آفاق وتحديات صناعة السياحة في الوطن العربي- دراسة مقارنة بين الإمارات، السعودية، تونس والجزائر-

Prospects and Challenges of the Tourism Industry in the Arab World - A Comparative Study between the UAE, Saudi Arabia, Tunisia, and Algeria

بن السعدي سيد علي
جامعة عمار ثليجي الاغواط(الجزائر)
مخبر دراسات التنمية الاقتصادية
s.bensaadi@lagh-univ.dz

علاوي صفية
جامعة عمار ثليجي الاغواط(الجزائر)
مخبر دراسات التنمية الاقتصادية
sofia.univ.83@gmail.com

تاريخ الاستلام: 2024/09/10 تاريخ القبول: 2024/12/23 تاريخ النشر: 2024/12/31

ملخص:
تهدف هذه الدراسة الى ابراز واقع صناعة السياحة في بعض دول الوطن العربي، ومعرفة التحديات التي تواجه الدول العربية وتؤثر على قدرتها التنافسية اقليميا و/أو دوليا. لتحقيق أهداف الدراسة تم الاعتماد على المنهج الوصفي لوصف الجانب النظري المتعلق بالمقومات السياحية في بعض الدول العربية التي تمثل تنوعًا في السياحة مثل الامارات، السعودية، تونس والجزائر، والمنهج التحليلي المقارن لتحليل ومقارنة البيانات الكمية المتعلقة بالأداء السياحي لهذه الدول. توصلت نتائج الدراسة إلى أن السياحة في الوطن العربي تشهد قفزة نوعية في دول قارة اسيا، فقد طورت السعودية قطاعها السياحي للتقليل من اعتمادها على النفط وخاصة السياحة الدينية والترفيهية، كما عرفت دولة الامارات تطورًا كبيراً خلال العقود الماضية بفضل بنيتها التحتية المتطورة والاستثمارات الكبيرة التي انفقت في مجال السياحة. بينما تبقى دول شمال افريقيا مثل الجزائر وتونس تواجه تحديات كبيرة في مجال السياحة، بحيث تحتاج الى زيادة الاستثمار والانفاق لتحسين البنى التحتية السياحية لها، والتكثيف من حملاتها التسويقية للترويج لأهم المقومات السياحية التي تمتلكها.
الكلمات المفتاحية : سياحة، سائح، صناعة سياحة، مقومات سياحية، وطن عربي.
تصنيف JEL : Z310 ; L83.

Abstract:
This study aims to highlight the reality of the tourism industry in some countries of the Arab world, and to identify the challenges facing Arab countries that affect their competitiveness regionally and/or internationally. To achieve the objectives of the study, the descriptive approach was used to describe the theoretical aspect related to tourism components in some Arab countries that represent diversity in tourism such as the Emirates, Saudi Arabia, Tunisia and Algeria, and the comparative analytical approach to analyze and compare quantitative data related to the tourism performance of these countries. The results of the study concluded that tourism in the Arab world is witnessing a qualitative leap in the countries of the Asian continent. Saudi Arabia has developed its tourism sector to reduce its dependence on oil, especially religious and recreational tourism. The UAE has also witnessed tremendous development over the past decades thanks to its advanced infrastructure and large investments spent in the field of tourism. While North African countries such as Algeria and Tunisia continue to face major challenges in the field of tourism, as they need to increase investment and spending to improve their tourism infrastructure, and intensify their marketing campaigns to promote the most important tourism components they possess.
Keywords: Tourism, tourist, tourism industry, tourism components, Arab world.
Jel Classification Codes : Z310 ; L83.

سيد علي بن السعدي، **الإيميل:** s.bensaadi@lagh-univ.dz

I.تمهيد:

تعتبر صناعة السياحة من بين أهم الصناعات وأكثرها نموًا وتطوراً في الاقتصاد العالمي، كما تعد مصدراً من أهم مصادر الدخل في العالم، فهي تساهم بشكل كبير في تعزيز النمو الاقتصادي وتحريك عجلة التنمية الاقتصادية المستدامة، وتساعد على توفير مناصب شغل وتدعم الاستثمار في البنى التحتية للدولة وترفع من قيمة دخلها القومي، كما تلعب دوراً محورياً في تعزيز التواصل الثقافي وتبادل الثقافات بين الشعوب والامم وزيادة انفتاحها على العالم الخارجي.

إن صناعة السياحة باتت تمثل جزءًا مهما من الاقتصاد المحلي بالنسبة للعديد من الدول العربية، حيث أصبحت هناك حاجة ملحة لتطوير استراتيجيات تسويقية فعالة بغرض الوصول الى حالة توازن تحقق النمو والتنمية الاقتصادية من جهة وضمان التوزيع العادل للموارد والثروات الطبيعية بين الاجيال المتوارثة من جهة أخرى. فرغم امتلاك معظم الدول العربية الكثير من المقومات والموارد الطبيعية والتاريخية والثقافية المتنوعة، إلا أن واقع قطاع السياحة فيها يختلف من دولة لأخرى نظراً لاختلاف في العديد من العوامل كالبنية التحتية، التحديات الأمنية والسياسية، التغيرات المناخية، الاستراتيجيات التسويقية المتبعة، فهناك الكثير من الدول رغم توفر كافة الامكانيات فيها إلا أنها لازالت تواجه تحديات عديدة تؤثر على قدرتها في تحقيق أقصى استفادة ممكنة من إمكانياتها ومواردها الطبيعية.

هذا وفي ظل الاهمية المتزايدة للسياحة كصناعة مؤثرة على الحياة الاقتصادية والاجتماعية، وتوفر الإمكانيات والموارد والمقومات الطبيعية والبشرية المتميزة في الوطن العربي، تحتم على الدول العربية زيادة الاهتمام بالقطاع السياحي ومواكبة التغيرات التي يشهدها السوق السياحي، فقد عرفت بعض الدول في قارة اسيا تطوراً كبيراً في مجال السياحة، حيث شهدت دولة الإمارات تطورًا رهيباً خلال العقود الماضية وأصبحت ضمن افضل الوجهات السياحية في العالم بفضل استثماراتها السياحية التي ساهمت في تطوير بنيتها التحتية، بينما عملت دولة السعودية مؤخرا على تطوير قطاعها السياحي بهدف تقليل الاعتماد على قطاع المحروقات والترويج للسياحة الدينية والترفيهية، في حين لازالت دول شمال افريقيا مثل الجزائر وتونس تواجه تحديات مختلفة تتطلب منها تبني حلول مبتكرة وسياسات فعالة تفتح لها آفاقاً واسعة لتطوير هذا القطاع الحيوي، فالجزائر تعتبر من الدول التي تركز على السياحة الداخلية والطبيعية إلا أن قطاعها يعاني من قلة الاستثمارات وضعف الترويج الدولي، في حين تُعرف تونس بوجهتها السياحية التاريخية والشواطئ الجميلة، إلا أنها لازالت تعاني أثار عدم استقرار الوضع الامني والسياسي في السنوات الأخيرة السابقة.

I.1. إشكالية الدراسة:

في ظل التغيرات الاقتصادية والاجتماعية التي يشهدها العالم اليوم، ومع تنامي السوق السياحية واشتداد المنافسة فيها تواجه العديد من الدول العربية تحديات كبيرة في صناعة السياحة تؤثر على قدرتها على التنافسية على الصعيد الاقليمي و/او العالمي. وبناءً على ما سبق يمكننا طرح الاشكالية التالية: ما هي التحديات والفرص التي تواجه صناعة السياحة في الدول العربية، مثل الإمارات، السعودية، تونس والجزائر؟ وهل تساهم استراتيجيات هذه الدول في تحقيق توازن بين الاستفادة من المقومات الطبيعية وتحسين البنية التحتية لتطوير القطاع السياحي؟

من خلال الاشكالية السابقة يمكننا طرح جملة من التساؤلات الفرعية التي يمكن أن تكون أساسًا قويًا للبحث وتساعد على تغطية جوانب متعددة في صناعة السياحة، وقد كانت التساؤلات كالاتي:

- ما هو الهدف الرئيسي من تطوير صناعة السياحة في الوطن العربي، وماهي الاستراتيجيات الوطنية للدول التالية الإمارات، السعودية، تونس والجزائر، في تطوير قطاعها السياحي.
- هل اختلاف الموارد الطبيعية والبشرية بين الدول العربية التالية: الامارات، السعودية، تونس والجزائر، يؤثر على تطوير قطاعها السياحي؟ وما هي أبرز الفروقات السياحية التي تتفوق فيها كل دولة؟
- ما هي التحديات الرئيسية التي تواجه الدول العربية في صناعة السياحة؟
- ما هي الاستراتيجيات التي يجب على الدول العربية تبنها للتغلب على التحديات المستقبلية وتحقيق نمو مستدام في قطاع السياحة؟

I.2. فرضيات الدراسة :

- تتمتع الدول العربية بتنوع البيئات الطبيعية والبشرية وهو ما يؤثر بطريقة مباشرة على جاذبية السياحة فيها وعلى الأنماط السياحة المقدمة.

- تعمل الدول العربية على زيادة الاستثمار في القطاع السياحي وتطوير البنية التحتية لها كالنقل والفنادق والمنتجعات وغيرها، وجعل قطاع السياحة من أكثر القطاعات مساهمة في الاقتصاد الوطني.

- يختلف مستوى الاستثمار الأجنبي المباشر في القطاع السياحي بين الدول العربية وهو ما يؤثر على قدرة بعض الدول في تطوير وتعزيز بنيتها التحتية السياحية.

I.3. أهمية الدراسة:

- تكمن اهمية الدراسة في تقديم بعض التوصيات التي من شأنها تعزيز السياحة في الوطن العربي وتحقيق الاقلاع الاقتصادي المستدام وذلك من خلال خلق وتوفير فرص عمل جديدة للحد من البطالة وتحسين مستويات المعيشة ... وغيرها؛

- تسليط الضوء على التحديات المستقبلية التي قد تواجه صناعة السياحة في الوطن العربي مثل التغير في أنماط السياحة العالمية، التغيرات المناخية، التطورات التكنولوجية... وغيرها. وكذا تقديم تصورات حول كيفية التعامل معها مستقبلا؛

- اظهار دور قطاع السياحة كوسيلة لتنويع مصادر الدخل لتوفير العملة الصعبة، وضمان التوزيع العادل للثروات الطبيعية كالنفط والغاز بين الاجيال، مما يعزز التنمية الاقتصادية المستدامة في الوطن العربي؛

- توضيح دور السياحة في نشر الثقافة العربية والاسلامية وتحسين صورتها عالميا، وذلك من خلال التعريف بالتراث الثقافي والتاريخي للدول العربية، وكذا تعزيز مكانتها كوجهات سياحية مرغوبة وآمنة.

I.4. أهداف الدراسة:

- تسعى هذه الدراسة الى معرفة واقع صناعة السياحة في الوطن العربي و تحديد العوامل المشتركة والمختلفة بين بعض الدول العربية، من خلال إجراء مقارنة بين اربع دول عربية تمثل تنوعًا في السياحة، كما تسعى الدراسة الى تحقيق الاهداف التالية:

- إبراز دور صناعة السياحة والسفر في تحقيق التنمية الاقتصادية المستدامة في الوطن العربي؛
- توضيح آليات تفعيل صناعة السياحة في الوطن العربي، وكذا أفضل الممارسات التي تنمي قطاع السياحة وتعززه؛
- محاولة حصر المشاكل التي تعيق نمو القطاع السياحي في الوطن العربي عامة وفي الجزائر خاصة؛
- معرفة الاختلافات والنقائص الموجودة في قطاع السياحة في الوطن العربي مما يساعد في تحديد نقاط القوة والضعف في كل دولة واستكشاف كيفية تبني السياسات والتجارب الناجحة لتحسين الأداء السياحي في الوطن العربي.

