

إستراتيجية شاملة لتطوير قطاع السياحة البيئة العربية وتشجيع الاستثمار السياحي

جمال خنشور - جامعة محمد خيضر بسكرة

سيف الدين تلي - جامعة محمد خيضر بسكرة

المخلص:

تعد السياحة واحدة من أهم مصادر الدخل في الاقتصاد الوطني للعديد من الدول العربية، حيث تمثل أحد أهم مكونات الصادرات الخدمية ذات التأثير الكبير في ميزان المدفوعات، كما أنها من الأنشطة التي تساهم بفاعلية في زيادة الناتج المحلي الإجمالي وزيادة إيرادات النقد الأجنبي. وتمثل السياحة صناعة متطورة ومتعدد الاتجاهات والتشابكات مع مجمل الأنشطة الاقتصادية والاجتماعية سواء بشكل مباشر أو غير مباشر.

وعلى الرغم من امتلاك العالم العربي مقومات سياحية كبيرة يمكنها أن تؤهله لأن يكون من أكثر مناطق العالم جذباً للسياح إلا أن حصته من السياحة العالمية لا تتجاوز نسبة 5%، وهي لا تتناسب مع ما يدخر به العالم العربي من ثروات طبيعية وثقافية وحضارية مختلفة. وقد أدرك العالم العربي أهمية قطاع السياحة وبالأخص السياحة البيئية العربية ليمّا لها من آثار إيجابية متعددة على الاقتصاديات العربي، منها تعزيز التبادل التجاري والصناعي وتخفيف معدلات البطالة، وتخفيف حدة الفقر... الخ، وتظهر المؤشرات السياحية المختلفة تبايناً كبيراً للسياحة في كل دول العربية، من حيث عدد السياح والبنية التحتية والبيئة التشريعية والتنظيمية. وإيماناً بأهمية وجود تعاون عربي، يكفل تعظيم المنافع للجميع قامت الدول العربية بالعمل على أبرام اتفاقيات ومؤتمرات لبناء إستراتيجية سياحية بيئية حقيقية، تحقق تقارب الأهداف.

لكن لا تزال الجهود متواصلة بغية دعم القطاع السياحي العربي وتنمية زيادة حركة السياحة العربية البيئية وتوفير مناخ استثماري يسهل حركة رؤوس الأموال، وقوانين تنظم التكامل السياحي المرغوب فيه.

الكلمات الدالة: السياحة، السياحة البيئية العربية، الاستثمار السياحي، استراتيجية، تطوير السياحة،

مقدمة:

تعتمد العديد من الدول على السياحة كمصدر أساسي من مصادر الدخل القومي وتحسين مستوى المعيشة لمواطنيها وتوفير الفرص الوظيفية لهم، إلى ما تزخر به هذه الصناعة من الفرص الاستثمارية بشكل عام. كما تعد السياحة من أكثر الصناعات نمواً في العالم، فقد أصبحت اليوم من أهم قطاعات الاقتصاد العالمي.

أصبحت السياحة البيئية العربية نشاطاً منتجاً، ذا تأثير إيجابي على جوانب كثيرة: اقتصادية، واجتماعية، وثقافية، ومن خلال تعزيز معدلات النمو الاقتصادي، وزيادة مستويات الدخل، وتحقيق التنمية الاقتصادية الإقليمية المتوازنة، وتحفيز استثمارات القطاع الخاص في البنية التحتية، ومرافق الخدمات السياحية، بالإضافة إلى كونها مرتكزا للحفاظ على الموروث الثقافي، لأى مجتمع، المادي منه والغير المادي. كما يمكن النظر إليها بمثابة جسر يربط بين الشعوب والحضارات، ويعمل على تعزيز الترابط الإنساني، والثقافي، وتحقيق الانفتاح المرغوب.

مع انتشار الاستثمارات العربية عبر العلم وبأموال كبيرة، غير أنها لا تخدم كثيرا أبناء الأمة العربية ما يؤكد وجود مشكلات لا تساعد المستثمرين العرب على استثمار أموالهم في الدول العربية، سواء في القطاع السياحي أو القطاعات الأخرى، ما يستدعي البحث عن العراقيل التي تحول دون ذلك.

وتعتبر السياحة العربية في بعض الدول العربية عامل تنموي رئيسي ومحرك للاقتصاد الوطني لمساهمة قطاع السياحة فيها بنسب تتراوح بين 20% من الناتج المحلي كلبنان ومصر 10%. أما عالميا فان الواردات المتأتية من القطاع السياحي في جزر المالديف يعتبر المدخول الاساسي لها، أما في فرنسا واسبانيا فتدخل كل واحدة منها سنويا أكثر من 50 مليار دولار بحيث تنمي الدورة الاقتصادية فيها وتساهم مباشرة في التنمية الوطنية والاقتصادية والاجتماعية.

وحيث أن العلم العربي زاخرا بالمقومات الثقافية والأثرية والتاريخية والطبيعة والبيئية، التي تؤهلها لأن تكون مركزا عالميا مستقطبا وجاذبا للسائحين، فإن حصتها في سوق السياحة العالمية لا تتجاوز 5%. وقد أدركت الدول العربية أهمية الصناعة السياحة وضرورة التعاون المشترك فيها، ولكي تتجح السياحة العربية وتتطور يجب إنشاء هيئة استثمارية سياحية أو مجلس للتوازن الاقتصادي السياحي لوضع إستراتيجية سياحية وللإشراف عليها ولرسم سياسات عامة للاستثمار السياحي، تتحقق على مراحل بناء على دراسة ميدانية وانية للأسواق السياحية والإمكانيات والمهارات والمنتجات الموجودة.

والسؤالان المطروحان هما: ما هو واقع السياحة البيئية العربية؟ وما الحلول والاستراتيجيات المقترحة لتجاوز عراقيل تنمية السياحة البيئية؟ وهذا ما سنحاول الإجابة عنه من خلال هذه الدراسة.

- أولا: الاستثمار السياحي العربي والأجنبي.
- ثانيا: واقع السياحة في الدول العربية.
- ثالثا: مؤشرات تنافس الدول العربية في الاستثمار السياحي.
- خامسا: الإستراتيجية المقترحة لتنمية وتطوير السياحة البيئية العربية.

أولا: الاستثمار السياحي العربي والاجنبي:

أ- مفاهيم أساسية حول السياحة: تجسد السياحة نموذجا للعلاقات المختلفة بين شعوب العالم وحضاراتهم المتعددة وذلك لتبادل المعرفة والتقارب الفكري وإحلال التفاهم بين هذه الشعوب، كما أنها تعتبر كيوابة تساعد على الإطلاع الفكري والتنوع الحضاري والثقافي وحتى الإقتصادي، لهذا من الضروري إعتبارها كعنصر فعالا في التغيير الإجتماعي وتطوير العلاقات بين أفراد الجيل الواحد وحتى الأجيال القادمة.

● ماهية السياحة: تعرف السياحة بأنها سفر الإنسان أوترحاله أوقيامه برحلة للإقامة مؤقتاً ولفترة محدودة في مكان أخرج بعيد عن مكان إقامته الأصلي سواء في بلده أو في بلد أجنبي، بغرض الترويح الذهني و/أو الجسمي، وهي تتأثر بعدة عوامل كالمواصلات، ودخل الفرد وثقافته ودرجة تحضره، الموقع، البيئة، وتوافر المعالم السياحية¹.

كما أنها تمثل جميع أشكال السفر والإقامة للسكان غير المحليين، وإنقال الأفراد خارج الحدود السياسية للدولة التي يعيشون فيها مدة تزيد على أربع وعشرين ساعة ونقل عن عام واحد، على أن لا يكون الهدف من وراء ذلك الإقامة الدائمة أو العمل أو الدراسة أو مجرد العبور الدولة الأخرى².

ومن جهة أخرى يمكن أن تكون السياحة عبارة عن استخدام محدد لوقت الفراغ ولكل أشكال الإستجمام، وأنها تشمل معظم أشكال السفر، وما هي إلا حركة مؤقتة للسكان أو للناس إلى مناطق معينة خارج مناطق سكنهم وإقامتهم الدائمة، بحيث تشمل جميع النشاطات التي تمارس في المناطق المستهدفة وكذلك جميع الخدمات والتسهيلات التي تم توفيرها لممارسة هذه النشاطات³.

ويمكن أن تعرف السياحة على أنها تشمل أشكال السفر المرتبطة بالمهنة والعلاج والسياحة المهنية وسياحة النفاقة، وكذلك كل أشكال السفر الحر الذي يهدف إلى الإستجمام والترفيه بالمفهوم العام⁴.

وهي مجموعة من العلاقات المتبادلة التي تنشأ بين الشخص الذي يتواجد بصفة مؤقتة في مكان ما، وبين الأشخاص الذين يقيمون في هذا المكان، وهذه العلاقات والخدمات تكون ناجمة عن التغيير المؤقت والإرادي لمكان الإقامة دون أن يكون الباعث على ذلك أسباب العمل أو المهنة⁵.

ومن خلال العديد من التعاريف المقدمة للتعريف بالسياحة فإنه يمكن إعتبارها على أنها عبارة عن حركة ونشاط إجتماعي، ثقافي وإقتصادي يقوم به العديد من الأفراد باختلاف جنسياتهم وأعمارهم ومستوياتهم المادية، شرط أن تكون لمدة تزيد على أربع وعشرين ساعة ونقل عن عام واحد، ويكون الهدف من وراء ذلك مجرد الترفيه والإستجمام.

كما أن محاولات العديد من المتخصصين للوصول إلى تعريف دقيق للسياحة، تشير إلى أن جميعها تتفق على أن هناك عنصرين أساسيين يحددان السياحة هما " الإنتقال و الغاية ".

● **خصائص السياحة:** تأسيساً على التعاريف السابقة التي توضح بأن السياحة تشمل كافة الأنشطة التي تتعلق بصفة مباشرة أو غير مباشرة بتقديم مجموعة من الخدمات المختلفة للسياح، فإن هذه التعاريف تؤكد على خصائص السياحة التالية⁶:

- أنها من أهم القطاعات الخدمية التي أصبحت تشكل مصدراً رئيسياً للدخل الوطني في الإقتصاديات الحديثة، لأنها تمثل منظومة متكاملة من الأنشطة المختلفة.
- نطاق المنافسة التي يتحرك فيه القطاع السياحي يمتد إلى خارج النطاق الإقليمي للدولة الواحدة، لهذا فهو أيضاً يتأثر بالتغيرات التي تطرأ على البيئة العالمية.
- مقومات العرض السياحي تتميز بالندرة الشديدة والحساسية الشديدة للتغيرات التي تطرأ على قطاعات النشاط الإنساني الأخرى في المجتمع، سواء تعلق الأمر بالهبات الطبيعية التي تتمتع بها الدولة، الموروثات الحضارية القديمة والحديثة أو بالمكتسبات الحضارية المعاصرة من بنى أساسية وخدمات تكميلية.
- إضافة إلى خصائص أخرى نذكر منها⁷:
- السوق المستهدف لقطاع السياحة هو سوق متنوع الخصائص والانتماءات والأنماط السلوكية، لأنه يمتد من مواطني الدولة الواحدة إلى مواطني الدول الأخرى.
- كل فئات المجتمع تساهم في تشكيل الطابع أو الصورة المميزة لمزيج الخدمات السياحية المقدمة للسائح من طرف الدولة، لأنها كلها تشارك في تقديم الخدمات السياحية بطريقة مباشرة أو غير مباشرة.
- أثر هذا القطاع على القطاعات الأخرى يأخذ طابع تأثير المضاعف أي أن هذا الأثر يكون مركباً ومتوسعاً بصفة دائمة.

