الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

République Algérienne Démocratique et Populaire

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique

جامعة محمد خيضر –بسكرة
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم الاقتصادية

Université Mohamed KHIDHER –Biskra
Faculté des Sciences Economiques,
Commerciales et des Sciences de Gestion
Département des Sciences Economique

الموضـــــــوع

السياحة في الدول العربية ودورها في تحقيق التنمية الاقتصادية

"دراسة حالة الإمارات العربية المتحدة خلال الفترة (2010/ 2020)"

مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية

إعداد الطالبة: **الأستاذة المشرفة:**

وسيلة محمدي **تخصص اقتصاد دولي** **وردة شناقر**

لجنة المناقشة:

الرقم	أعضاء اللجنة	الرتبة	الصفة	مؤسسة الانتماء
01	موسى رحماني	أستاذ دكتور	رئيسا	جامعة بسكرة
02	وردة شناقر	أستاذ محاضر أ	مشرفا	جامعة بسكرة
03	عزيزة بن سمينة	أستاذ دكتور	ممتحنا	جامعة بسكرة

السنة الجامعية: 2022– 2023م.

بسم الله الرحمن الرحيم

شكر وتقدير

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات لا ينبغي بعد أن أنجزت هذا العمل إلا أن أشكر الله عز وجل الذي أنار لي درب العلم والمعرفة ووفقني في إتمام هذا العمل

كما أتقدم بالشكر الجزيل إلى أساتذتي الفاضلة الدكتورة

'وردة شناقر' التي أشرفت على إنجاز هذا العمل ولم تبخل علي بأفكارها وتوجيهاتها السادفة كما لا يفوتنا أن نشكر أعضاء لجنة المناقشة على قبولهم مناقشة هذا العمل وإثرائه فلكم أساتذتي جزل الشكر

إلى كل من ساعدني في إنجاز هذا العمل من قريب أو من بعيد

الاهداء

إلى من أمرنا الله ببرهما إلى والدي العزيزين حفظكما

الله وأطال في عمركما إن شاء الله

إلى إخوتي وأخواتي الأحباء

إلى كل الاحباب والاقارب

إلى كل من وقف بجانبي خلال مشواري الدراسي

إلى كل أساتذتي الذين تعلمت على أيديهم

إلى كل دفعة 2023/2022 تخصص اقتصاد دولي.

إلى كل أصدقاء وصديقات الدرب خاصة: سعاد، ليندة،

سهام

إلى كل من يريد الخير لوطننا وأمتنا إليكم

جميعا..... أهدي ثمرة هذا

المجهود العلمي.

محمدي وسيلة

ملخص الدراسة

تعتبر السياحة من المجالات الاقتصادية الحيوية للكثير من الدول وأصبحت السياحة ذلك القطاع الذي تراهن عليه أغلبية الدول في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية وهذا ما جعلها تحظى بقسم كبير من اهتمام الباحثين وصانعي القرار نظرا لزيادة وتعاظم دورها على مختلف الأصعدة الاقتصادية والاجتماعية والثقافية، ونظرا لأهمية هذا القطاع سعت العديد من الدول خاصة النامية منها لاستغلال هذه الرؤية بالاعتماد على مقوماتها الأساسية وتوجيه مسارتها التنموية بالشكل الذي يتماشى فيه مع المتغيرات الراهنة من أجل جذب أكبر عدد من الإيرادات المالية، ولا جدال أن هناك تشابك بين تنمية القطاع السياحي والتنمية الاقتصادية من خلال دورها في خلق فرص عمل جديدة ودعم رصيد ميزان المدفوعات والمساهمة في الناتج المحلي الإجمالي ومنه المساهمة في التنمية الاقتصادية ولتحقيق هذا الهدف يستوجب وجود خطط سياحية تنموية مبنية على أسس صحيحة تتماشى مع متطلبات كل دولة، وقد أظهرت الدراسة بأن السياحة قد ساهمت في تحقيق التنمية الاقتصادية في بعض الدول العربية من خلال تحسن المؤشرات السياحية لهذه الدول وهذا ما أكدته النتائج المحققة وذلك باعتمادها على مقوماتها الأساسية لتطوير استثماراتها السياحية باستثناء بعض الدول العربية التي لم تستفد من الآثار الإيجابية للقطاع السياحي نظرا لإهمال هذا القطاع من طرف حكوماتها وعدم وضع استراتيجيات فعالة للقطاع السياحي.

وقد خلصت دراستنا أن الاهتمام الكبير الذي ولته الامارات العربية المتحدة للقطاع السياحي من خلال اعتمادها على مقوماتها ومواردها لتطوير استثماراتها السياحية واستقطابها لأكبر عدد من السياح وهذا من خلال توفير البنية التحتية اللازمة وتكوين الموارد البشرية واعتمادها على استراتيجيات التنوع الاقتصادي بالإضافة لتقديم الحوافز وتذليل الصعوبات للمستثمرين مساهمة بذلك في تحقيق التنمية الاقتصادية جراء تدفق العملة الأجنبية وزيادة الإيرادات السياحية وامتصاص البطالة كل هذه العوامل جعلت من الامارات العربية المتحدة الوجهة الأكثر رواجا في العالم وجعلها تحتل المراتب الأولى عالميا بجدارة واستحقاق.

الكلمات المفتاحية: السياحة، التنمية الاقتصادية، مساهمة السياحة، الامارات العربية المتحدة.

Study summary :

Tourism is considered one of the vital economic fields for many countries, and tourism has become that sector that the majority of countries bet on in achieving economic and social development. Many countries, especially developing ones, seek to exploit this vision by relying on its basic elements and directing its development path in a way that is in line with the current changes in order to attract the largest number of financial revenues. There is no doubt that there is an overlap between the development of the tourism sector and economic development through its role in creating job opportunities. In order to achieve this goal, it is necessary to have tourism development plans based on sound foundations that are in line with the requirements of each country. The study showed that tourism has contributed to achieving economic development in some Arab countries through The improvement of tourism indicators for these countries, and this was confirmed by the results achieved, by relying on their basic components to develop their tourism investments, with the exception of some Arab countries that did not benefit from the positive effects of the tourism sector due to the neglect of this sector by their governments and the failure to develop effective strategies for the tourism sector.

Our study concluded that the great attention paid by the United Arab Emirates to the tourism sector by relying on its components and resources to develop its tourism investments and attract the largest number of tourists, and this is through providing the necessary infrastructure, training human resources and relying on economic diversification strategies in addition to providing incentives and overcoming difficulties for investors as a contribution to that. In achieving economic development due to the influx of foreign currency, increasing tourism revenues and absorbing unemployment, all these factors have made the United Arab Emirates the most sought-after destination in the world and made it rank first in the world with merit

Keywords: tourism, economic development, contribution of tourism, United Arab Emirates.

الفهارس

فهرس المحتويات:

المحتوى	الصفحة
الشكر والعرفان	/
الاهداء	/
الملخص	/
الفهـــــــارس	
فهرس المحتويات	**I**
فهرس الأشكال	**III**
فهرس الجداول	**III**
مقدمة عامة	**أ**
الفصل الأول: الإطار النظري للسياحة	
تمهيد	**07**
المبحث الأول: الإطار المفاهيمي للسياحة	**08**
المطلب الأول: نشأة السياحة وماهيتها	**08**
المطلب الثاني: خصائص وأهداف السياحة	**11**
المطلب الثالث: أهمية السياحة وأنواعها	**12**
المبحث الثاني: محددات وأسس السياحة	**19**
المطلب الأول: أسس السياحة	**19**
المطلب الثاني: مكونات السياحة ومقوماتها	**30**
خلاصة الفصل	**32**
الفصل الثاني: السياحة والتنمية الاقتصادية في الدول العربية	
تمهيد	**34**
المبحث الأول: ماهية التنمية الاقتصادية	**35**
المطلب الأول: مفهوم التنمية الاقتصادية	**35**
المطلب الثاني: أهداف التنمية الاقتصادية ومتطلباتها	**37**
المطلب الثالث: مؤشرات التنمية الاقتصادية	**38**
المبحث الثاني: علاقة السياحة بالتنمية الاقتصادية في بعض الدول العربية	**40**

المطلب الأول: واقع السياحة في الدول العربية	**40**
المطلب الثاني: مساهمة السياحة في تحقيق التنمية الاقتصادية في الدول العربية	**45**
المطلب الثالث: معوقات التنمية السياحية والاقتصادية في الدول العربية	**49**
المطلب الرابع: دور السياحة في التنمية الاقتصادية وآفاقها المستقبلية في الدول العربية	**50**
خلاصة الفصل	**53**
الفصل الثالث: دراسة حالة القطاع السياحي للإمارات العربية المتحدة ومساهمته في التنمية الاقتصادية خلال الفترة (2020/2010)	
تمهيد	**55**
المبحث الأول: واقع السياحة في دولة الامارات العربية المتحدة	**56**
المطلب الأول: نبذة عن دولة الامارات العربية المتحدة	**56**
المطلب الثاني: مقومات الجذب السياحي في الامارات العربية المتحدة	**57**
المطلب الثالث: المؤشرات والاستثمارات السياحية في الامارات العربية المتحدة	**65**
المبحث الثاني: دور القطاع السياحي الاماراتي في التنمية الاقتصادية	**80**
المطلب الأول: مساهمة القطاع السياحي في الامارات العربية المتحدة في التنمية الاقتصادية	**81**
المطلب الثاني: الآفاق المستقبلية للسياحة في الإمارات العربية المتحدة	**88**
المطلب الثالث: تشخيص معوقات التنمية الاقتصادية والاستراتيجيات المتبعة لتحقيقها	**90**
خلاصة الفصل	**94**
الخاتمة	**96**
قائمة المراجع	**101**

فهرس الأشكال:

الرقم	عنوان الشكل	الصفحة
01	أنواع السياحة	18
02	تطور عدد السياح الوافدين في الدول العربية 2010/ 2020	42
03	إيرادات السياحة في الدول العربية 2010/ 2020	43
04	مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي للإمارات 2010/ 2020	81
05	الميزان السياحي في الإمارات العربية المتحدة 2010/ 2020	84
06	تطور مساهمة السياحة في العمالة في الإمارات 2010/ 2020	86

فهرس الجداول:

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
01	الفرق بين النمو والتنمية الاقتصادية	36
02	تطور عدد السياح الوافدين للدول العربية خلال 2010/ 2020	41
03	الإيرادات السياحية لبعض الدول العربية خلال 2010/ 2020	43
04	نسبة مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي في بعض الدول العربية	45
05	مساهمة السياحة في توفير فرص العمل لبعض الدول العربية	46
06	مساهمة السياحة في الميزان السياحي لبعض الدول العربية	47
07	عدد السكان في الامارات العربية المتحدة 2010/ 2020	60
08	تطور حركة الطائرات في الامارات 2014/ 2020	66
09	تطور عدد ركاب مترو دبي 2010/ 2019	69
10	تطور عدد ركاب الباص المائي 2012/ 2019	71
11	تطور عدد الفنادق والمؤسسات المماثلة لها في الإمارات 2010/ 2020	71
12	المؤشرات الرئيسية لمنشآت الفنادق في الإمارات 2010/ 2020	73
13	تطور السياح الوافدين في الإمارات خلال 2015/ 2020	75
14	الإيرادات السياحية للإمارات 2010/ 2020	76
15	الميزان السياحي	83
16	الميزان السياحي في الإمارات 2010/ 2020	84

مقدمة عامة

مقدمة عامة:

تعتبر السياحة من القطاعات الحيوية في الاقتصاد العالمي حيث تلعب دورا مهما في التنمية الاقتصادية وحتى يتم بناءها لابد من توفير أسباب الجذب السياحي إضافة لتلبية احتياجات مختلف فئات السياح وتحسين مستوى الخدمات الأساسية التي تتفاعل مع تنمية القطاع السياحي مثل النقل والاتصالات والمياه والكهرباء والخدمات الصحية والاهتمام بالموارد الطبيعية والموارد الثقافية لذا وجب دعم وتنظيم هذا القطاع بالاعتماد على أسس اقتصادية مدروسة وموجهة بغية تسييره في الاتجاه الصحيح لتحقيق أكبر للإيرادات وبالتالي زيادة الدخل الوطني الذي بدوره يعمل على تحقيق التنمية الاقتصادية.

فالسياحة اليوم لم تعد مجرد نشاط ترفيهي للإنسان الذي ينحصر بين المأكل والمشرب والتنزه ، بل أصبحت تمثل صناعة تصديرية قائمة بذاتها ، إضافة إلى ذلك الدور الفعال الذي تلعبه في اقتصاديات الدول النامية والمتقدمة على حد سواء لما تحققه الإيرادات السياحية من نتائج معتبرة تتقارب أحيانا مع الإيرادات من المبادلات الزراعية والغذائية في بعض الدول وتفوق العوائد النفطية في دول أخرى مما جعلها تحظى باهتمام كبير من قبل الحكومات والسياحيين وكذلك تمثل قطاعا اقتصاديا يعمل على ضخ العملات الصعبة وتحسين ميزان المدفوعات وتوفير أعداد لا يستهان بها من فرص العمل حيث تشير الاحصائيات الخاصة بمجلس السياحة والسفر العالمي (WTTC) إلى أنه في كل ثانيتين ونصف تتيح صناعة السياحة فرص عمل على مستوى العالم فضلا عن عدها قطاعا خدميا بامتياز حيث يعتمد على تقديم خدمات الراحة والطعام والنقل والتسوق والترفيه وغيرها لإشباع حاجيات ومتطلبات السائح بالدرجة الأولى، ولذا فإن توفر الجودة يعتبر من الخصائص الاساسية التي يجب أن تكون مصاحبته لجميع الخدمات السياحية ، لذا أصبح الجميع اليوم يتحدثون عن ثروة سياحية فعلية وتزداد الأهمية الاقتصادية لقطاع السياحة في الدول العربية لما تتوفر عليه من موارد سياحية وعوامل جذب للسياح حيث تملك الدول العربية في الغالب مقومات سياحية مهمة كالآثار والمواقع الدينية والسواحل المشمسة والمناطق الجبلية وغيرها وتتنوع السياحة العربية حسب الدول وتعد جمهورية مصر العربية والمغرب صاحبه تميز في هذا القطاع ومن أكثر الدول العربية اعتمادا على السياحة وتوجد بها أكثر الاماكن الاثرية والطبيعية والسياحة واليوم تشهد صناعة السياحة في دولة مجلس التعاون الخليجي خطى متسارعة على درب النمو في هذا القطاع الحيوي ويحتاج تطوير قطاع السياحة إلى نظرة طويلة الاجل تكون جزء من عملية التنمية الاقتصادية نظرا للارتباط بين السياحة وسائر القطاعات الاقتصادية الاخرى ، وفي هذا السياق تعد الامارات العربية المتحدة مثال نموذجيا للنجاح في تطوير قطاع السياحة حيث تمكنت من تحويل نفسها من دولة اعتمادها على النفط إلى وجهة سياحية عالمية رائدة فقد كانت من الدول السابقة ولوج عالم السياحة كما تأتي دولة الامارات العربية المتحدة في المقدمة حيث حققت حضورا فاعلا ومؤثرا على خريطة السياحة العالمية ، فشهد القطاع السياحي تطورا كبيرا وأصبح من أهم موارد الدخل الوطني فأبدت دولة الامارات اهتماما كبيرا بهذا القطاع من خلال بنية تحتية متطورة ومرافق تلبي احتياجات ومتطلبات السياح الأجانب واستطاعت ابتكار وسائل جذب غير مسبوقة شجعت السياح على ارتيادها، وتبذل دولة الامارات العربية المتحدة جهودا كبيرة في تطوير مرافقها السياحية المختلفة ومن ضمنها الشواطئ البهية والخدمات المتطورة في المجال الفندقي الراقي والاتصال التقني السريع والنقل المريح والمنتظم فضلا عن إقامة المهرجانات النسوية التي لها دور واضح في استقطاب السياح من شتى أنحاء العالم ، وتعتبر الامارات الدولة الأكثر جذبا للسياح

على الصعيد العربي ونظرا الآن الامارات العربية المتحدة أصبحت وجهة سفر للكثيرين واستقبلت الملايين من الزائرين من مختلف أنحاء العالم أولت أهمية كبرى للسياحة وحثت عن تفعيلها لتحقيق الأهداف المرجوة والمساهمة في تحقيق التنمية الاقتصادية ولهذا أصبح من الضروري دراسة دور السياحة في تحقيق التنمية الاقتصادية

أولا): طرح الاشكالية:

وبناءً على ما سبق تم طرح التساؤل الآتي كإشكالية رئيسية:

هل استطاعت السياحة من خلال دورها أن تحقق التنمية الاقتصادية في الدول العربية عموما والامارات العربية المتحدة خصوصا؟

لاحتواء الموضوع من كل الجوانب يمكننا طرح مجموعة من التساؤلات الفرعية:

- ✓ ما هي السياحة وما مكانتها في عملية التنمية الاقتصادية؟
- ✓ ما هي العلاقة التي تربط السياحة بالتنمية الاقتصادية في الدول العربية؟
- ✓ ما هو دور السياحة في التنمية الاقتصادية؟ وما هي التحديات الموجهة لها؟
- ✓ هل تمكن القطاع السياحي في الامارات العربية المتحدة من تحقيق التنمية الاقتصادية؟

ثانيا): الدراسات السابقة:

لقد كانت هناك من الدراسات والأبحاث العلمية والأكاديمية التي بحثت في الموضوع أو جزء منه وقد قامت بدراسته من زوايا مختلفة سنقتصر على جزء منها:

رفيق بودربالة، **دور القطاع السياحي في التنمية الاقتصادية دراسة تحليلية مقارنة بين الجزائر والأردن** ، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية ، اقتصاد التنمية ، جامعة العربي بن مهيدي ، ام البواقي ، 2007/2006 ، تناول فيها الباحث مفاهيم متعلقة بالسياحة وتطورها وأنواعها والاهمية المختلفة وأسس ومكونات السياحة في الفصل الأول أما الفصل الثاني فقد تناول مفهوم ومتطلبات وعناصر التنمية السياحية وعوامل نجاحها والاطار النظري للتنمية الاقتصادية والتنمية المستدامة والتنمية السياحية البيئية والفصل الأخير تناول المسيرة التنموية للقطاع السياحي في الجزائر وآفاق تنميته وتوصل إلى أن الجزائر تتوفر على العديد من المؤهلات والمواد السياحية والجزائر من بين الدول القلائل على المستوى العالمي التي تتوفر على هذه الميزة لكن بالرغم من هذا الثراء إلا أنها لم تتولى لهذا القطاع الاهتمام الكاف في عملية التنمية الاقتصادية والاجتماعية.

زير ريان، **مساهمة التسويق السياحي في تطوير السياحة في الوطن العربي دراسة مقارنة الجزائر– تونس – الامارات،** جامعة محمد خيضر بسكرة ، 2018/2017 ، تمحورت إشكالية الدراسة حول كيف يمكن للتسويق السياحي أن يساهم في تطوير السياحة في الوطن العربي وهدفت الدراسة إلى توجيه تفكير المسؤولين إلى الاهتمام بالقطاع السياحي ومختلف البنايات التحتية المدعمة له ، وإبراز أهمية تطبيق المفهوم التسويقي في المجال السياحي واقتراح عدد من التوصيات والتي تبدو لنا ضرورية للنهوض بالسياحة في الجزائر ، وتوصلت الدراسة في الأخير إلى أن التسويق السياحي يلعب دورا هاما في تطوير السياحة من خلال إبراز ما تملكه الدول من مقومات الجذب السياحي ويعتبر دليلا ماديا للسياحة وذلك عن طريق وسائله المختلفة والمواد الترويجية

المعروضة من خلالها وهو ما جعل الدول تنافس بعضها للحصول على أكبر عدد من السياح ، كما أن نجاح أو فشل أي منظمة سياسية تعتمد بالدرجة الأولى على قدرتها على إعداد الأسواق من جهة ومدى التركيز على تنفيذ برامج تسويقية متكيفة ومتلائمة مع كل سوق سياحي وإستراتيجية فعالة من جهة أخرى ، وفي الأخير يرجع نجاح كل من تونس والامارات العربية المتحدة في تحقيق التنمية السياحية إلى أخذ لها مبدأ التخطيط الاستراتيجي لتحقيق التكامل بين القطاعات.

خالد كواش، **أهمية السياحة في ظل التحولات الاقتصادية حالة الجزائر**، أطروحة دكتوراه دولة ، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 2004، تناول الباحث في هذه الدراسة تاريخ ومفهوم السياحة والسائح السياحة كنشاط اقتصادي أهميتها ومؤشراتها ، مقومات تنظيم أداء السياحة في الجزائر كنشاط اقتصادي مهم وذلك بالنظر إلى النتائج المحققة على المستوى العالمي وبالرجوع إلى تجارب بعض الدول العربية ، وتوصل في الأخير إلى القطاع السياحي في الجزائر لم يؤدي الدور المنتظر منه في التنمية وأن النتائج المحققة لا تعكس حجم الموارد والمغريات السياحية المتوفرة ، كما علل ذلك من خلال إجراء مقارنة من حيث المؤشرات السياحية مما يحقق في الجزائر وما تم إنجازه في كل من المغرب وتونس.

سماعين نسيبة، **دور السياحة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية في الجزائر** ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في إدارة الاعمال ، جامعة وهران ،2013 /2014 ، تمحورت إشكالية الدراسة حول ما تلعبه السياحة على المستوى الاقتصادي والاجتماعي حيث تناولت الباحثة مختلف المفاهيم حول السياحة ونشأتها وأنواعها وخصائصها وأهميتها بالإضافة إلى واقع السياحة في الجزائر ووضعية السياحة بعد الاستقلال ومخططات التنمية الوطنية والتنظيم الهيكلي العضوي لقطاع السياحة أما في الأخير تناولت أهمية القطاع السياحي في الاقتصاد الوطني من خلال الآثار الاقتصادية والاجتماعية للسياحة في الجزائر ومعوقات السياحة وبرامج ترقية القطاع ومخطط التنمية الاقتصادية لآفاق 2025 وتوصلت الدراسة إلى ضعف القطاع السياحي في الاقتصاد الوطني يعود أساسا لإهمال مختلف برامج التنمية الاقتصادية واعتباره غير ذي أهمية مقارنة بالقطاعات الأخرى في الاقتصاد.

ثالثا) نموذج وفرضيات الدراسة:

بعد صياغة إشكالية الدراسة ووضع التساؤلات الفرعية لها ولمعالجتها قمنا بصياغة الفرضيات التالية والتي تعتبر إجابة مسبقة والتي تضمنت الآتي:

- ✓ يمكن للمقومات والمؤهلات السياحية العربية أن تدفع بمعدلات التنمية الاقتصادية إيجابيا وبتفاوت نسبي.
- ✓ توجد علاقة وثيقة بين السياحة في الدول العربية وتحقيق أهداف التنمية الاقتصادية.
- ✓ لم تتمكن السياحة في أغلب الدول العربية من تحقيق التنمية الاقتصادية باستثناء الإمارات العربية المتحدة.
- ✓ قامت الإمارات العربية بوضع خطط واستراتيجيات تساعد على ترقية السياحة وتحقيق أهداف التنمية الاقتصادية.

رابعا) التموضع الإبستمولوجي ومنهجية الدراسة:

من أجل الإحاطة أكثر بمعطيات ومتطلبات الموضوع اعتمدنا على مزيج من المناهج نذكر منها:

- ➢ **المنهج الوصفي**: حيث قمنا بوصف مختلف المفاهيم النظرية بمتغيرات الدراسة من سياحة وتنمية اقتصادية وإبراز الأهمية والأنواع والأهداف بالإضافة إلى مجموعة من العوامل والمحددات المتحكمة في متغيرات الدراسة.

- **المنهج التاريخي**: استخدمناه عند ترتيب المراحل الزمنية المتتالية لقطاع السياحة وكذا في الحديث عن نشأة الإمارات العربية المتحدة.
- **المنهج التحليلي**: استخدمناه في تحليل واقع السياحة في الدول العربية المتحد خصوصا انطلاقا من معطيات وبيانات مجمعة ومحاولة اسقاطها على أرض الواقع وبالتحديد توافد السياح الأجانب وعدد الفنادق والمباني والشقق بكل أصنافها دون أن ننسى الإحصائيات التي صادفت فترة أزمة كورونا .

الأدوات المستخدمة لمنهج الدراسة: استخدمنا مجموعة من الأدوات لجمع المعلومات والبيانات فنظريا تم اللجوء الى الكتب والمذكرات والملتقيات الوطنية والدولية والمداخلات والمجلات أما فيما يخص الجانب التطبيقي فقد اعتمدنا على التقارير الصادرة من مركز التنافسية والإحصاء للإمارات العربية المتحدة والبنك الدولي ومجلس السياحة والسفر العالمي للإمارات العربية المتحدة والتقرير العربي الموحد وأطلس بيانات العالم (knoema)

خامسا) أهداف الدراسة: تهدف من خلال دراستنا إلى تسليط الضوء على إبراز مكانة القطاع السياحي في الاقتصاد والدور الذي يلعبه في عملية التنمية الاقتصادية والاجتماعية ؛ومحاولة الوصول أن حقيقة تأثير السياحة على التنمية الاقتصادية لم يأتي من العدم بل بالاعتماد على مقومات الدول العربية ومحاولة استغلالها.

كما تهدف الدراسة إلى إظهار الميزة السياحية للإمارات العربية المتحدة ومكانتها في السياحة الدولية ومعرفة الأسلوب الذي انتهجته لتنمية اقتصادها من خلال خطط واستراتيجيات وبرامج محكمة.

سادسا) مبررات اختيار الموضوع: هناك عدة دوافع لاختيار هذا الموضوع منها:

- **دوافع ذاتية**: **تتمثل** في الميول الشخصي لدراسة الموضوع وميولنا للسفر.
- **دوافع موضوعية**: تتمثل في الاهتمام المتزايد بالسياحة العالمية من قبل مختلف البلدان العالم وخاصة الدول المصدرة للنفط كبديل لزيادة الدخل القومي.
- **الرغبة في دراسة السياحة في الإمارات العربية المتحدة**: للاستفادة من تجاربها والاطلاع على ماحققته من خلال استغلالها الأمثل لمقوماتها واتباعها لاستراتيجيات محكمة لتنمية اقتصادها.

سابعا) حدود الدراسة:

- **الحدود الزمانية**: فترة الدراسة (2010_2020)
- **الحدود المكانية**: تمثل الدراسة على المستوى العام وخصت بذلك الدول العربية لنقف بصفة خاصة على الامارات العربية المتحدة من خلال واقع قطاع السياحة في دولة الامارات ودوره التنموي من خلال المساهمة في المؤشرات الاقتصادية.

ثامنا) أهمية الدراسة :تأتي أهمية الدراسة من قيمتها العلمية وجدية الموضوع في ابراز أهمية قطاع السياحة في اقتصاديات الدول وذلك بتنويع النشاط الاقتصادي من خلال زيادة الناتج المحلي الإجمالي وزيادة الإيرادات السياحية ومن تأثيرها على ميزان المدفوعات وامتصاص البطالة بالإضافة إلى الاحتكاك بحضارات وثقافات وعادات الشعوب الأخرى كما تتجلى أهمية الدراسة

بالاهتمام بالتنمية الاقتصادية والتي من شأن قطاع السياحة أن يساهم فيها من خلال إتباع إستراتيجيات محكمة التي تعمل على الارتقاء بمجال السياحة وضرورة تحقيق التنوع الاقتصادي لأي دولة والابتعاد على الاعتماد على قطاع واحد من المحتمل نضوبه.

تاسعا) خطة مختصرة للدراسة: تضمنت دراستنا ثلاث فصول مقسمة على النحو التالي :

الفصل الأول: جاء تحت عنوان الإطار النظري للسياحة وشمل مبحثين الأول مدخل مفاهيمي للسياحة وتضمن مجموعة من المطالب حول نشأة السياحة وماهيتها وخصائصها وأنواعها وأهميتها أما المبحث الثاني فتناولنا فيه المحددات الأساسية للسياحة من أسس السياحة ومكوناتها ومقومات الجذب السياحي.

أما **الفصل الثاني** فقد تناولنا فيه السياحة والتنمية الاقتصادية في الدول العربية وشمل مبحثين الأول ععلى ماهية التنمية الاقتصادية والمبحث الثاني تضمن علاقة السياحة بالتنمية الاقتصادية في بعض الدول العربية وتضمن مجموعة من المطالب حول واقع السياحة في الدول العربية ومقومات الجذب السياحي وتطور حركة السياح والحديث عن مدى مساهمة السياحة في تحقيق التنمية الاقتصادية ودراسة معوقات التنمية في الدول العربية وفي الأخير تم التطرق إلى دور السياحة في التنمية الاقتصادية وآفاقها المستقبلية.

أما **الفصل الثالث:** الذي أنهينا به الدراسة تحت عنوان دراسة حالة القطاع السياحي للإمارات العربية المتحدة ومساهمته في التنمية الاقتصادية خلال الفترة (2010_2020) وشمل مبحثين المبحث الأول واقع السياحة في الامارات العربية المتحدة وعرض فيه نبذة جغرافية وتاريخية لدولة الإمارات العربية المتحدة ومختلف المقومات وتطرقنا الى الاقتصاد والسياحة في دولة الامارات وأهم المؤشرات السياحية والمشاريع المنجزة لدولة الامارات أما المبحث الثاني فتضمن دور القطاع السياحي الاماراتي في تحقيق التنمية الاقتصادية وتضمن مجموعة من المطالب حول مساهمة السياحة في كل من الناتج المحلي الإجمالي وميزان المدفوعات وفي خلق فرص العمل وذلك من خلال عرض أهم الإحصائيات والبيانات والآفاق المستقبلية للسياحة في الامارات العربية المتحدة وأهم المعوقات والاستراتيجيات المتبعة لتحقيق أهدافها.

الفصل الأول:

الإطار النظري للسياحة

تمهيد:

السياحة ظاهرة من الظواهر الإنسانية عريقة عراقة التاريخ، فمنذ زمن بعيد والإنسان في حركة دائمة بين السفر والتنقل والتجوال من مكان لآخر لأسباب متعدّدة، وكانت ظاهرة السفر في بدايتها بسيطة وبدائية في مظاهرها وأسبابها وأهدافها ووسائلها، ثم تطورت هذه الظاهرة وتغيرت النظرة إليها في العصر الحديث حتى أصبحت صناعة مركبة من الصناعات الهامة التي تعتمد عليها كثير من الدول في تنمية مواردها لتحقيق التقدم الاقتصادي والاجتماعي وغيرها من القطاعات.

إن ارتباط السياحة مع قطاعات عديدة ثقافية واجتماعية وبالأخص قطاع الاقتصاد، جعلت تحديد مفهومها يختلف حسب اختلاف التخصصات العلمية لهذه الظاهرة، فكل باحث ركز على جانب معين، فبالنسبة للاقتصاديين تعتبر هذه الظاهرة نشاط اقتصادي يشبع حاجة إنسانية تشمل مجموعة الأنشطة المتعلقة بالسفر، التنقل والإقامة خارج بلده العادي لأغراض متعدّدة، وللسياحة مجموعة من الخصائص التي تتميز بها، ولها أنواع وأشكال متعدّدة تبعا لتعدد الدوافع والمقومات السياحيّة، وعليه يتم من خلال هذا الفصل عرض للتطور التاريخي للظاهرة السياحية، ثم تقديم مختلف التعاريف.

- المبحث الأول: الإطار المفاهيمي للسياحة
- المبحث الثاني: المحددات الأساسية للسياحة

المبحث الأول: الإطار المفاهيمي للسياحة.

أصبحت السياحة ظاهرة اجتماعية واقتصادية ذات أبعاد كثيرة ومهمة، وفي العديد من الدول أصبحت كصناعة لها أسس وقواعد، وعليه سيتناول المبحث مفهوم السياحة وأهم أهدافها كما سنتطرق إلى الطلب والعرض السياحيين وأهم الإيرادات السياحية والاستثمار السياحي، و قبل التطرق إلى المفاهيم يتم الإشارة إلى نشأة السياحة ومراحل تطورها.

المطلب الأول: نشأة السياحة وماهيتها.

في هذا المطلب سنتطرق إلى التعريف بالسياحة من خلال تقديم مجموعة من المفاهيم حولها وكذا نشأتها وتطورها التاريخي، ومبرزين في هذا المطلب أهم خصائصها وأهدافها وأهميتها وأنواعها.

الفرع الأول: نشأة وتطور السياحة.

بدأت السياحة كنشاط ومفهوم بالتبلور في قارة أوروبا قبل بقاع العالم الأخرى وذلك بحكم التحولات الزراعية والصناعية والحضارية التي شهدتها هذه القارة دون غيرها من القارات (محمد وبنيتا، 1999 صفحة 17)، ويمكن حصر التطور الزمني للسياحة في عدد من المراحل أهمها:

1. السياحة في العصور القديمة:

بدأت مع نشأة حضارة بلاد الرافدين والفراعنة سنة 5000 قبل الميلاد وتنتهي بسقوط الدولة الرومانية في نهاية القرن الرابع، ومن أبرز سمات هذه المرحلة ما يلي (الظاهر وسراب، 2001 الصفحات 12- 13):

- ظهور الحكومات والدول مثل الدولة في بلاد الرافدين والحضارة الفرعونية في مصر والرومانية.
- ظهور الجيوش هيا الأمان للناس وبالتالي حرية الحركة.
- ظهور الأنظمة والقوانين إضافة إلى ظهور العلوم وتطور وسائل النقل والمواصلات وخاصة السفن الشراعية.
- ظهور النقود والتعاملات والتبادل التجاري بالتالي ظهور الملكية الفردية.
- ظهور الأديان والمعتقدات.

كل ذلك أدى إلى ظهور ظاهرة السياحة التي لم تعد ظاهرة محكومة بقوانين الطبيعة فقط، بل بقوانين وتشريعات الدولة إضافة إلى ظهور حدود الدولة ومالها من قوانين بحيث تفرض على السائح احترامها (الظاهر وسراب، 2001 الصفحات 12-13).

2. السياحة في العصور الوسطى:

بدأت هذه المرحلة بسقوط الإمبراطور الروماني عام 395 قبل الميلاد حتى القرن 15م، ويصف المؤرخون هذه الفترة بأنها عصر الظلام حيث نشأت بين الدويلات والإقطاعيات تمسحت كلها بالدين وافتقد الناس عنصر الأمن وساءت حالة الطرق وعرفت هذه الحقبة الزمنية بعض المغامرين والمكتشفين بأسفار طويلة في البحار ومن أشهرها (سرحان، 2011 الصفحات 04- 05).

- **رحلة الايطالي "ماركو باولو"**: في القرن 13 من الشرق الأوسط حتى وصل إلى قلب بلاد الصين.
- **رحلة "كريستوفر كولومبس"**: الذي اكتشف أمريكا في سنة 1492م.

ومن الجدير بالذكر أنه في نفس الوقت كانت الدول الإسلامية في أوج عصورها فاهتمت وحافظت على ما كان موروثا من علوم فأضافت إليها مزيدا من التقدم مما يمكن أن يقال عنه إن الله شاء أن يحافظ للإنسانية على كل ما اكتسبته من علم وفن وعمارة (ملوخية وإبراهيم، د. س. ن الصفحات 20- 21).

3. السياحة في العصر الحديث (عصر النهضة):

مع نهاية القرون الوسطى بدأت تظهر تحولات تاريخية بالغة الأهمية كان لها تأثير كبير على السفر والتنقل كظاهرة إنسانية، ويتميز عصر النهضة بميزات خاصة أهمها:

- تبلور فكرة السياحة في مفهومها الحديث وهو السفر من اجل المتعة والراحة أو لأسباب دينية أو صحية.
- كان النشاط السياحي خلال معظم فترات هذه المرحلة الزمنية معظمه مركزا على طبقات الأغنياء مما يدعو إلى إطلاق تعبير سياحة الأغنياء على النشاط السياحي.
- تزايد حجم حركة السياحة بين الدول الأوروبية رغم تعدد الأنظمة السياسية لدولها.
- شهدت هذه المرحلة طول فترة العطلة السنوية وهي ما أسهمت في نشاط الرحلات السياحية وطول فتراتها الزمنية.
- ظهور الفنادق الضخمة التي تتوافر فيها كل وسائل الراحة لذلك اتسمت هذه المرحلة بارتفاع معدلات إنفاق السائح (كافي، 2016 صفحة 32).

4. السياحة في المرحلة المعاصرة:

بدأت هذه المرحلة مع بداية القرن العشرين الذي تطورت خلاله السياحة بصورة لم تشهدها في أي فترة زمنية سابقة وخاصة بعد الحرب العالمية الثانية حين استقرت الأوضاع الفلسطينية وازدهرت الأحوال الاقتصادية وزاد الاهتمام بالجوانب الاجتماعية والنفسية للبشر في العديد من أقاليم العالم واتسمت بالسرعة أو التغيير المستمر وكثرة الأعمال والمسؤوليات بالإضافة إلى مصادر الضغوط النفسية والعصبية التي يتعرض لها الإنسان مما أدى إلى انتشار بما عرفت بأمراض العصر وهي جوانب في الحياة المعاصرة حتمت على الإنسان البعد ولو لفترة زمنية محدودة عن مشاكل الحياة ومحاولة تغيير المجال الذي يعيش فيه بعض الوقت (الزوكة، 2005 الصفحات 37- 40).

ومن أهم مميزات السياحة في هذا العصر ما يلي:

- تطور الحركة السياحية في العالم، بسبب تحقيق الاستقرار للطبقة العاملة ورد حقوقها المهضومة إليها، قامت هذه الطبقة بتنظيم صفوفها وتكوين نقابات والاتحادات للدفاع عن حقوقها وكان ذلك في مختلف الأنظمة وقامت التشريعات بإيجاد الإجازات السنوية المدفوعة الأجر مما أدى إلى وقت فراغ عندهم استثمر في السفر والسياحة.
- ارتفاع مستوي دخل الأفراد خاصة في أوربا وأمريكا الشمالية.
- تزايد حجم السكان.
- تطور العلاقات بين البلدان.
- تطور كبير في وسائل النقل والاتصالات خاصة النقل الجوي وكذلك تطور صناعة السيارات (Cazes, 1989 p. 05).

الفرع الثاني: مفهوم السياحة.

اختلفت التعاريف والمفاهيم حول السياحة فهناك من اعتبرها ظاهرة اقتصادية أو اجتماعية أو حتى ثقافية وهناك من اعتبرها على أساس تنمي العلاقات الدولية الاقتصادية والثقافية والرياضية وغيرها.

ومن هذا الطرح نوجز العديد من التعاريف لمصطلح السياحة على النحو الآتي:

ورد لفظ السياحة في كتاب الله عز وجل من خلال الآية الكريمة الآتية: **قال تعالى:** ﴿**فسيحوا في الأرض أربعة أشهر واعلموا أنكم غير معجزي الله وان الله مخزي الكافرين**﴾ (سورة التوبة، الآية رقم02).

وكذا من خلال قوله جلى جلاله: ﴿قل **سيروا في الأرض فانظروا كيف بدا الخلق ثم الله ينشئ النشأة الآخرة إن الله على كل شيء قدير**﴾ (سورة العنكبوت، الآية 20).

يعد لفظ السياحة من الألفاظ المستخدمة في اللغات اللاتينية إلا أنه كان معروفا في اللغة العربية في المفهوم اللغوي يعني "**التجوال**" وعبارة ساح في الأرض تعني ذهب وسار على وجه الأرض. أما في اللغة الانجليزية نجد "**tour**" يعني يجول أو يدور أما كلمة "**tourisme**" أي السياحة فمعناها الانتقال والدوران (عبوي، 2007 صفحة 169).

ويعرف **مكينتوش وجيولدرن وريتسي** السياحة على أنها: "حركة الناس قصيرة المدى إلى أماكن غير مكان إقامتهم الطبيعية، وعملهم الطبيعي بما في ذلك أنشطة الأفراد المسافرين ليقيموا في مواقع خارج أماكن إقامتهم، وعملهم ليس لأكثر من اثنا عشر شهرا" (مبولي وآخرون، 2007 صفحة 36).