I.5. منهج الدراسة:

لتحقيق أهداف الدراسة تم الاعتماد على المنهج الوصفي والنهج التحليلي المقارن، المنهج الوصفي بهدف وصف الجانب النظري المتعلق بصناعة السياحة في الوطن العربي، أما المنهج التحليلي المقارن لغرض تحليل البيانات الكمية المتعلقة بأداء النشاط السياحي لبعض الدول العربية والمقارنة بينها.

I.6. الدراسات السابقة :

- دراسة **قراريه فتيحة** بعنوان **دراسة مقارنة للقطاع السياحي في الدول المغاربية**، اجريت سنة 2019، حيث ركزت هذه الدراسة على إجراء مقارنة بين دول شمال افريقيا الثلاث: تونس، الجزائر والمغرب وذلك من خلال تحليل الأثر الاقتصادي للنشاط السياحي لهذه الدول، لذلك الاعتماد على المنهج التحليلي المقارن الذي يعتمد على عدة متغيرات وقد خلصت الدراسة الى أن الأثر الاقتصادي للنشاط السياحي بتونس والمغرب إيجابي ويساهم في تسريع التنمية الاقتصادية في حين تبقى الجزائر بعيدة كل البعد عن ما هو محقق من طرف دول الجوار.

- دراسة بوخاري عبد الحميد وعياشي عبد الله بعنوان **و اقع السياحة البيئية في الدول العربية مع عرض لتجارب بعض الدول**، اجريت سنة 2017، ركزت هذه الدراسة على السياحة البيئية كأحد أهم الصناعات المستقبلية التي تشكل القوة الدافعة لاقتصاديات الخدمات في القرن 21 والتي تهدف الى تحقيق التنمية المستدامة والمحافظة على الموارد الطبيعية والبيئية للمواقع السياحية، وتنويع مصادر الدخل الوطني، حيث نجد أن العديد من الدول العربية قد حاولت الارتقاء بقطاع السياحة وتنميته قصد إنشاء صناعة سياحية مستدامة تسعى الى الوصول للتنافسية العالمية وترسيخ ثقافة سياحية لدى شعوبها مبنية على أسس الاستدامة والحفاظ على البيئة، كما توصلت نتائج الدراسة الى أن بعض الدول العربية قد حققت نتائج جد طيبة في مجال صناعة السياحة البيئية على غرار الأردن وتونس من خلال المساهمة المباشرة في تنويع مصادر الدخل الوطني وتحقيق الاستدامة في مواردها الطبيعية غير أن الجزائر لا زالت نتائجها جد ضعيفة في هذا المجال مقارنة بالدول السالفة الذكر.

- دراسة لاكسي فوزية بعنوان **السياحة البيئية كاستراتيجية لتحقيق التنمية المستدامة- عرض تجارب بعض الدول العربية**، اجريت سنة 2021، ركزت هذه الدراسة على ابراز أهمية السياحة البيئية كأحد أهم الاستراتيجيات التي تهدف الى تحقيق التنمية المستدامة، والمحافظة على الموارد الطبيعية والبيئية للمواقع السياحية، مع بالإشارة إلى بعض تجارب الدول العربية عموما مع التركيز على التجربة الجزائرية ومختلف الآليات التي اتخذتها الجزائر لحماية البيئة ودعم السياحة البيئية نظرا لتوفرها على مقومات طبيعية من مناظر ونظم بيئية متعددة. توصلت نتائج الدراسة الى أنه يوجد دور فعال ومميز للسياحة البيئية في ترقية وتعزيز التنمية المستدامة خصوصا في جانب البعد البيئي إلا أن هناك بعض الأسباب والعوامل التي عرقلت تجسيد ذلك، فالجزائر لا زالت نتائجها جد ضعيفة في هذا المجال مقارنة ببعض الدول العربية التي حققت نتائج جد مرضية على غرار الأردن وتونس.

- ما يميز دراستنا الحالية عن باقي الدراسات السابقة أن الدراسة الحالية ركزت على مستقبل السياحة في الوطن العربي والتحديات التي تواجه القطاع السياحي في الدول العربية، حيث سيتم المقارنة بين اربعة دول عربية تمثل تنوعا في السياحة هي الامارات، السعودية، تونس والجزائر، وهي ضمن قارتين مختلفين، قارة أسيا وقارة افريقيا، حيث ستكون المقارنة من خلال عدة مؤشرات سياحية مثل قيمة الإيرادات السياحية، عدد الوافدين والمغادرين، الأنماط السياحية الموجودة في كل دولة وغيرها.

II. الدراسة النظرية:

1.II. صناعة السياحة:

تعتبر صناعة السياحة من الصناعات الاكثر نمو وتطوراً في العالم، حيث أصبحت تساهم بشكل كبير في تحريك عجلة التنمية الاقتصادية المستدامة، كما تساهم في خلق وتوفير مناصب شغل، لذا سنحاول في هذا المحور التطرق لمفهوم السياحة والسائح، خصائص صناعة الصناعة، وكذا اسباب زيادة انتشارها وتطورها.

1.1.II. تعريف السياحة:

عرف العالم الاقتصادي النمساوي(**Schulern Schratenhaus**) عام 1910م السياحة بأنها "الاصطلاح الذي يطلق على أي عمليات خصوصاً العمليات الاقتصادية التي تتعلق بوجود واقامة وانتشار الاجانب داخل وخارج منطقة معينة او اية بلدة ترتبط بهم ارتباطاً مباشراً." (عبوي، 2016، صفحة 15)

كما تعرف بأنها عملية انتقال الانسان من مكان لآخر لفترة زمنية بطريقة مشروعة تحقق المتعة النفسية، أو هي ظاهرة من ظواهر العصر التي تنبثق منها الحاجات المتزايدة للحصول على الراحة والاستجمام وتغيير الجو الروتيني والاحساس بجمال المناظر الطبيعية والشعور بالبهجة والمتعة في الاقامة. (سلمان، 2008، الصفحات 15-16)

2.1.II. تعريف السائح:

تم تعريف السائح في مؤتمر روما الذي عقد لبحث السياحة الدولية عام 1963م على انه "الشخص الذي يسافر الى بلاد اخرى غير موطنه ويقيم بها لمدة تزيد عن 24 ساعة دون ان تطول اقامته الى الحد الذي يعد فيه البلد الاجنبي موطنا له". (سعادة، 2000، صفحة 21)

عرفت منظمة السياحة العالمية السائح بأنه كل شخص يسافر خارج موطن محل إقامته الأصلي لأي سبب من الأسباب غير الكسب المادي، سواءً كان داخل بلده" السائح الوطني "أو بلد أخرى" السائح الأجنبي "ولفترة لا تقل عن **24** ساعة. (البطوطي، 2010، صفحة 27) هذا ومن خلال تعريفنا للسياحة والسائح يمكننا التمييز بين المصطلحات التالية: (البطوطي، 2010، الصفحات 27-28)

- السائح الأجنبي: هو أي شخص يقوم بزيارة أي دولة غير الدولة التي يقيم ويعمل بها ولمدة لا تقل عن **24** ساعة؛
- السائح المحلي: هو أي شخص يقوم بزيارة أي مكان داخل الدولة التي يقيم بها غير محل إقامته ولمدة لا تقل عن 24 ساعة؛
- المسافر: هو أي شخص يتحرك من محل إقامته إلى أي وجهة أخرى لأي غرض من الأغراض سواء غرض سياحي أو أي غرض آخر؛
- الزائر لغرض عمل جولة سياحية: هو الشخص الذي يدخل أي دولة ويقوم بزيارة أماكن بها لمدة تقل عن 24 ساعة، أي لا يقوم بالمبيت بها مثل رحلات اليوم الواحد التي يقوم بها ركاب السفن السياحية التي تقوم بالرسو في موانئ الدول ثم تغادر بعد انتهاء الزيارة.

II.1.3. خصائص السياحة:

يتميز قطاع الخدمات بشكل عام وقطاع السياحة بشكل خاص بوجود العديد من الصفات التي تميز الخدمة عن المنتج والتي يجب على رجل التسويق أن يأخذها في الحسبان، كما أن خصائص قطاع السياحة لا تختلف كثيرا عن خصائص قطاع الخدمات عامة، لذا سنحاول عرض بعض خصائص قطاع السياحة كالاتي: (بختي و بهياني، 2020، صفحة 160)

- يعتبر قطاع السياحة احد اهم القطاعات الخدمية التي تساهم في الدخل الوطني لاقتصاديات العديد من الدول؛
- يتأثر نطاق المنافسة في القطاع السياحي بمختلف المتغيرات التي قد تطرأ على البيئة العالمية و ذلك بسبب امتداد المنافسة خارج حدود الدولة الواحدة؛
- تمتاز مقومات العرض السياحي بالندرة والحساسية الشديدة للتغيرات التي تطرأ على قطاعات النشاط الانساني الاخرى في المجتمع، سواء تعلق الامر بالمقومات الطبيعية الموجودة في البلد أو الموروثات الحضارية المتنوعة أو المباني الحضارية المعاصرة؛
- امتداد نطاق القطاع السياحي خارج حدود الدولة جعله سوق متنوع الخصائص والانتماءات ومتعدد الانماط السلوكية؛
- تساهم جميع شرائح المجتمع في تكوين الصورة المميزة لمزيج الخدمات السياحية الذي تقدمه الدولة للسياح، وذلك لان جميعها يشترك في عملية تقديم الخدمة بصورة مباشرة ام غير مباشرة؛
- تأثير القطاع السياحي على القطاعات الاخرى له أثر مضاعف و يتضخم بشكل دائم ومستمر.

II.1.4. اسباب توسع صناعة السياحة:

يقصد بالتوسع في صناعة السياحة زيادة عدد الخدمات ذات الجودة العالية التي تقدم إلى السواح، والتي هي نتيجة زيادة الطلب السياحي على منطقة سياحية او مقصد سياحي معين، ولعل من اسباب زيادة التوسع السياحي نذكر ما يلي: (سلمان، 2008، صفحة 18)

- زيادة عدد الفنادق / الأسرة الفندقية/ المحطات القطارية المنتجعات ووسائل الإيواء الأخرى؛
- زيادة عدد الخطوط الجوية العاملة أو زيادة عدد الطائرات وزيادة عدد شركات النقل أو عدد السيارات؛
- تطور وسائل النقل البحري؛
- يادة الخدمات السياحية المقدمة للسائحين والتي تؤدي إلى تخفيض الأسعار؛
- زيادة في مؤسسات التعليم والتدريب السياحي والفندقي.

5.1.II. ماهية صناعة السياحة:

تعرف صناعة السياحة بأنها التنظيمات العامة والخاصة التي تشترك في تطوير إنتاج وتسويق البضائع والخدمات لخدمة احتياجات ورفاهية السياح. (كافي، 2016، صفحة 45)، فصناعة السياحة مثلها مثل أي صناعة أخرى تقوم على مجموعة من المقومات الاساسية التي لابد من توافرها والتي تتمثل في عناصر الانتاج الرئيسية الآتية: (السيسي، 2016، الصفحات 23-24)

أ. **الموارد الطبيعية:** تشمل المقومات السياحية التي أوجدها الله عز وجل في المناطق والمدن السياحية، كالبحار، الأنهار، المحيطات، الموقع الجغرافي، المناخ، وغيرها من عناصر الجذب السياحي.