- عدم إمكانية إحتكار المقومات السياحية في الكثير من الأحيان خاصة بالنسبة لبعض المقومات السياحية النادرة، إضافة إلى صعوبة القيام بإنتاج سلع سياحية بديلة.
- **أنواع السياحة:** يعد قطاع السياحة من أهم قطاعات النشاط الإنساني في الدولة الحديثة، وهناك عدة أنواع للسياحة طبقاً للمعايير التي تؤخذ في تصنيف السياح وفيما يلي نذكر أهمها :
 - أنواع السياحة على أساس الموقع والحدود: هناك نوعان أساسيان هما: سياحة دولية (خارجية) وهناك سياحة داخلية (محلية) وهناك نوع آخر يُعرف بالسياحة الإقليمية: كإقليم أميركا اللاتينية وشرق آسيا.
 - أنواع السياحة على أساس فترة إقامة السائح وخصائص المنطقة السياحية: هناك سياحة دائمة، وهي سياحة تتم على مدار السنة (سياحة ثقافية، دينية) وهناك سياحة موسمية: تقتصر على فترة من السنة كالسياحة الصيفية أو الشتوية.
 - أنواع السياحة على أساس مناطق الجذب السياحي: توجد ثلاثة أنواع هي:
 - سياحة ثقافية: وتشمل هذه السياحة زيارة الأماكن التاريخية والمواقع الأثرية والدينية والمتاحف، وهذه السياحة غالباً ما تكون دائمة إذا ما توافرت الظروف المناخية الملائمة لحركة السياح وتنقلاتهم.
 - سياحة طبيعية: وهي سياحة متعددة الوجوه (مناخية ، نباتية ، طبيعية) ومتنوعة الأغراض (ترويحية ، علمية، إستشفائية) ولكن يُعد المناخ عنصرها الأساسي ومحركها الفعال.
 - سياحة اجتماعية: وهي سياحة متعددة الجوانب، فهي سياحة علاقات اجتماعية وسياحة ترويح وترفيه عن النفس وربما تكون سياحة المدن ضمن هذه السياحة.
 - أنواع السياحة على أساس الهدف: هناك سياحة ترويحية، وسياحة ثقافية، وسياحة علاجية، ودينية، ورياضية، وسياحة المؤتمرات، وسياحة رجال الأعمال.
 - أنواع السياحة على أساس التنظيم: هناك ثلاثة أنواع سياحة عائلية أو فردية وقد تكون جماعية (مجموعات سياحية).
 - أنواع السياحة على أساس أعمار السياح: هناك ثلاثة أنواع أيضاً هي: سياحة الشباب بين (16-30) سنة، وسياحة الناضجين بين (30-60) سنة، وسياحة كبار السن (المسنين) أي سياحة من تجاوز 60 سنة وسياحة هؤلاء تزداد أهميتها كلما ازداد الوعي الصحي وطال عمر الإنسان.
 - أنواع السياحة حسب وسيلة النقل: هناك السياحة الجوية عن طريق الطيران، والسياحة البرية عن طريق السيارات والقطارات، والسياحة البحرية عن طريق السفن واليخوت، وهناك نوع جديد من السياحة يُسمى سياحة الفضاء وهذه السياحة محصورة حتى الآن ببعض الأشخاص القلائل جداً حيث تكلف الرحلة ملايين الدولارات.
- ب- مفهوم الاستثمار السياحي العربي والاجنبي:** الاستثمار كمصطلح يعني توظيف أموال أو تخصيصها في المجالات أو الفرص الاستثمارية التي يعتقد المستثمر بأنها فرص ذات جدوى تحقق أفضل عائد في أقل مستوى من المخاطر وإن أحد مجالات الاستثمار هي الاستثمار السياحي، ويقصد بهذا النوع من الاستثمار أن يوجه المستثمر أياً كان عربياً أو أجنبياً جزء أو كلاً من أمواله التي بحوزته في الفرص الاستثمارية السياحية المتوفرة في الدول العربية، ومما يشجع على الاستثمار إن الحركة السياحية العالمية عرفت تطورات بشكل واسع فخلال العشرين سنة الأخيرة تضاعف عدد المسافرين والسياح في العالم من 700 مليون فرد إلى 1.6 مليار فرد سنوياً وقد ازداد هذا

النشاط السياحي نموا بنسبة 4% قبل أحداث 11 سبتمبر في الولاية المتحدة الأمريكية والردة السريعة التي حصلت إزاء هذا الهجوم وإن ما أنفقه هؤلاء السياح 463 مليار دولار لغاية نهاية 2001 وفرص عمل للجنسين (رجال و نساء) حوالي 200 مليون يشكلون 8% من العمالة العالمية. إلا أن نسبة النساء تشكل 70 % ونصف هذا العدد أعمارهم 25 سنة فأقل.

هذه المؤشرات تدل على أن الحركة السياحية ناشطة في العالم ويمكن أن تنشط في المنطقة العربية لما لها من سمات وخصائص تاريخية وحضارية تشجع على إقامة مرافق سياحية تخلق الطلب السياحي لدى الأفراد، ولذلك فإن المستثمر العربي أو الأجنبي هو ذلك المستثمر الذي يطلب استثمار أمواله في تنشيط السياحة في مجال وفرص استثمارية لتشغيل ماله من موارد وفي مختلف المناطق والمواقع الأثرية والتاريخية والدينية.⁸ و يأخذ الاستثمار السياحي العربي والأجنبي الأنواع الآتية:

• **الاستثمار السياحي المباشر:** يشير الاستثمار المباشر إلى عملية توظيف أموال غير وطنية يملكها أفراد من جنسيات عربية أو أجنبية وفق قوانين الاستثمار السائدة في الدول التي يتحقق فيها الاستثمار وحسب الاتفاقيات التي تجري بين طرفي الاتفاق وهم الدولة المضيفة والمستثمر العربي أو الأجنبي وربما تسمح له هذه الاتفاقيات بإدارة استثمارته من بلده بوساطة وكلاء أو مديرين يختارهم بنفسه، أم عن كون الاستثمار سياحي فهو أن يكون توظيف الأموال في قطاع السياحة فالمستثمر يقدم رأس المال وتقدم الدولة المضيفة التسهيلات اللازمة الأخرى لهذا الاستثمار في المواقع السياحية والأثرية والتاريخية والدينية، وطالما هو استثمار فهو ينطوي على أفق زمني طويل لأنه استثمار في موجودات ثابتة ذات عمر إقتصادي طويل الأجل وقد لعبت الشركات متعددة الجنسية دورا واضحا وكبيرا في هذا النوع من الاستثمار⁹، وللاستثمار الأجنبي مكونات ثلاثة هي:

- رأس المال الممتلك: وهو مبلغ رأس المال الذي يستثمره المستثمر الأجنبي المباشر لشراء حصة في مشروع في دولة أخرى هي غير الدولة التي ينتمي إليها، وقد عرف صندوق النقد الدولي الاستثمار الأجنبي المباشر بأنه مباشر عندما يملك المستثمر ما نسبته 10% أو أكثر من رأس الشركة المساهمة أو ما يساوي النسبة في الشركة غير المساهمة إلا أن بعض الدول المضيفة للاستثمار تحدد هذه النسبة كما هو في فرنسا التي حددتها نسبة 20% تخوفا من تحرر رأس المال الأجنبي داخل فرنسا في حين خلت قوانين الكثير من الدول من تحديد لهذه النسبة كما هو الحال بالنسبة للقانون المغربي وهذا يتيح لرأس المال الأجنبي التحكم بإدارة المنشآت التي يملكها على حسب المصلحة الوطنية، وفي بعض الدول العربية تسمح قوانينها للعرب الاستثمار والتملك في أراضيها كما المملكة الأردنية الهاشمية التي ارتفعت الاستثمارات العراقية فيها إلى حوالي 50 مليون دولار شهريا ومن الدول العربية التي تسمح بالتملك سوريا أيضا¹⁰.

- إعادة استثمار الأرباح: أي أن الأرباح التي تتحقق يتم توزيع جزء منها على المساهمين وتسمى Dividends يتم توزيعها على عدد الأسهم فيحصل كل مساهم على مقسوم أرباح بعدد الأسهم التي يملكها مضروبا بحصوة السهم الواحد ويسمى DPS أي مقسوم أرباح للسهم الواحد أما الجزء المتبقي فيسمى أرباح محتجزة أو غير موزعة Retained earning وهذا الجزء هو الذي يسمح بإعادة استثماره وحسب ما تسمح به التشريعات القانونية ومنها قوانين الاستثمار.

- الدونية: وهو ما تقوم به الشركات من إستانه أي الحصول على التمويل من مصادر تمويل خارجية من غير الدولة المضيفة للاستثمار وكذلك الإقراض الذي يجري بين الشركة الأم وفروعها.

• **الاستثمار السياحي غير المباشر:** يمكن للمستثمر أيا كان عربيا أو أجنبيا أن يشارك في توظيف أمواله في البلد المضيف، كأن يكون في الأوراق المالية " الأسهم والسندات" أو قروض لشركات دون أن يكون له حق إدارة موجودات الشركة ويسمي هذا النوع من الإستثمار إستثمار غير مباشر¹¹.

ويتم من خلال تأسيس شركات سياحية تتولي إقامة المنشآت السياحية في المواقع الأثرية والتاريخية والدينية من قبل القطاع الخاص وطرح أسهم وسندات في سوق الأوراق المالية داخل الدولة أو خارجها وبالتالي تمكين المستثمر العربي أو الجنبى المساهمة في إستثمارات هذه الشركات من أجل دعم قطاع السياحة وذلك بامتلاك الأوراق المالية التي تمكنه من المشاركة في الاستثمار ويشار إلى أن هذه الإستثمار قصير الأجل لأن المستثمر باستطاعته بيع ما يملكه خلال أيام أو أسابيع لكن ذلك يعني دخول مالك جديد هو المستثمر الذي يشتري ماباعه المستثمر السابق وغالبا ما يتم ذلك من قبل مؤسسات التمويل كالبنوك وشركات التأمين والمصارف الإستثمارية¹².

ثانيا : واقع السياحة في الدول العربية:

يعني مصطلح السياحة السفر والإقامة خارج مكان السكن لمدة مؤقتة، لأسباب متعددة، منها: الترفيه والتعرف على العالم، ودراسة اللغات...، وعرفها لعالم الاقتصادي النمساوي شوليرون بأنها: " الاصطلاح الذي يطلق على أي عمليات خصوصاً العمليات الاقتصادية التي تتعلق بوجود الأجانب وإقامتهم وانتشارهم داخل منطقة معينة وخارجها، أو بلد ترتبط بهم ارتباطاً مباشراً".

