

## السياحة في الدول العربية: مقوماتها ومكان تنافسيتها

رياض بن جليلي  
عادل عبدالعظيم  
حسّان خضر

## السياحة في الدول العربية: مقوماتها ومكانها تنافسياتها

\* رياض بن جليلي

\*\* عادل عبدالعظيم

\*\* حسان خضر

### ملخص

شهد العالم نمواً لا نظير له في السياحة الدولية خلال الفترة 1950-2005، حيث تزايد عدد السائحين من 25 مليون زائر في عام 1950 إلى أكثر من 800 مليون زائر في عام 2005. وفي ظل تحديات العولمة وتحرير التجارة البينية الدولية، وبخاصة تجارة الخدمات، أدركت العديد من الدول العربية أن صناعة السياحة هي طريق للتنمية الاقتصادية والاجتماعية لما لهذه الصناعة من خصائص مثل، الاعتماد المكثف على العمالة والتشابك مع مجالات الاقتصاد الأخرى، وقدرة الدول النامية على إنتاج منتج سياحي دون الحاجة إلى معدلات التقنية المتقدمة التي تتطلبها الخدمات الأخرى. تقوم هذه الورقة باستعراض مؤشرات أداء السياحة في الدول العربية ومقارنتها بمثيلاتها في المناطق الجغرافية الأخرى، وتتطرق إلى أهم مقومات تنافسية صناعة السياحة في الدول العربية. فرغم كل الثراء السياحي الذي يزخر به الوطن العربي، ورغم امتلاكه للمقومات السياحية التي تؤهله بأن يصبح أكثر المناطق العالمية اجتذاباً للسياحة العربية والأجنبية، إلا أن حصته من السياحة العالمية تعتبر متواضعة، كما أن موقعه على خارطة التنافسية العالمية لا يبدو جلياً، وذلك بالرغم مما حققته السياحة العربية من نمو خلال الأعوام القليلة الماضية.

## Tourism in Arab Countries: Its Structure and Competitiveness

Riadh ben Jelili  
Adel Abdel Azim  
Hassan Khudr

### Abstract

Tourism is one of the largest industries in the world and it continues to grow. From 1950 through 2005 international tourist arrivals have increased 32 fold to attain more than 800 million visitors in 2005. It is probably the only service sector that provides concrete and quantified trading opportunities for all nations, regardless of their level of development. Many developing countries, among them Arab countries, consider tourism as one of fundamental pillars of their development process. Thus it is with some concern that we should note that the Arab world attracts less than 6% of international tourism arrivals in 2003 and with the exception of a few enclaves the Arab region remains highly marginalized from the global tourism economy. This fact stands in severe contrast to the vast historical, cultural, and natural resources the region offers for tourism development. This paper reviews the tourism performance indicators in the Arab world and discusses major factors determining the tourism competitiveness in the region.

\* خبير - الهيئة العلمية - المعهد العربي للتخطيط بالكويت.

\*\* شارك في كتابة هذه الورقة عندما كان يعمل باحثاً في الهيئة العلمية للمعهد العربي للتخطيط بالكويت.

## مقدمة

لقد شهد العالم نمواً لا نظير له في السياحة الدولية خلال الفترة 1950-2005، حيث تزايد عدد السائحين من 25 مليون زائر في عام 1950 إلى أكثر من 800 مليون زائر في عام 2005، أي بمعدل نمو سنوي بلغ في المتوسط نحو 6.5% خلال الفترة. وتقدر منظمة السياحة العالمية دخل النشاط السياحي على مستوى العالم متمثلاً في الإيرادات السياحية وإيرادات النقل الدولي للركاب بنحو 680 مليار دولار سنة 2005، أي ما نسبته 6% من الصادرات من السلع والخدمات، وبذلك تحتل حصيلة السياحة المرتبة الرابعة بعد كل من حصيلة الصادرات من المواد الكيماوية والسيارات والوقود.

وفي ظل تحديات العولمة وتحرير التجارة البينية الدولية، وعلى وجه الخصوص تجارة الخدمات وعلى رأسها صناعة السياحة، أدركت العديد من الدول بأن صناعة السياحة هي طريق متميز للتنمية الاقتصادية والاجتماعية، فأصبحت تتنافس في زيادة اعتمادات الدعاية في الأسواق السياحية المحددة، التي تطورت في شمولها حتى أصبحت تشيخاً سياحياً متكاملاً وشاملاً مثل، السياحة الثقافية والفنية، السياحة الدينية العلاجية، والسياحة الرياضية، وسياحة المؤتمرات والمهرجانات.

كما أن ما طرأ على صناعة السياحة من تغييرات في كيفية إدارتها من حيث الكفاءة وجودة الخدمة المقدمة، أدى إلى إعادة النظر في المعايير المعتمدة في تقييم النشاط السياحي. فلم تعد أعداد السائحين والليالي السياحية، رغم أهميتها، هي المعيار الأساسي لقياس الأثر الاقتصادي للسياحة على اقتصاد دولة ما، بل أصبح المعيار الحقيقي هو الناتج الاقتصادي أو حجم الإنفاق السياحي داخل البلد المقصود سواء كان ذلك في صورة إيرادات سياحية إجمالية أو قيمة مضافة للسياحة. فهما المعياران الأساسيان للتأثير الاقتصادي لهذه الصناعة أو هذا القطاع.

تقدّم هذه الورقة عرضاً لوضع السياحة العربية وتنافسياتها وأهميتها بالنسبة لهذه الدول. فبعد المقدمة، سوف يتعرض الجزء الأول إلى أثر السياحة في النشاط الاقتصادي والتنمية الاقتصادية، أما الجزء الثاني فيتضمن عرضاً لأهم مقومات النشاط السياحي في الدول العربية. فيما يقوم الجزء الثالث بتحديد مكان التنافسية في القطاع السياحي العربي.

## أثر السياحة في النشاط الاقتصادي والتنافسية السياحية

يقصد بالسياحة مجموعة الأنشطة التي تخدم الأشخاص المسافرين إلى أماكن خارج بيئتهم المعتادة ويقومون فيها لمدة لا تتجاوز سنة واحدة متواصلة، لأغراض الاستجمام أو الأعمال. وفي هذا الصدد، توجد ثلاثة أشكال أساسية للسياحة بالنسبة إلى اقتصاد ما أو منطقة معينة:

- السياحة المحلية: وتشمل نشاط الأشخاص المقيمين في منطقة معينة والذين يسافرون داخل تلك المنطقة فقط، ولكن خارج بيئتهم المعتادة.
- السياحة الوافدة: وتشمل نشاط الأشخاص غير المقيمين الذين يسافرون إلى منطقة معينة تقع خارج بيئتهم المعتادة.

- السياحة المغادرة : وتشمل نشاط الأشخاص المقيمين في منطقة معينة ويسافرون و يقيمون في أماكن خارج تلك المنطقة .

هذا ويمكن المزج بين الأشكال الأساسية للسياحة لينتج الأنواع التالية :

- "السياحة الداخلية" : وتتألف من "السياحة المحلية" و "السياحة الوافدة" .
- "السياحة الوطنية" : وتتألف من "السياحة المحلية" و "السياحة المغادرة" .
- "السياحة الدولية" : وتتألف من "السياحة الوافدة" و "السياحة المغادرة" .

والسياحة في حقيقة الأمر ظاهرة واسعة وشاملة، ينتج عنها تدفقات بشرية ومالية ذات آثار كبيرة على المستوى الاقتصادي، الاجتماعي، الثقافي والبيئي. ويتولد النشاط السياحي عن الطلب، أي عن الأشخاص الذين يمارسون النشاط السياحي أو الزوار. فالسياحة جزء من كل بالنسبة لمفهوم السفر. وتستخدم المعايير الأساسية الثلاثة التالية بغرض التمييز بين الزوار (السائحين) وبين المسافرين الآخرين:

- (أ) أن تكون الرحلة إلى مكان خارج البيئة المعتادة للشخص.
- (ب) ألا تزيد مدة إقامة الشخص في المكان الذي يزوره عن 12 شهراً متتالية.
- (ج) ألا يكون الغرض الأساسي من الزيارة هو ممارسة نشاط يدر دخلاً في المكان الذي تتم زيارته.

وبالرغم من الأهمية المتزايدة لقطاع السياحة على الصعيد العالمي بمعايير الدخول المتولدة عن هذا القطاع وفرص العمالة والاستثمار ومقدار ما ينتج عنه من مضاعفات، فإنه لم يلق الاهتمام المناسب من الباحثين عموماً ومن الباحثين في الوطن العربي على وجه الخصوص، وذلك لأسباب ومبررات من ضمنها صعوبات متصلة بقياس السياحة، كقطاع اقتصادي، وعلاقته بالقطاعات الاقتصادية الأخرى. ولتجاوز هذه الصعوبات ولتحسين قاعدة المعلومات حول هذا القطاع وعلاقته بالقطاعات الأخرى، فقد بُدلت جهود كبيرة من قبل العديد من المنظمات الدولية منذ عام 1993، أسفرت نتيجتها عن استحداث نظام محاسبي جديد للسياحة يطلق عليه اسم نظام حسابات السياحة الفرعية Tourism Satellite Account. وهو ما تم تطويره من قبل المنظمة العالمية للسياحة واعتماده من قبل الأمم المتحدة. يوفر هذا النظام إطار عمل لقياس الأثر الاقتصادي للسياحة، والذي يضم إسهام السياحة في الناتج الإجمالي المحلي، ومكانة السياحة مقارنة بالصناعات الاقتصادية، و التوظيف السياحي والإستهلاك السياحي، وذلك بالاعتماد على جانبي الطلب والعرض. يؤخذ في جانب الطلب الاستهلاك الشخصي، الاستهلاك الحكومي، إستهلاك قطاع الأعمال وإستهلاك السائحين. أما جانب العرض، فيشمل فرص العمل المباشرة التي وفرتها صناعة السياحة والسفر، فرص العمل غير المباشرة التي استحدثت في قطاعات أخرى مثل فرص العمل في خدمات إعداد الطعام للفنادق والمطاعم، وفرص العمل في المجال المحاسبي وفي المجال القانوني، والواردات الخاصة بالسائحين. ولا شك أن الاستخدام العالمي لهذا النظام من شأنه أن يؤدي إلى توحيد النظم المحاسبية للسياحة والسفر، وذلك بتوحيد البنود التي تدخل في الإطار المحاسبي.

ومن الجدير بالذكر، أن هذا الحساب الفرعي يحتاج إلى قاعدة بيانات عريضة ومفصلة ودراسات بحثية معمقة حتى تتوفر بيانات الحسابات القومية اللازمة لتغذية جداول هذا الحساب الفرعي، ومن ثم فإن

من المقدر لهذا الحساب أن يستغرق وقتاً طويلاً نسبياً (3-5 سنوات) تسبقه دراسة جدوى إقتصادية لتنفيذه من عدمه حسب توفر التمويل اللازم لبنائه لكل دولة على حده. وبالتالي فإنه فمن المتوقع أن يستغرق وقتاً أطول في الدول العربية. وعليه فإنه ليس من المأمول توفير نتائج هذا الحساب الفرعي في المدى القريب.

## السياحة والتنمية الاقتصادية

تقاس الأهمية الاقتصادية للسياحة بآثارها أولاً على ميزان المدفوعات من خلال الإيرادات السياحية التي تحصل عليها الدولة من تحويلات السائحين وإنفاقهم داخل الدولة، ويتحدد التأثير المباشر للدخل السياحي على الحساب الجاري بالقيمة الصافية للميزان السياحي ومدى مساهمته إما في دعم الفائض المحقق أو التخفيف من عجز الحساب الجاري (أثر إيجابي)، وإما في تقليص الفائض أو توسيع العجز في الحساب الجاري (أثر سلبي). ويقصد بالقيمة الصافية للميزان السياحي صافي العملية الحسابية للمدفوعات السياحية، التي تمثل الإنفاق على السياحة النازحة (إنفاق المقيمين المسافرين إلى الخارج) وما تحقق من متحصلات سياحية في دولة المقصد السياحي تمثل الإيرادات المتولدة من السياحة الوافدة إليها.

