

صناعة السياحة ودورها في الاقتصاد

Tourism industry and its role in the economy

صبيحي شهيّناز المدرسة الوطنية العليا للعلوم السياسية – الجزائر

Available online at <https://www.maspolitiques.com/ojs/index.php/ajps/article/view/87>

Abstract:

Tourism has become one of the most important and dynamic sectors across the world, due to its benefit from modern scientific and technical development, which touched on many aspects, especially services, which made it stand out as an integrated industry, and is even one of the largest industries in the world and one of the fastest growing economic sectors, due to the significant results achieved from In terms of flows and revenues and in terms of jobs that they create directly and indirectly because they are related and intertwined with many economic, social and cultural sectors, which prompted many countries to pay attention to this sector.

Resources from tourism have become more than 6% of global output, as they play an important role in the economies of some countries as an important source of national income, and tourism activities contribute about 10% of global output, which made the tourism sector ranks fourth in the world as a sector Export, after petroleum, chemicals and food, has the lead in the use and operation of air, sea and land transportation, and contributes about \$ 5 trillion annually to global exports. In the year 2014, the global tourism movement reached about 1100 million tourists, and the number is expected to increase in the year 2030 to 1800 One million tourists.

Key words: oil, tourism, economy, national income, exports.

ملخص:

أصبحت السياحة أحد القطاعات الأكثر أهمية وديناميكية عبر العالم، نظرا لاستفادتها من التطور العلمي والتقني الحديث والتي مست العديد من الجوانب وخصوصا الخدماتية، ما جعلها تبرز كصناعة متكاملة، بل وتعد من أكبر الصناعات في العالم وإحدى أسرع القطاعات الاقتصادية نموا وذلك لما تحققه من نتائج معتبرة من حيث التدفقات والإيرادات ومن حيث مناصب الشغل التي تحدثها بصورة مباشرة وغير مباشرة لارتباطها وتشابكها مع العديد من القطاعات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية، ما دفع العديد من الدول إلى الاهتمام بهذا القطاع.

فقد أصبحت الموارد من السياحة تمثل أكثر من 6% من الناتج العالمي، حيث تلعب دورا هاما في اقتصاديات بعض الدول كمصدر هام من مصادر الدخل القومي، وتساهم الأنشطة السياحية بنحو 10 % من الناتج العالمي، ما جعل قطاع السياحة يحتل المركز الرابع على مستوى العالم كقطاع تصديري، بعد البترول والكيماويات والأغذية، وله الصدارة في استخدام وتشغيل وسائل النقل الجوي والبحري والبري، ويساهم بنحو 5 تريليون دولار سنويا في الصادرات العالمية، وفي سنة 2014 بلغت حركة السياحة العالمية نحو 1100 مليون سائح، ومن المتوقع أن يرتفع العدد في سنة 2030 إلى 1800 مليون سائح.

الكلمات المفتاحية: بترول، سياحة، إقتصاد، دخل قومي، صادرات.

مقدمة:

في قرن ونصف من الزمن أصبحت السياحة أحد القطاعات الأكثر أهمية وديناميكية عبر العالم، نظرا لاستفادتها من التطور العلمي والتقني الحديث والتي مست العديد من الجوانب وخصوصا الخدماتية، ما جعلها تبرز كصناعة متكاملة، بل وتعد من أكبر الصناعات في العالم وإحدى أسرع القطاعات

الاقتصادية نموًا وذلك لما تحقّقه من نتائج معتبرة من حيث التدفّقات والإيرادات ومن حيث مناصب الشغل التي تحدثها بصورة مباشرة وغير مباشرة لارتباطها وتشابكها مع العديد من القطاعات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية، ما دفع العديد من الدول إلى الاهتمام بهذا القطاع.

فقد أصبحت الموارد من السياحة تمثل أكثر من 6% من الناتج العالمي، حيث تلعب دوراً هاماً في اقتصاديات بعض الدول كمصدر هام من مصادر الدخل القومي، وتساهم الأنشطة السياحية بنحو 10% من الناتج العالمي، ما جعل قطاع السياحة يحتل المركز الرابع على مستوى العالم كقطاع تصديري، بعد البترول والكيماويات والأغذية، وله الصدارة في استخدام وتشغيل وسائل النقل الجوي والبحري والبري، ويساهم بنحو 5 تريليون دولار سنوياً في الصادرات العالمية، وفي سنة 2014 بلغت حركة السياحة العالمية نحو 1100 مليون سائح، ومن المتوقع أن يرتفع العدد في سنة 2030 إلى 1800 مليون سائح.

ومن خلال هذه الورقة البحثية سنحاول التركيز على مكانة صناعة السياحة ودورها في الاقتصاد، وذلك من خلال التطرق إلى أهميتها في مختلف المجالات، وما هو واقع هذه الصناعة، وفيما يتمثل دورها في الاقتصاد الدولي والوطني؟ ومن ثم إعطاء بعض النماذج عن الإجراءات التي اتبعتها بعض الدول في تطوير هذا الصناعة.

وسنحاول الإجابة على هذه الإشكالية من خلال دراسة تتكون من مجموعة من المحاور:

المحور الأول: ماهية صناعة السياحة وأهميتها.

المحور الثاني: واقع صناعة السياحة في العالم

المحور الثالث: دور صناعة السياحة في الاقتصاد.

المحور الرابع: إجراءات بعض الدول لتطوير السياحة.

وفيما يلي نتناول كل محور على حده:

المحور الأول: ماهية صناعة السياحة وأهميتها

1- تعريف صناعة السياحة:

عرفها عدد كبير من الخبراء والباحثين والمهتمين بالسياحة، فتعددت هذه التعاريف وتناولت مفهوم السياحة تبعا لاختلاف وجهات النظر. وأول تعريف للسياحة جاء على يد الألماني "جوبير فرويلر Jobert Freuler" عام 1905م والذي اعتبرها "بأنها ظاهرة من ظواهر عصرنا تنبثق من الحاجة المتزايدة للراحة وإلى تغيير الهواء والإحساس بجمال الطبيعة، وإلى الشعور بالبهجة والمتعة من الإقامة

في مناطق لها طبيعتها الخاصة، وأيضاً إلى نمو الاتصالات على الأخص بين شعوب مختلفة من الجماعات الإنسانية وهي الاتصالات التي كانت ثمرة لاتساع نطاق التجارة والصناعة وثمره تقدم وسائل النقل".¹

وقد ركز هذا التعريف على الجوانب الإنسانية والنفسية أما الاقتصادي النمساوي "شوليرن" فقد عرفها بأنها "مجموع كل الظواهر ذات الطابع الاقتصادي التي تترتب على وصول المسافرين إلى منطقة ما أو دولة معينة وإقامتهم فيها ورحيلهم عنها وهي الظواهر التي ترتبط بالتبعية"²، وهذا التعريف ركز على الجانب الاقتصادي بالدرجة الأولى، إلا أنه ربط بين السياحة من ناحية والإقامة غير الدائمة وغير المرتبطة بأي سعي للربح المادي من ناحية أخرى.