أما السياحة البيئية فهي عبارة عن التعاون الدولي والإقليمي بين مجموعة من الدول واحتكاكها عن طريق السياحة لتوطيد العلاقات فيما بينها وتوطيد العلاقات فيما بينها¹³.

التنمية السياحية كمفهوم تعني توفير التسهيلات والخدمات لتلبية رغبات السياح والارتقاء بجودة المنتج السياحي. وتتطلب التنمية السياحية استعمال أدوات ووسائل وتقنيات، كالتخطيط السياحي باعتباره أسلوباً علمياً يستهدف تحقيق أكبر معدل ممكن من النمو السياحي بأقل تكلفة ممكنة وفي أقل وقت ممكن¹⁴.

أ- **المقومات الرئيسية للصناعة السياحية في الدول العربية:** تعتمد صناعة السياحة على غاية رئيسية وهي جذب السائح، وهذا فن وعلم بحد ذاته إلى جانب العلوم الأخرى الضرورية لنجاح وتطور السياحة من تسويق وترويج وإعلام وإرشاد وتطوير المهارات واللغات، بالإضافة إلى وجود مقومات سياحية من مواقع ومعالم وبنية تحتية متطورة وذات جودة عالية قادرة على استيعاب أعداد السائحين. وقد تنوعت طرق وسبل جذب السياح وخاصة في منطقتنا العربية التي تشمل سلة متنوعة من المقاصد السياحية، فبالإضافة لزيارة المواقع الأثرية والتاريخية والمتاحف، هناك السياحة البيئية والسياحة العلاجية والدينية والمهرجانات والمؤتمرات... ومن هنا، يمتلك العالم العربي مقومات سياحية كبيرة تؤهله ليكون مقصد سياحيا بامتياز، تجعله من أكثر المناطق جذب للسائحين. وغالبا ما يشار إلى القدرات الاستيعابية للدول في المجال السياحي بمؤشر نسبة السياح على عدد السكان.

• **نسبة السياحة إلى عدد السكان في بعض الدول العربية:** في دول ذات الصدارة العالمية نجد أن هذا المؤشر يفوق 100%، ففي فرنسا تبلغ هذه النسبة 126%، وإسبانيا 129%، بمعنى أن الدولة قادرة على استيعاب سياح واستقبالهم في سائر فترات العام أكثر من تعداد سكانها، مع توافر كل الخدمات لهم من إقامة ووسائل نقل وغيرها، من دون تأثير معيشة المواطن المحلي وحياته¹⁵.

يبين الجدول التالي عدد السياح والحصة السوقية للدول العربية وفق بيانات عام 2012، ونقصد بالحصة السوقية نسبة عدد السياح الوافدين إلى الدولة إلى عدد السياح للدول المذكورة في الجدول وليس إلى عدد السائحين في العالم.

(الجدول رقم 1)

عدد السياح والحصة السوقية للدول العربية عام 2012				
الدولة	عدد السياح (ألف)	عدد السكان (مليون)	الحصة السوقية (%)	نسبة السياح إلى عدد السكان (%)
الإمارات	977.8	9.2	17.3	98
مصر	196.11	80.72	21.5	14
العراق	*518.1	32.57	--	5
الأردن	162.4	6.31	8.0	66
الكويت	**269	3.25	--	8
لبنان	365.1	4.42	2.6	31
فلسطين	488	4.04	0.9	12
اليمن	**829	23.85	--	3
سوريا	**070.5	22.39	--	23
السعودية	664.13	28.28	26.3	48
قطر	**527.2	2.05	--	48

*معطيات عام 2010. **معطيات عام 2011. مصدر الجدول: الأمانة العامة لجامعة الدول العربية، وإدارة الإحصاء وقواعد المعلومات، وتقرير الدول العربية أرقام ومؤشرات، العدد الثالث، 2011.

Source :World Tourism Organisation. UNWTO. Tourism Highlights. 2013 Edition. P.12 and <http://data. Worldbank.org/ indicateur/ SP.POP.TOTL>.

وقد أظهر تقرير السياحة العالمي أن عدد السائحين القادمين إلى الشرق الأوسط يقارب 52 مليون عام 2012. وقد انخفض العدد بنسبة 5% مقارنة بعام 2011، بسبب الاضطرابات التي شهدتها بعض دول المنطقة. ويوزع السياح على مناطق العالم كالآتي¹⁶:

- الدول الأوروبية، قام بزيارتها 534 مليون سائح، بما نسبته 52% من عدد السائحين في العالم.
 - منطقة آسيا والباسيفيك، قام بزيارتها 234 مليون سائح، بما نسبته 23% من السائحين في العالم.
 - الشرق الأوسط، قام بزيارته 52 مليون سائح، بما نسبته 5% من السائحين في العالم.
 - الأمريكتان الشمالية والجنوبية، بلغ عدد السياح 163 مليون سائح، ويمثلون نسبة 16% من السائحين في العالم.
- وتظهر بيانات الجدول أن مؤشر نسبة السياح إلى عدد السكان في الدول العربية متباين جداً، إذ يختلف من دولة إلى آخر بمعدل تشتت كبير، وهذا ما يبين الاختلاف الكبير في الاهتمام بالجانب السياحي في الوطن العربي، كما تختلف مقومات السياحة في كل دولة عن الأخرى.

نلاحظ أن نسبة مؤشر عدد السياح إلى عدد السكان قد بلغت 98% في دولة الإمارات العربية المتحدة، وهي أفضل نسبة بين الدول العربية، وذلك بسبب الاهتمام بالبنية التحتية والقيام بالاستثمارات سياحية كبيرة، وامتلاكها اقتصاداً حديثاً ومتطوراً مكنها من استقبال عدد سياح يقف بكثير عدد السكان.

إذ ليس شرطاً أن يكون عدد سكان الدولة قليلاً حتى تحصل على مؤشر كبير، بل إن إستراتيجية الدولة الجذب السياحي مهمة أيضاً.

بالنسبة إلى باقي الدول العربية، نجد أن الأردن، والسعودية، وقطر حققت نسبة مؤشر مرتفعة نسبياً، وكانت على التوالي 66%، و48%، و48%. ويبقى العراق وفلسطين واليمن في مستويات منخفضة من مؤشر نسبة السياح إلى عدد السكان. وهذا الضعف في تخطيط السياحة وتنميتها وضعف في البنية الأساسية.

• **مساهمة السياحة العربية في الناتج المحلي الإجمالي وتوفير فرص العمل:** يعد قطاع السياحة من أهم القطاعات التي تشهد تطوراً سريعاً، وتزداد أهميتها في جانبيين أساسيين في أي دولة، هما: الناتج المحلي الإجمالي، وتوفير فرص العمل للحد من البطالة. ومن أجل مقارنة الماضي بالحاضر نورد فيما سيأتي معطيات تعود إلى سنوات سابقة، نبين فيها مساهمة السياحة في دعم الناتج المحلي الإجمالي وتوفير وظائف العمل.

الجدول رقم (2)

البيانات الاقتصادية للسياحة في الدول العربية عام 1999



مساهمة السياحة في الاستثمار الرأسمالي (%)	نسبة العمالة في قطاع السياحة (%)	مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي GDP (%)	
6.6	7.9	10.6	البحرين
7.7	8.7	9	مصر
11.6	18.7	22.5	الأردن
2.5	6.3	5	الكويت
5.1	5.4	7	عُمان
4.3	4.7	6.2	قطر
3.9	4.9	6.4	السعودية
9.2	6.1	6.1	سوريا
4	4.9	5.2	اليمن

المصدر: تقرير الإسكوا، 1999، أخذاً عن: ناجي التوني، دور وآفاق القطاع السياحي في اقتصاديات القطر العربية، المعهد العربي للتخطيط، 2001، ص8.

من الجدول أعلاه، يظهر لنا أن نسبة مساهمة القطاع السياحي في الناتج المحلي الإجمالي للدول العربية متباين من دولة إلى أخرى، حيث تراوحت نسبة المساهمة بين 5% و25.5%، حيث يعتمد الأردن بشكل كبير على القطاع السياحي في تنمية اقتصاده، وهذا لافتقار الأردن إلى موارد الطاقة (البترول والغاز)، كما يسهم القطاع في توفير أكثر من 18% من القوى العاملة في البلد، وتتنخفض النسبة في الدول العربية الأخرى، وبحكم عدم توافر المعلومات عن كل الدول عام 1999، فقد تم إدراج الجدول الآتي ليشمل أكبر عدد من الدول العربية. والجدول التالي يوضح المساهمة الاقتصادية للقطاع السياحي العربي لعام 2012. أي بعد مرور عشرة سنوات.

الجدول رقم (3)

البيانات الاقتصادية للسياحة في الدول العربية عام 2012				الدول
حصة السياحة والسفر من GDP	التوظيف في قطاع السياحة	نسبة التصدير الناتج عن السياح	عملة محلية	
(%)	آلاف الوظائف	(%) من إجمالي الصادرات		
12.5	77	7.6	1351.7 مليون	البحرين
15.1	3106.5	21.7	227.6 مليار	مصر
22	333.5	31.9	4750.5 مليون	الأردن
4.5	111	0.5	2335.8 مليون	الكويت
25.1	322.5	31.1	16790.6 مليار	لبنان
7	77.5	3.2	2043.2 مليون	عمان
6.7	82	4.9	47.6 مليار	قطر
5.2	459	2.2	125.1 مليار	السعودية
3.1	350.5	1.7	6348.1 مليون	السودان
11.1	489	16.7	307.9 مليار	سوريا
14.3	338.5	9.7	193.6 مليار	الإمارات
6.8	357.5	3.4	629.9 مليار	اليمن

الناتج المحلي الإجمالي: GDP

Source : World Travel&Tourism Council (WTTC). Economic Impact Report. Country Reports, 2013.

يقصد بالتصدير الناتج عن الزائرين، الإنفاق داخل البلاد عن طرق السائحين الدوليين، على حد سواء رحلات العمل والترفيه، بما في ذلك الإنفاق على النقل.

من خلال الجدول أعلاه، يتبن لنا الدور الكبير الذي تؤديه السياحة في التنمية، ففي لبنان يسهم القطاع السياحي بنسبة 25% في الناتج المحلي الإجمالي، ويوفر أكثر من 332 ألف فرصة عمل. وتأتي مصر في المرتبة الولي من حيث عدد العاملين في القطاع السياحي بما يفوق 3 ملايين عامل، وهو رقم كبير وسبب ذلك مساحة مصر وعدد سكانها، وتوافرها على مواقع أثرية وتاريخية، ومناطق سياحية متنوعة، ومناخ معتدل. كل ذلك أسهم في تنشيط السياحة في مصر. ومن حيث نسبة مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي، فقد بلغت ما يقارب 21%. وحققت البحرين أقل توظيف من العاملين في القطاع السياحي، حيث بلغ عدد العاملين 77 ألف عامل عام 2012، وهذا بحكم المساحة الصغيرة وقلة عدد السكان.