ب. الموارد البشرية: تشير إلى العنصر البشري الذي يسهم في نجاح السياحة وتشمل الاتي:

- **العمل:** يمثل العمل عنصرًا أساسيًا في حياة الفرد والمجتمع على حد سواء، ولولاه لما تطورت حياة الانسان في الأرض، فالعمل يعد أحد العناصر الهامة في صناعة المنتج السياحي، فقد تجسدت فيه الإنجازات العظيمة للإنسان عبر العصور البشرية المتلاحقة متمثلة في المقومات السياحية مثل الآثار التاريخية والمعالم الحضارية الحديثة المنتشرة في العديد من الدول. ومن جهة أخرى يمثل العمل الجهود البشرية المبذولة من طرف العاملين في مختلف الأنشطة السياحية المعروفة سواء كانت حكومية أو عامة أو خاصة، إذ يعتبر المحرك الرئيسي لكل الانشطة الإنتاجية وخصوصًا السياحية منها.

- **رأس المال:** يعد راس المال من بين عناصر الإنتاج الضرورية التي تساهم بشكل فعال في تطوير المنتج السياحي بمكوناته الثلاثة(المقومات الطبيعية، المقومات الصناعية، الخدمات والتسهيلات السياحية)، حيث يتجسد رأس المال في السياحة من خلال الأموال المستثمرة في مختلف المشروعات السياحية، سواء العامة أو الخاصة، إضافة إلى مختلف المنشآت السياحية مثل الفنادق والشركات السياحية، وكذا تجهيزاتها ومعداتها.

هذا وبالإضافة إلى المقومات الاساسية السابقة توجد أيضا عناصر مهمة أخرى لابد من توافرها في صناعة السياحة والتي تتمثل في الاتي: (كافي، 2016، الصفحات 46-77)

- **لدعاية والاعلان والترويج:** من وجهة النظر الاعلانية، تعتبر السياحة كحلم وأمل يراه الشخص من خلال الإعلانات التي يواجهها وهذا ما يدفعه الى جمع المعلومات عبر النشرات والصور، وعندما تتوفر لديه الحوافز المناسبة ويقتنع بالرحلة يقوم بحجزها. وهنا يأتي دور الإعلان الناجح في توجيه الجهود التسويقية لجذب السياح، فنجاح الإعلان يعني بالضرورة نجاح السياحة.

- **النقل:** تمثل صناعة النقل عنصراً حيوياً في تعزيز السياحة وضمان نجاحها في أي منطقة في العالم. لذلك فإن توافر وسائل نقل سريعة ومريحة وتوافر بنية تحتية متطورة لطرق المواصلات البرية والبحرية والجوية، يساهم بشكل كبير في جذب السياح إلى المناطق السياحية المختلفة، فأول ما يتبادر في ذهن السائح عندما يخطط لزيارة وجهة معينة هو كيفية الوصول إليها بسهولة ويسر.

- **البنية التحتية:** لا يمكن اعتبار أي مشروع سياحي متكاملاً ما لم تتوفر له الخدمات الأساسية الضرورية، مثل شبكات المياه والكهرباء، والاتصالات، والطرق وغيرها.

III. مقومات الصناعة السياحية في الوطن العربي:

توجد العديد من الانماط السياحية التي تتميز بها الدول العربية، حيث تختلف هذه الانماط من دولة لأخرى تبعا للاختلافات الموجودة بين هذه الدول في الموارد الطبيعية والبشرية. لذلك، ومن أجل تحقيق التوازن بين التغطية الواسعة لمختلف الانماط السياحية الموجودة في الوطن العربي والقدرة على التعمق في التفاصيل تم اختيار أربع دول عربية من قارتين مختلفين منها دولتان مرشحتان لتقديم نماذج متنوعة في تطوير السياحة الحديثة، ومن ثم المقارنة بينها لإبراز التنوع في السياحة من جوانب متعددة مثل الجغرافيا، الثقافة، الحضارة، التاريخ...الخ ، وهذه الدول هي الامارات، السعودية، تونس والجزائر.

1.III.مقومات صناعة السياحة في الامارات العربية المتحددة:

تقع دولة الإمارات العربية المتحدة في قارة آسيا يحدها من الشمال والشمال الغربي الخليج العربي، ومن الجنوب والغرب المملكة العربية السعودية، ومن الجنوب الشرقي سلطنة عمان، حيث تمتلك الإمارات شريطاً ساحلياً على كل من الخليج العربي وخليج عمان. (البوابة الرسمية لحكومة دولة الامارات العربية المتحدة) تتكون دولة الإمارات العربية المتحدة من سبع إمارات هي أبوظبي، دبي، الشارقة، عجمان، أم القيوين، رأس الخيمة، والفجيرة. تغطي الصحراء حوالي 80 بالمئة من مساحة الدولة ومع ذلك تتميز بتنوع طبيعي لافت، بدءاً من الكثبان الرملية الحمراء الشاهقة في منطقة ليوا وصولاً إلى مدينة العين التي تُعتبر واحة طبيعية تزينها أشجار النخيل كما تشمل المناظر الطبيعية جبال الحجر شديدة الانحدار والسهول الساحلية الخصبة. تقدر مساحة الدولة بنحو 71,020 كم^2، كما يبلغ عدد سكانها حوالي 9.1 مليون نسمة. (موقع الأمانة العامة لمجلس التعاون لدول الخليج العربية)

تمتلك دولة الإمارات العربية المتحدة بنية تحتية متطورة تضم مطارات حديثة وشبكة طرق متكاملة ومرافق فندقية فاخرة. كما توفر القوانين والتشريعات في الإمارات تسهيلات كبيرة للسياح للحصول على التأشيرات والإقامات. حيث تُعتبر الإمارات بيئة آمنة ومستقرة مما يجعلها وجهة مثالية للعائلات والسياح فقد تصدرت الدولة قائمة أكثر الوجهات ضيافة في العالم، فالزوار يُعاملون فيها بكرم واحترام كبيرين، فضلاً عن تنوع الأنشطة الترفيهية المتاحة التي تلبي مختلف الأذواق. (سعيد ، 2023) وفيما يلي سنعرض أهم المقومات السياحية في دولة الامارات وهي كالاتي:

1.1.III مقومات السياحة الشاطئية: تتميز شواطئ الإمارات برمالها البيضاء الناعمة ومساحاتها الواسعة، مما يجعلها وجهات مثالية للاسترخاء والاستجمام. تنتشر هذه الشواطئ في جميع إمارات الدولة، وتشمل شاطئ ياس، شاطئ السعديات، شاطئ مساكن، شاطئ جميرا "JPR" في دبي، شاطئ "كايت بيتش"، شاطئ نادي دبي للسيدات و"حديقة الممزر" في دبي، شاطئ "الخان" في الشارقة، وشاطئ "الحمرا" في رأس الخيمة. كما تضم الفجيرة شواطئ "ساندي" و"المظلات" وشاطئ العقة، بالإضافة إلى "شاطئ دبا." (وزارة الاقتصاد الامارات العربية المتحدة)

2.1.III مقومات السياحة العائلية: تُعد الإمارات الوجهة المثلى للعائلات، حيث تقدم مجموعة واسعة من خيارات الترفيه التي تناسب جميع الأعمار والفئات العائلية، ووفقاً لتقارير دائرة السياحة في دبي شكلت العائلات نحو 75% من إجمالي 5.51 مليون زائر أجنبي إلى دبي لأغراض السياحة في عام 2022م. كما تجدر الاشارة إلى أن قرار إعفاء السياح الأجانب دون سن 18 من متطلبات التأشيرة، بشرط أن يكونوا برفقة ذويهم، ساهم بشكل كبير في تعزيز السياحة العائلية في دولة الإمارات. (دليلك المفصل حول السياحة في الإمارات، 2024)

3.1.III مقومات السياحة الصحراوية: تجمع السياحة الصحراوية في الإمارات بين الأصالة والعراقة والتطور والمغامرات، مقدمةً تجربة سياحية فريدة من نوعها على المستوى العالمي، فالصحراء الإماراتية المكونة من السهول والجبال تعتبر ملاذاً هادئاً وآمناً لعشاق الطبيعة الصحراوية. حيث تقدم هذه الصحراء البعيدة عن صخب الحياة تجربة متميزة تشمل مغامرات متنوعة مثل رحلات السفاري والتجول بالسيارات بين الكثبان الرملية. كما يمكن للزوار أيضاً الاستمتاع بالعديد من الأنشطة مثل الرماية وصيد الصقور، ركوب الخيل والجمال والمشي في السهول الواسعة. (دليلك المفصل حول السياحة في الإمارات، 2024)

4.1.III مقومات السياحة الترفيهية: تعد دولة الإمارات أحد أبرز الوجهات الترفيهية العالمية، فهي تمتاز بتنوع واجهاتها السياحية الحديثة. كما تُعد الإمارات موطنًا لأطول ناطحة سحاب في العالم المعروفة باسم برج خليفة، الذي يُعد رمزًا للابتكار والتطور المعماري. هذا وقد أعلنت دبي مؤخرًا عن خطط لبناء برج خور دبي، الذي من المتوقع أن يتجاوز ارتفاع برج خليفة، كما تميزت الإمارات بامتلاكها العديد من الأسواق التجارية الفاخرة، حيث تمتلك العاصمة أبوظبي أكبر مدينة ترفيهية مغلقة في العالم وهي عالم "Warner Bros " التي تمتد على مساحة 1.65 مليون قدم مربع وتضم مجموعة واسعة من شخصيات القصص الكرتونية والعروض الترفيهية المتنوعة، مما يجعلها وجهة مثالية للعائلات والسياح من مختلف أنحاء العالم. (موقع محيط)

5.1.III مقومات السياحة الثقافية: تتميز دولة الإمارات بوجود العديد من المتاحف، مثل متحف اللوفر أبو ظبي ومتحف زايد الوطني ومتحف المحطة ومتحف دبي ومتحف الشارقة للفنون، فقد حصدت إمارة الشارقة العديد من الألقاب المرموقة على مستوى العالم، حيث تم تسميتها عاصمة الثقافة العربية عام 1998، وعاصمة الثقافة الإسلامية عام 2014، وعاصمة الكتاب العالمية عام 2019. كما تميزت الإمارات بتاريخ عريق يمتد لآلاف السنين شهد حضارات عديدة مثل حضارة أم النار، وحضارة حفيت، وحضارة مليحة. تضم الإمارات أيضًا مناطق أثرية هامة مثل تل أبرق، جبل الفاية، حديقة آثار الهيلي، صير بني ياس، دبا الفجيرة، ودبا الحصن، والتي تعكس عمق تاريخها وتنوع ثقافاتها. (موقع محيط)

هذا وتهدف الاستراتيجية الوطنية للسياحة في دولة الامارات العربية المتحدة لرؤية 2031 الى تحقيق الاهداف التالية: (موقع البوابة الرسمية لحكومة دولة الإمارات العربية المتحدة)

- رفع مكانة الدولة كأفضل هوية سياحية حول العالم، وترسيخ مكانتها كوجهة سياحية رائدة؛

- رفع مساهمة القطاع السياحي في الناتج المحلي الإجمالي للاقتصاد الوطني إلى 450 مليار درهم، بمعدل زيادة سنوية 27 مليار درهم؛
- جذب استثمارات جديدة بقيمة 100 مليار درهم للقطاع السياحي في الدولة؛
- استقطاب 40 مليون نزيل في المنشآت الفندقية.

1.2.III مقومات صناعة السياحة في السعودية:

تقع المملكة العربية السعودية في قارة آسيا، يحدها من الغرب البحر الأحمر ومن الشرق الخليج العربي والإمارات العربية المتحدة وقطر، ومن الشمال الكويت والعراق والأردن، ومن الجنوب اليمن وسلطنة عمان، تتربع المملكة على مساحة تقدر بأكثر من 2.250.000 كم^2، حيث يبلغ عدد سكانها 31.6 مليون نسمة. (موقع الأمانة العامة لمجلس التعاون لدول الخليج العربية2024).

