، صفحة 69)

يظهر لنا من خلال الجدول أعلاه المساهمة المعتبرة لقطاع السياحة في توليد الناتج الإجمالي في دول العينة إذ بلغت في ألمانيا مع مقدار 347 مليار دولار وهو ما يمثل 9.8% من الناتج الإجمالي لدولة ألمانيا أما أعلى نسبة مساهمة فقط سجلت في إيطاليا بما مقداره 13.1% وهو ما يمثل 260 مليار دولار أما أقل نسبة مساهمة في عام 2019 فقد تم تسجيلها في فرنسا بنسبة مساهمة قدرت ب 8.5% وهو ما يعادل 229 مليار دولار، أما أقل مساهمة في الناتج فقد تم تسجيلها في اليونان بقيمة 187.5 مليار دولار بنسبة مساهمة قدرت ب 9.7%، وفي إسبانيا تم المساهمة في الناتج ب 198 مليار دولار وهو ما يمثل 12.8% من الناتج الإجمالي الإسباني، كما حقق قطاع السياحة معدلات نمو ايجابية سنة 2019 مقارنة بسنة 2018 وسجلت أعلى نسبة في اليونان بما مقداره 12.1%، أما بقية الدول فقد حققت معدلات النمو تتراوح ما بين 1.8% في كل من إسبانيا وألمانيا و 1.9 و 2.2% في فرنسا وإيطاليا على التوالي.

ثالثاً: مساهمة القطاع السياحة في توظيف اليد العاملة:

في دول العينة في سنة 2019 يوضح الجدول الموالي مساهمة قطاع السياحة في توظيف اليد العاملة في سنة 2019 في (فرنسا اسبانيا إيطاليا المانيا واليونان): ( حيرش و مسموس، 2021، صفحة 69)

الجدول 1-4: مساهمة القطاع السياحي في توظيف اليد العاملة في دول العينة سنة 2019.

البلد	عدد العمال (ألف عامل)	نسبة مساهمة من إجمالي اليد العاملة
فرنسا	2691.6	8.9
إسبانيا	2855.7	14.4
إيطاليا	3499.3	15
ألمانيا	5872.6	13
اليونان	824.7	21.1

المصدر: ( حيرش و مسموس، 2021، صفحة 69)

من خلال الجدول أعلاه يتضح لنا الأهمية التي يتمتع بها قطاع السياحة في توظيف اليد العاملة فمن خلال قراءة سريعة لبيانات الجدول نلاحظ أن أعلى نسبة مساهمة لقطاع السياحة من إجمالي اليد العاملة قد تم تسجيلها في اليونان والتي قدرت به 5/1 من إجمالي اليد العاملة اليونانية وهو ما يعادل 82,4700 عامل اما أكبر عدد لليد العاملة فقط تم تسجيله في ألمانيا ب 5.8 مليون عامل وهو ما يمثل 13% من إجمالي اليد العاملة، اما باقي الدول المتماثلة في (فرنسا إسبانيا وإيطاليا) فقد سجلت نسب مساهمه في توظيف اليد العاملة في قطاع السياحة ما يمثل 14,8.9، 15% على التوالي وهو ما يعادل 2.6916 مليون عامل في إسبانيا و 3.4993 مليون عامل في إيطاليا ( حيرش و مسموس، 2021، صفحة 69).

#### ثانيا: آثار جائحة كورونا على قطاع السياحة في دول العينة

أدت إجراءات الغلق المتبعة الى تقييد وحصر الأنشطة سياحية وبخاصة الأنشطة السياحية الدولية وهو ما أثر سلبا على تدفقات السياحة الأجنبي وبالتالي تأثير سلبا على الإيرادات المالية من العملة الصعبة.

#### 1. حجم توافد أعداد السياح الدوليين الى بلدان العينة:

تم تسجيل تراجع حاد في توافد السياح الدوليين في دول العينة في سنة 2020 مقارنة بسنة 2019 -72.4% إلى -61.6% و-64.2% و-78.8% في إسبانيا وإيطاليا وألمانيا واليونان على التوالي، وهو ما يعكس الإجراءات والقيود الصارمة التي طبقت على سفر الدولي والتي زادت حدتها في الثلاثي الثاني من سنة 2020 ووصلت الى حد الإغلاق التام في إسبانيا شهري أبريل وماي وتجاوزت بالتالي نسبة تراجع السياح عتبة التسعين بالمئة في دول العينة خلال أغلب فترات الثلاثي الثاني من سنة 2020 مقارنة من سنة 2019.

## 2. تراجع المداخيل من العملة الصعبة في قطاع السياحة:

وفق بيانات منظمة السياحة العالمية قد تم تسجيل تراجع في المداخيل المتأتية من العملة الصعبة من قطاع السياحة خلال سنة 2020 في دول العينة قدره 100 - 49.4 - 70.6 - 67.7 - 43.6 و 87.5% في كل من فرنسا، إسبانيا، إيطاليا، ألمانيا، واليونان على التوالي، وهذا كنتيجة حتمية لتراجع توافد السياحة الدوليين بسبب إجراءات القلق الصارمة التي تم تطبيقها والتي بلغت أقصى درجاتها في الثلاثي الثاني من عام 2020 بسبب الارتفاع في عدد الحالات المصابة كورونا على المستوى العالمي، إذ في نصف الثاني تراجعت الإيرادات السياحية ب - 65%، فمتوسط في دول العينة وبلغت في إسبانيا - 100% شهري أبريل وماي.

### المطلب الثالث: الحلول المتبعة لتنشيط السياحة الداخلية

اتبعت (فرنسا، إسبانيا، إيطاليا، ألمانيا واليونان) إجراءات متنوعة بهدف تنشيط السياحة الداخلية لمواجهة الآثار السلبية لجائحة فيروس كورونا تمثلت فيما يلي: (حيرش و مسموس، 2021، صفحة 71)

#### أولاً: تجربة فرنسا واليونان

##### 1. تجربة فرنسا:

أطلقت الحكومة الفرنسية حملة (هذا الصيف أزور فرنسا) وهذا بهدف تسليط الضوء على تنوع الوجهات السياحية في جميع أنحاء البلاد لتشجيع المواطنين الفرنسيين على إعادة اكتشاف ثقافتهم الخاصة وتراثهم العريق وهذا عن طريق التعاون مع عدد من شركات السياحة كجزء من استراتيجية لتعزيز الطلب على السياحة المحلية وهذا عن طريق تخصيص ما مجموعة 60 وجهة مؤسسة وشركة سياحية ولقد التزم الشركاء بهذه الحملة بغية دعم انقطاع السياحة والاقتصاد الفرنسيين على حد سواء.

##### 2. تجربة اليونان:

خصصت الحكومة اليونانية 30 مليون أورو (36 مليون دولار أمريكي) للسياح المحلية وهذا من خلال دعم العطل المواطنين من خلال تبني برنامج سياحي "السياحة للجميع" لفئات الدخل المنخفض وفئات المؤهلة هي الفئات التي دخلها 16,000 أورو سنويا مدة البرنامج 06 أشهر من 15 جويلية الى 31 ديسمبر مع إمكانية التمديد، كما يقوم البرنامج على إقامة لمدة 04 أيام في فندق مسجل في البرنامج ومن المتوقع من خلال البرنامج توفير إقامة بحوالي مليون ليلة وتوزيع 250,000 قسيمة السياحة اجتماعية للمواطنين اليونانيين كذلك قامت اليونان بتحفيز السياحة الداخلية من خلال تبني برنامج آخر وهو قسائم السفر عن طريق منحة عطلة ب 300 أورو 360 دولار أمريكي لموظفي القطاع الخاص من أجل تشجيع المواطنين على السفر.

ثانيا: تجربة إيطاليا وإسبانيا وألمانيا

### 1. تجربة إيطاليا:

وافقت إيطاليا على منح مكافحات في العطل للعائلات في ظل ظروف معينة من شأنها السماح لهم بالسفر داخل البلاد وإعادة تنشيط الطلب إذا تقدمت المكافأة من خلال المساهمة تصل الى 500 أورو 600 دولار أمريكي للإقامة في الفنادق المعسكرات وقرى العطلات وبيوت المزارع والمبيت والإفطار في إيطاليا والمستفيدون هم عائلات ذات الدخل يصل الى 4000 أورو يعني 47,800 دولار أمريكي ويعتمد مبلغ المكافأة على عدد أفراد الأسرة من 150 أورو الى 500 أورو 180 الى 600 دولار أمريكي ومكافأة عادة تكون صالحة من 01 جويلية الى 31 ديسمبر 2020 وستكون صالحة وقبل الإنفاق في شكل رقمي فقط وستكون المكافأة قبل الاستخدامات إلكترونية 80 بالمئة في شكل خصم فوري لسداد الخدمات التي يقدمها صاحب الفندق بينما قد تم تفرغ 20% المتبقية كخصم ضريبي عند تقديم التقرير الضريبي بواسطة فرد من الأسرة عن الإقامة بفاتورة إلكترونية أو تجارية.

### 2. تجربة إسبانيا:

قامت الحكومة الإسبانية سنة 2020 بإطلاق حملة سياحية داخلية تحت شعار (اكتشاف اللامعقول) اذ تم الترويج لها عن طريق وسائل التواصل الاجتماعي بغية تشجيع السياحة الداخلية .

### 3. تجربة ألمانيا:

قامت ألمانيا بتخفيض ضريبة TVA بهدف الدعم صناعة السياحة والضيافة ( حيرش و مسموس، 2021، صفحة 72).

### ثالثا: الأنشطة الداخلية المشجعة للسياحة الداخلية

أدت الإجراءات المحفزة للسياحة الداخلية في الدول الأوروبية المتمثلة في (فرنسا، إسبانيا، إيطاليا، ألمانيا واليونان) في ظل التداعيات التي خلفها وباء كورونا على قطاع السياحة الى التأثير إيجابيا على مختلف الأنشطة المشجعة على ممارسة السياحة والتي تمثلت في:

#### 1. الأنشطة السياحية الممارسة عن طريق الفنادق:

قامت المؤسسات الفندقية في (فرنسا، إسبانيا، إيطاليا، ألمانيا، واليونان) بممارسة أنشطة سياحية تمثلت في السماح للمقيمين بقضاء عطل الإقامة وتخصيص مساحات للتخييم، وحظائر لسيارات، وحظائر المقطورات بداية من ماي 2020 مما أدى الى انتعاش مختلف الأنشطة السياحية.



## 2. ممارسة الأنشطة السياحية خارج المؤسسات الفندقية

سمحت (فرنسا، إسبانيا، إيطاليا، ألمانيا، واليونان) بممارسة أنشطة السياحة الداخلية دون الاستعانة بالفنادق من خلال قضاء إجازات تخصيص مساحات للتخييم للسيارات للترفيه، وحظائر للمقطورات خارج إشراف الفنادق مما أدى الى تسجيل أعداد هامة من الأنشطة السياحية.

## 3. نتائج السياسة المتبعة على قطاع السياحة

ساهمت السياسة المتبعة من قبل دول العينة في التخفيف من الآثار السلبية غير المرغوب فيها ومحاولة تجنب السقوط الحاد في مؤشرات السياحة من خلال المحافظة قدر الإمكان على مناصب العمل والمساهمة في الناتج الإجمالي لتلك الدول عن طريق محاولة تعويض ما تم خسارته من إنفاق السياح الأجانب وتعويضه بالإنفاق المحلي، كما أن تأثير وباء كورونا على السياحة الداخلية كان أقل من تأثيره على السياحة الخارجية بسبب الإجراءات الصارمة التي يطبق الضد دخول السياح الأجانب وهذا ما يظهر من خلال ارتفاع نسبة مساهمة الإنفاق المحلي في سنة 2020 على حساب الانخفاض في مستوى الإنفاق الأجنبي بالمقارنة عن ما كان عليه سنة 2019 إذا ارتفع في فرنسا 1% إسبانيا 19% إيطاليا 5% ألمانيا 2% واليونان 22% كما أن الانخفاض الذي سجل في إنفاق السياح المقيمين كان أقل من الانخفاض في إنفاق السياح الأجانب ففي فرنسا قدر انخفاض الإنفاق المحلي ب 50% أما الإنفاق الأجنبي فقد قدرت نسبة الانخفاض فيه ب 53% أما إسبانيا فقد سجلت انخفاضا في الإنفاق المحلي في سنة 2020 مقارنة بسنة 2019 50% أما الإنفاق الأجنبي فقد سجل تراجعاً قدر به 65% أما في إيطاليا فقد تراجع الإنفاق المحلي بما ب 50% أما الإنفاق الأجنبي فقط تراجع ب 72% كما تراجع الإنفاق المحلي في ألمانيا ب 52% أما الإنفاق الأجنبي فقد تراجع بنسبة أكبر قدر ب 58% كذلك اليونان تم تسجيل انخفاض في الإنفاق المحلي أقل حد من نسبة الانخفاض في الإنفاق الأجنبي إذ قدرت النسبتين ب 57% و 77% على التوالي.

المبحث الثالث: انعكاسات أزمة فيروس كورونا واستراتيجيات منظمة السياحة العالمية للنهوض بالقطاع السياحي.

كان لفيروس كورونا انعكاسات مختلفة على قطاع السياحة وهذا ما أدى بمنظمة السياحة العالمية بانتهاج استراتيجيات للنهوض بهذا القطاع وتنميته وهذا ما يحتويه مضمون هذا المبحث.

المطلب الأول: انعكاسات أزمة فيروس كورونا المستجد على قطاعات السياحة العربية والجهود التي تبنتها الحكومات العربية لدعم تعافي القطاع.

المطلب الثاني: استراتيجية منظمة السياحة العالمية للنهوض بالقطاع السياحي ومواجهة تبعات الجائحة العالمية كورونا.

المطلب الأول: انعكاسات أزمة فيروس كورونا المستجد على قطاعات السياحة العربية والجهود التي تبنتها الحكومات العربية لدعم تعافي القطاع.

انعكاسات أزمة فيروس كورونا المستجد على قطاعات السياحة العربية والجهود التي تبنتها الحكومات العربية لدعم تعافي القطاع تضرر عدد من الدول العربية من توقف أنشطة السياحة، لاسيما في إحدى عشرة دولة عربية، تأتي على رأسها كل من السعودية والإمارات ومصر وتونس والمغرب وفلسطين والأردن والكويت. بناء على ما تبنت الحكومات العربية حزم من السياسات تستهدف تخفيف التداعيات السلبية على قطاع السياحة، وضمان قدرة منشآتها على الوفاء بالتكاليف التشغيلية، وتمكنها من الإبقاء على العمالة لديها، تنوعت هذه التدخلات ما بين تسهيل نفاذ منشآت القطاع إلى خطوط الائتمان والسيولة بكلفة معسرة، وضمانات حكومية للبنوك للتوسع في إقراض هذا القطاع، وإعفاء منشآت القطاع من أقساط ومدفوعات الفائدة على القروض، وتأجيل الضرائب المستحقة عليها، وغيرها من التدخلات الأخرى.

تمتد فترة تعافي قطاع السياحة والسفر وعودتها إلى المستويات المسجلة قبل الأزمة لفترة تتراوح ما بين ثلاث إلى ست سنوات وفق تقديرات المنظمة العربية للسياحة والاتحاد العربي للنقل الجوي، تعتمد طول فترة التعافي المتوقعة على عدد من العوامل منها سرعة تعافي الاقتصاد العالمي، ومدى تنسيق دول العالم فتتعلق بتبني إجراءات صحية متناغمة، والفترة المتوقعة للوصول إلى لقاح، ومستويات عودة ثقة المسافرين، من المتوقع وفق فرضية "التعافي للحماية من الفيروس السريع" عودة نشاط قطاع السياحة والسفر في الدول العربية إلى المستويات المسجلة في عام 2019 خلال عام 2023، فيتوقع وفق فرضيتي "التعافي الواسطي"، و"التعافي البطيء" امتداد الفترة اللازمة لتعافي القطاع بين 2024 و2026 (إسماعيل و قاسم، 2020، صفحة 12).

المطلب الثاني: استراتيجية منظمة السياحة العالمية للنهوض بالقطاع السياحي ومواجهة تبعات الجائحة العالمية كورونا.

كان لابد على منظمة السياحة العالمية للنهوض بقطاع السياحي جراء تأثره بفيروس كورونا بتبناها لاستراتيجيات خاصة لتحقيق المطلوب.

أولاً: تفعيل دور منظمة السياحة العالمية لبعث السياحة بعد جائحة كورونا

يوضح هذا العنصر دور منظمة السياحة العالمية لبعث السياحة وتنميتها وإعادة تنشيطها بعد أزمة جائحة كورونا.