وتعرفها **منظمة السياحة العالمية Word tourisme organisation** بأنها: "مجموعة من النشاطات التي يقوم بها أشخاص مثل نشاط السفر، والإقامة في أماكن بعيدة أو خارج البيئة الاعتيادية التي يعيشون فيها لمدة لا تزيد عن سنة متتالية، فيكون ذلك بهدف التسلية أو العمل أو أي نشاطات أخرى ليست ذات علاقة بالنشاط الذي يمارسه الشخص داخل بيئته الأصلية" (النسور، 2008 صفحة 23).

يمكن تعريف السياحة بأنها: ذلك المزيج من الأنشطة الاجتماعية التي يقوم بها الأفراد كمقدمين للخدمات والسلع السياحية، ووسطاء يقومون بتسهيل العملية السياحية بهدف إنجاحها إلى متلقي هذه الخدمات والمنتجات ولإشباع أهداف وحوافز مختلفة (عبيدات، 2005 صفحة 26).

عرفها الألماني **جوبير فرويلر FREULERE. G** على أنها : "ظاهرة عصرية تنبثق من الحاجة المتزايدة إلى الراحة وإلى تغيير الجو، وإلى مولد الإحساس وجمال الطبيعة وتميز هذا الإحساس والشعور بالبهجة والمتعة من الإقامة في مناطق لها طبيعتها الخاصة وأيضا نمو الاتصالات وخاصة بين الشعوب وأواسط مختلفة من الجماعات الإنسانية" (نسيسة وآخرون، 2019 صفحة 14).

كما يعرفها الفرنسي المتخصص في السياحة جورج كازاس **George Cazes**: بأنها: "عبارة عن ظاهرة جديدة ظهرت بالفعل في واقعنا منذ أقل من نصف قرن، لكنها شهدت توسعا سريعا وتعميما في المجتمع كعنصر مألوف في الحياة اليومية" (Cazes, 1989 p. 07).

من خلال ما ذكرناه من تعاريف للسياحة، يمكننا القول بأن السياحة ظاهرة اجتماعية واقتصادية وثقافية، تقوم على انتقال الفرد من مكان إقامته الدائمة إلى مناطق أخرى خارج حدود إقامته أو دولته، لفترة قصيرة ولإقامة غير دائمة وذلك بهدف الترفيه، اكتساب الوعي الثقافي، تذوق جمال الطبيعة والاستمتاع بجمالها والراحة النفسية.

المطلب الثاني: خصائص وأهداف السياحة.

الفرع الأول: خصائص السياحة.

يمكن تحديد الخصائص الأساسية التي يجب أن تتوفر في ظاهرة السياحة مجملة في النقاط الآتية:

- ✓ تشعب وتعدد مكونات النشاط السياحي وارتباطها بالكثير من النشطة الاقتصادية الأخرى (صناعية، خدمية .... الخ)
- ✓ النشاط السياحي لا يتوقف على مدى توافر الموارد وتنوع المقومات والخدمات والتجهيزات السياحية، بل يتأثر بغيرها من العوامل كأسعار الخدمات السياحية الأساسية أو التكميلية.
- ✓ الطلب السياحي يتوقف إلى حد كبير على القدرة المالية للسائح (فهو لا يرتبط بتلبية حاجات ضرورية، بل يرتبط غالبا بإشباع حاجات كمالية).
- ✓ الحركة السياحية تتأثر بمستوى الرفاهية الاقتصادية للدولة والاستخدام التكنولوجي في وسائل المواصلات والاتصال والتقلبات الاقتصادية (الحمدان، 2001 صفحة 57).

وللسياحة كذلك خصائص أخرى نذكر كما يلي:

- ✓ تتطلب صناعة السياحة استثمارات مالية أقل نسبيا إذا ما تم مقارنتها بالقطاعات الأخرى كالقطاعات الانتاجية والصناعية.
- ✓ يقوم المنتوج السياحي المسوق أساسا على ثروات غير مادية مثل: المناخ والتنوع الطبيعي، ووجود المواقع الأثرية والتاريخية وهي إمكانيات فعالة لتحقيق عوائد مالية كبيرة، إذا ما أحسن التخطيط والتسويق لها وفق قواعد علمية وتجارية.
- ✓ السياحة أداة فعالة ومؤثرة في النظام العام وتخلق تكامل اجتماعي على المستوى الوطني والدولي وهي سبيل لتنمية صناعات أخرى وتبعث نوع من التفاهم الدولي بين الدول المجاورة على وجه خاص وعلى مستوى الدولي على وجه عام (أبو قحف، 1992 الصفحات 16- 18).

ويمكننا إضافة بعض الخصائص الأخرى للسياحة نوجزها كما يلي:

- ✓ ارتباط صناعة السياحة كنشاط انتاجي يقدم خدمات ذات طبيعة خاصة بقضايا التنمية الاقتصادية والاجتماعية والسياسية في الدول النامية والمتقدمة على حد سواء.
- ✓ السياحة صناعة تحتوي على مجموعة عناصر وهي:
  - المقومات والموارد السياحية.
  - التجهيزات والخدمات السياحية.
  - خدمات المواصلات والاتصالات السلكية واللاسلكية المحلية والدولية.
  - الدعاية والترويج السياحي والطلب السياحي إذن فهي صناعة مركبة ومتشابكة (برنجي، 2009 صفحة 48).

- ✓ عدم سيادة المنافسة الصافية أو حتى احتكار القلة في كثير من الحالات الخاصة بالنسبة لبعض المقومات والموارد السياحية النادرة وصعوبة قيام بعض الدول بإنتاج سلعة سياحية بديلة.
- ✓ ارتباط الطلب على الموارد والخدمات السياحية بدولة ما بدوافع ذاتية لدى جمهور السائحين او بمعنى آخر ان الطلب السياحي يتميز بدرجة عالية من المرونة (أبو قحف، 1995 صفحة 206).

الفرع الثاني: أهداف السياحة.

من بين أهداف السياحة ما يلي:

1. يجب الاهتمام بالتخطيط السياحي السليم ودراسة الجدوى الاقتصادية والبحوث والتسويق السياحي.
2. التنظيم المتكامل والفعال للسياحة.
3. بناء مؤسسات تعليمية وتدريبية سياحية وفندقية بمستويات عليا والاستفادة من خبرات الدول المتقدمة في هذا المجال.
4. يجب الاعتماد على الإحصائيات والبحوث والاستبيانات بحيث تسهل الحصول على المعلومات الجيدة.
5. تطوير البرامج السياحية الشاملة (عبوي، 2008 صفحة 19).
6. تهدف السياحة إلى المساهمة في دعم الاقتصاد المحلي والعالمي، وتعود الأهمية إلى ما تجذبه من عملة صعبة ورؤوس الأموال.
7. زيادة الدخل القومي الإجمالي وتحدث الزيادة من خلال الاستفادة من الخدمات.
8. تساعد في تشغيل عدد كبير من الأيدي العاملة والقضاء على البطالة.
9. تعتبر السياحة سوقا زاخر بصناعة الزراعة والتجارة.
10. تزداد أهمية السياحة خاصة في الدول النامية التي تهدف إلى تحقيق فائض في الموازنة في مجال ميزان المدفوعات وتحقيق فائض في مجال العملة الصعبة.
11. السياحة كصناعة لها أهميتها الخاصة تستمد من تأثيرها على بنيان وأداء الاقتصاد القومي.
12. تشمل السياحة جميع الأنشطة الاقتصادية في الدول وخارجها فهي تؤثر وتتأثر على نشاط الإنتاج والاستهلاك والنقل والرحلات والاتصالات... (مقابلة، 2007 صفحة 26).

المطلب الثالث: أهمية السياحة وأنواعها.

الفرع الأول: أهمية السياحة.

تظهر أهمية السياحة في كونها نشاط اقتصادي وصناعة قائمة، تؤدي دورا رياديا في زيادة الدخل الوطني وتحسين ميزان المدفوعات من خلال ما تساهم به من إيرادات سياحية بالنقد الأجنبي، وتعتبر السياحة أيضا نشاطا الثقافات والمعارف الإنسانية للأمم والشعوب، وما من شك أن تطور المجتمعات وارتفاع المستوى المعيشي للفرد ساهم في استغلال الإجازات وأوقات الفراغ في رحلات سياحية لتحقيق الإشباع النفسي والروحي للأفراد، فالسياحة إذا تتميز عن غيرها من الأنشطة الاقتصادية والاجتماعية والثقافية باعتبارها سلسلة من الأنشطة الاقتصادية والاجتماعية والثقافية المترابطة مع بعضها البعض، من أجل ضمان خدمات في مستوى معين بما يتلاءم وحاجات السائحين باختلاف جنسياتهم وأعمارهم ومستوياتهم الاجتماعية والثقافية.

1. الأهمية الاقتصادية:

تتوجه أهمية السياحة نحو زيادة التدفقات النقدية مما يؤثر على زيادة الدخل القومي، وإذا كانت تلك التدفقات بنقد أجنبي فهي من جهة أخرى تؤدي إلى تحسين في ميزان المدفوعات، وبذلك تكون تلك الأهمية:

أ. **خلق مناصب عمل:** إن القطاع السياحي كثيف التشابك ويرتبط مع العديد من القطاعات الأخرى، وهذا يعني إمكانية السياحة على توليد فرص العمل بحيث تفوق حدود القطاع السياحي تمتد لتصل حدود القطاعات الأخرى التي تجهزه بمستلزمات الانتاج، فالسياحة لها القدرة على توليد مناصب عمل أكثر من أغلب الأنشطة الصناعية الكلاسيكية، فهي توظف أكثر من أربع مرات بالنسبة لصناعة السيارات عشر مرات قطاع البناء (Hoerne, 1997 p. 40).

ب. **زيادة الإيرادات السياحية:** ولن تتحقق الإيرادات السياحية إلا من خلال تحقيق عنصر الجذب السياحي بالاتجاه نحو تطوير السياحة لكل متطلبات العصر والتكنولوجيا، ولا شك أن هذه الإيرادات عندما تزيد تكون بمثابة نجاح المشروعات السياحية وزيادة ربحيتها (حفني، 2011 صفحة 19).

ج. **زيادة الدخل القومي:** ولا شك أن زيادة الدخل السياحي يؤدي إلى زيادة الدخل القومي، حيث أن الدخل السياحي هو احد العناصر الأساسية التي تتجه إليه الخطة الاقتصادية كأحد القطاعات الأساسية في الدولة (سماعيني، 2013/ 2014 صفحة 26).

د. **تحسين ميزان المدفوعات:** مما لا شك فيه أن السياحة هي صادرات غير متطورة، أي أنها خدمة يأتي إليها السائح بنفسه للحصول عليها وبالتالي فإنها صادرات بدون رسوم جمركية تعفى منها الدولة المستقبلة للسائحين ولما كانت السياحة تمثل جزء من الدخل القومي (الأنصاري وعواد، 2002 صفحة 32).

لذا فان زيادة هذا الجزء عن طريق أسعار سعر الصرف السياحي أو تخفيض قيمة العملة يؤدي إلى توازن في ميزان المدفوعات وبالتالي تساعد على تحقيق مزيد من الأهداف (علام، 2008 صفحة 45).

2. الأهمية الاجتماعية:

بدأت العديد من الدول الاهتمام بالتأثير الاجتماعي للسياحة على الدولة المضيفة ومواطنيها خاصة وأنها أدركت الاختلاف الشاسع في العادات والتقاليد لدى السائحين والقيم السائدة في مجتمعاتهم، وتأتي التأثيرات الاجتماعية نتيجة الاحتكاك ولاختلاط بين السائحين والسكان .فأصبح واجبا على الدولة المضيفة وضع سياسة سياحية شاملة تجمع بين ثقافتها وثقافة السائح والثقافة العرضية) تقليص الفجوة السيكولوجية بين الحياة غير الاعتيادية للسياح والحياة الاعتيادية للمجتمع المضيف (زايد، 2010 صفحة 09).

3. الأهمية البيئية:

عرف القرن العشرين في بداياته تطورا تكنولوجيا كبيرا صاحبه كذلك تطورا في حركة السياحة وكان من نتائج هذا التطور والتقدم سواء تكنولوجيا أو سياحيا ظهور ما يسمى بتلوث البيئة. فكلما زادت حركة السياحة بأعدادها الهائلة المستخدمة ووسائل النقل المتنوعة زاد تلوث الهواء وزادت نسبة الضوضاء.

ففي السابق كانت السياحة تنتج خدمات ذات جودة عالية لكن على حساب البيئة و الموارد الطبيعية، أما اليوم فإن السياحة الخضراء (ثقافة المحافظة على البيئة) في إطار مبدأ الممارسة الأفضل تنطوي على إتباع نظام متكامل يشتمل على إدارة البيئة كجزء لا يتجزأ من العمليات التي تقوم بها المؤسسات السياحية، حيث يرى بيغرام أن صناعة السياحة اليوم ملتزمة بهذا النظام المتكامل وحريصة على ترسيخه في إطار ميثاقها، وتساهم المنظمة العالمية للسياحة ومجلس السفر والسياحة العالمي على تقديم برنامج مكثف للأعضاء يطلق عليه اسم البرنامج الكوني الأخضر لترسيخ ثقافة المحافظة على البيئة والارتقاء بممارسات صناعة السياحة لتصبح حقا في خدمة المجتمعات والحضارات المختلفة (حنفي والشرقاوي، 2008 صفحة 20).

4. الأهمية السياسية:

من وجهة النظر السياسية، تساعد السياحة على تطوير الوعي السياسي الدولي، وتتدخل في تحسين التبادلات الدولية وتطويرها، وكوين علاقات سياسية وروابط صداقة متينة وتعاون دولي جيد بين مختلف الدول هذا ما يؤدي إلى جلب السياح وكذا الاستثمارات الأجنبية ورؤوس الأموال وساهم السياحة في تغيير وتصحيح بعض الانطباعات والمفاهيم الخاطئة في أذهان الأجانب، وعطاء صورة واقعية وميدانية لمختلف الأوضاع السياسية والاقتصادية والثقافية والاجتماعية بالبلد المقصود (سماعيني، 2013/ 2014 صفحة 27).

كما تعتبر أحسن وسيلة للإقناع وإظهار الصورة الحقيقية للبلد من خلال القيام بالحملات الإعلامية لكسب تأييد الشعوب الأجنبية للقضايا الوطنية من خلال معايشتهم وإلمامهم بالمعلومات الصحيحة والسليمة (حفصي، 2005/ 2006 صفحة 36).

الفرع الثاني: أنواع السياحة.

إن للقطاع السياحي طابعا متعدد الأشكال باعتبار أنه عنصر من عناصر التنمية خاصة في بعض المناطق وتتميز في الوقت الراهن بكثرة أنواعها منها:

1. السياحة حسب العدد: وتنقسم بدورها إلى (مربعي، د. س. ن صفحة 02):

أ. **سياحة فردية:** عبارة عن سياحة فردية وفي كثير من الأحيان غير منظمة يقوم بها الشخص أو مجموعة من الأشخاص لزيارة بلد أو مكان ما، وتتراوح مدة إقامتهم حسب تمتعهم بالمكان أو حسب وقت الفراغ المتوفر لديهم هذا وتشمل خدمات سياحية متنوعة وعديدة.

ب. **سياحة جماعية:** يطلق عليها سياحة الأفواج أو المجموعات حيث تقوم الشركات بتنظيم وترتيب مثل هذا النوع من السياحة وكل سفرة لها برنامج خاص ومحدد وسعر محدد، وتعتمد على تحقيق إشباع رغبات المجموعة إذ تكون هذه الرحلات متعددة ومتنوعة.

2. السياحة حسب الغرض: وتنقسم إلى عدة انواع نذكرها كما يلي:

أ. **سياحة العمل المؤقت:** وغالبا ما تنتشر في الأوقات التي تكون فيها ركود بحيث ينتقل الإنسان إلى الأماكن التي يكون فيها رواج وانتعاش اقتصادي.

ب. **سياحة الهوايات:** هذا النوع من السياحة يعتبر من الأنواع الحديثة بالسياحة في الوقت الحاضر وأخذت تستقطب أعدادا كبيرة من السواح وخاصة في الدول المتقدمة، ويتم تنظيم سفرات سياحة لنوع معين ومحدد من السياحة (عبوي، 2007 صفحة 169).

ج. **السياحة الصحراوية:** يقصد بها كل إقامة سياحية في محيط سياحي صحراوي، تقوم على استغلال مختلف القدرات الطبيعية والتاريخية والثقافية، مرفقة بأنشطة مرتبطة بهذا المحيط من تسلية وترفيه واستكشاف، وتعد الصحاري بعظمتها وهدوؤها واتساعها قطبا سياحيا لجذب الكثير من السياح الذين يفضلون هذا المنتج.

د. **سياحة المؤتمرات والأعمال:** تمثل المؤتمرات والأعمال إحدى قنوات السياحة، إذ تشمل انتقال وإقامة الأشخاص خارج أوطانهم لدوافع مهنية ويعتبر هذا النمط السياحي احد المنتجات السياحية الجديدة للسياحة، وتختص بالتحديد بتحديد فئات معنية من أفراد المجتمعات وهم الباحثين والأدباء ورجال الأعمال، كما تمثل سياحة المؤتمرات وسيلة دعائية للبلد الذي ينعقد فيه المؤتمر.

ه. **السياحة العلاجية:** هذا النوع من السياحة يهدف إلى امتناع النفس والجسد معا بالعلاج أو هي سياحة العلاج من أمراض الجسد من الترويح عن النفس ويقسم هذا النوع من السياحة إلى قسمين:

- **سياحة علاجية:** تعتمد على استخدام المراكز والمستشفيات الحديثة بما فيها من تجهيزات طبية وكوادر بشرية لديها من الكفاءة ما تساهم في علاج الأفراد الذين يلجئون إلى هذه المراكز.
- **السياحة الاستشفائية:** وتعتمد السياحة الاستشفائية على العناصر الطبيعية في علاج المرضى وشفائهم مثل الينابيع المعدنية والكبريتية والرمال والشمس بهدف الاستشفاء من الأمراض الجلدية والروماتيزم وقد يعد النوع الأول أكثر حراكا من النوع الثاني لان ثقة المريض به أكثر حراكا.

و. **سياحة السيارات والدراجات:** تندرج سياحة السيارات والدراجات تحت الأنماط السياحية الجديدة حيث تخضع لظروف ومتطلبات معينة غير موجودة إلا في عدد قليل من الدول مثل: الطرق السريعة التي تربط بين الدول، التي تنتشر بها ومدى توافر محطات الخدمة والصيانة ومراكز النجدة والإسعاف والاستراحات على هذه الطرق (رواشدة، 2009 الصفحات 26- 29).

ز. **السياحة الاجتماعية:** ويطلق عليها أيضا السياحة الشعبية أو سياحة الإجازات، والسبب في تواجد مثل هذا النوع أن السياحة كانت مقتصرة في القدم على الطبقات الثرية فقط (رواشدة، 2009 صفحة 29).

ح. **السياحة الرياضية:** هذه السياحة تعتبر قديمة والتي كانت تشمل رحلات الصيد وفي الوقت الحاضر أصبحت السياحة لصيد الأسماك واليخوت وركوب الخيل، وأصبحت كثير من الدول العالمية تنافس لإقامة مباريات لكاس العالم أو الألعاب الاولمبية وذلك للحصول على المكاسب التي تحققها هذه المباريات الرياضة.

ط. **سياحة زيارة الآثار والأماكن التاريخية:** وتتمثل في زيارة آثار وأماكن أثرية وتاريخية لها من اهتمام بالغ بالنسبة للسائح، ويعتبر هذا النوع من السياحة بالغ الأهمية بسبب تدفق أعداد ضخمة من السواح للبلد الذي يزورونه.

ي. **سياحة الراحة والاستجمام:** تكون بهدف الاستمتاع بأوقات الفراغ في الأماكن الهادئة أو على سواحل الشواطئ أو في المناطق الجميلة أو الهروب من الجو الروتيني اليومي للعمل والابتعاد عن صخب المدينة أو للترفيه عن النفس عند توفر الوقت والمال.

ك. **السياحة الدينية**: وتكون بدافع الحج إلى الأماكن المقدسة مثل القدس أو الفاتيكان أو إلى مكة المكرمة وزيارة أماكن دينية مشهورة مثل أضرحة الصحابة أو لرحلات العمرة خلال شهر رمضان إلى مكة المكرمة.

ل. **سياحة عرقية**: تكون بزيارة البلد الأم من خلال تجديد الروابط الأسرية كزيارة الميلاد مثلا والرغبة في زيارة أماكن سبق وان زارها الأصدقاء في بلد الأم وتركت انطباعا معينا لديهم.

3. السياحة حسب العمر: تشمل ما يلي (مقابلة، 2007 الصفحات 33- 34):

أ. **سياحة الشباب**: يتعلق بالمرحلة العمرية بين 12 و15 سنة وتمتاز بالبحث عن الحياة الاجتماعية أو الاختلاط بالأخرى والاعتماد على النفس وينتشر هذا النوع من السياحة في أمريكا.

ب. **سياحة الطلائع**: يتعلق هذا النوع من السياحة بالمراحل العمرية من 7 و14 سنة وهي مرحلة تعليمية يتم من خلالها اكتساب الأطفال معارف ومهارات وسلوكيات.

ج. **سياحة الناضجين**: هي سياحة خاصة بالفئة العمرية من 35 و55 سنة هو عبارة عن سياحة استرخاء ومتعة والهروب من جو العمل الروتيني والإرهاق من العمل، ويغلب طابع الراحة والاستجمام والترفيه على هذا النوع من السياحة، وتعتمد هذه السياحة على الخدمات السياحية الجيدة والإقامة الجيدة. (عبوي، 2007 صفحة 192).

د. **سياحة المتقاعدين**: وهي سياحة خاصة بالمتقاعدين وكبار السن قد تكون من أسبوعين إلى شهرين. وتمتاز بارتفاع أسعارها وتقديم أفضل الخدمات السياحية وأفضل أنواع الإقامة والنقل ويمتاز هذا النوع من الرحلات بأنه ذو قدرات طويلة.

4. السياحة حسب مدة الإقامة: وتنقسم إلى:

أ. **السياحة الموسمية**: وهي مرتبطة بموسم معين أي قضاء السائح في مكان ما لموسم معين أي لفترة الإقامة تتراوح عن شهر إلى ثلاثة أشهر، مثل زيارة السواح الكنديين الذين يعيشون في الولايات الأمريكية المتحدة ينتقلون في موسم الشتاء البارد إلى الولايات الجنوبية التي تمتاز بجو دافئ بعيدا عن البرد والثلج والعكس صحيح وخاصة بالنسبة لمواطني دول الخليج العربي الذين ينتقلون في موسم الصيف إلى البلدان التي يكون جوها باردا (مقابلة، 2007 صفحة 41).

ب. **سياحة لأيام**: هذا النوع من السياحة عادة يستغرق أياما محدودة من يومين إلى أسبوع يقضيها السائح ضمن برنامج معد مسبقا أو تكون سياحة فردية وتكون هذه السياحة متنوعة وخدماتها مختلفة أيضا وقد تكون في عطلة نهاية الأسبوع أو في مناسبات وطنية أو أعياد قومية وهذا النوع من السياحة يكون مستمرا على مدار السنة ويتضمن برنامج ورحلات مختلفة إلى الأماكن مختلفة أيضا (عبوي، 2007 صفحة 193).

ج. **سياحة عابرة**: وهي سياحة عابرة تكون أثناء انتقال السواح بالطرق البرية عن طريق الباصات السياحية أو تحصل أثناء الانتقال بالطائرات كان تعطل طائرة في مطار ما (مقابلة، 2007 صفحة 43).

أ. **السياحة الشبه المقيمة**: مثل الجاليات التي تقيم في بلد ما شبه دائمة إما لأغراض التعليم أو التدريب وغيره.

5. السياحة حسب النطاق الجغرافي: وتشمل الأنواع الآتية:

أ. **سياحية داخلية**: والمقصود منها تغطية المناطق السياحية داخل الدول وهي تسمى السياحة الايجابية.

ب. برامج سياحية خارجية: وهي تعمل على جذب المواطن المحلي للسعي إلى عناصر جذب خارج بلده وهي تسمى سياحة سلبية (كورتال، 2009 صفحة 275).

6. السياحة حسب جنسية السائح: وتنقسم إلى الأنواع الآتية:

أ. سياحية موجهة للسياح الأجانب.

ب. سياحية للمواطنين غير المقيمين والذين يعملون بالخارج.

ج. سياحية للمواطنين المقيمين والذين يعملون بالداخل (أبو نبعة، 2005 صفحة 193).

7. السياحة حسب وسيلة الانتقال: وتتمثل في:

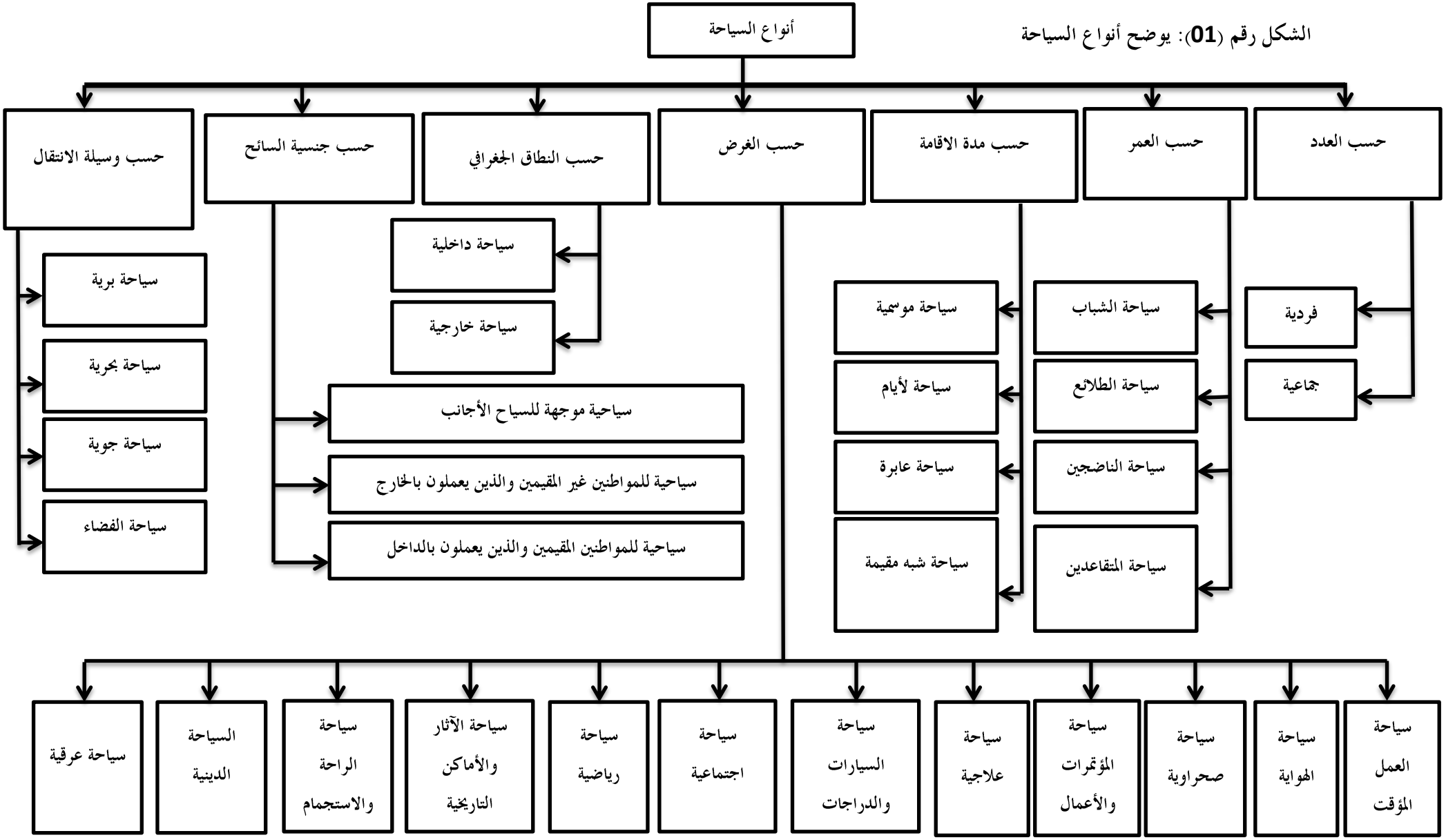
أ. السياحة الجوية عن طريق الطيران.

ب. السياحة البرية عن طريق السيارات والقطارات.

ج. السياحة البحرية عن طريق السفن واليخوت.

د. سياحة الفضاء وهذه سياحة جديدة محصورة حتّى الآن ببعض الأشخاص القلائل جداً حيث تكلف الرحلة ملايين الدولارات (تقويم كفاءة التسويق السياحي في سورية، 2007 صفحة 105).

الشكل رقم (01): يوضح أنواع السياحة



المصدر: اجتهاد ومن إعداد الطالبة

المبحث الثاني: محددات وأسس السياحة.

من خلال هذا المطلب سنتطرق إلى أهم محددات السياحة والأسس التي تقوم عليها من خلال طرح العناصر الآتية: الطلب والعرض السياحيين والتسويق والانفاق السياحي وإلى أهم الإيرادات السياحية وكذا الاستثمار السياحي.

المطلب الأول: أسس السياحة.

الفرع الأول: الطلب والعرض السياحي.

أولا: الطلب السياحي.

1. مفهوم الطلب السياحي وأنواعه:

1-1- مفهوم الطلب السياحي:

يمكن تعريف الطلب السياحي بأنه تعبير عن اتجاهات السائحين لشراء منتج سياحي معين أو زيارة منطقة أو دولة سياحية بذاتها قوامه مزيج مركب من العناصر المختلفة التي تمثل الدوافع والرغبات والقدرات والميول والحاجات الشخصية التي يتأثر بها المستهلكون السياحيون من حيث اتجاهات الطلب على منطقة معينة، كما يمكن تعريف الطلب السياحي بأنه السوق السياحي المرتقب الذي يهدف إلى إثارة وتنشيط جميع

الدول السياحية من مختلف دول العالم لتحقيق أكبر حركة سياحية (صبري، 2006 صفحة 102).

1-2- أنواع الطلب السياحي:

يمكن التمييز بين أنواع الطلب السياحي كما يلي (كواش، 2004 صفحة 70):

أ. **الطلب السياحي العام:** ويقصد بهذا النوع من الطلب السياحي، هو الطلب العام على إجمالي الخدمات السياحية أو على السياحة بشكل عام بغض النظر عن الوقت والنوع والمدة، ومن هنا يرتبط الطلب العام بالعملية السياحية ككل وليس بنوع محدد منها أو ببرنامج خاص.

ب. **الطلب السياحي الخاص:** يرتبط هذا النوع من الطلب السياحي ببرنامج معين يجده السائح لإشباع رغباته واحتياجاته، ويختص هذا البرنامج بإشباع تلك الرغبات ومن هنا فإن الطلب على برنامج معين يعتبر طلبا خاصا بسائح ما أو مجموعة من السياح وليس كل السياح.

ج. **الطلب السياحي المشتق:** يرتبط هذا النوع من الطلب بالخدمات السياحية المكملة أو المكونة للبرنامج السياحي، مثل الطلب على الفنادق، الطلب على شركات الطيران، الطلب على شركات النقل السياحي أو الوكالات السياحية، وتسعى أغلب الدول لتحويل الطلب المشتق إلى طلب عام عن طريق توفير برامج سياحية متنوعة ومختلفة وبأسعار متنوعة كذلك.

د. **الطلب السياحي الحالي:** وهذا النوع من الطلب هو طلب صريح من جانب السائح لتوافر عوامل أهمها الرغبة، وقت الفراغ، والقدرة على الدفع، فضلا عن الظروف الأخرى المناسبة والمحفزة للطلب والدافعة للتعاقد، ويمثل هذا الطلب إجمالي عدد السياح الداخلين والقادرين على دفع النفقات السياحية والمستعدين للقدوم إلى البلد أو المنطقة المعنية وذلك خلال فترة زمنية معينة.

ه. **الطلب السياحي الكامن:** وهو طلب ينقصه أحد عناصره الأساسية، بمعنى أن لا تتوفر لدى السائح أحد هذه العناصر:

- ✓ عدم القدرة على دفع تكاليف الرحلة السياحية أو البرنامج السياحي.
- ✓ عدم الرغبة في التعاقد على البرنامج السياحي.
- ✓ عدم توفر الظروف المناسبة والمحفزة.
- ✓ عدم حصول السواح على المعلومات المناسبة.
- ✓ ضعف وسائل الإعلام والإعلان والتروي (كواش، 2004 صفحة 71).

2. خصائص الطلب السياحي:

يتميز الطلب السياحي ببعض الخصائص التي تميزه بشكل خاص ومن أهـــم هذه الخصائص نذكرها كما يلي (موفق، 2001/ 2002 صفحة 38):

أ. **الحساسية:** تعني هذه الخاصية أن الطلب السياحي ذو حساسية شديدة نحو الظـــــروف والعوامل الاقتصاديـــة والاجتماعية والسياسية السائدة في الدول المستقبلة للسائحين، لأنه إذا واجهت هذه الدول مشكلات اقتصادية حادة كانهيار النظام الاقتصادي بها وتدهوره، أو مشكلات اجتماعية كحدوث مجاعات أو كوارث طبيعية كالبراكين وغيرها فإنه سيؤدي إلى تقلص المد السياحي إلى هذه الدول وانسحابه منها وانخفاضه بشكل مفاجئ وملحوظ لأن السائح يبحث دائما عن المتعة والترفيه والثقافة والهدوء، فالدول التي تحدث فيها مشكلات اقتصادية يصبح مناخها السياحي غير ملائم للحركة السياحية ويقل الطلب السياحي عليها مهما كانت تتمتع بمقومات سياحية عالية، وبذلك يتضح مدى الارتباط القوي بين أمن واستقرار المنطقة المستقبلة للسواح وزيادة حجم الطلب السياحي عليها.

ب. **المرونة:** يقصد بالمرونة قابلية الطلب السياحي للتغير تبعا للظروف والمؤثرات المختلفة سواء كانت الاجتماعية أو الاقتصادية أو السياسية...الخ، السائدة في السوق السياحي الداخلي أو الخارجي، فالظروف الاقتصادية السائدة في الدول المستقبلة للسائحين التي ترتبط بتغير أسعار الخدمات السياحية تؤثر هي أيضا في مرونة الطلب السياحي، لأنه كلما انخفضت هذه الأسعار اتجه الطلب إلى الارتفاع، لذلك فإنه يجب على الدول المستقبلة للسائحين دراسة مرونة الطلب في الدول المصدرة لها دراسة جيدة حتى يمكن معرفة درجة الارتباط بين زيادة الأسعار وانخفاض الطلب السياحي وبين الأسعار وارتفاع الطلب.

ج. **التوسع:** إن الطلب السياحي يميل عادة إلى التوسع والزيادة سنويا ولكن هذا التوسع لا يكون بمعدل ثابت، بل يكون بمعدلات متفاوتة وذلك تبعا للظروف المختلفة في الدول التي تكون مصدرة للسائحين والدول الأخرى التي تكون مستقبلة لهم، وهذا يعني أن الظاهرة السياحية أصبحت من الظواهر الاجتماعية والإنسانية في العالم والتي مرت بمراحل كثيرة من التطور، إذ كانت مجرد ظاهرة فتطورت وأصبحت حركة ثقافية واجتماعية بل أصبحت علما له قواعد وأسس ونظريات، كما أصبحت صناعة مركبة من الصناعات المهمة. كما يمكن القول أن السياحة في العالم أصبحت تسير في اتجاه صاعد ومتزايد إلى أعلى مهما واجهها من المشاكل والمعوقات الدولية.

د. **الموسمية:** يقصد بموسمية الطلب السياحي اتجاه هذا الطلب إلى الارتفاع في أوقات معينة مرتبطة بأعياد أو مواسم معينة كرأس السنة الميلادية حيث يصل في هذه الأوقات أو الفترات إلى أعلى المستويات للسواح خلال العام، والموسمية لا ترتبط فقط بالمواسم الموجودة بالدول المصدرة للسائحين، ولكنها ترتبط أيضا بمواسم الدول المستقبلة لهم أيضاً، أي السائحين في الدول المصدرة

توجد مواسم خاصة بها تزداد فيها الحركة السياحية القادمة منها حسب كل منطقة من مناطق السوق السياحي الخارجي (قرومي وحميدي، 2010 صفحة 05).

3. العوامل المؤثرة على الطلب:

من بين أهم العوامل التي تؤثر في الطلب ما يلي (موفق، 2001/ 2002 صفحة 37):

- ✓ يعتبر النمو الديمغرافي في البلدان المتقدمة عامل الارتفاع الطلب السياحي ، بينما في الدول النامية لا يشكل نفس الارتفاع لأن هناك عدة عوامل تتحكم فيه منها الثقافة والسياحة التي لها دور فعال، وهي من الخصائص الهامة والتي نجدها لدى الجزائريين منعدمة أو لم يعط لها الاهتمام الخاص بها، وكذلك نسبة المستوى المعاشي للسكان وأيضا الأمن الاجتماعي.
- ✓ إن غرض السائح من سفر هو الراحة والتخلص من التعب واستعادة حيويته ونشاطه الفكري والجسدي، لهذا فهو يختار أماكن توفر له الراحة النفسية والجسدية فيتوجه إلى أماكن أو البلدان التي توفر له هذه الشروط الملائمة وما أكثرها في الجزائر من حمامات و شواطئ أو غابات أو صحاري.
- ✓ الارتفاع الدائم والمستمر في الدخول حيث يشجع زيادة الدخل علي الاستفادة من الخدمات السياحية والترحال واكتساب المعارف والخبرات.
- ✓ الهجرة إلى المدن وخاصة في الدول النامية والتي تجعل ازدياد الطلب علي الخدمات وتعقد الحياة وهذا يساعد علي تطور السياحة والسفر.
- ✓ تطور وسائل النقل والمواصلات والاتصالات وما أتاحته من إمكانيات الانتقال السريع لأي مكان في العالم إذ أن تطور وتقدم وسائل النقل أدى إلى إلغاء المسافات في العالم.
- ✓ تطور مستوي المعيشة و زيادة أوقات الفراغ وحتى العاملين في الحصول علي إجازات مدفوعة الأجر.

ثانيا: العرض السياحي.

1. مفهوم العرض السياحي:

هو مجموعة من الخدمات المقترحة للسياح أثناء تنقلهم وأثناء إقامتهم وتجوالهم أي مجموعة المنتجات المادية(إيواء، نقل...الخ) والمنتجات المعنوية (مناخ – ثقافة – العادات والتقاليد) التي بإمكانها إشباع رغبات المستهلك، أي هو عبارة عن تلبية حاجة المستهلك وفق عملية توزيع السلع والخدمـــات السياحية المتكونة من سلع ملموسة وغير ملموسة في السوق مع تحديد السعر (صبري، 2006 صفحة 125).

2. أنواع العرض السياحي:

للعرض السياحي اصناف عدة نذكرها كما يلي (Robert Manquard p. 40):

أ. **تصنيف روبار لانكوار (ROBERT LANQUARD)**: صنفه إلى ثلاث أصناف أساسية هي:

- مجموعة التراث المتكون من الموارد الطبيعية، الثقافية، الصناعية، والتاريخية التي تجلب السائح للاستمتاع بها.
- مجموعة التجهيزات التي لا تعتبر العامل الأساسي في جلب السائح غير أن عدم توفرها يمنع السائح من السفر كوسيلة، النقل والإيواء و المطعم، وكذلك التجهيزات الثقافية والرياضية والترفيهية.

- مجموعة الإجراءات الإدارية المتعلقة بتسهيلات الدخول والخروج ذات العلاقة مع وسائل النقل التي يعقدها السائح للوصول إلى المكان المرغوب فيه.