للقطاع السياحي تأثير إيجابي مباشر على زيادة العمالة، وذلك لأن هذا القطاع بمفهومه الحديث يعتبر صناعة مركبة تشمل كثيراً من الصناعات والأنشطة التي لا زالت تعتمد على العامل الإنساني اعتماداً كبيراً. كما تجدر الإشارة، إلى أن خلق فرص عمل جديدة في القطاع السياحي لا يحتاج إلى استثمارات ضخمة مقارنة بمثيلاتها في القطاعات الاقتصادية الأخرى.

كما أن للسياحة أثر على إعادة توزيع الدخل و على إشراك المجتمعات المحلية في الاستفادة من التنمية السياحية، وذلك من خلال إمتدادها إلى المناطق البعيدة النائية. تقع إعادة التوازن إلى تلك المناطق في جذب الاستثمارات والمشاريع السياحية، وبالتالي تساهم في زيادة دخول تلك المنشآت والأفراد والمجتمعات المحلية في تلك المناطق نتيجة نشوء نشاطات فرعية مثل الصناعات الحرفية واليدوية. وتترتب على ذلك إعادة توزيع الدخل بين المدن وتلك المناطق.

وتزيد السياحة من الإنتاج والاستهلاك كغيرها من القطاعات الإنتاجية، وبذلك فإن الأسعار تتجه إلى الارتفاع بسبب إرتفاع مستوى المعيشة . كما يرتبط العرض السياحي إرتباطاً طردياً بالأسعار، بمعنى أنه كلما اتجهت الأسعار السياحية للارتفاع كلما كان ذلك تشجيعاً للمستثمرين للاتجاه نحو زيادة المعروض السياحي على شكل إستثمارات سياحية مختلفة في مجالات الإقامة الفندقية والخدمات السياحية . وي طرح هذا الارتباط ضرورة إرساء استراتيجية شاملة وقطاعية منسجمة، للتأكيد على عنصر التوازن بين العرض والطلب في إطار سياسة سياحية قائمة على تقييم صحيح للآثار المترتبة على تنمية السياحة، ولآثار النمو الاقتصادي على المستوى العام للأسعار.

ولا تقتصر الآثار الاقتصادية للدخل السياحي على حصيلة هذا الدخل، بل تتعداها إلى مضاعفات (Tourism Multiplier)، نتيجة لطبيعة الإنفاق السياحي وإلى تداخل المنشآت السياحية مع القطاعات الأخرى . والفكرة الأساسية في الأثر المضاعف هي أن المبلغ الذي يدخل قطاع السياحة يدور في حركة الاقتصاد

القومي دورات تتعدد حسب قوة هذا الاقتصاد، ويكون أثرها أكبر من قيمة المبلغ الأصلي. ناهيك عن زيادة حجم العمالة وتضخم المرتبات والمكافآت التي تمثل قوة شرائية جديدة تتجه للسياحة، فإن دخل السياحة من النقد الأجنبي يستخدم في استيراد بضائع وخدمات تحتاج إليها المؤسسات الوطنية من الخارج، لا تمتص داخل الدورة الاقتصادية والإنتاجية وتثمر في مدفوعات الخزنة العامة نتيجة للضرائب والرسوم المفروضة على هذه البضائع والخدمات المستوردة. ويؤدي ذلك إلى دورات جديدة من الشراء والإنفاق.

بالإضافة إلى تأثير السياحة المباشر وغير المباشر على مجمل القطاعات المرتبطة، فإن الأدبيات الاقتصادية تشير إلى ما يعرف بالآثار المحدثة (Induced effect) وهي الآثار على القطاعات الاقتصادية المتعلقة بالزيادة في الاستهلاك المحلي الناجم بصفة مباشرة أو غير مباشرة عن الإستهلاك السياحي.

### تحليل الأثر الاقتصادي للسياحة

يمكن تقسيم أنواع التحليل الاقتصادي المتعلقة بأثر السياحة والمستخدم على النطاق الدولي إلى ثلاثة أنواع وهي:

- (1) تحليل الأهمية: يهتم هذا التحليل باستخلاص حجم وهيكلة قطاع السياحة من بيانات الحسابات القومية، اعتماداً على إنفاق المقيمين بالإضافة إلى القادمين من الخارج. ويعتبر نظام حسابات السياحة في هذا المجال أحدث النظم الهادفة إلى تقدير الأهمية الاقتصادية للسياحة إنطلاقاً من تحديد واضح لتعريفات الزائر والسائح، وتصنيف إستهلاك السائح والإنفاق الكلي على السياحة، وتحديد المنتجات والأنشطة السياحية المرتبطة بالقطاع السياحي وتكوين إجمالي رأس المال الثابت في القطاع السياحي. ويعتمد هذا النظام على بيانات جداول المدخلات - المخرجات، والمسوح الميدانية، وعلى تصنيف مفصل للسلع والصناعات السياحية.
- (2) تحليل الأثر: يركز هذا التحليل على تأثير التغير في الإنفاق السياحي على الاقتصاد الوطني، سواء كان تأثيراً مباشراً أو غير مباشر، اعتماداً على طبيعة التداخل بين قطاع السياحة وباقي القطاعات الاقتصادية. ويتميز هذا التحليل بالمرونة من حيث درجة التعميم، إذ بالإمكان استخدام تحليل الأثر لتقدير أثر القطاع على الاقتصاد ككل، أو لتحديد أثر إنفاق نوع معين من السياح على نوع محدد من الأنشطة السياحية. ويتطلب تحديد الأثر الاقتصادي عادة تقدير التغيرات المتوقعة في عدد السياح القادمين إلى المنطقة أو الدولة محل الدراسة ونوعيتهم، تقدير متوسط إنفاق السياح على القطاعات السياحية المختلفة و تقدير المضاعف أو المضاعفات القطاعية المناسبة لتحديد الآثار الثانوية لإنفاق السياح على الناتج والدخول والوظائف. وهناك أكثر من مضاعف لكل قطاع اقتصادي عادة ما تستمد من نماذج المدخلات - المخرجات الوطنية أو من نماذج مفصلة للتوازن العام المحسوب.
- (3) تحليل التكلفة - العائد: يركز هذا النوع من التحليل على كفاءة المشاريع السياحية من وجهة نظر المجتمع، وبالتالي فهو يهتم بقياس المنافع الخاصة والاجتماعية، والتكاليف الخاصة والاجتماعية، مثل تأثير السياحة على البيئة.

بالرغم من تزايد الحاجة لتقدير حجم مساهمة القطاع السياحي في الاقتصاد في معظم الدول العربية، إلا أن نظم الحسابات الوطنية لا توفر معلومات موثقة عن أهمية الدور الذي يلعبه أو يمكن أن يلعبه هذا القطاع في الاقتصادات الوطنية.

## النشاط السياحي في الدول العربية

### أهمية الناتج الخدمي في الدول العربية

في ضوء البيانات المتاحة المعروضة لسبعة عشر دولة عربية، يمكن استنتاج أن قطاع الخدمات يلعب دوراً هاماً في التنمية الاقتصادية في معظم الاقتصادات العربية، حيث يلاحظ ارتفاع نصيب الناتج الخدمي في الناتج المحلي الإجمالي لدى معظم الدول العربية. فقد تجاوز نسبة 50% في سبع دول عربية وفقاً لأحدث بيان متاح لكل منها، وهذه الدول هي فلسطين والأردن ولبنان وتونس والمغرب وجيبوتي والبحرين، ليتراوح نصيب الناتج الخدمي لديها ما بين 45%-75%، بينما يتراوح ما بين 32%-48% في تسع دول عربية، هي سوريا ومصر وجزر القمر والكويت واليمن والسودان والسعودية والإمارات والجزائر.

نصيب الدخل الخدمي من الناتج المحلي الإجمالي بأسعار السوق الجارية في الدول العربية

الدول	1990	1995	2003
الجزائر	37	35	32
البحرين	53	59	م.غ
جزر القمر	52	47	47
جيبوتي	67	71	73(2000)
مصر	49	48	47
الأردن	55	57	64
الكويت	47	46	م.غ
لبنان	م.غ	56	63
المغرب	50	52	54
عمان	39	43(1992)	م.غ
السعودية	45	45	40
السودان	م.غ	41(1996)	42
سوريا	48	54	48
تونس	54	59	60
الإمارات	35	39(1993)	م.غ
فلسطين	م.غ	50	75
اليمن	49	48	46

المصدر: مؤشرات التنمية الدولية - البنك الدولي 2005. تم استبعاد كل من العراق والصومال وليبيا وقطر وموزمبيق لعدم توافر بيانات عن الناتج الخدمي.

ومن أجل إلقاء الضوء على أهمية النشاط السياحي بالنسبة للدول العربية ضمن قطاع الخدمات، يمكن القول أن الإيرادات المحققة من السياحة الدولية الوافدة تظل أحد أهم موارد النقد الأجنبي في العديد من الدول العربية سواء من حيث قيمة هذه الإيرادات أو معدلات نموها. ففي مصر على سبيل المثال، تتجاوز الإيرادات السياحية كلاً من حصيللة الصادرات من السلع الأولية والزراعية وأحياناً البترولية وتحويلات العاملين من الخارج ورسوم المرور في قناة السويس كل على حده، حيث تمثل نسبة 23% من حصيللة الصادرات من السلع والخدمات. وقد بلغت هذه النسبة في لبنان نحو 30%، وفي المغرب نحو 20% وفي الأردن نحو 18% وسوريا نحو 16%. كما بلغت في كل من تونس والبحرين نحو 14% و 10% على الترتيب.

ولكن يجب التنويه هنا إلى أن مؤشر الإيرادات السياحية من النقد الأجنبي هو مؤشر لا يمكن الوثوق به والاعتماد عليه في تقييم الدور الكلي الذي يلعبه القطاع السياحي في الاقتصاد، وكذلك في المقارنة الدولية. ويرجع ذلك جزئياً إلى مشاكل عدم دقة البيانات المنشورة في إحصاءات ميزان المدفوعات المتعلقة بالإيرادات السياحية، وذلك لاختلاف منهجية إعداد بند الإيرادات السياحية من دولة إلى أخرى والطرق المتبعة في الواقع العملي في الدول العربية لتجميع هذه البيانات. هذا بالإضافة إلى أن المسوحات التي تجري حول الإنفاق السياحي في الدول العربية عادة ما تتم بين فترات زمنية طويلة نسبياً (كل ثلاث سنوات أو أكثر)، وتبعاً لذلك، فإن الإنفاق السياحي خلال السنوات البيئية يقدر بناء على الأسعار القياسية السياحية التي تهدف إلى قياس تغيرات الإنفاق السياحي، عبر الزمن، والتي تعود لتقلبات الأسعار. كما أن بعض الدول العربية تلجأ إلى تقدير متوسط إنفاق السائح على أساس تحكمي أو جزائي. ناهيك عن عدم قدرة بعض الدول على الفصل بين تقديرات الإيرادات السياحية وبيانات إيرادات خدمات النقل الجوي الدولي للركاب في إحصاءاتها مثل لبنان والسعودية وقطر والإمارات والجزائر، بما يخالف المعايير الدولية الواردة في دليل ميزان المدفوعات بضرورة فصل الإيرادات السياحية عن متحصلات النقل الجوي للسائحين.

### السياحة الدولية في المنطقة العربية مقارنة بالأقاليم الاقتصادية الأخرى

يعرض الجدول التالي عدد السائحين الوافدين إلى خمس مناطق إقليمية إقتصادية وفقاً لتصنيف منظمة السياحة العالمية باستثناء ضم بيانات الدول العربية الأفريقية إلى منطقة الشرق الأوسط بعد استبعادها من مجموعة أفريقيا بغرض تكوين مجموعة الدول العربية. ويلاحظ أن كل المناطق الإقليمية الاقتصادية قد شهدت نمواً خلال الفترة من 1990-2000.