تعتبر المملكة العربية السعودية من الدول الريعية المتقدمة في مجال السياحة، خاصة السياحة البيئية والسياحة الدينية، فهي تمتلك العديد من المقومات السياحة التي تجعلها رائدة في الانماط السياحية الاتية:

2.2.III مقومات السياحة الدينية: تعتبر السعودية وجهة رئيسية للسياحة الدينية بفضل المقدسات الدينية الموجودة فيها مثل المسجد الحرام الذي يعتبر أقدس مكان في الإسلام والذي يقع في مكة المكرمة، وكذا المسجد النبوي الشريف ثان أقدس الأماكن في الإسلام والذي يقع في المدينة المنورة، هذا ويشهد المسجد الحرام أعداداً ضخمة من الزوار سنوياً لأداء فريضة الحج والعمرة، حيث تستقطب المعالم الدينية ملايين المسلمين من كل أنحاء العالم مما يعزز مكانة المملكة كوجهة سياحية دينية بدرجة أولى. كما أن الحج والعمرة يشكلان جزءاً كبيراً من الاقتصاد السياحي في المملكة لتزايد اعداد الحجاج الوافدين الى السعودية كل سنة، والذي يُتوقع أن يصل إلى حوالي 5 ملايين حاج بحلول عام 2025، فالسعودية تعد من الدول التي تتمتع بمعالم دينية عديدة يتوافد إليها الزوار من كل حدب وصوب من اجل زيارة الاماكن التالية(المدينة المنورة والبقيع، الدخول إلى المسجد النبوي الشريف، زيارة المسلمين مكة المكرمة والكعبة الشريفة، زيارة قبر الرسول صلى الله عليه وسلم، الشرب من بئر زمزم الذي يتبارك به المسلمين والمسلمات) (مدونة زوار السعودية)

3.2.III مقومات السياحة الحضارية: تعد المقومات الحضارية في السعودية من أبرز عوامل الجذب السياحي، فقد أولت الحكومة السعودية بالتعاون مع الهيئة العامة للسياحة والآثار اهتماماً كبيراً بجميع مدن المملكة، حيث أطلقت العديد من المشاريع العمرانية بهدف تطوير السياحة، كما نظمت عدة فعاليات وأنشطة سياحية وترفيهية لجذب أكبر عدد ممكن من السياح، مما يساهم في تعزيز السياحة في المملكة. ولعل من بين ابرز مقومات الجذب السياحي الحديثة المتوفرة في السعودية نذكر الاتي: (مدونة زوار السعودية)

- بناء ناطحات سحاب ذات أشكال معمارية حديثة ورائعة تجذب اهتمام السياح وتلفت الأنظار؛
- قوائم ضخمة للإنشاءات الحديثة؛
- الطراز العمراني الحديث في مدينة الطائف وعسير والرياض؛
- لجسور والأنفاق، وكذا طرق المواصلات الحديثة؛
- تواجد نافورة الملك في جدة وهي أحد أطول نافورة حول أنحاء العالم؛
- تتمتع المملكة بتسهيلات رائعة للسياح من مشروعات البنية الأساسية من شبكات الاتصالات وتنظيمها؛
- مشروعات النقل والمواصلات من النقل الجوي والبحري والبري ذات الأسعار المناسبة لجميع السياح؛
- المنتجعات السياحية والسفن واليخوت والفنادق الرائعة التي تقدم كافة الخدمات السياحية في المملكة.

4.2.III مقومات السياحة البيئية: تمتاز السعودية بمساحتها الشاسعة، وشواطئها الممتدة على ساحلي البحر الأحمر والخليج العربي، إلى جانب سلاسل الجبال الشاهقة وتنوعها البيئي. كل هذه العوامل تجعل من السياحة البيئية عنصراً مهماً من عناصر الجذب السياحي الداخلي في المملكة. (منصة وتطبيق ورقي)

5.2.III مقومات سياحة الاعمال: تُعتبر سياحة الأعمال من الأنشطة السياحية التي تهدف عادةً إلى حضور المعارض والمؤتمرات والاجتماعات أو المشاركة فيها. حيث تشهد المملكة نمواً ملحوظاً ومستمراً في هذا المجال بسبب النهضة الاقتصادية والعمرانية التي تشهدها، إضافة إلى توفر الخدمات والبنية التحتية المناسبة. هذا وتُعد سياحة الأعمال من الروافد الهامة للسوق السياحي في المملكة فقد قدر إنفاق سياح الأعمال بحوالي 21% من إجمالي السياحة في البلاد، فالمملكة تستضيف أكثر من مئة ألف فعالية أعمال سنوياً يحضرها ما يزيد عن 3.9 مليون سائح بمعدلات إنفاق تتجاوز 4.2 مليار ريال. كما يوجد بها أكثر من 600 صالة للمعارض والمؤتمرات والاجتماعات في سنة 2013. إن سياحة الأعمال حققت إيرادات بقيمة 14 مليار ريال، ويُتوقع أن يصل هذا الرقم إلى 30 مليار ريال

عام 2024، حيث تعمل الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني حالياً على تطوير سياحة الأعمال وزيادة عدد الرحلات السياحية المحلية المرتبطة بهذا النوع من السياحة مع التركيز على تحسين عناصر هذه الصناعة، مما يساهم في ارتفاع عدد المنتجات والبرامج المتعلقة بسياحة الأعمال ورفع جودتها. (منصة وتطبيق ورقي)

6.2.III مقومات السياحة العلاجية: أما فيما يتعلق بالمواقع الطبيعية ذات الخصائص العلاجية، تبرز العيون الحارّة التي تنتشر في مواقع مختلفة في السعودية. والتي تُعد مصدراً لمياه طبيعية تنبع من طبقات جيولوجية متنوعة تختلف في تركيبتها المعدنية والكيميائية، حيث تتباين خصائص مياه هذه الينابيع الحارة، بناءً على نوعية الصخور المرتبطة بها سواء كانت صخور أساس نارية أو متحولة أو صخور الغطاء الرسوبي، مما يجعل بعضها فعالاً في علاج بعض الأمراض الجلدية وآلام المفاصل مثل الروماتيزم. ولعل من أبرز هذه العيون العين الحارة في محافظة الدائر بني مالك والعين الحارة في محافظة الحُرّث(الخوبة) التابعتين لمنطقة جازان، والعيون الحارة في محافظة الليث التابعة لمنطقة مكة المكرمة، وعين الحارة في محافظة الأحساء التابعة للمنطقة الشرقية. إن الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني نفذت في الآونة الأخيرة مشروعاً رائداً في المملكة يهدف إلى تعزيز السياحة العلاجية من خلال العيون الحارة في محافظة الحُرّث. يأتي هذا المشروع ضمن خطة شاملة لتطوير العيون الحارة في منطقة جازان، بالتعاون مع جامعة جازان ممثلة بكلية طب المناطق الحارة، والمديرية العامة للشؤون الصحية. هذا وتستقطب هذه العيون عدداً كبيراً من الزوار، معظمهم من داخل المملكة ودول مجلس التعاون الخليجي. (منصة وتطبيق ورقي)

إن المملكة العربية تسعى في ظل الامكانيات والمقومات التي تتمتع بها ومن خلال رؤية 2030 الى بذل مجموعة من الجهود لتحقيق مجموعة الاهداف التالية: (موقع وزارة السياحة السعودي)

- الوصول إلى 150 مليون زيارة؛
- توفير قرابة مليون و600 ألف فرصة وظيفية للشباب بحلول 2030 والتي ستسهم في زيادة الفرص الوظيفية؛
- دعم القطاع الخاص المحلّي وجذب الاستثمارات الأجنبية المباشرة والذي سيسهم في النمو والتنوع الاقتصادي؛
- لترويج للمملكة كوجهة سياحية يقصدها 37 مليون حاج ومعتمر والتي ستسهم في تعزيز القيم الإسلامية والهوية الوطنية؛
- دعم إجمالي الناتج المحلي بقرابة 10% والذي سيسهم في النمو والتنوع الاقتصادي؛
- دعم الإيرادات الحكومية غير النفطية والذي سيسهم في تعزيز فاعلية الحوكمة.

3.III. مقومات صناعة السياحة في تونس:

تعتبر دولة تونس من الدول الحدودية مع الجزائر، وهي دولة صغيرة جداً تقدر مساحتها الاجمالية بحوالي 163155 كم^2، حيث يبلغ عدد سكانها بـ 11.7 مليون نسمة تقريبا. (الديوان الوطني التونسي للسياحة بتونس). تمتلك تونس العديد من المقومات الطبيعية والثقافية التاريخية والحضارية... وغيرها من المقومات التي تمكنها من الاستثمار في الانماط السياحية الاتية:

1.3.III مقومات تاريخية وثقافية: عُرفت تونس منذ القدم بتوارثها للعديد من الحضارات، إذ تعتبر من الدول ذات التراث الثقافي والحضاري الغني والفريد، حيث تضم 7 مواقع أثرية وثقافية مدرجة في قائمة اليونسكو للتراث العالمي نظراً لأهميتها التاريخية والثقافية وهي: (الموقع الأثري بقرطاج 1979، المدرج الأثري بالجمّ 1979، مدينة تونس العتيقة 1979، مدينة كركوان البونية 1986، مدينة القيروان 1988، مدينة سوسة 1988، موقع دقة الأثري، 1997). (وكالة إحياء التّراث والتّنمية الثّقافية التونسية)

2.3.III مقومات السياحة الساحلية: تمتلك تونس شريط ساحلي يمتد لقرابة 1200 كيلومتر، تتمركز على طوله مناطق سياحية أهمها سوسة والمنستير والحمامات المهدية وبنزرت وطبرقة وتونس العاصمة، كما تتخلل على طول الشريط الساحلي شواطئ جميلة وغابات خلابة وجبال مذهلة. (عقون ، بوحديد ، و قريشي ، 2019، صفحة 167)

3.3.III مقومات السياحة الصحراوية: تتم في هذا النوع زيارة البدو الرحل وخيمهم، وحضور الحفلات الصحراوية التي تقام هناك. (عقون ، بوحديد ، و قريشي ، 2019، صفحة 167)

4.3.III مقومات السياحة العلاجية: تمتلك تونس الكثير من مراكز السياحة العلاجية والاستشفاء التي تجمع بين الالتزام بالقواعد الطبية وتوفير التجربة الممتعة للسياح من كلا الجنسين، فهي تشمل أنواعًا مختلفة من هذه المراكز بما فيها مراكز المياه الحرارية ومراكز الاستشفاء بمياه البحر التي تعتمد على مياه البحر فقطاً مع تطبق المعايير الدولية، فمثلا يوجد اثنى عشر مركزًا في جربة، واثنان في مهدية، وثلاثة في سوسة، وعشرة في الحمامات، وثلاثة في قرطاج. (بلخضر، 2016، صفحة 84)

5.3.III مقومات السياحة البيئية: تتمتع تونس بمناطق طبيعية غنية بثراء بيئي كبير مما جعلها تُعرف بلقب "تونس الخضراء" حيث تشمل نحو ثمانية محميات طبيعية تمتد من المناطق الجبلية في الشمال الغربي إلى المناطق الصحراوية. ولعل ابرز هذه المحميات محمية "إشكل" التي تقع في ولاية "بنزرت" والتي تم تصنيفها ضمن قائمة محميات الكائنات الحية ومحيطها، حيث أدرجت ضمن

قائمة التراث الطبيعي العالمي لليونيسكو منذ عام 1991م، كما تستقطب بحيراتها الطيور المهاجرة بين أوروبا وإفريقيا. بالإضافة الى ذلك يوجد هناك المتحف البيئي "إشكل" الذي يعزز الوعي البيئي. (بلخضر، 2016، صفحة 84)

6.3.III مقومات سياحة المهرجانات: تشمل مقومات سياحة المهرجانات في تونس مجموعة من الفعاليات البارزة التي تعكس تنوع الثقافة والفنون في البلاد، من بين أهم هذه المهرجانات، مهرجان الواحات الجبلية في "تمغزة"، مهرجان موسيقى الجاز في "طبرقة"، مهرجان الموسيقى اللاتينية، كما تضم الفعاليات مهرجان موسيقى الراي، مهرجان قرطاج السينمائي، مهرجان الإسفنج في "جرجيس"، مهرجان صفاقس الدولي، ومهرجان عروس البحر. (بلخضر، 2016، صفحة 84).