ب. **تصنيف كيـــــر بندروف (KIR PENDROF)**: صنف كير العرض السياحي إلى:

- العناصر الطبيعية (المناخ – البيئة، والحالة الجغرافية).
- الأنشطة الإنسانية (اللغة، الدين، العادات والتقاليد، الفلكلور، الثقافة، الفن...الخ).

ج. **تصنيف المنظمة العالمية للسياحة (OMT)**: صنفتi المنظمة العالمية للسياحة إلى عدة عناصر هي:

- التراث الطبيعي (المناظر الطبيعية، الجغرافية، الشواطئ، الصحراء، البحار...الخ)
- التراث البشري (المعطيات الديموغرافية، ظروف الحياة، الرأي العام، العادات والتقاليد والمعطيات الثقافية).
- الجوانب التنظيمية والسياسية والقانونية والإدارية للبلد.
- مشاركة الشعب في الحكم وتهيئة وقت العمل وتخطيطه لأوقات العمل والعطل كذلك الترقية، الإشهار والتي تعد جوانب اجتماعية.
- وسائل الخدمات من نقل، إيواء، مطاعم وغيرها.
- الأنشطة الاقتصادية والمالية.

3. خصائص العرض السياحي:

يتميز العرض السياحي بعدد من الخصائص التي تحدد ملامحه الرئيسية ومن أهم هذه الخصائص نذكر ما يلي (غاتة، 2009/ 2010 الصفحات 37- 38):

أ. **الجمود (قلة المرونة)**: ويقصد بقلة مرونة العرض السياحي انخفاض قابلية العرض للتغير طبقا لأذواق ورغبات واتجاهات المستهلكين السياحيين بعكس ما نراه في السلع المادية الأخرى التي تتصف بالمرونة لإمكانية تغييرها وتعديلها بسهولة حتى تتلاءم مع مطالب السوق وأذواق المستهلكين والمشترين المرتقبين بصفة عامة، ففي مجال السياحة العرض السياحي يصعب تغيير المكونات الرئيسية له كالمقومات الطبيعية وكذا المقومات الصناعية، أما بالنسبة للخدمات السياحية فيمكن تطويرها وتعديلها بشكل يلائم رغبات وميول السياح وذلك حسب معينة القوانين والتقاليد والعادات السائدة في كل دولة.

ب. **استقلال عناصره التي يتكون منها**: العناصر المكونة للعرض السياحي مستقلة عن بعضها البعض حيث يتضح لنا أن المقومات الطبيعية مستقلة عن المقومات الصناعية ومستقلة أيضا عن الخدمات والتسهيلات السياحية، بحيث يمكن التمييز بين كل عنصر وآخر وتحديد معالمه الرئيسية بدون تداخل بينهم.

ج. **استخدامه في أماكن وجوده**: يتميز العرض السياحي بأن المستهلكين السياحيين ينتقلون إلى الدول والمناطق التي يوجد بها المنتج السياحي المناسب لهم حيث يتمتعون بكل المقومات السياحية الموجودة في ذلك البلد المضيف لهم ويستخدمون مختلف الخدمات السياحية كوسائل الإقامة والترفيه إلى غير ذلك، وبذلك ينتقل مشتري السلعة السياحية إلى أماكن إنتاجية لاستخدامها مقابل ما

يدفعه من مبالغ مالية، أما في حالة العرض السلعي المادي فإن السلعة هي التي تنتقل إلى المستهلك في مكان وجوده حيث تنتقل إليه ملكية وحيازة هذه السلعة.

د. **خضوع العرض السياحي للمنافسة الكاملة:** بما أن السوق العالمي يتميز بكثرة السائحين باعتبارهم المشترين للسلعة السياحية وكثرة عدد الدول السياحية في العالم المصدرة والمستقبلة للحركة السياحية والتجانس الشديد في طبيعة ومكونات المنتج السياحي في هذا السوق وعدم تأثير المشترين والبائعين السياحيين بصورة منفردة في أسعار السلعة السياحية، لأن السعر يتم تحديده بناء على الطلب من جانب ملايين المشترين السياحيين، وأما العرض فإنه يتم بواسطة عدد كبير من البائعين، وعليه فإن السلعة السياحية يتنافس معها السلع والخدمات الأخرى وبخاصة السلع والخدمات الأساسية التي تمثل الحاجات الضرورية لكل فرد، وعليه يخضع العرض السياحي للمنافسة الكاملة (صبري، 2006 صفحة 134).

4. العوامل المؤثرة على العرض السياحي:

توجد العديد من العوامل التي تؤثر على العرض السياحي نوجز اهمها في النقاط التالية (السكر، 1999 صفحة 124):

- ✓ العامل الرئيسي الذي يحدد حجم العرض هو تطور قوى الإنتاج على أساس المنجزات العلمية المتطورة عند إنتاج الخدمات والبضائع التي تلبي الطلب السياحي.
- ✓ حالة الطلب السياحي كمعبر لوجود الحاجة من السياحة.
- ✓ أسعار السوق السياحي والذي من خلاله يوجد إمكانية تصريف البضائع والخدمات بأعلى سعر ممكن وهناك عوامل أخرى تؤثر على العرض السياحي مثل (موفق، 2001/ 2002 صفحة 59):
  - عوامل سياسية.
  - عوامل نزاعات حربية.
  - عوامل ذات طبيعة مناخية.
  - عوامل اقتصادية.
  - عوامل توحد البائعين في مجموعات واحدة وتكون الاحتكاكات.

الفرع الثاني: التسويق السياحي.

1. تعريف التسويق السياحي:

عبارة عن نظام خاص للمؤسسة هدفه تحقيق الربح وهو كذلك تبني لطريقة وربط السياسة بالمؤسسة في إطار محلي ودولي من اجل إشباع الرغبات الخاصة لفوج من السياح (هدير، 2005/ 2006 صفحة 45).

كما يعرف التسويق السياحي على أنه المسار المتبع من قبل المؤسسة السياحية في تنبئها بالطلب السياحي وتلبية حاجيات المستهلكين من خلال توفير منتوج أو خدمة تضمن أقصى إشباع للمستهلكين وأقصى ربح للمؤسسة السياحية (براينيس، 2010 صفحة 13).

التسويق السياحي هو عملية إدارية تقوم بها المؤسسة السياحية والمشاريع السياحية من خلالها بتحديد مجموعاتها السياحية الفعلية والمتوقع الاتصال بهم لغرض التحفيز وإشباع رغباتهم ودوافعهم وتبني المنتوج السياحي المطلوب من قبلهم وذلك لغرض تحقيق أهداف السياحة (مقابلة، 2007 صفحة 51).

2. أهداف التسويق السياحي:

للتسويق السياحي عدة أهداف نذكر أهمها في النقاط الآتية (الزعبي، 2013 صفحة 100):

- ✓ تحقيق نسبة معينة من التدفق السياحي خلال فترة تتراوح من سنة إلى سنتين.
- ✓ تحقيق الرضا وإشباع الحاجات عند السائحين من خلال تحسين مستوى الخدمات السياحية.
- ✓ زيادة الدخل السياحي والحركة السياحية.
- ✓ التوسع وفتح أسواق جديدة.
- ✓ تحقيق سمعة مميزة وتوفير خدمات سياحية ذات جودة عالية ومتطورة.
- ✓ وتوجد كذلك أهداف خاصة تتمثل في احتكار سوق سياحي معين وكذا تقديم خدمات سياحية ممتازة وبأسعار أقل.

3. أهمية التسويق السياحي:

تتجلى أهمية التسويق السياحي كما يلي (كردودي ونصبة، 2010 صفحة 04):

- ✓ التسويق السياحي عبر القنوات الإعلامية المطلوبة والتي تستمد إقبالا جماهيريا يشكل أحد المرتكزات الاستراتيجية التي يعتمد عليها القطاع والحركة السياحية خاصة؛ فالسياحية بكل أشكالها لا تستغني تسويقها وترويجها إعلاميا- فسرعة وصول المعلومة وسرعة أثرها وصداها أخذت مكانة مرموقة الآن وتؤكد أن بزيادة وسائل التسويق تزيد حجم الحركة السياحية الداخلية والخارجية، وبالتالي المساهمة غير المباشرة في الاقتصاد المعاصر.
- ✓ يخلق المزيد من فرص لعمل لمختصين في شؤون التسويق والترويج والتسويق السياحي ومندوبين لشركات متخصصة في هذا المجال وآخرين مندوبين في شركات السياحة.
- ✓ يظهر الآن في ظل عملية السلام على المستوى المحلي والإقليمي والدولي.
- ✓ يعتبر التسويق هنا بمثابة همزة وصل بين رغبات السائحين ومنتجات المنشاة السياحية.
- ✓ يسمح بتطوير العرض السياحي نسبيا ليتوافق مع التغيير المستمر في احتياجات ورغبات السائحين، كذلك يلعب التنشيط والترويج دورا بارزا في إثارة الرغبات وتوليد الأحلام التي تمثل المحرك الأساسي لإقدام الفرد علي السفر.
- ✓ تعد السياحة من أكثر النشاطات الاقتصادية الواعدة ذلك لان السياحة تنتج حوالي 15%من الناتج الاقتصادي العالمي وتكتسب السياحة أهمية في التجارة العالمية حيث أصبحت تشكل ما نسبته 25% من التجارة العالمية في قطاع الخدمات وتشير التوقعات إلي استمرارية القطاع السياحي في النمو المتواصل حيث تعتبر منظمة التمويل الدولية أن المعدل العام للنمو في السياحة يبلغ حوالي 8% كزيادة سنوية.

- ✓ تزداد الحاجة في السياحة إلي التنظيم والإدارة لكونها صناعة معقدة النشاطات وجهات الإنتاج وان تطبيق علم التسويق في السياحة يخلق لنا إدارة سياحية تستطيع تحديد حاجات العملاء في السياحة واقتناص الفرص الجديدة وجعل السائح المحتمل سائح حقيقي (كورتال، 2009 صفحة 270).

4. خصائص التسويق السياحي:

للتسويق السياحي العديد من الخصائص موجزة في النقاط التالية (صبري، 2007 الصفحات 36- 39):

- يقوم التسويق السياحي على إثارة الرغبات والدوافع والاتجاهات لدي السائحين المرتقبين من شتي أنحاء العالم لزيارة دولة أو منطقة معينة لغرض من أغراض السياحة المعروفة.
- التسويق السياحي في الدول المستقبلة للسائحين (دولة الزيارة) يعتمد علي العرض السياحي الذي تتصف مكوناته بقلة المرونة وعدم القابلية للتغير في المدى القصير.
- التسويق السياحي يهدف في كثير من الأحيان إلى إبراز صورة البلد السياحية والتركيز علي معالمها ومناطقها السياحية المتعددة وبالتالي زيادة معدل الحركة السياحية سنويا وذلك باستخدام الوسائل المختلفة للتنشيط السياحي كالدعاية والإعلام والعلاقات العامة.
- موجود بطبيعته في الدولة في كل وقت ومكان وبذلك فان العمليات التسويقية له يمكن أن تتم في أي وقت من الأوقات خلال العام.
- التسويق السياحي يعتمد علي وجود علاقة مباشرة بين المنشاة السياحية التي تقدم الخدمة والعميل الذي يشتريها ويستخدمها فشراء الخدمة السياحية تطلب دائما في كل مرة حضور المشتري وتعامله مع منتج الخدمة أو الشخص الذي يؤديها مثل موظفي الاستقبال وغيرهم بالفنادق والعاملين في الشركات والمكاتب السياحية و موظفي شركات الطيران، وكل من يتعامل معهم السائح ويقدمون له خدمات معينة في نطاق رحلته السياحية.

5. العناصر الواجب توفرها في التسويق السياحي:

- ✓ تحديد المجموعات السياحية المتوقع الاتصال بهم عن طريق المكاتب السياحية المتواجد في المناطق المنوي التسويق إليها.
- ✓ خلق تصور مفصل وواضح لدي هؤلاء المجموعات عن المنطقة المطلوب تسويقها.
- ✓ تحديد مكاتب السياحة والسفر بشكل محلي أو إقليمي أو عالمي والتنسيق مع تلك المكاتب بهدف استقبال تلك المجموعات السياحية.
- ✓ تحديد المنشآت السياحية القا درة علي استقطاب تلك المجموعات وذلك من خلال التعاون والتنسيق مع المكاتب السياحية.
- ✓ عمل كافة الأنشطة المؤدية إلي إشباع حاجات هذه المجموعات ورغباتهم مثل سهولة الانتقال وذلك من خلال التنويع في وسائل المواصلات و التسهيل في منح تأشيرة الفيزا، وتوفير أماكن الإقامة.....الخ.
- ✓ توفير البنية المناسبة من شبكات المواصلات والاتصالات (سراب وآخرون، 2001 صفحة 11).

الفرع الثالث: الانفاق السياحي والايرادات السياحية

أولا)الانفاق السياحي :مما لا شك أنه كلما زاد تدفق حجم الحركة السياحية زاد حجم الإنفاق العام على السلع والخدمات السياحية، وبالتالي ارتفاع في معدلات الادخار مما ينشط الصناعات والخدمات المرتبطة بصناعة السياحة، الأمر الذي يتولد عنه اتساع نطاق هذه الصناعات أو الخدمات لأن كل استثمار جديد يعني إنفاقا جديدا والذي ينشأ عنه دخولا جديدة.

وتختلف النظرة إلى الإنفاق السياحي باختلاف وضعية الدولة المعنية من هذا الإنفاق، أي إذا كانت الدولة مستقبلة للسياح فإن إنفاق هؤلاء يعد بمثابة عائدات سياحية لهذه الدولة، ويدون في جانب المتحصلات بميزان مدفوعاتها وهنا تعد صفقات دائنة. وفي الحالة العكسية فإن إنفاق السياح بعد بمثابة مدفوعات تتحملها الدولة المعنية، وهي صفقات مدينة تدون في جانب المدفوعات من هذا الميزان للبلد وهكذا تتوقف أهمية وحجم الإيرادات السياحية على حجم ما ينفقه السائحون في الدولة المضيفة، وذلك تبعا لعدة متغيرات منها، الفئة السياحية، الغرض من السياحة، نوعية الإقامة، وعدد الليالي السياحية التي يقضيها السياح في مختلف المؤسسات الفندقية وغيرها (محيا، 2009 الصفحات 94- 95).

فإنفاق السياح على الخدمات والسلع المرتبطة بصناعة السياحة يؤدي إلى انتقال أموالهم إلى أصحاب هذه الخدمات والسلع والمشتغلين بها، مما يترتب على ذلك سلسلة أخرى من الإنفاق، كالإنفاق على الخدمات الفندقية التي تشمل المبيت والإطعام والاتصالات وسائر الخدمات التي يتطلبها السائح، ويصرف هذه الأموال على تحديد الفنادق وصيانتها وترميمها، إضافة إلى توريد جميع مستلزمات الحياة الفندقية اليومية، ودفع مرتبات وأجور العاملين في هذه الفنادق (عشي، 2010/ 2011 صفحة 31).

وما يقال عن الخدمات الفندقية ينطبق على كل أنواع الخدمات المتصلة بصناعة السياحة مثل، الإنفاق على منظمي الرحلات السياحية داخل الدول السياحية من وكلاء السياحة والسفر على اختلاف أنواعها، الإنفاق على خدمات المطاعم السياحية، الإنفاق على خدمات وسائل النقل السياحي المختلفة)الجوي والبحري والبري)، الإنفاق على دخول المتاحف، الإنفاق على المشتريات من المصنوعات التقليدية اليدوية، الإنفاق على المرشدين السياحيين، الإنفاق على خـــدمات أعمال الصرافة والتأمين والاتصالات وكل أوجه الانفاق التي تتصل بصناعة السياحة (عشي، 2010/ 2011 الصفحات 31- 32).

ثانيا) الايرادات السياحية: تمثل الإيرادات السياحية مصدرا مهما للعملات الأجنبية لكثير من الدول المتقدمة والنامية التي أولت أهمية لقطاعها السياحي، وتعرف الإيرادات السياحية على أنها: كل ما تحصل عليه الدولة من الإيرادات المتأتية من السائحين وما تحققه السياحة كنشاط اقتصادي وكوعاء ضريبي، وما يحققه الأفراد والشركات الوطنية والمؤسسات العمومية والخاصة في حقل السياحة والفنادق والطيران والملاحة نظير ما يؤدونه من الخدمات السياحية المختلفة (أبو رياح، 1989 صفحة 121).

والملاحظ أن الإيرادات السياحية تتأثر بعدد من المتغيرات هي:

- قوة المنتوج السياحي لمنطقة معينة على الإغراء وجذب السياح.
- مستوى الخدمات السياحية المختلفة المقدمة للسياح.
- أسعار السلع والخدمات السياحية.
- مدى الوعي السياحي لدى المواطنين والعاملين في حقل السياحة.
- قدرة السائح على الإنفاق.
- طبيعة الإجراءات الإدارية والجمركية والنقدية المتبعة من طرف المؤسسات والأجهزة المعنية في الدول المضيفة للسباح.

- العلاقات السياسية بين الدول المستقطبة للسياح والدول المصدرة لهم (مجلس الشورى المصري، 1983 صفحة 114).
- إضافة إلى هذه المتغيرات فإن، الإيرادات السياحية تتأثر بالتغيرات في الحركة السياحية وعدد الليالي السياحية، وهذين المتغيرين يتأثران عكسيا بالظروف الأمنية والسياسية والاقتصادية السائدة في البلدان السياحية المضيفة (عشي، 2010/ 2011 صفحة 34).

الفرع الرابع: الاستثمار السياحي.

1. **تعريف الاستثمار السياحي:** هو القدرة التي تهدف إلى تكوين رأس المال المادي وإعداد رأس المال البشري في المجال السياحي من أجل زيادة وتحسين طاقاته الإنتاجية والتشغيلية وتقديم أفضل الخدمات السياحية، من خلال بناء الفنادق والمدن السياحية والمطاعم والملاهي والمتنزهات...الخ، فضلا عن إعداد كادر سياحي متخصص وكفؤ (الدباغ وخضير، 2015 صفحة 134).

كما يعرف على أنه مجموع ما تنفقه الدولة في القطاع السياحي وما تستقطبه من استثمارات أجنبية موجهة لهذا القطاع، ويعتبر الاستثمار السياحي من الأنشطة الواعدة لما تتيحه من فرص كبيرة للنجاح وتحقيق عوائد مالية معتبرة (داودي ومسكين، 2014 صفحة 08).

وقد عرفته المنظمة العالمية للسياحة بأنه: التنمية الاستثمارية للسياحة، والتي تلبي احتياجات السياح والمواقع المضيفة إلى جانب حماية وتوفير الفرص في المستقبل، كما أنها القواعد المرشدة في مجال إدارة الموارد بطريقة يحقق فيها متطلبات المسائل الاقتصادية والاجتماعية والثقافية ويتحقق معها التكامل الثقافي والعوامل البيئية والتنوع الحيوي ودعم نظم الحياة (دور الاستثمارات السياحية في تحقيق التنمية السياحية المستدامة، 2018 صفحة 255).

من التعاريف السابقة نستنتج أن الاستثمار السياحي هو عبارة عن عملية تنموية، ممولة محليا أو أجنبيا، تقوم على استخدام وتوجيه رؤوس الأموال لخلق أو تثمين المنتوج أو الخدمة السياحية التي ترد ضمن عناصر جذب السياح، بهدف الترويج والتسويق لهذه الخدمة وتحقيق احتياجات السياح وكذا تحقيق عوائد على رؤوس الأموال المستغلة.

2. **خصائص الاستثمار السياحي:**

للاستثمار السياحي خصائص كثيرة والتي تميزه عن بقية الاستثمارات الأخرى نذكرها في النقاط الآتية (يدو وبوخاري، 2014 صفحة 03):

- ✓ الاستثمارات التي تخدم السياحة مباشرة تتطلب حجما كبيرا من التمويل، فإن المستثمر يتردد في ممارسة الاستثمار السياحي وهذا نظرا للاعتبارات التي تحيط بالطلب السياحي في الدول.
- ✓ تتطلب الاستثمارات السياحية مستوى عال من المورد البشري واليد العاملة المكونة والمؤهلة والمدربة في مجال الفندقة، والتعامل مع الأجانب والسياح، وإتقان اللغات والتعامل مع الثقافات وغيرها.
- ✓ تعتبر الاستثمارات السياحي من أهم الأنشطة الاقتصادية نموا في العالم.

كما له العديد من الخصائص الأخرى (الحميري، 2010 صفحة 119):

- ✓ الاستثمارات السياحية تتكون من أصول ثابتة من إجمالي الأصول (الأصول الثابتة مثل الأراضي، المباني، الآلات والمعدات والأثاث)، ولمدة طويلة من 20 إلى 25 سنة، ما يترتب عنها عدة تغيرات سياسية واجتماعية ذات مخاطر متفاوتة.
- ✓ فترة استرداد رأسمال المشاريع السياحية تكون بعد فترة زمنية طويلة مقارنة بالاستثمارات الأخرى.
- ✓ يتطلب يد عاملة مؤهلة من أجل تحقيق عوائد مالية جديدة.
- ✓ مدى الاستقرار السياسي والأمني المتوفر في الدولة المضيفة للاستثمار، أي أنه كلما كانت الأحوال السياسية والأمنية مستقرة أدى ذلك إلى نمو وزيادة حركة الاستثمار.

3. أنواع الاستثمار السياحي:

ينقسم الاستثمار السياحي في أنواعه إلى قسمين (عبد الغفار، 2002 صفحة 15):

أ. الاستثمار السياحي المباشر:

هو عملية توظيف أموال غير وطنية بملكها أفراد من جنسيات أجنبية، وذلك وفق قوانين الاستثمار السائدة في الدول التي يتحقق فيها الاستثمار، وحسب الاتفاقيات التي تجري بين طرفي الاتفاق وهم الدولة المضيفة والدولة المستثمرة عربية كانت أو أجنبية، وربما تسمح له هذه الاتفاقيات بإدارة استثماراته من بلده بواسطة وكلاء أو مديرين يختارهم بنفسه، أما عن كون الاستثمار سياحي فهو أن يكون توظيف الأموال في قطاع السياحة، فالمستثمر يقدم رأس المال وتقدم الدولة المضيفة التسهيلات اللازمة الأخرى لهذا الاستثمار في المواقع السياحية التاريخية والأثرية والدينية، وطالما هو استثمار فهو ينطوي على أفق زمني طويل لأنه استثمار في موجودات ثابتة ذات عمر اقتصادي طويل الأجل، وقد لعبت الشركات متعددة الجنسيات دورا واضحا وكبيرا في هذا النوع من الاستثمار.

ب. الاستثمار السياحي غير المباشر:

يمكن للمستثمر أن يشارك في توظيف أمواله في البلد المضيف، كأن يكون في الأوراق المالية (الأسهم والسندات) أو فروض لشركات دون أن يكون له حق إدارة موجودات الشركة، ويسمى هذا النوع من الاستثمار بالاستثمار غير مباشر أو الاستثمار المحفظي، ويتم ذلك من خلال تأسيس شركات سياحية تتولى إقامة المنشآت السياحية في المواقع الأثرية والتاريخية والدينية من قبل القطاع الخاص وطرح أسهم وسندات في سوق الأوراق المالية داخل الوطن أو خارجه، وبالتالي تمكين المستثمر المحلي أو الأجنبي المساهمة في استثمارات هذه الشركات من أجل دعم قطاع السياحة، وذلك بامتلاك الأوراق المالية التي تمكنه من المشاركة في الاستثمار ويشار إلى هذا الاستثمار أكثر سيولة من النوع السابق، لأن المستثمر باستطاعته بيع ما يملكه خلال أيام أو أسابيع ودخول مالك جديد هو المستثمر الذي اشترى ما باعه المستثمر السابق، وغالبا ما يتم ذلك من قبل مؤسسات التمويل كالبنوك وصناديق التقاعد وشركات التأمين والمصارف الاستثمارية.

وينقسم الاستثمار السياحية كذلك إلى (حابس، 2017/ 2018 صفحة 92):

- **الاستثمار في الموارد والثروات السياحية:** حيث يشمل مختلف المجالات والإمكانات التي تملكها الدولة لا سيما الاستثمار في الموارد الطبيعية والمادية والثقافية...الخ.

- **الاستثمار في مجال خدمات السياحة:** وتشمل مجال هام من الخدمات وتذكر الخدمات الفندقية ونوعية الاستقبال وخدمات النقل والبنوك والبنى القاعدية والمرافق العامة.

4. أهمية الاستثمار السياحي:

تتمثل هذه الأهمية فيما يلي:

✓ **المحافظة على التراث الوطني:** تنظم العديد من الدول مقومات وعناصر جذب سياحية عديدة مفيدة دائما وخاصة المتعلقة بالمزايا التاريخية والتراثية للدولة، فهي تعمل على تحفيز المزيد من الأعمال والمشاريع كالصناعات التقليدية والحرف، وهذا ما يحافظ على التراث الوطني ويعمل على خلق فرص عمل جديدة وإيجاد المزيد من الصناعات الخفيفة وتوفير مناصب شغل متنوعة (واقع وآفاق الاستثمار السياحي في الجزائر وسيل تنميته، 2020 صفحة 101).

✓ **زيادة الدخل الوطني:** وذلك أنه يمكن أن يؤدي إلى زيادة القيمة المضافة، فالأجور التي تدفع للعاملين بهاء الأرباح والدخول التي تتحقق للمستثمرين والتدفقات المالية الأخرى، وإنشاء المشروعات الجديدة الخاصة بإنتاج المستلزمات السلعية والخدمية للقطاع السياحي والنجاح في تحقيق درجة عالية من التكامل بين القطاع السياحي وبين القطاعات الاقتصادية الأخرى، كل هذا يمكن أن يؤدي إلى زيادة القيمة المضافة والناتج القومي للدولة (واقع وآليات تمويل الاستثمارات السياحية ودورها في تطوير الصناعة السياحية بالجزائر، 2017 صفحة 190).

✓ **تحسين ميزان المدفوعات:** يتم ذلك من خلال تدفق رؤوس الأموال الأجنبية للاستثمار في المشاريع السياحية، وكذلك من خلال الاستخدامات الجيدة للموارد الطبيعية في الدولة، متزامنا مع ما تحصل عليه من الإيرادات المتحققة من العملات الصعبة الناجمة عن الطلب السياحي للسياحة الخارجية وكذلك الداخلية وبالتالي المساهمة في عملية البناء الاقتصادي.

✓ **توفير مناصب شغل:** إن التوسع في إنشاء المشروعات السياحية والمشروعات المرتبطة بها (مرفقية وخدماتية تكميلية)، يعمل على توليد عدة أنواع من العمالة نتيجة للنشاط السياحي (الحوري، 2000 صفحة 125).

5. أهداف الاستثمار السياحي:

يهدف الاستثمار السياحي إلى تحقيق ما يلي (الحميري، 2010 الصفحات 122- 123):

✓ الحفاظ على الموارد الطبيعية والتاريخية والثقافية (التراث الوطني) والموارد الأخرى المتعلقة بالسياحة، بهدف ضمان الاستمرار بصلاحية استخدامها في المستقبل لأن أهمية الاستثمار في السياحة مرتبطة بالاعتماد السياحة على تلك الموارد كجاذبيات وكسلع تجذب السياح، فمعالم البيئة الطبيعية والمواقع التاريخية والتراثية والأثرية، هي رأس المال الثابت، فإذا كانت تلك الموارد مشوهة أو مهملة فإن السياحة تبقى بعيدة عن التطوير، لهذا فإن البداية في تحقيق الاستثمار لتلك المواقع تبدأ من حمايتها وصيانتها بشكل يمهد لتطويرها وتقديمها ضمن العرض السياحي بالشكل المناسب.

✓ تنمية السياحة وفق قواعد الاستثمار تؤمن تخطيطها وإدارتها وتجنها المشاكل البيئية أو الاجتماعية، وتدفع السلطات لدراسة وتحديد الطاقة الاستيعابية، ووضع تعليمات الاستخدام لتلك الموارد من قبل السكان والسياح ونظام الإشراف والضوابط المتعلقة بكل هذه الأمور.

- ✓ الارتقاء بمعايير ومستويات الجودة في البيئة، وهي ناحية مهمة في عملية اتخاذ قرار الزيارة من قبل السائح، حيث تمثل السياحة الحافز الأساسي للسكان والسياح من أجل المحافظة على البيئة خاصة في المقاصد السياحية.
- ✓ التحديث الدوري للأنشطة والفعاليات السياحية والترويجية لتبقى مستمرة في مواكبة حاجات ومتطلبات السائح وتحقق أهدافها التسويقية، فلقد أصبح انطباع السائح عن المكان قبل وأثناء الزيارة عاملا مهما في مدى إقبال السياح للاشتراك بالرحلة السياحية.
- ✓ توفير فرص عمل للمجتمع المحلي وتوزيع معظم العوائد السياحية على أوسع شريحة من السكان المحليين، وبالتالي يصبح هؤلاء السكان عنصرا داعما في تحقيق شروط الاستثمار السياحي.

المطلب الثاني: مكونات ومقومات السياحة.

تعد مكونات السياحة وكذا مقوماتها أهم الأسس الواجب توفرها في الدول السياحية بالدرجة الأولى، وعليه في هذا المطلب سنتطرق إلى أهم المكونات والمقومات السياحية

الفرع الأول: مكونات السياحة.

1. **الأمن السياحي:** مما لا شك أن أمن السائح في شخصه، وماله، وعرضه يعتمد بالدرجة الاولى علي مدى فعالية القو انين والأنظمة المعمول بها في البلد الذي يرغب في زيارة وعلي درجة الشفافية التي تتميز بها هذه القوانين والأنظمة، كتوفير العدالة لذلك يتأثر السائح دائما بما يقال عن فعالية القوانين في البلد الذي ينوي زيارته وعن إمكانيات أجهزة الأمن والأجهزة القضائية العاملة علي بسط الطمأنينة وتوزيع العدالة فيها فإذا كانت التقارير تؤكد أن هذا البلد من أكثر بلدان العالم استقرارا بسبب تدني ارتكاب الجريمة فيها كان احتمالا اكبر لان يتخذ السائح قرارا ايجابيا بالقدوم إليها لغرض الزيارة أو السياحة (مسلم، 2007 صفحة 168).
2. **الإيواء أو الإقامة:** هي المكونات الأساسية للنشاط السياحي والتي ينفق عليها السائح ما يقارب نصف تكلفة الرحلة التي يقوم بها وتهتم بها الشركات السياحية كثيرا وتعمل عن تنوعها وحسن عرضها للسائحين.
3. **البيع السياحي:** هو الأنشطة المرتبطة بالعمل السياحي لما له من تأثير واضح على معدلات الإنفاق السياحي، حيث يزداد إقبال السائحين على شراء المنتجات السياحية المختلفة والتي تضم: المنتجات المعدنية (الذهبية، الفضية، النحاسية، المصنوعات الجلدية والخشبية، الأشغال اليدوية والملابس التقليدية المطرزة، المصنوعات التذكارية والتحف
4. **السائح:** هو العنصر الأساسي في العملية السياحية وتنشيطها مرتبط بمعرفة مقاصد السياح ومرادهم من رحلاتهم وتحقيق الظروف المناسبة لتشجيعهم على السفر إلى مكان ما دون أي مكان آخر سواه، فالسياحة أولا وأخيرا ليست إلا تجربة إنسانية تقاس أهميتها بما تحققه من متعة وسعادة وإفادة للسائح.
5. **الترفيه السياحي:** تعتبر من الأنشطة الهامة التي تلعب دورا في الجذب السياحي، فهي فرع من المنشآت السياحية التي يتصل نشاطها مباشرة بالنشاط السياحي، وهي تضم :المطاعم، الملاهي الليلية، الكافيتريات، النوادي الرياضية والترفيهية.

6. **الإرشاد السياحي**: يعتبر من العناصر المهمة في الرحلات والبرامج السياحية لذا وجب حضور المرشد أو الدليل السياحي (أحمد، 2003 صفحة 195).

الفرع الثاني: المقومات السياحية.

1. **المقومات الطبيعية**: وتنقسم إلى قسمين:

1-1- الموقع الجغرافي: يعد الموقع الجغرافي للدولة عاملا مهما لنشاط الحركة السياحة فيها، إذ أن الدول الأوروبية مثلاً تختلف في خصائصها الطبيعة عن الدول الآسيوية، الأمر الذي يُعزّز من تنقل السياح بينهما.

2-1- المناخ: يلعب المناخ دوراً مهماً في استقطاب الوفود السياحية، وقد ظهرت سياحة المصائف والمشاتي القائمة على التغير المناخي بين الدول والأقطار. التركيب الجيومورفولوجي والبنية الجيولوجية: يُقصد بالتركيب الجيومورفولوجي لمنطقة ما مجموعة التضاريس التي تزخر بها كالجبال، والوديان، والأنهار، وغيرهم الكثير، أمّا البنية الجيولوجية فهي عبارة عن التركيب الصخري للمنطقة، حيث تستهوي هاتان الخاصيتان المغامرين وعشاق الاستكشاف من السياح حسب وفرة وغنى التنوع الطبيعي فيهما.

2. **المقومات الأثرية التاريخية**: تشمل كل ما أنتجته الحضارات الإنسانية من إرث تاريخي عريق يصل الإنسان بماضيه، ويُشكّل الذاكرة المعرفية الجمعية لبني جنسه من البشر، فقد ترك الفراعنة في مصر مقابر لملوكهم، وهناك آثار للأقباط في الأردن، والكنعانيين في فلسطين، وكذلك آثار إسلامية ورومانية متواجدة في كلّ أقطار العالم تقريباً.

3. **المقومات الثقافية والدينية**: يقصد السياح كثيراً دولةً ما للتعرف على العادات والتقاليد السائدة بين فئاتها المجتمعية، حيث يُشاركون في الفعاليات الأدبية الشعرية المنعقدة على أراضيها، ويزورون المعارض والمتاحف الأثرية لمشاهدة ما فيها من آثار، ويُؤدّون الرقصات الشعبية، كما أنّ هناك من يقصدون الأماكن الدينية المقدسة كالمساجد، والكنائس ...الخ.

4. **مناخ الجذب السياحي**: يُمكن القول أنّ القطاع السياحي قطاع حساس يتأثر بالقطاعات الأخرى في الدولة، ويتغير بتغير المستويات السياسية، والإقليمية، والاقتصادية، فهذه التغيرات تخلق بيئةً جاذبةً أو منفرةً لأصحاب رؤوس الأموال الذين يرغبون بالدخول في مجال السياحة كمستثمرين، كما يتذبذب إقبال السياح على السياحة في دولة ما بناءً على ما تُوفّره الدولة من مناخ آمن ومستقر يُشجّع على زيارتها، وضمانات تحمي حقوقهم (أحمد، 2003 صفحة 195).

خلاصة الفصل:

استنتجنا من هذا الفصل أن السياحة هي عبارة عن انتقال للإنسان من مكان إلى مكان لمدة لا يجب أن تقل عن أربع وعشرون ساعة وأن لا تكون هذه الزيارة لأغراض غير سياحية مثل العمل وتتميز السياحة بعدة خصائص تميزها عن غيرها من القطاعات، حيث تعتبر صادرات غير منظورة وهذا من خلال اعتمادها على مجموعة من الأهداف، تعمل هذه الأخيرة على تحسين الأوضاع الاجتماعية والاقتصادية والنهوض بقطاع السياحة وتنقسم السياحة إلى عدة أنواع وفقا لمعايير مختلفة كما أن الأهمية التي تتمتع بها السياحة في الجوانب الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والبيئية جعلها تعتبر من أهم الظواهر المميزة لعصرنا الحاضر ولهذا تعتبر عاملا مساعدا لعملية التنمية الاقتصادية، وخصوصا في مجال البنية التحتية للاقتصاد مثل الطرق وشبكات المواصلات والخدمات السياحية الأخرى بعد أن كانت علما مجردا يدرس في الجامعات والمعاهد.

الفصل الثاني:

السياحة والتنمية الاقتصادية

في الدول العربية

تمهيد:

أصبحت معظم الدول العربية تولي اهتماما متزايد بموضوع السياحة لاعتبارها من القطاعات الحيوية المحفزة للتنمية الاقتصادية في العديد من الدول العربية فهي تمثل مصدرا هاما للإيرادات والعمل وتعزيز التبادل التجاري وتحسين البنية التحتية وتعزيز الثقافة وتنمية المجتمعات المحلية وتمثل الدول العربية واحدة من اهم الوجهات السياحية في العالم حيث تجذب السياح من جميع انحاء العالم بتنوعها الطبيعي والثقافي والتي لم تحسن الكثير من الدول العربية الاستفادة من هذه الفرص السياحية والموارد السياحية المهدرة و لم تعطي لقطاع السياحة الاهتمام الامثل.

حيث تساهم السياحة في التنمية الاقتصادية بعدة طرق: أولا من خلال توفير فرص العمل للمواطنين التي تساهم في حل مشكلة البطالة ثانيا تساهم السياحة في التنمية الاقتصادية من خلال الزيادة في الناتج المحلي الإجمالي ثالثا تساهم السياحة في التنمية الاقتصادية من خلال الزيادة في ميزان المدفوعات من خلال الزيادة في رصيد الميزان السياحي

وفي هذا الفصل نستكشف دور السياحة في التنمية الاقتصادية في الدول العربية من خلال الأمثلة والتحليلات لتوضيح الفوائد والتحديات المتعلقة بالتنمية الاقتصادية سنتطرق إلى ما يلي:

- المبحث الأول: ماهية التنمية الاقتصادية.
- المبحث الثاني: علاقة السياحة بالتنمية الاقتصادية في بعض الدول العربية.

المبحث الأول: ماهية التنمية الاقتصادية.

لا يقتصر مفهوم التنمية الاقتصادية على حدوث زيادة في الدخل القومي، وفي متوسط نصيب الفرد في المجتمع بل يتضمن إلى جانب ذلك حدوث تغيير جذري وهيكلي في النشاط الاقتصادي والاجتماعي للوحدات الاقتصادية المكونة للمجتمع كما يتضمن تحقيق زيادة مستمرة في الدخل القومي لذلك المجتمع وارتفاع مستمر في متوسط نصيب الفرد من هذا الدخل، ومن خلال المبحث سنتطرق إلى مختلف المفاهيم حول التنمية الاقتصادية وتطورها، وأهدافها ومؤشراتها وتحدياتها كما سنتطرق إلى واقع السياحة في الوطن العربي ودور السياحة في التنمية الاقتصادية.

المطلب الأول: مفهوم التنمية الاقتصادية.

تتعدد تعاريف التنمية الاقتصادية فيعرفها البعض "العملية التي بمقتضاها يجري الانتقال من حالة التخلف إلى التقدم، ويصاحب ذلك العديد من التغييرات الجذرية في البنيان الاقتصادي" (القريشي، 2007 صفحة 122).

ومن أهم التعاريف للتنمية الاقتصادية نجد هي: "عملية يتم فيها زيادة الدخل الحقيقي زيادة تراكمية وسريعة ومستمرة عبر فترة من الزمن بحيث تكون هذه الزيادة أكبر من معدل نمو السكان مع توفير الخدمات الانتاجية والاجتماعية وحماية الموارد المتجددة من التلوث والحفاظ على الموارد الغير متجددة من النضوب" (البياتي، 2008 صفحة 68).

أما الاقتصادي الأمريكي (**S/ WAGET**) فيعرف التنمية بأنها: تتضمن الموازنة بين احوال المعيشة الفعلية والأحوال المرغوب فيها او التي يمكن تحقيقها وهي موازنة قد تكون دور طابع قومي (داودي، 2008 صفحة 07).

وتعرف على أنها أيضا: "مجموعة من الاجراءات والسياسات والتدابير المتعددة والموجهة لتغير بنية وهيكل الاقتصاد القومي وتهدف في النهاية إلى تحقيق زيادة سريعة ودائمة في متوسط دخل الفرد الحقيقي عن فترة ممتدة من الزمن تستفيد منها الغالبية العظمى من المجتمع" (الداودي وآخرون، 2010 صفحة 298).