بالنسبة إلى التصدير الناتج عن الزائرين Visitor Exports، فقد بلغ أكثر من 31% من إجمالي الصادرات لحالة لبنان والأردن، ثم تليهما مصر بنسبة 21%. ولا شك في أن زيادة نسبة إنفاق السياح في البلد المستضيف يكون لمصلحة منتجات البلد المحلية، من قطع وتحف وملابس تقليدية، وأيضاً المنتجات الموجودة في السوق والمستوردة من دول أخرى، ما يعمل على تنشيط حركة الإنتاج والبيع.

وكخلاصة لما سبق، فإننا نقول إن السياحة تؤدي إلى دفع عجلة التنمية في الدول العربية، وذلك لدورها الملموس في تحسين الناتج المحلي الإجمالي وامتصاص البطالة. وبالنظر إلى واقع السياحة في الدول العربية فإننا نجد أن أفضل الدول السياحية العربية هي مصر والإمارات ولبنان والردن.

ب- تطور عدد السياح القادمين الى العالم العربي: بلغ عدد السياح القادمين إلى الدول العربية مستويات متباينة من دولة إلى أخرى، وفي فيما يأتي عرض لآخر لإحصاءات عن عدد السائحين في الدول العربي عام 2012. أهم ما يظهره الجدول رقم (4)، الانخفاض الكبير لعدد السائحين القادمين إلى الدول العربية، حيث انخفض عددهم في مصر من 14051 ألف سائح عام 2010 إلى 11196 ألف عام 2012، بنسبة انخفاض قدرة بـ 2%. وانخفض عدد السياح في سوريا أيضا بنسبة تفوق 40%، وفي لبنان وفلسطين والأردن أيضاً، مع استثناء الإمارات والسعودية وقطر واليمن والكويت، وذلك بسبب بعد منطقة الخليج العربي نسبياً عن التوتر والأزمات والاضطرابات التي حدثت في الدول العربية الأخرى. أما أسباب تراجع عدد السائحين في مصر وسوريا والأراضي الفلسطينية، فترجع أساساً إلى عدم استقرار المنطقة، وعدم وجود استقرار سياسي كاف، والاضطرابات العربية التي شهدتها المنطقة، وكلها عوامل أدت إلى نقص عدد السائحين في الدول العربية. وعلى عكس فترة (2010-2011) فقد بينت الإحصاءات التي أصدرتها منظمة السياحة العالمية أن عدد السائحين القادمين إلى الدول العربية، بين أعوام 1995 و 2000 و 2005 قد تضاعف مرات عدة، وهذا يعود بشكل كبير إلى غياب فترات عدم الاستقرار السياسي، والشكل (1) يبين التزايد الملموس في عدد السائحين في الفترات السابقة، حتي يتضح حجم التطور والنمو الذي كان في القطاع السياحي العربي، وتتم مقارنته بالانخفاض والتدهور في السنوات الثلاث الأخيرة.

الجدول رقم (4)

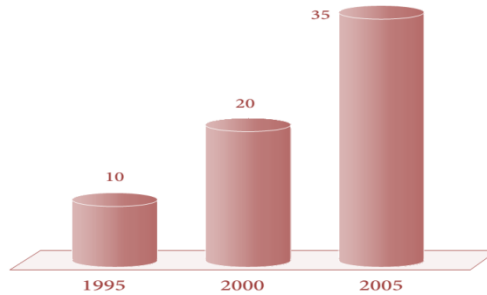
عدد السائحين في الدول العربية عام 2012 (الوحدة: 1000 سائح)			
الدولة	عام 2010	عام 2012	نسبة التغير (%)
مصر	14051	11196	-20
العراق	518 1	--	--
الأردن	207 4	162 4	-1
الكويت	207	*269	+30
لبنان	168 2	1365	-37
فلسطين	522	488	-7
قطر	519 1	*527 2	+66
السعودية	850 10	664 13	+26
سوريا	546 8	*070 5	-41
الإمارات	432 7	977 8	+21
اليمن	536	*829	+55

Source : UNWTO, Tourism Highlights, 2012 Edition, p.12.

* معطيات عام 2011

الشكل رقم (1)

تطور عدد السياح القادمين إلى الدول العربية في الفترة ما بين عامي 1995 و 2005



Source : UNWTO.2008.

من خلال الشكل أعلاه يظهر أن عدد السائحين القادمين إلى الدول العربية في تزايد مستمر، وهذا بسبب اتجاه العديد من الدول العربية إلى الاهتمام بقطاع السياحة كأحد بدائل التنمية الاقتصادية، لذا تم تخصيص موارد مالية لتطوير المطارات والموانئ والبنى التحتية لوسائل النقل والفنادق، وصيانة المواقع السياحية، والاهتمام بالأمن والنظافة، وقد شهد قطاع السياحة في الدول العربية نموا متواصل وسريعا لتستحوذ على حصص متنامية من السياحة الوافدة والإيرادات السياحية. وكان هذا في فترات الأمن والاستقرار التي كانت تعم الدول العربية.

علما ان سياح الذين فقدتهم بعض الدول العربية عام 2011 وصل الى 7 ملايين سائح نتيجة الأوضاع الأمنية وعدم الاستقرار فيها، وفقا لما تقدم به الامين العام لمنظمة السياحة العالمية، كما اضاف أن بعض الدول العربية قد تراجعت السياحة فيها الى 75% مثل سوريا، اما مصر فقد خسرت حوالي خمسة مليارات دولار حيث كان إيرادات السياحة سنويا 13 مليار دولار اصبح 8 مليار دولار بسبب الأوضاع التي مرت بها، وبعض الدول مثل لبنان والاردن والبحرين تأثرت بشكل غير مباشر بالأحداث والأوضاع العربية والإقليمية المحيطة بها، كما أن بعض الدول العربية قد استفادت من الأوضاع وزادت فيها حركة السياحة مثل سلطنة عمان والامارات، علما أن منظمة السياحة العالمية تتوقع ان يزور العالم العربي عام 2030، 150 مليون سائح¹⁷.

ثالثا: مؤشرات تنافس الدول العربية في الاستثمار السياحي:

أصدر المنتدى الاقتصادي العالمي تقريراً عن تنافسية قطاع السياحة على مستوى العالم، وقد كان أول إصدار عام 2007 وشاركت فيه 1 دول عربية، ثم تبعه إصدار عام 2008 وعام 2009 وضم 133 دولة في العالم، وإصدار عام 2013 شمل 14 دولة. وفيما يأتي توضيح للمنهجية المستعملة لقياس مؤشرات التنافسية للدول، وواقع مؤشرات التنافسية السياحية للدول العربية:

أ- **منهجية تصنيف تنافسية الدول:** تعتمد منهجية التصنيف ثلاثة محاور أساسية، وهي: الإطار التنظيمي والقانوني، والبنية التحتية وبيئة العمال، والموارد البشرية والطبيعية والثقافية. مقسمة على 14 مؤشراً، ولكل مؤشر متغيرات تدخل في تركيبه وقدرها 75 متغيراً، وقد تم الاعتماد في قياسها على بيانات من مصادر عالمية مختلفة ومن خلال استطلاعات الرأي التي قام بها المنتدى الاقتصادي العالمي "دافوس"¹⁸.

• مؤشرات الطر القانونية والتنظيمية لقطاع السياحة:

- السياسات والأنظمة للقطاع السياحي. - الصحة العامة والنظافة.

- الأمن ومدى توافره.

- التشريعات البيئية.

- الأولويات المتبعة في القطاع.

• مؤشرات البنية التحتية وبيئة الأعمال في القطاع

- النقل الجوي.

- البنية التحتية للنقل الرضي.

- البنية التحتية السياحية.

- بنية تكنولوجيا المعلومات.

- تنافسية الأسعار.

• الموارد البشرية والثقافية والطبيعية المتوفرة في القطاع.

-الموارد البشرية.-الموارد الطبيعية والثقافية

-الانفتاح على السياحة والسفر.

ب- مؤشرات تنافسية الدول العربية لعام 2013: بعد تطبيق المنهجية السابقة وحساب المؤشرات الجزائية والكلية، أصدر المنتدى الاقتصادي العالمي مؤشرات التنافسية السياحية، وقد جاء تصنيف الدول العربية كما يأتي في الجدول رقم(5):

جدول رقم (5)

مؤشرات التنافسية السياحية للدول العربية عام 2013							
الدولة	ترتيب 2013	ترتيب 2011	ترتيب 2009	مؤشر التنافسية السياحية	الأطر التنظيمية والقانونية	البنية التحتية وبيئة الأعمال	الموارد البشرية والطبيعية والثقافية
الإمارات	28	30	33	4.86	4.95 (45)	5.14 (9)	4.51 (35)
قطر	41	42	37	4.49	4.93 (48)	4.70 (31)	3.85 (75)
البحرين	55	40	41	4.3	4.46 (77)	4.69 (32)	3.74 (83)
عمان	57	61	68	4.29	4.81 (56)	4.2 (47)	3.84 (76)
الأردن	60	64	54	4.18	5.05 (37)	3.63 (69)	3.86 (72)
السعودية	62	62	71	4.17	4.32 (87)	4.43 (38)	3.76 (80)
لبنان	69	70	--	4.04	4.50 (73)	3.74 (65)	3.87 (70)
المغرب	71	78	75	4.03	4.59 (68)	3.60 (73)	3.89 (68)
مصر	85	75	64	3.88	4.35 (86)	3.56 (77)	3.74 (84)
الكويت	101	95	95	3.61	3.81 (114)	3.89 (62)	3.14 (131)
تونس	--	47	44	4.39	5.17 (31)	4.05 (54)	3.94 (59)
الجزائر	132	113	115	3.07	3.30 (134)	2.66 (126)	3.25 (123)

Source : World Economic Forum. The Travel and Tourism Competitiveness Report 2013, p.28.

*إحصاءات عام 2011 يوضح الجدول رقم(5)تفوق دولة الإمارات العربية المتحدة واعتلائها سلم الترتيب العربي، حيث احتلت عربياً المرتبة الأولى في مؤشر التنافسية السياحية، وعالمياً المرتبة الـ 28 ، وهي في تحسن مستمر. وقد تحسنت بخمس مراتب مقارنة بترتيب عام 2009. والإمارات تمتاز بجاذبية قوية للسياحة، وبنية تحتية ممتازة (المرتبة الـ 9 عالمياً في هذا المحور)، وتعرف الإمارات حملات ترويجية وتسويقية مميزة وتظاهرات ثقافية ورياضية وإعلامية على مدار العام، إضافة إلى تسهيل نظام التأشيرات السياحية لتطوير هذا القطاع الحيوي وتنميته.

دولة قطر صنفت في المرتبة الثانية في الترتيب العربي، والمرتبة الـ 14 عالمياً. وتمتاز بتوفير الأمن وموارد بشرية مؤهلة ومدربة وبنية تحتية قوية (المرتبة الـ 31 عالمياً)، وقوة وسائل النقل الجوي والبري المتوافرة أيضاً، حيث تعد مركزاً لتبادل الرحلات عبر العالم، ما يساعد على تنمية السياحة. وتبقي مشكلة قطر في ضعف السياحة البيئية، لذا فإن تحسين الاستدامة البيئية يمكن أن يحسن ترتيبها ضمن دول الأفضل في مؤشر التنافسية السياحية في العالم.