هذا واستجابة للتحديات التي واجهها القطاع السياحي نتيجة جائحة كورونا تهدف الاستراتيجية الوطنية للسياحة التونسية آفاق 2035" إلى تحقيق أربعة أهداف رئيسية هي: (موقع رئاسة الحكومة التونسية)

- **التنافسية :** تحسين قدرة الوجهات السياحية الوطنية التنافسية على الصعيدين المحلي والدولي؛
- **التنويع :** العمل على تنويع المنتجات السياحية لتلبية احتياجات الاسواق المستهدفة وجذب شرائح متنوعة من السياح؛
- **الاستثمار:** محاولة زيادة جذب الاستثمارات الاجنبية المباشرة إلى البلاد لزيادة القدرة على تطوير البنية التحتية والخدمات؛
- **لتسويق :** تعزيز الحملات التسويقية للترويج للوجهات السياحية المختلفة في البلد لجذب اكبر عدد ممكن من السياح.

4.III.مقومات صناعة السياحة في الجزائر:

تقع الجزائر في شمال افريقيا ضمن المغرب العربي الكبير، وهي اكبر دولة في قارة افريقيا من حيث المساحة، يحدها من الشمال الشرقي تونس ومن الشرق ليبيا ومن الجنوب مالي والنيجر ومن الجنوب الغربي موريتانيا والصحراء الغربية وغربا المغرب، حيث تبلغ مساحتها الكلية 741 381 2 كلم^2، كما يبلغ عدد سكانها حوالي 43,9 مليون نسمة. (وزارة الشؤون الخارجية و الجالية الوطنية بالخارج). تتمتع الجزائر بالعديد من المقومات السياحية المتميزة التي يمكن أن تجعلها من بين الدول الأكثر جذباً للسياح سواء على المستوى المحلي او المستوى الدولي، ولعل من بين أهم هذه المقومات نذكر الاتي:

1.4.III مقومات السياحة الساحلية: تمتلك الجزائر شريطاً ساحلياً يمتد لحوالي 1622.48 كم، يمتاز بتنوع شواطئه من جوانب عديدة، حيث تتيح المناظر الطبيعية الخلابة التي تجمع بين البحر والغابات تجربة فريدة تجذب السياح خاصة خلال فصل الصيف. كما أن التمازج بين البحر والغابات خصوصاً في المناطق الشرقية من البلاد مثل جيجل وبجاية، يجعل هذه المناطق مقصداً جذاباً للسياح مما يساهم في تعزيز السياحة الساحلية. (خنتار و قلش، 2019، صفحة 199)

2.4.III مقومات السياحة الصحراوية: تُعد الصحراء في الجزائر علامة مميزة، فهي تشكل حوالي 87% من مساحة الدولة الإجمالية مما يجعلها وجهة مثالية لإنشاء هياكل سياحية تلبي تطلعات السياح الاجانب، كما تتقسم الصحراء الجزائرية إلى خمس مناطق رئيسية كبرى تضم كل من أدرار، إليزي، وادي ميزاب، تمنراست، تندوف، حيث تتميز كل منطقة بتضاريسها الخاصة وعاداتها وتقاليدها وآثارها التي تعود إلى العصور القديمة. (سهلي و بن زيدان ، 2022، صفحة 74)

3.4.III مقومات السياحة الحموية: يوجد في الجزائر أكثر من 200 ينبوع معدني إضافة إلى 7 محطات حمامات وطنية و50 محطة حمامات محلية، أهمها حمام بوغرارة بتلمسان، حمام البوحنيفية بمعسكر، حمام ريغة بعين الدفلى، حمام الشلالة بقالمة، حمام الصالحين ببسكرة، وهذا ما يشجع ويعزز السياحة الحموية. (خنتار و قلش، 2019، صفحة 199)

4.4.III مقومات السياحة التاريخية والثقافية: شهدت الجزائر العديد من الحضارات كالحضارة الرومانية، والأمازيغية، والفينيقية، والعثمانية، والإسلامية وغيرها من الحضارات التي تركت خلفها تراثاً تاريخياً وثقافياً، حيث تم إدراج سبعة حضارات منها ضمن مواقع التراث العالمي من قبل منظمة اليونسكو، وهي قلعة بني حماد بالمسيلة، مدينة جميلة بسطيف، مدينة تيمقاد بباتنة، واد ميزاب بغرداية، حظيرة الطاسيلي اليزي، القصبة بالجزائر العاصمة. (سهلي و بن زيدان ، 2022، صفحة 74)

هذا وفي ظل المقومات السياحية التي تمتلكها الدولة تسعى الحكومة الجزائرية من خلال السياسة الجديدة التي اعتمدتها الى تطوير قطاع السياحة، حيث يعتبر المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2030 (SDAT) مرجعا يعكس لنا مبتغى الدولة الجزائرية في تحقيق الرقي الاجتماعي والفعالية الاقتصادية والتنمية البيئية المستدامة، وفي هذا الإطار أعطت الدولة توجهات استراتيجية للتهيئة السياحية في كافة التراب الوطني، بغرض تحقيق خمسة اهدف نوجزها هي كالآتي: (وزارة السياحة والصناعة التقليدية).

- جعل السياحة قطاع مساهم في تنمية الاقتصاد وكبديل لقطاع للمحروقات؛
- ضمان اشراك القطاعات الأخرى، كقطاع الأشغال العمومية، قطاع الفلاحة وقطاع الثقافة؛
- التوفيق بين الترقية السياحة والبيئة؛

- تثمين التراث التاريخي، الثقافي والديني؛
- تحسين صورة الجزائر بصفة دائمة.

IV. مؤشرات صناعة السياحة في الوطن العربي:

في هذا المحور سنحاول المقارنة بين اربعة دول عربية تتمثل في الامارات، السعودية، تونس والجزائر، وذلك حسب مجموعة من المؤشرات السياحية مثل قيمة الايرادات التي تحصلها كل دولة من القطاع، ترتيب كل دولة حسب مؤشر تنافسية السياحة والسفر، عدد الوافدين والمغادرين من الدولة، وكذا عدد المؤسسات الفندقية والقدرة الاستيعابية لها.

1.IV.ايرادات قطاع السياحة:

تتكون إيرادات السياحة الدولية من النفقات التي تحصلها الدولة المضيفة من خلال توافد الزوار الدوليين القادمين من مختلف دول العالم، حيث تشمل هذه الإيرادات أية مبالغ مدفوعة مقدماً نظير سلع أو خدمات يتم الحصول عليها في بلد الوجهة بما في ذلك المدفوعات الموجهة لشركات النقل الوطنية لغرض النقل الدولي. لذا سنقدم من خلال الجدول رقم(01) احصائيات لإيرادات بعض الدول السياحية معبر عن قيمتها بالدولار الأمريكي.

الجدول رقم(01): ايرادات قطاع السياحة للفترة 2016-2020

الدولة /السنة	2016	2017	2018	2019	2020	المتوسط
الولايات المتحدة	230 574 000 000	228 549 000 000	241 984 000 000	239 447 000 000	84 205 000 000	204.95
اليابان	27 285 000 000	33 456 000 000	45 276 000 000	49 209 000 000	11 395 000 000	33.32
الإمارات	28 657 400 391	29 705 500 000	34 609 500 000	38 413 300 781	24 615 400 391	31.19
السعودية	13 438 000 000	15 020 000 000	16 974 000 000	19 849 000 000	5 960 000 000	14.28
تونس	1 706 000 000	1 782 000 000	2 320 000 000	2 683 000 000	1 007 000 000	1.89
الجزائر	246 000 000	171 000 000	196 500 000	140 000 000	50 000 000	0.16

المصدر: من اعداد الباحثان بالاعتماد على احصائيات موقع البنك الدولي:

https://data.albankaldawli.org/indicator/ST.INT.RCPT.XP.ZS

من خلال الجدول رقم(01) اعلاه والذي يمثل إيرادات قطاع السياحة والسفر لبعض الدول خلال الفترة 2016-2020، نلاحظ ان قيم ايرادات الدول العربية منخفضة جدا مقارنة ما تحققه الولايات المتحدة الامريكية التي انفردت في صدارة الترتيب عالميا طيلة الفترة وذلك بمتوسط إيرادات قدره 204.95 مليار دولار، حيث كانت ايرادات الولايات المتحدة الامريكية من قطاع السياحة سنة عام 2016 ما يقارب 230.57 مليار دولار ثم ارتفعت تدريجا الى 239.44 مليار دولار عام 2019، لتنخفض بعدها سنة 2020 الى 84.20 مليار دولار، وذلك بسبب القيود التي فرضتها جائحة كورونا على جميع دول العالم.

بالنسبة لدول قارة اسيا نلاحظ أن دولة الامارات العربية المتحدة أصبحت تنافس على المستوى العالمي في مجال السياحة، فقد حققت متوسط ايرادات قدره 31.19 مليار دولار، وهو متوسط قريب جدا من متوسط ايرادات دولة اليابان التي احتلت المركز الثاني عالميا في مؤشر تنافسية السياحة والسفر لسنة 2024 والذي قدر بـ 33.32 مليار دولار. هذا وقد كانت ايرادات الامارات من قطاع السياحة عام 2016 ما يقارب 28.65 مليار دولار، ثم ارتفعت تدريجا الى 38.41 مليار دولار عام 2019 لتنخفض بعدها سنة 2020 الى 24.61 مليار دولار. أما بالنسبة للمملكة العربية السعودية فقد تميزت ايرادات قطاع السياحة فيها بالتزايد وبمعدل بطيء خلال الفترة، حيث كانت ايرادات المملكة من قطاع السياحة سنة 2016 ما يقارب 13.43 مليار دولار ثم ارتفعت تدريجا الى 19.84 مليار دولار عام 2019، لتنخفض بعدها سنة 2020 الى 5.96 مليار دولار فقط.

أما بالنسبة لدول قارة افريقيا، نلاحظ أن قيم الايرادات السياحية لتونس والجزائر كانت ضعيفة جدا مقارنة مع الامارات والسعودة، حيث بلغ متوسط الايرادات لدولة تونس ما يقارب 1.89 مليار دولار ،إذ كانت ايرادات تونس من قطاع السياحة سنة 2016 ما يقارب 1.7 مليار دولار ثم ارتفعت تدريجا الى 2.68 مليار دولار عام 2019 لتنخفض بعدها سنة 2020 الى 1.007 مليار دولار. بينما كان

متوسط ايرادات الجزائر من قطاع السياحة 0.16 مليار دولار، حيث كانت ايراداتها سنة عام 2016 ما يقارب.0.24 مليار دولار ثم انخفضت تدريجا لتصبح 0.05 مليار دولار سنة 2020، وهي قيمة صغيرة جدا تكاد تنعدم مقارنة مع بقية الدول العربية الاخرى، وبالنظر للإمكانيات والمقومات السياحية التي تمتلكها الدولة الجزائرية.