كما نشر في نفس السنة مقالا "ايدموند بكارد" Edmond Picard وهو أستاذ بجامعة بروكسل، تحت عنوان "صناعة المسافر" وصف فيه مهمة السياحة ودورها كصناعة، بقوله "أنا المهمة التي تقوم بها السياحة والمدى الواسع التي تعمل فيه كل فروعها لا يتضح فقط من وجهة نظر أولئك السائحين ولكن من الوجهة المالية أي من جهة الأموال الوفيرة التي ينفقها السائح وينتفع بها أولئك الذين ينتقل إليها السائح ويتجول في بلدانهم وتكون الفائدة مباشرة لصناعة الفنادق وغير مباشرة عن طريق المصاريف التي ينفقها السائح لشباع رغباته سواء من أجل التعليم أو المتعة".³

وفي 1935 قدم العالم السويسري جلاكسمان R. Glucksman تعريف السياحة على أنها "مجموعة من العلاقات المتبادلة التي تنشأ بين الشخص الذي يتواجد بصفة مؤقتة في مكان ما، وبين الأشخاص الذين يقيمون في هذا المكان"⁴، وركز هذا التعريف فقط على العلاقات الإنسانية التي تنشأ بين السائح والسكان الأصليين.

وحسب "جون ميشو" وهو مسؤول في المجلس الأعلى للسياحة الفرنسي عرف السياحة بأنها "نشاط يحتوي على عمليتي إنتاج واستهلاك تحتم تنقلات خاصة بها خارج مقر الإقامة الأصلي ليلة على الأقل، حيث يكون السبب هو التسلية، التداوي، اجتماعات، زيارة المقدسات الدينية، تجمعات رياضية... إلخ".⁵

ومن العلماء العرب يعرفها "حسين كفاي" وهو باحث في الاقتصاد السياحي على أنها "حركة يؤديها الفرد أو مجموعة من الأفراد، بغرض الانتقال من مكان إلى آخر، لأسباب اجتماعية أو للترفيه أو لقضاء الإجازات أو لحضور المؤتمرات أو المهرجانات، أو للعلاج والاستشفاء، ليس بغرض العمل

والإقامة الدائمة ولا تدخل في السياحة الهجرة من بلد لآخر أو حتى للعمل المؤقت، كذا أعضاء السلك الدبلوماسي".⁶ ودقق هذا التعريف أكثر على أسباب التنقل السياحي.

لقد قامت حتى المنظمات الدولية والمؤتمرات الدولية العلمية للسياحة بجهود لإعطاء تعريف للسياحة فعلى سبيل المثال:

عرف مؤتمر الأمم المتحدة للسياحة والسفر الدولي الذي انعقد في روما عام 1963 م بحيث قرر أن السياحة "هي ظاهرة اجتماعية وإنسانية تقوم على انتقال الفرد من مكان إقامته الدائمة إلى مكان آخر لفترة مؤقتة لا تقل عن أربع وعشرين ساعة ولا تزيد عن اثني عشر شهرا بهدف السياحة الترفيهية أو العلاجية أو التاريخية. وهي تنقسم إلى نوعين: سياحة خارجية وسياحة داخلية".⁷ شمل هذا التعريف عدة جوانب، حيث نظر إلى السياحة على أنها ظاهرة اجتماعية وإنسانية، كما حدد مدة السياحة وميز بين السياحة الداخلية والخارجية، في حين أغفل عن الجانب الاقتصادي للسياحة.

ومؤتمروا والسياسة الذي انعقد بكندا في جوان 1991 م عرفها كما يلي: "هي الأنشطة التي يقوم بها الشخص المسافر إلى مكان خارج بيئته المعتادة لمدة أقل من فترة معينة من الزمن وأن لا يكون غرضه من السفر ممارسة نشاط يكتسب منه دخلا في المكان الذي يسافر إليه".⁸ وهذا التعريف ابعد السفر داخل مكان الإقامة أو السفر لمدة قصيرة من الزمن، وان لا يكون السفر لغرض ممارسة نشاط يكتسب منه دخلا.

وعرفت الأكاديمية الدولية للسياحة أن "السياحة هي تعبير يطلق على رحلات الترفيه، أو هي مجموع الأنشطة الإنسانية المعبأة لتحقيق هذا النوع من الرحلات، وهي صناعة تتعاون على سد حاجيات السائح".⁹ هذا التعريف ربط السياحة بالرحلات والترفيه إلا أنه أعطى لها بعدا اقتصاديا واضحا إذ اعتبرها كصناعة تهدف إلى سد حاجات السائح.

نلاحظ من خلال هذه التعاريف أن هناك اختلاف واضح لتعاريف السياحة، وهو ناتج عن تطور دور السياحة في المجتمع جعل المنظمة العالمية للسياحة خلال اجتماعها المنعقد في مارس 1993 تضع تعريف خاص بالسياحة فعرفت بأنها عبارة عن: " نشاط فرد يسافر، ويستقر خارج مكان إقامته الأصلي لفترة لا تزيد عن العام، للترفيه أو العمل التجاري، أو أي غرض من الأغراض التي تلبي رغبات الفرد واحتياجاته".¹⁰

وبناء على مختلف التعاريف يمكننا القول بان السياحة هي نشاط إنساني يؤدي إلى خلق علاقات بين الإنسان وأخيه الإنسان في نفس المنطقة الجغرافية أو خارجها. ويتضمن التنقل والإقامة المؤقتة بتلك المناطق والتي يسعى من خلالها الزائر أو السائح إلى تلبية حاجاته ورغباته السياحية.

وانطلاقاً من هذا التعريف فإن السياحة هي أكثر من صناعة خدمتية بل هي ترابط وتوافق معقد بين صناعات ونشاطات مختلفة تتوزع بين الإرث التاريخي، جمال الطبيعة، المناخ، عادات وتقاليد، الفنادق، النقل، الطعام، ... وكل هذا الترابط مبني على العوامل الأساسية والتي هي الإنسان، الطبيعة والزمن. وهكذا فإن السياحة تؤثر وتتأثر بالمحيط الاجتماعي، الثقافي، الاقتصادي، السياسي، البيئي والتكنولوجي.

ويتضح لنا أننا نحتاج إلى وجود أشكال جديدة من الأبحاث المتعلقة بالسياحة من أجل فهم هذه الظاهرة التي لا يوجد تعريف محدد لها، حيث أنها تتطور بشكل مستمر وبعيدة كل البعد عن الجمود أو الثبات على شكل بعينه.¹¹

2- مقومات صناعة السياحة:

بعد أن أصبحت السياحة من الروافد الأساسية لاقتصاديات الدول ومصدراً هاماً من مصادر الثروة والنقد الأجنبي اللازم لإقامة مختلف الاستثمارات أصبح بالإمكان اعتبارها صناعة ثقيلة للخدمات مستوفية لكل مقوماتها فكل صناعة هي تقوم على عناصر الإنتاج الخمسة الضرورية وهي: المادة الخام، رأس المال، العمل، التنظيم والتكنولوجيا.