مملكة البحرين جاءت في المرتبة الثالثة في الدول العربية محل التقييم، والمرتبة الـ 55 عالمياً، وتراجع ترتيبها مراتب عدة بعد الأحداث التي شهدتها خلال السنوات الماضية. لكن توافرها على وسائل نقل جيدة، وبنية تحتية متطورة، جعلها تحتل المرتبة الـ 32 عالمياً. وتبقي مشكلة البحرين هي ضعف الاستدامة البيئية، حيث رتبت عالمياً في المرتب 132.

كما يظهر الجدول تأثير الأوضاع الأمنية والسياسية فس مؤشر التنافسية السياحية حيث نلاحظ أن الاضطرابات الأخيرة التي شهدتها الدول العربية، أثرت سلباً في ترتيب كل من مصر وتونس على وجه الخصوص.

وفيما يتعلف بالأطر التنظيمية والقانونية فقد تصدرت تونس، والأردن، والإمارات قائمة الدول العربية. ويهتم محور الأطر التنظيمية والقانونية بتنظيم القوانين السياحية، وتسهيل حركة السائحين وتنظيم قطاع الفنادق والمنتجعات. وبالنسبة إلى مؤشرات البنية التحتية وبيئة الأعمال، فقد حصلت الإمارات على المرتبة الـ 9 عالمياً، وهي مرتبة مشرفة جداً، تبين درجة اهتمام السلطات الحكومية والسياحية في الإمارات بالبنية التحتية ووسائل النقل المختلفة وتكنولوجيا الاتصالات والمعلومات وتنافسية الأسعار. ثم تلتها قطر والبحرين في المرتبة الثانية والثالثة عربياً والـ 31 والـ 32 عالمياً. وفي ما يتعلق بالمؤشرات الرئيسية للموارد البشرية والثقافية والطبيعية، فقد ترواح المؤشر ما بين 3.14 و 4.15، وهو ما يعني وجود مشكلة حقيقية في هذا الجانب، وخاصة الموارد البشري غير المؤهل.

وعدم اعتناء الدول العربية على العموم - باستثناء الإمارات التي صنفت في المرتبة الـ 35 عالمياً- بالموارد البشرية والطبيعية والثقافية والمواقع الأثرية يجعلها تفقد مزايا تنافسية كبيرة. وقد جاءت أفضل دولة عربية في هذا المؤشر دولة الإمارات العربية المتحدة ثم تونس ثم المغرب.

ج- نسبة السياحي العربي الاستثمار في القطاع:

تتنوع مجالات الاستثمار السياحي وتتعدد أشكالها من تطوير الفنادق والمطاعم والمقاهي اللا بناء العيادات والمستشفيات والمنتجات الصحية، إلى المراكز الرياضية والقرى السياحية والبواخر السياحية هذا بالإضافة إلى شركات السياحة ووكالات السفر ووسائل النقل السياحي.

وكشف تقرير الاستثمار العالمي لسنة 2009 عن ارتفاع تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر الوافدة إلى الدول العربية والتي قدرت بـ 19.4% لتصل إلى 96.5 مليار دولار سنة 2008 وذلك مقارنة مع 80.8 مليار دولار

سنة 2007، كما أشار التقرير الذي أطلقه "مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية" UNCTD بالتعاون مع " المؤسسة العربية لضمان الاستثمار وائتمان الصادرات" في الكويت إلى أن التدفقات الوافدة إلى الدول العربية تمثا 5.7% من الإجمالي العالمي البالغ 1.7 تريليون دولار، و 36.6 من إجمالي الدول النامية البالغ 620.7 مليار دولار¹⁹.

وأوضح التقرير أن السعودية احتلت المرتبة الأولى عربيا كأكبر دولة مضيفة للاستثمارات الأجنبية المباشرة بتدفقات بلغت 38.2 مليار دولار وبحصصة بلغت 39.6% من الإجمالي العربي، تليها الإمارات العربية المتحدة في المرتبة الثانية بقيمة 13.7 مليار دولار وبحصصة 14.2%، ثم مصر في المرتبة الثالثة بقيمة 9.5 مليارات دولار بحصة 9.8%²⁰.

وبين ذات التقرير أن تراجع تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر الوافدة إلى الإمارات العربية المتحدة بنسبة 3.4% إلى 13.7 مليار دولار يعزى إلى الآثار السلبية التي خلفتها الأزمة المالية العالمية على النشاط السياحي والعقاري والمصرفي وخاصة في إمارة دبي، أما الاستثمارات الأجنبية الوافدة إلى البحرين والعراق والأراضي الفلسطينية فلم تشهد سوى ارتفاع طفيفا، وقد حافظت تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر الوافدة إلى الأردن على نفس المستوى الذي بلغته سنة 2007، في حين شهدت التدفقات الواردة إلى كل من الكويت واليمن وسلطنة عمان ترجعا.

وأضاف نفس التقرير أن التدفقات الوافدة نحو تونس بلغت 2761 مليون دولار أمريكي بمعدل 70.6% خلال سنة 2008، كما بلغت التدفقات نحو الجزائر 2646 مليون دولار بمعدل نمو 59.2% خلال نفس السنة، وبالمقابل تراجعت التدفقات الوافدة إلى المغرب بمعدل 14.8% لتبلغ 2388 مليون دولار أمريكي²¹.

والواقع أن تطور حجم الاستثمارات السياحية له تأثير واضح على تطور صناعة السياحة، ويتجلى ذلك في الزيادة الملحوظة في تدفق الاستثمار الأجنبي على المستوى العالمي منذ العقد الأخير في القرن العشرين كما أن نسبة الاستثمار السياحي فس الاستثمار المحلي الاجمالي تتفاوت من دولة إلى أخرى، حيث تشير إحصاءات منظمة السياحة العالمية لعام 2007 الى ارتفاع نسبت الاستثمار السياحي الى جملة الاستثمار المحلي في كل من السودان والامارات وليبيا حيث بلغت كمعدل وسطي في البلدان الثلاثة حيث بلغت 32.9%، و 28.7% فيحين تصل هذه النسبة الى أدنى مستوياتها في الجزائر 5.9% والبحرين 6.4% والسعودية 6.5% وتأتي باقي الدول العربية في مكانة متوسطة بين المجموعتين²².

المجموعة الأولى: تضم كا من الإمارات، السودان ليبيا، مصر، قطر، لبنان واليمن، وقد ساهمت الاستثمارات السياحية في هذه الدول مساهمات مرتفعة في الاستثمارات المحلية تفوق المتوسط المحقق عالميا والبالغ 9.5%، وبالإضافة فقد حققت هذه الاستثمارات السياحية لها معدلات نمو كبيرة تجاوزت أيضا المتوسط العالمي البالغ 5.1%²³.

المجموعة الثانية: تضم كا من تونس، الأردن، المغرب، وجمهورية القمر، وعلى الرغم من تحقيق الاستثمارات السياحية في هذه المجموعة لنسب مرتفعة في إجمالي الاستثمارات المحلية وأعلى من المعدلات العلمية، إلا أن معدل نمو الاستثمار السياحي بها جاء دون المحقق عالميا.

- المجموعة الثالثة: تضم سوريا كل من البحرين، الكويت، عمان، السعودية والجزائر، ولم تصل نسبة الاستثمارات السياحية إلى الاستثمار المحلي الإجمالي في هذه الدول إلى المتوسط المحقق عالمياً، لكن في الوقت ذاته فإن معدل نمو الاستثمار السياحي المحلي الإجمالي في هذه الدول إلى المتوسط المحقق عالمياً.
- المجموعة الثالثة: تضم سوريا فقط حيث تنخفض نسبة الاستثمار السياحي إلى إجمالي الاستثمار عن المتوسط العالمي، كما ينخفض أيضاً معدل نمو الاستثمار السياحي فيها عن المتوسط العلمي.

ربعا: واقع السياحة البيئة العربية وعراقيلها

أ- واقع السياحة البيئة: في ضوء التحديات الاقتصادية والاجتماعية والسكانية في الدول العربية، برزت الحاجة إلى تعزيز السياحة البيئة العربية لتبلغ مستويات تقارب نسب السياحة الإقليمية في مختلف مناطق العالم. وشهد العقد الماضي جهوداً عربية لتطوير التنمية السياحية البيئة العربية، برزت نتائجها بحصة القطاعات السياحية الجاذبة للاستثمار من حجم الاستثمارات البيئية العربية التي ارتفعت من 1.43 مليار دولار عام 1995 إلى نحو 14 مليار دولار عام 2007.²⁴

وفي دراسة حول السياحة البيئة العربية، تبين أن 65.9% من الذين شملهم الاستطلاع سبق لهم أن زاروا المعالم الأثرية والسياحية والمواقع المهمة داخل بلدانهم، وأن 50% منه سبق أن زاروا المعالم الأثرية والسياحية والمواقع المهمة في بلدان عربية أخرى، فيما ذكر 93.3% أن القيام بمثل هذه الزيارات الأثرية والسياحية يشكل خطوة ضرورية.

وهذا يبين رغبة بعض المواطنين العرب في الانفتاح على دول عربية أخرى، وإيمانهم وقناعتهم بأهمية السياحة الثقافية بعامة والسياحة البيئية بخاصة، كاتجاه يشير إلى أن جمهور الثقافة عموماً في عالمنا العربي ليس غائباً، بل ربما يحتاج إلى سياسات تنمية ثقافية من وإلى أن جمهور الثقافة عموماً في عالمنا العربي ليس غائباً، بل ربما يحتاج إلى سياسات تنمية ثقافية من شأنها زيادة هذا الجمهور وتغذيته في الحقول الثقافية كافة.²⁵

تراوحت نسبة السياحة العربية البيئية، ما بين 37% و46%، خلال الفترة ما بين عامي 1995 و2003. وهي نسبة تعتبر ضئيلة إذا ما قورنت بنسبة السياحة البيئية في أقاليم أخرى، حيث بلغت هذه النسبة في أوروبا 88% ما يقابل 12% للسياحة الوافدة من خارج الإقليم الأوروبي، كما بلغت في شرق آسيا والباسيفيك نحو 79% ويلاحظ وجود تباين ملحوظ في مدى اعتماد الدول العربية على السياحة البيئية والسياحة الوافدة من خارج الوطن العربي.