الملاحظ أن دولتي الامارات والسعودية من أكبر الدول العربية المنتجة والمصدرة للنفط في العالم، والتي بدأت في الاعتماد تدريجيا على مصادر دخل متعددة لتنويع اقتصادها للانتقال من الاقتصاد الاحفوري الذي يعتمد على النفط والبترول الى الاقتصاد المستدام الذي يعتمد على الموارد المتجددة، حيث تشهد الدولتين مؤخراً قفزة نوعية في مجال السياحة، حيث ينعكس ذلك من خلال ما تحققه الدولتان من ايرادات وخاصة دولة الامارات العربية المتحدة التي اصبحت تمتلك بنية تحتية ذات تكنولوجيا عالية تعكس مدى اهتمامها بقطاع السياحة والسفر، بينما تبقى ايرادات الجزائر وتونس ضعيفة جدا وهو ما يوكد أن الدولتان بعيدتان على المنافسة السياحية سواء على المستوى العربي او المستوى العالمي، خاصة الجزائر التي لازلت تعاني من التبعية الاقتصادية لقطاع المحروقات.

2.IV.مؤشر تنمية السياحة والسفر:

يصنف التقرير الصادر عن المنتدى الاقتصادي العالمي اقتصاد 119 دولة وفق مؤشر تنمية السياحة والسفر الذي يحتوي مجموعة من العوامل كالبيئة والظروف التمكينية، سياسة السياحة والسفر، البنية التحتية والخدمات، موارد السياحة والسفر كالطبيعة والثقافة، العوامل البشرية...الخ، حيث يوفر المؤشر أداة قياس استراتيجية للشركات والحكومات والمنظمات الدولية وغيرها لتطوير قطاع السياحة والسفر، والجدول الموالي يوضح ذلك.

الجدول رقم(02): ترتيب الدول العربية حسب مؤشر تنمية السياحة والسفر سنة 2024

البلد	الترتيب الاقتصادي	الدرجة	الترتيب	الدرجة2	الاختلاف عن المتوسط (TTDI) (%)
الولايات المتحدة الامريكية	01	-0.5%	0	5.24	32.3%
اسبانيا	02	0.9%	0	5.18	30.6%
اليابان	03	-0.3 %	0	5.09	28.5%
الامارات العربية المتحدة	18	4.4%	7	4.62	16.5%
المملكة العربية السعودية	41	5.7%	9	4.23	6.7%
قطر	53	-3.3%	-7	4.02	1.3%
المغرب	82	-3.2%	-12	3.64	-8.2%
تونس	83	1.0%	2	3.60	-9.2%
الجزائر	98	2.6%	2	3.42	-13.6
مالي	119	-0.4 %	0	2.78	-30.%

المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد على تقرير تنمية السياحة والسفر لسنة 2024.

World Economic Forum ,Travel & Tourism Development Index 2024, p 02.

تعتبر الولايات المتحدة الامريكية واسبانيا واليابان اكثر المناطق تمتعاً بأفضل الظروف السياحية في العالم، فقد احتلت المراكز الثلاثة الاولى عالميا على الترتيب في مؤشر تنمية السياحة والسفر لسنة 2024، محققة بذلك أداءً ممتازًا وعاليا جدا في تنمية السياحة والسفر والذي تجاوزت به متوسط الأداء العام على الترتيب بـ (32.3%)، (30.6%)، (28.5%). وهو ما يعكس الازدهار والقوة والاستقرار الذي يتمتع به قطاع السياحة والسفر لدى هذه الدول نتيجة تنوع الوجهات السياحية، جودة البنية التحتية، الترويج الفعال للسياحة، الابتكار والتكنولوجيا المتقدمة... وغيرها، هذا ونلاحظ أن الولايات المتحدة الامريكية واليابان قد انخفضت نقاطهما على الترتيب بنسبتي (0.5%-)و(0.3 %-)، بينما ارتفعت نقاط إسبانيا بنسبة(0.9%)، وعلى الرغم من ذلك ظلت الدول الثلاثة محافظة على مراكزها الترتيبية التي حققتها في النسخة السابقة من التقرير الصادر في شهر ماي عام 2022.

أما على مستوى دول قارة اسيا فقد احتلت دولة الإمارات العربية المتحدة المرتبة الأولى عربيا في الشرق الاوسط، حيث رفعت الدولة نقاطها بنسبة(4.4%) لتصعد بـ 7 مراتب من المركز 25 الى المركز 18عالميا محققة بذلك أداءً ممتازًا وعاليا جدا يتجاوز متوسط الأداء العام بـ (16.5%)، وهذا ما يعني أن دولة الإمارات تطورت في مجال السياحة والسفر وأصبحت تنافس على المستوى العالمي، في حين رفعت السعودية نقاطها بنسبة(5.7%) لتصعد بـ 9 مراتب لتصل الى المركز 41 عالميا محققة بذلك أداءً متوسطا يتجاوز متوسط الأداء العام بـ (6.7%)، وهذا ما يفسر على أن الأداء السياحي للمملكة قد تحسن على المستوى العالمي وخاصة في

مجال السياحة البيئية والسياحة الدينية. بينما نجد ان نقاط دولة قطر قد انخفضت بـ (3.3%-) لتنزل بـ 7 مراتب من المركز 46 الى المركز 53 عالميا محققة بذلك أداءً منخفضاً نوعا ما، ورغم ذلك، فالاداء يتجاوز متوسط الأداء العام بـ (1.3%).

أما على المستوى الافريقي فقد انخفضت نقاط دولة المغرب بنسبة (3.2%-) لتزل بـ12 مرتبة وتصبح في المركز 82 عالميا محققة بذلك أداءً منخفضاً جدا، واقل من متوسط الأداء العام بنسبة(8.2%-)، بينما رفعت كل من تونس والجزائر نقاطهما على الترتيب بنسبتي (01%) و(2.6%) لتتقدم كل منها بمرتبتين، حيث أصبحت تونس في المركز 83 والجزائر في المركز 98 محققتان بذلك أداءً منخفضاً جدا اقل من متوسط الأداء العام بنسبتي(8.2%-) و(9.2%-) على الترتيب، وهذا ما يشير إلى أن هناك مجالات عديدة في قطاع السياحة والسفر يجب معالجتها وتحسينها مثل نقص الترويج الفعال للسياحة، مشاكل في البنية التحتية، التحديات المناخية...وغيرها. أما دولة مالي فقد تذيلت الترتيب دون تغيير ترتيبها حيث انخفضت نقاطها بنسبة (0.4%-) محققة بذلك أداءً سلبيا اقل من متوسط الأداء العام بـ (30.%-)، وهذا راجع لتدهور الوضع الامني للبلاد وعدم الاستقرار الذي تشهده الدولة بسبب الحروب منذ عدة سنوات.

3.IV.عدد الو افدين والمغادرين:

في الجدول رقم(03) أدناه سنحاول تحليل تطور عدد الوافدين والمغادرين في الدول العربية المتمثلة في الامارات، السعودية، تونس والجزائر، خلال الفترة الزمنية 2016-2020، ومقارنتها مع الدول ذات المراتب الثلاث الاولى عالميا.

الجدول رقم(03): عدد الوافدين والمغادرين

الدولة/ السنة		2016	2017	2018	2019	2020	متوسط/ م
الولايات المتحدة	وافدين	175 261 484	174 291 750	169 324 922	165 478 000	45 037 000	145.87
	مغادرين	141 526 000	148 045 000	158 445 406	170 930 094	60 549 898,4	135.89
اليابان	وافدين	24 039 000	28 691 000	31 191 000	31 881 000	4 115 800	23.98
	مغادرين	17 116 000	17 889 000	18 954 000	20 081 000	3 174 000	15.44
الإمارات	وافدين	20 894 000	21 805 000	23 092 000	25 282 000	8 084 000	19.84
	مغادرين	18 728 000	18 866 000	18 967 000	18 906 000	6 458 000	16.38
السعودية	وافدين	20 887 000	18 607 000	17 570 000	20 292 000	/	19.33
	مغادرين	27 618 000	28 748 000	27 425 000	27 196 000	/	27.74
تونس	وافدين	5 724 000	7 052 000	8 299 000	9 429 000	2 012 000	6.50
	مغادرين	1 830 000	/	2 515 000	2 781 000	739 000	1.96
الجزائر	وافدين	2 039 000	2 451 000	2 657 000	2 371 000	591 000	2.02
	مغادرين	4 530 000	5 058 000	5 610 000	5 732 000	1 386 000	4.46

المصدر: من اعداد الباحثان بالاعتماد على احصائيات البنك الدولي: https://data.albankaldawli.org/indicator/ST.INT.RCPT.XP.ZS

من خلال الجدول رقم(03) اعلاه والذي يمثل عدد الوافدين والمغادرين لبعض الدول خلال الفترة 2016-2020، نلاحظ الولايات المتحدة الامريكية احتلت المرتبة الاولى في عدد الوافدين والمغادرين وذلك بمتوسط 145.87 مليون زائر/ سنويا ومتوسط 135.89 مليون مغادر/ سنويا، حيث كان عدد الوافدين الى الولايات المتحدة الامريكية سنة 2016 ما يقارب 175.26 مليون زائر، ثم انخفض تدريجا ليصل عام 2020 الى 45.03 مليون زائر ، وعلى عكس ذلك فإن عدد المغادرين كان سنة 2016 حوالي 141.52 مليون مغادر ثم ارتفع تدريجيا ليصل الى 170.90 مليون مغادر سنة 2019 ليخفض بعدها سنة 2020 الى 60.54 مليون مغادر فقط، وذلك بسبب ازمة كورونا والقيود التي فرضتها هذه الجائحة على جميع دول العالم. هذا ونلاحظ أن عدد الوافدين الى الولايات المتحدة الامريكية أصبح اقل من عدد الزائرين سنة 2020 وهو ما يدل على أنه هناك تراجع في النشاط السياحي للولايات الامريكية وخاصة السياحة الداخلية رغم حفاظها على المرتبة الاولى.

أما في ما يخص متوسط عدد الوافدين والمغادرين لدولتي الامارات العربية المتحدة والمملكة السعودية نلاحظ أن متوسط عدد الوافدين كان متقاربا نوعا ما بين الدولتين بينما كان متوسط عدد المغادرين متباعداً بينهما، كما نلاحظ أن متوسط عدد الوافدين للدولتين كان معتبرا بالمقارنة مع دولة اليابان التي بلغ متوسط عدد الوافدين اليها 23.98 مليون زائر. هذا وقد بلغ متوسط عدد الوافدين لدولة الامارات 19.84 مليون زائر، في حين بلغ متوسط عدد المغادرين منها 16.38 مليون مغادر، بينما بلغ متوسط عدد الوافدين لدولة السعودية 19.33 مليون زائر، في حين بلغ متوسط عدد المغادرين منها 27.74 مليون مغادر، حيث نجد أن عدد الوافدين لدولة الامارات قد بلغ سنة 2016 حوالي 20.89 مليون زائر ثم استمر في الارتفاع ليصل سنة 2019 الى 25.28 مليون زائر، ليخفض بعدها سنة 2020 الى 8.08 مليون زائر بسبب جائحة كورونا، بينما بلغ عدد المغادرين منها سنة 2016 حوالي 18.72 مليون مغادر ثم استمر في الارتفاع ليصل سنة 2019 الى 18.90 مليون مغادر، ليخفض بعدها سنة 2020 الى 6.45 مليون مغادر بسبب جائحة كورونا. أما بالنسبة لدولة السعودية فقد بلغ عدد الوافدين اليها سنة 2016 حوالي 20.88 مليون زائر ثم انخفض قليلا ليصل الى 17.57 مليون زائر سنة 2018 ليرتفع بعدها سنة 2019 الى 20.29 مليون زائر. هذا وقد تميز عدد المغادرين منها بالاستقرار النسبي طيلة الاربع سنوات، حيث بلغ عدد المغادرين منها سنة 2016 حوالي 27.61 مليون مغادر، بينما بلغ سنة 2019 حوالي 27.19 مليون مغادر. هذا ونجد أن متوسط عدد المغادرين في دولة السعودية يفوق عدد الوافدين بحوالي 8.41 مليون فرد.