ومن أجل تجنب السكون في تحليل الإحصاءات السياحية، فقد تم عرض الأقاليم الاقتصادية التي شهدت معدلات نمو في أعداد السائحين الدوليين الوافدين خلال حقبة التسعينيات وكذلك خلال الفترة 2002/2003. وفي هذا الصدد، فإن الجدول يشير إلى المناطق الإقليمية التي شهدت أعلى المعدلات نمواً في المتوسط خلال العقد الماضي، وهي على الترتيب كل من أفريقيا (9.2%) وآسيا والباسيفيك (7.1%) ثم الدول العربية (6.6%). وظلت هذه الأقاليم الثلاثة تعرض أعلى معدلات النمو خلال الفترة 2003/2002، إلا أن الصورة قد تبدلت، حيث حققت كل من الدول العربية ودول آسيا والباسيفيك معدلاً بلغ 9% ثم أفريقيا معدلاً بلغ 5% فقط.



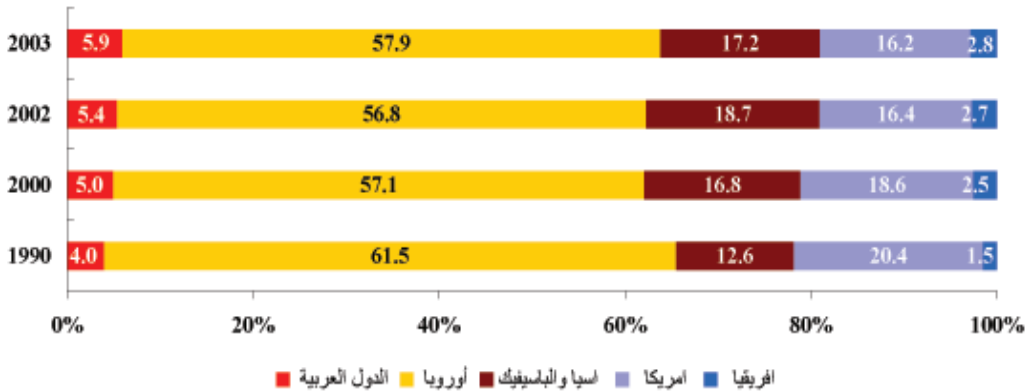
## عدد السائحين الوافدين (مليون سائح)

معدل النمو 2002-2003 %	معدل النمو 1990 - 2000 %	2003	2000	1990	الإقليم
1	3,4	402	393	281	أوروبا
9	7.1	119	115	58	آسيا والباسيفيك
2	3.2	112	128	93	أمريكا
5	9.2	20	17	7	أفريقيا
9	6.6	41.3	34.4	18.2	الدول العربية
1	4.1	694	688	456	العالم

المصدر: اتجاهات سوق السياحة (2004)، جدول رقم (3)، منظمة السياحة العالمية.

يظهر الشكل التالي، حصة الأقاليم الاقتصادية المختلفة في عدد السائحين الدوليين الوافدين. فعلى الرغم من فقدان الدول الأوروبية لجزء من حصتها، إلا أنها مازالت تستحوذ على نصيب الأسد من السياحة الوافدة في السوق العالمي. ويعرض الشكل أيضا نمطا مشابها في الدول الأمريكية. كما شهدت الدول الآسيوية والباسيفيك تراجعا خلال عام 2003 مقارنة بعام 2002. أما بالنسبة للدول الأفريقية، ومجموعة الدول العربية، فتعكس معدلات نمو مضطربة لتستحوذ على حصص متنامية من السياحة الوافدة خلال الفترة على حساب دول المنطقتين الأمريكية والأوروبية. وقد يرجع ذلك بدرجة كبيرة إلى تزايد السياحة البينية العربية واتجاه السائحين العرب لتفضيل قضاء عطلاتهم داخل المنطقة العربية بدلا من التوجه إلى خارج الوطن العربي وخاصة خلال السنوات القليلة الماضية على نحو ما ستتناوله هذه الورقة في الجزء الخاص بالسياحة البينية العربية.

## حصص الأقاليم الاقتصادية في عدد السائحين الوافدين %



يشير الجدول التالي أيضا إلى أن الدخل المتولد عن السياحة الوافدة يعكس مستويات أداء إيجابية خلال الفترة 1990 - 2000 في جميع الأقاليم الاقتصادية باستثناء الإقليم الأوروبي الذي حقق معدلا سالباً. ومن الجدير بالذكر، أن معدل النمو في الإيرادات السياحية في الدول العربية عكست معدلات نمو أكبر من معدلات النمو في عدد السائحين الوافدين بما يعكس زيادة متوسط إنفاق السائح، الأمر الذي يمكن تفسيره على أنه تحسن في جودة الخدمة السياحية في المنطقة، وقد ينشأ ذلك أيضا من زيادة عدد الليالي السياحية (طول فترة الإقامة) التي يقضيها السائحون الوافدون في المنطقة العربية. وتشير البيانات أيضا إلى نمط مشابه، ولكن بدرجة أكبر في كل من أوروبا وأمريكا، وإلى درجة ضئيلة في آسيا، بينما تعرض أفريقيا نمطاً معاكساً، حيث تجاوز معدل النمو في عدد السائحين الوافدين نظيره في الإيرادات السياحية خلال نفس الفترة.

حصص الأقاليم الاقتصادية في الإيرادات السياحية %

الإقليم	1990	2000	2003	معدل النمو 2000 - 1990 %	معدل النمو 2003 - 2000 %
أوروبا	54.5	48.9	54.4	-1.1	5.5
آسيا والباسيفيك	15.6	18.5	18.4	1.7	-0.27
أمريكا	26.2	28.4	21.8	0.81	-12.2
أفريقيا	1.4	1.5	1.8	0.69	9.5
الدول العربية	2.4	2.8	3.5	1.5	11.8
العالم	100.0	100.0	100.0		

المصدر: اتجاهات سوق السياحة (2004)، جدول رقم (10)، منظمة السياحة العالمية.

ويلاحظ من الجدول السابق أن كلاً من الدول العربية والأفريقية شهدت معدلات نمو متواصلة في حصتها من الإيرادات السياحية خلال الفترة، بينما تراجعت حصة دول أمريكا بصورة ملحوظة في عام 2003 مقارنة بعام 1990، في حين ظلت حصة أوروبا وآسيا عند نفس مستواها تقريبا خلال الفترة. وعلى الرغم من أن البيانات السابق إستعراضها تشير إلى تحقق معدلات نمو مرتفعة سواء في عدد السائحين الوافدين إلى المنطقة العربية أو الإيرادات السياحية، إلا أنها مازالت تستحوذ على حصة ضعيفة في السوق السياحي العالمي سواء من حيث عدد السائحين الوافدين أو الإيرادات السياحية.

ومن المفهوم أنه لأغراض دراسة النشاط السياحي، فإنه لا بد من تحديد الخصائص السياحية المختلفة لكل مقصد سياحي والربط بينها. وعملياً، فإن أغلبية الإحصائيات السياحية كأي نشاط إقتصادي تأخذ جانبيين هما جانب الزوار (الطلب السياحي)، والمزودين المباشرين (العرض السياحي). ولدراسة العوامل المؤثرة على السياحة والاثر الذي تحدثه السياحة والعلاقة المتبادلة بين كل من العرض والطلب، فإنه من الضروري إدماج البيانات الناجمة عن عدة مصادر، والشروع بعد ذلك بمعالجتها على ضوء نماذج تحليلية ومؤشرات أداء.

## (1) جانب الطلب

يعتمد الطلب على السياحة بشكل كبير ليس فقط على سمات المقاصد السياحية والظروف الاقتصادية والسياسية والبيئية السائدة في تلك المقاصد ومدى تنافسيتها الدولية في هذا المجال، بل أيضا على الظروف الاقتصادية السائدة في الأسواق الرئيسية المزودة بالسائحين أو بالمستهلكين للمنتج السياحي، وعليه فإن هناك علاقة إيجابية بين النمو الاقتصادي والدخل المتاح من جهة والإنفاق السياحي من جهة أخرى وخاصة في حالة الاقتصادات الناشئة. وبالتالي فإن السياسات الاقتصادية الانكماشية غالبا ما ينتج عنها تراجع في الإنفاق السياحي.

وفي هذا الصدد، فإن البيانات تشير بوجه عام إلى أن معدلات النمو في عدد السائحين الوافدين تتجاوز بدرجة ملحوظة معدلات النمو الاقتصادي. ففي السنوات التي شهدت معدلات نمو اقتصادي مرتفعة بلغت نحو 4% في الناتج المحلي الإجمالي العالمي، فإن معدلات النمو في حجم السياحة تميل لأن تكون أعلى. بينما تميل لأن تكون أقل خلال الفترات التي لم يتجاوز فيها معدل النمو الاقتصادي 2%. فقد شهدت الفترة من 1975-2000 معدلات نمو في حجم السياحة بلغت في المتوسط 4% سنويا مقابل معدل نمو اقتصادي بلغ في المتوسط 3.5%<sup>(1)</sup> مما يعني أن حجم النشاط السياحي العالمي ينمو بمعدل 1.3% أسرع من معدل النمو في الاقتصاد العالمي.

وتشير بيانات عدد السائحين الوافدين إلى أن متوسط معدل النمو السنوي في الدول العربية خلال الفترة 1995-2002 فاق بدرجة ملحوظة معدلات النمو السائدة في دول المقارنة فيما عدا الأردن الذي عكس معدل نمو سنوي معتدل (4.9%) يتشابه مع المعدل السائد في كل من ماليزيا وجنوب أفريقيا خلال الفترة، وكذلك تونس التي حققت معدل نمو (2.7%) يتشابه مع المحقق في ماليزيا والبرتغال. وقد حققت تشيلي أقل معدل نمو خلال الفترة (0.6%). من جانب آخر، فقد برزت بعض الدول العربية في مجموعة الدول النامية كمقاصد سياحية ناشئة، ووفقا لتصنيف منظمة السياحة العالمية، كون هذه الدول سجلت متوسط معدل نمو ضعف متوسط النمو العالمي للسياحة وزيادة لا تقل عن مائة الف سائح سنويا. وقد جاءت سوريا على القمة بمعدل نمو سنوي قدره 16.6% ثم الإمارات (12.3%) فالسعودية (10.4%) ثم البحرين ولبنان ومصر. وفي ما يتعلق بالفترة 2002-2003، فقد شهدت معظم الدول العربية معدلات سالبة معتدلة مقارنة بالمعدلات السالبة المرتفعة في كل من ماليزيا والبرتغال، بينما استمرت كل من الجزائر ومصر والمغرب والإمارات ولبنان وليبيا وتشيلي في تحقيق معدلات نمو إيجابية مرتفعة، وكل من تونس وجنوب أفريقيا والبرتغال في تحقيق معدلات نمو إيجابية منخفضة.

وفي ما يتعلق بالإيرادات السياحية، فقد شهدت جميع الدول معدلات نمو إيجابية باستثناء الكويت وتشيلي، حيث حققتا معدلات نمو سالبة خلال الفترة 1995-2003، 2002-2003، ينضم إليهما كل من كوريا وماليزيا خلال الفترة 2002-2003 فقط. وقد جاءت اليمن في المقدمة بمعدل نمو مرتفع، تليها جنوب أفريقيا والجزائر ومصر والبرتغال. وفي ما يتعلق بمتوسط إنفاق السائح، فقد جاءت السودان في مقدمة الدول من حيث متوسط إنفاق السائح بالدولار (2314) ثم كوريا (1106) ثم لبنان (1000)، بينما تراجع متوسط إنفاق السائح في تشيلي بدرجة ملحوظة، حيث انخفضت الإيرادات السياحية على الرغم من تزايد عدد السائحين الوافدين.