شهدت السياحة في الدول العربية ارتفاعاً بنسبة 14%، خلال عام 2008، مقارنة بعام 2007، كما بلغ عدد السياح العرب نحو 28 مليون سائح عام 2008، مقابل 26 مليوناً عام 2007. وقد بذلت هيئات السياحة العربية جهوداً من أجل تنمية القطاع، كما ساعدت الأزمة المالية العالمية على تحويل نظرة جزء من السياح العرب إلى الوجهة العربية كبديل أو منافس للسوق السياحية الأوروبية والأمريكية. فقد عززت الكثير من الدول العربية جهودها للترويج لمنتوجها السياحي من خلال حرصها على الحضور في التجمعات الدولية وإقامة المعارض والاجتماعات الإقليمية.²⁶

الجدول رقم (6):

السياحة البيئية العربية بين عامي 2003 و 2011 (ألف سائح)

الدولة	2003	2005	2007	2009	2011
الأردن	1476	1847	2140	2003	2027
البحرين	3589	4716	3661	--	4702
تونس	2173	2366	2630	2985	2501
الجزائر	100	151	172	273	580
سوريا	1544	2509	3600	6020	--
عمان	514	613	861	307	256
قطر	283	365	398	--	394
لبنان	421	437	404	992	804
مصر	1259	1625	1960	2109	2017
المغرب	57	75	90	364	447
السعودية	4221	5843	7526	10126	14715
اليمن	105	242	260	311	527

المصدر: الأمم المتحدة، اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغرب اسيا، الاستعراض السنوي للتطورات في مجال العولمة والتكامل الإقليمي في البلدان العربية العدد الثمان، نيويورك: ديسمبر 2009، ص 38.

من خلال الجدول اعلاه، يتبين لنا زيادة نسبة السياح العرب، وهذا يدل على تحسين في السياحة البيئية، خلال الفترة ما بين عامي 2003 و 2011 إلا في بعض الفترات التي شهدت فيها بعض الدول أزمات سياسية، كما أن تأثر السياحة البيئية العربية بالأزمة المالية لا يبدو واضحاً، فأتورها غير ملموسة من خلال عدد السائحين ونسبتهم إلى نسبة السائحين الإجمالية.

نلاحظ أن المملكة العربية السعودية تأتي في المرتبة الأولى من حيث عدد السائحين العرب، إذ بلغ عددهم عام 2011، ما يفوق 14 مليون سائح عربي، بنسبة مئوية تعادل 70% والسبب الأول هو السياحة الدينية، للقيام بالعمرة وزيارة الأماكن المقدسة، والقيام بفريضة الحج.

وجاءت البحرين في المرتبة الثانية من حيث عدد السائحين العرب بواقع 4 ملايين سائح عربي عام 2011، بنسبة تقترب من 75%. ولعل أكثرهم من السعودية بحكم وجود الطريق الرابط بينهما لتسهيل الحركة والتنقل. بينما لم يتم ترتيب الإمارات ضمن المراتب الأولى لأن أغلب السياح الزائرين للإمارات من دول وجنسيات مختلفة، ولا يقتصر على العرب فقط.

وتعد عمان وقطر والمغرب من اقل الوجهات السياحية العربية، حيث بلغ عدد السائحين العرب 256 ألفاً، و 394 ألفاً، و 447 ألف سائح على التوالي. وهذا ربما لأسباب عدة منها: عدم معرفة السائح العربي بما تتوفر عليه هذه الدول من خدمات ومنتجات سياحية، وإضافة إلى ضعف عمل الهيئات السياحية المحلية لتنشيط السياحة بين الدول العربية، كما أن توجه المغرب منفتح بالدرجة الأولى على أوروبا أكثر من العالم العربي.

تمتاز مصر بعدد سياح معتبر، إلا أن أغلبهم ليسو عرباً، فنسبة السائحين العرب في مصر تبقى ضعيفة مقارنة مثلاً بالسعودية أو البحرين. حيث تبلغ نسبة السياحة البيئية العربية في مصر ما يقارب 20% من إجمالي السياح، مقابل نسبة 18% عام 2007، وتقوم الحكومة المصرية بجهود ترويجية عدة، كما تعمل على تخفيض أسعار رحلات شركة الخطوط الجوية المصرية، أضف ذلك انخفاض تكاليف الإقامة والمعيشة في مصر.

وتبقى المملكة العربية السعودية مسيطرة على أكبر عدد من السائحين العرب الذين يدخلون أرضيها، وأغلبهم لأسباب دينية، حيث تشير الإحصاءات إلى أن نحو 17 مليون سائح زاروا السعودية وكان ما نسبته 36% لأداء العمرة، و 22% لأداء فريضة الحج. و 19% لزيارة الأصدقاء والعائلة. ومجموع نفقات هؤلاء الزوار بلغ أكثر من 12 مليار سعودي²⁷.

ب- **السياحة العربية البينية وعراقيها:** إن ضعف معدلات السياحة البينية العربية، يرجع إلى العديد من العوامل، السياسة والاقتصادية والثقافية والقانونية:

- **عراقيل سياسية:** تتمثل العوامل السياسية عائقاً كبيراً في وجه تنمية السياحة بين الدول العربية، فقد مرت العديد من الدول العربية بفترات عدم استقرار الحكومات، ومشكلات أمنية كانتشار الإرهاب، وتغير أنظمة الحكم، وتدهور العلاقات بين الدول المتجاورة، فكل ذلك أثر سلباً في العلاقات بين الدول، مما جعل السياحة البينية تتخفف.
- غموض الإرادة السياسية للدول العربية وضعفها في تراخي العديد من حكومات الدول في تنفيذ الاتفاقيات المبرمة للتعاون، والت تكون في أغلب الأحيان حبر على ورق، يتم إبرامها مجاملة، وليس لنية حقيقية في تنفيذها.

- الإجراءات المعقدة والروتينية والتي تبدأ قبل سفر المواطن العربي، حيث تفرض بعض الدول العربية التأشيرة على مواطني دولة عربية أخرى، مثلاً بين دول المغرب العربي ودول الخليج العربي والعكس أيضاً وفق شعار المعاملة بالمثل.

- بالرغم من اتخاذ مجلس الوحدة الاقتصادية العربية قراراً عام 1965 يقضي بإزالة القيود المطروحة على السفر تدريجياً في إطار السوق العربية المشتركة، وبالاكتفاء بجواز السفر والبطاقة الشخصية الموحدة ومن دون أي تأشيرات للدخول، فإن الدول العربية مازالت تحكمها ضوابط التأشيرات المبالغ فيها على الرعايا العرب بشكل يبعث على الدهشة والاستغراب.

• **عراقيل اقتصادية:**

- ضعف بنية المواصلات : تشكل البنية التحتية من أهم عوامل جذب السياح وطردهم، إذ إن توافر الدول على مطارات دولية وموانئ وشبكة طرق وقطارات سريعة وجميع وسائل النقل يساعد في حركة نقل المسافرين، مما ينمي دخل البلد من السياحة.

- ضعف النظام المصرفي في الدول العربية: إن توافر نظام مصرفي متطور وحديث يسهل حركة ونقل الأموال، ويشجع السياح على شراء منتجات البلد المستضيف، ما ينشط حركة البيع والشراء، فاستعمال السياح للبطاقات البنكية يسهل عليهم التنقل؛

- عدم ملائمة آليات التعاون في القاع السياحي العربي: فكل دولة لها ظروفها الاقتصادية الخاصة، وبالتالي فعدم مراعاة تلك الآليات لطبيعة كل دولة وظروفها، وسرعان ما تصطدم النتائج بظروف الواقع، ما ينعكس سلباً على السياحة البينية العربية²⁸.

- ضعف القدرات الاقتصادية على المستوى الوطني العربي: من حيث انخفاض القدرة الشرائية والرواتب والأجور، خاصة في دول المغرب العربي وسوريا ومصر، باستثناء دول الخليج العربي. فقلة إيرادات الفرد العربي لاتشجعه على القيام بسياحة ولو إلى دولة عربية قريبة ومجاورة.

- عراقيل خاصة بالسياسات الجمركية: تعد الجمارك من أوائل ما يصادفه السائح لدى دخوله دولة ما، وإذا أردنا التحدث عن وضع الجمارك في الدول العربي، فإن الأمر يتباين من دولة إلى أخرى، إذ توجد دول إلى الآن تطلب من الأجانب تصريحات دقيقة وتفصيلية وتطلب وثائق صرف العملات، علماً أن كثيراً من الدول العربية لا يزال فيها المواطنون يشترون العملات الأجنبية من السوق السوداء، فكيف يطلب منهم التصريح بوثائق لا يملكونها؟.

• عراقيل متعلقة بالموارد البشرية:

- ضعف المهارات والقدرات الفنية للموارد البشرية، وقلة تبادل الخبرات والدورات التدريبية المشتركة للعاملين في القطاع السياحي العربي.
- قلة تأهيل العاملين في السياحة بالتكنو لو جيا الحديث، سواء من يعملون في وكالات السياحة والسفر، أو في الفنادق، ومصالح الجوازات، وكل ماله علاقة بالقطاع السياحي.
- **عراقيل المتعلقة بالأمن والأمان:** أتا تحت إعتداءات 11 سبتمبر 2001 في الولاية المتحدة الأمريكية الفرصة أمام تنشيط السياحة العربية البينية بين دول العربية، بعد تأثر قطاعات سياحية عدة فب بعض الدول جراء أوضاع الشحاء بين الشعوب وقد تمت تغذيتها بوسائل الإعلان المختلفة، لذا لابد من استغلال ذلك في تنشيط المنتج السياحي العربي، وفي هذه الفقرة سنتطرق إلى الأبعاد الأمنية، حيث تعاني السياحة البينية العربية، أهمها:
 - استغلال السائحين: في كثير من الحالات يشكو السائحون من استغلالهم، إما من سائقي سيارات لأجرة، وإما من الفنادق، وإما من المطاعم والمحال.
 - غياب الأمن بمفهومه الشامل في العديد من الدول العربية: إذ إن السائح يبحث عن بلد خال من الجرائم وحوادث السرقة والكوارث الطبيعية والمشكلات الصحية²⁹.
 - يشعر السائح في بعض الدول بأنه غير أمن في تحركاته وتنقلاته، ويسأل الكثير من المرات ويبحث عن الأماكن الآمنة، والخالية من السرقة والتعدي.

• عراقيل قانونية:

- مبدأ المعاملة بالمثل يعوق حركة الكثير من السائحين، فلو أغلقت دولة حدودها البرية لقامت الدولة الأخرى بالشئ نفسه؛
- اختلاف البناء التنظيمي والقانوني في كل دولة، بدءاً من التأشيرات والفنادق والجوانب الاجتماعية والسياسية وكل ما يتعلق بهذه النظم والقوانين، فما يهم السائح بدرجة الأولى شعوره بأن هذا المكان يقدم له كل ما يحتاج إليه؛

خامسا: الاستراتيجية المقترحة لتنمية وتطوير السياحة البينية العربية:

تعرف الاستراتيجية: بوجود رؤية وخطة مستقبلية، توضع بناءً على رغبات أو إحتياجات مطلوبة ووفقاً لمعطيات حقيقية ودراسات واقعية واحصاءات دقيقة. وبناءً على تلك الأسس تنشأ المشاريع وتوضع الخطط لترجمة تلك الرؤى إلى أهداف محددة، والتي تساهم بدورها في التنمية الوطنية، عبر تأمين المصلحة العليا للدولة عبر رفد الموازنة بالموارد المالية، وخلق فرص عمل للمواطنين تحد من البطالة وتساهم بالدورة الاقتصادية الوطنية وفي تعزيز التنمية الوطنية، وفي الحفاظ على القيم والممتلكات الثقافية والبيئية³⁰.