### 1. التعاون كاستراتيجية أساسية لمنظمة السياحة العالمية لمواجهة جائحة كورونا

أثبتت الوضعية الصحية العالمية بسبب جائحة كورونا أن مجال التعارف أضحى استراتيجية أساسية لمواجهة الأزمة الصحية العالمية سواء خلال فترة تفشيها، وحتى بعد تحكم بعض من مناطق العالم في نسبة انتقال العدوى، ولعل من أبرز الهيئات العالمية التي اتخذتها منظمة السياحة العالمية كهيئة أساسية للتعاون معها هي منظمة الصحة العالمية، من خلال تكتيف أوجه تبادل المعلومات والتطبيق الصارم للتوجيهات الصحية للمسافرين طيلة مدة سفرهم واقاماتهم في الوجهات المختارة، واعتبار مبدأ الحيطة والحذر كأهم مبادئ الحد

من تنفشي المرض و القضاء عليه، ومن مظاهر التعاون المستحدثة للنهوض بالقطاع السياحي ما بعد جائحة كوفيد-19 -توظيف التكنولوجيا ومحركات البحث العالمية قصد تطوير المعطيات السياحية وتوظيفها للنهوض بالقطاع السياحي، ولعل أبرز ما ورد بهذا الخصوص برنامج محرك البحث العالمي "جوجل" ومنظمة السياحة العالمية لتسريع السياحة في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا، ويهدف هذا التعاون الذي تم تصميمه لتعزيز الابتكار والتحول الرقمي والتخطيط في القطاع السياحي، باستغلال كل المعطيات الواردة ضمن هذا المحرك لأغراض سياحية بهدف رفع فعالية التخطيط السياحي خاصة في ظل الجائحة العالمية وتبعاتها. (عيسى، 2021، صفحة 08)

## 2. دعوة منظمة السياحة العالمية للعمل من أجل تخفيف وطأة -كوفيد-19-

يأتي دور منظمة السياحة العالمية من خلال هذه الاستراتيجية إلى الحرص على فرص العمل ودعم الاقتصاد بواسطة السفر و السياحة، ولتحقيق ذلك أعدت المنظمة وثيقة هامة ساهمت في وضعها اللجنة العالمية لأزمات السياحة والتي تتألف أساسا من منظمة السياحة العالمية، ممثلي عن دولها الأعضاء، منظمة الصحة العالمية، منظمة الطيران المدني الدولي، منظمة البحرية الدولية، القطاع الخاص، الأعضاء المنتسبين في المنظمة، مجلس المطارات الدولي، والرابطة الدولية لسنن الرحلات السياحية، والاتحاد الدولي للنقل الجوي، والمجلس العالمي للسياحة والسفر، تأتي هذه الخطوة إيمانا من منظمة السياحة العالمية على أن للسياحة أثر كبير على المستوى الاقتصادي والاجتماعي، ويمكن أن تشكل السياحة مصدر دفع وانتعاش لهذه القطاعات وفي خطط واجراءات مسطرة لتحقيق هذا الهدف، وعمدت لتحقيق ذلك إلى وضع توصيات الهدف منها هو دعم أقطاب ثالث تتمثل أساسا في دعم للحكومات، دعم لمقاطع الخاص ودعم المجتمع الدولي (عيسى، 2021، الصفحات 08-09).

### ثانيا: مجالات توصيات منظمة السياحة العالمية :

سطرت منظمة السياحة العالمية ثلاث توصيات استراتيجية للنهوض بالقطاع السياحي ومواجهة الأزمة الصحية العالمية وتبعاتها وجاءت هذه التوصيات متسلسلة الأهداف بمنطقية تحقق الغرض من وضعها خاصة وأنها تقوم على مبادئ باعتبار أن دعم السفر والسياحة هو دعم للعمالة وسيل العيش، وأن للسياحة قدرة مثبتة على النهوض من الكبوات ودفع انتعاش قطاعات أخرى، شملت هذه التوصيات، إدارة الأزمة والتخفيف من وطأتها، توفير الحوافز وتسريع الانتعاش، الاستعداد للمستقبل، ومن بين ما جاء في توصية إدارة الأزمة والتخفيف من وطأتها:

- تحفيز الاحتفاظ بالوظائف.
- تقديم الدعم للعاملين لحسابها الخاص.
- وحماية الفئات الأكثر تعرضا للمخاطر.

- دعم سيولة الشركات، إعادة النظر في الضرائب والرسوم والاقطاعات والنظم التي تؤثر على النقل والسياحة، ضمان حماية المستهلك وثقته.

- تعزيز تنمية المهارات، لاسيما المهارات الرقمية إدراج السياحة في حزم المساعدات خلال الطوارئ الاقتصادية الوطنية والإقليمية والعالمية لاستحداث آليات واستراتيجيات لتدبر الأزمات كما ورد ضمن التوصية توفير الحوافز وتسريع الانتعاش توفير حوافز الاستثمار والعمليات السياحية، إعادة النظر في الضرائب الرسوم والنظم وتسهيل السفر، التقدم في تسهيلات السفر، تعزيز إيجاد فرص العمل الجديدة لتنمية المهارات بما فيها المهارات الرقمية، إدراج استدامة البيئية في حزم التحفيز والانتعاش، فهم السوق والتصرف بسرعة لاستعادة الثقة، وتحفيز الطلب، تعزيز التسويق وفعاليات الاجتماعيات، الاستثمار في شركة، إدراج السياحة في برامج الانتعاش الوطنية والإقليمية والدولية وفي المعونة الإنمائية، ولعل أكثر التوصيات التي تمنا تماشيا مع موضوع العالم ما بعد كورونا هي توصية "الاستعداد للمستقبل" أي مواجهة الجائحة العالمية بالتفكير في المستقبل ووضع استراتيجيات تتماشى وتتجاوز الأزمة ولعل من أهم المقترحات التي وردت ضمن هذه التوصية هي: (عيسى، 2021، الصفحات 10-11)

- تنوع الأسواق والمنتجات.

- الاستثمار في نظم استطلاع الأسواق والتحول الرقمي.

- تعزيز إدارة السياحة على جميع المستويات.

- الاستعداد لأزمات، والتهيئة للمرونة، وضمان أن السياحة جزء من آلية ونظم الطوارئ الوطنية.

- الاستثمار في رأس المال البشري.

- إرساء السياحة المستدامة على نحو راسخ في جداول الأعمال الوطنية.

- الانتقال إلى الاقتصاد الدائري واعتماد أهداف التنمية المستدامة.

## الخلاصة:

حتى أوائل القرن العشرين لم تكن السياحة إلا ترفاً لكبار الأغنياء، ومحج المغامرات، وبعض الباحثين والمولعين بحب الآثار، وكانت تستغرق كل رحلة، في الأغلب عدد أشهر الانتقال من مكان لآخر، ونادراً بين القارات، ومع التطور الذي حصل في بداية القرن العشرين، تطورت السياحة وأصبحت في متناول القادرين ومحج الاطلاع والمعرفة وخصوصاً بعد الحرب العالمية الثانية لاستقرار الأوضاع الأمنية في العديد من الدول، فصارت بذلك السياحة وسيلة لتحريك الصناعات الأخرى، وجلب العملة الصعبة للبلد المضيف ولذلك بدأ الاهتمام بالسياحة كعلم قائم بذاته وصارت السياحة بذلك صناعة شاملة متنوعة، تساهم في تحقيق التنمية الشاملة، وظهرت منظمات محلية وعالمية لدعم السياحة، وأنشئت العديد من الدول معاهد وكليات لتدريس السياحة والفندقة، وخلق الثقافة السياحية عن طريق ترويج المنتجات السياحية لجلب المستهلكين، يمكننا القول أن توفر المقومات والموارد السياحية بمختلف أنواعها، لا يكفي لأن نقول عن دولة ما أنها أصبحت مركزاً للجذب السياحي، إن لم تكن هناك استراتيجيات تسويقية مبنية على أسس علمية ومنظمة.



## الفصل الثاني:

التعاون العربي في القطاع السياحي - دراسة حالة مجموعة البلدان العربية -



تمهيد:

نجد أنه بالنظر إلى الثراء الطبيعي والجغرافي والثقافي الهائل الذي تتمتع به الدول العربية، والذي يعتبر كمقومات جذب سياحية متميزة، الى جانب توافر الإمكانيات والمواد اللازمة التي ساعدت على تحقيق معدلات نمو ولو كانت مضطرة في قطاع السياحة العربي الذي تفوق معدله على المتوسط معدل العالمي وهذا ما شكل دفعا قويا لتعاون الدول العربية من أجل تطوير ذلك القطاع برؤية واضحة وأهداف محددة تمكنه من المساهمة بشكل أمثل في التنمية الشاملة بالدول العربية، ومباحث الفصل التالية تبين كيفية قيام هذا التعاون.

المبحث الأول: اتجاهات الحركة السياحية.

المبحث الثاني: السياحة العربية البينية وصناعة السياحة والسفر في الدول العربية.

## المبحث الأول: اتجاهات الحركة السياحية

تحتل السياحة في الوقت الحاضر باهتمام كبير من الكثير من أقطار الوطن العربي فهي تمثل موردا اقتصاديا مهما وأساسيا للعديد من الدول وبخاصة في ظل محدودية الموارد في عدد من الأقطار الوطن العربي، ومطالب هذا المبحث توضح تطور الحركة السياحية في الوطن العربي وحجمها عالميا، كما تبين عوائد وإنفاق السياحة على المستوى العالمي والسياحة الإجمالية والأهمية الاقتصادية لتنمية السياحة على المستوى العربي.

المطلب الأول: تطور الحركة السياحية في الوطن العربي والعالم وحجمها على المستوى العالمي

المطلب الثاني: عوائد وإنفاق السياحة على المستوى العالمي

المطلب الثالث: السياحة الإجمالية والأهمية الاقتصادية لتنمية السياحة على المستوى العربي

المطلب الرابع: تطورات قطاع السياحة على مستوى الدول العربية كمجموعات

## المطلب الأول: تطور الحركة السياحية في الوطن العربي والعالم وحجمها على المستوى العالم

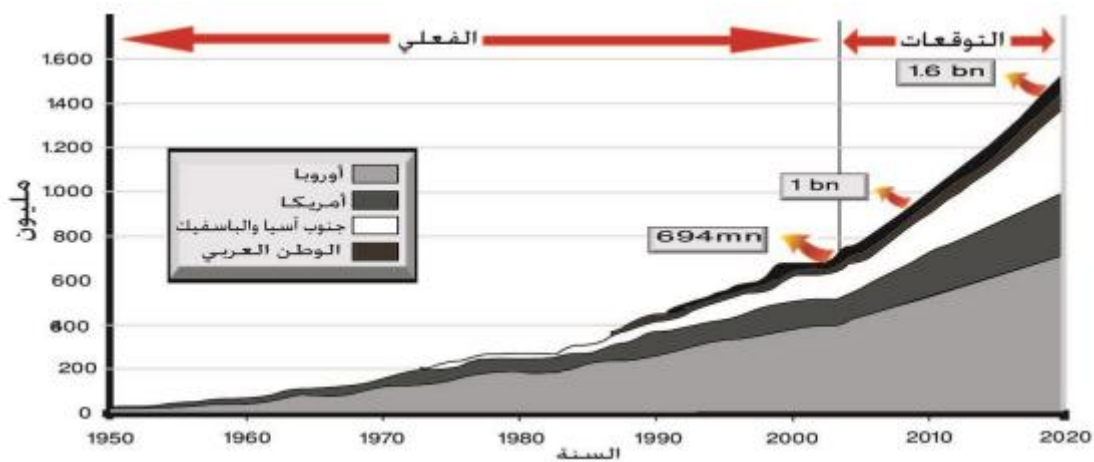
إن الحركة السياحة في العالم بشكل عام وفي الوطن العربي بشكل خاص تتطور وتتغير إما بنقصانها أو بزيادتها، وهذا ما يضمنه هذا المطلب.

## أولاً: تطور الحركة السياحية في الوطن العربي والعالم

تمثل السياحة أحد أهم الظواهر الاقتصادية والاجتماعية في القرن الحادي والعشرين، وتحتل السياحة بوصفها قطاع إنتاجياً موقعا مهما في علمنا المعاصر، كما يعد قطاع السياحة أسرع القطاعات الاقتصادية من حيث النمو المطرد، وتشير إحصاءات منظمة السياحة العالمية الا ان عوائد السياحة على المستوى العالمية زادت بمعدل متوسط بلغ 54% خلال الفترة الممتدة ما بين الأعوام (2009 – 2019) لتصل الى 1.481 بليون دولار عام 2019 وفي نفس الفترة زاد عدد سياحة بمعدل ثانوي بلغ 7.8% ليصل الى 1.460 مليون سائحة حيث تتوقع منظمة السياحة العالمية التابعة للأمم المتحدة فيما يتعلق في الاتجاهات السياحية طويلة الأجل أن يصل عدد الوافدين الأجانب الى ما يقرب من 1.8 مليار سائح بحلول عام 2030 وعلى صعيد الناتج المحلي الاجمالي العالمي، فإن صناعة السفر والسياحة بلغت ما نسبته 10.4% أي ما نسبته 9.2 تريليون دولار أمريكي في عام 2019، فيما بلغ حجم صادرات السياحة الدولية 1.7 تريليون دولار لنفس السنة 6.8% من إجمالي الصادرات 27.4% من صادرات العالمية للخدمات ويقدر مستوى التوظيف في اقتصاد السفر والسياحة 334 مليون فرصة عمل بما نسبته 10.6% من إجمالي التوظيف، ويشكل ذلك وظيفة واحدة من بين كل 10 وظائف على مستوى العالم (قدحات، بظاظو، و شطناوي، 2022، صفحة 89).

حسب توقعات المجلس العالمي للسفر والسياحة سترفع النسبة الى 425 مليون فرصة عمل بحلول عام 2030 كما انه وفر خلال الفترة ما بين 2019 – 2014 فرصة عمل واحدة من بين كل أربعة فرص عمل من صافي الوظائف الجديدة في العالم من بين هذه الأعداد لا يعمل 87.3 مليون بصورة مباشرة في صناعة السياحة أي ما نسبته 3.9% من إجمالي توظيف في العام 2010 وزادت تلك الأعداد الى 102.4 مليوناً بحلول عام 2014، وتولد من النشاطات السفر والسياحة ما قيمته 919 بليون من الدولارات في عام 2010 وفي صورة صادرات وشكل ذلك ما نسبته هو 13.8% من اجمالي الصادرات لذلك العام وتزايد ذلك الى 1260 بليون دولار بحلول عام 2015، أما على صعيد الاستثمار فتقدر الاستثمارات الرأسمالية في نشاط السفر والسياحة ب 767.4 بليون دولار في عام 2010 مما يشكل 11% من اجمالي الاستثمار لذلك العام. كما يتضح في الشكل رقم 01 والجدول رقم 12، وزادت قيمة هذه الاستثمارات لتبلغ 1394 مليون دولار بحلول عام 2014.

الشكل 1-2: تطور الحركة السياحية في أقاليم العالم السياحية خلال الفترة 1950-2020



المصدر: (قدحات، بظاظو، و شطناوي، 2022، صفحة 89)

الجدول 1-2: اعداد الزوار، العوائد المالية والمساهمة في الناتج المحلي العالمي في أقاليم العالم السياحية خلال الفترة 1950-2020

	2000	2005	2010	2013	2015	2019
<b>number of international tourist arrivals</b>	699 million	806 million	949 million	1.082 million	1186 Million	1.460 Million
<b>International Tourism Receipts</b>	476 billion	680 billion	919 billion	698 billion	1260 Billion	1.481 Billion
<b>worldwide gross domestic product (GDP)</b>	4.5%	4.05%	5%	6.1%	10%	10.4%

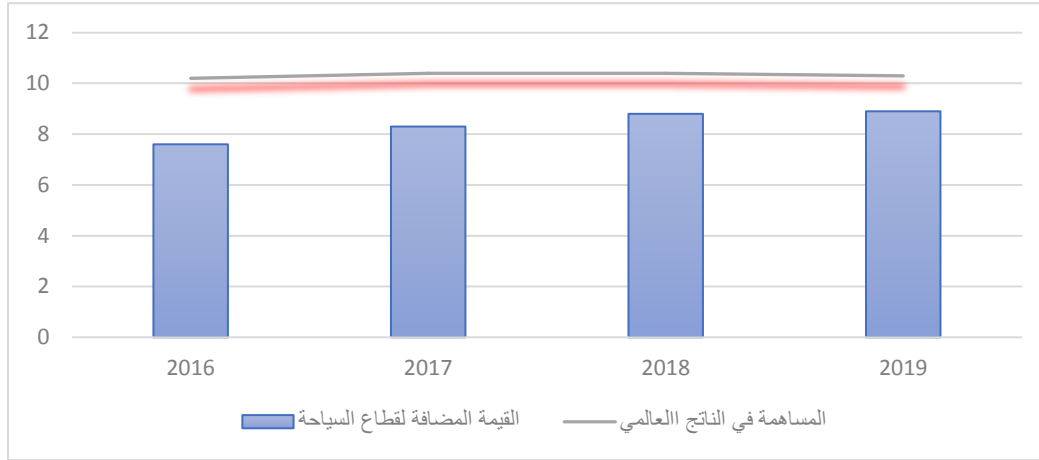
المصدر: (قدحات، بظاظو، و شطناوي، 2022، صفحة 89)

يعتبر قطاع السياحة من اهم القطاعات الاقتصادية على مستوى الاقتصاد العالمي وأكثرها ديناميكية، فهو يمثل أحد أهم القطاعات التي تساهم في الناتج المحلي الإجمالي وتوفير النقد الأجنبي، وخلق فرص العمل، وهو ما يجعل القطاع أحد أهم الفرص المساندة لتحقيق أهداف التنمية المستدامة في العديد من الدول النامية، بلغت نسبة مساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي الإجمالي العالمي حوالي 10.3 في المائة في عام 2019 تمثل نحو 9.8 تريليون دولار أمريكي، مقارنة بنحو 8.8 تريليون دولار أمريكي عام 2018، كما سجل قطاع السفر والسياحة نمواً بنسبة 3.5 في المائة في عام 2019، متجاوزاً معدل نمو الاقتصاد العالمي للعام التاسع على التوالي.