أ - المادة الخام والأرض: هي المقومات السياحية سواء كانت طبيعية أو مصنعة الموجودة في دول السياحة، والمتمثلة أساساً في الموقع الجغرافي والمناخ والآثار التاريخية والمنشآت القاعدية مثل الطرقات ووسائل النقل

والفنادق والمنتجعات السياحية وغيرها من المقومات الأخرى للنشاط السياحي تمثل المادة الخام لصناعة السياحة

والتي تعتمد عليها الدول لتحقيق الجذب السياحي وتظهر الفرق بين دولة وأخرى.

ب - أمراًسالمال: يتمثل في الأموال الضرورية لإقامة الاستثمارات السياحية من فنادق وشق الطرقات وتوفير مستلزمات النقل والمطاعم والمقاهي، وكذا المناطق السكنية السياحية بالإضافة إلى الأموال اللازمة للقيام بنشاط الترويج السياحي وتوفير المنتجات التقليدية التذكارية...

ج- العمل: يتمثل في العنصر البشري العامل في قطاع السياحة سواءً في الفنادق ومختلف المؤسسات السياحية

أو في الوكالات السياحية ومؤسسات النقل السياحي ومختلف ميادين الأنشطة التي لها علاقة مباشرة بالسياحة

(أي بمعنى أدق كل عمال قطاع السياحة).¹²

د- أما عنصر التنظيم: فإنه يرتبط بمختلف المهارات والقدرات المتعلقة بطرق تنظيم وإدارة المؤسسات السياحية والتي تعتبر محددًا رئيسيًا لتحقيق تنافسيتها على المستوى الدولي وكذلك قدرتها على اجتذاب المستهلكين لاسيما الجدد منهم وتحقيق رضا هذا الأخير من أجل إعادة الزيارة عدة مرات.

و - التكنولوجيا: تعبر عن كل التطورات الحاصلة في الميدان السياحي لاسيما في ميدان الاتصالات السلكية

واللاسلكية وطرق الحجز الإلكتروني والنقل بمختلف أنواعه وتطور كل الأنشطة التي من شأنها ضمان راحة السائح.

3- أهمية الصناعة السياحية:

تمثل السياحة ظاهرة سلوكية وإنسانية عامة أصبحت من أهم الظاهر المميزة لعصرنا، لما تتمتع به من أهمية في جوانب عديدة منها السياسية والاقتصادية، الاجتماعية نستعرضها فيما يلي:

أ- الأهمية الاقتصادية للسياحة: تعتبر السياحة في ميزان المدفوعات من الصادرات غير المنظور حيث تدرج كعنصر من عناصره تحت عنوان السياحة في المجموع الجزئي لميزان السلع والخدمات، ويتم تقدير الإيرادات والمصاريف الخاصة بالسياحة عن طريق تقدير معدل الإنفاق اليومي خلال الأيام التي يقضيها المواطنون السياح بالخارج والتي يقضيها الأجانب داخل الدولة المعينة، وهذا طبعا استنادا إلى المعلومات المقدمة من طرف الفنادق ووكالات السياحة والسفر والبنوك.

ولقد أصبحت السياحة الآن ميدانا للتنافس الشديد بين الدول نظرا لقدرة تأثيرها غير المحدودة على اقتصاديات الدول وبخاصة الدول النامية التي تعاني من نقص ملحوظ في النقد الأجنبي، بما أنها عملية انتقال العملات من الدول المصدرة إلى الدول المستوردة للسائحين بواسطة السياح أنفسهم، وفي نقص المدخرات عن الاحتياجات الاستثمارية، ولا شك أن الوعي الكامل بأهمية السياحة وحيويتها يساعد على تعظيم الدور الذي تلعبه في تحقيق التنمية الشاملة وفي تعاون جميع الجهات وأجهزة السياحة المختلفة في أداء رسالتها. فالنشاط السياحي يساهم في دعم الاقتصاد الوطني بشكل مباشر، من خلال الدخل

المتولد عن السياحة مما يؤدي إلى تضاعفه عدة مرات (ما بين 1-6 أضعاف) حسب أوضاع الاقتصاد والسياحة والترابط بينهما.¹³ كما تؤدي النشاطات السياحية إلى الاهتمام بالبعد المالي للمعطيات سواء كانت طبيعية أو من صنع الإنسان وهذا ما يشكل دافعا للمحافظة عليها وصيانتها وترميمها، حيث أن النشاط السياحي يكون مسبوق بالإعداد العمراني والحضاري، والدخل السياحي يساهم في تغطية نفقات هذا التعمير والتهيئة التي تساهم في دعم وتنشيط الحركة الاقتصادية.¹⁴

كذلك إن تنوع السياحة وتعددتها أدى إلى بروز علاقات اقتصادية بين الدول كنتيجة لها، فسياحة الأعمال والمشتريات مثلا غرضها تجاري وتؤدي إلى توقيع صفقات تنتج علاقات اقتصادية بين الطرفين المتعاقدين كما أنها عامل للتعريف بمنتجات و سلع البلد لدى السائح.

- الأهمية السياسية للسياحة: تتضح الأهمية السياسية في رد الفعل المباشر من تعامل الدول مع بعضها البعض والزيارات السياحية المتبادلة بينهم، حيث أصبحت تمثل أحد الاتجاهات الحديثة لتقليل حدة الصراعات والخلافات الدولية التي تنشأ بين الدول المتنازعة أو المتحاربة لذلك فإن السياحة أصبحت رمزا من رموز السلام والتآخي بين الدول من خلال مساهمتها في تحقيق التقارب السياسي بين الدول وشعوب العالم من خلال الحركة السياحة القادمة إليها بشكل مستمر وكثيف. كما ساعدت في كسب الرأي العام العالمي وتأييده لمختلف القضايا الدولية والعالمية وهذا واضح في مواقف كثيرة وحل الكثير من المنازعات والمشكلات¹⁵، وخير دليل الشعار الذي رفعته المنظمة العالمية للسياحة سنة 1967 بعنوان "سياحة جواز سفر للسلام"، بالتالي أصبحت هذه الصناعة احد العوامل مهمة في اختراع التضامن الإنساني.

ج- الأهمية البيئية للسياحة: إن العلاقة بين البيئة والسياحة علاقة متكاملة أساسية، وللوصول إلى تنمية سياحية متواصلة لابد من استغلال الموارد البيئية استغلالا امثل وعدم الضغط على المواد الطبيعية قصد تحقيق المنظومة المتكاملة بينهما، وتبرز هذه الأهمية فيما يلي:

- تحديد قيم وأهمية الحفاظ على البيئة الطبيعية، فالسياحة تقدم المال والحوافز للترميم وتجديد الأبنية التاريخية والتقليدية، وتوفر الدعم للحدائق الوطنية و المناطق المحمية.