أما بالنسبة لدولتي تونس والجزائر فإن متوسط عدد الوافدين والمغادرين كان صغيرًا جدًا مقارنة مع كل من الامارات والسعودية، فقد بلغ متوسط عدد الوافدين لدولة تونس 6.50 مليون زائر، في حين بلغ متوسط عدد المغادرين منها 1.96 مليون مغادر، حيث كان عدد الوافدين لدولة تونس سنة 2016 حوالي 5.72 مليون زائر، ثم استمر في الارتفاع ليصل سنة 2019 الى 9.42 مليون زائر، ليخفض بعدها سنة 2020 الى 2.01 مليون زائر بسبب جائحة كورونا. بينما بلغ عدد المغادرين سنة 2016 حوالي 1.83 مليون مغادر، ثم استمر في الارتفاع ليصل سنة 2019 الى 2.78 مليون مغادر، ليخفض بعدها سنة 2020 الى 0.73 مليون مغادر بسبب جائحة كورونا. أما بالنسبة لدولة الجزائر فقد بلغ متوسط عدد الوافدين 2.02 مليون زائر، ومتوسط عدد المغادرين 4.46 مليون مغادر، هذا وقد تميز عدد الوافدين بالثبات النسبي طيلة الفترة 2016- 2020 واستقر عند 2.5 مليون زائر تقريبا ليخفض بعدها سنة 2020 الى 0.59 مليون زائر بسبب جائحة كورونا. أما عدد المغادرين منها فقد كان سنة 2016 حوالي 4.53 مليون مغادر، ثم استمر في الارتفاع ليصل سنة 2019 الى 5.73 مليون مغادر، ليخفض بعدها سنة 2020 الى 1.30 مليون مغادر بسبب جائحة كورونا. كما نجد أن متوسط عدد المغادرين في دولة الجزائر يفوق عدد الوافدين بحوالي 2.44 مليون فرد.

4.IV.عدد المؤسسات الفندقية والطاقة الاستيعابية لها:

في الجدول رقم(04) أدناه سنحاول تحليل تطور عدد المؤسسات الفندقية والطاقة الاستيعابية لها في الدول العربية المتمثلة في الامارات، السعودية، تونس والجزائر، خلال الفترة الزمنية 2017-2022.

جدول رقم(04): تطور عدد المؤسسات الفندقية والسعة الاستيعابية لها

الدولة		2017	2018	2019	2020	2021	2022
الإمارات	عدد المؤسسات الفندقية	/	1106	1142	1089	1144	1198
	السعة الفندقية	/	173086	183193	185000	194000	203000
السعودية	عدد المؤسسات الفندقية	/	/	/	/	/	/
	السعة الفندقية	/	263,696	294,817	328,684	357,549	/
تونس	عدد المؤسسات الفندقية	848	868	876	875	893	/

الجزائر	السعة الفندقية	234 338	237618	236 015	230 903	229 922	/
	عدد المؤسسات الفندقية	/	1368	1417	1449	1502	1567
	السعة الفندقية	/	119155	125676	127614	132266	145526

المصدر: من اعداد الباحثان بالاعتماد على: موقع وزارة السياحة الاماراتي https://www.moec.gov.ae/، تقرير الهيئة العامة للمنشآت الصغيرة والمتوسطة بالسعودية عن قطاع الإقامة والطعام عام 2021 (https://www.monshaat.gov.sa/sites/default/files/2022-09/F%26B%20%26%20Accommodation%20report.pdf)، موقع وزارة السياحة التونسي، الديوان الوطني للإحصاء (https://ontt.tn/ar/alsiyeha-altounisia-belarqam)، موقع وزارة السياحة الجزائري https://www.mta.gov.dz/.

من خلال الجدول رقم(04) اعلاه والذي يمثل تطور عدد المؤسسات الفندقية والقدرة الاستيعابية لها في بعض الدول العربية خلال الفترة 2017-2022 نلاحظ أن المملكة العربية السعودية تفوقت على باقي الدول العربية في عدد الغرف الفندقية، حيث بلغ عدد الغرف الفندقية فيها سنة 2021 ما يقارب 357549 غرفة فندقية، ثم تليها دولة تونس بـ 229922 غرفة فندقية و 893 مؤسسة فندقية وذلك خلال سنة 2021، ثم تأتي بعدها دولة الامارات العربية المتحدة بـ 203000 غرفة وعدد مؤسسات فندقية قدر بـ 1198 مؤسسة وذلك خلال سنة 2022، أما في المرتبة الاخيرة فكانت لدولة الجزائر بـ 145526 غرفة فندقية و1567 مؤسسة فندقية.

الملاحظ أن عدد الغرف الفندقية في الدول العربية يتزايد بأعداد صغيرة طيلة الفترة الممتدة بين2017-2022 لجميع الدول ماعدا دولة تونس فهو يتناقص، حيث نجد أن عدد الغرف الفندقية في دولة تونس سنة 2017 يساوي 234338 ثم انخفض تدريجيا ليصل سنة 2021 الى 229 922 غرفة فندقية، هذا ويمكن القول أن عدد الغرف الفندقية في بعض الدول العربية مثل تونس والجزائر لا يعكس جودة الخدمات السياحية والفندقية، حيث يتجلى ذلك من خلال عدد الزوار الوافدين الذين يزورون الدولة والذي كان عموما رقم ضعيف لدى تونس والجزائر مقارنة بالسعودية والامارات.

V. النتائج ومناقشتها:

من خلال دراستنا النظرية والتطبيقية خلصت الدراسة إلى أن صناعة السياحة في الوطن العربي تواجه مجموعة من التحديات التي تؤثر على قدرة الدول العربية في تحقيق التنمية الاقتصادية المستدامة. فبالرغم من التنوع الطبيعي والثقافي والبيئي الذي تتمتع به البلدان العربية مثل الإمارات، السعودية، تونس والجزائر، إلا أنه توجد هناك اختلافات واضحة في السياسات والاستراتيجيات السياحية المنتهجة من طرف كل دولة. فقد برزت الإمارات كدولة رائدة وناجحة في تطوير بنيتها التحتية التي ساعدتها في تقديم خدمات سياحية ذات جودة عالية، في حين تتطلع السعودية إلى تحقيق قفزة نوعية في مجال السياحية خاصة السياحة البيئية، والترفيهية من خلال رؤية 2030، بينما تحتاج الجزائر وتونس إلى تعزيز البنية التحتية وتطويرها لتقديم خدمات سياحية ذات جودة عالية. هذا ومن خلال دراستنا الميدانية هذه تم التوصل الى جملة النتائج التالية نوجزها كالآتي:

- تعتمد الامارات بشكل أكبر على السياحة العائلية، حيث تم اعفاء السياح الاجانب دون السن الثامن عشر من تأشيرة الدخول الى البلاد بغرض جذب أكبر عدد ممكن من العائلات، في حين تُعتبر السياحة الدينية محور اهتمام المملكة العربية السعودية. هذا وتركز تونس بشكل كبير على السياحة الشاطئية، بينما تعرف الجزائر بالسياحة الساحلية لامتلاكها شريط ساحلي بطول 1622.48 كم، يجمع بين البحر والجبال والغابات مما تتيح مناظر طبيعية خلابة تعطي تجربة فريدة للسياح. وهو ما **يدعم الفرضية الأولى التي تنص على أنه "تتمتع الدول العربية بتنوع البيئات الطبيعية والبشرية وهو ما يؤثر بطريقة مباشرة على جاذبية السياحة فيها وعلى الأنماط السياحة المقدمة".**

- أصبحت الإمارات أول دولة عربية تمتلك بنية تحتية متنوعة ومتطورة في نفس الوقت، ما يجعلها ضمن أحسن الوجهات السياحية في العالم، بينما تسعى السعودية جاهدة الى زيادة تطوير البنية التحتية لقطاع السياحة والسفر بهدف تحسين جودة الخدمات السياحية المقدمة وتعزيز قدرتها التنافسية، في حين لاتزال تونس والجزائر تعانيان من ضعف جودة الخدمات السياحية بسبب نقص المرافق السياحية المتطورة وضعف البنى التحتية وهو ما يجعلهما بعيدان على المنافسة، **وهو ما يدعم الفرضية الثانية التي تنص على أنه "تعمل الدول العربية على زيادة الاستثمار في القطاع السياحي وتطوير البنية التحتية لها كالنقل والفنادق والمنتجعات وغيرها، وجعل قطاع السياحة من أكثر القطاعات مساهمة في الاقتصاد الوطني".**

- احتلت الامارات المركز 18 عالميا في مؤشر تنمية السياحة والسفر لسنة 2024، بحيث اصبحت تنافس على المستوى العالمي وهو ما يوكد أن الدولة اصبحت متكاملة من عدة نواحي كالبيئة التمكينية، سياسات السياحة والسفر، البنية التحتية والخدمات...وغيرها، بينما احتلت السعودية المركز 41 عالميا وهو ما يوكد عزم الدولة على تطوير قطاع السياحة وتعزيزه، في حين احتلت تونس والجزائر على

الترتيب المركز 83 و 98، وهو ما يفسر أن قطاع السياحة في تونس والجزائر لا يزال لايرقى الى المستوى المرغوب وأن الدولتان بحاجة إلى تكثيف جهودهما السياحية للنهوض بالقطاع، **وهو ما يدعم الفرضية الثالثة التي تنص على أنه " يختلف مستوى الاستثمار الأجنبي المباشر في القطاع السياحي بين الدول العربية وهو ما يؤثر على قدرة بعض الدول في تطوير وتعزيز بنيتها التحتية السياحية".**

- تتفوق دولة الامارات في قيمة الايرادات المحصلة من قطاع السياحة والسفر، حيث كان متوسط إيرادات القطاع خلال الفترة 2016-2020 يساوي 31.19 مليار دولا امريكي وهو رقم معتبر نوعا ما، ثم تليها السعودية بمتوسط 14.28 مليار دولا امريكي، بينما بلغ متوسط دولتي تونس والجزائر على الترتيب 1.89 و0.16 مليار دولا امريكي وهي ارقام ضعيفة جداً مقارنة مع الامارات والسعودية.

- احتلت دولة السعودية المرتبة الاولى في الدول العربية من ناحية السعة الفندقية حيث كان عدد الغرف الفندقية فيها سنة 2021 حوالي 357,549 غرفة فندقية، تليها دولة تونس بـ 922 229 غرفة فندقية، بينما احتلت دولة الامارات المرتبة الثالثة بـ 203000 غرفة فندقية، أما المرتبة الاخيرة فكانت لدولة الجزائر بـ 145526 غرفة فندقية.

- تصدرت الامارات عدد الوافدين في الفترة (2016-2020) بمتوسط 19.84 مليون زائر، تليها السعودية بمتوسط 19.33 مليون زائر، بينما كانت المرتبة الثالثة والرابعة لتونس والجزائر على الترتيب بمتوسط قدره 6.50 مليون زائر و 2.02 مليون زائر. أما بالنسبة لعدد المغادرين فقد احتلت السعودية المرتبة الاولى بمتوسط قدره 27.74 مليون مغادر، ثم تليها دولة الامارات بمتوسط 16.38 مليون مغادر، بينما كانت المرتبة الثالثة والرابعة للجزائر وتونس على الترتيب بمتوسط قدره 4.46 و 1.96 مليون مغادر.