أما تطوير السياحة: فيعتمد على تنمية دائمة للمنتجات السياحية الموجودة وابتكار منتجات سياحية جديدة، التي تثير الرغبة بالسفر، وتنمية المهارات والقدرات التعليمية والتدريبية للعاملين في القطاع السياحي والفندقي، والاعتماد بمعايير الجودة العالمية المتعلقة بالقطاع السياحي والفندقي، وإيجاد وسائل تسويقية جديدة، والاستمرار في دراسة الأسواق السياحية لمعرفة تطور رغبات السياح المحتملين وتأمين حاجياتهم ورغباتهم، بالإضافة إلى توافر أجواء استقرار وأمن وظروف صحية طبيعية.

بعد أن عرضنا واقع التعاون العربي المشترك في المجال السياحي، وعراقيل السياحة البينية العربية، نأتي الآن إلى السؤال الآتي:

ما الحلول المقترحة لتنمية السياحة البينية العربية ؟

فبرغم توفر الوطن العربي على موارد سياحية ضخمة ومتنوعة ووجود وفرة في المنظمات والهيئات التي تعنى بالسياحة وكليات فندقية وسياحية على مستوى المعاهد والجامعات واجتماعات متكررة لوزراء السياحة العرب فإن مستوى السياحة البينية العربية لا يزال ضعيفا؛ وهذا يعود إلى أسباب عدة ذكرناها سابقا لعل من أهمها أن نظم السياحة العربية مستقلة عن خطط التنمية الشاملة للدول و يسودها غياب التجانس في أغلبها³¹ نعرض في ما يلي أهم الاستراتيجيات التي يمكن إتباعها حتى تحظى السياحة البينية العربية بمكانته اللائقة في تنمية الدول العربية اقتصاديا واجتماعيا .

- حركة الطيران بين الدول العربية و أسعارها . يجب أن تخضع لسياسات إستراتيجية لتكثيف حركة النقل الجوي بين الدول العربية من خلال تخفيض أسعار الوقود ورسوم المرور والهبوط و التوقف الخ وهو ما ينعكس على سعر بطاقة السفر ويجعلها في متناول الجميع ما سيزيد من الطلب على السياحة بين الدول العربية.
- سياسة الشفافية والإفصاح تساعد على عدم استغلال السياح و ذلك من خلال التصريح بالأسعار مسبقا ووضعها ظاهرة سواء للاجني أو المحلي حتى يشعر السائح بالأمان وأن يعامل معاملة ابن البلد لذا على السلطات المشرفة على قطاع السياحة في الوطن العربي أن تلزم سائق الأجرة بتشغيل العداد لحساب الكيلو مترات المقطوعة و تراقبهم في ذلك وأن يتم عرض الأسعار بصورة واضحة في المطاعم والمحال كما أن على صرافي العملة أن يعلنوا أسعار صرف العملات في جدول الكتروني واضح لكل شخص، كل ذلك من أجل حفظ السائح من أن يستغل .
- الرفع من الوعي و المسؤولية، لا بد للمحتكين بالسياح سواء كانوا عاملين في الفنادق أو مرشدين سياحيين أو من رجال الشرطة والجوازات الخ أن يكونوا على قدر من المسؤولية والكفاءة في تقديم الخدمة السياحية والحد من الاستغلال السيئ للسائح
- الاهتمام بالتسويق السياحي ؛ عل الحكومات والإقطاع الخاص و لهيئات المكلفة بالسياحة الاهتمام بالتسويق السياحي فهو سلاح فعال إذا أحسن استخدامه حيث لا يمكن أن نتخيل وجود مناطق أثرية وسياحية وفنادق ومنتجعات من دون أن يكون لها مواقع انترنت ونشرات تعريفية و برامج سياحية وترويجية متنوعة.
- تفعيل دور وسائل الإعلام العربية و الصحفيين والكتاب السياحيين العرب في الدعوة إلى تنشيط السياحة العربية و مطالبة الجهات المختصة في البلاد العربية بالتعاون على حل المشكلات والمعوقات ومنح التسهيلات التي من شأنها تسهيل السياحة بين البلاد العربية.

- اعتماد برنامج تحفيزي و ليكون وفق شعار "السائح العربي في وطنه الثاني " بحيث يخصص في كل أسبوع وقت معين في جميع القنوات العادية والفضائية م الإذاعات لكل دولة. تشارك فيها الصحافة أيضا ويتضمن البرنامج معلومات عن المزايا وعناصر الجذب والتسهيلات والخدمات التي يمكن أن تقدمها كل دولة عربية للحركة السياحية البنية .
- تأكيد أهمية دور الإعلام العربي بكل أدواته ووسائله في تشجيع السياحة البينية العربية وتنظيم عملية الترويج السياحي وتكثيفها
- إطلاق برامج إعلامية وترويجية، حيث يعد الإعلام بمختلف أشكاله: الجرائد الورقية والإلكترونية والفضائيات والإذاعات، وسيلة مهمة لنشر ثقافة السياحة بين الدول العربية³².
- تحديث أجهزة الإدارة السياحية وتزويدها بالكفاءات والمهارات التخصصية، وتعزيز الأطر القانونية المشجعة للسياحة.
- تنويع عناصر المنتج السياحي وتحسين جودة الخدمات والأنشطة السياحية، من خلال ربط خطة التنمية السياحية مع خطط التنمية الاقتصادية الأخرى، لتحقيق نمو متوازن.
- رفع مستوى النظافة والخدمات السياحية، لأنهما يؤديان دوراً مهماً في التنمية السياحية، إذ يجب الاعتناء بنظافة الشوارع والشواطئ، والمناطق السكنية، فكلها عوامل جذب للسياح.
- توفير شبكة متكاملة من الفنادق وبكل أصناف النجوم، حتي تستقبل جميع أطياف المجتمع، وكل الطبقات بحسب دخولهم ومستوى معيشتهم.
- حث الدول العربية على منح إعفاءات ضريبية للمنشآت السياحية لتنشيط السياحة البينية العربية وجذب الاستثمارات السياحية.
- توعية الجماهير بأهمية السياحة وجعلها قيمة ومصلحة عليا للبلد، ودعوة الجميع إلى المحافظة على نموها وتطويرها في مواجهة كل المخاطر المحتملة، عبر وسائل الإعلام، والندوات، والدورات التدريبية المتخصصة لتحقيق الأهداف الموضوعية.
- تنمية الوعي السياحي المجتمعي بأهمية السياحة في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية، وبما يحقق تغيير المفاهيم والسلوكيات والممارسات الخاطئة تجاه السياحة.
- إنشاء نظام معلومات جغرافي سياحي، وإيجاد مركز معلومات وإحصاءات متخصصة مشتركة بين الدول العربية لإعداد النشرات الإحصائية الدورية السياحية بينها من خلال التركيز على إنشاء قاعدة موحدة ومعتمدة لكل الدول العربية في جمع المعلومات والإحصاءات السياحية.
- اعتماد يوم للسياحة العربية، أسوة بيوم السياحة العالمي، يخصص بأهمية السياحة البينية العربية ودورها وانعكاساتها الإيجابية على المجالات والقطاعات كافة، والتوصية برفع ذلك إلى المجلس الوزاري العربي للسياحة لتحديد يوم معين في العالم لهذه المناسبة.
- تأكيد أهمية عقد الاجتماعات العربية الرسمية والشعبية في المناطق والمنتجات السياحية في البلاد العربية، لما لذلك من آثار إيجابية كبيرة في عملية التنشيط والترويج السياحي.
- ضرورة إعداد الخريطة السياحية العربية الموحدة، وكذلك الدليل السياحي العربي الموحد، ودعم جهود الاتحاد العربي للفنادق والسياحة في هذا المجال

- العمل على إقامة المعرض والأسواق السياحية العربية المشتركة والتعريف بالصناعة العربية المغذية للسياحة في البلاد العربية.
- ضرورة تنمية الموارد البشرية في القطاع السياحي والفندقي، بالحرص على تنظيم دورات تدريبية للعاملين في هذه المجالات، وتأسيس معاهد وكليات للفندقة والإدارة السياحية والحرص على جودة التعليم العالي؛
- العمل على إزالة الأزمات والخلافات السياسية بين دول العربية، لأن أثرها في التدفق السياحي سلبي، وإن لم تتم إزالة هذه الخلافات في المدى القريب، فيجب إيجاد آليات مناسبة لتسهيل حركة السياح بين الدول العربية على الأقل.
- يجب إصلاح المنظومة الإدارية العربية ومجالسها التشريعية، فأساس التعاون وتنمية السياحة البيئة هو توافر الكفاءة اللازمة للنهوض بالقطاع السياحي العربي³³.
- دور المواقع الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي في التسويق والترويج للمنتجات والخدمات السياحية في الدول العربية، إذ لا يمكن إغفال دور التكنولوجيات الحديثة للمعلومات والاتصالات في تنمية السياحة وتنشيطها، فقد أدت هذه التقنيات، ولا تزال، أدوراً في مختلف المجالات السياسية والاقتصادية والخيرية؛
- ضرورة العمل على إنهاء مشكلة التأثيرات السياحية بين الدول العربية بدلاً من أن تكون عائقاً لتنشيط السياحة العربية البيئية بين الدول العربية وبعضها بعضاً.
- التركيز غفي الحملات الترويجية على إظهار الأسعار والتكاليف ومدى انخفاضها مقارنة بالدول الأوروبية والأمريكية، حيث إن السائح العربي ينفق في الدول الأوروبية أكثر مما ينفق في الدول العربية.
- ويحمل قطاع التكوين والتعليم، ممثلاً في الوزارة المسؤولة أو الجامعات ومعاهد التكوين والتدريب، عملية تأهيل موارد بشرية قادرة على تقديم قيمة مضافة للقطاع السياحي، من خلال تقديم ت شهادات وبرامج متخصصة في السياحة؛
- وفي الخير، إنه بالنظر إلى الواقع المتباين للسياحة في كل دولة عربية، فلمؤشرات الحالية لا تساعد كثيراً على بناء إستراتيجية سياحية بيئة حقيقية، وغنما يمكن عمل خطط متقاربة الأهداف. إذ إن تنمية السياحة البيئية تتطلب توفير مناخ استثماري يسهل حركة رؤوس الأموال، وقوانين تنظيم التكامل السياحي المرغوب فيه، والبنى التحتية المساعدة.
- وحتى تكون التوصيات مهمة وجيدة، وتخدم أهداف التطور المستقبلي للسياحة البيئية العربية ينبغي التنويه إلى الجهات التي تتحمل مسؤولية التنفيذ.
- حيث يقع على عاتق القطاع العام، وهيئات الدولة وضع السياسات الخاصة بالسياحة من أنظمة وقوانين وتشريعات، وذلك لتنظيم القطاع السياحي وتنميته. حيث يمكن للهيئة العليا للسياحة في الدول العربية بالتنسيق والتعاون مع الجهات ذات العلاقة، أن تحدد الأماكن السياحية، وتسهم في تشيد البنى الأساسية والخدمات الملحقه ودعمها.
- العمل على جذب الاستثمارات وتشجيعها، من خلال تقديم الحوافز والتسهيلات للمستثمرين المحليين والعرب من أجل تنشيط الاستثمارات البيئية العربية.
- أما القطاع الخاص فدوره كبير في تنمية السياحة وتفعيلها، وذلك من خلال مشاركته في المشروعات التنموية المختلفة، من إنشاء الفنادق والمطاعم والمرافق والاستثمارات السياحية.