- توفر السياحة الحوافز لتنظيف البيئة من خلال مراقبة الهواء والماء والتلوث وغيرها من المشاكل، كما تساهم في تحسين الصور الكمالية للبيئة من خلال برنامج تنسيق المواقع والتصاميم المناسبة واستخدام اللوحات التوجيهية وصيانة المباني.¹⁶

- إن تطور وازدهار السياحة كان نتاجا لتفاعلها مع البيئة والمكان حيث لمناظر الرائعة، المناخ المعتدل والبحار والأنهار والشواطئ، ذلك ساعد على توسيع قاعدة السياحة الدولية الداخلية.

والتفاعل بين البيئة والإنسان هو المحرك الأساسي للنشاط السياحي، فالإنسان يتفاعل مع الظروف الطبيعية والاقتصادية والاجتماعية والحضارية ويؤثر في البيئة الطبيعية عمدا وعن غير عمد فهو لديه القدرة على إدارة وتقييد البيئة والسيطرة عليها سواء -للأحسن أو الأسوأ- وهو بذلك يؤثر في التركيب الأيكولوجي للبيئة.

د- الأهمية الاجتماعية للسياحة: ترتبط السياحة ارتباطا وثيقا بالمجتمع حيث يتفاعل السائحون كأحد مدخلات النظام السياحي مع البيئة الاجتماعية في دولة الزيارة لكي ينتج في النهاية الآثار الاجتماعية المختلفة التي تتمثل في بعض الجوانب العامة مثل:

- التوازن الاجتماعي حيث تتقارب الطبقات الاجتماعية من بعضها البعض نتيجة لزيادة دخول الأفراد والعاملين في الحقل السياحي بشكل مباشر وغير مباشر مما يؤدي إلى توازن المجتمع.

- النمو الحضاري نتيجة للحركة السياحية المتزايدة حيث تتجه الأنظار والاهتمامات دائما إلى العمل نحو الارتقاء بالقيم الحضارية والمعالم السياحية بها وإنشاء معالم حضارية جديدة لكي تظهر الدولة بالمظهر اللائق بها كدولة سياحية لها وزنها العالمي، فالسياحة بذلك تعتبر سببا رئيسيا من أسباب الرقي الحضاري من حيث الاهتمام بالمقومات السياحية الأثرية المنتشرة في معظم المناطق السياحية وكذلك الطبيعية التي تتميز بها الدول.

- تعد السياحة أحد أهم أسباب التطور الاجتماعي في الدول، حيث تتاح الفرصة أمام أفراد المجتمع المحلي للتعرف على الأفكار والاهتمامات والثقافات الأجنبية المغايرة، وذلك يؤدي إلى مساعدتهم على اكتساب الكثير من الخبرات والقيم السائدة والسليمة والبناء والموضوعية في الحياة، بالإضافة إلى تكيف تلك الخبرات مع قيمهم وعاداتهم مما يساعدهم على الانفتاح على العالم الخارجي.

وهكذا تطورت السياحة وأصبحت ظاهرة اجتماعية تعمل من خلال انتقال الأفراد بمختلف ثقافتهم وأجناسهم ودياناتهم وأذواقهم على إيجاد نوع من التوافق الاجتماعي بين هؤلاء، مما يؤدي إلى إيجاد نوع من التوازن الاجتماعي سواء على المستوى الدولي أو على مستوى الدولة الواحدة كما تؤدي إلى تنمية الأذواق والثقافات وتبرز أهمية السياحة الاجتماعية والثقافية.

هـ- الأهمية الثقافية: تمثل السياحة وسيلة حضارية اجتماعية لنقل وتبادل الثقافات والحضارات بين الشعوب العالم المختلفة فإن طريقها يتحقق التبادل الثقافي بين الدول السياحية وبعضها البعض، حيث

تنتقل اللغات والمعتقدات الفكرية والآداب الفنون ومختلف ألوان الثقافة عن طريق الحركة السياحية الوافدة إليها، فتؤثر فيها ثقافيا وتتأثر هي أيضا بما في الدول السياحية من ثقافة وحضارة، وبذلك يتحقق التأثير الثقافي للسياحة الذي يمثل محورا هاما من محاور التنمية في المجتمع.

ويعد الوعي بالتبادل الثقافي أحد أهم التأثيرات الايجابية للسياحة حيث يعمل على تنمية التفاهم بين الشعوب من أهم الثقافات المختلفة، والآن أصبحت الفرصة متاحة لتبادل المعرفة والأفكار والعادات أكثر من أي وقت مضى في التاريخ، ولم تصبح السياحة إشباعا للفضول وحسب وإنما هي تعمل على اكتساب الاحترام والتعاون المتبادل والمثمر وتبادل المعارف والقيم الثقافية.

وتؤدي السياحة كذلك إلى الاهتمام بالقيم الجمالية والمعالم الفنية في الدول المستقبلية للسياحة ، ويكون ذلك من خلال الفنون والمهارات الخاصة بهم، مثل الرقص الشعبي والاحتفالات الخاصة بالأعياد، هذا بالإضافة إلى إحياء بعض العادات والتقاليد التاريخية أو الدينية للجماعات المحلية، وذلك من خلال قضائهم لأعمالهم اليومية وأنشطة أوقات الفراغ، حيث يجذب ذلك السياح ويحبون أن يشاهدوا ذلك على الطبيعة.

إن التراث الاجتماعي الذي يرثه أعضاء المجتمع من الأجيال السابقة، فالسمات الثقافية لها قدرة هائلة على الانتقال عبر الزمن، بل والأكثر من ذلك أن ملامح الثقافة وسماتها تنتقل بالفعل من مجتمع لآخر نتيجة الهجرة أو غيرها من وسائل الاتصال الثقافي.¹⁷ فاستخدام الثقافة إذن كمشوق سياحي يؤدي إلى دعم الثقافة السائدة ونشر الهوية العرقية وإحياء الفنون والتراث واللغة.

المحور الثاني: واقع صناعة السياحة في العالم:

ظهر نشاط السياحة الدولية، خلال العقود الخمس الماضية، كواحد من أكثر الصناعات الواعدة عالميا وذلك من خلال ما يضيفه من حركية على الاقتصاد العالمي. ولعل من أهم مظاهر تعاظم أهمية هذا النشاط نشير إلى تزايد عدد السياح الدوليين وذلك بمتوسط سنوي بلغ 6.4% خلال الفترة 1995-2000، كما قدر متوسط النمو السنوي لعوائد السياحة الدولية خلال الفترة ذاتها نحو 11%، كما وفر قطاع السياحة خلال عام 2006 نحو 230 مليون منصب عمل، أي ما نسبته 8 % من التشغيل العالمي، وذلك بما يعادل منصب عمل واحد من 12 يتأتى من السياحة، كما سجلت خلال العام ذاته عائدات بقيمة 800 مليار دولار ونحو 5% نسبة النمو للسياحة العالمية سنويا، بما يفوق 1.3 من النمو العام للاقتصاد العالمي.