وهناك بعض الكتاب أمثال (**Baldwin Meier**) قد عرفوا التنمية الاقتصادية على أنها: "عملية يزداد فيها الدخل القومي ودخل الفرد المتوسط، بالإضافة إلى تحقيق معدلات عالية من النمو في قطاعات معينة تعبر عن التقدم".

أما الأمم المتحدة فتعرف التنمية الاقتصادية بأنها: "العملية المرسومة لتقدم المجتمع كله اجتماعيا واقتصاديا والمعتمد على أكبر قدر ممكن من مبادرة المجتمع المحلي وإشراكه".

كما يعرفها (**Edgar Woer**) بأنها: "لا تقتصر على الجانب الاقتصادي فحسب بل إنها ترتبط بالأفكار السياسية وأشكال الحكومة ودور الجماهير في المجتمع" (قمان، 2019 صفحة 04).

وبذلك يمكن تعريف التنمية الاقتصادية بأنها: "عملية ينتج عنها إحداث مجموعة من التغيرات الايجابية لمجتمع ما، حتى يكتب القدرة على التطور الذاتي المستمر، واستمرار التحسن في نوعية الحياة لأفراد هذا المجتمع وتحقيق الرفاهية له" (النمو الاقتصادي والتنمية الاقتصادية مع دراسة مقارنة النمو الاقتصادي والتنمية في الجزائر (1970– 2010)، 2017 صفحة 780).

وفي الأخير يمكن أن نستنتج أن للتنمية الاقتصادية هي عملية تحقيق النمو والتطور في الاقتصاد بشكل مستدام ، وتهدف إلى تحسين مستوى الحياة والرفاهية الاقتصادية للأفراد والمجتمعات .

التنمية والمصطلحات المشابهة لها:

- ✓ **التقدم**: يعني الخطوة إلى الأمام والتطور إلى الأحسن والاستكثار بعد العلة فهو يعبر عن اتجاه إنساني حضاري يشمل التقدم الاقتصادي والاجتماعي والسياسي والفني وغيره.
- ✓ **التطور**: هو وضع يسمح لدولة ما أو يساعدها على البدء في مرحلة الاقتصاد وبذلك فإن مرحلة التطور لازمة وضرورية لتهيئة الاقتصاد المتخلف للتخلص من أثقال التخلف (برعي ومنصور، 1990 صفحة 30).
- ✓ **النمو**: عبارة عن معدل زيادة الانتاج أو الدخل الحقيقي في دولة ما خلال فترة زمنية معينة.

كما يمكن تعريف النمو الاقتصادي على أنه: هو حدوث زيادة في اجمالي الناتج المحلي الإجمالي (**GDP**) أو الدخل الوطني الإجمالي (**GN**) والذي يؤدي إلى زيادة مستمرة في متوسط نصيب الفرد من الدخل الحقيقي" (حربي، 2006 الصفحات 265-268).

ويمكن تباين الفرق بين النمو الاقتصادي والتنمية الاقتصادية في الجدول الموالي:

الجدول رقم (01) يوضح الفرق بين النمو والتنمية الاقتصادية

النمو الاقتصادي	التنمية الاقتصادية
النمو هو زيادة متواصلة في الدخل الإجمالي الحقيقي أو الناتج الإجمالي	التنمية = النمو + مختلف التغيرات الهيكلية في الجانب الاقتصادي والاجتماعي والسياسي
مفهوم النمو يتصف بالتضييق	التنمية مفهوم أوسع وشامل
مفهوم النمو يتصف بالجانب الكمي إذ يمكن قياسه بعدة مؤشرات مثل (**PIB**)	بينما التنمية تهتم بالكم والكيف معا
لا يهتم النمو الاقتصادي تلقائيا، إذ يمكن أن يكون وليدا لظروف عابرة	لا تحدث التنمية تلقائيا وإنما هي عملية مدروسة وناتجة عن خطة شاملة متعددة من قبل الدولة
يهتم النمو الاقتصادي بالجانب المادي دون الاهتمام بالجانب الإنساني	التنمية تهتم بالجانبين معا
النمو مفهوم واقعي ينحصر في استخدام الموارد المالية لزيادة الانتاج في المستقبل	التنمية مفهوم نمطي ينطوي على أحكام لما يجب أن يتحقق في المجالات الاقتصادية وغير الاقتصادية كرفع القدرة الانتاجية
لا يأخذ بعين الاعتبار حاجات الأجيال القادمة ولا يحافظ على الموارد المادية	بينما التنمية تهتم بحاجات الأجيال القادمة من خلال المحافظة على الموارد القابلة للزوال
يتحقق النمو بالاعتماد على موارد من الخارج قد يحدث نمو اقتصادي سريع	التنمية تتحقق عندما يرتفع معدل النمو من خلال الاعتماد على الخارج بينما يحدث تباطؤ في عملية التنمية

المصدر: (مهدي وجغابة، 2018/ 2019 صفحة 19)

المطلب الثاني: أهداف ومتطلبات التنمية الاقتصادية.

الفرع الأول: أهداف التنمية الاقتصادية.

نختصر الأهداف الرئيسية للتنمية الاقتصادية فيما يلي:

- ✓ زيادة إنتاجية العمل
- ✓ تزايد الاعتماد على المدخرات المحلية كمصدر للاستثمار
- ✓ تنمية القدرة المحلية على توليد التكنولوجيا توطينها واستخدامها
- ✓ تغيير الأهمية النسبية للقطاعات الرئيسية في الاقتصاد الوطني
- ✓ محاربة الفقر وتراجع حدوده وحدته (النمو الاقتصادي والتنمية الاقتصادية مع دراسة مقارنة النمو الاقتصادي والتنمية في الجزائر (1970- 2010)، 2017 صفحة 785).
- ✓ **زيادة الدخل القومي**: تعتبر زيادة الدخل القومي من أولى اهداف التنمية الاقتصادية على الإطلاق وذلك الغرض الأساسي الذي دفع البلاد إلى القيام بالتنمية الاقتصادية إلا بزيادة الدخل القومي الحقيقي وذلك من خلال إتاحة الفرص للحصول على الحاجات الأساسية من السلع والخدمات التي تنتجها الموارد الاقتصادية خلال فترة معينة.
- ✓ **رفع مستوى المعيشة**: التنمية الاقتصادية ليست مجرد وسيلة لزيادة الدخل القومي فحسب وإنما أيضا هي وسيلة لرفع مستوى المعيشة بما يستهلكه الفرد من السلع والخدمات وإشباع حاجاته الثقافية والحضارية وتقاس قدرة الفرد على الاشباع بمستوى نصيب الفرد من الدخل وبمستوى توزيع الدخل فكلما كان متوسط الدخل الفرد مرتفع دل ذلك على ارتفاع مستوى المعيشة.
- ✓ **تقليل التفاوت في توزيع الدخل والثروات**: يعتبر تقليل التوزيع في توزيع الدخول هدف من الأهداف الاجتماعية في عملية التنمية الاقتصادية فأغلب الدول النامية تعاني من انخفاض الدخل القومي ومنها انخفاض متوسط نصيب الفرد، تعاني أيضا من اختلالات في توزيع الدخل والثروات (عيادة، 2014/ 2015 الصفحات 43- 44).
- ✓ **تعديل التركيب النسي للاقتصاد القومي**: تتمتع مختلف اللدان المتخلفة طابع زراعي الذي يلعب دور مهم بالنسبة للقطاعات الأخرى كمصدر من مصادر الدخل القومي، مما يجعلها تتعرض لتقلبات الانتاج والأسعار وبالتالي حدوث موجة الانتعاش والرواج أو انتشار الكساد والبطالة، ولهذا يجب تخصيص نسبة كبيرة من موارد البلاد والتنمية من أجل النهوض بالصناعة سواء بإنشاء صناعات جديدة أو التوسع وتطوير الصناعات القائمة (متطلبات التنمية الاقتصادية وضرورة اقتصاد المعرفة، 2014 صفحة 64).

الفرع الثاني: متطلبات التنمية الاقتصادية.

هناك مجموعة من العناصر تفرض نفسها كمستلزمات لعملية التنمية الاقتصادية وهي كما يلي:

1. **تجميع رأس المال**: يعتبر رأس المال من حيث توفره ومعدل تراكمه من المحددات الأساسية للطاقة الانتاجية في المجتمعات ومعدلات تغييرها، وعليه فهو أحد مظاهر مستوى التقدم الذي بلغته وعامل حاسم في تحقيق معدلات نمو اقتصادية، وينظر إليه عادة كنسبة من قيمة الانتاج الموجه فعلا لتكوين رأس المال في المجتمع من جهة، وقيمة الانتاج الوطني من جهة أخرى، ولا شك

أن زيادة معدل الاستثمار في دولة ما يعني أن الدولة تبذل مجهودا كبيرا لتوسع الطاقات الانتاجية فيها (قنادزة، 2018 الصفحات 71- 72).

2. **التكنولوجيا**: تعرف التكنولوجيا على أساس انها الجهد المنظم الرامي لاستخدام نتائج البحث العلمي في تطوير أساليب أداء العمليات الانتاجية بالمعنى الواسع، الذي يشمل الخدمات والأنشطة الإدارية وذلك هدف التوصل إلى أساليب جديدة أكثر خدمة للمجتمع والتكنولوجيا تساهم إلى:
   - زيادة القدر المتاح من الموارد الطبيعية الموجودة عن طريق الاكتشاف والابتكار.
   - اكتشاف طرق انتاج جديدة تتيح زيادة الانتاج وتحسين النوعية (إشكالية النمو السكاني وآثارها على التنمية الاقتصادية، 2019 صفحة 473).
3. **الموارد البشرية**: تلعب الموارد البشرية دورا اما في عملية التنمية فالإنسان غاية التنمية ورسالتها، فمن المستحيل حصول التنمية بدون الاعتماد على الإنسان كمصمم ومنفذ لها، إذ يعتبر أكثر عناصر الانتاج أهمية على الاطلاق فهو المستخدم للموارد وهو المنتج للسلع والخدمات وهو المستهلك كذلك (قريشي، 2007 صفحة 131).

وعليه فإن عملية التخطيط للتنمية ينبغي ان يتضمن تخطيطا للموارد البشرية يتصرف إلى تحقيق وضمان استمرار التوازن بين عرض العمل والطلب، وعليه فإن السلطات المسؤولة عن التخطيط للموارد البشرية ينبغي أن تهتم بإعداد الأيدي العاملة اللازمة في الأوقات والأماكن المناسبة، وذلك وفقا لمقتضيات بخطة أو البرنامج (خلف، 1989 الصفحات 192- 196).

4. **الموارد الطبيعية**: لقد اختلف الاقتصاديين حول أهمية الموارد الطبيعية في إطار عملية التنمية فهناك من يرى بأن الموارد الطبيعية تلعب دور أساسي وحاسم في عملية التنمية ويربطون بين تحقيق النمو في بعض الأقطار المتقدمة في حين يرى آخرون أن الموارد الطبيعية لا تلعب دورا حاسما في تحقيق عملية التنمية رغم أنها تساعد على ذلك وتيسره ويستدلون على ذلك بدول استطاعت أن تحقق حالة التقدم رغم اختصارها النسي للموارد الطبيعية كاليابان مثلا، في الوقت الذي تمتلك فيه العديد من الدول المتخلفة موارد طبيعية وفيرة إلا أنها لم تستطع أن تحقق التنمية حتى الوقت الحاضر كالجزائر مثلا (خلف، 1989 صفحة 184).

وذلك مرتبط بعدم توفر المعرفة التكنولوجية **وتفصل** رأس المال وانخفاض مستوى القدرات الانتاجية المتوفرة وما إلى ذلك والتي تمثل المستلزمات الأساسية للتنمية، إذ يتطلب توفر شرطين في الموارد هما:

- أن توجد المعرفة والمهارة الفنية التي تسمح باستخراجه واستخدامه.
- أن يوجد طلب على المورد ذاته او على الخدمات التي ينتجها.
- أما إذا غاب أحد الشرطين فإن الشيء المادي لا تكون له قيمة كمورد (قريشي، 2007 صفحة 72).

المطلب الثالث: مؤشرات التنمية الاقتصادية

تصف هذه المؤشرات خصائص الجهاز الاقتصادي والاجتماعي للبلد ويمكن أن تقدم على شكل معدل متوسط كتلة اجمالية للدخل السنوي للفرد أو على شكل نسب مختلفة من الناتج القومي الإجمالي كمعدل التصدير والاستيراد أو تقدم على شكل نسب فيما بينها كخدمة الدين بالقياس لقيمة الصادرات وأبرز هذه المؤشرات:

- **مؤشر الناتج القومي الإجمالي**: يعتبر الناتج المحلي احدى طرق قياس التنمية الاقتصادية من حيث زيادة الدخل القومي الحقيقي يشير الى الناتج الإجمالي للبلد من السلع والخدمات النهائية بالقيمة الحقيقية غير إن الاعتماد عليه كمؤشر للتنمية الاقتصادية غير كاف ، فنمو هذا المؤشر لم ينجح في الحد من الفقر والبطالة لعدم المساواة خاصة في البلدان النامية.
- **مؤشر نصيب الفرد من الناتج القومي الإجمالي**: يعتبر مؤشر مهم في تحديد التنمية الاقتصادية حيث زيادة نصيب الفرد من الدخل الحقيقي أو الناتج يؤكد على أن معدل الزيادة في الدخل الفردي الحقيقي ينبغي أن يكون أعلى من معدل نمو السكان وهو المؤشر الأكثر استخداما على نطاق واسع في قياس التنمية الاقتصادية. (قياس أثر الاستثمار في رأس المال البشري على تحقيق التنمية الاقتصادية دراسة حالة الجزائر، 2020 صفحة 444)
- **مؤشر نسبة الاستثمار الى الناتج المحلي الإجمالي**: يعتبر هذا المؤشر مهم في قياس التنمية الاقتصادية لأنه يقيس نسبة مجمل الاستثمارات الى مجمل الناتج المحلي، لذا فإن ارتفاع هذا المؤشر يعني تمويل جيد للنشاطات الهادفة إلى تحقيق التنمية الاقتصادية.
- **مؤشر نسبة الدين العام الخارجي الى الناتج المحلي**: هو عبارة عن نسبة الدين الإجمالي لأية دولة إلى مجمل ناتجها المحلي ومن الأفضل للتنمية الاقتصادية ان تكون هذه النسبة في أدنى مستوياتها.
- **مؤشر معدل التضخم**: يترجم مستوى التضخم المعدل السنوي للتغير في أسعار المستهلك في السنة السابقة وهو مؤشر لارتفاع أسعار السلع الأساسية بشكل واضح، مما يؤثر على الظروف المعيشية وكلما انخفض مستوى التضخم كان ذلك دليل على تقدم الاقتصاد.
- **مؤشر الفائض في الميزان التجاري الى الناتج المحلي الإجمالي**: يدرس الميزان التجاري الفرق بين القيمة النقدية كصادرات هذه الدولة والقيمة النقدية لوارداتها خلال فترة زمنية معينة عادة سنة والميزان المفضل هو الميزان التجاري الذي يكون فيه قيمة الصادرات أكبر من قيمة الواردات فكلما كان الفائض في الميزان التجاري كبير دل على ارتفاع مستوى التنمية الاقتصادية حيث يعني قيمة الصادرات بالمقارنة مع الواردات (عيادة، 2014/ 2015 صفحة 61).
- **مؤشر التنافسية العالمي**: يصدر عن منتدى الاقتصادي العالمي ضمن تقريره السنوي ويستند في تحديد مستوى التنافسية على تصنيف الدولة المشاركة وفق وضعية كل دولة ضمن مراحل النمو الاقتصادي المختلفة المعتمدة على (الموارد، الطبيعة، الكفاءة، الفعالية، المعرفة، الابتكار)وهذا المؤشر يقيس مختلف البيانات الكمية والنوعية والأداء الميداني الذي يمكن أن يكون محفز أو معرقل للمناخ الاقتصادي للدول ،فكلما حققت الدولة مراتب في المؤشر دليل على تقدمها الاقتصادي (قلوح، 2020/ 2021 صفحة 222).
- **مؤشر معدل البطالة**: **ويشير** الى نسبة أفراد المجتمع القادرين على العمل والذين ليس لديهم عمل ولكنهم متاحين للعمل ويبحثون عن وظائف ويختلف تعريف القوى العاملة والبطالة تبعا لتشريعات كل بلد. فإن ارتفاع نسبة العاطلين عن العمل دلالة على انخفاض مستوى التنمية الاقتصادية. (دراسة كمية تحليلية للعلاقة بين البطالة وبعض المؤشرات الاقتصادية في الجزائر خلال الفترة (1970_2014)، 2017 صفحة 63)
- **مؤشر صافي المساعدات الانتمائية كنسبة مئوية من الناتج المحلي الإجمالي**: يقيس هذا المؤشر مستويات المساعدات ميسرة الشروط التي تهدف الى النهوض بالتنمية والخدمات الاجتماعية وهو يرد كنسبة مئوية من الناتج الوطني الإجمالي (العلاقة التفاعلية بين السياحة البيئية والتنمية المستدام، 2014 صفحة 221).

المبحث الثاني: علاقة السياحة بالتنمية الاقتصادية في بعض الدول العربية.

تلعب السياحة دورا حاسما في تحقيق التنمية الاقتصادية للدول العربية كما تعتبر قطاعا استراتيجيا يساهم في زيادة توليد العائدات وخلق فرص عمل وتحسين البنية التحتية وتعزيز التنوع الاقتصادي

المطلب الاول: واقع السياحة في الوطن العربي.

تشمل السياحة في الدول العربية مجموعة واسعة من النشاطات والمعالم السياحية في منطقة تمتد لكثر من 13 مليون كيلومتر مربع، يتكون العالم العربي بشكل رئيسي من الدول الناطقة بالعربية والشعوب في شمال إفريقيا وغرب آسيا، التعريف المقياسي للعالم العربي يشتمل على 22 دولة ف جامعة الدول العربية منها 10 دول في إفريقيا، و12 دولة في آسيا جغرافيا يمتد العالم العربي من المحيط الأطلسي غربا إلى بحر العرب شرقا ومن البحر الأبيض المتوسط شمالا إلى القرن الإفريقي والمحيط الهندي في الجنوب الشرقي ويبلغ تعداد سكانه حوالي 442 مليون شخص.

الفرع الأول: مقومات الجذب السياحي في الوطن العربي.

في الواقع تتوفر في الوطن العربي إمكانات سياحية فريدة لا تتوفر لغيره من الدول السياحية في العالم، وتمتلك معظم الدول العربية المقومات الأساسية لتطوير السياحة فيها وصولا إلى التكامل في العروض السياحية الذي من شأنه أن يزيد نصيب الدول العربية من السياحة العالمية وفيما يلي مقومات تنشيط السياحة في الوطن العربي.

1. **الموقع**: موقعه الاستراتيجي حيث يتوسط ثلاث قارات هي آسيا، افريقيا، أوروبا جعله حلقة وصل بين قارات العالم .
2. **وجود الشواطئ**: التي تمتد على طول البحر المتوسط والبحر الأحمر والبحر العربي والخليج العربي جعل منها وجهة سياحية مميزة.
3. **وجود مخزون ثقافي وحضاري هائل**: فهو مهد الحضارات والتي تجعله يحتوي على ثلثي الآثار التاريخية في العالم كما يحتوي على العديد من الاثار التي تعود الى الحضارات القديمة المتنوعة كالأماكن الفرعونية واليونانية والرومانية والاسلامية (حدادة، 2019 صفحة 10).
4. **مقومات مستمدة من أشكال سطح الأرض (الجيومرفولوجية)**: كالجبال والسهول والأودية والأنهار والصحاري والبوادي وأثر عوامل التعرية الهوائية والمائية عليها وما تخلفه هذه العوامل من أشكال (خوانق، أخاديد، تجمعات رملية... الخ) بدأت تشكل عوامل إثارة للسائح كما نشاهد مجموعة من المناطق السياحية الطبيعية الأردن وفي البادية الأردنية بشكل عام والعديد من الأودية التي تقطع الهضبة الأردنية بأخاديد متجهة نحو الغور الأردني (اخفض بقاع العالم) (غرايبية، 2012 الصفحات 23- 24).
5. **وجود جميع الفصول في السنة**: ف ان توفر المناخ الملائم للسياحة في جميع الفصول الأمر الذي أدى إلى طبيعة خلابة وساحرة على مدار العام، وأهمية التباين المكاني والاقليمي من خلال تنوع مناخ الدول العربية ما بين الصحراء والمرتفعات الجبلية والسهول يجعل الدول العربية تنفرد عن غيرها من دول العالم من حيث تنوع مناطقها المناخية (بظاظو، 2014 صفحة 08).
6. **البنية التحتية اللازمة للسياحة**: يقصد بها الأرض ومنشآت الخدمة التي تعتبر معيارا هاما في نجاح السياحة في البلد أو الاقليم السياحي وهذه المنشآت يجب أن تكون كافية لسد الحاجة.

7. **النقل**: يعتبر قطاع النقل من أهم القطاعات البنية الأساسية المساندة لقطاعات السياحة والضيافة في الاقتصاد العربي فهناك الكثير من المواقع السياحية اكتسبت أهمية سياحية كبيرة بسب سهولة الوصول إليها او قربها بجانب التجمعات السكانية الكبيرة على عكس مواقع أخرى، كانت هامشية بسبب صعوبة الوصول إليها، فالعزلة الطبيعية وضعت شبكة النقل تعد عائقا في صناعة السياحة (بظاظو، 2014 صفحة 17).

الفرع الثاني: تطور حركة السياحة في الوطن العربي.

لدراسة الطلب السياحي العربي يتم من خلال دراسة عدد السياح الوافدين للبلدان العربية وكذلك دراسة الإيرادات السياحية العربية.

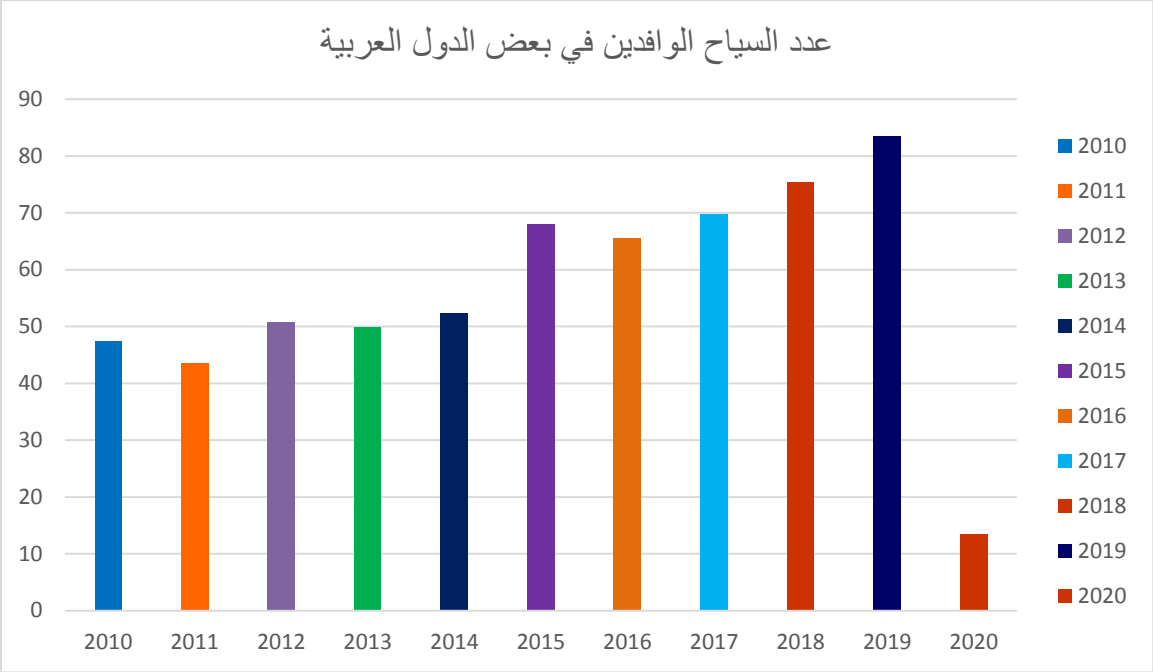
1. **تطور عدد السياح الوافدين للوطن العربي**: سنحاول ان نوضح ذلك من خلال الاحصائيات والأشكال المشار إليها كالتالي:

الجدول رقم (02): يوضح تطور عدد السياح الوافدين للدول العربية خلال السنوات (2010– 2020). (مليون سائح)

السنوات/ الدول	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
السعودية	13.02	15.77	19.84	19.93	23.01	21.83	20.88	18.6	17.57	20.29	/
الإمارات	/	/	/	/	/	19.31	20.89	21.8	23.09	25.28	8.08
المغرب	9.75	9.78	9.83	10.34	10.05	10.54	10.67	11.54	12.48	13.10	2.8
مصر	14.73	9.84	11.53	9.46	9.87	9.32	5.39	8.29	11.34	13.02	/
تونس	7.82	5.74	6.99	7.35	7.15	5.35	5.72	7.05	8.29	9.42	2.01
الجزائر	2.07	2.39	2.63	2.73	2.3	1.71	2.03	2.45	2.65	2.37	0.59
الدول العربية	47.39	43.52	50.82	49.81	52.38	68.05	65.58	69.73	75.42	83.48	13.48

المصدر: (https://data.albankaldawli.org/indicator/st.tnt.rcpt.cd، 2023)

الشكل رقم (02): يوضح تطور عدد السياح في الدول العربية خلال السنوات الموضحة (الوحدة مليون سائح).



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على الجدول السابق

من خلال هذه المعطيات والاحصائيات أعلاه نجد أن الطلب السياحي العربي خلال 2010/ 2020،شهد تغيرات واضحة وهذا راجع لاختلاف في إمكانيات ومقومات السياحة لكل دولة ومن خلال الجدول نلاحظ انخفاض واضح سنة 2011 في الطلب السياحي وهذا راجع للحراك السياسي أو ثورات الربيع العربي في مصر وتونس حيث بلغ عدد السياح الوافدين حوالي 43.52 مليون سائح في2011 وما نلاحظه من خلال الجدول ومن عام 2011 حتى عام 2019 نلاحظ تطور وزيادة في عدد السياح الوافدين للدول العربية حيث وصل إلى83.48 مليون سائح وهذا راجع إلى الاهتمام الذي أصبحت تحظى به السياحة عربيا، حيث بلغ عدد السياح في الإمارات سنة 2019 بـــ: 25.28 مليون سائح وهذا لتوفرها على أفضل البنى التحتية في مجال النقل الجوي ومجال السياحة والسفر وهذا ما جعلها تتصدر المرتبة الأولى عربيا، تجلى الاهتمام بالسياحة في السعودية وذلك باعتمادها على السياحة الدينية حيث بلغ عدد السياح الوافدين عام 2019 بـــ: 20.29 مليون سائح مما وضعها في المرتبة الثانية عربيا تليها المغرب في المرتبة الثالثة عربيا حيث بلغ عدد السياح فيها حوالي 13.10 مليون سائح وهذا يعكس بالتنوع الجغرافي والثقافي والاستقرار الأمني الامر الذي جعلها تتمتع بوجهة سياحية جاذبة للسياح، تليها مصر في المرتبة الرابعة عربيا بـــ: 13.02 مليون سائح وهذا راجع للاهتمام المتواضع بالقطاع السياحي وكذلك محاولة الجزائر لتحسين صورتها من خلال اعتماد استراتيجيات وخطط للنهوض بالسياحة وتحسين الوضع الأمني .

أما بالنسبة لسنة 2020 نجد انخفاض هائل في عدد السياح في الوطن العربي مقارنة بالسنوات السابقة وهذا بسبب تأثر قطاع السياحة والسفر بتفشي وباء كورونا (كوفيد 19)، حيث نتج عن الوباء انخفاض في التدفق السياحي بسبب شلل حركة النقل الجوي للمطارات وإلغاء للحجوزات السياحية فقد تراجع الطلب على الطيران بنسبة 0.6% بعدما كان متوقع زيادة قدرتها بـــ: 4.8%.

2. تطور إيرادات السياحة في الوطن العربي: يبين كل من الشكل والجدول المواليين إيرادات السياحة العربية خلال الفترة (2010/ 2020) (الوحدة مليار دولار).

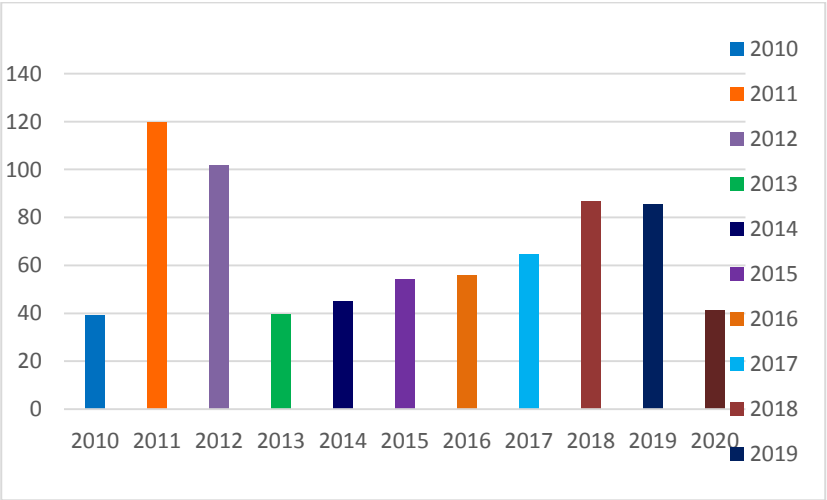
الجدول رقم (03): يوضح إيرادات السياحة لبعض الدول العربية خلال (2010/ 2020) (الوحدة مليار دولار)

السنوات الدول	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
السعودية	7.54	9.32	8.4	8.69	9.26	11.18	13.44	15.02	16.97	19.85	5.96
الإمارات	5.58	9.20	10.92	12.39	15.22	25.59	28.66	29.71	34.61	38.41	24.62
المغرب	8.18	89.1	68.49	8.2	9.07	7.76	7.92	9.09	19.52	9.95	4.51
مصر	13.63	9.33	10.82	6.75	7.75	6.9	3.31	8.64	12.7	14.26	4.87
تونس	3.48	2.53	2.93	2.86	3.04	1.87	1.71	1.78	2.32	2.68	1.01
الجزائر	0.54	0.39	0.39	0.47	0.5	0.92	0.75	0.45	0.44	0.36	0.2
الدول العربية	38.95	119.87	101.95	39.36	44.84	54.22	55.79	64.69	86.56	85.51	41.17

المصدر: (https://data.albankaldawli.org/indicator/st.tnt.rcpt.cd، 2023)

الشكل رقم (03): يوضح إيرادات السياحة في الدول العربية خلال السنوات (2010/ 2020)

(الوحدة مليار دولار)



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على معطيات الجدول أعلاه

من خلال الشكل والجدول أعلاه نلاحظ زيادة طردية في الإيرادات السياحية العربية وهذه الزيادة تعكس الاقبال على الانفاق السياحي.

ومن خلال الجدول رقم (03) نجد أن حجم الإيرادات السياحية للوطن العربي بلغ 85.51 مليار دولار سنة 2019 وجاء هذا نتيجة لارتفاع عدد السياح الوافدين إلى الدول العربية مقارنة بسنة 2010اين سجلت اقل حجم للإيرادات السياحية للدول العربية محل الدراسة حيث قدرت ب 38.95مليار دولار كما نلاحظ ارتفاع في الإيرادات السياحية سنة2011وهذا راجع لارتفاع الإيرادات السياحية للمغرب يرجع ذلك لما شهدته من انتعاش للقطاع السياحي و لعدة عوامل مختلفة منها استضافة المغرب للعديد من الاحداث الثقافية والرياضية الكبيرة مثل مهرجان موازين الموسيقة وسباق رالي داكار بالإضافة للاستقرار الأمني الذي جعل المغرب تتمتع بسمعة جيدة مما يعزز الوجهة السياحية هذه الاحداث جذبت الكثير من السياح واسهمت في زيادة الإيرادات السياحية للمغرب بصفة خاصة والدول العربية بصفة عامة لتعود للانخفاض سنة 2012من 95. 101 مليار دولار إلى 39.36سنة 2013مليار دولار نتيجة انخفاض عدد السياح بسبب عدم الاستقرار السياسي والأمني الذي شهدته المنطقة العربية. لترجع الإيرادات السياحية للزيادة التدريجية حتى 2019 حيث بلغت 85.51 مليار دولار محققة اعلى ايراد.

كما نلاحظ من خلال الجدول رقم (03) زيادة الإيرادات السياحية في كل من الإمارات والسعودية في الفترة 2010/ 2019 حيث بلغت الإيرادات السياحية للإمارات عام 2019 بـــ: 38.41 مليار دولار وهذا راجع للاستقطاب السياحي من كافة أنحاء العالم وهذا ساعد على رفع المداخيل السياحية للبد جعلها في مقدمة الترتيب العربي تليها السعودية بـــ: 19.85 مليار دولار لاعتمادها على السياحة الدينية، تليها مصر بإيرادات قدرت بـــ: 14.26 مليار دولار لعام 2019 تليها بعد ذلك المغرب بإيرادات قدرت بـــ: 9.95 مليار دولار.

وبقيت الجزائر في ذيل الترتيب محتلة المرتبة الأخيرة بإيرادات لم تتجاوز 0.36 مليار دولار مقارنة بالدول الأخرى وهذا راجع لغياب وعدم الاهتمام بالقطاع السياحي في الجزائر وتهميشه.

وفي عام 2020 نجد سقوط حر في الإيرادات السياحية للدول العربية حيث قدرت ب 41.17مليار دولار وهذا بسبب أزمة فيروس كورونا المستجد وانعكاسه على القطاع السياحي الذي يمثل 14.2% من وسطى الناتج المحلي الاجمالي للبلدان العربية، وهذا بسبب انخفاض التدفق السياحي بسبب شلل حركة النقل وتوقف الحجوزات المستقبلية وقدرت المنظمة العربية للسياحة أن خسائر القطاع بلغت أواخر مارس 2020 نحو 25 مليار دولار من السياحة و 08 مليار دولار من إيرادات شركات الطيران العربية و12.96 مليار دولار في مجال الاستثمارات السياحية والأهم من ذلك تهدد الأزمة بقرابة مليون وظيفة دائمة ومئات الآلاف من الوظائف الموسمية التي يعتمد عليها القطاع السياحي (التداعيات الاقتصادية لفيروس كورونا المستجد وآثاره على مؤشرات القطاع السياحي دراسة حالة المملكة العربية السعودية وتونس، 2021 صفحة 17).

وبناء على تحركات الدول العربية بصورة عاجلة حيث اتبعت مجموعة من التدابير والإجراءات الاحترازية على المستوى الاقتصادي لمواجهة فيروس كورونا كإعفاء المحلات التجارية والشركات الصغيرة والمتوسطة من الرسوم الحكومية بالإضافة إلى تقديم تسهيلات مصرفية مثل البنك المركزي العراقي يعمل على إعادة جدولة القروض المصرفية لدى القطاع الخاص ويخفض تكلفة الاقتراض

وفي المغرب تم إنشاء صندوق تمويلي بقيمة 10 ملايين درهم بهدف دعم القطاعات الاقتصادية الأكثر تأثرا بوباء كورونا وغيرها من التدخلات الأخرى (طلحة، 2020 الصفحات 29- 30).

المطلب الثاني: مساهمة السياحة في تحقيق التنمية الاقتصادية في الدول العربية.

تتباين المقومات التي يستند إليها قطاع السياحة تباين درجات التقدم الاقتصادي والحضاري لكل دولة وتعتمد قوة القطاع السياحي لأي دولة على مدى تأثير قطاع السياحة في الاقتصاد ومدى قدرته على المنافسة إقليميا ودوليا والإحصائيات الموالية التي توضح تأثير السياحة في التنمية الاقتصادية للدول العربية من خلال المؤشرات التالية:

الفرع الأول: مساهمة السياحة في الناتج المحلي الاجمالي

جدول رقم (04): يمثل نسبة مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي في بعض الدول العربية

السنوات / الدول	2012	2015	2019	2020
الامارات	%3.4	%4.6	%11.60	%5.40
المغرب	%2.7	%1.1	%12.10	%6.20
مصر	%4.8	%0.8	%8.80	%3.80
تونس	%4.78	%5.35	%14.60	%7.30
الجزائر	%1.52	%3.50	%5.60	%3.60

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على: (التقرير العربي الموحد، 2021 صفحة 248)، **وبالاعتماد على:**

(https://ar.konema.com/atlas, 2023)

من خلال الإحصائيات الموضحة في الجدول رقم (04) لنسبة مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي لكل من الإمارات والمغرب ومصر وتونس والجزائر خلال السنوات 2012و2015 و2020 نلاحظ أن سنة 2012 بالنسبة للإمارات العربية المتحدة سجلنا نسبة 3.4% من مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي وهي نسبة ضعيفة مقارنة بإمكانيات الامارات وهذا راجع إلى الآثار السلبة التي خلفتها أزمة 2008 أما فيما يخص مصر وتونس تتراوح النسبة بين (4.8% و4.78%) وهذا يعود إلى ثروات الربيع العربي وما خلفه من أعمال عنف مما أدى إلى نزوح السياح.

أما الجزائر والمغرب فتراوحت نسبة المساهمة السياحية في الناتج المحلي الإجمالي بين (2.7 %و1.52%) سنة 2012 وهذا راجع لعدم الاهتمام بقطاع السياحة وإشراكه في تحقيق التنمية الشاملة واعتماد الجزائر خاصة على قطاع المحروقات.

كما نلاحظ من خلال الاحصائيات تتزايد نسبة مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي لجمع الدول العربية تقريبا حتى 2019 أين سجلنا أعلى نسبة فقد كانت 11.60% في الامارات العربية المتحدة والمغرب 12.10% ومصر 8.80 % وتونس ارتفعت نسبة المساهمة بـــــــ 14.60 % والجزائر كأقل مساهمة للسياحة في الناتج المحلي بنسبة 5.60% ، وترجع هذه الزيادة للاهتمام الدولة بالقطاع السياحي من خلال إستراتيجيات وخطط للنهوض بالسياحة وكذلك لارتفاع عدد السائحين الوافدين للدول العربية للمقومات السياحية المتنوعة التي تزخر بها الدول العربية جعلتها وجهة سياحية للجذب السياحي.

باستثناء 2020 أين عرفت نسبة المساهمة السياحية في الناتج المحلي الإجمالي سقوطا حرا على المستوى العربي وهذا بسبب انعكاسات أزمة فيروس كورونا المستجد والإجراءات الاحترازية التي فرضتها والتي أثرت علة عمل قطاع السياحة حيث سجلنا نسبة مساهمة في الناتج المحلي الإجمالي للإمارات بـــ: 5.40 % والمغرب بنسبة مساهمة 6.20% بعدها مصر بنسبة مساهمة 3.80% وتونس بنسبة مساهمة قدرت بـــ: 7.30% والجزائر ثم تشهد سقوط أكبر في مساهمة السياحة في الناتج المحي الإجمالي وهذا دليل على المحاولات العديدة والمتواضعة من السلطات الجزائرية بمختلف مراحل الإصلاحات الاقتصادية لتنمية القطاع السياحي والنهوض به.