عدد السائحين الوافدين والإيرادات السياحية ومعدلات النمو ومتوسط إنفاق السائح في الدول العربية والمقارنة

الدولة	عدد السائحين الوافدين			معدل النمو		الإيرادات السياحية			معدل النمو		متوسط إنفاق السائح	
	(مليون سائح)	الترتيب	%	متوسط النمو السنوي	%	مليون دولار	الترتيب	%	متوسط النمو السنوي	(دولار)	الترتيب	
												2003
الجزائر	0.52	14	10.6	18.0	0.03	0.16	17	22.3	21.1	138	20	
البحرين	1.40	10	9.8	-6.7	0.25	0.74	14	14.7	0.0	250	18	
مصر	2.87	6	9.1	17.1	2.68	4.58	4	6.9	21.8	798	5	
الأردن	1.07	13	4.9	-3.0	0.66	0.82	13	2.7	3.7	518	13	
الكويت	0.07	..	..	..	0.12	0.12	18	-0.4	-0.8	..	..	
لبنان	0.45	15	10.7	6.3	0.71	1.02	11	4.6	6.3	1000	3	
ليبيا	0.06	19	12.3	5.2	0.002	0.08	20	58	5.3	556	11	
المغرب	2.60	9	7.2	8.6	1.30	2.86	7	10.4	7.9	627	8	
عمان	0.28	16	11.6	..	..	0.22	16	..	6.3	268	17	
قطر	0.31	17	7.6	-5.1	..	0.37	15	..	29.5	662	6	
السعودية	3.33	3	10.4	-2.4	..	a3.42	6	..	..	a455	14	
السودان	0.03	20	7.3	-1.9	0.01	0.12	18	40	9.3	2314	1	
سوريا	0.82	11	16.6	-0.7	1.26	1.15	10	1.2	18.2	411	15	
تونس	4.12	7	2.7	1.0	1.53	1.48	8	0.4	3.9	310	16	
الإمارات	2.32	5	12.3	7.8	0.63	1.44	9	10.8	8.0	245	19	
اليمن	0.06	18	5.5	..	0.05	0.14	19	13.6	265.8	875	4	
تشيبي	1.54	12	0.6	14.3	0.91	0.86	12	-0.7	-4.2	533	12	
كوريا	3.75	8	3	-11.1	5.15	5.26	3	0.3	-11.5	1106	2	
ماليزيا	7.47	2	4.4	-20.4	3.97	5.90	2	5.1	-17.1	558	10	
البرتغال	9.51	1	2.6	0.5	4.83	6.94	1	4.6	20.4	593	9	
ج أفريقيا	4.49	4	4.7	1.2	2.13	4.27	5	9.1	46.1	656	7	

ملاحظات:

- بيانات عدد السائحين الوافدين إلى الجزائر، المغرب، وسوريا (بيانات سوريا الخاصة بعام 2003/2002 فقط) تتضمن عدد المواطنين المقيمين بالخارج القادمين إلى دولهم بغرض الزيارة المؤقتة. وبيانات عدد السائحين الوافدين إلى الإمارات تعبر عن عدد نزلاء الفنادق وتتضمن عدد المواطنين المقيمين في الخارج الذين قدموا إلى الإمارات بغرض الزيارة المؤقتة بالإضافة إلى عدد السائحين المحليين في نشاط السياحة الداخلية. أما بيانات عدد السائحين الوافدين إلى قطر، فتعبر فقط عن عدد نزلاء الفنادق. - بيانات الإيرادات السياحية لكل من السعودية ولبنان وقطر والإمارات والجزائر تتضمن بيانات إيرادات النقل الجوي للسائحين. - القتمثل بيانات عام 2002.

وبالرغم من أن المنطقة العربية تعرض معدلات نمو مرتفعة في اجتذاب السائحين الوافدين ومتوسط إنفاق السائح وكذلك الإيرادات السياحية، إلا أنها مازالت تستحوذ على حصص ضئيلة على المستوى العالمي، سواء من حيث عدد السائحين أو الإيرادات السياحية. يقدم الجدول التالي نظرة عامة على الدول العربية ودول المقارنة التي تمثل مقاصد سياحية دولية هامة، حيث يعرض أعداد الوافدين مقسمة حسب الدول المضيفة. ويلاحظ تفاوت الدول من حيث اجتذابها لأعداد السائحين الدوليين الوافدين، ويرجع ذلك إلى عدة عوامل منها اختلاف درجات الأمان ومستويات البنى الأساسية السياحية المتاحة، ومدى الاتصال والروابط مع

منظمي الرحلات السياحية الدوليين ، والعلاقات السياسية والتاريخية مع الدول القادم منها هؤلاء السياح. ويلاحظ أيضا في الدول التي تجتذب أعداداً مرتفعة، أن معظمها تقع بالقرب أو مجاورة للمناطق الإقليمية القادم منها السائحون مثل أوروبا، شمال أمريكا واليابان، علاوة على السياحة البيئية العربية، وخاصة بين الدول ذات الحدود المشتركة.

الفروق بين الدول العربية ودول المقارنة في أعداد السياح الدوليين الوافدين في عام 2003

دول تجتذب أكثر من 10 مليون سائح	دول تجتذب ما بين 5-10 مليون سائح	دول تجتذب ما بين 2-5 مليون سائح	دول تجتذب ما بين 0.5-2 مليون سائح	دول تجتذب أقل من نصف مليون سائح
البرتغال	السعودية	كوريا	تشيلي	فلسطين*
ماليزيا	جنوب أفريقيا	المغرب	الأردن	ليبيا
	الإمارات	البحرين	الجزائر	الكويت*
	مصر	سوريا	لبنان	اليمن*
	تونس		عمان	السودان
			قطر	موريتانيا
				جزر القمر
				جيبوتي**

\* يخص عام 2000  
\*\* يخص عام 1995

## جانب العرض

يعتمد جانب العرض السياحي على منشآت تعمل في قطاعات إقتصادية متنوعة ومختلفة. وقد تم الاتفاق على حصرها في منشآت الإيواء، المطاعم والمقاهي، المنشآت التي تقدم خدمات النقل والانتقال المحلي والمنشآت الترفيهية. إلا أنه هناك العديد من العوامل التي تلعب دوراً هاماً في جانب العرض منها: التقدم في مجال الاتصالات، جودة الطرق، أماكن انتظار السيارات وتوافر تسهيلات السياحة العلاجية وغير ذلك. هذا بالإضافة إلى الدور الهام الذي تلعبه كل من الشركات والوكالات السياحية، ومنظمي الرحلات السياحية، حيث لا تمثل الأشكال المختلفة للتكامل الراسي بين منظمي الرحلات الدوليين وشركات السياحة التي تعمل في الدول الصناعية وشركات الطيران وحجز أماكن الإقامة والإيواء في المقاصد السياحية في الدول العربية فقط أحد سمات هيكل السوق السياحي، بل تمثل أيضاً استراتيجية تنافسية يمكن أن تؤثر على أداء الشركات السياحية.

تغطي السياحة جزءاً كبيراً من عروض الإيواء قصيرة الأجل . والهدف الأساسي لإحصائيات الإيواء السياحي هو قياس الطاقة الاستيعابية للمأوى الجماعية والخاصة ومعدلات إشغالها. ويقصد بالمأوى السياحي هو كل مرفق يوفر المبيت للسائحين بانتظام أو بشكل عابر ."

وتستحوذ المنطقة الأوروبية على النصيب الأكبر من إجمالي الطاقة الإيوائية على مستوى العالم، بنحو 6.6 مليون غرفة فندقية، تليها المنطقة الأمريكية بما يزيد عن ستة ملايين غرفة فندقية لتصل حصتها إلى 35% من الإجمالي. وتستحوذ المنطقة الآسيوية والباسفيك على 22% من الإجمالي العالمي بينما تظل حصة المنطقة الأفريقية عند مستوى 1.6%. أما الدول العربية فترتفع حصتها إلى 3.4% من الإجمالي.

وتشير البيانات المتوفرة عن الفترتين 1995-2001، 2000-2001 إلى نمو الطاقة الإيوائية العالمية في المتوسط بمعدل 2.8% سنوياً. وباستثناء المنطقة الأوروبية التي شهدت معدل نمو في المتوسط بلغ 4.1% سنوياً، فقد شهدت كل المناطق الاقتصادية الأخرى معدل نمو أعلى من المتوسط خلال الفترة، وبالتحديد فإن الدول العربية شهدت أعلى المعدلات حيث شهدت معدل نمو في المتوسط بلغ 6.1% سنوياً، 13.2% خلال الفترة 2000-2001. ويجب التنويه هنا إلى ضرورة التحوط وعدم الاعتماد بشكل قوي على نتائج تحليل هذه البيانات، حيث أن البيانات عن الطاقة الإيوائية ليست دائماً قابلة للمقارنة الدولية، وذلك لأن المفاهيم والتعاريف وكذلك جودة الإحصاءات تختلف من دولة إلى أخرى. وكمثال على ذلك، فإن بعض الدول تدلي ببيانات عن الغرف الفندقية التي تتجاوز حجمها مساحة معينة أو تزيد عن مستوى معين من الجودة.

وتشير بيانات الطاقة الإيوائية السياحية لعام 2001، حسب عدد الغرف السياحية على مستوى سواء من حيث العدد أو معدلات النمو - إلى دخول كل من ماليزيا ومصر وتونس والبرتغال ضمن أفضل 25 دولة على المستوى العالمي، حيث جاءت ماليزيا في المركز العشرين تليها مصر ثم تونس في المركز الثالث والعشرين، ثم البرتغال في المركز الخامس والعشرين. وقد شهدت عدد الغرف الفندقية والمنشآت السياحية المماثلة في الدول العربية ودول المقارنة معدلات نمو سنوية مرتفعة في كل من ماليزيا ومصر، حيث بلغت في المتوسط نحو 10% خلال الفترتين 2000/1990، و1995-2001.

عدد الغرف الفندقية والمنشآت السياحية المماثلة

معدل النمو السنوي % (متوسط)	معدل النمو %	حصة السوق %		(بالآلاف)			الإقليم الاقتصادي
		2001	1995	2001	2000	1995	
2001/1995	2001/2000	2001	1995	2001	2000	1995	
2.8	4.7	100	100	17.42	17.19	14.75	العالم
3.7	3.9	1.6	1.5	0.283	0.270	0.227	أفريقيا
3.6	2.6	35.0	33.4	6.102	5.947	4.927	أمريكا
3.3	-2.5	22.2	21.5	3.860	3.961	3.178	آسيا والباسفيك
1.4	1.3	37.8	41.0	6.585	6.498	6.042	أوروبا
6.1	13.2	3.4	2.6	0.592	0.523	0.379	الدول العربية

المصدر: الكتاب السنوي لإحصاءات السياحة (2005)، منظمة السياحة العالمية - الدول العربية لا تتضمن بيانات جيوتني وجزر القمر.

ولم يقتصر التحسن في جانب العرض على الطاقة الإيوائية فقط، بل امتد ليشمل البنى التحتية السياحية. وفي هذا الصدد، فقد انتهجت الدول العربية إستراتيجيات متنوعة بغرض تحقيق التميز كمقصد

سياحي. ففي الإمارات، أصبحت دبي من أهم المراكز التجارية والتسويقية وأكثرها جذبا للمؤتمرات في المنطقة العربية. وفي الأردن، تم تطوير السياحة العلاجية في منطقة البحر الميت إضافة إلى ما تتسم به هذه المنطقة من بيئة نظيفة تجتذب السياحة العائلية. وفي لبنان، تم تطوير السياحة الترفيهية من خلال الاهتمام بمنتجات الشواطئ والتزلج على الجليد. وفي مصر، تم تطوير المنتجات السياحية على شاطئ البحر الأحمر، كما تم إلحاق مراكز للأنشطة الرياضية والترفيهية بالمواقع السياحية التاريخية والثقافية. وفي السعودية، تعرض رحلات العمرة زيارة بعض مدن المملكة الأخرى بالإضافة إلى مكة والمدينة. ومثل هذا التحسن في جانب العرض السياحي قابله زيادة في جانب الطلب السياحي من الأماكن البعيدة، وذلك في ظل تحسن شبكة النقل الجوي وزيادة فرص النفاذ للأسواق العالمية بالنسبة للدول العربية. وتشير البيانات إلى وجود علاقة موجبة بين زيادة عدد أماكن الإيواء وعدد السائحين الوافدين. هذا بالإضافة إلى طول متوسط فترة الإقامة في الدول العربية عن نظيرتها في دول المقارنة، وخاصة في كل من مصر بمعدل 8.8 ليلة وتونس بمعدل 6.2 ليلة، والمغرب بمعدل 5.9 ليلة، وهو ما يعوض بشكل جزئي انخفاض عدد السائحين الوافدين، مقارنة ببعض دول المقارنة، التي ترتفع لديها أعداد السائحين الوافدين وينخفض متوسط فترة إقامتهم فيها.