أما في عام 2007 وتحديداً خلال السداسي الأول منه فقد سجلت السياحة العالمية نحو 250 مليون سائح وهو ما يمثل معدل زيادة قدره 6% مقارنة بالفصل الأول من سنة 2006. ويعتبر حوض البحر الأبيض المتوسط الوجهة العالمية الأولى للسياح بحيث تشير التوقعات إلى إمكانية استقبال نحو 400 مليون سائح في غضون 2020¹⁸.

وعلى اعتبار أن السياحة نشاطاً كغيره من الأنشطة فهو شديد الحساسية أمام التقلبات والاضطرابات التي يشهدها العالم، وخير دليل الأزمة الاقتصادية العالمية التي عصفت بالعالم في 2008 بوصفها أسوأ أزمة مالية عصفت بالاقتصاد العالمي منذ الحرب العالمية الثانية، تجدر الإشارة إلى أنها تسببت في تضخيم الآثار السلبية على قطاع السياحة إذ انتقلت عدوى الأزمة من الاقتصاديات المتقدمة إلى الأقاليم الأكثر استقطاباً للسياحة بالأمريكتين وأوروبا لهذا تمت ترجمة خفض الصرف في قطاعي الأسر والأعمال بصورة تلقائية إلى انخفاض ملحوظ في الطلب السياحي.

واستناداً إلى بيانات منظمة السياحة العالمية لم تتأثر جميع الأقاليم والبلدان بنفس القدر من الآثار العكسية التي تسببت فيها الأزمة المالية العالمية 2008-2009، فقد تأثرت الأقاليم المتقدمة في الأمريكتين وأوروبا سلباً بأكثر من الأقاليم الأخرى النامية، وتوقعت المنظمة أن تسجل مناطق شرق آسيا والمحيط الهادئ والشرق الأوسط وأفريقيا معدلات نمو تزيد على 5% سنوياً، مقارنة بالمتوسط العالمي البالغ 4.1% بعد الأزمة.

واعتبر الخبراء أن السياحة يمكن أن تكون عاملاً رئيسياً لإخراج العالم من حالة الركود الاقتصادي، وقد مهد الانتعاش الاقتصادي المبكر في أواخر عام 2009 الطريق لإحداث التحسن في قطاع السياحة العالمية وخاصة في الأقاليم النامية والناشئة مع تدفق السياح في النصف الثاني من 2009، وتسجيلهم لزيادات إيجابية في الشرق الأوسط وآسيا والباسيفيكي بنسبة 3.6% و 3.5% على التوالي، وبالرغم من التحركات الإيجابية لنشاط القطاع السياحي في النصف الثاني من عام 2009، إلا أن عوائد السياحة الدولية تأثرت كثيراً جراء الأزمة المالية العالمية وخاصة في عام 2009، وكان هذا واضحاً لدى البلدان العشرة الأوائل حسب عوائد السياحة الدولية، والتي شكلت ما نسبته 41.2% من الإجمالي العالمي للعوائد السياحية في 2009. لكن في عام 2010 ارتفعت العائدات السياحية إلى 928 مليار دولار، وواصلت ارتفاعها في السنوات اللاحقة وحسب بيانات منظمة السياحة العالمية فإن عدد السائحين في العالم سنة 2015 بلغ رقم قياسي بنحو 1.2 مليار فرد مقارنة بعام 2013م، حيث كانت الأعداد مليارات و 87 مليون سائح، وتمثل معدل زيادة بنسبة 4% عن العام السابق.

هذا ما أكد أن السياحة باتت مصدر دخل قوي لاقتصاديات الدول حيث تشكل من خلال أرقام العام الماضي نحو 30% من إجمالي صادرات العالم من الخدمات و6% من إجمالي صادرات السلع والخدمات، كما ساهم قطاع السياحة في النمو الاقتصادي وخلق فرص عمل جديدة في كثير من دول العالم، بلغ في دول الشرق الأوسط وأفريقيا نسبة 3% وفي آسيا وأمريكا اللاتينية 4%، وفي أوروبا وأمريكا 5%.

وارتفاع الطلب العالمي على المنتج السياحي كان لعدة عوامل منه: التذبذب الشديد في أسعار الصرف وانخفاض أسعار البترول وارتفاع أسعار السلع أخرى استراتيجية مثل القمح، مما ساعد على زيادة الطاقة الاستيعابية لكثير من الدول، بينما ضعفت قدرات الدول المصدرة، كما ارتفعت أرباح شركات التأمين والحراسة والأمن. بالإضافة إلى أن تطور السياحة يتوقف على جهود جماعية لإقرار السلام والأمن، ومن هنا يصبح تأمين السياحة جزء من الأمن القومي للدولة.

من نتائج دراسة لمنظمة السياحة العالمية أنه من المنتظر حدوث تطور إيجابي لحركة السياحة العالمية بعد سنة 2016 بمعدل نمو يصل إلى 5% في المتوسط. وفي سوق السياحة العالمية تأتي الصين وبريطانيا والولايات المتحدة في المراتب الأولى لأنه في سنة 2015 ارتبط الإنفاق السياحي بقوة عملات هذه الدول.

وقد تضاعف الإنفاق السياحي للصين منذ سنة 2014 بصفة خاصة في اتجاه أمريكا واليابان، وعلى العكس من ذلك فقد تراجعت حركة أسواق السياحة في روسيا والبرازيل رغم انخفاض قيمة عملاتها الوطنية مقابل الدولار الأمريكي واليورو الأوروبي، ارتفع الإنفاق السياحي في أمريكا بنسبة 9% وفي بريطانيا بنسبة 6% وكان الإنفاق السياحي متواضعا نسبيا في ألمانيا وإيطاليا وأستراليا بنحو 2%، بينما كان الطلب السياحي في كل من فرنسا وكندا ضعيفا.¹⁹

في دراسة لمنظمة السياحة العالمية أن السياحة صناعة كثيفة العمل وذات أثر مضاعف على 70 صناعة وخدمة مغذية ومكملة، وهي توفر فرص عمالة في أنشطة ومهن متعددة بشكل مباشر وغير مباشر، وطبقا لبيانات المنظمة فإن عدد السائحين على مستوى العالم قد ارتفع حتى منتصف 2015 بنسبة 4% ليلعب نحو 538 مليون سائح بزيادة 21 مليون عن نفس الفترة من العام السابق، وقد بلغت نسبة الزيادة في بلدان أوروبا وآسيا والباسيفيك والشرق الأوسط 5% وفي الأمريكتين 4% وما زالت الظروف السياسية والأمنية تلعب دورا هاما في نمو حركة السياحة العالمية، كما تأثر الطلب على السياحة العالمية بانخفاض أسعار البترول وتذبذب أسعار الصرف لمختلف العملات.