إضافة إلى أن القطاع كان مسؤولاً خلال السنوات الخمس الماضية، عن توفير واحدة من بين كل أربعة فرص عمل جديدة تتم إضافتها على مستوى الاقتصاد العالمي من جانب آخر، تمثل السياحة نحو 30 في المائة من صادرات الخدمات العالمية 1.5 تريليون دولار أمريكي، وما يصل إلى 45 في المائة من إجمالي صادرات الخدمات في البلدان النامية، مما يجعل القطاع داعماً رئيساً لجهود الحكومات على صعيد خلق الناتج وفرص العمل من المتوقع ارتفاع مساهمة قطاع السياحة لتصل إلى حوالي 11.5 في المائة من الناتج

المحلي الإجمالي العالمي، أي ما تعادل حوالي 13085 مليار دولار أمريكي في عام 2029 عالميا، تمثل نصيب كل من الولايات المتحدة الأمريكية، الصين، اليابان، ألمانيا والمملكة المتحدة حوالي 47 في المائة من الناتج المحلي الإجمالي العالمي لقطاع السفر والسياحة.

الشكل 2-2: عائدات قطاع السياحة العالمي والمساهمة في الناتج المحلي العالمي (2016-2019)



المصدر: معلومات المرجع التالي (إسماعيل و قاسم، 2020، صفحة 03)

يعتبر نشاط السياحة الداخلية، أحد أهم عناصر الجذب السياحي في العديد من الدول وهو ما يستدل عليها من ارتفاع حصة السياحة الداخلية لتستأثر بنحو 71.2 في المائة من إجمالي الإنفاق السياحي العالمي.

يعتبر قطاع السياحة من أهم القطاعات التي تستقطب العديد من العمالة، حيث يساهم في خلق فرص عمل مباشرة وغير مباشرة، كما تشير الإحصاءات الصادرة عن منظمة السياحة العالمية، أن القطاع يوفر حوالي 330 مليون فرصة عمل على مستوى العالم بما يوازي عشر الوظائف العالمية. كما يوفر قطاع السياحة واحدة من بين كل أربع فرص عمل جديدة يتم توفرها على مستوى العالم. علاوة على ما سبق، تتسم الوظائف في القطاع بالتنوع، فعلى سبيل المثال تمثل العمالة من الإناث في القطاع نحو 50 في المائة من مجمل القوى العاملة في القطاع في دول مجموعة العشرين مقابل 43 في المائة، لنسبة تمثيل المرأة في باقي القطاعات الأخرى بدول المجموعة تتفاوت نوعية وطبيعة أنشطة وفرص العمل في قطاع السياحة، حيث يشمل هذا القطاع خدمات إقامة السياح (الفنادق والمؤسسات المماثلة وخدمات الإقامة الأخرى)، وأنشطة الصناعات التي تخدم الأغذية والمشروبات للسياح، ونقل الركاب ووكالات السفر، وأنشطة خدمات الحجز الأخرى.

تستحوذ الصين على المركز الأول عالميا من حيث عدد العاملين في قطاع السياحة، حيث يقدر عدد العاملين لديها في هذا القطاع بحوالي 80 مليون عامل في عام 2018، ويتوقع أن ينمو هذا القطاع بنحو 3.9 في المائة بحلول عام 2029، ليرتفع عدد العاملين في الصين في قطاع السياحة إلى نحو 121.4 مليون عامل، بينما يتوقع أن ينمو هذا القطاع في الهند بنحو 2 في المائة خلال الفترة

2018-2029 ، ليصل عدد العاملين في قطاع السياحة الى حوالي 53 مليون عامل في عام 2029 مقارنة بحوالي 42.7 مليون عامل في عام 2018 (إسماعيل و قاسم، 2020، الصفحات 04-05).

جدول (2-2) إجمالي عدد العاملين في قطاع السياحة لبعض دول العالم 2018 و2029

الدول	عدد العمال في السياحة بالألف		معدل نمو عدد العاملين في قطاع السياحة خلال الفترة (2018-2029)
	2018	*2029	
الولايات المتحدة الأمريكية	14.290	16.948	1.6
الصين	79.910	121.425	3.9
اليابان	4.608	5.016	0.8
ألمانيا	5.382	5.509	0.2
المملكة المتحدة	4.201	4.664	1.0
إيطاليا	3.478	3.816	0.8
فرنسا	3.022	3.510	1.4
الهند	42.673	52.999	2.0
إسبانيا	2.831	3.434	1.8
المكسيك	9.463	12.191	2.3
البرازيل	6.855	8.171	1.6

المصدر: (إسماعيل و قاسم، 2020، صفحة 05)

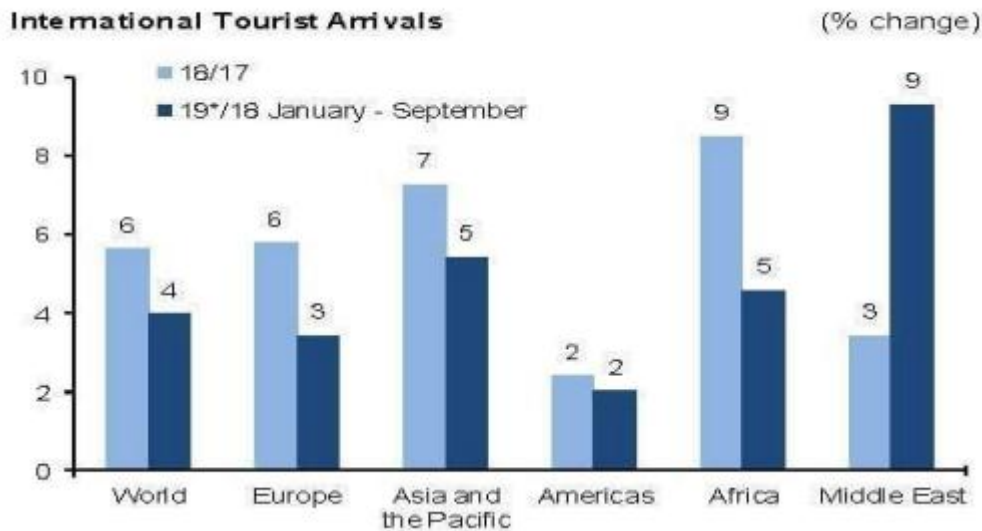
ثانيا: حجم السياحة على المستوى العالمي

تحتل القارة الأوروبية المرتبة الأولى من حيث عدد السياح تليها شرق آسيا ثم أمريكا والجدير بالذكر ان الوطن العربي يعني شرق الأوسط يأتي في المرتبة الأخيرة مقارنة بالمناطق الأخرى، ومع ذلك تشير التقديرات الى ان معدلات نمو الحركة سياحية لهذه المنطقة قد

سجلت معدلات منخفضة بسبب أحداث الربيع العربي علما ان نمو الحركة السياسية قبل أحداث الربيع العربي كان متسارعا حيث وصلت الى 16% من المتوسط السنوي وعلى المستوى الدولي تحتل فرنسا المرتبة الأولى من حيث عدد السياح حسب التقديرات عام 2019 فتليها اسبانيا ثم الولايات المتحدة الامريكية ثم الصين ثم ايطاليا فيما يخص الشرق الاوسط ، وبالرغم من ان نصيب هذا الإقليم كان الأقل بين الاقاليم السياحية في 2019 إلا أنه كان الأسرع نموا بين الأقاليم وبالنسبة بلغت 8% من حيث أعداد السياح وحجم الإيرادات السياحية، وتمثل مصر وجهة سياحية رئيسية في منطقة الشرق الأوسط والوطن العربي حيث بلغ معدل النمو السياح فيها الى 40% قبل أحداث الربيع العربي ولكنه انخفض بشكل ملحوظ في الفترات التي تلت الربيع العربي بمعدل انخفاض 65% (قدحات، بظاظو، و شطناوي، 2022، الصفحات 89-90).

كما يتضح بالشكل الا انها شهدت انتعاشا ملحوظا في العامين 2018 – 2019 مع زيادة خاصة في عدد الوافدين من المانيا، تشير الإحصاءات ايضا لعام 2019 الى ان السياحة لأغراض الترفيه والترويج تمثل 55% من الاجمالي تليها الأغراض الصحية والدينية وزيارة الأصدقاء والأقارب وأغراض أخرى ما نسبته 28% فتليها السياحة لأغراض التجارية حيث تمثل 11% (قدحات، بظاظو، و شطناوي، 2022، الصفحات 89-90).

الشكل 2-3: اتجاهات الحركة السياحية في الوطن العربي مقارنة بالمستوى الدولي



المصدر: (قدحات، بظاظو، و شطناوي، 2022، صفحة 90)

### المطلب الثاني: عوائد وإنفاق السياحة على المستوى العالمي

بلغت عوائد السياحة العالمية في عام 2013 حوالي 577 مليون دولار وذلك بالزيادة نسبة 6.6% عن العوائد المحققة عام 2000 والتي بلغت حوالي 495 بليون دولار، وتشير الإحصاءات الخاصة بعام 2019 الى ان عوائد السياحة السنوية بلغت 1.481 بليون دولار امريكي، وتمثل الولايات المتحدة الامريكية أكبر الدول على المستوى العالمي من ناحية عائد السياحة، حيث



بلغت حصيلتها 214 مليون دولار تليها كل من اسبانيا وفرنسا والتايلاند، في حين سجلت أول 10 دول من حيث الإيرادات السياحية عوائد تجاوزت 969 مليون دولار امريكي سجلت 48 دولة في عام 2013 انفاق على السياحة تجاوز بليون دولار، في حين يسجل أول 10 دول انفاقا على السياحة حوالي 797 بليون دولار أمريكي في عام 2019 وتأتي الدول الصناعية الكبرى كالصين والولايات المتحدة الأمريكية والمانيا وبريطانيا وفرنسا في المقدمة، حيث تروح انفاق هذه الدول المجتمعة ما بين 72 الى 255 بليون دولار في السنة وتمثل حصة هذه الدول الأربع ما يقارب ثلث الانفاق العالمي على السياحة مثل هذه الدول الأربعة كل من فرنسا وروسيا واستراليا وكندا وكوريا وايطاليا.

حيث تكون إنفاق هذه الدول ما بين 30 الى 52 بليون دولار في السنة، ويمثل انفاق هذه الدول مجتمعة ما يقارب هو ربع الانفاق العالمي على السياحة تغير منذ عام 1950 كبير ليس فقط في مستويات ومعدلات نمو السياحة ولكن في المناطق ودول المقصودة للسياحة ما يقارب من 97% من السياح، وكانت السياحة في تلك السنوات مقتصرة على مواسم معينة من السنة وعلى السياحة لأغراض ترفيهية بصورة أساسية غير ان الوضع سرعان ما تغير بعد ذلك النتيجة لعوامل عدة تلخص في الدور الذي قامت به وسائل الإعلام وتطور وسائل الاتصال والمواصلات وتوفر المقومات السياحية.

بالإضافة الى تنوع أغراض سياحية ولهذا دخلت دول جديدة تحت مظلة مناطق العدد السياحي في آسيا وشمال افريقيا وفي امريكا اللاتينية ومنطقة البحر الكاريبي، وفي عام 2005 لم تعد السياحة موجهة الى 15 دولة كما كان عليها الحال في الخمسينيات من القرن الماضي بل أصبحت أكثر من 70 دولة تجتذب أكثر من مليون سنة سنويا وانخفضت نسبة 15 دولة أعلاه من 97% الى 62% من إجمالي السياح، ومع ذلك تبقى كل من فرنسا وإيطاليا والولايات المتحدة واسبانيا من بين أهم خمس دول سياحية على مدار 40 سنة الماضية الا انه هو مع تطور وانتعاش عدد من دول الصناعية كالصين.

أصبح تنافس ضمن هذه القائمة التي احتلت مكانة متقدمة كأثر دول جاذبة للسياح في عام 2019 وعلى صعيد المستقبل السياحي تبنت منظمة السياحة العالمية برنامجا بمستقبل السياحة على مستوى مناطق العالم المختلفة في الألفية الجديدة وقد بدأ العمل في هذا البرنامج عام 2005 لتحقيق أهداف تلخص في التعرف على اتجاهات العرض والطلب من السياحة وتقويم آثار السياحة على مختلف القطاعات الأخرى وتصور الاستراتيجيات والسياسات الملائمة في هذا المجال، واعتمادا على هذا البرنامج فقط طرحت المنظمة تقديرات عن السياحة لفترة 25 سنة قادمة بدأت من عام 1995 كسنة أساس، ويتضمن البرنامج تقدير توقعات للأعوام 2000، 2010، 2022، 2020 (قدحات، بظاظو، و شطناوي، 2022، صفحة 91).

تعتمد هذه التوقعات على الأداء التاريخي من جهة وعلى تقييم خبراء السياحة لمعدلات النمو في المستقبل، وفي هذا المجال تشير توقعات المنظمة الى أن عدد السياح سيتجاوز 1.8 مليون سائح في عام 2030 كما تشير توقعات الى ان مناطق السياحة ستكون أوروبا في المقام الأول 717 مليون منطقة جنوب شرق آسيا 397 مليون ثم امريكا 282 مليون، وفقا للسياحة نحو عام 2030 من المتوقع ان يزداد عدد السياح الدوليين الوافدين في جميع أنحاء العالم بمعدل 3.3% سنويا خلال الفترة من 2010 الى 2030 بمرور الوقت سيتباطأ معدل النمو تدريجيا من 3.8 في بداية الفترة الى 2.9% في عام 2030 ولكن هذا يأتي على رأس الأرقام الأساسية

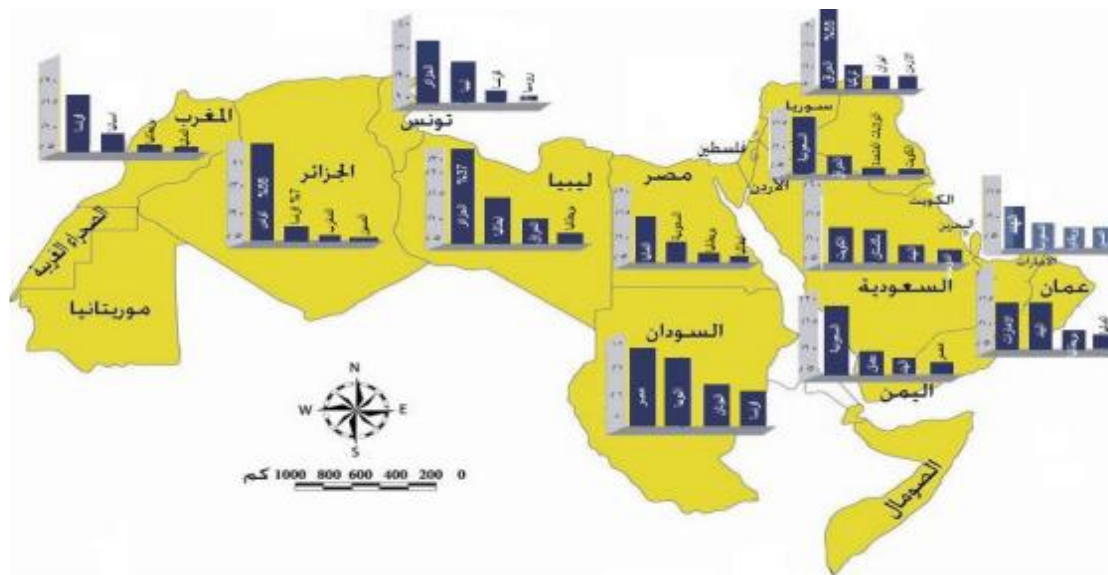
المتزايدة بالأرقام المطلقة سيزداد عدد السياح دوليين الوافدين بنحو 43 مليون سائح مقارنة متوسطة زيادة قدره هو 28 مليون سائح سنويا خلال فترة من 1995 الى 2010 بمعدل نمو من المتوقع ان يصل عدد السائحين الدوليين الوافدين حول العالم الى 1.4 مليار بحلول عام 2020 ب 1.8 مليار بحلول عام 2030.

كما أنه سيزداد عدد السياح الوافدين الدوليين الى وجهات الاقتصاد الناشئة في آسيا وأمريكا اللاتينية واوربا الوسطى والشرقية والشرق البحر الابيض متوسطة والشرق الاوسط وافريقيا بمضاعفة المعدل 4.4 بالمئة سنويا في واجهات الاقتصاد المتقدمة 2.2% سنويا والنتيجة لذلك من المتوقع ان يتجاوز عدد الوافدين الى الاقتصادات الناشئة عدد الوافدين في الاقتصادات المتقدمة قبل عام 2020 وفي عام 2030 سيكون 57% من الوافدين الدوليين الى واجهات الاقتصادات الناشئة، اذ سيشهد أقوى نمو حسب المنطقة في اسيا والمحيط الهادي حيث من المتوقع ان يزداد عدد الوافدين بمقدار 331 مليون ليصل الى 535 مليون في عام 2030 4.9% سنويا ومن المتوقع ايضا ان يزيد عدد الوافدين الى منطقة الشرق الأوسط وافريقيا بأكثر من ضعف خلال هذه الفترة من 6.1 مليون الى واحد الى 149 مليون ومن 50 مليون الى 134 مليون على التوالي (قدحات، بظاظو، و شطناوي، 2022، صفحة 92).

ستنمو أوروبا من 475 مليون الى 744 والأمريكيتين من 150 مليون الى 248 مليوناً بشكل أبطئ نسبياً بفضل نموها الأسرع حصص السوق العالمية في آسيا والمحيط الهادي الى 30% في عام 2030 ارتفاع من 22% في عام 2010 وشرق الأوسط الى من 6% الى 8% وافريقيا من 5% الى 7%، سيزيد كل شيء نتيجة لذلك ستشهد أوروبا من 51% الى 41% والأمريكيتين من 14% الى 16% انخفاضاً إضافياً من حصتها من سياحة الدولية ويرجع ذلك أساساً الى النفور البطيء للواجهات الناضجة نسبياً في أمريكا الشمالية و شمال أوروبا واوربا الغربية ومما تصدر الإشارة اليه في هذا السداد.