#### عدد الغرف الفندقية والمنشآت السياحية المماثلة ومعدل الإشغال ومتوسط فترة الإقامة

الدول	عدد الغرف بالالف		معدل النمو%	معدل الأشغال <sup>(1)</sup>		متوسط فترة الإقامة	
	2003	1995		2003	1995	2003	1995
الجزائر	33 <sup>(2)</sup>	32	3	38 <sup>(3)</sup>	33	-	-
البحرين	8 <sup>(6)</sup>	5	60	54 <sup>(6)</sup>	63 (1997)	-	-
مصر	137	65	111	59	57	8.8	4.0
الأردن	20	10	100	34	53	2.6	-
الكويت	2 <sup>(4)</sup>	3	-34	-	-	-	3.3
لبنان	16	10	60	35 <sup>(6)</sup>	36	-	-
ليبيا	12	8 <sup>(2)</sup>	50	45	71	-	-
المغرب	75	63	19	41	45	5.9	7.5
عمان	6	3	100	39	52	-	-
قطر	4	2	100	44	57	-	-
السعودية	82	25	228	42	42	2.7	-
سوريا	17	14	21	25 <sup>(5)</sup>	28	1.9 <sup>(5)</sup>	2.3
تونس	110	81	36	42	49	6.2	6.6
الإمارات	38	21	81	68	62	-	-
اليمن	13	7	86	60	60	-	-
شيلي	52	39	33	32	35	2.2	2.2
كوريا	56	59	-5	52	67	-	-
ماليزيا	144	76	89	53	66	1.5 <sup>(3)</sup>	1.6
البرتغال	106	90	18	38	38	3.3	3.5
ج. أفريقيا	52	46	13	58	57	-	-

المصدر: الكتاب السنوي لإحصاءات السياحة (2005)، منظمة السياحة العالمية.

(1) معدل صافي إشغال الغرف في الفنادق والمؤسسات الشبيهة، ويعد معدل إشغال الغرف مقياساً أكثر فاعلية من المعدل المبرر عنه بإشغال الأسرة، لأن الغرفة بسرير مزدوج غالباً ما يشغلها شخص واحد، وبحسب هذا المعدل يقسم العدد الإجمالي للغرف المستخدمة خلال الفترة (مجموع الغرف المؤجرة خلال اليوم) على متوسط عدد الغرف المعروضة خلال الفترة، ويضرب حاصل القسمة بعد ذلك في 100 للتوصل إلى النسبة المئوية. الصيغة:  $Vn = (Q/Hd) \times 100$ ، حيث تمثل Q المجموع الشهري (أو السنوي) للغرف المشغولة ويمثل Hd عدد الغرف المعروضة فعلاً. أخذنا في الاعتبار فترات الإغلاق الموسمية والمؤقتة.

1997(2)، 1999(3)، 2000(4)، 2001(5)، 2002(6)

أما بالنسبة لمعدلات الأشغال ، فترتفع في بعض الدول العربية مقارنة بنظيراتها في دول المقارنة والدول العربية الأخرى ، حيث تأتي الإمارات على القمة بمعدل 68% ثم اليمن بمعدل 60% فمصر بمعدل 59% يليهما كل من جنوب أفريقيا وماليزيا وكوريا بمعدلات بلغت 58% ، 53% ، 52% على الترتيب. وهو ما يشير إلى إمكانية رفع معدلات الإشغال لأعلى من المعدلات الحالية، وخاصة لباقي الدول العربية التي تتخلف لديها معدلات الإشغال لأقل من 50% من الطاقة الإيوائية.

## السياحة البيئية العربية<sup>(2)</sup>

يعتمد النمو المتواصل والمتوازن للنشاط السياحي في أي مقصد سياحي على ثلاثة محاور أساسية، تتمثل في السياحة المحلية والسياحة البيئية الإقليمية والسياحة من الأسواق البعيدة . وبغض النظر عن فشل استراتيجيات تنشيط السياحة المحلية في الدول العربية ، فإن البيانات تشير إلى اهتمام واضعي السياسات السياحية في الدول العربية بجانب الطلب والعرض، بهدف جذب السياحة الوافدة من خارج المنطقة العربية على حساب السياحة البيئية العربية وكذلك المحلية . ففي الجدول التالي يتضح أن نسبة السياحة العربية البيئية تتراوح ما بين 37%-46% خلال الفترة 1995 - 2003. وهي نسبة تعتبر ضئيلة للغاية إذ ما قورنت بنسبة السياحة البيئية في الإقليم الأوروبي ، وإقليم شرق آسيا والباسيفيك ، حيث بلغت هذه النسبة في أوروبا 88% (مقابل 12% للسياحة الوافدة من خارج الإقليم الأوروبي) ، وفي شرق آسيا والباسيفيك نحو 79% .

ويلاحظ بلوغ هذه النسبة أعلى مستوياتها في المنطقة العربية في عام 2002 في أعقاب أحداث الحادي عشر من سبتمبر قبل أن تتخفف خلال عام 2003 لتبلغ 41% فقط ، إلا أن ذلك يرجع بشكل أساسي إلى غياب بيانات البحرين. وبافتراض استمرار تدفق أعداد السائحين إلى البحرين بنفس المعدل الفعلي لعام 2002 في 2003 لارتفعت النسبة إلى 45% بدلا من 41% فقط. وتؤكد معدلات النمو في السياح العرب بالمقارنة بمعدلات النمو في إجمالي عدد السياح ، أن السائحين العرب اتجهوا لتفضيل قضاء عطلاتهم داخل المنطقة العربية بدلا من التوجه إلى خارج الوطن العربي. ويرجع ذلك إلى مزيج من العوامل الجاذبة والعوامل الدافعة. وتأتي صعوبة الحصول على تأشيرة دخول الدول الأوروبية وأمريكا على رأس العوامل الدافعة، في حين تمثلت العوامل الجاذبة (مع الأخذ في الاعتبار تفضيل واهتمام السائح العربي بالسياحة الترفيهية والاستجمام والتسوق عن السياحة التاريخية) ولو في تحسن (ولو بدرجة محدودة) بسعة وسرعة وعدد مشروعات الخدمة التحتية السياحية مثل الفنادق ، والأماكن المخصصة لانتظار السيارات والمنتجعات السياحية ومراكز التسوق علاوة على تحسين الطرق والمطارات، مما أدى إلى سهولة السفر سواء عن طريق البر أو الجو .



## السياحة العربية البينية خلال الفترة 1995 - 2003

2003	2002	2001	2000	1999	1997	1995	بيان
38,645	41,687	39,941	38,803	29,029	24,061	22,455	إجمالي عدد السياح الوافدين (ألف)
-7	4	3	34	15	5		معدل نمو إجمالي
15,661	18,994	17,966	16,294	11,193	9,682	8,293	عدد السياح العرب (ألف)
-18	6	10	46	4	6		معدل نمو السياح العرب
45-41	46	45	42	39	40	37	نسبة السياحة العربية من الإجمالي

المصدر: - المجموعة الإحصائية لدول الوطن العربي، جامعة الدول العربية، أعداد متفرقة.

- الكتاب السنوي للإحصاءات السياحية (2005)، منظمة السياحة العالمية.

بيانات البحرين والكويت وليبيا وسوريا لاقتصر فقط فقط على أعداد سياح المبيت بل تشمل أيضا أعداد سياح اليوم الواحد (عابري الحدود لنفس اليوم) ، وتمثل بيانات قطر أعداد السياح القادمين من دول الشرق الأوسط العربية.

كما تشير البيانات إلى تباين ملحوظ في مدى اعتماد الدول العربية على السياحة البينية العربية والسياحة الوافدة من خارج الوطن العربي . ففي حين تعتمد السياحة الوافدة في بعض الدول العربية بدرجة عالية على السياحة البينية العربية وخاصة الأردن (66%) والسعودية (58%) ، وكذلك كل من ليبيا، سوريا، البحرين، والكويت (مع التحفظ على النسب الموضحة لهذه الدول بالتحديد، نظرا لاحتواء بياناتها على أعداد زوار اليوم الواحد) ، نجحت بعض الدول الأخرى في رفع مستوى التنوع من حيث التوزيع الجغرافي لدول إقامة السائحين الوافدين إليها وخاصة من دول الاتحاد الأوروبي. وتتضمن تلك الدول - بدرجة تنوع متوازنة بين السياحة العربية البينية والسياحة الأوروبية - كلاً من اليمن ولبنان وتونس وعمان . كما تضمن بدرجة مرتفعة للغاية، من حيث الاعتماد على السياحة الوافدة من خارج المنطقة العربية، وخاصة من أوروبا، كلاً من المغرب والجزائر، ثم بدرجات أقل لكنها غير معتدلة كلاً من مصر والإمارات. ويرجع ذلك بشكل أساسي إلى قرب الموقع الجغرافي من دول الاتحاد الأوروبي وتحرير القوانين التي تحكم استقبال الأجانب الوافدين لأغراض السياحة والسفر (كتسهيل الحصول على تأشيرة دخول الدول العربية) من جهة ، وكذلك إلى تحسن (بدرجة محدودة) في جودة البنية الأساسية في الدول العربية المذكورة - على نحو ما سيتم عرضه في معرض الحديث عن مؤشرات الأداء- والمنتجات والخدمات السياحية وتنوعها من جهة أخرى.

وبينما يرى البعض أن ارتفاع درجة التنوع في الطلب السياحي تعد سمة جيدة، حيث يستطيع الاقتصاد أن يخفف من درجة الصدمات الخارجية من خلال تعويض تراجع الطلب من إقليم معين باستدامة الطلب من إقليم آخر أو زيادته، فإن البعض الأخرى يرى ضرورة العمل على زيادة نسبة السياحة البينية العربية إلى السياحة البعيدة الوافدة من أقاليم أخرى بخلاف الإقليم العربي ، وذلك لمبررات عديدة من بينها:

- أن السياحة البينية العربية تدر دخلاً سياحياً أعلى ، فالسائح العربي أطول إقامة وأكثر إنفاقاً وتكراراً للزيارة.

- أن السياحة البيئية العربية تساهم في زيادة التعاون التجاري والصناعي بين الدول العربية.
- أن الإنفاق السياحي العربي البيئي لا يعد هدراً للثروة الوطنية، بل يحقق زيادة في الدخل القومي لدول عربية شقيقة بطريقة مباشرة وغير مباشرة عن طريق أثر مضاعف للسياحة، وما يصاحب ذلك من تنمية اقتصادية وإجتماعية وتحسين وضع ميزان المدفوعات لكثير من الدول العربية سواء تلك التي تعاني من عجز أو تحقق فائضاً.
- توفر السياحة العديدة من فرص العمل لاستيعاب العدد الكبير من الشباب العربي الذين يدخلون سوق العمل سنوياً، ومن ثم فإنها تقلل من تفاقم مشكلة البطالة في كثير من الدول العربية.
- تقلل السياحة العربية من مخاطر تقلبات السياحة الدولية البعيدة سريعة التأثير بالأحداث والمتغيرات والإشاعات، وعلى وجه الخصوص منها تلك المتعلقة بقرارات سياسية تستهدف الضغط الاقتصادي على الدول السياحية العربية، عن طريق منع زيارة رعايا الدول الأجنبية للأقطار السياحية العربية أو التحذير منها.
- تقلل السياحة العربية من فرص احتكار الشركات العالمية لتنظيم الرحلات الدولية، التي تحصل على النصيب الأكبر من كلفة هذه الرحلات، كما أنها تحصل على تخفيضات كبيرة من مقدمي الخدمات السياحية المحليين.
- تشجع السياحة البيئية العربية على قيام الاستثمارات العربية المشتركة، وخاصة في ظل تنوع مجالات الاستثمار السياحي في المنطقة العربية، من حيث النوع والحجم والكلفة والعائد، بما يناسب مختلف أحجام رأس المال وطموحات المستثمرين.