وطبقا لتنبؤات منظمة السياحة العالمية من المنتظر نمو حركة السياحة العالمية في المتوسط بنسبة 2% خلال الفترة 2010-2020 وكانت البلاد الأوروبية أكثر مناطق العالم في نمو حركة السياحة الدولية بنسبة 5%، ولعل أحد أسباب ذلك ترجع إلى انخفاض قيمة اليورو مقابل العملات الدولية الأخرى، وأدى نجاح الإصلاح والتحول الاقتصادي الليبرالي في دول وسط وشرق أوروبا إلى نمو حركة السياحة فيها إلى 6% وفي غرب وشمال أوروبا إلى 5% وهو أعلى من متوسط النمو العالمي الذي بلغ 4²⁰%، وبالنسبة للدول الفقيرة الأقل نموا تساهم السياحة بنحو 7% من الصادرات السلعية والخدمات، وحوالي 10% من الصادرات غير البترولية.

لقد شهد العالم تطورا كبيرا لعدد السياح من جهة، وللأموال التي ينفقونها في رحلاتهم من جهة أخرى، خلال السنوات والعقود الماضية، والجدول التالي يبين ذلك

جدول رقم (01): يبين تطور عدد السياح من 1950-2020.

السنوات	عدد السياح (المليون)	الإنفاق (مليار دولار)
1950	25	2

7	69	1960
18	166	1970
105	286	1980
267	459	1990
560	698	2000
1550	1018	2010
2000	1600	2020

المصدر: المنظمة العالمية للسياحة 2015.

يبين الجدول التطور المتزايد لعدد السياح على مدى سبعة عقود من الزمن حيث كان عددهم سنة 1950 يقدر بنحو 25 مليون سائح، ليرتفع إلى حوالي 1018 مليون سائح سنة 2010، ومن المتوقع إرتفاع العدد إلى 1600 مليون سائح سنة 2020 أي بنسبة زيادة حوالي 57%، كما أن الأموال التي ينفقها السياح في رحلاتهم متزايدة، حيث قدرت بنحو 2 مليار دولار سنة 1950 ثم تضاعفت بشكل كبير إلى 1550 مليار دولار سنة 2010، كما يتوقع أن يرتفع إنفاق السياح عالميا إلى 2000 مليار دولار سنة 2020 وذلك بنسبة نمو تقدر بنحو 29%.

حدث خلال العقود السبعة الماضية تطور كبير في أعداد السياح وإنفاقهم حتى غدت السياحة الصناعة الأولى في العالم وشملت جميع البلدان، وبالدرجة الأولى الدول الصناعية المتطورة كفرنسا والولايات المتحدة الأمريكية وأسبانيا وألمانيا، وأصبحت السياحة تلعب دورا أساسياً في التنمية الاقتصادية والاجتماعية، إذ أن كل شخص يعمل مباشرة في قطاع السياحة يشكل فرص عمل جديدة لتشغيل أشخاص بصورة غير مباشرة للقطاعات الاقتصادية الأخرى.

المحور الثالث: دور صناعة السياحة في الاقتصاد

تعتبر السياحة عاملا قويا من عوامل التنمية والتقدم الاقتصادي، وتختلف مكانتها في اقتصاديات الدول من دولة لأخر، لكن يجمع كل الباحثين والاقتصاديين أن التأثير الاقتصادي للسياحة يعد من أهم

التأثيرات على الإطلاق، فمنذ سنة 1985 م أصبحت السياحة أكبر صناعة في العالم حسب إحصائيات الأمم المتحدة وأصبحت الجوانب الاقتصادية لصناعة السياحة أحد المكونات الرئيسية في الهيكل الاقتصادي للعديد من الدول وذلك لدورها المهم في تجميع العملة الصعبة وتوفير مناصب الشغل. وعليه يمكن توضيح دور الصناعة السياحية في الاقتصاد فيما يلي:

1- دور الصناعة السياحية في التنمية:

تساهم الصناعة السياحية في تحفيز الأنشطة الاقتصادية الأخرى وبالتالي أصبح لها دور أساسي في التنمية الاقتصادية والاجتماعية، ، بالإضافة إلى نمو الاستثمارات السياحية من شأنه أن يؤدي إلى الاستغناء عن استيراد الكثير من السلع والخدمات من الخارج والاعتماد على السوق المحلي في التمويل والتمويل مستقبلا، كما أن عائد الاستثمار في القطاع السياحي أسرع وأكبر منه في قطاعات أخرى. وقد شكل القطاع السياحي أحد العناصر الأساسية في التنمية الاقتصادية وخاصة في الدول النامية، فقد استطاعت العديد من الدول بفضل اهتمامها بتنمية السياحة والتركيز على استثماراتها، الانتقال إلى مجموعة الدول الأكثر تطور سياحيا، ويقاس ذلك بحصيلة صافي النقد الأجنبي الناتج عن صافي الإيرادات والنفقات الخاصة بالسلع والخدمات والمواد السياحية. وعموما يمكن تقسيم الدول التي أعطت أهمية بالغة للقطاع السياحي في إستراتيجيتها التنموية إلى المجموعات التالية:

المجموعة الأولى: دول تعتمد في مشاريعها وخدماتها السياحية على تزويد ما تحتاجه من سوقها المحلي، والكثير منها ممول من أموال محلية أو مغتربين وتدار وطنيا ، وهنا تكون حصة صافي النقد الأجنبي كبيرة جدا قد تصل إلى 85 % من إجمالي حصة هذه الدول من كل السلع والخدمات كإسبانيا والمكسيك، وتكون الدخل كبيرة جدا مقارنة بباقي قطاعات الاقتصاد الوطني الأخرى.

فبخلاف فرنسا، إيطاليا، سويسرا والنمسا، لم تكن إسبانيا كدولة جاذبة للسياحة العالمية إلا خلال العقدين الماضيين، حيث ركزت الحكومة الفيدرالية جهودها لتطوير هذا القطاع الحيوي، وبالنسبة أصبحت إسبانيا الآن من أكثر بقاع العالم جذبا للسياح الأجانب، وهي تسمى اليوم ببلاد (الشمس، البحر، الرمال) كمؤشر لأهمية إيرادات إسبانيا السياحية، وعلى سبيل المثال لقد شكلت الإيرادات السياحية لإسبانيا ثلاثة أضعاف إيراداتها الناتجة عن أهم صناعاتها المتمثلة في صناعة الألبسة الجاهزة و صناعة الأحذية.