إن صناعة السياحة من أكثر وأسرع الصناعات تأثراً بالظروف السياسية الدولية، ولعل أحداث الربيع العربي أكبر دليل على ذلك كما يتضح بالشكل رقم 02، حيث تشير تقارير منظمة السياحة العالمية الى تراجع كبير في معادلات السفر وسياحة ولهذا حرص المنظمة الدولية على تبني عدد من الاستراتيجيات ولعل من أبرزها إنشاء لجنة مختصة بالكوارث تختص بمراقبة ورصد الأحداث ودراسة تداعياتها على وضعها السياحي (قدحات، بظاظو، و شطناوي، 2022، صفحة 93).

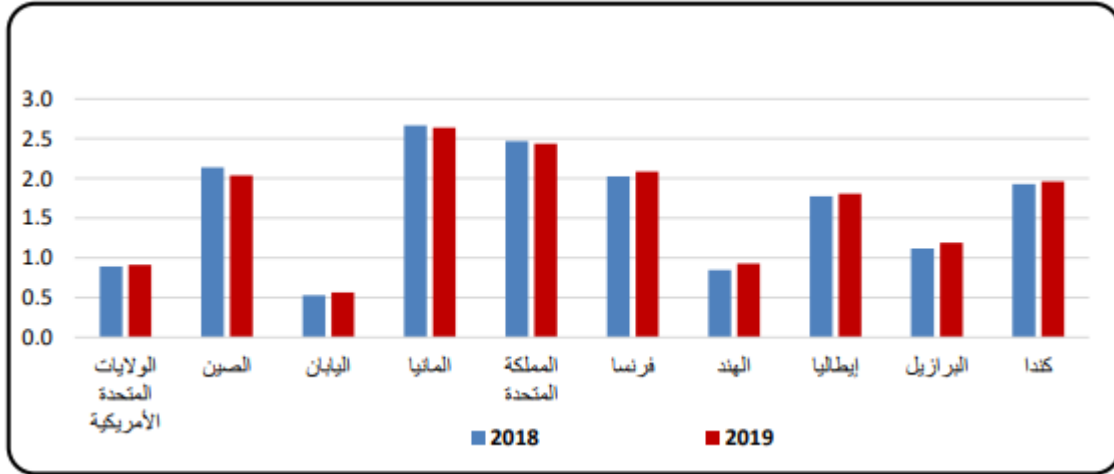
الشكل 2-4: التوزيع النسبي لأهم أسواق السياحة



المصدر: (قدحات، بظاظو، و شطناوي، 2022، صفحة 93).

تمثل نسبة الإنفاق على السياحة الداخلية إلى الناتج المحلي الإجمالي حصة ملموسة في بعض الاقتصادات العالمية مثل فرنسا وإيطاليا، حيث ساهمت بحوالي 2.6 و 2.5 في المائة في الناتج المحلي الإجمالي في كل منهما على التوالي خلال عام 2019 ولقد اقترن هذا بحدوث نمو كبير في الإنفاق على السياحة الداخلية في كل من الدولتين، حيث ارتفع معدل نمو إجمالي الإنفاق على السياحة الداخلية في كل من فرنسا وإيطاليا بنحو 7 في المائة و10 في المائة على التوالي خلال عام 2019، من جهة أخرى، شهدت السياحة الداخلية نموًا في بعض دول العالم، حيث ارتفعت على سبيل المثال من جهة أخرى، شهدت السياحة الداخلية نمو الولايات المتحدة الأمريكية بنحو 2 في المائة عام 2019، إضافة إلى ذلك، فقد بلغت نسبة الإنفاق على السياحة الداخلية في الصين والبرازيل حوالي 0.3 في المائة عام 2019، أما فيما يتعلق بالسياحة الخارجية تعتبر ألمانيا من أكثر الدول جذبًا للسياحة الخارجية، حيث بلغت نسبة مساهمتها في الناتج المحلي الإجمالي حوالي 2.6 في المائة خلال عام 2019، كما سجلت السياحة الخارجية بالملكة المتحدة وفرنسا نسب قدرها حوالي 2.4 و2.4 في المائة من الناتج المحلي الإجمالي على التوالي، وهذا وقد حققت السياحة الخارجية بكل من اليابان والولايات المتحدة والهند أقل نسب مساهمة في الناتج المحلي الإجمالي حيث بلغت نحو 0.6 بالمائة في اليابان، و0.9 لكل من الولايات المتحدة والهند بالمائة خلال عام 2019 (إسماعيل و قاسم، 2020).

شكل 2-5: نسبة نفقات السياحة الخارجية إلى الناتج المحلي الإجمالي في بعض الدول



المصدر: (إسماعيل و قاسم، 2020، صفحة 04)

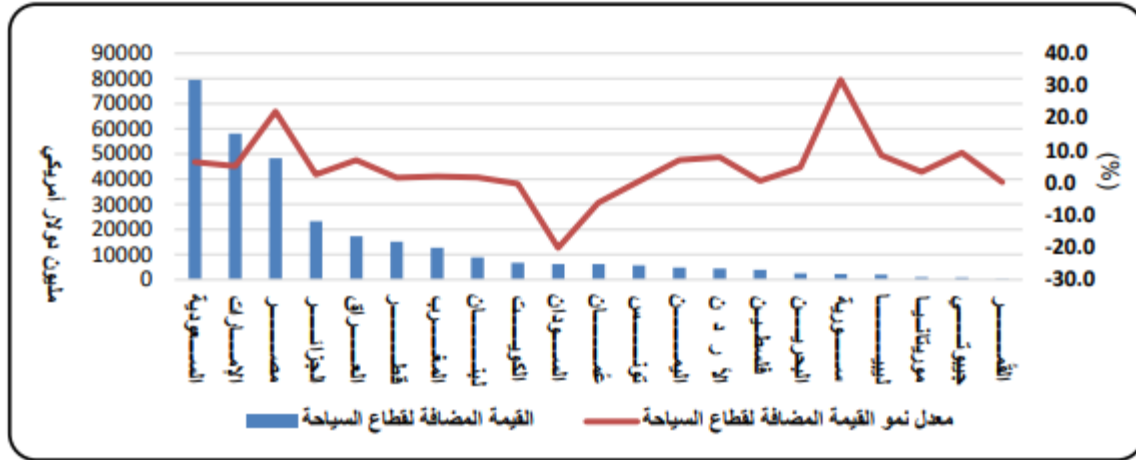
### المطلب الثالث: السياحة الإجمالية والأهمية الاقتصادية لتنمية السياحة على المستوى العربي

إن هذا المطلب يتحدث عن السياحة الإجمالية والأهمية الاقتصادية لتنمية السياحة على المستوى العربي، وهذا ما ستوضحه عناصر هذا المطلب.

#### أولاً: السياحة الإجمالية على المستوى العربي

شهد عام 2019 ارتفاع ناتج قطاع السياحة على مستوى الدول العربية ليصل إلى حوالي 313.6 مليار دولار، مقارنة بنحو 281.5 مليار دولار محققة خلال عام 2018، مسجلاً زيادة بلغت نسبتها 2.2 بالمائة، جاء ذلك كنتيجة أساسية لارتفاع عدد السياح الوافدين إلى الدول العربية بنحو 2.9 في المائة ليصل إلى 107 مليون سائح خلال عام 2019 مقارنة مع 104 مليون سائح في عام 2018، وقد سجل ناتج القطاع أعلى مستوى لها في السعودية، حيث بلغ 79.5 مليار دولار في عام 2019، تليها كل من الإمارات ومصر بناتج للقطاع بلغ 58.2 مليار دولار، و48.3 مليار دولار في عام 2019 على التوالي. من ناحية أخرى، سجل عدد من الدول العربية ارتفاعاً ملموساً لناتج قطاع السياحة خلال عام 2019، وقد جاء على رأسها مصر بارتفاع مسجل لناتج القطاع بلغ 22 في المائة. كما ارتفع كذلك ناتج القطاع بنسبة تراوحت ما بين 8 في المائة في كل من الأردن والجزائر وجيبوتي (إسماعيل و قاسم، 2020، الصفحات 07-06).

شكل 2-6 القيمة المضافة لقطاع السياحة في الدول العربية 2019



المصدر: (إسماعيل و قاسم، 2020، صفحة 07)

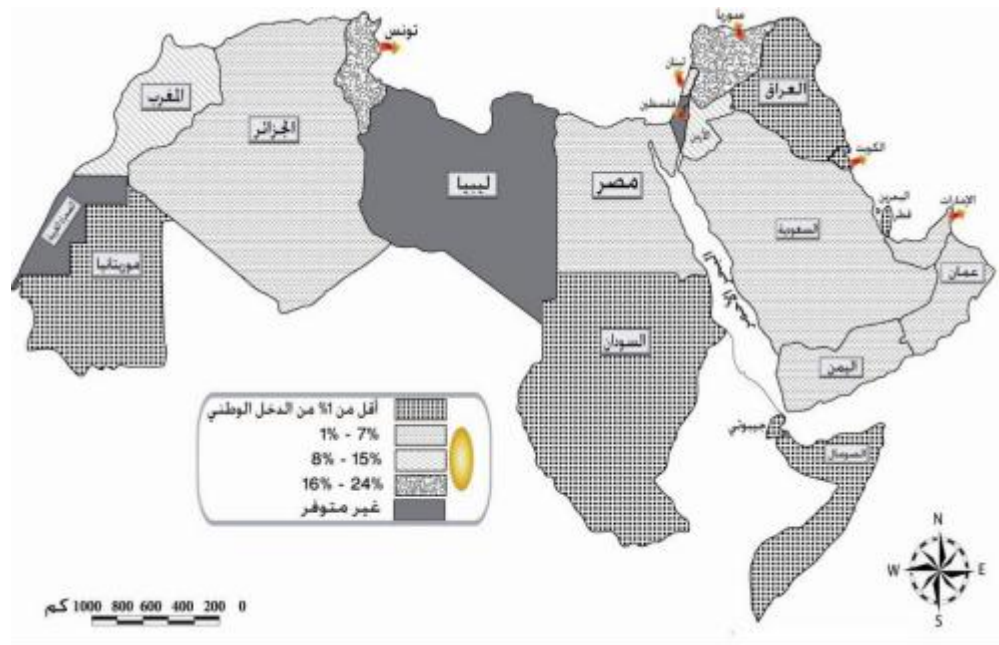
ثانيا: الأهمية الاقتصادية لتنمية السياحة على المستوى العربي

تعود أسباب الاهتمام بقطاع السياحة على المستوى العربي لعدد من الآثار الإيجابية المتحققة على عدد من المتغيرات الاقتصادية والاجتماعية والتي من أهمها :

### 1. إجمالي الناتج المحلي

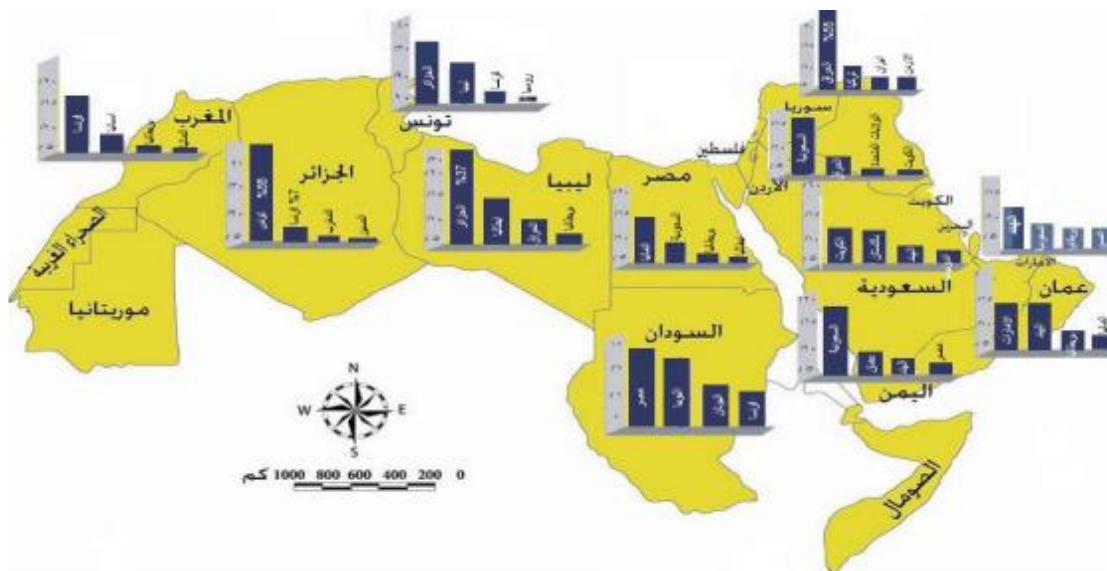
تشير الإحصاءات الى أن إسهامات قطاع السياحة في إجمالي الناتج المحلي تصل الى 10% على المستوى العالمي في المتوسط في عام 2010 ولكن هذا الرقم انخفض بصورة ملحوظة بسبب أحداث الربيع العربي ليصل معدل النمو في بعض أقطار الوطن العربي الى التراجع الحاد كما الحال في مصر وتونس وهذا يختلف من دولة عربية الى أخرى كما يتضح بالشكل ويعد قطاع السياحة أكبر قطاع مكون للناتج المحلي في كثير من الدول غير البترولية بل ان بعض الدول المصدرة للبترول قد أولدت السياحة أهمية كبرى بوصفها قطاعا رئيسيا حيث بلغت إسهامات قطاع السياحة في إجمالي الناتج المحلي على المستوى العالمي عام 2019 نحو 10.4% كما في شكل رقم ليصل الى 9,170 بليون دولار أمريكي .

الشكل 2-7: التوزيع الجغرافي لعائدات السياحة العربية ومساهمتها في الناتج المحلي لعام 2013



المصدر: (قدحات، بظاظو، و شطناوي، 2022، صفحة 94).

الشكل 2-8: التوزيع الجغرافي لعائدات السياحة العربية ومساهمتها في الناتج المحلي لعام 2019

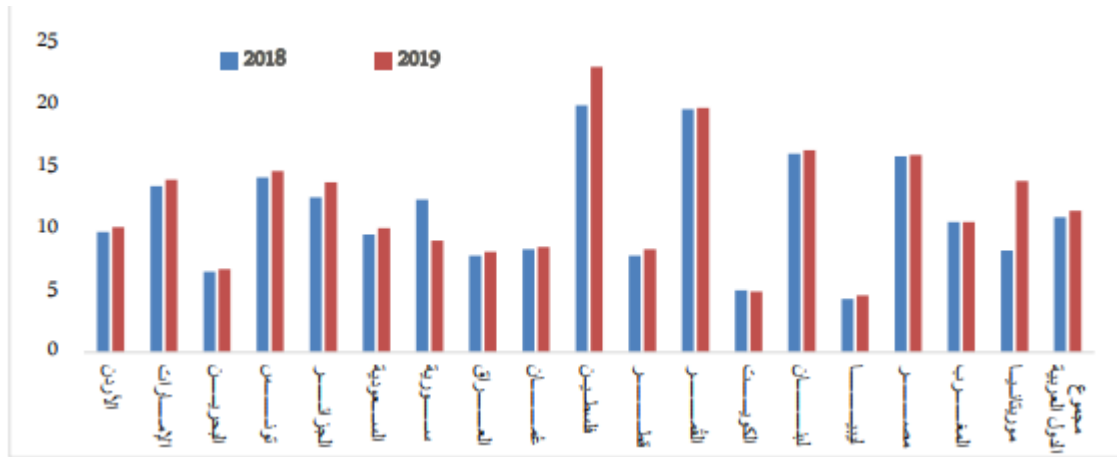


المصدر: (قدحات، بظاظو، و شطناوي، 2022، صفحة 93).

ما يتعلق بمساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي الإجمالي على مستوى الدول العربية، فقد بلغت نحو 11.4 في المائة، خلال عام 2019، ولقد زادت الأهمية النسبية للقطاع ليساهم ب ما يفوق 10 في المائة من الناتج المحلي الإجمالي في عدد من الدول العربية التي تعتبر وجهات سياحية عالمية، مثل السعودية ومصر والإمارات، علاوة على تونس والمغرب والجزائر والقمر وفلسطين ولبنان وموريتانيا (إسماعيل و قاسم، 2020، صفحة 09).