الفرع الثاني: مساهمة السياحة في توفير فرص العمل

نوضح من خلال الجدول الموالي مدى مساهمة السياحة في الدول العربية في التوظيف وامتصاص البطالة

جدول رقم (05): يمثل مساهمة السياحة في توفير فرص العمل في بعض الدول العربية(بالألف)

السنوات / الدول	2012	2015	2019	2020
الامارات	230	287	749.20	574.30
المغرب	1,843.4	1,811.4	1,345.60	929.30
مصر	2,545.0	1,955.90	2,415.20	1,571.10
تونس	534.4	449.8	378.60	260.10
الجزائر	618.2	641.7	634.10	457.10

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على: (التقرير العربي الموحد، 2021 صفحة 248) **و بالاعتماد على:**

(http//ar.Knoema.com/atlas, 2023)

تشير تقديرات حجم الوظائف في الجدول رقم (05) إلى أن نصيب قطاع السياحة في التوظيف في الدول العربية كما يلي:

الامارات: بلغت المساهمة في السياحة في التوظيف حوالي 230 ألف عامل سنة 2012، تستمر السياحة في التزايد سنة 2015 بـــ: 287 ألف عامل محققة سنة 2019 أعلى مساهمة في التوظيف بلغت 749.20 ألف عامل بما يزيد على الضعف مقارنة بـــ: 2015 وهذا راجع للاهتمام الذي ولته الامارات العربية المتحدة بقطاع السياحة من خلال التسمية التنمية السياحية والاهتمام بالبنية التحتية وما توفره من مناصب عمل جديدة حيث أن غرفة فندقية جديدة توفر ثلاث فرص عمل مباشرة وغير مباشرة إلى جانب تطوير مناهج تأصيل اليد العاملة.

المغرب: قدرت المساهمة قطاع السياحة في التوظيف سنة 2012 بدولة المغرب 1,843.4ألف عامل تستمر الزيادة إلى 1,811.4 ألف عامل سنة 2015 محققة سنة 2019 قيمة 1,345.60 ألف عامل وترجع هذه الزيادة لتزايد توافد السياح إلى المغرب وكما هو ملاحظ أن القطاع السياحي بالمغرب يلعب دورا حيويا في خلق فرص العمل.

مصر: تشير التقديرات لحجم الوظائف خلال 2012 إلى أن مساهمة السياحة في التوظيف بلغت2,545.0 ألف عامل وسنة 2015 بلغت 1,955.9 ألف عامل لتزيد سنة 2019 بقيمة بلغت 2,415.20 ألف عامل، وهذا راجع لإطلاق برنامج

الإصلاح الهيكلي لتطوير قطاع السياحة سنة 2018 هدفه إحداث تنمية سياحية مستدامة وصولا إلى زيادة عدد العاملين بالقطاع رافعا شعار التوظيف شخص على الأقل من كل أسرة مصرية.

تونس: نلاحظ من خلال الجدول أن عدد فرص العمل المتاحة في القطاع السياحي التونسي خلال 2012 حتى 2019 تذبذب في عدد المناصب حيث سجلت المساهمة في العمالة سنة 2012 قيمة 534.4 ألف منصب بالمقابل سنة 2015 بلغت 449.8 ألف عامل وراجع هذا التذبذب إلى الاحداث السياسية التي عاشتها تونس هذه الفترة.

الجزائر: نلاحظ من خلال الجدول تطور طفيف لمساهمة السياحة في التوظيف حيث قدرت سنة 2012 بـــــــــ 618.2 ألف عامل وسنة 2015 بلغت 641.7 ألف عامل وحققت أعلى مساهمة للسياحة في التوظيف سنة 2019 قدرت بـــــــــ 634.10 عامل، يعكس هذا التطور الطفيف على الاعتماد على الخدمات السياحية في تقديمها على العنصر البشري مما يجعله وعاء مهم لتوفير فرص العمل ومعالجة البطالة.

وعلى الرغم من ذلك تبقى هذه النسبة ضعيفة مقارنة بإجمالي الكتلة العمالية في الجزائر.

وكنتيجة لجائحة كورونا، تشهد مساهمة السياحة في توفير فرص العمل في الدول العربية انخفاضا كبيرا وهو ما يهدد ارتفاع معدلات البطالة والفقر على حد سواء في المنطقة العربية حيث بلغت المساهمة في التوظيف سنة 2020 في دولة الامارات بـــ: 574.30 ألف عامل والمغرب بـــ: 929.30 ألف عامل ، وفي مصر قدرت العمالة في القطاع السياحي بـــ: 1,571.0 ألف عامل وتونس قدرت بـــ: 260.10 الف عامل، وفي الأخير الجزائر بـــ: 457.10 الف عامل.

الفرع الثالث: مساهمة السياحة في ميزان المدفوعات .

لتقييم النشاط السياحي وجب استخراج الميزان السياحي من ميزان المدفوعات وبشكل منفرد والذي يمثل الفرق بين الإيرادات السياحية والنفقات السياحية لكل بلد وفيما يلي جدول يوضح رصيد الميزان السياحي لبعض الدول العربية.

جدول رقم (06): يمثل مساهمة السياحة في الميزان السياحي في بعض الدول العربية. (الوحدة مليار دولار)

السنوات	2012	2015	2019	2020
الامارات	-4.15	+8.95	+20.03	+9.53
المغرب	+6.39	+5.61	+6.85	+3
مصر	+7.78	+3.26	+10.54	+2.29
تونس	+22.5	+11.02	+0.08	-3.9
الجزائر	-30.3	-41.5	-53	-22.2

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على: (https://data.albankadawli.org, 2023)

من خلال الجدول رقم (06) يتضح أن رصيد ميزان السياحة للإمارات العربية المتحدة في زيادة إيجابية حيث سجل عام 2012 رصيد سالب (4.15-) مليار دولار حيث كانت الإيرادات السياحية أقل من النفقات السياحية ليسجل ارتفاع قدر ب (8.95+)

مليار دولار سنة 2015 و (10.03+) سنة 2019 كأعلى زيادة إيجابية في رصيده وهذا ما يعكس ارتفاع نفقات سياح الوافدين إلى الامارات حيث بلغت الإيرادات السياحية 38.4 مليار دولار سنة 2019.

أما بالنسبة لمصر فنجد أن رصيد ميزان السياحة عرف فائض خلال الفترة (2012_ 2015_ 2019_ 2020) ، حيث قدر رصيد الميزان السياحي سنة 2012 بـــ: (7.78+) مليار دولار ويسجل أعلى رصيد إيجابي عام 2019 بـــ: (10.54+) وهذا من خلال الإيرادات السياحية المحققة مقارنة بالنفقات.

أما المغرب وتونس فإن ميزان السياحة حقق نتائج إيجابية على طول السنوات :(2012 – 2015 – 2019 – 2020)، حيث سجل رصيد الميزان السياحي للمغرب على التوالي:

سنة 2012 سجل رصيد إيجابي قدر بـــ: (6.39+) مليار دولار وسنة 2019 رصيد قدر بـــ: (6.85+) مليار دولار، وسجل في الميزان السياحي التونسي سنة 2012 رصيد إيجابي يقدر بـــ: (22.58+) مليار دولار وسنة 2015 رصيد قدر بـــ: (11.02+) مليار دولار يتبعه انخفاض في الميزان السياحي سنة 2019 قدر بـــ: (8.08+) مليار دولار.

وهذا التراجع الذي حققته تونس في الميزان السياحي نتيجة انخفاض إيراداتها السياحية مقابل ارتفاع نفقات السياحة العكسية غير أن هذا الانخفاض لم يؤثر على مردود الميزان السياحي في نتائجه الإيجابية وسبب هذا الهبوط ما عرف بالربيع العربي الذي شهدته تونس في التحركات الاجتماعية وتغير النظام.

نلاحظ من خلال رقم (06) أن رصيد الميزان السياحي في الجزائر سجل عجزا هيكليا متواصلا خلال السنوات 2012 – 2015 – 2019 – 2020 وهذا راجع إلى أن النفقات السياحية التي يصرفها المقيمون الجزائريون في السياحة الدولية كانت أكبر من العائدات السياحية الناتجة عن السياحة الدولية الوافدة وهذا نتيجة انخفاض عدد الأجانب الوافدين إلى الجزائر وكذلك تدني متوسط فترة الإقامة إضافة إلى ضعف المنتوج الجزائري وعدم قدرته على المنافسة.

فنجد أن رصيد الميزان السياحي سجل عجز قدر بـــ: (30.3-) مليار دولار سنة 2012 ويستمر الارتفاع في العجز إلى (53) مليار دولار سنة 2015 وهذا العجز يساهم بدرجة كبيرة في زيادة العجز في الميزان التجاري الإجمالي جراء مساهمته بجزء كبير في الصادرات الغير منظورة وهذا يعكس خسائر متنامية في ميزان المدفوعات الوطني وهذا راجع لعدم اهتمام السلطات المختصة بهذا القطاع من خلال السياسات التنموية

كما نلاحظ من خلال الجدول الانخفاض الذي سجله الميزان السياحي في الدول العربية سنة 2020 بسبب تداعيات فيروس كورونا حيث سجلت الامارات العربية انخفاض في رصيد الميزان السياحي قدر بـــ: (9.53+) حيث انخفض إنفاق السائحين، وانخفضت الإيرادات السياحية حيث قدرت ب 24.62 مليار دولار وهذا نتيجة التراجع في الإيرادات السياحية والذي مرده انخفاض في عدد السياح من وإلى العالم العربي وغلق المطارات والإجراءات الاحترازية لوباء كورونا كل هذه العوامل أدت إلى انخفاض الإيرادات السياحية في المغرب بقيمة 4.51 مليار دولار وانخفضت الإيرادات السياحية في تونس التي قدرت بـــ: 1.01 مليار دولار تليها الجزائر بأكبر انخفاض في الإيرادات السياحية قدر ب 5,0 مليار دولار

سيكون هذا الانكماش في الإيرادات السياحية بنسب متفاوتة فالدول العربية حيث أن الدول التي تحظى إلى حد ما بتنوع اقتصادي كالاعتماد على الزراعة قادر على تلبية جزء من حاجات سوق الاستهلاك المحلي مثل تونس والمغرب والجزائر ومصر أقل تأثير من دول

الخليج، وقد عملت الدول العربية على التخفيف من التداعيات السلبية لفيروس كورونا باتباع مجموعة من الإجراءات الاحترازية للتعافي من الازمة.

المطلب الثالث: معوقات التنمية السياحية والاقتصادية في الوطن العربي.

الفرع الأول: معوقات التنمية السياحية في الوطن العربي.

تختلف المشاكل والعراقيل التي تواجه القطاع السياحي باختلاف الأنشطة والمناطق والأطراف ذات العلاقة غلا أنها في أغلب الأحيان تشكو من جملة من العراقيل أهمها:

- **نقص المقومات السياحية الذاتية:** قد يعاني بلد ما من نقص الموارد السياحية والطبيعية منها التاريخية والثقافية، هذا ما يشكل عائقا امام تطوير السياحة لهذا البلد.
- **تراجع ونقص الوعي السياحي:** لا تزال بعض البلدان تعاني من نقص الوعي بالأهمية المختلفة للسياحة من جميع النواحي (اقتصادية، اجتماعية، ثقافية).
- **نقص البنى الأساسية للسياحة:** هناك الكثير من بلدان العالم تشتكي من نقص الهياكل الأساسية لإقامة سياحة ناجحة، وقد تكون هذه البنى الأساسية فوقية أو تحتية.
- **غياب الاستثمارات السياحية:** تعاني العديد من الدول من غياب المشاريع الاستثمارية السياحية وخاصة البلدان النامية منها، فبالرغم من توفر الامكانيات الطبيعية لدى هذه الدول إلا أنها لا تستطيع الحصول على التمويل اللازم لمشاريعها السياحية.
- **الأمن السياحي:** يعتبر توفير الأمن وسلامة السياح من الأمور الهامة الأساسية التي لا بد من توفيرها في البلد السياحي، إذ أن المشاكل المتعلقة بسلامة السياح تؤثر سلبا على سمعة البلد المضيف (عوينات، 2012/ 2013 صفحة 34).
- أسعار خدمات الإيواء الفندقي للسائح العربي في بعض الدول العربية تفوق تلك التي تقدم للسائح الأجنبي.
- الكثير من الدول العربية تفتقر لمراكز المعلومات الصحيحة التي تسهم في تطوير صناعة السياحة لديها.
- عدم توفر رأس المال البشري في الوقت المناسب والمكان المناسب والكفاءات المناسبة نظرا لأن عملية صناعة السياحة تعتمد على الخدمات وتحتاج كثافة وكفاءة عمالة تتلاءم مع طبيعة النشاط السياحي وضمن المعايير العالمية.
- محدودية الجذب السياحي وضعف جودة الخدمات المصاحبة لها.
- عدم توفر التخطيط السليم لاستدامتها بصفة خاصة فيما تعلق بموضوع الموارد البشرية نظرا لأن قطاع السياحة يشكل مصدر للأيدي العاملة الماهرة (السياحة في الدول العربية واقع وتحديات، 2012 صفحة 77).
- نظام التأشيرة المفروض بين الدول العربية يعتبر عائقا رئيسيا إذا ما علمنا ان بعض سفارات الدول العربية دائما ترفع شعار "المعاملة بالمثل" وهذا الشعار يجب من خلال تقديم تنازلات معينة (معوقات السياحة العربية (الشرق الأوسط)، 2004).

الفرع الثاني: معوقات التنمية الاقتصادية في الدول العربية:

توجد العديد من المعوقات التي تحول دون سير عملية التنمية الاقتصادية وهي:

- **المعوقات السياسية**: التبعية السياسية وممارسة الدول المتقدمة تأثيرات واضحة على الدول النامية لضمان وجود نظام سياسي موالي لها الاستعمال بأشكاله المختلفة وما سبه من تأثير سلبي على التنمية في المجتمع المستعمر واستزاف الخيرات والثروات.
  - عدم الاستقرار السياسي وانتشار الحروب الأهلية
  - تميز الدول النامية فالتغير السريع والفجائي في القوانين (الربيع، 2018 صفحة 46).
- **المعوقات الاقتصادية**: تتمثل في:
  - قلة التكوين لرأس المال اللازم لعملية التنمية الاقتصادية.
  - انخفاض مستوى الدخل مما ينجم عنه انخفاض حجم المدخرات وانخفاض مستوى التغذية
  - سيادة مبدأ الانتاج الواحد أو الاقتصاد الواحد.
  - ضعف الموارد الطبيعية أو القصور في استغلالها مع عدم القدرة على خلق مصادر جيدة للثروة (قنادزة، 2018 صفحة 77).
- **المعوقات الاجتماعية**: وتتمثل فيما يلي:
  - الكثافة السكانية المرتفعة وارتفاع معدلات النمو السكاني بشكل كبير مما يجعل الأثر الصافي لنمو الدخل منخفضا.
  - انخفاض المستويات الثقافية والاجتماعية ووجود بيئة لا تساعد على تحقيق التنمية بل تعمل على استمرار حالة التخلف مثل الأمية، انخفاض المستويات التعليمية (نمديل، 2019 صفحة 120).
- **المعوقات الإدارية**: تتمثل في سوء إدارة المنشآت وعدم كفاءة الجهاز الإداري، كعدم تطبيق أساليب الإدارة الحديثة، البطء في الإجراءات الإدارية، التهرب من تحمل المسؤولية (الربيع، 2018 صفحة 46).

المطلب الرابع: دور السياحة في التنمية الاقتصادية وآفاقها المستقبلية في الدول العربية.

الفرع الأول: دور السياحة في التنمية الاقتصادية.

صار القطاع السياحي يحتل مكانا بارزا في العديد من استراتيجيات التنمية كما تعتبر صناعة السياحة من الصناعات المتقدمة حديثا ويؤدي تطور السياحة إلى زيادة مشاريع التنمية في جوانب متعددة نذكر منها:

1. **تحقيق الرواج الاقتصادي**: إن المبالغ التي تدخل قطاع السياحة تدور في حركة الاقتصاد الوطني فالاستثمار في القطاع السياحي يؤدي في كل الأحوال إلى زيادة العمالة التي بدورها تتحصل على رواتبها والتي تمثل قدرة شرائية جديدة.
2. **تنمية المرافق الأساسية والبنى التحتية**: إن زيادة الحركة السياحية تتطلب تطوير خدمات النقل وخدمات البنية التحتية الأخرى خصوصا مصادر المياه وشبكة الصرف الصحي وأنظمة التخلص من النفايات من أجل تلبية قطاع السياحة.
3. **تحسين ميزان المدفوعات**: وذلك من خلال تدفق رؤوس الأموال الأجنبية للاستثمار في المشاريع السياحية وكذلك من خلال الاستخدامات الجيدة للموارد الطبيعية ومما ستحققه السياحة من موارد نتيجة إيجاد علاقات اقتصادية بينها وبين القطاعات الأخرى في الدولة متزامنا مع ما تحصل عليه الدولة من منافع اقتصادية حيث من الإيرادات المتحققة من العملات الصعبة الناجمة عن الطلب السياحي للسياحة الخارجية وكذلك الداخلية مما يسهم في زيادة الناتج القومي للدولة (السياحة ودورها في تحقيق

التنمية الاقتصادية والاجتماعية دراسة حالة لبعض الدول العربية بالتركيز على المملكة العربية السعودية وقطر، 2018 الصفحات 132- 133).

4. **توفير فرص عمل جديدة**: يعمل إنشاء المشايع السياحية المباشرة أو المساعدة لها بمختلف أنواعها أو التوسع في إنشائها رأسيا أو أفقيا على خلق فرص عمل جديدة سواء كان تمويل المشاريع برأس مال أجنبي أو وطني مما يؤدي إلى التخفيف من مشكلة البطالة ويعمل ولو بطء على تحسين مستوى الرفاهية الاقتصادية.
5. **تحقيق التكامل الرأسمالي والأفقي**: يعمل تطوير وتنشيط قطاع السياحة على إيجاد أنواع متعددة من العلاقات بين القطاعات الاقتصادية الأخرى الكثيرة والمتنوعة ينجم عنها تحقيق عدة منافع اقتصادية مباشرة أو غير مباشرة (كافي، 2017 صفحة 96).
6. **الأثر على تسويق بعض السلع**: غالبا ما يقدم السواح عند زيارة بلد ما على شراء سلع تذكارية أو سلع تشتهر بها تلك الدول المستقبلة وطبيعة هذا الانفاق على السلع بمثابة تصدير لمنتوجات وطنية دون الحاجة إلى شحن تسويقي خارجي فكلما زاد عدد السياح كلما زادت الصادرات.
7. **الأثر على الاستثمار الوطني والأجنبي**: تتضمن السياحة مجالات مختلفة للاستثمارات مثل ناء الفنادق والمطاعم والملاهي، المراكز الرياضية، القرى السياحية، الشركات السياحية ووكالات السفر ووسائل النقل وبالتالي ترتفع الاستثمارات في هذا المجال (كافي، 2017 صفحة 101).
8. **دور السياحة في المستوى العام للأسعار**: تعد السياحة عاملا من عوامل رفع الأسعار وهذا عائد لمجموعة من الأسباب تتلخص في:
   - الطبيعة الموسمية للطلب السياحي.
   - الجمود الموجود في العرض السياحي وعدم قدرته على مجاراة الطلب السياحي.
   - إسراف السياح في شراء السلع والخدمات أكثر من الحالة الطبيعية التي يعيشونها في أماكن إقامتهم.
   - رغبة المنتجين في زيادة هوامش أرباحهم لأن موسم الذروة السياحي هو فرصتهم الوحيدة (كافي، 2017 صفحة 102).

الفرع الثاني: الآفاق المستقبلية لتطوير السياحة في الوطن العربي.

يمكن تلخيص بعض الآفاق في النقاط التالية:

- القضاء على السوق السوداء في التعامل بالعملة الصعبة.
- تبسيط الإجراءات الجمركية للبضائع التي يحتاجها السواح.
- تشجيع الاستثمار في صناعة السياحة والفنادق (كافي، 2017 صفحة 220).
- تطوير المصادر البشرية العاملة في صناعة السياحة والفنادق.
- تطوير قطاع النقل السياحي.
- تنشيط السياحة.

- نشر الوعي السياحي.
- تثقيف السياح عن طريق وسائل الإعلان والترويج بإصدار النشرات والكتيبات والخرائط السياحية (CD)+ حاسوب انترنت .... الخ.
- تثقيف العاملين بالسياحة.
- تثقيف مواطني البلد (يتم عن طريق عقد الندوات والدراسات تبين للمواطنين أهمية السياح والسياحة في تنمية البلد اقتصاديا واجتماعيا) (كافي، 2017 صفحة 222).
- تطوير وسائل السلامة والأمن.
- تسهيل إجراءات الحصول على سمة دخول الفيزا (كافي، 2017 صفحة 223).
- تحسين وتوسيع الهيكل الأساسي للخدمات السياحية (كافي، 2017 صفحة 224).
- الاهتمام بالمناطق الأثرية والسياحية.
- الاهتمام بتطوير التسويق والإحصاء السياحي (كافي، 2017 صفحة 225).

خلاصة الفصل:

وفي ختام هذا الفصل يمكن القول بأن السياحة تلعب دورا بارزا في تعزيز التنمية الاقتصادية على تحسين ميزان المدفوعات وتوفير فرص العمل وخلق فرص مدرة للدخل فضلا عن أنها تحفز الاستثمار وتزيد من الإيرادات النقدية للدول ومع زيادة الاهتمام بالسياحة في الدول العربية يجب أن يكون هناك إستراتيجيات فعالة لتعزيز هذا القطاع وتحقيق الاستدامة الاقتصادية ويجب على الدول العربية تطوير منتجات سياحية متنوعة وجذابة وتحسين جودة الخدمات والبنية التحتية وينبغي أن تكون هناك إستراتيجيات تسويق فعالة للوجهات السياحية العربية بالإضافة لاهتمام بحماية المواقع الطبيعية والثقافية الهامة وتعزيز التنمية المستدامة والمسؤولة على قطاع السياحة واستغلال إمكانيات السياحة بشكل فعال يمكن للدول العربية أن تحقق تحولا حقيقيا في التنمية الاقتصادية وتعزز التوازن الاقتصادي و الاجتماعي كما أن الاستثمار في السياحة يمكن أن يكون عاملا رئيسيا لتعزيز التنمية الاقتصادية وتحقيق الازدهار الشامل في الدول العربية

وفي الأخير نلاحظ مدى أهمية السياحة في نجاح التنمية الاقتصادية ومدى تشابك وتلازم هاتين العمليتين فالسياحة لا يمكن أن تشكل عامل تنمية إلا إذا سعت إلى تحقيق التنمية الاقتصادية، لذا يتعين علينا الاستفادة من الإمكانيات السياحية الكبيرة والعمل معا على تحقيق التنمية الاقتصادية المستدامة والتقدم في الدول العربية من خلال السياحة.

الفصل الثالث:

دراسة حالة القطاع السياحي للإمارات العربية المتحدة ومساهمته في التنمية الاقتصادية خلال الفترة (2010/2020)

تمهيد:

إن الاهتمام الكبير بالقطاع السياحي جعل من دولة الإمارات العربية في مصاف الدول الرائدة سياحيا وهذا من خلال الجهود التي بذلتها في سبيل النهوض بالقطاع السياحي، كإنشاء البنية الأساسية من فنادق ومدن سياحية وحماية الشواطئ من التلوث؛ بالإضافة إلى ما تملكه الإمارات العربية من إمكانيات ومقومات ومواقع سياحية يعتبر العامل الأساسي في جلب السياح.

وما ساعد الإمارات العربية المتحدة في اهتمامها بالقطاع السياحي من خلال مساهمتها في الناتج المحلي الإجمالي لما حققته من مداخيل ضخمة بالإضافة لمساهمة السياحة في ميزان المدفوعات وتوفير العمل وحل مشكلة البطالة.

إن وضع آليات مناسبة للاستثمار العقلاني في قطاع السياحة واعتماد دولة الإمارات العربية على متطلبات مختلفة، وجعلها نموذج حضاري دفع بها أن تكون بوابة للمشروعات التمويلية المتكاملة، ومن خلال هذا الفصل سنتطرق إلى مبحثين:

- **المبحث الأول**: واقع السياحة في دولة الإمارات العربية المتحدة.
- **المبحث الثاني**: دور القطاع السياحي الإماراتي في التنمية الاقتصادية.

المبحث الأول: واقع السياحة في دولة الإمارات العربية المتحدة.

تعتبر الإمارات العربية المتحدة من الدول الأكثر جذبا للسياح على الصعيد العربي من خلال السياحة الفاخرة، ومناطق الجذب السياحي؛ فهي تتمتع بمجموعة من المقومات السياحية؛ وبذلك صارت الإمارات تعتمد بشكل كبير على السياحة كواحد من أهم القطاعات الغير نفطية في البلد.

المطلب الأول: نبذة عن دولة الإمارات العربية المتحدة.

الفرع الأول: نبذة جغرافية.

الإمارات العربية المتحدة هي اتحاد دستوري تأسس رسميا في: 02/ 12/ 1971م، وتحتل مساحة 83.600كم^2، وتقع على طول الحافة الشرقية الجنوبية من شبه الجزيرة العربية، والدول المجاورة لها هي: قطر من الغرب، والمملكة العربية السعودية من الجنوب والغرب، وعمان من الشرق والشمال، تتكون الإمارات العربية المتحدة من سبع إمارات هي: أبو ظبي (العاصمة)، دبي، الشارقة، عجمان، أم القيوين، رأس الخيمة، الفجيرة.

تعتبر ابو ظبي أكبر إمارة، وتأتي بعدها دبي وتعتبر العاصمة الاقتصادية وعملتها الدرهم، وتشكلت من المجلس الأعلى، وهو أعلى سلطة اتحادية في البلاد، ورئيسها هو الشيخ خليفة بن زايد آل نبهان وهو أيضا حاكم أبو ظبي والشيخ محمد بن راشد آل مكتوم هو نائب رئيس الدولة رئيس مجلس الوزراء وحاكم دبي(Mouron, 2011) .

الفرع الثاني: نبذة تاريخية عن الإمارات المتحدة.

تشكلت دولة الإمارات العربية المتحدة في عام 1971م بعد أن انضمت إلى سبع إمارات صغيرة إلى بعضها البعض وأصبحت دولة واحدة، وقبل ذلك كانت الإمارات تحت الحكم البريطاني حيث كان الهدف من الوجود البريطاني في المنطقة حماة المصالح التجارية والاستراتيجية للإمبراطورية البريطانية.

وعلى مر العصور شهدت المنطقة تطورا اقتصاديا كبير حيث كانت الموارد الرئيسية للإمارات في القرن العشرين اللؤلؤ والنفط ومع اكتشاف النفط في منتصف القرن الماضي أصبحت الإمارات واحدة من أغنى دول العالم، وفي الوقت الحاضر تعتبر الإمارات دولة مزدهرة اقتصاديا وثقافيا، حيث توجد بها مدن حديثة مذهلة مثل دبي وأبو ظبي، وهي تستضيف العديد من الفعاليات العالمية المهمة مثل معرض دبي للجنون الفني وجائزة أبو ظبي الكبرى للفورمولا واحد (الهاشمي، 2019 صفحة 41).

الفرع الثالث: الاقتصاد والسياحة في الإمارات.

اعتمد الاقتصاد الإماراتي سابقا وبشكل كبير على الزراعة والصيد والتجارة والتمور واللؤلؤ وبعدها تم اكتشاف النفط عام 1985م، حيث قدر احتياطي النفط 97.8 مليون برميل واحتياطي الغاز قدر بـــ: 83.8 مليار متر مكعب.

لكن حاليا نلاحظ أن اعتماد الدولة على النفط قد قل وأصبح يشكل النفط 20% من دخلها القومي حيث تتماشى دولة الإمارات من تحقيق تقدم كبير في بنية صناعتها السياحية من خلال عمل مبرمج استمر لسنوات طوال تمثل أساسا في الاهتمام بالبنية التحتية للقطاع السياحي حيث تضاعفت في السنوات الأخيرة عدد الفنادق وأقيمت العديد من المشروعات التي تعد علامات سياحية عالمية: كبرج العرب ومسجد الشيخ زايد وبرج الخليفة ومشروع الفورمولا .... وغيرها من المشروعات التي استقطبت ملايين السياح من الخارج (التنمية السياحية المستدامة كبديل استراتيجي لاستغلال العوائد النفطية الجزائرية كالاستناد إلى التجربة الإماراتية، 2016 صفحة 165).

ومع استمرار تدفق رؤوس الأموال إلى الداخل وزيادة قطاع السياحة والضيافة وتعافي القطاع العقاري وذلك بسبب افتتاح عدد من مشروعات الاسكان ومناطق الجذب السياحي وزيادة عدد الزوار لدبي من المناطق المختلفة، ففي 2011 استقطبت دبي أكثر من 09 ملاين زائر وبذلك حققت المرتبة الساعة عالميا وقد حققت نجاحا سريعا لتخلص من تداعيات الأزمة الاقتصادية العالمية على حركة السياحة لديها، وجاء ذلك عكس التوقعات التي كانت تشير إلى أن الأزمة سوف تؤثر على نمو قطاع السياحة، إلا أن القطاع استمر في النمو خلال الثلاث السنوات الموالية، نتيجة الزيادة في عدد الزوار ومتوسط طول مدة الإقامة، إضافة إلى مؤشرات السياحة الأخرى قد ساهمت في تخطي عوائد السياحة عام 2010 مستوى الذروة (16 مليار درهم) التي وصلت إليه سنة 2008م (15.3 مليار درهم).

أما في 2013 فقد استقبلت فنادق دبي 11 مليون سائح مسجلة إرتفاعا قدره مليون زائر على سنة 2012 ويعتبر هذا مؤشر إيجابي يثبت أن إمارة دبي تمشي بخطى سريعة، والذي يعمل على تحقيق هدفها المتمثل في استقطاب 20 مليون زائر سنويا عام 2020 واعلنت دائرة السياحة في دبي على اعفاء المستثمرين من رسوم البلدية المفروضة بواقع 10% (مجلة دورية محكمة في الحقوق والعلوم السياسية، 2017 صفحة 279).

المطلب الثاني: مقومات الجذب السياحي الإماراتي

تعتبر الإمارات العربية المتحدة من المناطق الحيوية في العالم، المتميزة بطبيعتها العقارية، وهي فوق موقعها الاستراتيجي الهام، تتمتع بمرافق حيوية خلابة وخدمات متميزة، مؤهلة لاستضافة أرقى المناسبات، كما تتمتع بكل مقومات الصناعة السياحية ويمكن إجمالها في:

الفرع الأول: المقومات الجغرافية والتاريخية.

أولا: المقومات الجغرافية.

- **الموقع والمساحة:** تقع الإمارات العربية المتحدة في قارة آسيا وتحديدا في الجهة الغربية الجنوبية منها في شرق الجزيرة العربية، تحدها من الشمال والشمال الغربي مياه الخليج العربي، وللدولة حدود بحرية مشتركة من الشمال الغربي مع دولة قطر، ومن

الجنوب والغرب لها حدود برية مع المملكة العربية السعودية، ومن الجنوب الشرقي مع سلطنة عمان، وتقع دولة الإمارات بين دائرتي عرض 22 و26.5 درجة شمال خط الإستواء، وخطي طول 51 و56.5 درجة شرق خط غرينيتش ضمن المنطقة الحارة.

وتتألف دولة الامارات العربية المتحدة من سبع إمارات هي: أبو ظبي، دبي، الشارقة، عجمان، أم القيوين، رأس الخيمة والفجيرة، وتغطي إمارة أبو ظبي مساحة 87% من إجمالي مساحة الدولة. في حين تغطي الإمارات الأخرى دبي، الشارقة، عجمان، أم القيوين، رأس الخيمة والفجيرة، مساحة 13% من إجمالي مساحة الدولة، وتبلغ مساحة دولة الإمارات العربية المتحدة 83.600 كلم^2، وتضم اكثر من 200 جزيرة متباينة في الحجم والنشأة والتكوين والأهمية، وتغطي الصحراء 74% من مساحة الدولة كما يبلغ عدد سكانها 8.2 مليون نسمة حسب إحصائيات سنة 2016م (هني، 2019/ 2020).

- **الوضع الجغرافي**: تتكون أراضي الدولة في معظمها من الصحاري ولا سيما في المناطق الغربية، وتتخللها واحات مشهورة مثل العين وليوا، إضافة إلى المراعي الخصبة الموجودة في مناطق الظفرة التي تتوفر فيها المياه الجوفية، وتقع في الجنوب من هذه المناطق الكثبان الرملية، ويعتبر جبل حفيت حدا جنوبيا لواحة البريمي حيث تقع مدينة العين ويبلغ ارتفاعه نحو 1220 مترا، إضافة إلى سلسلة جبال حجر التي تشطر شبه جزيرة مسندم وتمتد على مسافة 80 كلم شمالا وجنوبا وبعرض يصل إلى نحو 32 كلم فتخترق سلطنة عنمان لتصل إلى الطرف الشرقي من شبه الجزيرة العربية، وفي سفوح المناطق الشمالية من هذه السلسلة التي تصل في أعلى ارتفاعها إلى نحو 2438 مترا تقع مدينة رأس الخيمة وتتميز سلسلة السفوح الغربية للسلسلة بوجود الوديان الكبيرة والأخاديد التي يستغل بعضها للزراعة، اما المياه الإقليمية فهي ضحلة عموما إذ يبلغ متوسط عمقها 35 مترا بينما يبلغ أقصى عمق 90 مترا، باستثناء المنطقة التي يقع فيها مضيق هرمز حيث يصل العمق إلى 140 مترا، وتتصف المياه الاقليمية للدولة بكثرة الشعب المرجانية بمحار اللؤلؤ والثروة السمكية.

ويتسم مناخ دولة الإمارات بأنه حار ورطب على طول الساحل، إلا أنه جاف لدرجة كبيرة في المناطق الداخلية حيث تصل درجة الحرارة إلى أقصى قيمة لها في الصيف إلى 46 درجة مئوية أما في الصحراء فتصل إلى 49 درجة مئوية أو أكثر، اما بالنسبة للأمطار فإن نسبتها متغيرة من سنة إلى أخرى، إلا أن متوسط هطولها يكون من 100 إلى 150 ملم سنويا، وتهب في منتصف فصل الشتاء وفي بداية فصل الصيف من كل عام رياح تدعى نورثر، حيث تأتي من جهة الشمال والشمال الغربي حاملة معها الكثير من الغبار والرمال الصحراوية (https://mawdoo3.com, 2023).

ثانيا: المقومات التاريخية.

توجد الكثير من المعالم التاريخية المتناثرة بين الإمارات ومن أهم هذه المناطق:

- **موقع مدافن حفيت**: ويقع هذا الموقع بالقرب من سفح جبل حفيت من مدينة العين ويعود تاريخه إلى بداية العصر البرونزي حيث تم العثور فيه على 200 مدفن، وعثر بداخل تلك المدافن على بعض التحاسيات والأواني الفخارية، حيث يعد هذا الموقع واحدا من مواقع مدينة العين التي أدرجت على قائمة التراث العالمي في عام 2011م.

- **موقع أم النار**: ويمثل هذا الموقع نمطا حضاريا مميزا عرف لاحقا بحضارة أم النار التي ازدهرت في أواسط الألف الثالث قبل الميلاد وامتدت إلى مناطق متعددة من الخليج العربي، ويضم الموقع حوالي 50 مدفن إضافة إلى مستوطنة سكنية تعود إلى تلك الحقبة.
- **موقع هيلي**: تقع مدافن هيلي في إحدى ضواحي مدينة العين ويعود تاريخها إلى الألف الثالث قبل الميلاد وقد عثر فيها على سبعة مدافن دائرية مقسمة من الداخل إلى حجرات لدفن الموتى.
- **متحف عجمان**: افتتح المتحف في 1991م، وهو أحد المعالم الأثرية لإمارة عجمان وقديما كان حصن لحماية الإمارة، وتحول لمتحف بأمر من الشيخ حميد بن راشد النعيمي، ويضم المتحف مقتنيات صناعية قديمة، كما ينقل الحياة الاجتماعية لإمارة عجمان قديما.
- **مستشفى أبو ظبي للصقور**: اول مستشفى عام للصقور في دولة الإمارات العربية المتحدة، ويعد الأكبر على مستوى العالم، تم افتتاحه عام 1999م، ويضم المستشفى أقساما كثيرة مثل: مركز الحيوانات الأليفة، ومركز السياحة، ومركز شاهين للمؤتمرات، ومختبرا بيطريا، ومراكز التدريب الطبي.
- **مسجد الشيخ زايد آل نبهان**: يقع المسجد في أبو ظبي، ويعرف بالمسجد الكبير، وهو من أبرز المعالم الاسلامية داخل الإمارات بني المسجد عام 1996م، ويعتبر رابع أكبر مسجد في العالم من حيث المساحة بعد المسجد الحرام والمسجد النبوي ومسجد الصين الثاني بالدار البيضاء، ويتسع المسجد لـــ: 7000 آلاف مصلي، وهو ذو أربعة مآذن مغطاة بالرخام الأبيض (https://mckd.gov.ae/sites، 2023).
- **دبي**: تتنوع في دبي الأماكن السياحية الفريدة والجذابة والتي من أهمها: برج الخليفة ودبي لاند ومعالم سياحية أخرى عمدت دولة الامارات على انشائها في إمارة دبي لزيادة تدفق السياح على الدولة وتنمية ايراداتها خارج النفط من خلال السياحة والتجارة:
  - **برج الخليفة**: يقف برج الخليفة شامخا على ارتفاع 828 مترا، وهو اول ما تلاحظه أعين الزوار، يهيمن أطول برج في العالم على أفق دبي المهيب ولكن عظمته الحقيقية لا تظهر جلية سوى عند رؤيته عن قرب او من الداخل، في يوم مشمس وصاف، تكون الإطلالة آسرة من طابق المراقبة أي الطابق 124، تنافسها جمالا الإطلالة التي يوفرها مطعم توب سكاي لاونج وهو يقع في الطابق 148 إلى الراغبين في تناول الطعام بين الغيوم، ليس عليكم إلا زيارة مطعم أتمو سفير في الطابق الـــ: 122.
  - **دبي لاند**: تحت شعارها "وفرة من التجارب في مكان سياحي واحد" تطور دبي لاند على مدار العقد الأخير للعديد من البرامج، والفعاليات والأماكن السياحية الفريدة من نوعها ليس فقط في دبي بل بالعالم أجمع، تعمل دبي لاند على تحويل دبي لهدف سياحي للسياح والعائلات ولقد افتتح العديد من مشاريعها للجمهور رغم بقاء العديد في جعبتها وسيتم الاعلان عنه في السنين القادمة ستجدون على الأقل إحدى فعالياتكم خلال المكوث في دبي لاند إن كنتم من هواة التجارب الرياضية المليئة بالأدرنلين وإن كنتم من هواة التجارب الثقافية وحتى لو كنتم من هواة ساحة التسوق

(مقومات الاستثمار السياحي في الامارات العربية المتحدة ودورها في دعم اقتصادها دراسة نموذجية لإمارة دبي، 2019 الصفحات 245- 246).

وتوجد معالم تاريخية أخرى نوجز تقديمها فيما يلي:

- **برج الخليفة**: أشهر برج هو برج الخليفة أطول برج في العالم الذي يرتفع 828 مترا، وقد بدأ في الإنشاء في 2004م، وافتتح في 2010م، يضم البرج أعلى شرفة مشاهدة مفتوحة للجمهور، وكذلك أعلى مسجد، وأعلى مطعم، وأعلى حوض سباحة، فضلا عن أرقام تخص مكونات البرج الذي شارك بتنفيذه نحو 12 ألف عامل ومهندس وتم بناؤه في وسط دبي.
- **برج العرب**: يعتبر فندق برج العرب، ويعتبر من أرقى فنادق العالم، يقع في دبي، يتميز الفندق بإطلالة جميلة في منطقة الجمير السياحية، بخلاف ديكتاتورية الراقية (صلاح، 2014 الصفحات 148- 149).
- **دبي مارينا واجهة دبي البحرية**: تم إنشاء هذه المنطقة على شواطئ الامارة، وتقع بالقرب من وسط "دبي الجديدة" وترتبط بميناء جبل علي، مدينة دبي للأنترنت ومدينة دبي للإعلام، والجامعة الأمريكية في دبي وتضم هذه المنطقة الأمريكية في دبي وتضم هذه المنطقة أبراجا سكنية إلى جانب العديد من الأماكن الترفيهية (المقاهي، الفنادق).
- **مترو دبي**: اول مشروع مترو في الدولة يعمل من دون سائق، يربط العديد من المناطق في الإمارة، عند الانتهاء من المشروع سيكون مجموعة 166 كيلومترا من الخطوط و77 محطة، منها 09 محطات تحت الأرض. لذل فكل هذه المواقع السياحية ما هي إلا مقومات سياحية لجذب السياح الأجانب لما تتميز به من هندسة معمارية ساحرة لعبون الناظرين فيلحون على زيارتها مرارا وتكرارا بالإضافة لكونها منافسة بالدرجة الأولى للمواقع السياحية العالمية الأخرى مثل: المواقع السياحية في تركيا والصين والهند ..... الخ (فرجلي، 2021/ 2022 صفحة 90).