المجموعة الثانية: دول تكون فيها مشروعاتها السياحية والفندقية مملوكة لعناصر أجنبية، كما تعتمد على استيراد العديد من المواد الخام الخاصة بالتشغيل مثل بعض أنواع الأطعمة والمشروبات، بالإضافة إلى

التجهيزات الفندقية وبعض السلع اللازمة للمنشآت السياحية، وحاجتها لاستيراد العمالة المتخصصة ، ومن هنا يكون من الواضح ضالة حصيلتها من النقد الأجنبي السياحي حيث تبلغ نسبته نحو 40 % إلى 50 % من إجمالي حصيلة النقد الأجنبي.²¹

2- دور السياحة في زيادة التدفقات المالية:

تجلب الصناعة السياحية تدفقات نقدية بكميات تعادل أو قد تفوق مداخيل المحروقات، فنجد أن الدخل العالمي من السياحة قد نما بمعدلات خلال العقدين الأخيرين، وأصبحت العائد من أعمال السياحة يساهم مساهمة فعالة في إجمالي الناتج المحلي لكثير من الدول، ويمكن القول بان الدخل العالمي من السياحة يصل إلى نحو 3200 بليون دولار سنويا أي نحو 11% من إجمالي الناتج المحلي لدول العالم.

فالسياحة تشكل مصدرا هاما لجلب العملات الأجنبية التي تستعمل في تنمية القطاعات الإنتاجية الأخرى، فتدفقات النقد الأجنبي نتيجة قدوم السائحين إلى الدولة يعد من العوامل الهامة في تحديد أثر السياحة على ميزان المدفوعات فيه، ويتم توفير العملات الأجنبية من خلال النشاطات السياحية بعدة طرق وأساليب أهمها الاستثمارات الأجنبية في القطاع، الرسوم والضرائب التي تحصل على شكل رسوم تأشيرات دخول، فروق تحويل العملات، الإنفاق اليومي للسائحين و إيرادات الفنادق من السائحين.²²

3- دور صناعة السياحة في تشغيل اليد العاملة:

تعتبر الصناعة السياحية من أكثر الأنشطة الاقتصادية التي تساهم في استحداث مناصب شغل، إذ أن كل شخص يعمل مباشرة في قطاع السياحة يشكل فرص عمل جديدة بتشغيل 5.3 شخص بصورة غير مباشرة في القطاعات الأخرى، كما أن الإحصائيات تشير إلى أن عدد العاملين في القطاع السياحي بصورة مباشرة أو غير مباشرة حوالي 11% من القوى العاملة. حيث أصبح عدد من يعمل في قطاع السياحة يساوي عدد العاملين في الصناعات الخمس التالية: الإلكترونيك، الكهرباء، الحديد والصلب، النسيج، السيارات.

4- دور في تمويل ميزانية الدولة:

تعتبر السياحة لاعب رئيسي في تمويل ميزانية الدولة بشتى أنواع الطرق، نذكر منها:

- الإيرادات المتحصلة من المنشآت السياحية على مستوى القطاع العام أو الخاص.
- إيرادات الحكومة من حصتها في القطاع السياحي، وهنا نقصد المنشآت السياحية التي تكون في شكل شركات مساهمة بين الحكومة والأفراد.

- الضرائب المباشرة وغير المباشرة التي تفرض على النشاط السياحي، فالضرائب المباشرة تفرض على السياح مقابل تأشيرات الدخول، أو على رسوم الإقامة، أو على عمولة التحويلات، وكذلك تفرض الضرائب المباشرة على المنتجين من أصحاب المنشآت السياحية كالفنادق والمطاعم والمسارح، أما الضرائب غير المباشرة فهي تفرض على السلع والخدمات التي يشتريها الفرد

5- دور السياحة في إعادة توزيع المداخل:

تعد السياحة مصدر أساسي للمداخل، فالإنفاق السياحي والترويجي لا يدعم الصناعة السياحية بطريقة مباشرة فحسب، بل يساعد أيضا بطريقة غير مباشرة على تنمية العديد من الصناعات التي ترتبط بالسياحة. فنفقات السائح تستخدم عدة مرات كما أنها تمتد إلى قطاعات اقتصادية مختلفة، وسرعة دوران المال يؤدي إلى إنشاء مداخل أخرى جديدة، حيث أن هذه الحلقة المستمرة من انتقال المال تشكل ما يسمى بالتأثير المتزايد، فكلما زاد عدد مرات الانتقال كلما كان ذلك مفيدا للاقتصاد الوطني.

6- دور السياحة في تسويق بعض السلع:

غالبا ما يقدم السياح عند زيارتهم لدولة ما، على شراء سلع ومنتجات -تقليدية خاصة- تذكرهم بالأمكن والمناطق التي يزورونها، كما يقومون بشراء سلع أخرى تشتهر وتتميز بها الدولة المستقبلة، إن طبيعة هذا الإنفاق على هذه السلع يعد بمثابة تصدير لمنتجات وطنية دون الحاجة إلى شحن وتسويق خارجي، وبالتالي زادت الحركة السياحية أو بالأحرى عدد السياح القادمين من الخارج ، كلما زاد تسويق المنتجات المميزة للدولة المستقبلة ومنه ترتفع صادرات هذه السلع.

المحور الرابع: إجراءات بعض دول العالم في صناعة السياحة

لم تعد صناعة السياحة كما كانت في القرن الماضي، فالיום في الألفية الثالثة تشعبت فروعها وتداخلت وأصبحت حاضرة في معظم مجالات الحياة اليومية لكل فرد أو عائلة أو مجتمع، على الرغم من التقلبات السائدة في الاقتصاد العالمي والأحداث التي تزعزع الاستقرار وآخرها الأزمة المالية الاقتصادية العالمية، أظهرت السياحة مرونة إيجابية في مواجهة التغيرات الاقتصادية والاجتماعية.

وقد ظهر اهتمام الكثير من الدول بهذا القطاع الحساس حيث ترجم هذا الاهتمام من طرف الحكومات في تشجيع الاستثمارات الأجنبية وإعطاء المزيد من الحريات للقطاعين الخاص والعام، إضافة إلى بعض التسهيلات الجبائية والجمركية.

إن اقتناع الدول بأهمية الصناعة السياحية دفعهم إلى اتخاذ إجراءات عديدة لتأمين تنافسية قطاعاتهم السياحية في المرحلة المقبلة، ف اتخذت الصين إجراء عبر إدخال صناعة السياحة في خطة تحفيز

الاقتصاد، حيث ضخت الحكومة الصينية مئات المليارات من الدولارات في هذه الخطة. وشهد عام 2000 إصدار عدد كبير من القوانين والأنظمة المتعلقة بالسياحة التي تضمن التطور السليم لهذه الصناعة الهامة في المستقبل، حيث قامت الإدارة الوطنية للسياحة وجميع الإدارات المعنية باتخاذ سلسلة من الإجراءات التي ترفع من سوية الإدارة السياحية، كما وضعت بالتنسيق مع لجنة تطوير وتخطيط الدولة خططا لتعديل الوظائف الحكومية في هذا المجال والسعي لإيجاد أول أفضل مدن سياحية في البلاد بالاعتماد على معايير دولية، واتسمت هذه الخطط بطول أمدها الذي يمتد إلى عشرين سنة قادمة وهي مقسمة إلى خطط خمسية مرحلية تؤدي غرضا معينا في كل مرحلة، فمثلا خطة 2001-2005 كانت بهدف حماية البيئة والسياحة، إلا أن جميع الخطط اتخذت منحى واحدا وهو العمل على بناء البنية التحتية لقطاع الاستثمار، والاستفادة من الاستثمار الأجنبي لتحقيق ذلك، فضلا عن الاتجاه الحديث لتشجيع الشركات السياحية الكبرى على الانطلاق إلى خارج حدود البلاد، وخرط الرساميل الخاصة الكبيرة في صناعة السياحة الصينية بعد أن كانت الدولة المسيطر الأول عليها، وقد كرس معظم هذه الرساميل في تنمية المواقع الطبيعية في كافة أرجاء البلاد. وهكذا يمكن إيجاز أهم السياسات السياحية المتبعة حاليا بما يلي:

- العمل على إيجاد أول وأفضل المدن السياحية: وقد قامت الإدارة الوطنية للسياحة بمنح هذا اللقب لـ 68 مدينة في الصين حتى نهاية عام 2000.