شكل 2-9: مساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي الإجمالي في الدول العربية

2018-2019(%)



المصدر: (إسماعيل و قاسم، 2020، صفحة 09)

جدول 2-3: الأهمية النسبية لقطاعات السياحة في الدول العربية من مجمل ناتج قطاع السياحة على مستوى الدول العربية 2019 و 2018

معدل النمو (2019- 2018) (%)	2019			2018			
	نسبة المساهمة في الناتج المحلي الإجمالي (%)	نسبة المساهمة إجمالي السياحة العربية (%)	القيمة المضافة لقطاع السياحة) مليون دولار أمريكي	نسبة المساهمة في الناتج المحلي الإجمالي (%)	نسبة المساهمة في إجمالي العربية (%)	القيمة المضافة لقطاع السياحة) مليون دولار أمريكي	
7.9	10.1	1.4	4,424	9.7	1.4	4.099	الأردن
5.1	13.9	18.8	58,179	13.4	19.0	55.346	الإمارات
4.8	6.7	0.8	2,577	6.5	0.8	2.460	البحرين
0.5	14.6	1.8	5,650	14.2	1.9	5.623	تونس
2.5	13.7	7.5	23,234	13.0	7.8	22.658	الجزائر
9.3	27.1	0.3	857	26.9	0.3	784	جيبوتي
6.4	10.0	25.6	79,469	9.5	25.6	74.709	السعودية
-20.2	16.5	2.0	6,234	16.3	2.7	7.807	السودان
31.9	8.5	0.7	2,307	8.3	0.6	1.749	سورية
7.0	8.4	5.6	17,333	8.1	5.5	16.192	العراق
-6.2	8.2	2.0	6,220	8.4	2.3	6.632	عمان

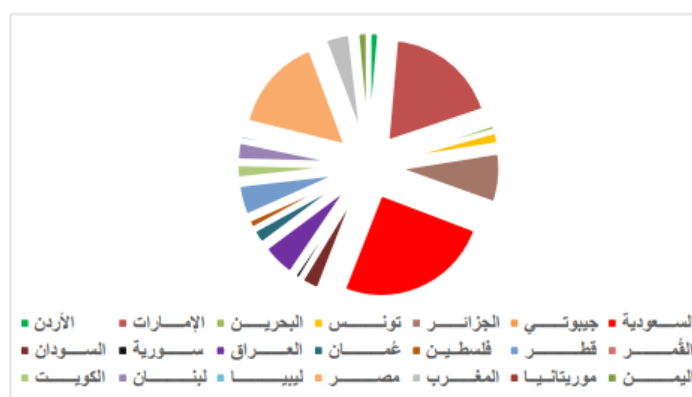


0.5	23.0	1.3	3,925	24.0	1.3	3.904	فلسطين
1.6	8.3	4.9	15,166	7.8	5.1	14.929	قطر
0.2	19.7	0.1	235	19.6	0.1	234	القمر
-0.3	5.0	2.2	6,763	4.8	2.3	6.783	الكويت
1.6	16.3	2.9	8,914	16.0	3.0	8.770	لبنان
8.5	4.6	0.6	2,009	3.9	0.6	1.851	ليبيا
22.0	15.9	15.6	48,299	15.8	13.6	39.587	مصر
2.0	10.8	4.1	12,661	10.5	4.3	12.417	المغرب
3.4	13.2	0.3	975	13.4	0.3	943	موريتانيا
7.0	19.5	1.5	4,783	19.5	1.5	4.472	اليمن
10.2	11.4	100	310,214	10.4	100.0	291,950	المجموع

المصدر: (إسماعيل و قاسم، 2020، صفحة 08)

شكل 2-10: الأهمية النسبية لقطاعات السياحة في الدول العربية من مجمل ناتج قطاع السياحة على مستوى الدول العربية

2019



المصدر: (إسماعيل و قاسم، 2020، صفحة 09)

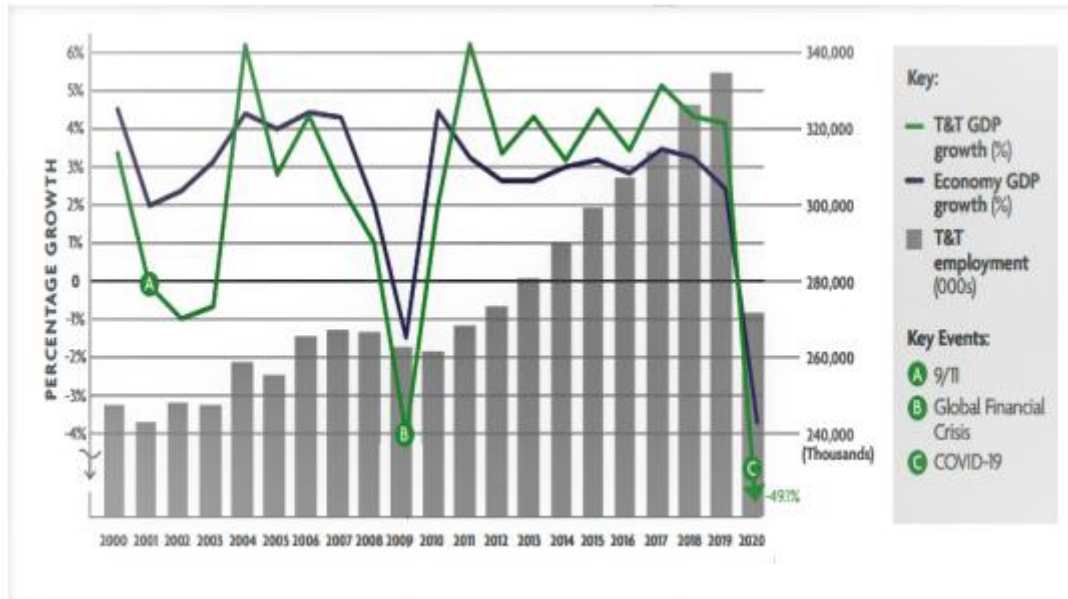
## 2. ميزان المدفوعات

تمثل السياحة العربية بلدا مهما في ميزان المدفوعات في كثير من الدول بما تحققه من عوائد وكما تم ذكره سابقا تشير الإحصاءات الى ان عوائد النقد الأجنبي المتحصل عليه بسبب السياحة على المستوى العالمي تبلغ 876 بليون دولار عام 313 بما يتجاوز العوائد المتحصل عليها من المصادر الأخرى كالمنتجات البترولية والسيارات وأدوات الاتصال والأقمشة وغيرها من السلع والخدمات كما تشير تقديرات المجلس العالمي لسفر والسياحة الى ان صادرات السياحة بلغت نسبة 10.4% من إجمالي الصادرات العالمية عام 2019 حيث بلغت عوائد النقد الأجنبي من قطاع السياحة على المستوى العالمي 1.7 تريليون دولار أمريكي.

## 3. التوظيف والعمالة

يمثل قطاع السفر والسياحة مصدرا رئيسا للتوظيف والعمالة في الوطن العربي حيث تشير الإحصاءات الى ان السياحة استوعبت أكثر من 330 مليون شخص على المستوى العالمي حسب تقديرات المجلس العالمي للسفر والسياحة لعام 2019 كما في الشكل رقم وتشير بعض الدراسات الى ان الفرص الوظيفية في قطاع السياحة وبما يقارب ضعف معدل نمو التوظيف في القطاعات الأخرى وتتمثل معظم الفرص في المشروعات الصغيرة ومتوسطة الحجم وكذلك في المشروعات العائلية المصدر: (إسماعيل و قاسم، 2020، صفحة 09).

الشكل 2-11: الفرص الوظيفية في قطاع السياحة



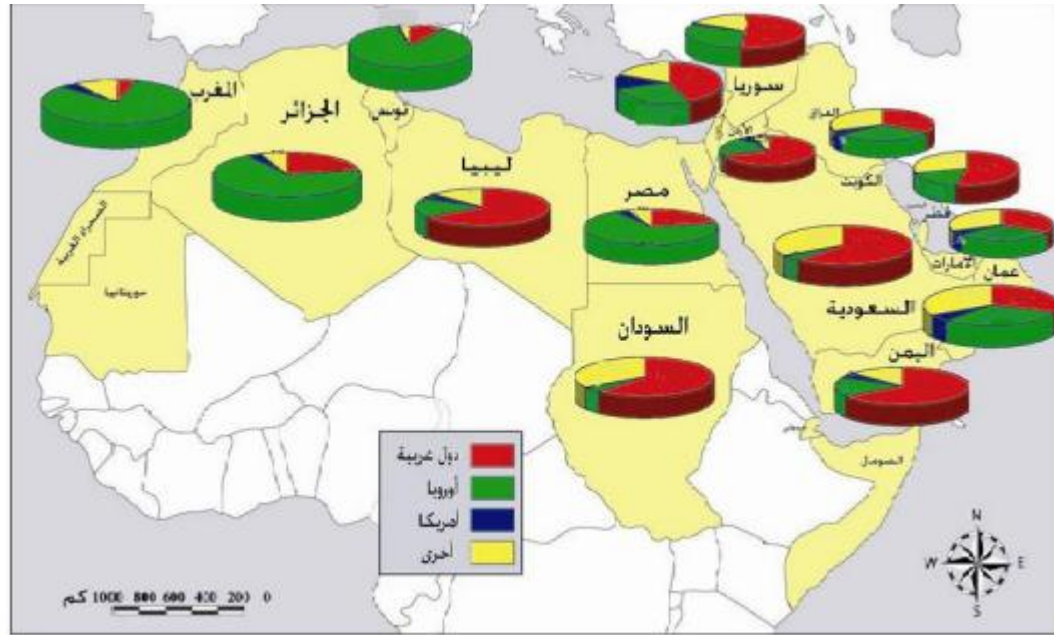
المصدر: (قدحات، بظاظو، و شطناوي، 2022، صفحة 95)

#### 4. أسواق السياحة والسفر

الطلب السياحي ان العمليات التي تؤدي الى تطوير المنتج السياحي وإعداده وتجهيزه للأسواق السياحية المحلية والخارجية تتضمن تقييم وتحليل فرص هذا المنتج السياحي في هذه الأسواق والنجاح الحقيقي الذي يمكن للمنتج السياحي تحقيقه هو في قدرته على الوصول الى أسواق السياحة والسفر العالمية والإقليمية واختراقها والحصول على حصة أكبر منها وفي المنطقة العربية فان السياحة الإقليمية وخاصة من الدول الخليجية تقوم بدور جوهري في تنشيط الحركة السياحية وخاصة في مصر والأردن وسوريا ولبنان قبل أحداث الربيع العربي ولكن بعد أحداث الربيع العربي تغيرت اتجاهات الحركة السياحية الى دول مثل تركيا واوروبا وكذلك الأردن حيث كانت السياحة الإقليمية الخليجية تفهم في بعض السنوات بحوالي 70% من إجمالي حركة السياحة القادمة (قدحات، بظاظو، و شطناوي، 2022، صفحة 95).

كما يتضح بالشكل شجع التطور السريع والواسع في وسائل النقل البري والبحر والجو على ازدهار الحركة السياحية في الوطن العربي من خلال مرونة الحركة للأفراد والجماعات ولا شك ان ثورة النقل الجوية كانت العالم العامل الحاسم في إتاحة الفرص أمام الملايين من البشر لانتقال وسفر بيسر وسهولة وراحة الى جميع مناطق الوطن العربي السياحية ولكن بسبب إغلاق عدد من المطارات في بعض أبطال الوطن العربي مثل ليبيا واليمن وانعدام الأمن والاستقرار في بعض الدول ادى الى الحد من حجم الحركة السياحية البينية بين أبطال الوطن العربي بعد أحداث الربيع العربي لقد تعززت حركة النقل الجوي في أقطار العالم العربي قبل أحداث الربيع العربي وكذلك على المستوى الدولي ويتمثل هذا بألاف خطوط الطيران بوسائل الاتصالات الحديثة والتكنولوجيا المتقدمة التي حولت العالم الى ما أصبح يطلق عليها بالقرية العالمية وتحول السفر الى مزحة واستجمام من خلال التطوير المستمر في وسائل الراحة المقدمة للركاب والمسافرين ولهذا أصبح السفر وسياحة وجهان لعملة واحدة عنوانها الاستجمام والاستمتاع بالتنوع الواسع من معالم ومواقع جذب السياحية المنشرة في جميع القارات ودول في نصف الشمالي ونصف الجنوبي من الكرة الأرضية.

الشكل 2-12: التوزيع الجغرافي للحركة السياحية في اقطار الوطن العربي حسب الأقاليم الجغرافي



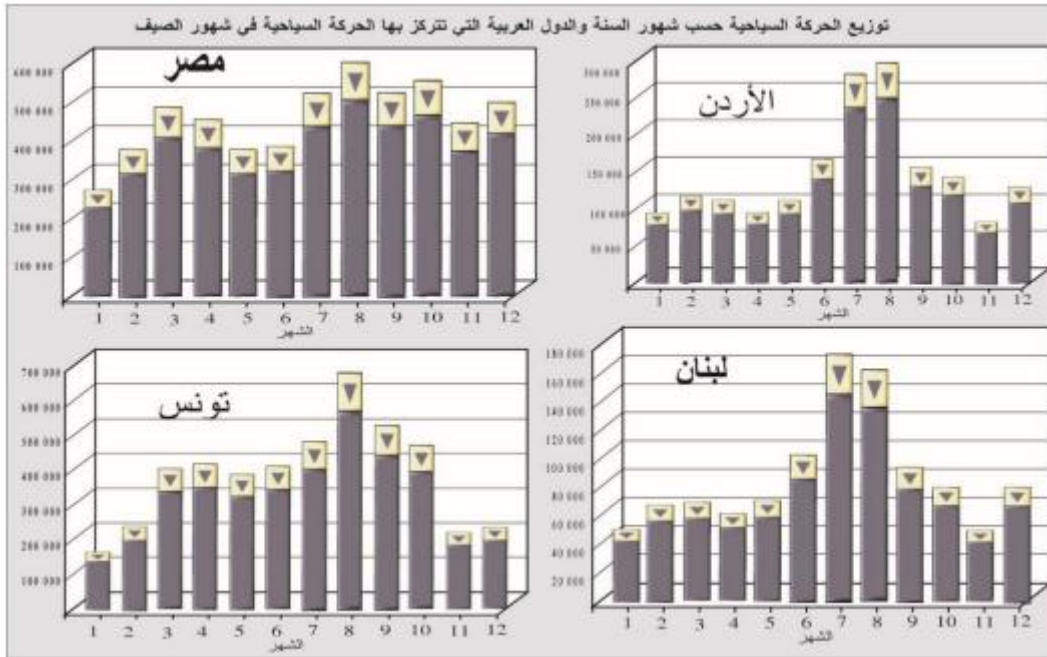
المصدر: (قدحات، بظاظو، و شطناوي، 2022، الصفحات 96-97)

على الرقم من النسبة المتواضعة لسوق الوطن العربي السياحي والمحدودية وصغر حصة هذه المنطقة من أسواق السياحة الدولية الى ان البيانات تبرز ظاهرة إيجابية وهي ان هذه المنطقة تميزت بمعدلات النمو عالية في حركة السياحة الدولية قبل أحداث الربيع العربي بل ان معدلات نموها خلال سنوات الممتدة بين عام 2000 وعام 2007 كانت الأعلى بين جميع الأسواق العالمية حيث بلغ معدل النمو السنوي في أعداد السياح حوالي 9.9% سنويا خلال هذه الفترة ولا شك ان هذا التميز في معدله نمو السياحة العالمية الى الوطن العربي يفتح الفرص الواسعة أمام هذه المنطقة للاستفادة من حركة السياحة العالمية المتنامية وزيادة حصتها من السوق السياحية الدولية وذلك من خلال استقطاب المزيد من السياح اليها كما ان ذلك يفتح الأبواب أمام الحركة السياحية في الدول العربية استقطاب المزيد من السياح ومما يعزز من الآمال السياحية في المنطقة العربية انها تملك موارد ومقومات سياحية غزيرة ونادرة ومتنوعة يمكن ان تجعل منها واحدة من أهم قاصد السياحة والسفر على المستوى الدولي ولكن مع الأسف هذا النمو متسارع توقف وأصبح السالب وأصبحت منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا من أقل أقاليم السياحية في العالم برزت تأثيرات متعددة بأبعادها الإيجابية والسلبية على الحركة

السياحية من الاسواق العالمية وخاصة الأسواق الأمريكية والأسواق الأوروبية التي تتأثر بشدة بالأجواء الإيجابية والسلبية المؤثرة في الحركة السياحية على الوطن العربي وتنعكس هذه الأجواء على البيانات والأرقام الخاصة بأعداد السياح القادمين الى الأسواق العربية تميز السياحة العربية البينية بأنها الأقل تأثراً بالأحداث السياسية.