ومن الخطوات الجادة التي تم اتخاذها في الجامعة العربية هي تأسيس منظمة السياحة العربية، فقد بدأت هذه المنظمة أولى خطواتها العملية نحو تطوير وتنمية السياحة العربية من خلال توقيع اتفاقيات مشتركة مع عدد من الجهات المستثمرة والمهتمة بالتطوير السياحي في المنطقة. وتسعى المنظمة إلى تحقيق العديد من الأهداف من بينها تذليل العقبات المعيقة لتطوير السياحة البيئية العربية، سواء في ما يتعلق بالتأثيرات السياحية أو تطوير وتوفير وسائل النقل الدولي الأجدى اقتصادياً لتشجيع الانتقال عبر الحدود العربية المشتركة بأكثر من وسيلة. وتطمح المنظمة إلى تفعيل الاستثمارات السياحية بين الدول العربية، وتدريب وتأهيل الكوادر العربية في القطاع السياحي. وقد قامت من أجل تحقيق هذه الأهداف بتوقيع خمس إتفاقيات مبدئية تعتبر الخطوات الأولية لبدء نشاط وأعمال المنظمة، وهي إتفاقية إنشاء بنك الاستثمار السياحي برأس مال بلغ 2 مليار دولار، وإتفاقية إنشاء شركة للاستثمار السياحي العربي برأس مال قدره 500 مليون دولار، وإتفاقية إنشاء موقع (أجازتي) على شبكة الاتصالات والمعلومات الدولية تساعد السائح العربي على تنفيذ حجزه عبر الإنترنت، وإتفاقية مع معاهد "هرايزون العالمية والأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا" لتوفير بيئة تدريب خاصة تستطيع تأهيل كوادر جيدة في مجال السياحة، وإتفاقية مع قناة السياحة العربية في بيروت حتى تسهم في التعريف بالمنظمة ودورها نحو تطوير السياحة العربية.

## تنافسية السياحة في الوطن العربي

### مفهوم التنافسية السياحية

بحسب تعريف منظمة السياحة العالمية تعرف التنافسية السياحية، على أنها الزيادة في الإنتاج والتحسين في نوعية السلع والخدمات بما يرضي أذواق المستهلكين. كما تعرف أيضاً بقدرة الدولة على توليد ثروة وإمكانيات تتفوق بها على منافسيها في الأسواق العالمية، من خلال دمج الأصول (الموارد الطبيعية) مع عملية التصنيع (كالبنية التحتية) ومن ثم تحويلها إلى نتائج اقتصادية. بتعبير آخر، فإنه يمكن القول بأن خطط تسويق واستراتيجيات تعزيز القطاع السياحي تتضمن بشكل أساسي الأسعار، النوعية، الانطباع ونوعية الإدارة. فكتير من الدول تمتلك الميزة النسبية (أي الموارد الأولية للسياحة مثل الطبيعة، التراث والتاريخ، العلاقات التسويقية والثقافية، الأنشطة المختلفة، الفعاليات والمهرجانات) وتمتلك الميزة التنافسية (أي المصادر المساعدة كالبنى التحتية والتسهيلات المتوافرة).

وقد أصبحت السياحة في السنوات القليلة الماضية تخضع للكثير من التنافسية، وعليه فإنه من المهم قيام الدول أو المقاصد السياحية بقياس أو معرفة مدى تنافسيتها وحصتها في السوق العالمي، وذلك بغرض تحديد نقاط القوة ونقاط الضعف لديها، وبالتالي تطوير استراتيجيتها السياحية المستقبلية. ويمكن تحديد بعض الأسباب لقياس وتقدير العوامل المؤثرة في تنافسية المقاصد السياحية على النحو التالي (Kozak, 1999):

- بزوغ مقاصد جديدة في السوق العالمي.
- تزايد تأثير الإعلام ومنظمو الرحلات في السوق.
- أصبح السياح أكثر خبرة ومعرفة.
- أصبح السياح ومنظمو الرحلات أكثر اهتماماً بالبيئة وبالتسهيلات في المقصد السياحي.

ويضيف (Kozak) بأنه يمكن تقييم التنافسية كما ونوعاً، فيكون قياسها كما من خلال النظر إلى عدد السياح الوافدين كل عام، حجم الإيرادات الناجمة عن السياحة، مستوى إنفاق كل سائح، ومدة الإقامة (عدد الليالي). أما قياسها نوعاً فيعني درجة رضى السائح، وجود إعتراضات أو عدم وجودها، درجة الخدمة لدى القيمين على السياحة في البلد المضيف، ونوعية التسهيلات والخدمات وغيرها.

### مؤشرات الأداء السياحي في الدول العربية ودول المقارنة

وفقا لتعريف منظمة السياحة العالمية، فإن المؤشرات تقيس المعلومات والبيانات المتاحة عن النشاط السياحي، وتعمل على تقليل فرص عدم المعرفة أمام متخذي القرارات السياحية لتجنب اتخاذ القرارات غير الصائبة. ومن أجل تحديد قدرة المقصد السياحي على الاستدامة، فإن المؤشرات تلعب دوراً هاماً في مساعدة القائمين على النشاط السياحي لفهم وإدراك الروابط القائمة بين النشاط السياحي والأنشطة المتعلقة به، ومقدرة البيئة المحلية على احتواء الأثر الناتج عن هذه الروابط. وتأخذ معظم هذه المؤشرات شكل المقاييس الكمية (مثل أعداد أو أحجام أو معدلات التغير في هذه المقاييس).

وقد تم على مستوى دول الاتحاد الأوروبي ، إقتراح نحو 35 مؤشر معروف وشائع الاستخدام أطلق عليها اسم هيكل المؤشرات " ، وقد تمت الموافقة على هذا الهيكل من قبل المجلس الأوروبي<sup>(3)</sup> . ويتكون هذا الهيكل من مجموعة من المؤشرات ذات الصلة بالعمالة، والابتكار، والإصلاح الاقتصادي، والجانب الاجتماعي.

ويفسح إستخدام المؤشرات والأهداف المرجعية المجال لإجراء تقييم مفتوح للمقصد السياحي مع إمكانية إجراء المقارنة على المستوى الدولي ، ومن ثم إلقاء الضوء على مجالات التحسن وكذلك لتوفير الحافز الذي يشجع الحكومات على انتهاج سياسات إصلاحية في هذه المجالات بإرادة أقوى . وفي هذا الصدد، فإن المؤشرات تقدم أدوات جوهرية لمتابعة ومقارنة التطورات الحاصلة نحو تحقيق الأهداف المرجعية الموضوعية.

### مؤشر تنافسية السياحة (أسعار وتكاليف السياحة)

تنقسم الأسعار في القطاع السياحي إلى أسعار السلع والخدمات المرتبطة بجانب الطلب السياحي وهي أسعار المستهلك، وأسعار السلع والخدمات المحددة لتكاليف الإنتاج السياحي والمرتبطة بجانب العرض السياحي وتسمى أسعار تكاليف الإنتاج أو أسعار مدخلات السياحة . ويؤثر مستوى أسعار جانب الطلب على الإنفاق السياحي الذي يؤثر بدوره على تكاليف العرض السياحي بأسعار السلع والخدمات للاستهلاك الوسيط في إطار الأنشطة السياحية. وعليه، فإنه يمكن تقسيم مؤشرات الأسعار القياسية السياحية إلى صنفين أساسيين، هما: الأسعار القياسية من جهة الطلب (أسعار المستهلك) ، والأسعار القياسية من جهة العرض (تكاليف الإنتاج).

وتسمح الأسعار القياسية السياحية من جهة الطلب بقياس تقلبات الأسعار عبر الزمن بالنسبة لنوع محدد من الإنفاق السياحي، أو بمقارنة مستوى أسعار الإنفاق السياحي حسب المكان. ولذا فإنه يمكن تقسيم هذه الأسعار القياسية إلى فئتين هما: الأسعار القياسية - عبر الزمن، والأسعار القياسية - عبر الحدود. وتهدف أسعار الطلب السياحي القياسية عبر الزمن إلى قياس تغيرات الإنفاق السياحي- عبر الزمن- العائدة لتقلبات الأسعار. ونستطيع إجراء مقارنات في الأرقام الحقيقية للإنفاق السياحي بين الدول باستخدام الأسعار القياسية، في المكان، من جانب الطلب لأنها تحدد مستواها التنافسي.

وتجدر الإشارة إلى أن حساب الأسعار القياسية للسياحة الدولية، التي تقارن مستوى أسعار إنفاق السياحة بين الدول، هو أصعب من حساب مؤشرات الأسعار عبر الزمن، وذلك لضرورة الحفاظ على نوع من الانتقالية في مقارنات الأسعار المتعددة. ولذلك، فقد تم اقتراح استخدام كل من السعر المتوسط للإقامة في غرفة فندقية والرقم القياسي للقوة الشرائية لعملات دول العينة مقابل القوة الشرائية للدولار، حيث يعتبر أفضل البيانات المتاحة من حيث التوفر والشمولية والمنهجية من الرقم القياسي لأسعار المستهلك أو المطاعم، لأنه يعبر عن التنافسية النسبية بين الدول. وتشير القيمة 100 إلى أكثر الدول تنافسية في حين تمثل القيمة صفر أقل الدول من حيث التنافسية النسبية.

وفي هذا الصدد، تشير بيانات المؤشر إلى أن مجموعة كبيرة من الدول العربية تعرض أسعاراً تنافسية مقارنة بدول المقارنة، حيث جاءت مصر وتونس بعد ماليزيا التي تصدرت المجموعة ككل ولكن بفارق بسيط، ثم الأردن التي تجاوزت تشيلي، ثم اليمن والبحرين والمغرب ضمن المجموعة التي حققت نسبة تراوحت ما بين 50%-100%، في حين جاءت باقي الدول العربية ضمن المجموعة التي حققت نسبة تقل عن 50% مع كل من كوريا والبرتغال. الأمر الذي يعنى ضرورة مراجعة سياسات التسعير المعمول بها في هذه الدول، وكذلك ضرورة اهتمام السلطات الحكومية بسياساتها المتعلقة بمستويات التضخم والضرائب المفروضة. ومن المفهوم أن أسعار السياحة التنافسية تعتبر من أهم العوامل المؤثرة في الطلب على السياحة، ولكي تحافظ الدول العربية على حصتها من السوق السياحي العالمي وبمعدلات نمو مرتفعة في هذه الصناعة التنافسية، فإنه يجب عليها أن تقدم خدمات سياحية ذات مستوى جودة مرتفع عند مستويات أسعار مناسبة.

### مؤشر الأثر الاقتصادي للنشاط السياحي

نظرا لان قطاع السياحة يتكون من أنشطة غير متجانسة، حيث يشتمل على العديد من الأنشطة الاقتصادية المعتمدة على النشاط السياحي بشكل أساسي (الانشطة السياحية الأولية)، أو بشكل جزئي (الانشطة السياحية الثانوية)، أو بشكل غير مباشر (أنشطة وسيطة)، فقد تم بناء هذا المؤشر على مجموعة من المؤشرات الفرعية تمثلت في مؤشر الإيرادات السياحية كنسبة من الناتج المحلي الإجمالي، ومعكوس مؤشر نسبة المدفوعات السياحية في الناتج المحلي الإجمالي، ومؤشر القيمة المضافة لقطاع المطاعم والفنادق كنسبة من القيمة المضافة لقطاع الزراعة والصيد (القطاع الأولي)، وكذلك مؤشر أثر النشاط السياحي على العمالة السياحية (المباشرة وغير المباشرة).