- تطوير التدابير والقوانين النازمة للعمل السياحي بشكل مستمر.

- تطبيق المعايير الدولية للجودة فيما يتعلق بتقييم وتصنيف الخدمات السياحية.²³

إن التراجع في أعداد السياح داخل الولايات المتحدة، دفع القائمين على صناعة السياحة إلى إدخال تغييرات جذرية على الأساليب السياحية لمحاولة إيجاد شرائح جديدة من السياح وعلى سبيل المثال التركيز على السياح ذوي الدخل المتوسط بعد تراجع أعداد السياح الذين يصنفون في خانة الأغنياء. وفي المغرب أعلن وزير السياحة أن إستراتيجية 2020 تهدف مضاعفة حجم الطاقة الاستيعابية مما سيؤدي إلى زيادة عدد السياح الوافدين، ومن بين أهداف هذه الإستراتيجية أيضاً تشجيع السياحة الداخلية من خلال منح المواطنين المغاربة أسعاراً تفضيلية بالإضافة إلى القيام بحملات إعلانية وترويجية للمنتوج السياحي المغربي.

أما في دبي فقد قررت إمارة دبي تنفيذ حملة إعلانية وترويجية ضخمة تبدأ مع مهرجان السياحة والتسوق (15 يناير 15 فبراير) وفي تخفيضات تصل إلى 60 % وأيام مجانية للنزلاء ومنح حوافز في

الفنادق والمطاعم وذلك في 8 أسواق رئيسية مصدرة للسياحة إلى دبي وهي بريطانيا وألمانيا وروسيا ودول مجلس التعاون الخليجي والصين والهند وأستراليا.

إن هذه الأمثلة تعطي صورة واقعية عن اهتمام الدول بتطوير الصناعة السياحية وجعلها وسيلة أساسية لتنمية اقتصادها، وبالتالي ستشهد المرحلة المقبلة تنافساً حاداً بين الدول لاستقطاب السياح.

الخاتمة

أصبحت السياحة ظاهرة دولية ضخمة لا يمكن تجاهلها، أخذت مكانتها الفعلية بعد الحرب العالمية الثانية حيث أصبحت نشاط له أهمية في مختلف المجالات الاقتصادية والسياسية والاجتماعية، وصناعة كبيرة لها دور بارز بين الأنشطة الاقتصادية ما جعلها تتحول إلى صناعة عالمية تتنافس عليها دول العالم باعتبارها إحدى الركائز الإستراتيجية للتنمية الاقتصادية، وأحد السبل لحل المشكلات الاقتصادية للعديد من الدول ذلك لقدرتها على تنشيط العديد من القطاعات.

فالصناعة السياحية اليوم هي عملية إنتاج مترابطة بين استراتيجيات وخطط عمل متطورة لتحويل المقومات الطبيعية وغيرها إلى مردود اقتصادي.

References:

- 1Muhammad Munir Hijab, Tourist Information, Egypt, Dar Al-Fajr for Publishing and Distribution, 2002, p. 21.
- 2Maher Abdel-Khaleq Al-Sisi, Tourism Industry, Basics and Principles, Cairo, Modern Loyalty Press, 2003, p. 66.
- 3Mohamed Morsi Al-Hariri, The Geography of Tourism, Alexandria, Dar Al-Marefa Al-Jamiia, Without Publication, p. 18.
- 4Maher Abdulaziz Tawfiq, Tourism Industry, Amman, Zahran Publishing and Distribution House, 1997, pp. 22-93.
- 5G.P lq zoto, géographie du tourisme, maison Paris, 1990, p13.
- 6Hussein Kafafi, A Modern Vision for Tourism Development in Developing Countries, Cairo, The Egyptian General Book Authority, 1991, p. 15.
- 7Mohie Muhammad Masaad, The Legal Framework for Tourism and Hotel Activity, Egypt, The Modern Arab Office, Without Publication Year, p. 61
- 8Muhi Muhammad Musaad, same reference, p. 62.
- 9Suhail Al-Hamdan, Modern Administration of Tourism and Hotels Institutions, Syria, Dar Al-Reda Publishing, 2001, p. 57.
- 10Nasser Aqil Al-Tayyar, The Impact of Tourism on the Economics of the Kingdom of Saudi Arabia, Riyadh, Al-Obeikan Library, 1st Edition 2006, p. 31.
- 11Stephen Page, Tourism Management, TR: Khaled Al-Amri, Cairo: Dar Al-Farouk for Cultural Investments, 2008, p. 26
- 12Salah Al-Din Abdel-Wahab, Theory of International Tourism, Cairo, Al-Zahrat Press, Without Publication, p. 21.
- 13Salahuddin Kharbutli, Tourism, Industry of the Era, Damascus, Hazem Printing House, 1st edition, 2002, p. 206
- 14Mesplier (Alain), Durafour bloc (Pierre), Le tourisme dans le monde, Bréal, Paris, 2002, p 56
- 15Muhammad Munir Hijab, Previous Reference, pp. 28-30.
- 16Salahuddin Kharbutli, Previous Reference, P. 242
- 17Yousra Dabis, Al-Sahah Industry, Between Theory and Practice, The Egyptian Forum for Innovation and Development, Alexandria, I 1 2003, p. 5
- 18World Tourism Organization 2015 statistics.
- 19World Tourism Organization data from the website: www.e-unwto.org
2015UNWTO: World Tourism Barometer, Vol. 13 August
- 21Bouakline Badiia, Tourism Investments and the Problem of Marketing the Tourism Product in Algeria, PhD thesis, University of Algeria, Faculty of Economic Sciences and Management, Specialization in Planning, 2006, p. 30.
- 22Asia Muhammad and others, Department of Tourism Establishments, Amman, Safa House for Publishing and Distribution, 1st edition, 2002, p. 27.
- 23China Tourism, China-Asia Study Center, from the website:
<http://www.chinaasia-rc.org/index.php?p=32&id=177>