وتعتبر السياحة العربية البينية على درجة عالية من الأهمية باعتبارها عماد الصناعة السياحية العربية وتكون ذروة السياحة الخليجية في أشهر الصيف التي هي فترة الإجازات السنوية في دول الخليج وهي الفترة التي تشهد تراجعاً حاداً في السياحة الدولية من الدول الأوروبية ومن الولايات المتحدة وكندا ومن دول جنوب شرق آسيا والمتجهة الى العديد من الدول مثل الأردن وسوريا ولبنان ومصر، فسياحة الدولية تكون في ذروتها خلال فصلين الخريف والربيع ففي هذين الفصلين تتميز درجات الحرارة بالاعتدال وهو ما يفضلهُ هؤلاء وفي المقابل فإن السياحة الخارجية تتكثف في فصل الصيف وتعوض بذلك التراجع الكبير في السياحة الدولية، كما يصلح بشكل رقم 13: (قدحات، بظاظو، و شطناوي، 2022، صفحة 97)

الشكل 2-13: توزيع الحركة السياحية حسب شهور السنة والدول العربية التي تتركز بها الحركة السياحية في شهور الصيف،



المصدر: (قدحات، بظاظو، و شطناوي، 2022، صفحة 98)

إن السياحة العربية هي سياحة ترويجية بالدرجة الأولى حيث ان مناطق جذب السياح المفضلة للسياح العرب هي المصايف المنتجعات الجبلية والمدن التي تتميز باعتدال درجات حرارتها، ولهذا يلاحظ ان السياحة العربية تتركز في المناطق الحضرية والغابات والمناطق الخضراء أي إنما يطلق عليها بالسياحة الحضرية تقوم بدور جوهري في جذب السياح العرب وتقديم الخدمات وتسهيلات

والمرافق المفضلة، كما ان الفنادق والشقق الفندقية والبيوت المفروشة ومدن تسليية ومدن ترفيهية والمراكز التسويقية العوامل الأكثر جذابا للسياحة العربية والسياسة العربية التي تأثر بشكل حتى بعوامل عدم الاستقرار في المنطقة التي تتصف بها السياحة العالمية اتجاه الاضطرابات في المنطقة وهذا ما يتضح بالشكل رقم 14:

الشكل 2-14: توزيع الحركة السياحية على مدار شهور السنة لبعض الدول العربية



المصدر: (قدحات، بظاظو، و شطناوي، 2022، صفحة 95)

### 5. الموسمية السياحية في الوطن العربي

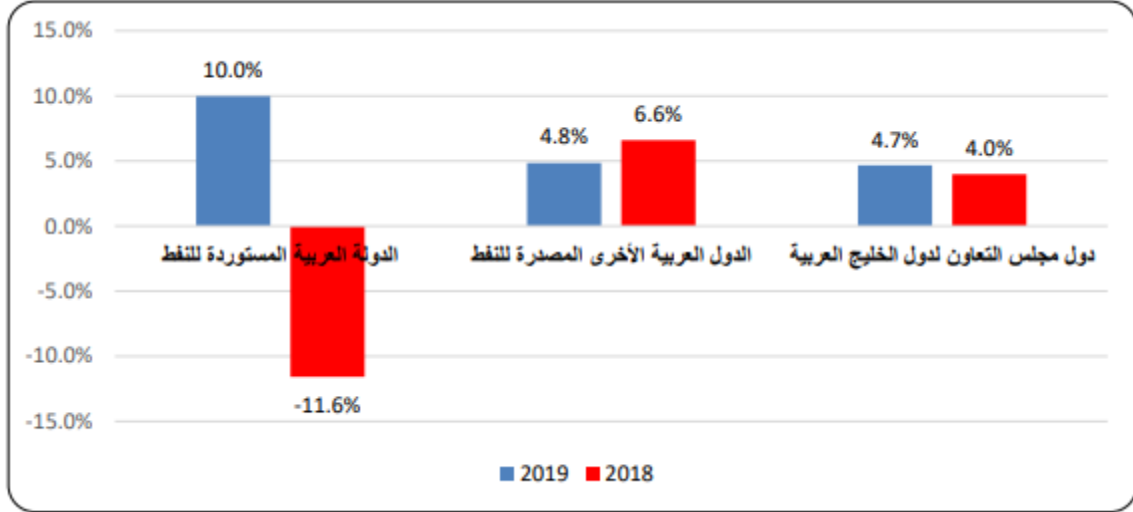
تتميز الحركة السياحية في العديد من الأقطار العربية بشكل عام بالتقلب الواضح في حجم النشاط السياحي من وقت لآخر حيث تتعظم الحركة السياحية لتبلغ ذروتها أوقاتا من السنة بينما تكون في حالة ركود نسبية في أوقات أخرى مما يؤدي في النهاية الى ظهور الموسمية، وعرف (Bultler,1994) الموسمية عدم تناور المؤقت في الحركة السياحية لوقت السياحي معين، أما فقد عرفها (Robinson,1976) توقف الحركة السياحية بصورة متكررة لجزء معين من السنة وبشكل العام في الموسمية تعني تذبذب

الحركة السياحية ارتفاعا وهبوطا خلال فترات معينة من السنة بسبب الظروف الطبيعية والاقتصادية والسياسية المحيطة بالمواقع السياحية ويعد معرفة الطبيعة الموسمية أمر هام في عملية التخطيط للمواقع السياحية وتسويقها ومعرفة مدى تأثير الموسمية الاقتصادية على الخدمات السياحية وأجور الأيدي العاملة في المواقع السياحية، تختلف المواقع السياحية في الوطن العربي في عدد الأنماط السياحية التي تسود فيها، فهناك مواقع سياحية تقوم على نمط سياحي واحد الأمر الذي يؤدي في النهاية الى وجود حركة سياحية خلال فترة زمنية معينة، كما الحال في المواقع السياحية الدينية التي يؤمنها السياح فترات محددة من السنة مما يؤدي في النهاية الى تركيز واضح للحركة السياحية خلال فترة محددة وكذلك الحال يشهد العديد من المواقع السياحية في الوطن العربي مثل الأهرامات في مصر والبتراء في الأردن حركة سياحية موسمية مثل في ازدياد أعداد السياح خلال فصلي (آذار نيسان، أيار والخريف تشرين الأول تشرين الثاني) خاصة من فئة السياح الأوروبيين حيث يعتبر فصل الربيع موسم الذروة الرئيسية فيها بينما يعد فصل الخريف موسم سياحي ثانوي. على مستوى الدول الثلاث فرادى، فقد بلغت الأهمية النسبية لقطاع السياحة السعودي نحو 25.3 في المائة من إجمالي ناتج القطاع على مستوى الدول العربية، يليها الإمارات مستأثرة بنحو 18.5 في المائة من ناتج القطاع على مستوى الدول العربية مع ظهور عدد من إمارات الدولة كواجهة سياحية مميزة عالميا ثم مصر بنحو 15.4 في المائة من مجمل ناتج القطاع على مستوى الدول العربية خلال عام 2019 في ظل الثقل الكبير لقطاع السياحة المصري، وتواجد نحو نصف آثار العالم بها وتعدد أنواع السياحة التي تشتهر بها مثل السياحة التاريخية والثقافية، والترفيهية، الدينية، السفاري والعلاجية (إسماعيل و قاسم، 2020، الصفحات 08-07).

#### المطلب الرابع: تطورات قطاع السياحة على مستوى الدول العربية كمجموعات

سجل قطاع السياحة بخصوص تطورات قطاع السياحة على مستوى الدول العربية كمجموعات، في الدول العربية المستوردة للنفط ارتفاعا بنحو 10 في المائة خلال عام 2019، مقارنة مع تراجع بلغت نسبتها نحو 11.6 بالمائة خلال العام السابق. أما بالنسبة لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية، فقد سجل قطاع السياحة زيادة بلغت نسبتها حوالي 4.7 في المائة خلال عام 2019 مقارنة بنسبة ارتفاع قدرها 4 في المائة في عام 2018، بينما شهدت الدول العربية الأخرى المصدرة للنفط زيادة في قطاع السياحة بلغت حوالي 4.8 في المائة في عام 2019 (إسماعيل و قاسم، 2020، صفحة 10).

#### شكل 2-15 معدل نمو القطاع السياحي حسب المجموعات العربية 2018-2019



المصدر: (إسماعيل و قاسم، 2020، صفحة 10)

#### المبحث الثاني: السياحة العربية البينية وصناعة السياحة والسفر في الدول العربية

إن السياحة البينية العربية أكثر إيراد للدخل السياحي، فسائح العربي أطول إقامة وأكثر إنفاقا يضاف الى ذلك الآثار البدائية للسياحة البينية العربية في زيادة الأخوة والتواصل الثقافي والاجتماعي وزيادة التعاون التجاري والصناعي بين أبناء هذا في الوطن الواحد مما يزيد من تلاحم الشعب العربي إزاء القضايا القومية، كما تمثل صناعة السفر والسياحة في الوقت الراهن صناعة قائمة بذاتها وذات أهمية عظيمة للاقتصاديات الدول أيضا تعد من أهم صناعات العالمية تطورا ونموا، وهذا ما تحتويه مطالب هذا المبحث.

#### المطلب الأول: السياحة العربية البينية بين الواقع والطموح

#### المطلب الثاني: صناعة السياحة والسفر في الدول العربية

#### المطلب الثالث: معوقات تطوير الحركة السياحية بين أقطار الوطن العربي

#### المطلب الرابع: الإجراءات والسياسات التي اتخذتها الدول العربية لمساندة قطاع السياحة



## المطلب الأول: السياحة العربية البينية بين الواقع والطموح

يستحوذ التدفق السياحي العربي على نسبة ملموسة من إجمالي السائحين الوافدين في عدد كبير من الدول العربية، فقد سجلت البحرين أكبر نسبة للسائحين العرب من إجمالي عدد السائحين الوافدين بنسبة بلغت 97.4 بالمائة خلال عام 2018 ، وقد تركز ذلك بصورة أساسية في السائحين من دول الجوار بما يشمل السعودية والكويت، كما ساهم زيادة عدد السائحين من كل من السعودية، مصر، البحرين وسوريا في استحواذ السياحة البينية العربية الوافدة إلى الكويت على نسبة قدرها حوالي 66.2 في المائة من إجمالي عدد السائحين الوافدين إلى الأراضي الكويتية وتليها السودان بنسبة قدرها 50.5 بالمائة تمثل حجم السياحة العربية البينية من إجمالي السياحة الوافدة إليها خلال عام 2018 ، كما استحوذت الأردن على نسبة قدرها 42.4 بالمائة للسائحين من الدول العربية من إجمالي عدد السائحين الوافدين للمملكة خلال عام 2018 ، تركزت ذلك بشكل أساسي في السائحين الوافدين من كل من السعودية، فلسطين، العراق، الكويت، أما السعودية فقد استحوذت على نسبة قدرها 36.3 في المائة للسائحين العرب من إجمالي عدد السائحين الوافدين إلى أراضيها، وخاصة من كل من الكويت، مصر، الإمارات، الأردن ومثلت نسبة السائحين العرب نحو 28.2 من إجمالي عدد السائحين الوافدين إلى الإمارات عام 2018 ، تمثلت في السائحين الوافدين من كل من السعودية، وعمان، ومصر، والكويت.

كما سجلت السياحة العربية الوافدة إلى لبنان نسبة قدرها نحو 27.1 في المائة من إجمالي عدد السائحين الوافدين إلى الأراضي اللبنانية، فقد قام بزيارة لبنان سائحين من كل من العراق، الأردن، مصر، السعودية، كما زار مصر سائحين كل من السعودية، ليبيا، الأردن، الكويت، وقد مثلت نسبتهم نحو 21.2 بالمائة من إجمالي عدد السائحين الوافدين إلى الأراضي المصرية خلال عام 2018.

وسجلت نسبة السائحين الوافدين إلى تونس من الدول العربية حوالي 18.7 بالمائة من إجمالي السائحين الوافدين إليها، تمثلت أساسا الوافدين كل من ليبيا، مصر، السعودية، الأردن. بالنسبة في السائحين القطر فقد جاء معظم السائحين العرب كل من الكويت وعمان بنسبة مثلت نحو 15.7 بالمائة من إجمالي عدد السائحين الوافدين إلى الأراضي القطرية، هذا وقد مثلت السياحة البينية العربية الوافدة إلى كل من الجزائر وعمان وفلسطين والمغرب نسب تراوحت بين حوالي 1.0 في المائة ونحو 6.4 بالمائة من إجمالي عدد السائحين الوافدين إلى تلك الدول (إسماعيل و قاسم، 2020، الصفحات 12-13)

### المطلب الثاني: صناعة السياحة والسفر في الدول العربية

ارتفع عدد السياح في العالم من 25 مليون سائح عام 1950 ليصل الى 1.4 مليار سائح عام 2018 وانتقلت إيرادات السياحة على المستوى العالمي من 2 مليار دولار عام 1950 حتى وصلت الى ما يزيد على 1300 مليار دولار بحلول عام 2018، وتشير آثار الإحصاءات العالمية للسياحة الى أن صناعة السياحة تساهم الى ما يقرب من 10% من الناتج المحلي الإجمالي العالمي وتنتقل نسبة 6% من الصادرات العالمية ونسبة 30% من الصادرات الخدمات.

وبلغت نسبة الاستثمار السياحي حوالي 4.8 من مجموع الاستثمار العالمي، وتوفر السياحة حاليا أكثر من 288 مليون وظيفة مباشرة وغير مباشرة أي ما يعادل حوالي 9.4% من مجموع العمالة العالمية، مما جعلها تصنع الفرق في حياة الملايين من الناس في خلال دفع النمو وخلق فرص العمل والحد من الفقر وتعزيز التنمية وتعمل على مواجهة عدم الاستقرار العالمي والتقلبات الاقتصادية، كما يتوقع ان يصل عدد السياح في نهاية 2030 إلى أكثر من 1.8 مليار سائح بمعدل نمو 3.3% سنويا خلال الفترة حتى 2030، ومما سبق تبين لنا مدى الأهمية الاقتصادية السياحية على المستوى الاقتصادي الدولي والآثار المباشرة وغير مباشرة التي يولدها هذا القطاع على الاقتصاد العالمي والمحلي، حيث ساهمت هذه الصناعة بمبلغ 7.6 ترليون دولار أمريكي للاقتصاد العالمي 10.2% من الناتج المحلي الإجمالي العالمي وتولدها 292 مليون وظيفة أو وظيفة واحدة من بين 10 وظائف في العالم في 2018، وصل عدد الوافدون الدوليون حول العالم الى 1.4 مليار في عام 2018 وهذه الأرقام الواعدة من المتوقع أن تستمر في الزيادة في العقد المقبل لتصل الى 1.8 مليار حول العالم بحلول عام 2030 بمعدل نمو 3.3% حتى عام 2030 (المنظمة العربية للسياحة، 2018، صفحة 02).

### المطلب الثالث: معوقات تطوير الحركة السياحية بين أقطار الوطن العربي

بعد أحداث الربيع العربي ان من أبرز المعوقات والتحديات التي تواجه الحركة السياحية بين أقطار الوطن العربي تتضمن تعقيد وتأخير إجراءات مرور السياحة العرب على كافة حدود الدول العربية وعدم توفر البنية التحتية بين الدول العربية، مما يؤثر على حركة السياح بين هذه الدول التقنية والتنوع وسائل النقل، إضافة الى صعوبة الحصول على تأشيرات السياحية ببعض الدول العربية ومحدودية وسائل النقل البينية بين الدول العربية يوجد عدد من المقترحات لتطوير إجراءات الحركة السياحية الميسرة بين الدول العربية وتشمل توفر وسائل نقل مريحة وبأسعار منخفضة بكافة أنواعها بين الدول العربية ودعم قطاع النقل الجوي البيني لخدمة للقطاع السياحي وتسهيل إصدار

تأشيرة السياحة الموحدة بين الدول العربية، إضافة الى تسهيل الإجراءات الأمنية بين الدول العربية من خلال تشجيع إقامة شركات نقل بينية مشتركة مما يؤدي الى جملة من الإيجابيات المتوقعة للمقترحات ومنها خلق منظومة نقل متطورة بكافة أنواعها تخدم نفس الدول العربية وتسهيل حركة المرور بين الدول العربية وتبادل الثقافات بين هذه الدول وتكثف وتطوير حركة النقل البينية بين الدول العربية التي تساهم إيجابيا في دعم تنشيط جذب للاستثمار العربي وتسهيل الإجراءات واعتماد التأشيرات السياحية بين الدول العربية.

يتضمن تحقيق الإيجابيات السابقة الذكرى عدد من الإجراءات تحرير النقل الجوي فيما بين الدول العربية وفقا لقرار القمة العربية وقرار مجلس وزراء النقل العرب بهذا الشأن وجود مجلس يهتم بأمور النقل السياحي وتسهيل حركة المرور بين الدول العربية تخفيف القيود الأمنية وتسهيل الإجراءات الجمركية ونقاط الحدودية البرية والبحرية بناء أنظمة إلكترونية للحصول على تأشيرة سياحية وتوحيد آلية الحصول عليها، تفعيل قرار مجلس وزراء الداخلية العرب رقم 423 في دورته 21 بتاريخ 05/01/2004 الصادر بشأن منح تسهيلات في تأشيرات الدخول، عقد اجتماع دوري للأمن السياحي عقد اجتماعات مشتركة بين وزراء ومسؤولين قطاعي الداخلية والسياحة: (قدحات، بطاظو، و شطناوي، 2022، صفحة 100)

### 1. التحليل الاقتصادي لقطاع السياحة

تستخدم الطرق الثلاثة الآتية لتحليل الآثار الاقتصادية المترتبة على تنمية قطاع السياحة الأهمية يهتم هذا التحليل باستخلاص حجم وهيكل قطاع السياحة من بيانات الحسابات القومية أهدا في الحسبان الإنفاق المقيمين بالإضافة الى القادمين من الخارج ويعد نظام حسابات السياحة التابعة أحدث النظم الهادفة الى تقدير الأهمية الاقتصادية للسياحة في الحسابات الوطنية للدول ويركز هذا النظام بالتحديد على التعرف على نصيب قطاع السياحة في الإنفاق والناتج المحلي الإجمالي ويتضمن نظم عدة معايير حول تعريف الزائر والسائح وبيئته المعتادة وتصنيف استهلاك السائح والإنفاق الجماعي على السياحة وتكوين إجمالي رأس المال الثابت في قطاع السياحة وتحديد المنتجات والأنشطة السياحية المرتبطة بالسياحة وسبب القياس إسهام صناعة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي وحجم التوظيف ورأس المال الثابت كما تشمل مبادئ العمل لنظام على تفصيلات على طرق حساب إسهال قطاع السياحة في أنواع الاستهلاك والأنشطة وعرضها في عدد من الجداول.

### 2. تحليل الأثر:

يركز هذا التحليل على تأثير الأموال التي ينفقها السياح الخارجيون إضافة الى الأموال التي يحولها المواطنون من السياحة الخارجية الى السياحة الداخلية على اقتصاد المنطقة سواء كان ذلك تأثيرا مباشرا على الفنادق والمناطق والنقل والمتاحف تجزئة أم غير مباشر على الدخل والتوظيف أهدنا في الحسبان طبيعة التداخل بين قطاعات السياحة وغيره من القطاعات الاقتصادية ويتميز هذا التحليل بالمرونة من حيث درجة التعميم إذ يمكن ان يستخدم لتحليل آثار السياحة عموما على اقتصاد الدولة ككل أو تحليل أثر إنفاق نوع معين من السياح على نوع محدد من الأنشطة السياحية وتستخدم منهجيات مختلفة في هذا الإطار من بينها جداول المدخلات المخرجات.