خاتمة ونتائج:

رغم الأحداث التي مرّ ويمر بها العالم العربي والتي انعكست سلباً على القطاع السياحي العربي والتي وصلت في سوريا عام 2011 إلى خسارة فاقت حدود 75% من الدخل الإجمالي لهذا القطاع، كما خسرت مصر في العام نفسه ، في حدود 5 مليار دولار أمريكي من أصل 13 مليار دولار الدخل السنوي الاعتيادي في الأجواء الطبيعية.

إلا أنه لوحظ في الإجمال أن هناك حركة استثمارات سياحية عربية ملحوظة تجلت في مصر وذلك عبر استثمار قطر والسعودية والإمارات العربية، ولا شك أن هناك تصور وإدراك عربي واضح لأهمية قطاع السياحة في التنمية الوطنية والاقتصادية، على أساس أن هذا القطاع قادر على المعافاة السريعة بعد الأحداث والتأقلم مع الأجواء أكثر مغيرة من القطاعات الاقتصادية الأخرى.

ولا شك أن لدول العربية فرص واعدة للنهوض اقتصاديا وثقافيا ومهنيا وسياحيا، إذا ما عرفت كيف تستغل الفرص المتاحة أمامها، وذلك عبر تطوير التعليم العالي السياحي والفندقي وإخضاع القطاع للمواصفات العالمية المتعلقة بالجودة، وتنويع المنتجات السياحية أمام السياح، ووضع إستراتيجية لتطوير السياحة تأخذ بعين الاعتبار المعايير العالمية للسياحة التي وضعتها الأمم المتحدة بخصوص الخدمات السياحية.

إن نجاح أي سياحة عربية مرهون بتطوير السياحة البينية العربية والتي أظهرت هذه الدراسة بأنها واعدة وناجحة ومثمرة للسياح العرب وللدول المضيفة، ومرهون أيضاً بالتعاون والترويج التسويق بين المؤسسات السياحية العربية، كما أننا يجب أن لا نهمل التسويق السياحي الخارجي لما له من فوائد مادية وتواصل إنساني.

كما على الدول العربي الاستفادة من خبرات الدول العريقة في السياحة تعليمياً وتدريباً وسياسات إستراتيجية وضعتها أو ستضعها، كما الاستفادة من المنظمات الدولية المعنية في هذا القطاع أو في القطاعات المحفزة للاستثمارات الاقتصادية والاجتماعية، لما لها من باع طويل في هذا المجال وخاصة في التدريب والتأهيل ورسم السياسات العامة الاستثمارية.

وعليه توصي الدراسة بالإضافة إلى ما ذكر من اقتراحات وحلول لعلاج عقبات السياحة البينية العربية بما

يأتي:

- العمل على إنشاء شبكة معلومات عربية مشتركة، لتسهيل معرفة القوانين الخاصة بكل دولة، وتوفير فرص التعاون المشتركة، وتوضيح الإمكانيات السياحية في كل دولة.
- تأسيس شركات سياحية وفنادق مشتركة، مع سن القوانين المنظمة لها، حتي يشعر السائح العربي بأنه مرحب به في كل الدول العربية يذهب إليها.
- استعمال التكنولوجيا الحديثة في المجال السياحي العربي، التي تشمل الإنترنت، والفضائيات، ووسائل الاتصالات الحديثة، ما يسهم في إظهار المنتج السياحي وتحسين جودته.
- الاهتمام بالعنصر البشري، فهو استثمار لا ينفذ، والحرص على تدريبه بما يتلاءم واحتياجات قطاع السياحة.
- زيادة الاهتمام بإقامة المؤتمرات والندوات الترويجية والتنشيط للمنتجات والخدمات السياحية العربية، التي تساعد على تنمية التعاون وربط العلاقات بين الدول العربية، خاصة بين المستثمرين ورجال الأعمال.
- إعادة النظر في قانون الاستثمار والقوانين التشريعية الخاصة بمواقع الاستثمار السياحي، بما يضمن إزالة المعوقات وتفعيل آلية دعمه، وحثاً على إعداد إستراتيجية شاملة لتطوير القطاع السياحي ؛

- دعم المعاهد والأكاديميات السياحية المتخصصة وتحديثها، وتشجيع التوسع في بنائها، وإنشاء مراكز أبحاث سياحية لتحسين مستوى الأداء السياحي، وتأهيل الكادر الوطني المتخصص ودعمه، ومساندة المستثمرين الحاليين في المنشآت السياحية.
- تسهيل الإجراءات الإدارية وتبسيطها، سواء ما يتعلق بالتأثيرات السياحية في السفارات في السفارات أو تسهيل إجراءات إعادة منح التأشيرات في منافذ الوصول إلى البلاد.
- تضمين المناهج الدراسية مفهوم السياحة وأهميتها في دعم الاقتصادات الوطنية، بما يساعد على خلق وعي سياحي متنام في أوساط النشء.
- توفير حيز كاف في وسائل الإعلام المرئية والمسموعة والمقروءة للتوعية السياحية، وإشراك أجهزة التوجيه والإرشاد في هذه التوعية وفي إطار خطة إعلامية مدروسة ومنظمة.

المراجع:

- (1)- محمد إبراهيم عراقي و فاروق عبد النبي عطا الله : التنمية السياحية المستدامة في جمهورية مصر العربية " دراسة تقييمية بالتطبيق على محافظة الإسكندرية" المعهد العالي للسياحة والفنادق والحاسب الآلي - السيوف الإسكندرية، ص.40.
- (2)- عثمان محمود غنيم و بنيتا نبيل سعد: التخطيط السياحي في سبيل تخطيط مكاني شامل ومتكامل، الطبعة الثانية، دار صفاء للنشر والتوزيع، 2003، ص. ص. 22، 23.
- (3)- المرجع نفسه، ص. 23.
- (4)- مثنى طه الحوري، إسماعيل محمد علي الدباغ: مبادئ السفر والسياحة، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2001، ص. 47 .
- (5)- ماهر عبد العزيز توفيق: صناعة السياحة، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 1997، ص- ص. 21-22، ص. 23.
- (6)- سعيد محمد المصري: إدارة وتسويق الأنشطة الخدمية " المفاهيم والاستراتيجيات "، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2001، ص.
- (7)- أحمد ماهر وعبد السلام أبو قحف: تنظيم وإدارة المنشآت السياحية والفندقية، المكتب العربي، الطبعة الثانية، الإسكندرية، مصر، 1999، ص. 14.
- (8) - Facts on the hotel catering and tourism industry key, Statistics, 2001, ILO
- (9)- عبد الغفار، هناء- الاستثمار الاجنبي المباشر والتجارة الدولية الصين نموذجا، دار الحكمة، بغداد، 2001، ص 23.
- (10)- الحلج محمد ، حصيلة وافاق عملية الخوصصة في المغرب (1989 - 1996)، ندوة الاصلاحات الاقتصادية وسياسات الخوصصة في البلدان العربية، اصدار مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 1999.
- (11)- كوكب سرمد، تمويل الدولي، مدخل في الهياكل والعمليات والادوات جامعو الموصل، الدار الجامعية للطباعة والنشر والترجمة- 2002، ص 58
- (12)- عبد الغفار، هناء- الاستثمار الاجنبي المباشر والتجارة الدولية الصين نموذجا، دار الحكمة، بغداد، 2001، ص 63.
- (13) -World Tourism Organization (UNWTO), Tourism Highlights 2013, (United Nations : 2013), p.3.
- (14)- مصطفى يوسف كافي، صناعة السياحة كأحد الخيارات الاستراتيجية للتنمية الاقتصادية، بيروت: دار الفرات للنشر والتوزيع، 2006، ص 16-107.
- (15)- صندوق النقد العربي، التقرير الاقتصادي العربي الموحد 2008، أبوظبي: سبتمبر 2008، ص 214.

- 16)-World Tourism Organization (UNWTO), Tourism Highlights 2013, op. cit., p.3
- (17)- طالب الرفاعي، جريدة العرب السياحية الإلكترونية، المسلة الاخبارية، 5 تموز 2012، ص 07.
- (18)- صندوق النقد العربي، التقرير الاقتصادي العربي الموحد، 2008، مرجع سابق، ص 233
- (19)- نفس المرجع السابق، ص 234
- (20)- نفس المرجع السابق، ص 234
- (21)- نفس المرجع السابق، ص 235.
- 22)- World Travel & Tourism Council (2007) : World Travel & Tourism: Navigating The Path Ahead, The 2007 Travel and Tourism Economic Research -
- (23)- جامعة الدول العربي، التعاون العربي في قطاع السياحة، الفصل 12، 2007، ص 215.
- (24)- حسن عبد المطلب الأسرج، "الاستثمارات العربية البينية وإشكالية البطالة في الدول العربية"، مجلة العلوم الاجتماعية، ورقة بحثية، MPRA، رقم 22304، ميونيخ: إپريل، 2011، ص 5.
- (25)- مؤسسة الفكر العربي، النشرة الإعلامية لمؤسسة الفكر العربي، "متابعات"، العدد الثامن، بيروت، أغسطس، 2009، ص 25.
- (26)- الأمم المتحدة، اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغرب آسيا، الاستعراض السنوي للتطوير في مجال العولمة والتكامل الإقليمي في البلدان العربية، العدد الثامن، نيويورك: ديسمبر 2009، ص 38.
- (27)- الهيئة العليا للسياحة، الأمانة العامة للسياحة في السعودية، مشروع تنمية السياحة الوطنية، 1422- 1441هـ، الرياض، 1422هـ، ص 7.
- (28)- الحاج حنيش، "التقارب الاقتصادي العربي بين الفكر النظري والعائق الميداني"، مجلة الباحث، العدد 10، جامعة ورقلة، الجزائر، 2012، ص 35.
- (29)- حسام حامد يونس، "تطوير الأهمية النسبية لصناعة السياحة العربية عالمياً"، مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية، العدد 1، المجلد الرابع، العراق، جامعة تكريت، 2008، ص 71.
- (30)- كمال حماد، استراتيجية السياحة الناجحة، موقع جامعة نايف للعلوم الامنية، منشورات كلية التدريب.
- (31)- نوفل قاسم الشهوان، "تقدير دور السياحة العربية في التنمية الاقتصادية والبشرية دراسة مقارنة على الصعيد العالمي"، مجلة دراسات إقليمية، العدد 28، جامعة الموصل، العراق، 2012، ص 13.
- (32)- سعيد محمد باقر الرمضان، "الإعلام السعودي وتأثيره على السياحة الداخلية، رسالة ماجستير غير منشورة، الأكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك، 2011، ص 60.
- (33-33)- نوفل قاسم الشهوان، "تقدير دور السياحة العربية في التنمية الاقتصادية والبشرية دراسة مقارنة على الصعيد العالمي"، مرجع سابق، ص 15.