الفرع الثاني: المقومات الاجتماعية.

1. **النمو السكاني**: شهد النمو السكاني زيادات كبيرة متتالية نجمت عن استضافة عدد كبير من العمالة الوافدة للمشاركة في تنفيذ النهضة التنموية التي بدأت الدولة منذ تأسيسها، وأن التركيبة السكانية في الدولة تتسم ببعض الخصائص تتمثل في: غالبية السكان الدولة من جنسيات وافدة للعمل والإقامة، حيث دولة الامارات سكانا أكثر من 200 جنسية وهو ما يضفي عليها تنوعا ثقافيا واسعا معزز ببيئة تتميز بالانفتاح والتسامح.

الجدول رقم (07): يوضح عدد السكان في الإمارات العربية المتحدة.

السنة	ذكور	إناث	المجموع
2010	6161820	2102250	8264070
2011	6244663	2149356	8394019
2012	6328827	2197598	8526425
2013	6414337	2247008	8661345

2014	6501224	2297617	8798841
2015	6589518	2349456	8938974
2016	6298294	2822873	9121167
2017	6415942	2888335	9304277
2018	6297662	3069166	9366828
2019	6302724	3201014	9503738
2020	6468460	2813950	9282410

المصدر:. (**تقرير حالة البيئة لدولة الامارات العربية المتحدة ، 2020**)

نلاحظ من خلال الجدول رقم 07 الموضح اعلاهن والمتضمن عدد الذكور والإناث خلال الفترة (2010/ 2020) وتشير التقديرات الاحصائية على العموم أن عدد سكان دولة الامارات العربية المتحدة في تزايد إلى غاية 2019م، وتشير التقديرات الاحصائية إلى العموم أن عدد سكان دولة الامارات في تزايد إلى غاية 2019م، حيث بلغ إجمالي عدد سكان 9503738 نسمة في حين انخفضت سنة 2020؛ إذ بلغت نسبتها حوالي 9282410 نسمة، بسبب جائحة كورونا 19، حيث سببت هذه الأزمة تدهورا صحيا وقاتلا اودت بحياة آلاف البشر وشهدت هاته الأخيرة ذروتها العظمى، أما عن عدد الذكور فقد بلغ سنة 2010 حوالي 6161820 نسمة، وفي سنة 2016 بلغ حوالي 6298294 نسمة وتستمر الزيادة عبر باقي السنوات، وفي المقابل كان عدد الإناث أقل من عدد الذكور أي ما يعادل النصف فقد بلغ عددهن سنة 2011 حوالي 2149356 نسمة، ويتزايد ليرتفع العدد في السنتين 2018 و2019 ليصل إلى حوالي 3069166 نسمة و3201014 نسمة على التوالي، ثم ينخفض من جديد في عام 2020م، مسجل بذلك 2813950 نسمة، أي بمعدل إجمالي 9282410، ووفقا لهذه البيانات تعتبر الامارات من أعلى معدلات النمو السكاني في العالم.

2. **تفعيل دور المرأة**: في ماي 2015 اعتمد مجلس الوزراء قرار تشكيل مجلس الامارات للتوازن بين الجنسين في جميع ميادين العمل، والمساهمة ف دعم مكانة دولة الامارات محليا ودوليا، يهدف المجلس إلى تقليص الفجوة بين الجنسين، وتحقيق التوازن بينهما في مراكز صنع القرار تحقيقا لرؤية الإمارات، بأن تكون ضمن أفضل 25 دولة في مؤشر التوازن بين الجنسين بحلول 2021م، يقدم المجلس المبادرات والمشاريع المبتكرة التي تساهم في تحقيق التوازن بين الرجل والمرأة، وتجعل من دولة الامارات نموذجا يحتذى به في هذا الجانب حارسة الدولة على تقديم مساعدات اسكانية للنساء في ظل برنامج الاسكان وتوفير الرعاية الصحية والتعليمية لهن حيث ينعم الاماراتيون بالتعلم المجاني في المدارس الحكومية، والكليات والجامعات بغية تحقيق التمكين الاجتماعي والاقتصادي للمرأة (كرامة، د. س. ن الصفحات 347- 348).

الفرع الثالث: المقومات الاقتصادية والمالية.

تعتمد الكثير من الدول على السياحة كأهم مصادر الإيرادات خاصة لما لها من تأثير على باقي القطاعات الاقتصادية والمالية للدولة، وكذا أهميتها في تصنيف الدول من خلال قدرتها التنافسية عالميا لذا يتم التركيز المتزايد على القطاع السياحي من خلال دراسة إمكانيات الدولة ومقوماتها السياحية وخطط الاستثمار وآليات تفعيلها وسبل الاستفادة من السياحة.

أولا: المقومات الاقتصادية.

في السابق اعتمد اقتصاد المنطقة بشكل كبير على الزراعة في الواحات والصيد، وتجارة التمور، اللؤلؤ، ولكن بعد اكتشاف النفط في الخمسينات حدث تغيير جذري في هيكل الحياة الاقتصادية في دولة الامارات، ساعدها في ذلك موقعها الاستراتيجي الانفاق الحكومي وسياسات الدولة في التنويع الاقتصادي، وتواصل الحكومة جهودها في الانتقال إلى اقتصاد قائم على المعرفة عبر تشجيع الابتكار، وتعزيز الإطار التنظيمي للقطاعات الرئيسية، اقرأ عن البيئة الاقتصادية المواتية لدولة الامارات وجهود الدولة للارتقاء بالاقتصاد.

1. **سياسة تنويع صادرات الإمارات**: تهدف سياسة تنمية الصادرات الاماراتية إلى الانفتاح على أسواق عالمية جديدة، وذلك في إطار دعم التجارة الخارجية للدولة وايجاد حيز للسلع الإماراتية لزيادة تواجدها في الأسواق العالمية، وإضافة قيمة اعلى في مجالات السلع المصدرة، وبالتالي تحقيق نمو في الناتج المحلي للقطاعات غير النفطية، إذ تستهدف السياسة زيادة مساهمة الصادرات من السلع والخدمات الوطنية لتصل إلى 50% من التجارة الخارجية غير النفطية، كما ترمي السياسة إلى تعزيز قدرة الاقتصاد الوطني على الاستفادة من فرص الانتعاش الاقتصادي للمرحلة المقبلة وذلك عبر التخطيط المسبق والتركيز على الأسواق التي يمكن من خلالها زيادة فرص الانتعاش الاقتصادي للمرحلة المقبلة وذلك عبر التخطيط المسبق والتركيز على الأسواق التي يمكن من خلالها زيادة فرص نفاذ الصادرات الوطنية فيها وتنمية العلاقات والشراكات التجارية معها، ووفقا للإحصاءات التجارية الدولية 2019 الصادرة عن منظمة التجارة العالمية فإن صادرات الدولة من الخدمات تحتل المرتبة 22 عالميا وتساهم بما نسبته 1.2% من الصادرات العالمية من الخدمات فيما تأتي الصادرات السلعية وتشمل النفط في المرتبة 16 عالميا وتساهم بنسبة 1.8% من الصادرات العالمية، كما تتصدر دولة الامارات المرتبة الأولى عربيا في الصادرات السلعية والخدمية، وتحتل الدولة المرتبة 03 عالميا في إعادة تصدير السلع. (**البوابة الرسمية لحكومة الامارات، 2023**)
2. **التنويع الاقتصادي**: يتمثل المقوم في سياسة التنويع الاقتصادي الناجحة التي بدأتها الامارات منذ أكثر من 30 عاما وتحصد ثمارها اليوم وطبقا لأحداث تقارير الهيئة الاتحادية للتنافسية والإحصاء، فإن مساهمة قطاع النفط والغاز والتعدين والمحاجر في الناتج المحلي الاجمالي للإمارات تقلصت بشكل كبير، وبلغت قيمتها 387 مليار درهم تشكل نسبة 25% فقط من إجمالي الناتج المحلي الإجمالي، البالغ تريليونا و546.6 درهم بنهاية عام 2019 بالأسعار الجارية وفي المقابل تتعاظم مساهمة أدوار قطاعات غير نفطية أخرى مثل قطاع تجارة الجملة والتجزئة بنسبة 12.5% والصناعة التحويلية 8.7% والتشييد 36.7% هذا النوع الاقتصادي يساهم بقوة في امتصاص أثر صدمات تراجع أسعار النفط وخلال السنوات العشر الماضية 2010/ 2019 والتي شهدت أزمات عالمية واقليمية اقتصادية كبرى ارتفع الناتج الاجمالي للإمارات بنسبة 43.3% بالأسعار الجارية من 1.06 ترليون درهم عام 2010 إلى 1.54 ترليون درهم بنهاية 2019م، وبموازاة توسع الإمارات في سياسة التنويع الاقتصادي، فإنها توجه استثمارات نوعية ضخمة لقطاع النفط كما يقول نجيب الشامسي الخبير الاقتصادي المدير العام لشركة مسار للدراسات الاقتصادية حيث تقدر هذه الاحتياطات بنحو 98.6 مليار برميل لتحتل المركز السادس عالميا في انتاج النفط كما أن الامارات ضمن نادي الخمسة الكبار في احتياطات الغاز بمخزون 353 ترليون قدم مكعبة في الناتج

المحلي الاجمالي لدولة الامارات 68.5 مليار درهم (18.7 مليار دولار أمريكي) أي ما يعادل 5.2% من إجمالي الناتج المحلي ومن المتوقع نمو القطاع بنسبة 3.2% في 2017، وأن ترتفع نسبته إلى 5.1 سنويا من 2017 إلى 2027 لتصل إلى 116.1 مليار درهم (31.6 مليار دولار أمريكي)، أي ما يعادل 5.4% في عام 2017، وأن ترتفع بنسبة 4.9% سنويا لتصل إلى 264.5 مليار درهم (72 مليار دولار أمريكي)، أي ما يمثل 12.4% من الناتج المحلي الإجمالي في عام 2027م.. (**البوابة الرسمية لحكومة الامارات، 2023**)

3. **بنية تحتية لوجستية**: على صعيد القطاع البحري والبري فقد نجحت دولة الامارات بأن تصنع لنفسها مكانة رائدة وسمعة متميزة على خريطة القطاع البحري العالمي، مستندة بذلك إلى حزمة من المزايا والمقومات الاستراتيجية التي جعلتها واحدة من أسرع الدول في المناطق البحرية على مستوى المنطقة والعالم، وتمكنت الدولة خلال فترة وجيزة من تحقيق انجازات نوعية، حيث احتلت المرتبة الخامسة عالميا في الشحن الدولي، كما تمكنت الامارات بفضل ما تحتضنه من بنية تحتية متقدمة وموانئ تعد واحدة من الأكثر تقدما في العالم من احتلال المرتبة 11 في مؤشر الأداء اللوجيستي في جودة البنية التحتية المساندة للأنشطة اللوجستية في عام 2018، وبلغت قيمة الاستثمارات في قطاع النقل البحري بالدولة 60 مليار دولار في وقت تعتزم ضخ استثمارات بقيمة 200 مليار درهم في القطاع البحري، الذي يمثل 05% من الاقتصاد الاماراتي، ومن المتوقع أن ترتفع هذه الاستثمارات المتدفقة للقطاع البحري في المنطقة والتي تتراوح بين 170- 190 مليار دولار بنسبة 30- 35% منذ عام 2014 حتى العام الماضي (عجرود، 2021/ 2022 صفحة 92).
4. **الاستثمارات الاجنبية المباشرة**: حققت الاستثمارات الأجنبية المباشرة الواردة لدولة الامارات المتحدة نموا بنسبة 4% خلال العام2020حيث بلغت 20,7مليار دولار وهذا راجع لما تقدمه دولة الامارات للكثير من الحوافز للمستثمرين وتدعيم ريادة الاعمال، وتضع الحوافز لرفع أعداد الشركات التي تم تأسيسها لدعم خطط تنويع مصادر الدخل الوطني، وتقوم الجهات الحكومية برفع العوائق أمام تدفق الاستثمارات، وتشبيح دولة الامارات منذ تأسيسها الحوافز للمستثمرين وتمضي قدما في جعل بيئتها أكثر تنافسية في جذب الاستثمارات الاجنبية، وتتطلع الامارات لان تكون الاستثمارات احد ممكنات الاقتصاد الوطني، ووفقا لتقرير الاونكتاد من خلال تقرير الاستثمار العالمي 2021 ارتفعت قيمة الاستثمار الاجنبي المباشر الداخل الى الامارات خلال عام 2020 بمقدار 2.01 مليار دولار (7.38 مليار درهم) ونسبة نمو 11.24%، وبهذا تكون دولة الامارات تقدمت 09 مراتب لتحتل المرتبة 15 عالميا في عام 2020، حيث بلغ اجمالي تدفق الاستثمار الاجنبي الداخل في عام 2020 ما مجموعة 19.884 مليار دولار (73.04 مليار درهم)، وبهذا تمكنت الامارات من الحصول على المركز الأول في تدفقات الاستثمار الأجنبي. وزارة الاقتصاد 2020 تدفق الاستثمار الأجنبي من الامارات العربية المتحدة (وزارة الاقتصاد، 2023).
5. **علاقات تجارية واسعة**: والمقوم الخامس هو العلاقات التجارية الواسعة للإمارات مع نحو 220 دولة في قارات العالم الست، وارتفعت قيمة التجارة الخارجية غير النفطية من 754.4 مليار درهم بنهاية عام 2010 إلى 1.62 ترليون درهم بنهاية

عام 2018 بزيادة مقدارها 873.6 مليار درهم ونسبة نمو 11.5% وارتفعت الصادرات غير النفطية من 83.1 مليار درهم إلى 212 مليار درهم بارتفاع مقداره 1290 مليار درهم وبنسبة نمو قدرت بـــ: 15.5%. (محمد، 2023)

ثانيا: المقومات المالية.

تمتلك الامارات مجموعة من المقومات المالية الرئيسية التي تجلعها أكثر قدرة وصلابة لمواجهة مختلف الأزمات والتقلبات الاقتصادية والتي تعتبر إحدى الامكانيات للنهوض بالقطاع السياحي في دولة الإمارات، وأهم هذه المقومات نذكر منها:

1. **صناديق عالمية**: وهو امتلاك الامارات لأصول استثمارية ضخمة توفر لها سيولة كافية، فالدولة لديها عدة صناديق للثروة السيادية واستثمارات خارجية تناهز قيمة أصولها 1.5 ترليون دولار، وأبرزها جهاز أبو ظبي للاستثمار الذي احتل مؤخرا المرتبة الثالثة عالميا ضمن أكبر الصناديق السايدية، وذلك بقيمة 697 مليار دولار، ومؤسسة دبي للاستثمارات الحكومية التي حلت في المراكز الـــ: 13 بأصول نحو 233.8 مليار دولار وشركة مبادلة للتنمية في المركز الـــ: 14 بقيمة ناهزت 226 مليار دولار، وهيئة الامارات للاستثمار في المرتبة 28 عالميا بأثول بلغت قيمتها 34 مليار دولار وهذه الأصول توفر لها سيولة مالية تحت الطلب.
2. **احتياطات دولية**: وهي احتياطات دولية متزايدة، سواء للمصرف المركزي والبنوك البالغة بنهاية مارس الماضي 449.6 مليار درهم وهذه الاحتياطات تحقق نموا مستمرا تدعمها استراتيجية فعالة يطبقها المصرف المركزي لتوفير السيولة للاقتصاد الوطني، وحلقت السيولة إلى أعلى مستوياتها على الإطلاق بنهاية أبريل الماضي ويؤكد أمجد نصر، الخبير الاقتصادي مستشار التمويل، أن السيولة المالية الضخمة التي تملكها الامارات سواء عبر صناديقها السيادية أو احتياطاتها النقدية في الخارج او أصول قطاعها المصرفي والاستشاري في الداخل، كفيلة بأن تمكنها من مواجهة أية أزمات سواء جائحة كورونا أو غيرها، كما ان المصرف المركزي يقوم بدور كبير في توفير السيولة بشكل ناجح وهو ما ظهر بشكل واضح في خطته الشاملة المرصود لها أكثر من 265 مليار درهم وهي أكبر خطة دعم مالية في المنطقة.
3. **المديونية**: وهو تضاؤل المديونية الخارجية للدولة، وكما يؤكد الخبير الاقتصادي الدكتور علي العامري، بأن الامارات لا توجد عليها أعباء أو التزامات مالية ضاغطة سواء كانت ديونا او غيرها، والموجودة فقط ديون ضئيلة غالبيتها لشركات، وهذه الديون تتضاءل كثيرا أمام الأصول الاستثمارية للدولة والشركات الحكومية والخاصة وكذلك امام سعر صرف الدرهم القوي (فرجلي، 2021/ 2022 الصفحات 93- 94).

الفرع الرابع: المقومات السياسية والقانونية.

دولة الامارات واحدة من بين أكثر دول العالم التي تنعم بالتلاحم في نسيجها الوطني، وتتمتع بالأمن والأمان والاستقرار السياسي، وتأتي دولة الامارات في المركز الرابع من بين أفضل عشر دول في العالم في تدني نسبة الجريمة على الرغم من أنها

تستضيف على أرضها كدولة جاذبة لعمالة نحو 200 جنسية من قارات العالم، الأمر الذي يرجع حرص دستور دولة الإمارات على صون جميع الحقوق والحريات على أرض الدولة للمواطن والوفد على حد سواء، حيث يتمتع الجميع فيها بأرقى مستويات العيش والأمن والأمان في مجتمع خال من التفرقة لمناهضة التعذيب وغيره من ضروب المعاملة أو العقوبة القاسية أو الإنسانية أو المهنية لعام 1984م، وأودعت وثائق انضمامها مع إعلان تحفظاتها وملاحظاتها السيادية حول بعض فقرات الاتفاقية (كرامة، د. س. ن صفحة 35).

المطلب الثالث: المؤشرات والاستثمارات السياحية في الإمارات العربية المتحدة.

الفرع الأول: مؤشرات السياحة في الإمارات العربية المتحدة.

اولا)تطور النقل: يعتبر قطاع النقل من القطاعات الاستراتيجية والركائز الأساسية لحركة التنمية المستدامة وهو علامة على تقدم البنية التحتية التي تسهم كثيرا في تسهيل حركة التنقل السكان المحليين والسياح؛ وكذلك تسهيل التبادل التجاري وبهذا كانت الإمارات السباقة بإطلاق المبادرات وتنفيذ المشروعات الابتكارية بهذا القطاع والتي سنتطرق إليها فيما يلي:

أ. **النقل الجوي:** يوجد بدولة الامارات سبعة مطارات دولية وهي مطار أبو ظبي، مطار آل مكتوم، مطار الشارقة، مطار رأس الخيمة، مطار الفجيرة، وكل هذه المطارات جعلت الدولة منطقة الطيران الأبرز والأكثر نجاحا على المستوى العالمي في مجمل قطاع الطيران المدني بشكل عام حيث يوجد في الدولة 04 ناقلات جوية رئيسية هي: الاتحاد للطيران، وطيران الإمارات، اللتان تسيطران اقليميا على سوق السفر القصير والمتوسط على صعيد المنطقة وتتمتع كل هذه الشركات بكثير من فرص النمو والنجاح وإمكانية تطوير الأعمال الدولية مستقبلا (هني، 2019/ 2020 صفحة 90).

حيث استقبلت مطارات الدولة عام 2019 ما يقارب 128 مليون مسافر فيما سجل أغسطس أعلى عدد مسافرين مقارنة بالأشهر الأخرى وتحتضن الامارات حاليا 08 مطارات دولية وتسيير الناقلات الوطنية رحلات إلى أكثر من 220 مدينة.

وحصول مطار دبي الدولي على ترتيب الأكبر عالميا من ناحية المسافرين الدوليين ومطار أبو ظبي الأسرع نمو في إعداد المسافرين (بدون ناشر، 2020 صفحة 05).

الجدول رقم (08): يوضح تطور حركة الطائرات في الإمارات العربية المتحدة في الفترة 2014-2020

جدول : حركـــــــــــــــة الطائرات حسب الإمارة 2014 – 2020										
Table 2: Aircrafts *Movement* By Emirate, 2014 – 2020										
Movment Type	Emirate	2020	2019	2018	2017	2016	2015	2014	الإمارة	الحركة
Arrivals	Abu Dhabi	28 050	61 672	66 022	74 418	80 694	79 145	69 514	ابوظبي	قادمة
	Dubai	100 108	201 529	216 288	217 249	220 431	213 210	190 208	دبي	
	Sharjah	16 743	43 461	40 794	39 053	38 013	35 517	34 940	الشارقة	
	Ras al-Khaimah	1 064	1 688	1 810	2 588	2 855	2 260	1 328	رأس الخيمة	
	Fujairah	183	449	352	417	445	320	137	الفجيرة	
	Total Arrivals	**146 148**	**308 799**	**325 266**	**333 725**	**342 438**	**330 452**	**296 127**	إجمالي القادمة	
Departures	Abu Dhabi	27 803	61 500	65 957	74 182	80 438	79 091	69 522	ابوظبي	مغادرة
	Dubai	99 888	201 544	216 355	217 350	220 632	213 237	190 195	دبي	
	Sharjah	16 758	43 510	40 817	39 199	38 126	35 598	34 981	الشارقة	
	Ras al-Khaimah	1 059	1 665	1 758	2 538	2 841	2 239	1 308	رأس الخيمة	

	Fujairah	99	449	352	417	444	320	137	الفجيرة
	Total Departures	145 607	308 668	325 239	333 686	342 481	330 485	296 143	إجمالي المغادرة
Other Local Airports		39 818	48 892	42 924	63 938	69 733	78 883	74 505	مطارات محلية أخرى
Source : Fédéral Compétitives and Statistiques Centre					المصدر: المركز الاتحادي للتنافسية والاحصاء				

نلاحظ من خلال الجدول رقم (08): الذي يمثل حركة الطائرات حسب الإمارة حيث أن إمارة دبي حققت أكبر حركة للطائرات خلال 2015/ 2020 مقارنة بالإمارات الأخرى حيث قدرت بـــ: 208 190 طائرة عام 2014م كما سجلنا من خلال الجدول أعلاه أن اجمالي الطائرات القادمة الى الامارات العربية المتحدة في تزايد مستمر محققة أعلى حركة للطائرات سنة2017قدرت ب 725 333 ، وبلغ عدد الطائرات المغادرة 686 333 طائرة وهذا نتيجة للاهتمام الكبير الذي ولته الامارات من خلال إقامة مطارات جديدة وتوسعة الطاقات الاستيعابية للمطارات.

حيث قال سعيد العابدي رئيس مجموعة العابدي أن هناك العديد من المقومات السياحية التي تجعل الوصول إلى 23-25 مليون زائر بحلول 2025م قابلة للتحقيق مثل وجود شبكة قوية من الرحلات الجوية التي تربط دبي بالعالم ومواصلة شركات الطيران المحلية خاصة طيران الإمارات وفلاي دبي، التي تسهم بجزء كبير من التدفقات السياحية القادمة إلى الإمارة، علما أن طيران الإمارات وحدها نقلت حول العالم نحو 59 مليون مسافر مشيرا إلى أن عدد المسافرين عبر مطار دبي وصل نحو 88 مليون مقتربا من المستوى المستهدف عند 100 مليون مسافر بحلول 2020م (لؤي، 2023).

ومن خلال الجدول والقيم الاجمالية لكل من حركة الطائرات القادمة والمغادرة نجد أن الحركة في تزايد مستمر وهذا انعكاس لما تقدمه الامارات من دعم وانجازات لقطاع النقل الجوي؛ والمشاريع الجديدة الذي حظي بها قطاع النقل الجوي من بين هذه المشاريع نجد ميني المطار الرئيسي الجديد الذي تبلغ تكلفته 10.8 مليار خطة شركة أبو ظبي الهادفة لتوسيع وتطوير المطار بهدف توفير أفضل بنية تحتية لقطاع الطيران والذي سيقدم كافة المرافق السبعة لتصل إلى 47 مليون مسافر في 2030م.

توسعة ميني المسافرين في مطار آل مكتوم: تم إطلاق توسعة مشروع في مطار آل مكتوم الدولي في 2014 زيادة المساحة المبنية لمبنى المسافرين في عام 2013 من 66.107 أمتار مربعة إلى 145.996 متر مربعا (https://U.A.E.new-aviation-projects، 2023).

ولا شك أن عنصر السلامة والأمان يشكلان جزء لا يتجزأ من جودة قطاع الطيران وبالرغم من النمو المشاريع للقطاع فقد حافظت الهيئة العامة للطيران المدني على تركيزها المنصب على المسؤوليات التنظيمية بالطريقة التي تدعم نمو الهيئة دون المساس بمعايير السلامة والأمن. وفي ضوء التقرير التنافسي العالمي (GCP) الصادر عن المنتدى الاقتصادي العالمي 2012/ 2013م فقد صنفت دولة الامارات في المرتبة الثالثة من حيث جودة مؤشر البنية التحتية للنقل الجوي (https://na-eventscool.com/erome/arb/aviationUAE/).

وعند الوصول إلى سنة 2019 و2020 نجد أن حركة الطائرات انخفضت حيث قدر عدد الطائرات القادمة في 2019 ب 799 308انخفضت في عام 2020الى 146 148 ، ونفس الملاحظة بالنسبة للطائرات المغادرة. ففي سنة 2019 كانت 308668 طائرة واستمر الانخفاض إلى 145607 طائرة مغادرة تقريبا انخفضت الى النصف في 2020 .

وهذا راجع إلى تفشي وباء كورونا الذي سبب شللا لقطاع النقل الجوي الاماراتي وتراجع الطلب الدولي على السياحة، حيث سجلت شركة طيران الامارات اول خسائر لها منذ 03 عقود وذلك على خلفية الاغلاقات المرتبطة بفيروس كورونا المستجد التي ضربت قطاع الطيران بشدة.

وذكرت الشركة التي اضطرت لتعليق رحلاتها لأسابيع مع بداية انتشار الفيروس أن الخسائر في أشهر السنة الأولى من سنتها المالية بلغت 3.4 مليار دولار مقارنة بأرباح بأكثر من 200 مليون دولار في الفترة ذاتها من العام الماضي.

وعلى غرار شركات الطيران العالمية الأخرى، دفع تعليق الرحلات وتراجع اعداد المسافرين (طيران الامارات) إلى تسريح نحو تسعة آلاف من موظفيها ووفقا لبيان الشركة سجلت أعداد العاملين التي تضم شركة النقل الجوي وشركة "دناتا" للسياحة ونقل البضائع، انخفاضا بنسبة 24% عن مارس 2020م لتصل إلى 81334 موظفا في 30 سبتمبر 2020م (https://www.swissinfo.ch، 2023).

ب النقل البري: تمتلك دولة الامارات مرافق نقل وبنى تحتية تعد من بين الأفضل والأكثر تطورا على المستوى العالمي وتمتد لشبكة الطرق والمترو ووسائل على كافة المناطق الحضرية وتتميز وسائل النقل العامة بمستواها الفائق من حيث الجودة والكفاءة وتضم الحافلات والمترو والترام وسيارات الأجرة.

ومن بين أهم الطرق السريعة التي تربط إمارات الدولة ببعضها البعض نجد:

- ✓ **طريق E11**: ويعتبر أطول طريق عام في دولة الامارات ويمتد من منطقة السبع في إمارة أبو ظبي، وينتهي إلى إمارة رأس الخيمة.

- ✓ **طريق E311**: أو شارع الشيخ محمد بن زايد، والمعروف مسبقا بشارع الامارات يربط بين إمارة دبي والإمارات الأخرى في الدولة.
- ✓ **طريق E611**: طريق الامارات العابر يمتد هذا الطريق بطول 110 كلم، ويوفر طريق بديل لشارعي الشيخ زايد والشيخ محمد بن زايد للقادمين من رأس الخيمة، وأم القيوين، وعجمان والشارقة متجها مباشرة نحو أبو ظبي دون الحاجة لاجتياز وسط مدينة دبي.
- ✓ **شارع الشيخ خليفة**: ويربط بين كل من إمارتي دبي والفجيرة مقتصرا المسافة بحوالي 20 إلى 30 كلم مقارنة بالطرق القديمة المستخدمة.
- ✓ **شارع الشيخ الخليفة بن زايد**: ويربط قرى وبلدات المنطقة الشرقية ببعضها.
- ✓ **طريق دبي الفجيرة**: ويمر من خلال سلسلة جبال حتا ويتخلل مساره كل من إمارات دبي، والشارقة ورأس الخيمة.
- ✓ **طريق دبي**: العين ويربط إمارة دبي بمدينة العين.
- ✓ **جسر الشيخ زايد**: ويبلغ طوله 842 مترا وارتفاعه 64 مترا ويعتبر الطريق المروري الثالث الذي يصل يابسة إمارة أبو ظبي بجزيرتها (https://www.marefa.org، 2023).

1. **نقل القطارات**: أما بالنسبة لنقل القطارات فقد تأسست شركة الاتحاد للقطارات بموجب مرسوم اتحادي في عام 2009م حيث تم إنشاء وتشغيل وتطوير اول شبكة للسكك الحديدية قطار الاتحاد لنقل الركاب والبضائع بالدولة بتكلفة اجمالية نحو 40 مليار درهم ويمتد على مسافة 120 كلم بطاقة استيعابية تصل عند بدء التشغيل إلى 50 مليون طن من البضائع و16 مليون راكب سنويا وقد وقعت شركة الاتحاد للقطارات في 25 أفريل 2014 اتفاقا مع شركة دي بي شينكر الألمانية لتأسيس شركة تشغيل وصيانة السكك الحديدية تحمل اسم الاتحاد للقطارات دي بي إضافة إلى تقديم خدمات الصيانة والاستثمارات المتعلقة بالكفاءة التشغيلية والسلامة وخدمات العملاء وتم تخصيص ميزانية تقدر بـــ: 92 مليار درهم لتطوير شركات القطارات الوطنية بالدولة ضمن خططها التنموية للأعوام 2020/ 2030م. فقد تم إنشاء مترو دبي الذي يعد أكبر نظام مترو في العالم يعمل بدون سائق وهو شكل قطار متطورة يعمل آليا بطول 74.6 كلم (هني، 2019/ 2020 صفحة 91).

الجدول رقم (09): يوضح ارتفاع في عدد ركاب مترو دبي للسنوات 2010/ 2019م. (الوحدة بالمليون)

السنوات	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
ركاب المترو	38.9	69	109.5	137.5	164.3	178.6	191.3	198.8	204.3	203

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على: (دائرة التنمية الاقتصادية ، 2020 صفحة 68)

نلاحظ من خلال الجدول أن عدد الركاب سنة 2010 بلغ حوالي 38.9 مليون راكب يرتفع عام 2011 إلى 69 مليون راكب تقريبا زاد بالضعف وهذا يعكس التميز والتطور الذي يشمل وسائل النقل عامة ومترو دبي بصفة خاصة، إلى جانب شبكة الطرق ذات الكفاءة العالمية من حيث معاير الجودة.

نلاحظ استمرار ارتفاع عدد ركاب المترو حيث وصل عام 2016 إلى 191.3 مليون راكب وبلغ عام 2018 حوالي 204.4 مليون راكب يعود ذلك إلى تراجع طفيف عام 2019 ليصل إلى 203 مليون راكب وهذه نتيجة الاجراءات الاحترازية لوباء كورونا.

ج النقل البحري: شملت طرق النقل البحري داخل دولة الامارات على:

- **التاكسي المائي**: وهو وسيلة تنقل فاخرة حيث يمكن نقل عدد لا يزيد على 10 ركاب في المرة الواحدة وهو يعمل بين منطقة الممزر ومنطقة دبي مارينا عبر غور دبي وتوجد للتاكسي المائي 32 محطة ركاب وفي جميع أنحاء دبي.
- **العبرة**: هناك ثلاث أنواع من العبرات: عبرات ذات محرك يعمل بالبترول والعبرات الكهربائية والعبرات المكيفة تسير عبرة البترول في خور دبي بين منطقتي بر دبي وديرة أما العبرات الكهربائية فتسير رحلاتها في بحيرة برج الخليفة والممر المائي في القرية العالمية.
- **الباص المائي**: يتم تسيير رحلات باص دبي المائي في منطقة دبي مارينا من السبت إلى الخميس بين 10 صباحا و11 مساءا وتنطلق الرحلة كل 20 دقيقة وفي أيام الجمعة والعطلات الرسمية يعمل الباص المائي بين الساعة 12 مساءا و12 صباحا (مؤشرات السياحة كأدة لتصنيف الجزائر تبعا لوضعها التنافسي مقارنة مع دولة الامارات العربية المتحدة قصد النهوض بالقطاع، 2015 صفحة 54).

الجدول رقم (10): يوضح تطور أعداد ركاب الباص المائي في إمارة دبي خلال الفترة (2012/ 2019) الوحدة بالألف.

السنوات	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
ركاب الباص المائي	347.53	84.72	533.41	372.2	527.02	431.89	354.58	288.68

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على: (دائرة التنمية الاقتصادية ، 2020 صفحة 71)

من الجدول يتضح لنا أن عدد ركاب الباص المائي في تزايد حتى وصل إلى أعلى قيمة له عام 2015 بـــ: 572.20 ألف راكب ثم انخفض عام 2017 بـــ: 431.89 ألف واستمر في الانخفاض حتى بلغ عام 2019 بـــ: 288.68 ألف راكب وهذا الانخفاض راجع إلى اعتماد الأفراد على وسائل نقل اخرى تكون أقل تكلفة.

ثانيا تطور طاقات الايواء:

تمثل الطاقات الفندقية والمؤسسات التي تقوم بإيواء السائحين من بين أهم المؤشرات السياحية التي يمكن من خلالها قياس مدى تقدم القطاع السياحي والاهتمام به من قبل الدولة لما يترتب عليها من استقطاب المزيد من السياح وتشجيعهم على المكوث لمدة أطول.

الجدول رقم (11): يوضح تطور عدد الفنادق والمؤسسات المماثلة لها في الامارات العربية المتحدة (2010/ 2020)

الفئة	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
الفنادق	522	559	561	592	660	684	702	726	772	1136	1089
فندق نجمة واحدة	167	163	142	145	-	22	25	335	335	354	-
فندق نجمتين	62	71	69	71	-	28	18				315
فندق ثلاث نجوم	94	97	100	108	-	305	315				
فندق أربع نجوم	108	122	130	135	-	172	178	196	222	236	237
فندق خمس نجوم	91	106	120	133	-	157	166	175	195	236	222
الشقق	358	312	339	347	367	372	358	332	334	331	315

الفندقية										
الفخمة	–	–	–	83	–	93	94	146	–	–	–
عادي	-	-	-	64	-	60	35		-	-	-
سياحية	–	–	–	206	–	219	229	186	–	–	–

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على: (الهيئة الاتحادية للتنافسية والاحصاء، **2023**)

من خلال معطيات الجدول أعلاه نجد أن: عدد الفنادق في تزايد مستمر وهذا راجع لتدفق السياح والحركة السياحية من كل دول العالم، حيث كان عدد الفنادق سنة 2010م الى522 منشأة فندقية منها91 فندق من فئة خمس نجوم واستمر الارتفاع إلى سنة 2017 وصل عدد الفنادق إلى 726 فندق منها175 فندق من فئة الخمس نجوم، لتصل سنة 2020 إلى 1089 فندق فيها 222 فندق من فئة خمس نجوم237 فندق من فئة أربع نجوم و315 فندق من فئة نجمتين وثلاث نجوم وهذا الارتفاع ما يقارب الضعف مقارنة بسنة 2010م.

وأما فيما يخص عدد شقق الفندقية فقد شهدت سنة 2013 تزايد فقد بلغ عددها 347 شقة وفي سنة 2015 بلغ عدد الشقق الفندقية 372 شقة ليتراجع سنة 2016 بعدد 358 شقة يتبعها ارتفاع في الشقق الفاخرة التي بلغت في 2015 ب 93 شقة فاخرة وفي 2016 وصلت إلى 94 شقة فاخرة، كما نلاحظ ارتفاع في عدد الشقق السياحية حيث بلغت في 2016حوالي 229 شقة وترجع هذه الزيادة في الاقبال على هذا النوع من الشقق لتقديمها كل وسائل الراحة والاستقلالية مقابل الأسعار المقبولة.

فمن الملاحظ أن هناك تنوع في معروضات قطاع الفندقة حيث تتوفر فنادق خمس نجوم نجد كذلك فنادق من فئة نجمة واحدة ونجمتين وثلاث نجوم وأربع نجوم التي استحوذت على عدد كبير من توافد السياح وهذا سعيا من الحكومة الاماراتية إلى دعم الفنادق المتوسطة التي تستهوي الفئات ذات الدخل المتوسط ولما توفره الغرف من وسائل الراحة وتواجدها في مناطق خلابة وكذلك خدماتها المتطورة.

إن هذه الزيادات المستمرة التي نلاحظها في أعداد الفنادق والشقق الفندقية خلال السنوات الماضية يعكس مدى التطور القوي في القطاع السياحي على مستوى إمارات الدولة إلى جانب تحولها إلى وجهة سياحية متكاملة تلبي تطلعات مختلف انواع السياح من مختلف دول العالم.

الجدول رقم (12): المؤشرات الرئيسية لمنشآت الفنادق في الإمارات لسنة (2010– 2020).

المؤشرات	2010	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
عدد النزلاء	9.882.531	19.685.904	21.417.61	22.868.48	24.632.346	25.548.966	27.138.846	14 882 258
عدد الغرف	74 094	141 396	148 932	155 704	162 225	173 086	183 193	180 257
ليالي الاقامة	24.007.139	63.704.817	69.766.747	738.545.31	78.179.269	80.343.014	84.963.118	54.427.002
اجمالي الايرادات	---	32.687.384.542	32.908.990.504	31.630.805.379	31.747.362.818	31.326.358.912	30.672.071.700	16.634.203.178
ايرادات المبيت	---	20.095.179.972	20.292.769.715	19.199.591.199	19.286.793.192	18.969.897.235	18.228.283.713	10.261.174.893
ايرادات الطعام والشراب	---	---	11.689.873.713	11.515.955.742	11.474.166.347	11.563.808.785	11.644.105.112	5.963.474.412

المصدر: (الهيئة الاتحادية للتنافسية والاحصاء، 2023)

من معطيات الجدول أعلاه نلاحظ أن عدد نزلاء المنشآت الفندقية في الامارات العربية المتحدة شهد تزايد مستمر خلال السنوات 2010 حتى 2019 باستثناء سنة 2020 حيث انخفض عدد النزلاء إلى 14.882 مليون وهذا راجع لانتشار وباء كورونا وما خلفه من تراجع في جميع القطاعات.

نجد الزيادة المستمرة في عدد النزلاء بداية من سنة 2010 حيث قدر عدد النزلاء بـــ: 9.882.531 ليرتفع عدد النزلاء سنة 2019 إلى 27.138.846 وهذا ما دفع بالإمارات لزيادة التوسع في عدد الغرف ليرتفع عدد الغرف من 74094غرفة سنة 2010 إلى 193 183غرفة تقريبا عام 2019.

نلاحظ ان ليالي الإقامة في ارتفاع مقارنة مع عدد النزلاء في الفنادق ويرجع ذلك إلى الطلب القوي من الجهات الحكومية والسياسية والمؤتمرات والمعارض فنجد المعارض التي تقام خاصة في إمارة دبي مثل "معرض إكسبو" الذي جعل الاقبال كبير من طرف الزوار ومن جميع الجنسيات على الفنادق، كون الهدف من السياحة هو المشاركة في المهرجانات والمؤتمرات والمعارض وليس من أجل المتعة.