وتشير بيانات مؤشر الأثر الاقتصادي للنشاط السياحي إلى أن الدول العربية أكثر تأثراً بشكل إيجابي من دول المقارنة من النشاط السياحي، حيث تصدرت تونس المجموعة تليها المغرب ومصر وموريتانيا والأردن متجاوزة البرتغال التي حققت نسبة 77.5%، ثم تأتي بعد ذلك مجموعة من الدول العربية متجاوزة ماليزيا تمثلت في كل من لبنان وسوريا وليبيا واليمن فالسعودية التي تلت ماليزيا بنسبة 50% تقريبا. ويرجع ذلك بشكل رئيسي إلى ارتفاع مدفوعات دول المقارنة بالمقارنة بجانب المتحصلات أو مدفوعات الدول العربية، وهو ما يؤكد تحقق صافي عجز في موازين النشاط السياحي الدولي لدى معظم دول المقارنة. بينما جاء باقي الدول العربية ضمن المجموعة التي حققت نسبة تقل عن 50% مع كل من جنوب أفريقيا وتشيلي وكوريا.

### مؤشر المشاركة السياحية

يقيس هذا المؤشر مدى مشاركة السكان المحليين - سواء بشكل مباشر أو غير مباشر - في الأنشطة السياحية. ويتم حسابه كنسبة مجموع عدد السائحين الوافدين والمغادرين من عدد السكان المحليين. ويعد مؤشراً جديداً إلا أنه يتماشى مع المؤشرات المتنوعة لبرنامج الأمم المتحدة للتنمية بغرض قياس تنمية الموارد البشرية. ونظرا لعدم توفر بيان عدد السائحين المغادرين في معظم الدول العربية والمقارنة، فقد تم استبعاده والاكتفاء بعدد السائحين الوافدين كنسبة من عدد السكان المحليين. وبذلك فإن المؤشر يدل على عدد المعاملات التي تتم بين السائحين الوافدين والسكان المحليين. ومن الطبيعي أن الدول المتميزة بقلّة عدد

سكانها، تعكس نسباً مرتفعة، حيث جاءت البحرين على القمة بنسبة أربعة سائحين لكل مقيم ثم الإمارات وقطر والبرتغال بنسبة 1:1، ثم تونس بنسبة 2:1.

### مؤشر البنية التحتية السياحية

يتكون هذا المؤشر من مجموعة من المؤشرات الفرعية، هي مؤشر طول الطرق المعبدة، مؤشر نسبة عدد السكان المحليين الذين يحصلون على رعاية صحية، مؤشر نسبة عدد السكان المحليين الذين يحصلون على مياه شرب نقية، مؤشر طول السكك الحديدية، مؤشر الطاقة الإيوائية معبراً عنها بعدد الغرف الفندقية والمنشآت المماثلة ومؤشر طاقة النقل الجوي معبراً عنها بعدد المسافرين. ويعكس هذا المؤشر مستوى تطور البنى التحتية السياحية، ويتراوح المؤشر بين القيمة صفر والقيمة 100، حيث تمثل القيمة صفر أضعف مستويات البنى التحتية السياحية، بينما تمثل القيمة 100 أعلى مستوياتها.

وفي مجال نوعية الطرق مقاسه بطول الطرق المعبدة لكل كيلومتر مربع من مساحة الاقتصاد المعني، فقد تحسنت بمعدل ملحوظ في لبنان لتصل إلى مستوى يضاهاها في البرتغال تقريباً، كما تحسنت في كل من جزر القمر وسوريا والكويت بمستويات تتجاوز المستويات المحققة في كل من جنوب أفريقيا وماليزيا وتشيلي من دول المقارنة. وقد حققت البحرين تميزاً واضحاً إذ بلغ المؤشر ما نسبته 100%. أما في كل من المغرب واليمن وتونس وقطر وعمان، فما زالت هذه النسبة منخفضة إلا أن المؤشر يبقى في هذه الدول أفضل منه في كل من مصر والأردن وجيبوتي وليبيا والجزائر والصومال والإمارات وموريتانيا والسودان.

وفي ما يتعلق بمؤشر عدد الغرف الفندقية، فتأتي ماليزيا على القمة بنسبة 100%، ثم تأتي كل من مصر وتونس والبرتغال والسعودية والمغرب بنسب تراوحت ما بين 50-100%، وتعكس الإمارات والجزائر نسبة تزيد عن 20% إلا أنها لم تصل إلى المستويات المحققة في كل من كوريا وجنوب أفريقيا وتشيلي التي تتجاوز لديها النسبة 30%. ويذكر أن كلا من ماليزيا ومصر وتونس والبرتغال تدخل ضمن أفضل خمسة وعشرون دولة على المستوى العالمي من حيث الطاقة الإيوائية.

أما بالنسبة لمؤشر حصول السكان على الرعاية الصحية، فتشير البيانات إلى تحسن ملحوظ في معظم الدول العربية، حيث تأتي كل من الإمارات وقطر بنسبة 100% على قمة الدول العربية والمقارنة. وتتراوح هذه النسبة ما بين 50-100% في كل من لبنان وليبيا والأردن والجزائر وتشيلي وعمان وتونس وسوريا ومصر وجنوب أفريقيا على الترتيب.

ويعرض مؤشر مياه الشرب تحسناً ملحوظاً في معظم الدول العربية، حيث تعرض لبنان أفضل المستويات بنسبة 100%، تليها مصر التي تعرض نسبة أفضل من تشيلي ثم جزر القمر التي تتجاوز المستوى المحقق في كوريا، ثم الأردن التي تعرض مستوى أفضل من المحقق في كل من الجزائر وجنوب أفريقيا. ولا تأتي من الدول العربية بنسبة أقل من 50% سوى موريتانيا التي تعرض نحو 38% فقط.

أما بالنسبة لمؤشر السكك الحديدية، فتعرض الدول العربية مستويات متواضعة مقارنة بكل من كوريا والبرتغال وجنوب أفريقيا، في حين يتجاوز المؤشر في كل من سوريا وتونس (30%) المستويات في كل من شيلي وماليزيا، إلا أن المؤشر المحقق في ماليزيا يبقى أقل من المحقق في مصر.

وفي مجال طاقة النقل الجوي معبراً عنها بعدد المسافرين ، فتعرض السعودية أفضل المستويات العربية، حيث تأتي بعد كوريا وماليزيا، ثم تليها الإمارات التي تحقق مستويات أفضل من تلك السائدة في كل من جنوب أفريقيا والبرتغال وتشيلي ثم تأتي بعد ذلك مصر. وتجدر الإشارة إلى أن الفارق بين كوريا كأفضل دولة وماليزيا التي تأتي في المركز الثاني، يعد كبيراً، حيث تعرض كوريا نسبة 100%، بينما تعرض ماليزيا نسبة 45%. وتعرض باقي الدول العربية مستويات منخفضة تقل عن 10%، كما تعكس كل من ليبيا والصومال والسودان وموريتانيا وجزر القمر معدلات متدنية للغاية .

وفي هذا الصدد، فإن الدول العربية تحتاج إلى تأكيد قربها الجغرافي من بعضها البعض ومن دول الاتحاد الأوروبي كأكبر سوق مصدر للسائحين الوافدين إلى المنطقة العربية بالحرص على توفير رحلات الطيران الكافية، وهو ما يعد العمود الفقري للنشاط السياحي لتعميق التكامل سواء على المستوى العربي أو على المستوى العربي الأوروبي في هذا المجال.

ويمكن دراسة قضية التكامل بين الشركات السياحية في الدول العربية والشركات الأجنبية من خلال قطاع النقل الجوي، الذي بدوره يمثل جزءاً هاماً من الإنفاق السياحي لأغراض العمل أو قضاء الإجازات. وفي هذا الصدد، فإن جميع الدول العربية تمتلك أسطولاً جويًا خاصاً بها يعمل في أسواق تحكمها قلة محتكرة، وذلك وفقاً للاتفاقيات الحكومية البينية التي تحكم مساراً محدداً. ومن ثم فإن مقدرة خطوط الطيران على المنافسة في مسارات تحكمها الاتفاقيات الثنائية تكون محكومة بالقيود المحددة لحصة السوق، بينما تقسم المسارات طويلة المسافة بتنافسية الأسعار وجودة الخدمة المقدمة من خطوط طيران عملاقة تنتمي إلى الدول المتقدمة. هذا ويلاحظ إنه قد تم تحرير معظم مسارات خطوط الطيران بين الدول العربية، إلا أن تسهيل التدفق السياحي في ما بين الدول العربية من جهة وبين الدول العربية والأقاليم الأخرى يستلزم تحقيق المزيد من المنافسة بين شركات الطيران، وخصخصة المطارات الرئيسية، وإنشاء منطقة للملاحة الجوية المدنية بين الدول العربية والأقاليم الأخرى وخاصة دول الاتحاد الأوروبي. ولعل نجاح لبنان في سياساتها نحو فتح سمائها يعكس أهمية هذه النقطة.

وفي ما يتعلق بالمؤشر الرئيسي للبنية التحتية السياحية، فقد تراوح المؤشر ما بين 50-100% في 13 دولة، تأتي على رأسها كوريا بنسبة 100% ثم البرتغال بنسبة 72%. وقد جاءت مصر ولبنان بنسب تجاوزت كلا من تشيلي وجنوب أفريقيا وماليزيا.

### مؤشر التقنية السياحية

يتكون هذا المؤشر من مؤشر عدد مستخدمي الشبكة الدولية الإلكترونية للاتصالات (الإنترنت) لكل ألف شخص، ومؤشر عدد خطوط الهواتف الثابتة لكل ألف شخص، ومؤشر عدد أجهزة التليفون الجوال لكل ألف شخص، ومؤشر نسبة حصيلة الصادرات التقنية من إجمالي حصيلة الصادرات المصنعة.

تشير البيانات إلى تراجع عدد خطوط الهاتف الثابت لكل ألف شخص خلال العام 2003/2002 في كل من جيبوتي والأردن والكويت وعمان وقطر وتشيلي وماليزيا والبرتغال، ويرجع ذلك إلى ثبات نسبي في عدد الخطوط في ظل تزايد عدد السكان. وتتصدر كوريا هذا المؤشر سواء من حيث معدل النمو أو عدد



الخطوط لتسجل ما يتجاوز 500 خط/ ألف شخص تليها البرتغال بمعدل يتجاوز 400 خط/ ألف شخص، ثم كل من الإمارات والبحرين وقطر وتشيلي بمعدل يتجاوز 200 خط/ ألف شخص.

وتشير البيانات إلى تزايد عدد أجهزة الهاتف الجوال لكل ألف شخص خلال العام 2003/2002 في كل الدول العربية والمقارنة. وتتصدر البرتغال هذا المؤشر لتسجل ما يقترب من 900 جهاز/ ألف شخص، تليها الإمارات وكوريا بمعدل يتجاوز 700 جهاز/ ألف شخص، ثم تأتي كل من البحرين والكويت وقطر وتشيلي بمعدل يتجاوز 500 جهاز/ ألف شخص. كما تشير بيانات عدد مستخدمي شبكة الإنترنت (لكل ألف شخص) إلى تدني مستويات الدول العربية مقارنة بكل من كوريا وماليزيا، في حين تتساوى إلى حد كبير مع دول المقارنة الأخرى المستويات السائدة في دول مجلس التعاون الخليجي (الإمارات وتشيلي) مع نظيراتها في دول المقارنة الأخرى قطر والبرتغال، في حين تتعدى كل من الكويت والبحرين ولبنان والأردن وعمان المستويات السائدة في كل من السعودية وجنوب أفريقيا.

أما بالنسبة للصادرات عالية التقنية كنسبة من الصادرات المصنعة، فتشير البيانات إلى تدني مستوياتها بالقياس بالمستويات السائدة في كل من كوريا وماليزيا، وإلى درجة أقل بالنسبة إلى البرتغال، في حين تتعدى المغرب المستويات السائدة في كل من تشيلي وجنوب أفريقيا، حيث تجاوزت النسبة فيها 11%، تليها تونس بنسبة تتجاوز 4%، ثم الجزائر ولبنان بنسبة تصل إلى أكثر من 2%، ثم الأردن وعمان بنحو 2% ثم مصر وسوريا والبحرين إلى أقل من 1%. وذلك وفقاً لبيانات عام 2003. وكان من الطبيعي في ضوء بيانات المؤشرات الفرعية أن تتصدر كوريا المؤشر الرئيسي للتقنية السياحية بفارق ملحوظ عن البرتغال أفضل ثاني دولة على مستوى المجموعة، ثم الإمارات بنسبة 64% التي تجاوزت تشيلي التي حققت 51%، ثم قطر وماليزيا فالكويت حيث تراوحت النسبة فيها ما بين 49 - 50%.