حيث يتم تتبع الآثار الناجمة عن زيادة الإنفاق السياحي على مختلف قطاعات الاقتصاد المعني وذلك عبر تشابكات التي تربط بين تلك القطاعات، تحليل التكلفة العائد يركز هذا النمط من التحليل على جدوى وكفاءة المشاريع السياحية من وجهة نظر المجتمع وبالتالي فهو يهتم بقياس المنافع الخاصة والاجتماعية مثل القيمة التعليمية للسياحة والتكاليف الخاصة والاجتماعية مثل تأثير السياحة على البيئة تتفاوت دقة التقديرات التي يمكن الحصول عليها من دراسة الى أخرى تبعا لدرجة التفصيل المطلوبة والوقت والتكلفة المخصصة للدراسة فيمكن ان تكون الدراسة مبنية على أحكام تقديرية معتمدة بشكل أساسي على آراء خبراء في المتغيرات الداخلة في التقدير أو تكون مبنية على بيانات كلية عن الاقتصاد الكلي أو بيانات تفصيلية عن كل قطاع ومنطقة أو بيانات مستحقات من عملية المسح الميدانية والنماذج الاقتصادية المفضلة وغالبا ما تعطي التقديرات المبنية على أحكام الخبراء تقديرات إجمالية في حين ان التقديرات المبنية على البيانات الأولية والنماذج الاقتصادية تعطي تقديرات تفصيلية لأثر أنواع السياحة المختلفة على عدد كبير من الأنشطة السياحية المتنوعة (قدحات، بظاظو، و شطناوي، 2022، الصفحات 103-102).

### 03. الآثار الموجبة والسالبة لتنمية قطاع السياحة العربي:

لقطاع السياحة دور رئيسيا في الاقتصاد باعتبار السياحة مصدرا من مصادر الدخل والتنوع على ميزان المدفوعات وتوظيف والتنمية الإقليمية المتوازنة وغير ذلك من الآثار الاقتصادية غير أنه قد يصاحب الآثار الاقتصادية للسياحة الداخلية آثار اقتصادية غير مرغوبة تتمثل في الآتي يؤدي نمو قطاع السياحة الداخلية الى زيادة الطلب من السلع والخدمات المرتبطة بالقطاع السياحة بشكل مباشر أو غير مباشر وفي ظل عدم مرونة العرض السياحية النسبية في أجل قصير فإن ذلك سينعكس على زيادة الأسعار لهذه السلع والخدمات مما يلقي بآثار صلبة على السياحة الداخلية والخارجية، يترتب على نمو معدلات السياحة الداخلية زيادة الطلب من السلع والخدمات مما قد يؤدي الى زيادة الاستيراد خاصة اذ كان العرض المحلي للسلع والخدمات غير مرن خاصة في الأجر القصير وينعكس هذا سلبا على الميزان التجاري ومن ثم على الميزان المدفوعات، قد يصاحب تطور القطاع السياحي زيادة في استقدام الأيدي العاملة الأجنبية المدربة والاعتماد عليها وذلك بسبب قلة الأيدي العاملة المحلية المؤهلة ويؤدي ذلك الى تزايد بتحويلات العمالة الأجنبية والتراجع ميزان المدفوعات فضلا عما يحدثه من آثار اجتماعية سالبة، يتسم النشاط السياحي على عموم الموسمية أي انه يحدث في أوقات محددة من السنة ويعني هذا ان الموارد المخصصة للسياحة مثل الفنادق والمنتجعات والمطاعم وغيرها، ستعاني من فائض الطاقة خارج الموسم ويعد هذا إهدار للموارد الاقتصادية ومن بين الموارد الاقتصادية التي ستتأثر بموسمية السياحة الأيدي العاملة، مما ينتج عنه بطالة موسمية متكررة لجزء من الأيدي العاملة في القطاع السياحي (قدحات، بظاظو، و شطناوي، 2022، صفحة 104).

### المطلب الرابع: الإجراءات والسياسات التي اتخذتها الدول العربية لمساندة قطاع السياحة

تبنت الدول العربية إجراءات ساهمت في تشجيع السياحة الداخلية والخارجية، حيث اتخذ العديد منها تدابير وسياسات تهدف إلى تحفيز السياحة إلى الدولة: (إسماعيل و قاسم، 2020، صفحة 15)

أولا: السياحة الداخلية:

1. الأردن: يتم إقامة الفعاليات والمهرجانات الثقافية والفنية في كافة المحافظات وعلى مدار العام بواقع 10 مهرجانات وسنويا يتم فيها تقديم عروض فنية وفولكلورية وتخصيص مساحة على هامش المهرجان لعرض المنتجات المحلية والحرف للبيع المباشر، كما تم تبني برنامج "أردنا جنة"، منذ عام 2014، وهو برنامج موجه للسياح الأردنيين يدعم فاتورة الرحلات السياحية الداخلية بواقع 40 في المائة ليشمل خدمات الطعام والشراب والإقامة والتنقلات وغيرها، إضافة إلى استحداث تقويم يتم في تجميع

كافة المعلومات عن الفعاليات والمهرجانات والاحتفالات الرسمية والأهلية التي تقيمها شركات القطاع الخاص في كافة القطاعات لتحفيز السياحة الداخلية.

2. السودان: تم القدام بالعديد من المعارض الداخلية والمهرجانات الولائية، وتكثيف الجهود التثقيبية والتسويق السياحي عن طريق الاشتراك في المعارض والمؤتمرات السياحية والمهرجانات وتنفيذ الحملات التثقيبية المختلفة، إضافة إلى تبسيط إجراءات الدخول عبر المنافذ المختلفة (برية وجوية وبحرية)، وإعداد دراسات متخصصة تبين ميزان المنتج السياحي السوداني.

3. لبنان: تم تخصيص رحلات مجانية خلال السنة لزيارة المتاحف والأماكن الأثرية (وزارة الثقافة)، وتقديم اعفاءات عن رسم الدخول إلى الأماكن الأثرية لطلاب المدارس (وزارة الثقافة)، إضافة إلى تقديم لدعم السياحة 20 الخصومات التي تجريها مراكز التسوق في شهر شباط أو (ما يسمى بلاك فرايد) الداخلية.

4. ليبيا: تسعى الدولة إلى توفير الظروف الملائمة لتشجيع وتحفيز السياحة الداخلية، وكذلك تسهيل إجراءات الاستثمار في قطاع السياحة الداخلية، إضافة إلى تشجيع منظمات المجتمع المدني المهتمة بالسياحة الداخلية، وإقامة المهرجانات والأنشطة السياحية في كافة المدن الليبية واعتماد أيضا المهرجانات الدولية.

5. المغرب: اتخذت مجموعة من التدابير بغية رفع نسبة مساهمة السياح الداخليين في ليالي المبيت، وتوفير عروض ومنتجات سياحية ملائمة للعادات والتقاليد وشرائح فئات الدخل المختلفة وأنماط الاستهلاك، نذكر من بين هذه التدابير برنامج "بلادتي" الذي يهدف إلى خلق مجموعة من المحطات السياحية المتجانسة من حيث المنتجات السياحية التي تستجيب لتطلعات السياح المحليين وتوجد بالمناطق الأكثر ترددا من قبلهم.

#### ثانيا: السياحة الخارجية

أما بالنسبة للإجراءات والسياسات التي تبنتها الدول العربية لتشجيع السياحة الخارجية، فقد طبق عدد من الدول العربية استراتيجيات وسياسات لتشجيع السياحة الخارجية، بهدف تحفيز المزيد من السائحين من دول العالم للاستمتاع بزيارة الأماكن السياحية والترفيهية التي تتميز بها الدول العربية في هذا الشأن.

1. الأردن: تم تقديم معاملة تفضيلية للسياح العرب أسوة بمواطني الدولة من حيث رسوم دخول المواقع السياحية والأثرية بالدولة، جاء على رأسها موقع البتراء أحد عجائب الدنيا الجديدة، إضافة إلى تطوير البنية التحتية داخل وحول المواقع السياحية والأثرية بما فيها إقامة مراكز لتقديم خدمات أساسية للزوار وتحسين شبكة الطرقات، وإحكام المنظومة الأمنية، وإطلاق حملات ترويجية في كافة الدول علاوة من خلال كافة وسائل التواصل، ودعم رحلات الطيران الغير مجدولة ومنخفض التكاليف للمملكة من عدة جهات أوروبية. (إسماعيل و قاسم، 2020، صفحة 16)

2. لبنان: وفي إطار تعريف وكالات السفر والسياحة العالمية، بمقومات لبنان السياحية من أجل جذب السياح لزيارة لبنان، قامت وزارة السياحة بدعوة تلك الشركات والوكالات من كافة دول العالم للاطلاع على المعالم السياحية والخدمات التي توفرها لبنان لزيورها، خاصة ب الفنادق وبيوت الضيافة والمراكز السياحية الأخرى الموزعة بمختلف المناطق اللبنانية، كما تم القيام بإعداد حملات الدعاية والإعلان للترويج للسياحة في لبنان مع الوكالات السياحية في الخارج، إضافة إلى ذلك تقوم وزارة السياحة بالمشاركة في المعارض والمهرجانات الخارجية لجذب المزيد من السائحين، وتأمين برامج سياحية متكاملة تشمل أسعار التذاكر والإقامة والنقل.

3. ليبيا: تم إصدار البريد السياحي، وإصدار أطلس ليبيا السياحي وتوثيق وإصدار خرائط المسارات السياحية، وكذلك إصدار الخارطة الاستثمارية وعرضها على المستثمر الأجنبي.

4. المغرب: يعمل على تكثيف عمليات الترويج والتسويق لتحسين السياحة إلى للمغرب، خاصة من خلال الترويج السياحي باستخدام المنصات الرقمية، وتطوير تنافسية الخدمات الجوية عبر تعزيز التعاون في مجال الطيران المدني مع البلدان المصدرة للسائحين، إلى جانب عقد شراكات استراتيجية مع شركات الطيران لتعزيز الربط الجوي الداخلي والخارجي.

### ثالثاً: الإجراءات والسياسات على صعيد تهيئة البنية الأساسية للمشروعات السياحية:

قامت العديد من الدول العربية خلال السنوات العشر الأخيرة باتخاذ العديد من الإجراءات والسياسات على صعيد تهيئة البنية الأساسية المناسبة لإنشاء المشروعات السياحية والفندقية وجذب المزيد من الاستثمارات المحلية والأجنبية نحو الاستثمار في القطاع السياحي وتشجيع السياحة الداخلية، كذلك في بعض الدول العربية التي تحتل السياحة الداخلية أهمية خاصة بها وفيما يلي عرض لتجارب الدول العربية في هذا الشأن.

1. الأردن: تمثلت الإجراءات والسياسات البنية التي اتخذتها الحكومة، لمساندة قطاع السياحة على صعيد تهيئة الأساسية المناسبة لإنشاء المشروعات السياحية والفندقية، فيما يلي: (إسماعيل و قاسم، 2020، صفحة 17)

- تأهيل الطرق المؤدية إلى المواقع السياحية والأثرية والمنشآت السياحية .

- إنشاء مراكز زوار لاستقبال السياح وتقديم الخدمات الأساسية وإقامة المتاحف والوحدات الصحية وإدامة مستوى النظافة والصحة العامة .
- ترميم وصيانة المباني التراثية والمواقع الأثرية وتميئتها لاستقبال الزوار.
- إتاحة إدارة المواقع السياحية من قبل القطاع الخاص والمجتمعات المحلية حول هذه المواقع .
- تدريب الموارد البشرية وتأهيلها بالمهارات المطلوبة لسوق العمل لتلبية حاجة القطاع من العمالة المؤهلة بأفضل المهارات المتخصصة والفنية.

أما فيما يخص جذب الاستثمارات المحلية والأجنبية نحو الاستثمار في القطاع السياحي، فقد قامت الأردن بتقديم حوافز ضريبية وجمركية على مدخلات الإنتاج للمشاريع السياحية في المناطق التنموية، وتقديم حوافز ضريبية وجمركية لتشجيع شركات النقل السياحي لتحديث أسطول النقل العامل لديهم . بالنسبة لمساندة المشروعات الصغيرة والمتوسطة العاملة في مجال السياحة، قامت الحكومة بتدريب العاملين في المشروعات الصغيرة والمتوسطة وتزويدها بأفضل المهارات المتبعة عالمياً، ودعم مشاركة هذه المشروعات في المعارض الدولية والمحلية لمساعدتها في ترويج منتجاتها في مختلف دول العالم.

إضافة إلى ذلك، تحرص الأردن على خضوع جميع المشروعات العاملة في مجال السياحة للرقابة والإشراف الحكومي لضمان مراعاتها لمستويات الجودة وعدم المغالاة في الأسعار المقدمة للسائحين، حيث أصدرت وزارة السياحة والآثار الأردنية مجموعة تعليمات تنظم عمل المنشآت السياحية العاملة في القطاع السياحي لكافة المهن ويتم التحقق بشكل مستمر من التزام هذه المنشآت بالتعليمات، كما يتم النظر في المنشآت المخالفة للتعليمات على أساس أسبوعي من خلال لجنة تم إنشاؤها لفض النزاعات بين المنشآت ولاتخاذ الإجراءات بحق المخالفين، وتم أيضاً إنشاء مديرية خاصة بالتوعية لتثقيف المنشآت السياحية بالتعليمات لضمان اطلاعهم وفهمهم الشامل لكل ما ورد فيها قبل الجولات التفتيشية وبعد إغلاق المنشآت لغاية تصويب وترتيب أوضاعهم. (إسماعيل و قاسم، 2020، صفحة 18)

2. السودان: قامت الدولة بتوفير البنية التحتية في مناطق الجذب السياحي بغرض تفعيل النشاط السياحي بالعمل مع الجهات ذات الصلة لتأهيل البنية المناسبة من أجل زيادة وتطوير وتأهيل المرافق القائمة والمنشآت ذات الصلة بصناعة السياحة في جميع أنحاء السودان. أما فيما يتعلق بجذب الاستثمارات المحلية والأجنبية نحو الاستثمار في القطاع السياحي، فقد تم تشجيع المستثمرين والقطاع الخاص لإقامة المنشآت السياحية الاستثمارية من خلال التركيز على المشروعات الرائدة بالعمل مع الجهات ذات الصلة على تقديم التسهيلات السياحية (من خلال تخفيض الرسوم المباشرة والجبائيات، وغيرها) على المنشآت والخدمات السياحية.

أما فيما يخص مساندة المشروعات الصغيرة والمتوسطة العاملة في مجال السياحة، فقد تم التعريف بالحضارات السودانية وتطوير المصنوعات اليدوية والتراثية، وإشراك ومساعدة المجتمعات المحلية في تطوير المصنوعات اليدوية وإقامة المتاحف القومية والولائية والمتخصصة.

3. لبنان: اتخذت بعض الإجراءات على صعيد البنية الأساسية المناسبة لإنشاء المشروعات السياحية والفندقية، خاصة في مجال تسهيل المواصلات، حيث تم إنشاء الطرق والجسور للتخفيف من زحمة السير على الطرق. كما قامت وزارة السياحة بتسهيل الإجراءات الخاصة بتصنيف الفنادق والمنشآت السياحية عبر وضع آلية بالتعاون مع شركات عالمية متخصصة.

أما بشأن جذب الاستثمارات المحلية والأجنبية نحو الاستثمار في القطاع السياحي والاستفادة من المزايا الطبيعية، فقد منحت الحكومة العديد من المزايا في هذا المجال منها السرية المصرفية، وحرية نقل الأموال ما يساهم في جذب الاستثمارات لعب الإطار القانوني والسياسات المشجعة على الاستثمار في لبنان دورا مهما، كما على ثقة المستثمر في الاقتصاد المحلي. وقد كان توافر الموارد البشرية المتخصصة والمؤهلة ومتعددة في تثبيت لبنان على خارطة الاستثمار، كما توفر "إيدال" لعدد من القطاعات الإنتاجية التي تشمل قطاع السياحة حوافز ضريبية مختلفة تساعد على جذب الاستثمار إلى لبنان بالإضافة إلى تأمين كافة التسهيلات والمعاملات الإدارية للمستثمرين الراغبين في تأسيس أعمالهم في لبنان.

إضافة إلى توفير الخبرات وإقامة الفعاليات السياحية ذات الصلة، وجمع ونشر المعلومات عن هذا القطاع، كما توفر السلطات اللبنانية "عبر مؤسسة كفالات" قروض ميسرة ومدعومة للمشاريع الصغيرة ومتوسطة الحجم، بالإضافة إلى الإعفاءات الضريبية التي تمنحها المؤسسة العامة لتشجيع الاستثمارات في لبنان "إيدال" للمشاريع الاستثمارية، منح هذا النوع من الحوافز إلى المشاريع الصغيرة والمتوسطة الحجم، بهدف تأمين أعلى مستوى من الدعم لتلك المشاريع الواقعة في المناطق التي تواجه تحديات اجتماعية واقتصادية، من جانب آخر، فإن تلك المشروعات تخضع للرقابة والإشراف الحكومي من حيث مراعاة مستويات الجودة، حيث إن هناك هيئات رقابية حكومية تابعة لوزارات السياحة والصحة والاقتصاد تقوم بزيارات دورية للمشاريع السياحية للتأكد من جودة المنتج والخدمة وعدم المغالاة في الأسعار (إسماعيل و قاسم، 2020، صفحة 19).