وفي حين سنة 2010 بلغت ليالي الإقامة 24.007.139 ليستمر في الارتفاع حتى سنة 2019 حيث بلغت ليالي الإقامة 84.963.118.

وما يجب الإشارة له من خلال الجدول السابق أن هذه المؤشرات والانخفاض الملحوظ الذي شهدته هذه المؤشرات سنة 2020 نتيجة وباء كورونا نجد أن عدد النزلاء انخفض في 2020 إلى 14.8882.258 يقابله انخفاض في عدد الغرف إلى 180.257 غرفة وليالي الإقامة إلى 54.323 بالإضافة إلى إجمالي الإيرادات الاجمالية التي بلغت في 2014 قيمة 32.687.384.542 وشهدت في 2020انخفاض قدر بـــ: 16.634.203.178 وهذا جراء التأثير السلبي لفيروس كورونا على السياحة الصيفية عامة حيث انخفض الطلب على الطيران.

كما انخفض معدل الحجوزات السياحية بشكل عام حيث تم إغلاق العديد من المنشآت السياحية مثل الفنادق والمطاعم والأماكن السياحية الشهيرة مسببة خسائر وانخفاض في معدل الايرادات. إلى جانب توقف العديد من الاستثمارات السياحية وعزوف المستمرين عن تنميتها.

ثالثا)تطور عدد السياح: يعتبر تطور عدد السياح الوافدين إلى دولة الامارات من أهم المؤشرات السياحية التي تقيس مدى استقطاب الدولة للسياح والجدول الموالي يضح ذلك.

الجدول رقم (13): يوضح تطور عدد السياح الوافدين إلى الإمارات خلال الفترة (2015/ 2020).

الوحدة بالمليون

السنوات	2015	2016	2017	2018	2019	2020	---	2030
عدد السياح الوافدين	19.31	20.89	21.8	23.09	25.28	8.08	---	40

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على: (https://data.albankaldawli.org/indicator/st.tnt.rcpt.cd، 2023)

من خلال بيانات الجدول نلاحظ أن عدد السياح الوافدين إلى الإمارات في توايد مستمر من سنة 2015 حيث بلغ عدد السياح إلى الامارات في 2015 حوالي 19.31 مليون سائح ليرتفع هذا العدد سنمة 2016 إلى 20.80 مليون سائح ويستمر الارتفاع ليصل إلى 25.28 مليون سائح سنة 2019 كأكبر نمو حققته الامارات ويعود هذا الاستمرار في تزايد عدد السياح إلى الجهود الحكومية وكفاءة القطاع الخاص بالسياحة الذي يهدف لتوفير بيئة سياحية وطنية جاذبة وخدمات سياحية رائدة ومتكاملة وبفضل القرارات التي اتخذتها الحكومة الاماراتية لتعزيز جاذبية الدولة كإلغاء تأثيرات الدخول المسبقة للعديد من الأسواق العامة بالإضافة إلى الفعاليات والمبادرات الكبرى زائد التي نظمتها الدولة في مقدمتها معرض إكسبو 2020 الذي استقطب 24 مليون سائح بالإضافة إلى التنوع الاقتصادي الذي تتمتع به الدولة مثل المشاريع البنية التحتية ذات الصلة بالقطاع السياحي والمتنزهات ومراكز التسوق والحدائق العامة هذه الاجراءات التي تتيح ارتفاع عدد السياح.

كما تجدر الإشارة إلى الانخفاض الكبير الذي شهده القطاع في عدد السياح الوافدين سنة 2020 وهذا راجع للإجراءات الاحترازية لوباء كورونا نتيجة اغلاق العديد من المطارات وتعليق العديد من الرحلات السياحية حيث بلغ عدد السياح الوافدين 8.08 مليون سائح.

لكن سرعان ما اتخذت الإجراءات اللازمة لعودة الحركة السياحية حيث استهدفت الإمارات استقطاب 40 مليون سائح سنة 2030 وهذا حسب منتدى الابتكار والرقمنة الذي نظمته وزارة الاقتصاد بالتعاون مع منظمة السياحة العالمية في سبل تطوير للقطاع السياحي في منطقة الشق الأوسط (https://alyan.ae.economytourism, 2023).

رابعا) تطور الايرادات السياحية: إن الارتفاع المستمر لعدد السياح في الامارات يقابله ارتفاع في حصيلة الايرادات السياحية خاصة خلال السنوات الأخيرة.

الجدول رقم (14): يوضح الايرادات السياحية في الامارات العربية المتحدة خلال الفترة (2010/ 2020)

الوحدة: مليار دولار

السنوات	الايرادات السياحية للإمارات بالأسعار الجارية للدولار الأمريكي
2010	8.58
2011	9.20
2012	10.92
2013	12.39
2014	15.22
2015	25.59
2016	28.66
2017	29.71
2018	34.61
2019	38.41
2020	24.62

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على احصائيات البنك الدولي المتوفرة على الموقع الالكتروني:
(https://data.albankaldawli.org/indicator/st.tnt.rcpt.cd، 2023)

من خلال الجدول نجد بان الايرادات السياحية في ارتفاع مستمر حيث قدرت الايرادات السياحية سنة 2010 بـــ: 8.58 مليار دولار ليستمر الارتفاع ليصل إلى 25.59 مليار دولار سنة 2015.

وبعدها ترتفع قيمة الايرادات في 2019 محققة أكبر حصيلة للإيرادات السياحية مقارنة بالسنوات السابقة بقيمة تقدر بـــ: 38.41 مليار دولار ويرجع سبب هذا الارتفاع إلى التزايد المستمر في عدد السياح الوافدين للإمارات وذلك للاستراتيجيات السياحية المتبعة من طرف الدولة والتنوع السياحي حيث تعتبر الامارات وجهة سياحية متنوعة وتوفر مجموعة واسعة من الخيارات بالإضافة إلى الأحداث الدولية حيث تستضيف الامارات العديد من الأحداث الرياضية والثقافية والتجارية الكبرى. ناهيك عن الاستقرار والأمن السياحي الذي تتمتع به الامارات، والتسهيلات السفرية مما جعلها وجهة مغرية للزوار من جميع انحاء العالم. أما بخصوص السقوط الملحوظ في الإيرادات السياحية للإمارات سنة2020حيث قدرت ب 24.62 مليار دولار وهذا نظرا للاحترازات الوقائية لفيروس كورونا.

الفرع الثاني: الاستثمار السياحي في الامارات.

لقد وضعت الحكومة الاماراتية استراتيجية قوية لتطوير الاستثمار السياحي في البلاد ومن اهم المجالات الاستثمارية التي تبنتها الامارات من أجل دعم وتطوير القطاع السياحي ما يلي:

1. **الاستثمار في قطاع النقل**: نظرا لارتباط قطاع النقل كجزء من الجهود لخدمة الامارات كمقصد سياحي رئيسي ومركز أعمال عالمي، فقد نجحت إمارة دبي مثلا في إنشاء العديد من المشروعات ومؤسسات النقل ومن الأمثلة على ذلك مطار دبي الدولي وطيران الامارات ومترو دبي، وما يدل على قوة هذا القطاع، فقد احتلت مؤسسة دبي العالمية المرتبة الرابعة عالميا في مجال نقل الركاب والبضائع وتعتبر شركة طيران الامارات أكبر ناقل جوي في العالم من حيث العائد للكيلومتر/ الراكب، وأصبحت السوق الحرة في مطار دبي من أكبر مراكز التجارة بالتجزئة بين مطارات العالم، حيث بلغت عوائدها 1.27 مليار دولار في عام 2010 وبالإضافة إلى ذلك فإن شركة فلاي دبي فهي تعتبر أسرع خطوط الطيران على المستوى العالمي (مجلة دورية محكمة في الحقوق والعلوم السياسية، 2017 صفحة 275).
2. **الاستثمار في السياحة والضيافة والعقارات**: تشتهر دبي في جميع انحاء اعالم بالفنادق مع وجهات تتناسب كل الأذواق التي يمكن تخيلها، حيث لا يمر أسبوع دون الإعلان عن كسر سقف طموح آخر في طريق التطور والإبداع، وبالتالي ليس من المستغرب أن تكون إمارة دبي قد حازت على اعلى المراتب من حيث أعلى معدلات أشغال الفنادق ومعدلات الغرفة الواحدة.

وقد أظهر مسح "إرنست أنديونغ" المعياري الذي تم تسليط الضوء عليه في أريبيان برنس 2013، أن الفنادق على شاطئ البحر على وجه الخصوص هي استثمارات عقارية آمنة في دبي مع استمرار الزوار في التوجه إلى الإمارة للاستفادة من الطقس الدافئ والشواطئ الرملية وقطاع الضيافة المزدهر كما ذكرت وسائل الاعلام مؤخرا ان فنادق أبو ظبي حققت نسبة أشغال عالية بلغن 83% ومع فوز أبو ظبي بمعرض ووالد إكسبو، من المتوقع أن تصبح الإمارة الوجهة الأكثر جذبا في العالم بحلول 2020 للزوار الدوليين ومن المتوقع أن يجذب المعرض أكثر من 25 مليون زائر وسيعين على قطاع الضيافة أن ينمو بشكل كبير لاستيعاب هؤلاء الزوار (مجلة علمية دولية محكمة متخصصة في الميدان الاقتصادي، 2018 صفحة 63).

3. **الاستثمار في البنية التحتية**: قطعت الامارات في تطوير بنيتها التحتية السياحية وفق الممارسات العلمية وذلك من خلال إطلاق المبادرات والاستراتيجيات الوطنية الداعمة لنمو القطاع السياحي وضخ الاستثمارات في العديد من المجالات السياحية، وبناء مشاريع سياحية بمختلف أرجاء دولة الامارات وتدشين المطارات على توسيع شبكة التنقل داخل دولة الامارات وتوفير الخدمات السياحية المتميزة بما ساهم في ترسيخ مكانة دولة الامارات على خريطة السياحة إقليميا وعالميا.

جاء ذلك من خلال مشاركة عبد الله بن طوق المري وزير الاقتصاد الاماراتي في معرض سوق السفر العربي لعام 2023 في نسخته الثلاثين الذي أقيم في مركز دبي التجاري العالمي واستعرض بن طوق عدد من المؤشرات والنتائج الريادية التي حققها قطاع السياحة في دولة الامارات خلال 2022 ومن أبرزها استقبال المنشآت الفندقية 25 مليون نزيل خلال عام 2022 بنسبة زيادة 30%عن عام 2021 وزيادة عدد الليالي السياحية إلى 91 مليون ليلة خلال 2022 بنسبة نمو 18% عن عام 2021 وارتفاع ايرادات المنشآت الفندقية لتصل إلى 38 مليار درهم خلال عام 2022، ووصول نسبة الأشغال الفندقية إلى نسبة 71%.

ووفق التقرير الصادر عن مؤسسة نايف فرانك أن سوق الغرف الفندقية بالدولة سيحقق نموا بنسبة 25% بحلول عام 2030 بإجمالي 48 ألف غرفة فندقية جديدة.

وأشار إلى أن القيمة المضافة للأنشطة الخاصة بخدمات الإقامة والفنادق والمطاعم استحوذت على الحصة الأكبر من نسب الموفي الناتج المحلي بالأسعار الثابتة وبشكل غير مسبوق بنسبة بلغت 31.3% خلال النصف الاول من عام 2021 كما حقق قطاع النقل والتخزين نموا كبيرا بلغ 26.8% مستفيدا من زيادة عدد ركاب الرحلات الدولية وارتفاع عائدات قطاع الطيران الدولي ليحقق بذلك أعلى نسبة نمو يشهدها هذا القطاع المرتبط بالسياحة خلال النصف الأول من عام 2022م (https://al-ain.com/article/tourism-info-struction، 2023).

الفرع الثالث: أهم المشاريع المنجزة في الامارات العربية المتحدة.

1. **برج الخليفة**: هو برج يقع في مدينة دبي في دولة الامارات ويعتبر أعلى برج في العالم، حيث بلغ ارتفاعه 828 مترا، تم بناءه بين عامي 2004/ 2010م، وافتتح رسميا في 04 يناير 2010م.

تم تصميم برج الخليفة بواسطة المهندس المعماري الأمريكي أدريان سميث، وقد استغرق بناؤه 06 سنوات، وتكلفة بناء البرج بلغت حوالي 1.5 مليار دولار.

يحتوي برج الخليفة على 163 طابقا ويحتوي على العديد من المرافق والأنشطة السياحية مثل:

- أعلى مطعم في العالم، وهو مطعم "آت موشي" في الطابق 122.
- مرصد "آت ذاتوب" الذي يقع على الطابق 148 ويوفر إطلالة بانورامية على مدينة دبي.
- فندق أرماني الذي يقع في الطوابق من 01 إلى 39 من البرج ويضم 160 غرفة نوم ومجموعة من الأجنحة والشقق الفاخرة والمطاعم، ويعتبر برج الخليفة واحد من أشهر المعالم السياحية في الامارات العربية المتحدة ويقصده السياح من جميع أنحاء العالم(https://www.visitdubai.com/en./pois/burj-khalifa, 2023) .

2. **جزيرة ياس**: هي جزيرة اصطناعية تقع على بعد حوالي 10 كيلو مترات من مدينة أبو ظبي تغطي المساحة الاجمالية للجزية حوالي 2500 هكتار، وتشتهر بكونها وجهة سياحية رائعة ومنطقة ترفيهية شاملة.

تضم جزيرة ياس العديد من المنشآت السياحية والترفيهية ومن بينها:

- **حلبة ياس للسباقات**: حلبة سباق السيارات الأشهر في الامارات وتعتبر واحدة من أكثر حلبات السباقات التقنية في العالم.
- **مدينة ياس**: تضم عدة مناطق ترفيهية ومتاجر ومطاعم وفنادق فاخرة، وتشتمل على واحدة من أكبر ملاعب الغولف في العالم، وحديقة ملاهي فيراري وغيرها من المناطق الترفيهية.
- **شاطئ جزيرة ياس**: شاطئ رملي يمتد على الجزيرة ويوفر القوارب وصيد الأسماك
- **فندق ياس فاي**: في قلب جزيرة ياس ويتميز بتصميمه الحديث والفريد ويوفر الفندق مرافق مثل الشاطئ الخاص والمطاعم والمسابح وصالة اللياقة البدنية. ويمكن الوصول إلى الجزيرة بالسيارة أو عن طريق الباصات المخصصة للجزيرة كما يوجد مطار على الجزيرة يتيح الوصول إليها بالطائرة (https://visitabudhabi.ae/ar/see.and.do/leisure.island.yas.aspx, 2023).

3. **فندق اللومبرديان**: يتواجد الفندق في العديد من الإمارات وهو سلسلة فنادق عالمية تحت إدارة مجموعة ماريوت الفندقية. فيما يلي معلومات حول فندق لومبيارديان في دبي الامارات:

- يقع الفندق في منطقة جميرا ويتألف من 508 غرفة وجناح يوفر الفندق مجموعة واسعة من الخدمات والمرافق بما في ذلك مركز لياقة بدنية ومسبح وسبا وصالون تجميل.
- يضم الفندق أيضا مطعما متعدد الأطباق وبارا ومقهى ومحل حلويات.
- يحتوي الفندق على قاعات اجتماعات ومناسبات ويتوفر فيه خدمة الوايفاي المجانية.
- وتم تجديد فندق لومبرديان دبي مؤخرا وإضافة تصميمات جديدة (https://www.mariott.com/hotels/travel/dxbjb-le-meridien-dubai-hotel-and-conference-centre, 2023).

4. **مول الامارات**: يعد من واحد من أشهر مراكز التسوق في الامارات والعالم، ويقع في دبي، ويتكون المول من مساحة تبلغ حوالي 223.000 متر مربع، ويضم أكثر من 630 متجرا ومطعما إلى جانب عدد من المرافق الترفيهية: تم افتتاحه عام 2005 ويعد من أشهر المعالم السياحية في دبي (https://www.malloftheemirates.com، 2023).

5. **متحف اللوفر أبو ظبي**: هو فرع من فروع متحف اللوفر في باريس يقع في جزيرة السعديات بأبو ظبي، تم افتتاحه في 11 نوفمبر 2017م وهو يعرض مجموعة فريدة من الآثار الفنية والتاريخية التي تم جمعها من جميع أنحاء العالم. ويضم المتحف أكثر من 600 عمل فني، بما في ذلك العديد من الأعمال الفنية الشهيرة مثل: لوحة زهرة الشمس لفان جوخ والسلطان محمد الخامس في زيه الأوروبي للرسام الفرنسي جوزيف بنجامان كونستان، وتتوزع المعروضات على 12 غايري مع التركيز على الفن الاسلامي والفن الحديث والمعاصر، تم تصميم المتحف من قبل المعماري الفرنسي جان نوفل وتم تموله بشكل كبير من قبل حكومة أبو ظبي. ويعتبر متحف اللوفر أبو ظبي جزءا مبادرة أبو ظبي للثقافة والفنون والتي تشمل أيضا العديد من المعارض الفنية والمراكز الثقافية في أبو ظبي (https://www.louverabudhabi.ae, 2023).
6. **دبي مول**: يعد واحد من أكبر مراكز التسوق في العالم والذي يقع في دبي، يضم أكثر من 1200 متجرا بما في ذلك الماركات الفاخرة والعالمية بالإضافة إلى مجموعة متنوعة من المطاعم والمقاهي والأنشطة الترفيهية، تم افتتاحه في نوفمبر 2008م، يمتد على مساحة 3.77 مليون قدم مربع، كما يحتوي على صالات سينما ومراكز لياقة البدنية؛ ويستقبل الملايين من الزوار سنويا، به عدة معالم سياحية مثل: دبي الحوار اليم الحوافنتشر الذي يحتوي على أكثر من 33 ألف حيوان مائي (https://www.malloftheemirates.com، 2023).
7. **مسجد جميرة**: هو أحد المساجد الشهيرة في دبي يتميز بتصميمه العصري والفريد الذي يجمع بين عناصر الفن الاسلامي والحضاري الحديث، وقد تم افتتاح المسجد عام 2014 يتسع لأكثر من 1500 مصلي.

وتشمل مميزات مسجد جميرة الرائعة قبة فسيحة مصنوعة من الألياف الزجاجية والنحاس المصقول بالإضافة إلى 31 قارورة من الكريستال المصقول يتم إضاءتها بواسطة مئات الأضواء الصغيرة لإضفاء جو ساحر على المكان ويضم المسجد أيضا مئذنتين بارتفاع 65 متر تقريبا، من المول المآذن في دبي (https.//www.visitdubai.com/ar/pois/jumeirah-mosque, 2023).

المبحث الثاني: دور القطاع السياحي الاماراتي في التنمية الاقتصادية.

يعتبر القطاع السياحي الاماراتي دورا حيويا في التنمية الاقتصادية لدولة الامارات العربية المتحدة وتركز الامارات على تطوير هذا القطاع كجزء من استراتيجيتها الشاملة للتنمية الاقتصادية المستدامة، ومن الطبيعي أن ينتج أداء قطاع السياحة آثار اقتصادية على مستوى الاقتصاد والتي تتوقف بدورها على إمكانات هذا القطاع وعلى أهميته في السياسات الاقتصادية المنتهجة ومن الأدلة والجوانب التي توضح دور القطاع السياحي في التنمية الاقتصادية في الامارات نجدها في الإيرادات والتوظيف والتنوع الاقتصادي والاستثمار والبنية التحتية والترويج والتسويق.

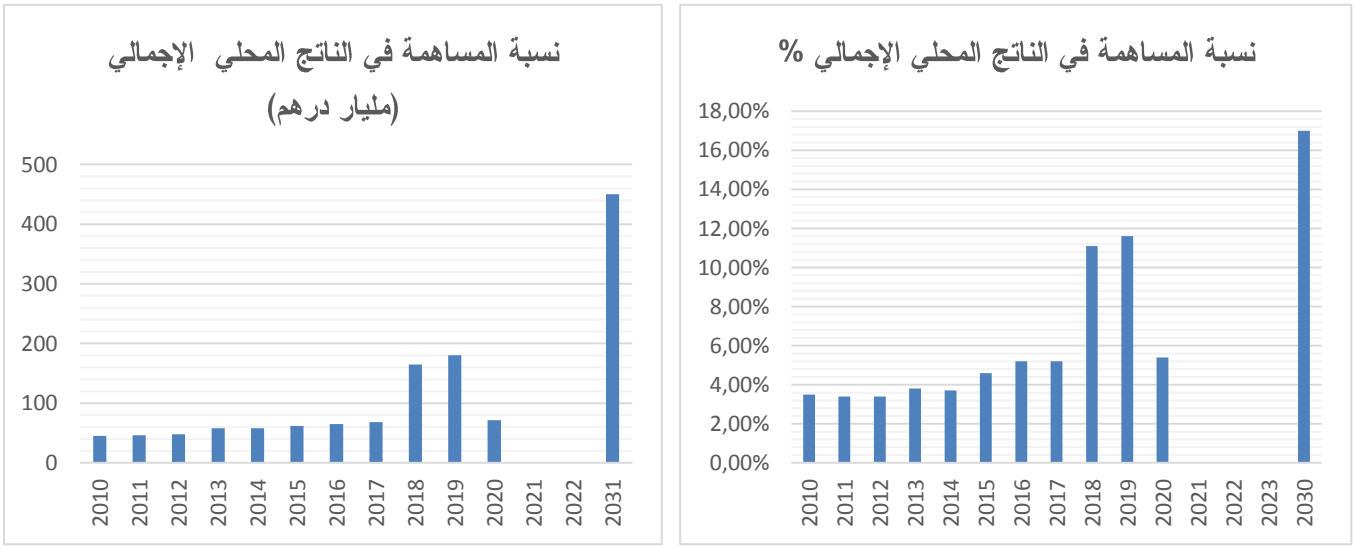
ومن خلال هذا المبحث سنتطرق إلى مساهمة قطاع السياحة في كل من الناتج المحلي وفي خلق فرص العمل وكذلك مساهمة السياحة في ميزان المدفوعات وكذلك المورد الاقتصادي للسياحة في الامارات.

المطلب الأول: مساهمة القطاع السياحي الاماراتي في التنمية الاقتصادية.

الفرع الأول: مساهمة السياحة في الناتج المحلي الاجمالي.

السياحة تسهم بشكل كبير في الناتج المحلي لدولة الامارات حيث يعتبر مساهمة العوائد السياحية في الناتج المحلي أحد أهم الطرق المألوفة لتبيان دورها في التنمية الاقتصادية.

الشكل رقم (04): يوضح مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي للإمارات العربية المتحدة لفترة (2010/ 2020) وآفاق 2031



المصدر: (world travel & tourisme conseil, 2018)

وبالاعتماد على الموقع الالكتروني التالي: https://www.moec.gove.ae/tourism, 18/ 05/ 2023, 15:45.

نلاحظ من خلال الشكل أعلاه أن مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي الاماراتي سنة 2010 بلغت 3.5% أي بمقدار 45 مليار درهم لينخفض انخفاضا طفيفا سنة 2011 بنسبة 3.4% أي بمقدار 46 مليار درهم، وترجع هذه النسبة الطفيفة في مساهمة السياحة في الإنتاج المحلي الإجمالي إلى التأثر بالأزمة العالمية 2008م وما خلفته من أثر على صناعة السياحة في الامارات العربية المتحدة.

كما نلاحظ من الشكل بداية الارتفاع من سنة 2013 بنسبة 3.8% تقريبا بمقدار 58 مليار درهم ليستمر الارتفاع سنة 2015 بنسبة 4.6% بمقدار 62 مليار درهم. ويستمر الارتفاع سنة 2016 بنسبة 5.2% بمقدار 65 مليار درهم، وسنة 2018 بنسبة 11.1% بمقدار 164.7 مليار درهم، لتحقق السياحة أعلى نسبة مساهمة في الناتج المحلي الإجمالي عام 2019 بنسبة 11.6% بمقدار 180.4 مليار درهم.

وخلال هذه الفترة من 2014 حتى 2019 يرجع هذا الارتفاع في النسبة والمقدار لمساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي إنما يعكس وبشكل أساسي النشاط الاقتصادي الذي تولده مساهمات الاستثمارات في القطاعات السياحية مثل: الفنادق والمنتجعات وكالات السفر وكذلك الزيادة في عدد السياح نتيجة لتطور استراتيجيات الترويج السياحي وتوسيع شبكات الطيران، وتحسين سهولة الوصول إلى الامارات واهتمام الامارات بالتنوع الاقتصادي مما يجذب هيئات مختلفة من السياح.

وأما في سنة 2020 فقد كانت سنة كاشفة لانخفاض كبير في نسبة مساهمة السياحة في الناتج المحلي التي قدرت بـــ: 5.4% بمقدار 71.6 مليار درهم وهذا راجع لتفشي ظاهرة كورونا حيث يعتبر القطاع السياحي من أكثر القطاعات تضررا جراء ازمة فيروس كورونا المفروضة للحد من انتشار الفيروس حيث تم تعليق السفر وتقلص حركة السياحة في العالم بشكل عام؛ وتوقف الرحلات الجوية وتقلص الطلب السياحي ثم إغلاق المعابد السياحية والمتاحف والمعالم والفنادق والمطاعم لفترة، مما تسبب في تراجع حاد في حجم السياحة والايرادات المرتبطة بها.

وحسب المصدر العربي للأبحاث والدراسات أن سياسات جائحة كورونا وتداعياتها على الاقتصاديات العربية سجلت الامارات تراجع في عدد المسافرين بـــ: 31 مليون دولار وخسائر في الإيرادات بـــ: 6.8 مليار دولار وخسائر في الدخل القومي بـــ: 32.2 مليار دولار.

ومع ذلك فإن الامارات العربية المتحدة اتخذت إجراءات لتعزيز قطاع السياحة وتعافيه بعد الجائحة مثل: استئناف الرحلات الجوية وتطبيق إجراءات صحية وسلامة صارمة وترويج الوجهات السياحية والفعاليات الآمنة، تهدف هذه الإجراءات إلى جذب السياح وتعزيز مساهمة السياحة في الناتج المحلي.

وبالرجوع إلى الشكل أعلاه نجد أن نسبة مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي حسب آفاق 2031 قدرت بـــ: 17% بمقدار 450 مليار درهم، وحسب وزير الاقتصاد الاماراتي أن الاستراتيجية الوطنية للسياحة ركزت على مؤشرات رئيسية منها جذب استثمارات مباشرة في قطاع السياحة بنحو 100 مليار درهم بحلول 2031 فيما تبلغ مساهمة القطاع الناتج المحلي الإجمالي للدولة نحو 450 مليار درهم.

كما أضاف إلى أن الامارات تستهدف مضاعفة الاقتصاد من نحو 1.5 ترليون درهم في 2021 إلى 03 تريليونات درهم ورفع مساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي بحلول سنة 2031م.

ومن خلال استراتيجيات تضمنت مبادرات عديدة تم تطويرها على مستوى جميع الدوائر السياحية ترتكز على كل إمارة على حدى، ومنها مبادرة توحيد الهوية الواضحة للسياحة في الدولة ومبادرة المرشد السياحي الاماراتي لدعم المواطن والإرشاد السياحي.

الفرع الثاني: مساهمة السياحة في ميزان المدفوعات.

ميزان المدفوعات هو عبارة عن بيان احصائي يسجل جميع تدفقات الأصول الحقيقية والمالية والنقدية بين المقيمين في بلد ما وغير المقيمين خلال فترة معينة عادة ما تكون سنة (دراسة تحليلية لظاهرة عجز ميزان المدفوعات في الجزائر خلال الفترة 1990/ 2017)، 2021 صفحة 338).

ولتقييم النشاط السياحي خلال عام وتباين آثاره النهائي على ميزان المدفوعات استخرج الميزان السياحي وبشكل منفرد وبالتفصيل الحقوق والديون الناشئة للنشاط السياحي.

الجدول رقم (15): يوضح الميزان السياحي.

الدائن (التصدير)	المدين (الاستيراد)
الإيرادات السياحية (الانفاق السياحي بواسطة السياح الأجانب في الداخل)	الانفاقات السياحية (الانفاق السياحي بواسطة السياح المواطنين في الخارج)
تحويلات المواطنين العاملين في السياحة للداخل	تحويلات العاملين الأجانب في السياحة للخارج
الصادرات المنظورة	الاستيرادات المنظورة (غالبا مأكولات ومشروبات سلع وبضائع الآلات والمعدات السياحية)
النقل (نصيب شركات الطيران والنقل السياحي الدولي)	النقل (نصيب الشركات الأجنبية للطيران والملاحة من نقل السياح المواطنين في الخارج
المصروف على الدعاية والاعلان السياحي الأجنبي بالداخل	الاستثمار السياحي الوطني بالخارج
الاستثمار الأجنبي بالداخل	

المصدر: (الحوري ، 2013 صفحة 126)مثنى طه الحوري، إسماعيل محمد علي الدباغ، اقتصاديات السفر والسياحة، مؤسسة الورق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2013، ص126.

الجدول رقم (16): يوضح الميزان السياحي في الامارات العربية المتحدة في الفترة (2010/ 2020)

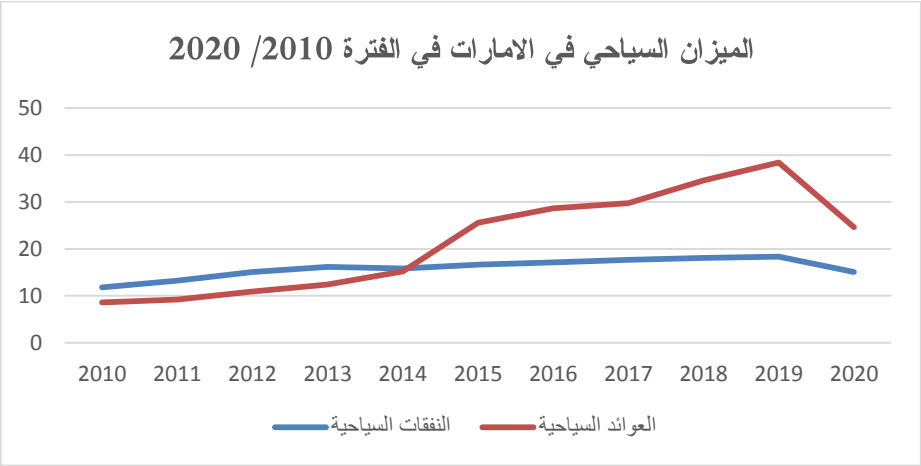
الوحدة: مليار دولار

السنوات	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
النفقات السياحية	11.82	13.21	15.07	16.19	15.85	16.64	17.13	17.64	18.10	18.38	15.09
العوائد السياحية	8.58	9.2	10.92	12.39	15.22	25.59	28.66	29.71	34.61	38.41	24.62

المصدر: (https://data.albankadawli.org, 2023)

الشكل رقم (05): يوضح الميزان السياحي في الامارات في الفترة (2010/ 2020)

الوحدة: مليار دولار



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على بيانات الجدول أعلاه

من خلال الشكل أعلاه نلاحظ أن النفقات السياحية في الميزان السياحي للإمارات أكثر من الإيرادات السياحية من سنة 2010 إلى سنة 2013 حيث قدرت النفقات السياحية سنة 2010 بـــ: 11.82 وتقابلها الإيرادات السياحية بـــ: 8.58 وارتفعت في 2015 بـــ: 12.39 مليار دولار للعوائد السياحية و16.19 مليار دولار بالنسبة للنفقات السياحية ما يشير إلى أن ميزان المدفوعات السياحي في عجز وهذا بسبب النفقات الكبيرة التي ينفقها السياح الاماراتيين في الخارج مقابل تغطية هذه النفقات بالإيرادات المحصل عليها من السياح الوافدين إلى الوجهة الإماراتية.

بالإضافة إلى آثار أزمة 2008 حيث كان أثر الأزمة سريع وحاد على دبي وبعدها تأثر باقي المؤشرات الاقتصادية لدولة الامارات والتي تعتمد على الإيرادات النفطية، وحدثت خسائر ضخمة في صندوق أبو ظبي السيادي وخسرت بعض الشركات العقارية.

ويرجع هذا العجز في الميزان السياحي كذلك إلى النقائص التي كان يعاني منها القطاع السياحي الاماراتي وعلى رأسها وجود سياسة ترويجية تسويقية متكاملة تعتمد على التكنلوجيا التي من خلالها يسهل إيصال الصورة الحقيقية للإمكانيات السياحية للوجهة السياحية للإمارات. ليبدأ الميزان السياحي في الانتعاش بداية من سنة 2015م بـــ: 16.64 مليار دولار للنفقات السياحية تقابلها الإيرادات السياحية بزيادة قدرت بـــ: 25.59 مليار دولار ليستمر الارتفاع خلال السنوات اللاحقة حتى يصل الميزان السياحي إلى الذروة سنة 2019 بنفقات سياحية قدرت بـــ: 18.38 مليار دولار وإيرادات سياحية حيث قدرت بـــ: 38.41 مليار دولار، محققة فائض في الميزان السياحي الاماراتي وهذا راجع إلى التطور السريع الذي شهدته الدولة على مدى السنوات الأخيرة وهذا من خلال السياسات الحكومية المدعومة حيث تبنت الدولة مجموعة من البرامج التي تهدف إلى تعزيز قطاع السياحة بما في ذلك من تيسير إجراءات التأشيرات وتطوير البنية التحتية وتعزيز الترويج السياحي؛ بالإضافة إلى بناء مجموعة من المعالم السياحية البارزة والفنادق الفاخرة والمرافق الترفيهية هذه السياسات كانت السبب في جلب السياح من شتى أنحاء العالم حيث وصل عدد السياح الوافدين للإمارات سنة 2015م ب19.31 مليون سائح ليستمر الارتفاع في عدد السياح إلى 25.28 مليون سائح سنة 2014 وهذا ما يدل على زيادة الانفاق السياحي بواسطة السياح الأجانب فيي داخل الامارات وبالتالي زيادة الإيرادات.

كما نجد السياسات الحكومية التي اعتمدها الامارات فيي جلب السياح وجلب الاستثمارات الأجنبية بشكل كبير من خلال توفير الحوافز والمزايا، كالحوافز الضريبية وحق تحويل الأموال إلى الخارج والاعفاءات الجمركية؛ حيث بلغ الاستثمار الأجنبي المباشر حسب احصائيات البنك الدولي سنة 2015 بمقدار 2.30 مليار دولار ليستمر في الارتفاع سنة 2019 إلى 4.30 مليار دولار محققة إيرادات ساهمت في انتعاش ميزان المدفوعات عموما والميزان السياحي خصوصا.

ثم تأتي سنة 2020 أين نجد انخفاض ملحوظ في الإيرادات السياحية حيث قدرت بـــ: 24.62 مليار دولار يقابلها انخفاض في النفقات السياحية حيث قدرت بـــ: 15.09 مليار دولار وهذا جراء وباء كورونا وجراء الإجراءات الاحترازية لوباء كورونا، حيث توقفت حركة السياحة والطيران بشكل كامل في فترة وصلت إلى حوالي 04 أشهر وتجدر الإشارة إلى أن القطاع السياحي لم يشهد من قبل أزمة مماثلة لأزمة كورونا مما أدى إلى لجوء دولة الامارات إلى تخفيض خططها المتوقعة للعام 2020 وسط نظرة متشائمة لمستقبل النشاط السياحي التي تمثل ايراداته بندا مهما في اقتصاد الدولة.

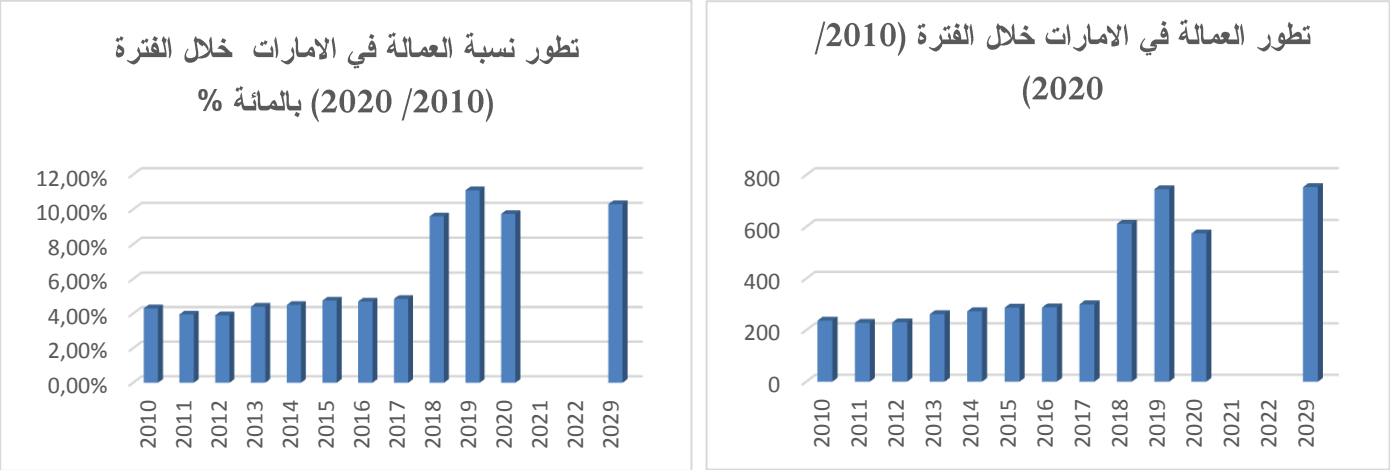
وهذا الانخفاض في الإيرادات والنفقات جراء انخفاض عدد السياح الذي بلغ سنة 2020 إلى 8.08 مليون سائح، هذا الانخفاض شل القطاع السياحي مقارنة بسنة 2019 حتى وصل عدد السياح فيها إلى 25.28 مليون سائح؛ وهذا الانخفاض في عدد السياح يقابله انخفاض في الانفاق السياحي بواسطة السياح الأجانب في الداخل.

الفرع الثالث: مساهمة السياحة في خلق فرص العمل.

إن تطور السياحة ينعكس إيجابا على تشغيل العمالة وتدريبها وخلق فرص عمل، كما تشتهر الامارات على أنها وجهة جاذبة للعمل وتستقطب العديد من العمال المهرة من مختلف أنحاء العالم مثل قطاع الفنادق والضيافة وشركات السفر والسياحة ومرافق الترفيه والتسلية؛ كما يوفر القطاع السياحي فرص في الوظائف المرتبطة بالسلسلة التوريستية مثل النقل والمواصلات والتجارة والخدمات المالية المصرفية والصحية والعلاج السياحي كما يوفر القطاع السياحي فرص في الوظائف الإبداعية، والتقنية المرتبطة بتطوير المنتجات والخدمات السياحية.

الشكل رقم (06): يوضح تطور مساهمة السياحة في العمالة في الامارات خلال (2010– 2020) وآفاق 2029

الوحدة: ألف عامل **الوحدة: النسبة بالمائة%**



المصدر: **(world travel & tourisme conseil, 2018)** وبالاعتماد على الموقع التالي:

https://www.moec.gove.ae/tourism, 21/ 05/ 2023, 04 :01.

من خلال الشكل نلاحظ أن العمالة في الامارات خلال السنوات 2010 إلى 2013 تباطئ في نسبة العمالة في الامارات وهذا بسبب تباطؤ النمو الاقتصادي والتأثر بأزمة 2008 وثبات نشاط الفنادق والمرافق فيي هذه الفترة. بعدها سجلت ارتفاعا مستمرا في نسبة العمالة منذ سنة 2015 بنسبة 4.75% بمقدار 287 ألف عامل وهذا جراء التطورات والتغيرات الكبيرة التي شهدها الامارات والشرق الأوسط عامة منذ سنة 2015م؛ ليستمر الارتفاع من سنة 2017 بنسبة 4.85% بمقدار 300 ألف فرصة عمل لترتفع نسبة العمالة في سنة 2018 بنسبة 9.6% ما يقدر بـــ: 611.5 ألف فرصة عمل وهذا راجع إلى النمو والتطور السريع لقطاع السياحة وما يوفره من وظائف في الفنادق والمطاعم وكذلك لزيادة عدد السياح الوافدين إلى الامارات خلال هذه الفترة. حيث قدر عدد الفنادق بـــ: 772 ألف فندق وقدر عدد الغرف سنة 2018 بحوالي 80 مليون غرفة وطبقا لدراسات مكتب العمل الدولي فإن معدل خلق وظائف مباشرة في قطاع الفنادق فقط

يتراوح بين 0.5 إلى فرصة عمل واحدة لكل غرفة جديدة إلى جانب توفير فرص عمل في خدمات الاستقبال والحجز وخدمة العملاء والتنظيف والصيانة والطهاة والموظفين في المطاعم والمقاهي.