- يضح من خلال الرؤى الاستراتيجية لهذه الدول أن هناك تركيز مشترك على جذب استثمارات اجنبية في قطاع السياحة، بينما هناك اختلافات كبيرة في الاهداف، فالسعودية تسعى الى جعل المملكة وجهة سياحية عالمية، والوصول الى 150 مليون زائر سنويًا، وجذب 37 مليون حاج ومعتمر، وتوفير 1.6 مليون وظيفة، أما الإمارات فهي تعمل على تعزيز مكانتها كأفضل وجهة سياحية في العالم وزيادة مساهمة السياحة في الناتج المحلي بمعدل 27 مليار درهم سنويا واستقطاب 40 مليون نزيل في الفنادق. بينما تسعى تونس الى تحسين تنافسيتها السياحية على الصعيدين المحلي والدولي، في حين تهدف الجزائر الى جعل قطاع السياحة قطاعًا مساهمًا في تنمية الاقتصاد وجعله كبديل لقطاع المحروقات، وكذا تحسين صورة البلد دوليا.

VI. الخلاصة:

على ضوء ما تم تناوله من جوانب تتعلق بأهمية القطاع السياحي في البلدان العربية ودوره في تحقيق التنمية الاقتصادية المستدامة خلصنا بجملة من الاقتراحات والتوصيات التي من شأنها تعزيز وتنمية قطاع السياحة في الوطن العربي وجعله كقطاع بديل لقطاع المحروقات يساهم في تحقيق التنمية الاقتصادية المستدامة وهي كالاتي:

- يجب على الجزائر وتونس العمل على تطوير البنى التحتية لها من خلال تشجيع الاستثمار السياحي لتطوير البنية التحتية السياحية والعمل على تحسين تجربة الزوار وزيادة القدرة التنافسية للدولتين سواء على المستوى العربي أو الافريقي أو العالمي.
- ينبغي على الدول العربية تعزيز التعاون وتبادل الخبرات السياحية فيما بينها لتحقيق مكاسب مشتركة، كما يجب على الجزائر وتونس الاستفادة من تجارب الامارات والسعودية في مختلف الانماط السياحية لتطوير قطاعها السياحي والنهوض به.
- يجب على دولة الامارات المحافظة على مركزها الحالي ومواصلة تطبيق كافة الاستراتيجيات الداعمة لتطوير القطاع السياحي حتى تكون ضمن قائمة افضل 10 دول سياحية في العالم خلال السنوات القادمة، كما يجب على تونس والجزائر تعزيز الجهود التسويقية وتكثيفها للترويج لمختلف المواقع الطبيعية والثقافية وتنويع العروض السياحية لجذب أكبر عدد ممكن من السياح لتحقيق مراكز متقدمة على المستوى العربي وعلى المستوى العالمي مستقبلا.
- على الدول العربية تبني سياسات واستراتيجيات تسويقية تكون أكثر فعالية في مجال السياحة، وكذا زيادة استثماراتها في مجال السياحة البيئية المستدامة مع التركيز على الحفاظ على البيئة من جهة واستخدام الموارد الطبيعية بشكل مستدام من جهة أخرى.
- التركيز بشكل كبير على تدريب وتأهيل وتطوير القوى البشرية العاملة في مجال القطاع السياحي في الوطن العربي، وذلك بهدف تحسين جودة الخدمات السياحية المقدمة وزيادة القدرة التنافسية للدول العربية على المستويين الاقليمي والدولي.

-المراجع والاحالات:

1. *شركة سفرك السياحية*. (11 06, 2024). تاريخ الاسترداد 09 08, 2024، من موقع شركة سفرك السياحية: https://www.safaraq.com/ar/uae/blog/tourism-in-uae-guide#automated-offer
2. أسماء سهلي، و حاج بن زيدان . (2022). واقع وآفاق صناعة السياحة في الجزائر. *مجلة التمكين الاجتماعي، 04*(04)، 70-82.
3. *البوابة الرسمية لحكومة دولة الامارات العربية المتحدة*. (بلا تاريخ). تاريخ الاسترداد 15 08, 2024، من موقع البوابة الرسمية لحكومة دولة الامارات العربية المتحدة: https://u.ae/ar-AE/about-the-uae/fact-sheet
4. *الديوان الوطني التونسي للسياحة بتونس*. (بلا تاريخ). تاريخ الاسترداد 11 08, 2024، من موقع الديوان الوطني التونسي للسياحة بتونس: https://www.discovertunisia.com/ar/%D9%85%D8%B9%D9%84%D9%88%D9%85%D8%A7%D8%AA-%D8%B9%D9%85%D9%84%D9%8A%D8%A9/%D9%85%D8%B9%D9%84%D9%88%D9%85%D8%A7%D8%AA-%D8%B9%D8%A7%D9%85%D8%A9
5. زيد منير عبوي. (2016). *مبادئ السياحة الحديثة*، (الإصدار الاول). عمان، الاردن: دار المعتز للنشر والتوزيع.
6. زيد منير سلمان. (2008). *الاقتصاد السياحي* (الإصدار الاول). عمان، الاردن: دار الراية للنشر والتوزيع.
7. سعيد البطوطي. (2010). *شركات السياحة ووكالات السفر* (المجلد الاول). القاهرة، مصر: مكتبة الانجلو المصرية.
8. شراف عقون ، ليلى بوحديد ، و محمد الصالح قريشي . (2019). التجربة التونسية في صناعة السياحة. *مجلة دراسات اقتصادية ، 06*(01)، 163-180.
9. علي سعيد . (27 09, 2023). *موقع 24 للدراسات الإعلامية*. تاريخ الاسترداد 15 07, 2024، من موقع 24 للدراسات الإعلامية: https://24.ae/article/781904/
10. فريد بختي، و رضا بهياني. (2020). السياحة الصحراوية كأسلوب لترقية السياحة الداخلية في الجزائر. *مجلة البحوث الاقتصادية المتقدمة ، 5*(2)، الصفحات 158-172.
11. ماهر عبد الخالق السيسي. (2016). *مبادئ السياحة* (الإصدار الثاني). القاهرة، مصر: مجموعة النيل العربية.
12. *مدونة زوار السعودية*. (بلا تاريخ). تاريخ الاسترداد 13 08, 2024، من موقع مدونة زوار السعودية: https://saudivisitors.com/%D9%85%D9%86-%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%82%D9%88%D9%85%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D8%B3%D9%8A%D8%A7%D8%AD%D9%8A%D8%A9-%D9%84%D9%84%D9%85%D9%85%D9%84%D9%83%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%B9%D8%B1%D8%A8%D9%8A%D8%A9/
13. مصطفى يوسف كافي. (2016). *فلسفة اقتصاد السياحة والسفر* (الإصدار الأول). عمان، الاردن: دار مكتبة الحامد للنشر والتوزيع.
14. *منصة وتطبيق ورقي*. (بلا تاريخ). تاريخ الاسترداد 14 08, 2024، من موقع منصة وتطبيق ورقي: https://www.wraqi.sa/ar/news/133
15. *موقع الأمانة العامة لمجلس التعاون لدول الخليج العربية*. (بلا تاريخ). تاريخ الاسترداد 11 08, 2024، من الأمانة العامة لمجلس التعاون لدول الخليج العربية: https://www.gcc-sg.org/ar-sa/AboutGCC/MemberStates/Pages/MemberStatesDetails.aspx?MemberID=1#:~:text=%D8%AA%D8%AA%D8%A3%D9%84%D9%81%20%D8%AF%D9%88%D9%84%D8%A9%20%D8%A7%D9%84%D8%A5%D9%85%D8%A7%D8%B1%D8%A7%D8%AA%20%D8%A7%D9%84%D8%B9%D8%B1%D8%A8%D9%8A%D8%A9%
16. *موقع الأمانة العامة لمجلس التعاون لدول الخليج العربية2024*. (بلا تاريخ). تاريخ الاسترداد 01 08, 2024، من الأمانة العامة لمجلس التعاون لدول الخليج العربية2024: https://www.gcc-sg.org/ar-sa/AboutGCC/MemberStates/Pages/MemberStatesDetails.aspx?MemberID=3
17. *موقع البوابة الرسمية لحكومة دولة الإمارات العربية المتحدة*. (بلا تاريخ). تاريخ الاسترداد 07 08, 2024، من البوابة الرسمية لحكومة دولة الإمارات العربية المتحدة: https://u.ae/ar-ae/about-the-uae/strategies-initiatives-and-awards/strategies-plans-and-visions/tourism/uae-tourism-strategy-2031
18. *موقع رئاسة الحكومة التونسية*. (بلا تاريخ). تاريخ الاسترداد 02 08, 2024، من موقع رئاسة الحكومة التونسية: https://pm.gov.tn/ar/article/alrwyt-alastratyjyt-alwtnyt-llsyaht-altwnsyt-fy-afq-snt-2035-mhwr-lqa-ryyst-alhkwmt-bwzyr

19. *موقع محيط*. (بلا تاريخ). تاريخ الاسترداد 15 08, 2024، من موقع محيط: https://trend.m7et.com/tourism-in-the-united-arab-emirates/
20. *موقع وزارة السياحة السعودي*. (بلا تاريخ). تاريخ الاسترداد 02 08, 2024، من وزارة السياحة السعودي: https://mt.gov.sa/about/national-tourism-strategy
21. ناصيرة بلخضر. (2016). دور مقومات الجذب السياحي في النهوض بالسياحة(التجربة التونسية نموذجا). *مجلة الحقوق والعلوم الانسانية - دراسات اقتصادية -، 10*(01)، 80-92.
22. نوال خنتار، و عبدالله قلش. (2019). تقييم آداء قطاع السياحة الجزائري في ظل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (SDAT2030) دراسة مقارنة مع مجموعة من الدول العربية. *مجلة الاقتصاد والمالية، 05*(01)، 195-209.
23. *وزارة الاقتصاد الامارات العربية المتحدة* . (بلا تاريخ). تاريخ الاسترداد 08 08, 2024، من موقع وزارة الاقتصاد الامارات العربية المتحدة : https://www.moec.gov.ae/tourist-attractions?delta=60
24. *وزارة السياحة والصناعة التقليدية* . (بلا تاريخ). تاريخ الاسترداد 07 08, 2024، من موقع وزارة السياحة والصناعة التقليدية الجزائري: https://www.mta.gov.dz/%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%AE%D8%B7%D8%B7-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%88%D8%AC%D9%8A%D9%87%D9%8A-%D9%84%D9%84%D8%AA%D9%87%D9%8A%D8%A6%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%B3%D9%8A%D8%A7%D8%AD%D9%8A%D8%A9-2030/
25. *وزارة الشؤون الخارجية و الجالية الوطنية بالخارج*. (بلا تاريخ). تاريخ الاسترداد 12 08, 2024، من موقع وزارة الشؤون الخارجية و الجالية الوطنية بالخارج: https://www.mfa.gov.dz/ar/discover-algeria/about-algeria
26. *وكالة إحياء التّراث والتّنمية الثّقافية التونسية*. (بلا تاريخ). تاريخ الاسترداد 12 08, 24، من موقع وكالة إحياء التّراث والتّنمية الثّقافية التونسية: https://www.patrimoinedetunisie.com.tn/ar/tc/%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B1%D8%A7%D8%AB-%D8%A7%D9%84%D8%B9%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%8A-%D9%81%D9%8A-%D8%AA%D9%88%D9%86%D8%B3/
27. يوسف جعفر سعادة. (2000). *التربية السياحية* (الإصدار الاول). القاهرة، مصر: دار الكتاب الحديث للنشر والتوزيع.