4. ليبيا: قامت الحكومة في سبيل جذب الاستثمارات المحلية والأجنبية نحو الاستثمار في القطاع السياحي، بإعطاء الصبغة السياحية على المواقع الخاصة بالتنمية السياحية، ونزع الملكية للمنفعة العامة لبعض المواقع لغرض الاستثمار السياحي، إضافة إلى تقلص التمويل اللازم لتلك المشاريع السياحية الخدمية، أما على صعيد جذب الاستثمارات المحلية والأجنبية نحو الاستثمار في القطاع السياحي، فقد قامت الحكومة بإصدار القوانين الخاصة بتقديم الإعفاءات من الرسوم الجمركية، والإعفاء من رسوم المناولة بالموانئ على المواد والمعدات والآلات المستوردة للمنشأة السياحية، إضافة إلى استحداث النافذة الواحدة لتسهيل إجراءات المستثمر، أما فيما يتعلق بمساندة المشروعات الصغيرة والمتوسطة العاملة، فقد تم تخفيض وتشجيع المستثمرين في المشروعات السياحية بالانتفاع بالأراضي لإقامة المشاريع السياحية، ومنح الأراضي بأسعار مغرية محفزة وخاصة تلك المصنفة للاستثمار السياحي. كما تقوم السلطات الحكومية بالإشراف والرقابة على جميع المشروعات العاملة في مجال



السياحة، بهدف التأكد من مراعاة مستويات الجودة المطلوبة وعدم المغالاة في الأسعار المقدمة للسياح لكافة السلع والخدمات (إسماعيل و قاسم، 2020، صفحة 20).

5. المغرب: فيما يخص جذب الاستثمارات المحلية والأجنبية نحو الاستثمار في القطاع السياحي، فقد تم وضع مجموعة من الإجراءات والتدابير من أجل تشجيع وتعزيز الاستثمار، حيث تم إيلاء اهتمام خاص بتحسين مناخ الأعمال، الأمر الذي مكن المغرب من تحسين مرتبتها العالمية في مؤشر بيئة الأعمال، في هذا السياق، من أجل تعزيز المنتج السياحي وتحسين جودته، فقد كانت في المرتبة 23 لتحل المرتبة 53 عام 2020 تم وضع إطار تحفيزي لإنعاش الاستثمارات في هذا القطاع، نذكر منها على سبيل المثال:

- وضع آليات لتسهيل التمويل البنكي عن طريق ضمان القروض لتمويل المشاريع السياحية .

- إجراءات تحفيزية في القانون العام تشمل الإعفاء الكلي من الضريبة على القيمة المضافة على الممتلكات التجهيزية المقتنية بالمغرب أو بالخارج لمدة 36 شهر والإعفاء من الضريبة على الشركات خلال السنوات الخمس الأولى من الاستغلال، وتخفيض نسبة الضريبة على الشركات إلى 17.5 في المائة من قيمة المعاملات بالعملة الأجنبية بعد مضي خمس سنوات من بداية الاستغلال وتخفيض نسبة الضريبة على القيمة المضافة إلى 10 في المائة على عائدات الإيواء بالفنادق.

بالنسبة لمساندة المشروعات الصغيرة والمتوسطة العاملة في قطاع السياحة، فتستفيد من برنامج يهدف إلى تأهيل ودعم التنافسية. تتم هذه المشروعات المواكبة عبر تمويل الدراسات والأبحاث ذات الصلة بإشراف خبراء ومكاتب دراسات مسجلين لدى الوكالة الوطنية للمقاولات الصغيرة والمتوسطة (إسماعيل و قاسم، 2020، صفحة 20).

#### الخلاصة:

توصلنا من خلال هذا الفصل إلى أن السياحة العربية تمثل بلدا مهما في ميزان المدفوعات في كثير من الدول بما تحققه من عوائد، كما أن السياحة العربية البينية على درجة عالية من الأهمية باعتبارها عماد الصناعة السياحية العربية، حيث تعود أسباب الاهتمام بقطاع السياحة على المستوى العربي لعدد من الآثار الإيجابية المتحققة على عدد من المتغيرات الاقتصادية والاجتماعية.



الخاتمة

### الخاتمة:

بينت دراسة تحليل واتجاهات الحركة السياحية في الوطن العربي والعالم، والعوامل المؤثرة فيها، وخصائص الحركة السياحية فيها وأظهرت الدراسة أن أحداث فيروس كورونا الذي أثر على العالم ككل وتوصلت من خلال هذه الدراسة إلى العديد من النتائج كان من أبرزها:

### أولاً: النتائج

- تتميز الحركة السياحية في العديد من الأقطار العربية بشكل عام بالتقلب الواضح في حجم النشاط السياحي من وقت لآخر، حيث تتعاطم الحركة السياحية لتبلغ ذروتها أوقاتاً من السنة، بينما تكون في حالة من ركود نسبي في أوقات أخرى، مما يؤدي في النهاية إلى ظهور الموسمي.

- تختلف المواقع السياحية في الوطن العربي في عدد الأنماط السياحية التي تسود فيها، فهناك مواقع سياحية تقوم على نمط سياحي واحد.

- إن السياحة العربية هي سياحة ترويجية بالدرجة الأولى، حيث أن السياحة العربية تتركز في المناطق الحضرية والغابات والمناطق الخضراء.

- تعتبر السياحة العربية البينية على درجة عالية من الأهمية باعتبارها عماد صناعة السياحة العربية.

- تشير تقارير منظمة السياحة العالمية إلى تراجع كبير في معدلات السفر والسياحة، ولهذا حرصت المنظمة الدولية على تبني عدد من الاستراتيجيات.

### ثانياً: اختبار الفرضيات

- ساهم التعاون العربي لتنمية وتطوير قطاع السياحة، وهذا ما يثبت صحة الفرضية المقترحة سابقاً

- الحركة السياحية في الوطن العربي تحسنت مع مرور السنوات، فرضية صحيحة

-أثر فيروس كورونا على قطاع السياحة مما أدى إلى تدهوره في تلك الفترة وغلق الحدود في كافة الدول ومنع السفر، وهذه الفرضية تعتبر صحيحة.

### ثالثاً: التوصيات:

لتشجيع قطاع السياحة وتنميته بين بلدان الوطن العربي لا بد من تشجيع السياح للقدوم لتلك البلاد، وزيادة

عناصر الجذب السياحي، وتوفير الاستقرار والأمن في تلك لبلاد لاطمئنان السياح وجذبهم بسرعة، وبهذا

الشكل ينشط القطاع السياحي ويتطور، لذلك يمكن عرض أهم التوصيات الخاصة بتنمية وتطوير الحركة

السياحية في أقطار العالم العربي على النحو التالي:

-تشجيع السياحة العربية البينية.

-يجب إقامة المشروعات السياحية العربية المشتركة بين دول العالم العربي لدعم وجذب السياحة الدولية

والبينية العربية.

-منح تسهيلات خاصة في أسعار الخدمات السياحية المقدمة.

-تعاون الدول العربية في إنشاء تسويق سياحي عربي يشمل كل أقطار الوطن العربي.

- إقامة صندوق عربي لتنمية السياحة.

# فهرس المحتويات

34	المبحث الثالث: اتجاهات الحركة السياحية وجهود منظمة السياحة الدولية WTO لمواجهة أزمة تطور فيروس كورونا عبر العالم.
----	---

فهرس المحتويات :

I	البسمة
II	الشكر والتقدير
III	الإهداء
V	قائمة الجداول
VII	قائمة الأشكال
IX	قائمة الملاحق
X	الملخص
أ	مقدمة عامة
<b>الفصل الأول: النهوض بقطاع السياحة في الدول العربية</b>	
02	تمهيد
3	المبحث الأول: مفاهيم عامة حول السياحة والتنمية السياحية
04	المطلب الأول: مفاهيم عامة حول السياحة
17	المطلب الثاني: مفاهيم التنمية السياحية
23	المطلب الثالث: أهم عناصر الجذب السياحي
26	المبحث الثاني: مساهمة الدول الأجنبية في تطوير قطاع السياحي
27	المطلب الأول: تأثير أزمة كورونا على قطاع السياحة
27	المطلب الثاني: تجارب دولية رائدة لتنشيط السياحة الداخلية لمواجهة أزمة كورونا
31	المطلب الثالث: الحلول المتبعة لتنشيط السياحة الداخلية

35	المطلب الأول: انعكاسات أزمة فيروس كورونا المستجد على قطاعات السياحة العربية والجهود التي تبنتها الحكومات العربية لدعم تعافي القطاع.
35	المطلب الثاني: استراتيجية منظمة السياحة العالمية للنهوض بالقطاع السياحي ومواجهة تبعات الجائحة العالمية- كورونا
38	الخلاصة
<b>الفصل الثاني: التعاون العربي في القطاع السياحي-دراسة حالة مجموعة البلدان العربية-</b>	
41	تمهيد
42	المبحث الأول: اتجاهات الحركة السياحية
43	المطلب الأول: تطور الحركة السياحية في الوطن العربي والعالم وحجمها على المستوى العالم
48	المطلب الثاني: عوائد وإنفاق السياحة على المستوى العالمي
52	لمطلب الثالث: السياحة الإجمالية والأهمية الاقتصادية لتنمية السياحة على المستوى العربي
63	المطلب الرابع: تطورات قطاع السياحة على مستوى الدول العربية كمجموعات
64	المبحث الثاني: السياحة العربية البيئية وصناعة السياحة والسفر في الدول العربية
65	المطلب الأول: السياحة العربية البيئية بين الواقع والطموح
65	المطلب الثاني: صناعة السياحة والسفر في الدول العربية
66	المطلب الثالث: معوقات تطوير الحركة السياحية بين أقطار الوطن العربي
68	المطلب الرابع: الإجراءات والسياسات التي اتخذتها الدول العربية لمساندة قطاع السياحة
73	خلاصة الفصل
74	الخاتمة
77	فهرس المحتويات
80	قائمة المراجع
85	الملاحق





# قائمة المراجع

قائمة المراجع:

- أحمد يوسف دودين. (2011). *إدارة التسويق المعاصر*. قسم إدارة الأعمال، الجامعة الزرقاء: الأكاديميون للنشر والتوزيع.
- اسامة محمد علما، طاهر محمد شريف، و منى محمود محمد. (10, 2022). أثر عناصر المزيج التسويقي الابتكاري على الصورة الذهنية لمستشفيات التأمين الصحي في مصر "دراسة تطبيقية". *الرابع (الأربعون)*، الصفحات 10-11.
- إسلام بشيشي، و إسلام بوزغوت. (2020). أثر المزيج التسويقي الخدمي على الصورة الذهنية للزبون: دراسة حالة مؤسسة موبيليس وكالة جيغل (مذكرة مقدمة استكمال متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي في العلوم التجارية). كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيغل.
- أسماء مبروك، و منى بولفراد. (2019). دور التسويق المستول في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة الخدمية (مذكرة مقدمة لاستكمال نيل شهادة ماستر أكاديمي في العلوم التجارية). كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير، جامعة جيغل.
- أميرة إيمان دبي ، و تسنيم جبلاحي . (2020). واقع المزيج التسويقي الخدمي في المؤسسات الصحية (دراسة حالة عينة من المؤسسات الإستشفائية). مسيلة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة.
- أمينة معمري. (2014). دور الإتصال الداخلي في تشكيل الصورة الذهنية للمؤسسة الجامعية: دراسة ميدانية برئاسة جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي (مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والإتصال). كلية العلوم الإجتماعية والإنسانية ، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي.
- بالمر أدريان. (2020). *مبادئ تسويق الخدمات*. (بهاء شاهين، علا أحمد إصلاح، و دعاء شراقي، المترجمون) مؤسسة محمد بن راشد آل مكتوم.
- بلقاسم بوعتو. (2021). أثر المزيج التسويقي في تحسين الصورة الذهنية لمؤسسة خدمية: دراسة حالة الإتصالات الجزائر (مذكرة زريج تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر). تيارت، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة ابن خلدون - تيارت.

- حميد الطائي، و بشير العلاق. (2019). تسويق الخدمات (كتاب محكم علميا). دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
- رشيدة بسمه مسعود، و صبرينة رحمانى. (2017). العلاقات العامة مكدخل لبناء صورة المؤسسة الخدمية : دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر، فرع: سور الغزلان(مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم التجارية) . بويرة، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية وعلوم التسيير، جامعة العقيد اكلي محند أ ولحاج - بويرة -.
- سامية سيرات . (2008). إستراتيجية التسويق السياحي وأثرها على الإقتصاد المحلي (دراسة حالة ولاية بشار). كلية العلوم الإقتصادية، العلوم التجارية و علوم التسيير، جامعة وهران.
- سميرة مرقاش. (2006). أهمية المزيج التسويقي الخدمي الموسع في تحسين الخدمات التأمينية. شلف، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة حسيبة بن بوعلي -شلف-.
- سهيلة بوزراب، و نبيلة أقيجر. (2017). الصورة الذهنية لخدمات مؤسسة "موبيليس" لدى الطلبة الجامعيين:دراسة ميدانية بكلية العلوم الانسانية والاجتماعية(مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال). جيجل، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل-.
- صالح الشيخ. (2009). تكوين الصورة الذهنية للشركات ودور العلاقات العامة فيها (بحث مقدم لنيل درجة الدبلوم في العلاقات العامة). سوريا، الأكاديمية السورية الدولية، الجمعية الدولية للعلاقات العامة.
- عماد الدين شعبان. (2018). دور الإستراتيجية الاتصالية في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة الاقتصادية : دراسة حالة للشركة الجزائرية لتوزيع الكهرباء و الغاز (SDC سونالغاز) -بسكرة- (مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و الاتصال). بسكرة، كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية ، جامعة محمد خيضر-بسكرة- قطب شتمة .
- عياشة عثمانى . (2010). دور التسويق في زيادة تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة( دراسة حالة شركة سيتيفيس للمشروبات(بيبي كولا)ولاية سطيف). سطيف، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس - سطيف

فاطمة همال. (بلا تاريخ). إدارة الصورة الذهنية للمؤسسات الإعلامية عبر شبكات التواصل الإجتماعية(أطروحة مقدمة لنيل شهادة

دكتوراه علوم في الإعلام والاتصال). باتنة، كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية، جامعة باتنة 1.

فاطيمة الزهراء خليفة ، و نسيمه زهيرة غزيل . (2016). تقييم مساهمة عناصر المزيج التسويقي في بناء ولاء المستهلك(دراسة حالة

شركات الاتصال -الجزائر-). تيارت، كلية العلوم التجارية والاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة ابن خلدون -تيارت-.

فطيمة بزعي. (2008). دور إستراتيجية المؤسسة في تحديد المزيج التسويقي دراسة حالة مؤسسة اقتصادية( مذكرة لنيل شهادة

الماجستير في العلوم التجارية). باتنة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الحاج لخضر - باتنة.

فيصل عبد الكبير، و الرزاق عبد رباح. (2018). دور المزيج التسويقي الصحي في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسات

الإستشفائيةالخاصة(مذكرة مقدمة ضمن متطلبات شهادة ماستر أكاديمي في علوم التسيير). مسيلة، كلية العلوم الاقتصادية

والتجارية وعلوم التسيير، جامعة بوضياف بمسيلة.

كلتوم كيحل . (03 07, 2019). دور التسويق الإلكتروني في تشكيل الصورة الذهنية للمؤسسة (دراسة حالة لمؤسسة اتصالات

موبيليس -بسكرة). بسكرة، العلوم الإنسانية و الإجتماعية، جامعة محمد خيضر بسكرة.

ليلي بوالعيش، و نوال مرعي. (2019). أثر المزيج التسويقي في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة الخدمية- دراسة حالة مؤسسة

موبيليس-و كالة جيحل-(مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في العلوم التجارية) . جيحل، كلية العلوم الاقتصادية، التجارية

وعلوم التسيير ، جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيحل - .

محمد طه فريجة، داوود جفافة، و أحمد أمين فورار. (03 07, 2019). دور التسويق الإلكتروني في تشكيل الصورة الذهنية

للمؤسسة: دراسة حالة المؤسسة اتصالات موبيليس -بسكرة - (مذكرة ماستر). بسكرة، العلوم الإنسانية و الإجتماعية،

جامعة محمد خيضر بسكرة.

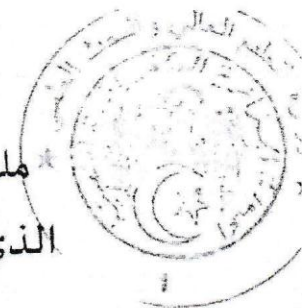
موفق عدنان عبد الجبار الحميري، و رامي الفلاح الطويل. (2015). التسويق الإستراتيجي لخدمات الفنادق والسياحة. عمان: دار

ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع.

يوسف رهدون ، لمياء بشطلي ، و لبنى عياش . (2015). تأثير التسويق الإلكتروني على جودة الخدمة السياحية(دراسة حالة لوكالة

السياحة والأسفار يوبي "عناية). قالمة، كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية، جامعة 8 ماي 1945 قالمة.

الملاحق



ملحق بالقرار رقم 10821... المؤرخ في ..... 27 2020  
الذي يحدد القواعد المتعلقة بالوقاية من السرقة العلمية ومكافحتها

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

مؤسسة التعليم العالي والبحث العلمي:

نموذج التصريح الشرفي  
الخاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية لإنجاز بحث

أنا الممضي أسفله،

السيد(ة): عمراء عليل الصفة: طالب، أستاذ، باحث طالبة  
الحامل(ة) لبطاقة التعريف الوطنية رقم: 20686290 والصادرة بتاريخ 28 - 4 - 2021  
المسجل(ة) بكلية / معهد العلوم التجارية قسم تجارة  
والمكلف(ة) بإنجاز أعمال بحث (مذكرة التخرج، مذكرة ماجستير، أطروحة دكتوراه)،  
عنوانها: مساهمة التعاون العربي في مجال قطاع السياحة  
دراسة حالة - مجموعة من البلدان العربية  
أصرح بشرفي أنني ألتزم بمراعاة المعايير العلمية والمنهجية ومعايير الأخلاقيات المهنية والنزاهة الأكاديمية  
المطلوبة في إنجاز البحث المذكور أعلاه .

التاريخ: 2023/6/16

توقيع المعني (ة)