### مؤشر الانفتاح الاقتصادي مع الأخذ بالاعتبار الانفتاح السياحي الدولي

يتكون هذا المؤشر من: مؤشر متطلبات تأشيرة دخول الدولة كسائح، مؤشر الانفتاح السياحي الدولي، مؤشر الانفتاح التجاري الدولي ومؤشر التعريف الجمركية. ويعد مؤشر الانفتاح الجديد مؤشراً كلياً يتماشى مع الأدبيات الاقتصادية في مجال النمو الاقتصادي، حيث تعتبر درجة انفتاح الاقتصاد للتجارة الدولية أحد أهم محددات النمو الاقتصادي. ويتميز هذا المؤشر بأنه يأخذ في الاعتبار درجة انفتاح الاقتصاد للتبادل السياحي الدولي وهو ما كانت تفتقده مؤشرات الانفتاح الاقتصادي السابقة. وتشير البيانات إلى اعتلاء البحرين القمة متجاوزة كل من البرتغال وماليزيا، ويرجع ذلك إلى النسب المرتفعة في كل من الانفتاح التجاري السلعي والخدمي وانخفاض مستوى الحماية، ثم تونس التي تفوقت على جنوب أفريقيا، فالأردن والإمارات، حيث تجاوز كلاهما تشيلي، ثم جاءت كل من المغرب والكويت بأسبقية على كوريا، فجزر القمر وعمان ليحققا نسبة تجاوزت 50%.

### المؤشر الاجتماعي أو الثقافي

يتكون من: مؤشر التنمية البشرية، مؤشر أجهزة الحاسب الآلي، مؤشر أجهزة التلفزة ومؤشر الصحف والمجلات اليومية. ويتكون مؤشر التنمية البشرية بدوره من كل من مؤشر معدل العمر المتوقع عند



الولادة ، مؤشر الالتحاق بمراحل التعليم المختلفة (المتدرّس في المرحلة الابتدائية والإعدادية والثانوية)، مؤشر محو الأمية ومؤشر نصيب الفرد من الناتج المحلي الإجمالي.

وتشير بيانات عام 2000 المتعلقة بالصحف اليومية إلى تصدر كوريا بمعدل 462 صحيفة يومية لكل ألف شخص تليها الكويت بمعدل 457 صحيفة/ألف شخص . وتأتي كل من قطر والبحرين والإمارات والبرتغال في المراكز التالية على التوالي بمعدل يتراوح ما بين 100-170 صحيفة يومية/ألف شخص، ثم ماليزيا وتشيلي ولبنان والأردن ما بين 50-95 صحيفة يومية/ألف شخص. وتسجل باقي الدول العربية وجنوب أفريقيا معدلات أقل من 50 صحيفة يومية/ألف شخص، وتتذيل القائمة كل من الصومال وموريتانيا بمعدلات متدنية للغاية.

كما تتصدر أيضاً كوريا بيانات مؤشر عدد أجهزة الحاسب الآلي لكل ألف شخص بفارق كبير، حيث سجلت معدل 558 جهاز/ألف شخص، تليها كل من قطر وماليزيا والكويت والبحرين والبرتغال والسعودية والإمارات وتشيلي بمعدلات تتراوح ما بين 100-180 جهاز/ألف شخص. في حين تأتي باقي الدول العربية بالإضافة إلى جنوب أفريقيا لتسجل معدلات أقل من 100 جهاز، وتتذيل القائمة كل من موريتانيا والجزائر والسودان وجزر القمر بمعدلات متدنية.

ووفقاً لحدث بيانات متاحة حتى عام 2003 ، تتصدر عمان نسبة مؤشر عدد أجهزة التلفزة لكل ألف شخص ، حيث سجلت مع تشيلي معدلاً يفوق 500 جهاز/ألف شخص، تليها كل من كوريا وقطر والكويت والبحرين والبرتغال بمعدلات تتجاوز 400 جهاز/ألف شخص. وتأتي بعد ذلك كل من لبنان والسودان واليمن بمعدل يتجاوز 300 جهاز /ألف شخص، في حين تأتي كل من السعودية والإمارات ومصر بالإضافة إلى ماليزيا بمعدل منخفضة نسبياً لا يتجاوز 200 جهاز /ألف شخص . وقد جاءت باقي الدول العربية بالإضافة إلى جنوب أفريقيا لتسجل معدلات أقل من 200 جهاز ، وتتذيل القائمة كل من موريتانيا والصومال وجزر القمر بمعدلات متدنية للغاية. وتتصدر كوريا المؤشر الاجتماعي والثقافي الرئيسي بفارق ملحوظ عن الكويت أفضل ثاني دولة على مستوى المجموعة، ثم قطر والبحرين وتشيلي فالبرتغال حيث تراوحت النسبة في هذا الدول ما بين 50 - 100%.

## الخلاصة

رغم كل الثراء السياحي الذي يزخر به الوطن العربي، ورغم امتلاكه للمقومات السياحية التي تؤهله بأن يصبح أكثر المناطق العالمية اجتذاباً للسياحة العربية والأجنبية، إلا أن حصته من السياحة العالمية تعتبر متواضعة، كما أن موقعه على خارطة التنافسية العالمية لا يبدو جلياً، وذلك رغم ما حققته السياحة العربية من نمو خلال الأعوام القليلة الماضية.

فالدول العربية تشكل مهد الحضارة العالمية، ومكاناً يتضمن أكثر من تاريخ وحضارة عريقة، إضافة إلى احتضانه لمقومات أكبر ديارتين سماويتين في العالم وتوافر أسباب الراحة وروح الضيافة والفرص التجارية والاستثمارية الهامة، وتنوع المعالم السياحية في الوطن العربي. فالوطن العربي بموقعه الجغرافي الاستراتيجي يجعله مقصداً هاماً ومتنوعاً يشد إليه حركة السياحة العالمية، ويلبي مختلف رغبات السياح مهما تنوعت ثقافتهم وأذواقهم.

ومع وجود بعض المعوقات التي تشكل عائقاً أمام ازدهار السياحة العربية وتعزيز تنافسيتها مقابل المقاصد الأخرى في العالم، فإن وجود مخطط إستراتيجي سياحي عربي على مستوى الدولة وعلى المستوى الإقليمي العربي كفيل بوضع السياحة العربية في المكان الذي تستحقه. كما أنه نظراً للاتجاه العالمي نحو تحرير تجارة الخدمات، فإن تعزيز السياحة العربية البيئية سوف يساهم في زيادة حصة الدول العربية من عائدات السياحة العالمية، كما أنه سيكفل أيضاً حماية عوائد القطاع السياحي في كل بلد عربي على حدة.

## الهوامش

- (1) منظمة السياحة العالمية (سبتمبر 2004).  
 (2) نظراً لعدم توفر بيانات لأعداد السائحين النازحين سوى لاربعة دول عربية فقط (الجزائر والسعودية وسوريا وتونس) موزعة حسب دول المقصد السياحي، فقد تم الاعتماد في تقدير السياحة البيئية العربية على بيانات أعداد السائحين الوافدين المتوفرة لستة عشر دولة عربية فقط.  
 (3) المفوضية الأوروبية، مذكرة رقم 345/01، بروكسل (2001).

## المراجع العربية

- القحطاني، محمد بن مفرح (2002)، "السياحة في الوطن العربي ودورها في دعم التكامل الاقتصادي"، مجلة العلوم الاجتماعية، مجلد (30) العدد (3)، دولة الكويت.
- أبورباح، عبدالرحمن (1981)، "نحو سياسة وفلسفة جديدة للعمل السياحي العربي"، شؤون عربية، العدد (9)، نوفمبر، جامعة الدول العربية.
- البيكري، فؤاده عبدالمنعم (2004)، "التنمية السياحية في مصر والعالم العربي، الاستراتيجيات- الأهداف- الأولويات"، عالم الكتاب، القاهرة، جمهورية مصر العربية.
- الدليل السياحي العربي، الموقع على شبكة الإنترنت: [www.patdq.com](http://www.patdq.com).
- الروبي، نبيل (1988)، "اقتصاديات السياحة"، مؤسسة الثقافة الجامعية، الإسكندرية، جمهورية مصر العربية.
- عودة، وليد (2002)، "إقامة القطاع الخاص لمشروعات عربية سياحية مشتركة لدعم جذب السياحة الدولية والبنية- الحوافز والمعوقات"، أوراق اقتصادية، العدد (16)، الأمانة العامة للاتحاد العام لغرف التجارة والصناعة والزراعة للبلاد العربية.
- اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا "الاسكوا" (2001)، "خدمات السياحة في إطار الاتفاق العام بشأن التجارة في الخدمات"، أوراق موجزة (-10ب)، الإعداد للمؤتمر الوزاري الرابع لمنظمة التجارة العالمية (WTO)، الدوحة- قطر، 9-13 نوفمبر 2001.
- تهامي، سحر (2005)، "تنافسية السياحة في الوطن العربي: مقومات النمو والتحديات التي تواجه هذه الصناعة الواعدة"، ورقة خلفية لتقرير التنافسية للدول العربية، المعهد العربي للتخطيط، دولة الكويت.
- مجلة الاقتصاد والأعمال (2003)، سياحة بلا حدود، عدد خاص، السنة الخامسة والعشرون، أكتوبر، 8-16.
- الهيئة العليا للسياحة (2001)، "الأهمية والأثر الاقتصادي لتنمية قطاع السياحة: حالة المملكة العربية السعودية"، ورقة عمل قدمت في إطار ندوة الأثر الاقتصادي للسياحة مع تطبيقات على المملكة، أباها، 19-21 يونيو 2001.

## المراجع الأجنبية

Gooroochurn, N., Sugiyarto, G., (2003), "Competitiveness Indicators in the Travel and Tourism Industry", Christel DeHaan, Tourism and Travel Research Institute, Nottingham University Business School, Nottingham, NG81BB, England.

Kozak, M., (1999), "Destination Competitiveness Measurement: Analysis of Effectives Factors and Indicators", URL, <http://www.ersa.org/ersaconf/ersa99/papers/9284.pdf>.

Mc Dowall, A., (2001), "The Next Big Thing", MEED – Special Feature Tourism, Vol. 45, No. 3, January 19, 2001, pp. 31-36.

Mc Dowall, A., Dutta, A., (2002), "Finding a Places in it", MEED, Vol. 46, No. 31, August 2002, pp. 4-5.

Nijkamp, P., (1998), "Tourism, Marketing and Telecommunication A Road Towards Regional Development", Univesiteit, Amsterdam.

Robinson, K., (2003), "Tourism: It's About Tranaging Competitiveness. Too", International Trade Forum, The Magazine of International Trade Center, Issue 1/2003, pp.17-19.

Sinclair, M. T., (1998), "Tourism and Economic Development: A Survey", The Journal of Development Studies, Vol. 34, No. 5, June, 1998, pp. 1-51.

Stynes, D. J., (1997), "Economic Impact of Tourism", URL, <http://www.msu.edu/course/prr/840/econimpact/pdf/ecimpvoll.pdf>.

Tohamy, S., (2002), "The Competitive Position of the Tourism Industry in the MENA Region", in Globalization and Firm Competitiveness in the Middle East and North Africa, Samiha Fawzy (ed.), The World Bank, Washington, D.C.

Tohamy, S., Swinscoe, A., Stynes, D. J. (1999), "Estimating the Economic Impact of Tourism", Newsletter of the Economic Research Forum for the Arab Countries, Iran and Turkey, Vol. 6, No. 2, July/August, 1999, pp. 4-7.

World Tourism Organization, [www.World-Tourism.org](http://www.World-Tourism.org) .

World Trade Organization, [www.WTO.org](http://www.WTO.org) .

World Travel and Tourism Council, [www.WTTC.org](http://www.WTTC.org) .