أما فيما يخص سنة 2019 نجد أن مساهمة السياحة في العمالة وصلت إلى 11.1% أي ما يقدر بـــ: 745 ألف عامل وهذا نتيجة لزيادة عدد الفنادق والغرف؛ حيث قدرت الفنادق بـــ: 1136 فندق تقريبا الضعف وعدد الغرف 85 مليون غرفة، مقارنة بسنة 2010 التي سجلت 522 فندق وهذا نتيجة الإصلاحات التي جاءت بها الحكومة الإماراتية فيما يخص البنية التحتية والمشاريع الكبيرة بالإضافة إلى تنظيم سوق العمل. وتحسين ظروف العمالة كل هذه العوامل ساعدت في توفير فرص العمل وجذب العمالة المهاجرة الماهرة وغير الماهرة.

أما بالنسبة لسنة 2020 وبسبب جائحة كورونا التي تسببت في الاغلاق بوقف عمليات التوظيف أو فرض إجازات غير مدفوعة أو تسريح العديد من العمال حيث انخفض نشاط التوظيف بنسبة 50% بسبب تفشي فيروس كورونا؛ حيث سجلت مساهمة السياحة في العمالة سنة 2020 انخفاض في العمالة بنسبة قدرت بـــ: 4.9% بمقدار 574.3 ألف عامل حيث قررت وزارة الموارد البشرية والتوظيف تعليق إصدار جميع أنواع تصاريح العمل بما فيها فئة العمالة المساعدة ابتداء من يوم الخميس الموافق لـــ: 19 مارس 2020 وحتى اشعار آخر ويستثنى من القرار تصاريح الانتقال الداخلي وتصاريح العمالة الخاصة بإكسبو 2020م. وأوقفت العديد من الجهات الحكومية الاتحادية والمحلية الخدمات التي تتطلب الحضور الشخصي للجمهور واستعاضت عنها بالخدمات الذكية عن بعد (https://www.mofaic.gov.ae/ar-ae/mediaheb/ne.news/2020، 2023).

ولكن سرعان ما بدأت الامارات في تخفيف القيود الحكومية التي فرضت لاحتواء فيروس كورونا فأرغمت الكثير من الأعمال على الإعلاق لأسابيع. وعاودت مراكز التسوق والمتنزهات المائية والمطاعم وكلها تعمل بها العمالة الوافدة فتح أبوابها الأمر الذي أثار الآمال.

وأوضح وكيل وزارة الاقتصاد وشؤون التجارة الخارجية أنه من المتوقع أن تزيد مساهمة القطاع السياحي بنسبة 1.8% وبشكل سنوي لتصل إلى 753 ألف فرصة عمل في عام 2029م، أي ما يقارب 10.3% من إجمالي سوق العمل في ذلك الوقت وفقا لتقرير مجلس السياحة والسفر العالمي وهذا من الرؤى المستقبلة لنهوض بالاقتصاد الاماراتي التي تعمل من أجلها الامارات من خلال مجموعة الاستراتيجيات والدعم التي تقدمه لهذا القطاع (https://De.emaratealyoum.com, 2023).

وفي الأخير فإن القطاع السياحي يشكل ركيزة أساسية من ركائز التنمية الاقتصادية لما له من آثار مباشرة في خلق فرص، العمل وتنويع القاعدة الاقتصادية وتعزيز مصادر الدخل حيث تولي دولة الامارات اهتماما خاصا لهذا القطاع.

المطلب الثاني: الآفاق المستقبلية للسياحة في الامارات العربية المتحدة.

اعتمد نجاح تجربة الامارات في تطوير القطاع السياحي على التكامل بين مكونات البنية التحتية المتطورة للسياحة والتوجهات الرامية إلى الاستثمار في هذا القطاع بجرأة كبيرة؛ كما أن الامارات لم تدرج سابقا ضمن البلدان السياحية في العالم ولتطوير القطاع السياحي مستقبلا تعمل الحكومة بجدية على تنمية هذا القطاع وتعزيز مكانتها كوجهة عالمية فالبنية التحتية لهذا القطاع ما زالت تمتلك طاقات ايجابية لم تشغل بصورة كاملة حتى الآن إذ أن هناك العديد من الجزر والمناطق السياحية التي يكنها أن تستوعب ملايين السياح وكذلك التنوع والتطوير السياحي الذي تسعى له الامارات لتنويع منتجاتها السياحية وتوفير تجارب فريدة للسياح من خلال تطوير مشاريع سياحية مبتكرة مثل: المتنزهات الترفيهية، المتاحف، المنتجعات الصحية.

بالإضافة إلى اهتمام الامارات بالسياحة الثقافية والتراثية حيث تستضيف الامارات العديد من الأحداث والمهرجانات. ومن الآفاق المستقبلية للسياحة في الامارات سعي الدولة للحفاظ على البيئة الطبيعية وتعزيز الممارسات السياحية الخضراء والمسؤولية بما في ذلك استخدام الطاقة المتجددة وتعزيز إدارة الموارد المستدامة ومن الآفاق المستقبلية التي تهدف لها الامارات إلى تكثيف استخدام التكنولوجيا والابتكار في القطاع السياحي مثل: الذكاء الاصطناعي لتعزيز تجربة السياح وتوفر الخدمات الفعالة والمبتكرة.

تهدف الامارات إلى 40 مليون سائح سنة 2030 وانفاق 450 مليون درهم، وذلك بإطلاق مبادرة موطن ريادة الأعمال، وهي مبادرة طموحة تهدف إلى إحداث نقلة نوعية في البيئة الداعمة لريادة الأعمال والمشاريع الناشئة والشركات الصغيرة والمتوسطة؛ فالإمارات تدعو لدعم السياحة العالمية من خلال تشجيع استثمارات رواد الأعمال وتحفيز الابتكار في المشاريع السياحية؛ فاتجاه الامارات للتوسع السياحي بإطلاق مجموعة من المشاريع؛ ومن أهم المشاريع والاستراتيجيات المستقبلية لتطوير السياحة في الامارات نذكر:

1. **استراتيجية السياحة للإمارات 2031م**: هدفها ترسيخ مكانة الدولة كواحدة من أفضل الوجهات السياحية في العالم وتعزيز قدرتها التنافسية من خلال جذب 100 مليار درهم كاستثمارات سياحية إضافية ومضاعفة عدد السائحين إلى 40 مليون بمساهمة إجمالية متوقعة تبلغ 450 مليار درهم في الناتج المحلي الإجمالي بحلول عام 2031م (https://De.emaratealyoum.com, 2023).
2. **الاستراتيجية الوطنية للسياحة 2031م**: تندرج هذه الاستراتيجية ضمن المشاريع الخمس كواحدة من أضخم المستهدفات في السنوات القادمة تهدف إلى:
   - رفع مكانة الدولة كأفضل سياحة حول العالم وترسيخ مكانتها كوجهة سياحية رائدة.

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

تشمل الاستراتيجية تنفيذ 25 مبادرة وسياسة لدعم وتنمية وتطوير القطاع السياحي في الدولة وتقوم على أربع توجهات رئيسية:

- تعزيز الهوية السياحية الوطنية.
- تطوير وتنويع المنتجات السياحية المتخصصة.
- بناء القدرات السياحية وتشجيع دخول الكوادر الوطنية للقطاع السياحي.
- زيادة الاستثمارات في مختلف القطاعات السياحية(https://U.A.E-ar-ae, 2023) .

كما ستسهم عملية "أجمل شتاء في العالم" في دعم الاستراتيجية الوطنية للسياحة في سنة 2031م. كما تعزز الموقع السياحي المقدم الذي تحتله الامارات على قائمة الوجهات السياحية ذات الخيارات المتكاملة والمتنوعة الأكثر طلبا على مستوى العالم (https://al-ain.com/article/tourism-info-struction، 2023).

ونتيجة لهذه الجهود شهد قطاع سياحة الامارات 2022 انتعاشا قويا بعد نجاح الحملة الترويجية لأجمل شتاء في العالم فاستقبلت فنادق أبو ظبي أكثر من 36 مليون نزيل في 11 شهرا الأولى بزيادة نسبة 25% عن مثيلاتها في السنة السابقة، فيما رفعت الايرادات الفندقية بأكثر من 27% وارتفع أيضا متوسط الاشغال الفندقية في دبي إلى 72.6% بينما كان 65.8% عام 2021م(https://alkhaleej.com, 2023) .

ومن أهم الاستراتيجيات المستقبلية للنهوض بالسياحة في الامارات نجد:

- **استراتيجية دبي السياحية 2025م**: قال ناصر النويس رئيس مجلس إدارة شركة روتانا لإدارة الفنادق أن استراتيجية دبي السياحية 2025 والخطط الاستراتيجية التي تستهدف نمو القطاع السياحي تعبر عن طموح غير محدود لتعزيز مكانة دبي على خارطة السياحة العالمية مشيرا إلى أن مثل هذه الخطط والاستراتيجيات تشكل خارطة طريق بالنسبة للعاملين في القطاع السياحي وأضاف أن استراتيجية دبي 2025 توضح المتطلبات التي يجب توفرها للمدينة حتى تزيد عدد السياح بفعالية وذلك من خلال تأسيس مبادرات متعددة تشمل السياسات التنظيمية وتطوير البنية التحتية وتعزيز عروض المنتجات وتسويق الوجهات السياحية، حيث يكمن الهدف العام لهذه المبادرات في تطبيق الاستراتيجية الموضوعة لجعل دبي الخيار الأول للمسافر الدولي سواء لغرض الترفيه أو الأعمال (ملف البيان، 2019).

- **مشروع جزر ديرة:** يحتوي في ضمته مجموعة من المشاريع العقارية والمشاريع الترفيهية المتميزة في دبي وهي عبارة عن مشروع عقاري كبير يحتوي على جزر من النوع الاصطناعي في منطقة ديرة كما يتألف من مجموعة من المنتجعات الصيفية والشواطئ التي تجذب العديد من السياح والأسواق الضخمة. وفيه واحد من أضخم المسارح التي يمكن أن يحتوي داخله أكثر من 30 ألف شخص.
- **مشروع منتجع رويال أتلانتس دبي:** وهو أحد المشاريع العملاقة المشهورة والضخمة في دبي والذي وصلت تكلفة تأسيسه أكثر من 05 مليار درهم إماراتي؛ ويقع هذا المشروع في جزيرة النخلة ويصل ارتفاعه نحو 42 طابق وفيه عدد كبير من المطاعم ومسبح ضخم يصل طوله حتى 95 متر والكثير من مراكز التسوق.
- **مشروع ميناء راشد:** وتم إنشاؤه بالتنسيق بين شركتي موانئ دبي وشركة أعمار العاملة في مجال التطوير العقاري وتم العمل على بناء أضخم الموانئ على مستوى الشرق الأوسط وبناء مجموعة من الأبنية السكنية في الميناء وتم بناء العديد من الفنادق العربية ضمن نفس المشروع (https://mawdoo3.com, 2023).
- **مشروع منتجع القمر:** أعلنت شركة وولدريزوتش أن منتجع على شكل قمر قيد الاعداد والتخطيط كما من المتوقع ان تصل تكلفته إلى 05 مليار دولار تبلغ المساحة التقديرية حوالي 42 مليون قدما، يستهدف محبي الفضاء إذ سيوفر لهم تجربة إقامة شبيهة بتلك التي على القمر فضلا عن تجربة المشي على القمر باستخدام أحدث تكنولوجيا الهندسة؛ ومن المتوقع أن يضم 30 وحدة سكنية.
- **مشروع مول العالم:** المشروع أشبه بمدينة مكيفة بالكامل ومقامة على مساحة تتجاوز 48 مليون قدم مربع وسيستقبل أكثر من 180 مليون زائر(www.bayut.com, 2023) .

المطلب الثالث: تشخيص معوقات التنمية الاقتصادية والاستراتيجيات المتبعة لتحقيق أهدافها

الفرع الأول: معوقات التنمية الاقتصادية في الامارات العربية المتحدة.

تواجه الامارات العربية المتحدة العديد من التحديات فيما يتعلق بالتنمية الاقتصادية بما في ذلك ما يلي:

1. **انخفاض أسعار النفط:** إن الركود المستمر في أسعار النفط سيكون تحديا كبيرا لاقتصاد دولة الامارات ويتوقع أن الأسعار تنخفض أكثر إذا كان شر الاستراتيجية السياسية في المنطقة لا يزال نفسه.
2. **السياسات الحكومية حول إدارة قطاع النفط والطاقة:** إن العامل الثاني الذي يمكن ان يجعل من الاقتصاد الاماراتي أمنا هو السياسات الحكومية حول إدارة قطاع النفط والطاقة عن طريق الكفاءة والترشيد في زيادة انتاج الغاز والنفط يوميا حيث أفاد رجل الأعمال "سهيل المزروعي" أن الحكومة ستزيد في انتاج النفط الوطني ليصل إلى مليون برميل؛ أما الخيار

الثاني هو الحد من حصة النفط عن طريق دولة الامارات في احتياجات النفط العالمية وبطريقة أو بأخرى فإن تراجع أسعار النفط يخلق تحديات اقتصادية في المنطقة سواء كانت كبيرة أو صغيرة.

3. **سوق العقارات**: وفقا لخبراء العقارات فإنه خلال السنوات الأخيرة يمكن للتأجير وسوق العقارات في دولة الامارات أن يخلق تحديا قويا لنمو البلد وازدهاره أكثر مما عليه هو الآن، كون العقارات أصبحت القطاع الرئيسي والأكثر استقطابا لجذب المستثمرين من جميع انحاء العالم كما ان هناك صلة مباشرة لعوامل العقارات في الامارات العربية المتحدة مما يؤثر على النمو في المجالات التالية، ارتفاع في عدد السمكان، زيادة جذابة في السياحة، زيادة في الأعمال والحداثة، ومن زاوية أخرى فإن المستثمرين العقاريين بالإمارات لسنة 2016 يتوقعون تحقيق أرباح معتبرة، لكن بالنسبة للبنوك والحكومة فقد يكون من الصعب السيطرة عليها (قراءة لاستراتيجية التنويع الاقتصادي بدولة الامارات العربية المتحدة إنجازات رائدة وآفاق مستقبلية واعدة، 2017 الصفحات 340- 341).
4. **نقص الموارد البشرية**: تشكل الموارد البشرية عنصرا حاسما في النمو الاقتصادي ومع أن الامارات تشهد مستويات عالية من الهجرة، إلا أن هناك نقص في الموارد البشرية المتاحة لبعض الصناعات الرئيسية.
5. **وفرة العمالة الرخيصة**: تواجه الامارات تحديا في ضوء وفرة العمالة الرخيصة في بعض دول المنطقة التي تنتج سلعا مماثلة بأسعار أقل، مما يزيد من الضغوط على الصناعات الاماراتية لتوفير منتجات عالية الجودة بتكاليف مناسبة.
6. **نقص الموارد الطبيعية**: تواجه الامارات تحديا في ضوء النقص الحالي للموارد الطبيعية، مثل المياه العذبة النظيفة والتربة الصالحة للزراعة والأراضي الخصبة.
7. **التغيرات المناخية**: تعتبر الامارات من المناطق الأكثر تضررا من التغيرات المناخية حيث تتجلى آثارها في شح الأمطار وزيادة الحرارة وارتفاع منسوب المياه(https://www.ejaba.com, 2023) .

أشار تقرير المنتدى الاقتصادي العالمي للمخاطر العالمية 2023 إلى أن ازمة تكاليف المعيشة والتضخم المرتفع والصدمات في أسعار السلع تشكل التحديات قصيرة المدى لاستمرارية الأعمال والنمو الاقتصادي في الامارات، كذلك أظهرت الدراسة أن جائحة كورونا والصراع بين الدول وضع التنافس الجيوسياسي على الموارد الاستراتيجية والمواجهة الجغرافية الاقتصادية في مقدمة اهتمامات قادة الأعمال في الامارات (https://www.alarabiya.net.aswaq., 2023).

الفرع الثاني: أهم الاستراتيجيات المتبعة لتحقيق أهداف التنمية الاقتصادية في الامارات العربية المتحدة.

1. **استراتيجية الامارات للطاقة المتجددة**: شهد عام 2017 إطلاق استراتيجية الإمارات للطاقة 2030 أول استراتيجية موحدة للطاقة في الدولة تعتمد على العرض والطلب وتهدف الاستراتيجية إلى زيادة حصة الطاقة من 25% إلى 50% بحلول عام 2050 والحد من البصمة الكربونية لتوليد الطاقة بنسبة 70% وبالتالي توفير 700 مليار درهم بحلول عام

2050م حيث تهدف حكومة الامارات إى استثمار 600 مليار درهم إماراتي بحلول عام 2050 لتلبية الطلب المتزايد على الطاقة ودفع النمو المستدام لاقتصاد الدولة (https://www.moccie.gov.ae/ar/about/ministry/irence/stratigies.aspx., 2023).

2. **استراتيجية دبي الصناعية**: في يونيو 2016 أطلق صاحب السمو الشيخ محمد بن راشد آل مكتوم استراتيجية منصة عالمية للأعمال والصناعات القائمة على المعرفة والابتكار والاستدامة. وتقوم الاستراتيجية على الأهداف التالية:

- تعزيز محتوى المعرفة والابتكار.
- أن تكون دبي المنطقة الصناعية والوجهة المفضلة للشركات العالمية.
- تعزيز الصناعات التحويلية التي تراعي البيئة وكفاءة استهلاك الطاقة.
- وإلى جانب ذلك ركزت الاستراتيجية على قطاعات صناعية فرعية أساسية.
- وحددت استراتيجية دبي الصناعية 75 مبادرة لتحويل دبي لمنطقة عالمية للصناعات القائمة على المعرفة والابتكار والاستدامة وسيكون للاستراتيجية تأثيرا إيجابيا على اقتصاد الامارات إذ يتوقع أن تضيف 160 مليار درهم إلى الناتج الاجمالي للإمارة حتى عام 2030م (https://U.A.E-ar-ae، 2023).

3. **استراتيجية دبي للاقتصاد الإبداعي 2025م**: تهدف استراتيجية دبي للاقتصاد والإبداع إلى:

- تحويل إدارة دبي إلى وجهة مفضلة للمبدعين من كل أنحاء العام وعاصمة للاقتصاد الإبداعي.
- مضاعفة المساهمة للقطاع الإبداعي في الناتج المحلي الاجمالي لإمارة دبي من 2.6% في نهاية 2020 إلى 05% بحلول عام 2025م.
- مضاعفة عدد الشركات الإبداعية في مجالات المحتوى والتصميم والثقافة من 8300 شركة إلى 15000 شركة.
- مضاعفة المبدعين من 70.000 في إمارة دبي حاليا إلى 140.000 في الفترة القادمة.
- بدأت دبي مسيرة الاقتصاد الإبداعي منذ عقود طويلة بتأسيس مجمعات إبداعية متطورة في مختلف القطاعات مثل: مدينة دبي للأنترنت، ومدينة دبي للإعلام ومدينة دبي للإنتاج ومدينة دبي للاستوديوهات وحي دبي للتصميم.
- ساعدت هذه المجمعات على جعل مساهمة الاقتصاد الإبداعي في الناتج الإجمالي لدبي يبلغ 2.6% في 2020 فيما لا تزيد هذه النسبة عن 1.1% في منطقة الشرق الأوسط (https://u.a.e، 2023).

4. **الاستراتيجية الوطنية للابتكار**: أطلق صاحب السمو الشيخ محمد بن راشد آل مكتوم نائب رئيس الدولة رئيس مجلس الوزراء حاكم دبي في أكتوبر 2014 الاستراتيجية الوطنية للابتكار، التي تهدف لجعل الامارات ضمن الدول الأكثر ابتكارا على مستوى العالم خلال السنوات السبع القادمة. وتتضمن الاستراتيجية التي تعمل ضمن أربعة مسارات متوازية 30 مبادرة وطنية للتنفيذ خلال السنوات الثلاث القادمة كمرحلة أولى تشمل مجموعة من التشريعات الجديدة ودعم حاضنات الابتكار وبناء القدرات الوطنية المتخصصة ومجموعة محفزات القطاع الخاص وبناء الشركات العالمية البحثية

وتغيير منظومة العمل الحكومي نحو مزيد من الابتكار وتحفيز الابتكار في 07 قطاعات وطنية وهي: الطاقة المتجددة، النقل، الصحة، التعليم، والتكنولوجيا والمياه والفضاء (https://u.a.e/media/About/stratigiesinovationstratigy1Ar.national.inovation, 2023).

5. **استراتيجية التنويع الاقتصادي في الامارات**: هدفت هذه الاستراتيجية إلى خفض الاعتماد على عدد محدود من الصادرات التي عادت ما تكون ريحية من المواد الطبيعية (النفط، الغاز الطبيعي) وإعادة بناء هيكل الاقتصاد الوطني ليكون أكثر تنوعا من خلال التركيز على القطاعات السلعية والخدمية ومن ثم الصادرات الخارجية وذلك من خلال وضع مجموعة من السياسات الاقتصادية المرتبطة التي انعكس تحقيقها على عملية التنمية الاقتصادية والتطور التكنولوجي.

لقد حققت القطاعات غير النفطية سنة 2014 نموا قويا في الناتج المحلي الاجمالي بالأسعار الجارية بلغ 81% وبلغت مساهمة القطاعات الغير نفطية في الاقتصاد الوطني 68.6% من الناتج المحلي الاجمالي بالأسعار الثابتة في 2014ن ويتوقع ان تصل النسبة إلى 80% سنة 2021، عبر الاستثمار المكثف في القطاعات الصناعية لدعم كافة الأنشطة القائمة على الاقتصاد المعرفي ومن جملة الدلالات المدعمة لنجاح استراتيجية التنويع الاقتصادي بالإمارات وهي: مساهمة القطاعات الانتاجية غير النفطية في مقابل مساهمة القطاع النفطي في تكوين الناتج المحلي الاجمالي، مستوى التجارة البينية الخليجية (قراءة لاستراتيجية التنويع الاقتصادي بدولة الامارات العربية المتحدة إنجازات رائدة وآفاق مستقبلية واعدة، 2017 الصفحات 337- 338).

6. **الاستراتيجية الوطنية للصناعة والتكنولوجيا المتقدمة**: يهدف مشروع 300 مليار إلى تطوير وتحفيز القطاع الصناعي في دولة الإمارات ورفع مساهمة القطاع الصناعي في الناتج المحلي الإجمالي من 133 مليار درهم بحلول عام 2031 تكامل أهداف مشروع 300 مليار مع الأهداف الوطنية لدولة الامارات والتزاماتها الدولية نحو تحقيق النمو الاقتصادي المستدام وتوفير حلول الطاقة النفطية والابتكار في المجال الصناعي والاستهلاك والانتاج بشكل مسؤول وتهدف الاستراتيجية إلى:

- تطوير القطاع الصناعي الاماراتي.
- تعزيز القيمة الوطنية المضافة لقطاع الصناعة.
- تحويل الامارات إلى مركز اقليمي وعالمي لصناعة المستقبل.
- دعم الاقبال محليا على الصناعات الاماراتية وتعزيز الصادرات الاماراتية إلى الأسواق العالمية
- استحداث فرص وظيفية جديدة ونوعية في القطاع الصناعي (https://U.A.E-ar-ae، 2023).

7. **استراتيجية تطوير البنية التحتية**: تهدف هذه الاستراتيجية إلى:

- ضمان الشمولية والتكامل في الطاقة والبنية التحتية على المستوى الوطني لتعزيز القدرة التنافسية للدولة.
- تعزيز جودة الحياة في الطاقة والبنية التحتية لإسعاد جميع المعنيين.
- تنمية واستدامة الاستثمارات والفرص الاقتصادية في الطاقة والبنية التحتية.

- ضمان الاستقلالية والريادة للحياد المناخي في قطاع الطاقة والنقل على المستوى الوطني.
- ضمان جودة البنية التحتية والنقل وفق معايير الريادة والتنافسية العالمية.
- تعزيز ممارسات الابتكار القائمة على المرونة والاستباقية والجاهزية ضمن منظومة العمل.

خلاصة الفصل:

يعد القطاع السياحي في الامارات العربية المتحدة من أهم القطاعات الاقتصادية ويسهم بشكل كبير في التنمية الاقتصادية للدولة مما جعل الامارات تركز في الاهتمام على القطاع السياحي من خلال توسيع وتحفيز الاستثمار في البنية التحتية ومرافق الخدمات السياحية كزيادة الفنادق وأعداد الغرف المتاحة مع تقديم أرقى الخدمات المتقدمة والمواصلات؛ مما يسهم في خلق فرص عمل.

كما أن امتلاك الامارات لمقومات طبيعية وثقافية وتاريخية ما جعلها وجهة سياحية كما يعد تنوع المنتج السياحي الذي تقدمه الدولة منذ سنوات عاملا أساسيا في تزايد جاذبيتها السياحية؛ وهذه النجاحات التي حققتها الامارات جعلها مستضيفة لأكبر المشاريع والمهرجانات والأحداث الرياضية والتجارية الكبرى؛ ويتجلى اهتمام الإمارات بالسياحة من خلال الاستراتيجيات والخطط التي يستخدم نتائجها في الرؤى المستقبلية والتنموية للسياحة، كل هذه الاستراتيجيات والخطط تعمل بتأثير إيجابي على التنمية الاقتصادية من خلال تعزيز معدلات النمو الاقتصادي وزيادة مستويات الدخل.

ومن هذا المنطلق يمكن القول أن السياحة تحقق العديد من الفوائد وبالدرجة الأولى المردود الاقتصادي كما يعتبر القطاع السياحي الاماراتي من ركائز الاقتصاد للدولة، ويعتبر دافع لعجلة التنمية الاقتصادية لدولة الامارات.

الخاتمة

الخاتمة:

يطلق على السياحة صناعة القرن الواحد والعشرين ما يؤكد على مكانتها واهميتها على المستوى العالمي فمعظم دول العالم سعت ومازالت تسعى جاهدة لتنمية القطاع السياحي وتطويره وذلك لما له من دور هام في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية ومن خلال هذه الدراسة تبين ان الاستعانة بالسياحة ترفع من معدلات النمو الاقتصادي وتقلل من حدة الازمات وما تحققه من توازن بين مختلف القطاعات الاقتصادية الأخرى وتطوير البنية التحتية والصناعات التقليدية والمنتجات الزراعية والتجارية وخدمات النقل وغيرها وجلب المستثمرين الى مختلف المرافق فضلا عن دورها الفعال في سد عجز ميزان المدفوعات لها وجلب العملة الصعبة بالإضافة الى انها الصناعة الوحيدة التي يعمل بها نسبة كبيرة من قوة العمل في أي مقصد سياحي حول العالم كما أنها الجسر الذي يربط الشعوب والثقافات والمجتمعات المحلية في العالم بأسره فالإرتقاء بالسياحة يتطلب تجمع العديد من العوامل الضرورية من مقومات وإمكانيات ومؤهلات لتحقيق التنمية الاقتصادية المرجوة.

تمتلك الدول العربية إمكانيات سياحية طبيعية مهمة وجد متنوعة تؤهلها أن تكون أكثر بلدان العالم جذبا للسياحة وتساهم في تحقيق أهداف التنمية الاقتصادية كونه قطاع يتسم بالديناميكية والتنافسية حيث يساهم في رفع الناتج المحلي للدول العربية بالإضافة الى مساهمته في توفير السياح، وعلى الرغم من هذه المؤهلات والمقومات المشتركة بين البلدان العربية إلا أن هناك تفاوت وتباين في إستغلالها في بعض الدول العربية التي لم تستطع أن ترقى بقطاعها السياحي إلى المستوى المطلوب.

كما يجدر الإشارة إلى جائحة كوفيد_19 وما خلفته من آثار سلبية ملموسة على آداء قطاع السياحة في عدد من الدول العربية حيث مساهمة السياحة في الناتج المحلي إنخفضت إنخفاض كبير في أعداد السياح المتوافدين في المنطقة عام 2020 مقارنة بعام 2019 يقابله إنخفاض الإيرادات السياحية مما يؤثر على التنمية التنمية الاقتصادية لكن مع رفع القيود وبداية التعافي من وباء كورنا رجع القطاع السياحي إلى الانتعاش.

والإمارات العربية كغيرها من الدول التي أعطت إهتماما لقطاع السياحة من خلال إنتهاج مجموعة من الآليات والسياسات وبفضل التخطيط الجيد والرؤية المستقبلية البعيدة المدى وحسن توظيف الموارد جعلها أهم وجهة سياحية في منطقة الشرق الأوسط من حيث عدد السياح الوافدين إليها وصنفت من بين أكثر الدول استثمارا في صناعة السياحة بالمنطقة والعام حيث مكنت إستثمارتها من تدشين العديد من المشاريع ويتضح ذلك من خلال المؤشرات السياحية من طاقات إيواء وإيرادات سياحية ومن خلال مساهمتها في الناتج المحلي الإجمالي وتخفيض العجز في ميزان المدفوعات وفي توليد النقد الأجنبي وتوفير مناصب الشغل ،ولهذا فإن قطاع السياحة يساهم في التنيع الاقتصادي للأنشطة الاقتصادية مما يساهم في تحقيق التنمية الاقتصادية المرجوة.

أولا) نتائج إختبار فرضيات الدراسة : توصلنا إلى النتائج التالية

- ✓ تتوفر الدول العربية على مؤهلات ومقومات سياحية هائلة ومتميزة ومرافق وخدمات إضافة إلى تنوع الثراء الثقافي للشعوب العربية، إلا أن هناك تفاوت في إستغلالها فنجد مثلا كل من تونس والمغرب قطعت مراحل في إستغلال مقوماتها وأخذت لها حصة في السوق السياحي من خلال الخطط والاستراتيجيات إلا أن الجزائر بعيدة عن ذلك لعدم إهتمامها بقطاع السياحة وهذا ما يعود على التنمية الاقتصادية بالسلب.
- ✓ توجد علاقة وثيقة بين السياحة في الدول العربية وتحقيق أهداف التنمية الاقتصادية حيث أن السياحة تعتبر أداة من أدوات التنمية الاقتصادية ولما لها من أهمية بالغة في تنمية الاقتصاد من خلال المساهمة في الناتج المحلي وزيادة الدخل الفردي الحقيقي وتوفير فرص العمل وتحسين ميزان المدفوعات وتنمية كافة مقومات الطبيعية السياحية والرقي بالمرافق والخدمات السياحية ومن هذا فالسياحة تعتبر ضرورة من ضروريات التنمية الاقتصادية وهو ما يثبت صحة الفرضية.
- ✓ السياحة في أغلب الدول العربية لم تحقق التنمية الاقتصادية إلا الإمارات العربية المتحدة وذلك نظرا لقلة الاهتمام في هذا المجال ومساهمة السياحة في التنمية الاقتصادية ضئيل جدا على الرغم من إمتلاك الدول العربية مقومات وإمكانيات سياحية هائلة هذا راجع لإعتمادها على إرادات النفط دون العمل على سياسة التنويع فقطاع السياحة في الدول العربية يواجه قيود كثيرة أدى لعدم تمكنها من تحقيق التنمية الاقتصادية وبينت الدراسة صحة الفرضية حيث نرى نجاح الإمارات مثلا في إنشاء العديد من المؤسسات و المشروعات النقل منها مطار دبي الدولي وطيران الإمارات ومترو دبي وكذلك من خلال الإيرادات السياحية بلغت في2019حوالي 38.41مليار دولار وبلغت نسبة مساهمة الناتج المحلي الإجمالي 11.6% ونسبة العمالة 11.1%.
- ✓ قامت الإمارات العربية المتحدة بوضع خطط واستراتيجيات فعالة للتنمية السياحية وتحقيق التنمية الاقتصادية مثل استراتيجية السياحة للإمارات 2031 واسترتيجية دبي للإقتصاد الإبداعي 2025 هذه الخطط والرؤى الإستراتيجية التي إعتمدتها الإمارات ساهمت في زيادة الإستثمارات في القطاع السياحي وساعدت على تحقيق التنمية الاقتصادية.

نتائج عامة أخرى من الدراسة:

- إن السياحة تساهم في إبراز مكانة الدول العربية والتاريخية والحضارية وحمايتها وإستثمارها وإستغلالها للنهوض بهذا القطاع كما تعمل على دفع عجلة التنمية بمختلف أبعادها لهذا أصبحت كثيرة الاهتمام من قبل جميع دول العالم.
- ضرورة تغيير السياسات المنتهجة للقطاع السياحي في بعض الدول العربية وإعتماد آليات جديدة لتحقيق التنمية السياحية.
- يعتبر القطاع السياحي قطاع إنتاجي لمساهمته في التنمية الاقتصادية عن طريق الحصول على العملة الأجنبية وتحسين ميزان المدفوعات والتنوع الاقتصادي وتوفير فرص العمل.
- عرفت الدول العربية نموا مستمرا في صناعة السياحة وكذا زيادة ملحوظة في عدد السياح خاصة في السنوات الأخيرة إلا أن حصتها في الحركة الإجمالية لأعداد السياح في العالم ضئيلة حيث بلغت في 2019حوالي 83.48 مليون سائح وهنا يظهر تقصير في الاهتمام بالقطاع السياحي العربي.

- تتعرض السياحة في الدول العربية إلى عدة معوقات تعيق تطورها لاسيما الوعي السياحي والأمن السياحي وغياب الإستثمارات السياحية.
- الاهتمام الكبير للإمارات العربية المتحدة بالقطاعات الداعمة للقطاع السياحي وإحتلالها لمراتب متقدمة ساهم في نمو الاستثمارات السياحية وهذا بفضل التخطيط الجيد والقيادة الرشيدة لحكامها وحسن توظيف الموارد جعلها من أهم الوجهات السياحية في العالم وأصبحت موردا مهما للدخل بالنسبة لدولة الإمارات.
- نجحت الإمارات العربية المتحدة في تنشيط السياحة من خلال استقطاب أكبر عدد من السياح وهذا راجع إلى توفير البنية التحتية اللازمة وتشجيع الإستثمارات في القطاع الخاص ومساهمة الاستثمارات السياحية في خلق مشروعات تنموية.
- إنتهجت الإمارات العربية المتحدة خطط واستراتيجيات لترقية القطاع السياحي بهدف تحقيق التقدم في خططها الإنمائية.
- لجائحة فيروس كورونا أثر كبير على النشاط الاقتصادي ما تسبب في احداث شلل تام لقطاع السياحة والنقل الجوي مما أسفر عنه انخفاض كبير في أعداد المسافرين والإيرادات السياحية وانخفاض مساهمتها في الناتج المحلي الإجمالي وتعرض ملايين الوظائف للحظر.

ثانيا) المقترحات :

* ادراج قطاع السياحة من بين القطاعات ذات الأولوية في المخططات التنموية للدول وذلك لتحقيق إقلاع حقيقي ونوعي في هذا القطاع وتنويع إقتصادها الوطني والتخلص من التبعية للمحروقات

*إقامة مشروعات عربية سياحية مشتركة تتمتع بالكفاءة في مجالات الخدمات الغير تقليدية، وتوفير المعلومات والأبحاث ودراسات للمشاريع السياحية وإقامة معاهد التعلم والتدريب والتكوين إطارات وفق المعايير الدولية في مجال النقل السياحي.

* العمل على تطبيق إجراءات تحفيزية لفائدة المستثمرين في المجال السياحي سواءأجنبي أو محلي منها تحفيزية جبائية مشجعة، مع تذليل العقبات الإدارية والبيروقراطية أمام المستثمر من خلال سهولة المصادقة على المشروع السياحي في أقصر وقت ممكن.

* تعزيز التعاون الإقليمي بين الدول العربية في مجال السياحة بما في ذلك تبادل الخبرات والمعلومات والتسويق المشترك لتعزيز الوجهات السياحية المشتركة وزيادة حركة السياحة في المنطقة.

* التركيز على التسويق السياحي من خلال تعزيز الجهود التسويقية للوجهات السياحية في الوطن العربي على المستوى المحلي والدولي.

* يجب تطوير حملات ترويجية فعالة واستراتيجيات رقمية لجذب المزيد من السياح.

* الاستفادة من تجربة الإمارات العربية المتحدة من أجل جذب السياح والنهوض بقطاع السياحة.

* الحفاظ على أمن واستقرار البلاد، فلا يمكن للنشاط السياحي أن يزدهر بدون توافر عوامل الأمن والإستقرار.

* انشاء صندوق عربي خاص بتمويل المشاريع السياحية الكبرى خاصة الفندقية منها من أجل تفادي نقص التمويل اللازم بالإضافة الى الحرص لمطابقتها للمعايير الدولية.

ثالثا)آفاق البحث :

نقترح مجموعة من العناوين التي تحتاج المزيد من البحث كي تكون موضع أبحاث علمية في المستقبل

_ مدى مساهمة الاستثمار السياحي الأجنبي المباشر في التنمية الاقتصادية للإمارات العربية المتحدة.

_ دور السياحة العربية البينية في تحقيق النمو الاقتصادي لمختلف الدول العربية.

_ انعكاسات الأزمات الصحية على حركة السياحة العالمية دراسة حالة الإمارات العربية المتحدة.

قائمة المراجع

قائمة المراجع:

أولا: الكتب

1. إبراهيم خليل إبراهيم بظاظو. (2014). الإدارة البيئية المثلى في تنمية مواقع السياحة البيئية في الوطن العربي. القاهرة: منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية (بحوث وإدارات).
2. أحمد عبد السميع علام. (2008). علم الاقتصاد السياحي. مصر: دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر والتوزيع.
3. أحمد فوزي ونادية احمد ملوخية وإبراهيم. (د. س. ن). مدخل إلى علم السياحة. مصر: د. د. ن.
4. أحمد محمود مقابلة. (2007). صناعة السياحة. عمان: دار كنوز المعرفة العلمية.
5. إسماعيل و شير إلهام الدباغ وخضير. (2015). مدخل متكامل في الاستثمار السياحي والتمويل. الأردن: إثراء للنشر والتوزيع.
6. آسيا محمد إمام وابراهيم خالد الأنصاري وعواد. (2002). إدارة المنشآت السياحية. عمان، الأردن: دار الصفاء للنشر والتوزيع.
7. أقيوم اكمجو مسلم. (2007). السياحة صناعة العصر. القاهرة: مكتبة بيروت.
8. أكرم عاطف رواشدة. (2009). السياحة البيئية- الأسس والمرتكزات. عمان: دار الراية للنشر والتوزيع.
9. إلهام خضير عباس ونسرين غالي بشر وقاسم. (2017). الخصخصة والتنمية السياحية (تحليل وتقييم ورؤية استراتيجية). عمان: دار الأيام للنشر والتوزيع.
10. إياد عبد الفتاح النسور. (2008). أسس تسويق الخدمات السياحية العلاجية مدخل مفاهيمي . عمان: دار الصفاء للنشر والتوزيع.
11. جان ككندا مبولي وآخرون. (2007). إدارة جودة الخدمة في الضيافة والسياحة ووقت الفراغ السعودية. الأردن: دار المريخ.
12. حسن الداودي وآخرون. (2010). الاقتصاد الكلي (الإصدار المجلد 02). الأردن: دار المسيرة للنشر والتوزيع.
13. خليف مصطفى غرايبية. (2012). السياحة البيئية. د. ب. ن: دار ناشري للنشر الالكتروني.
14. زيتون محيا. (2009). السياحة ومستقبل مصر بين إمكانيات التنمية ومخاطر الهدر. القاهرة: دار الأنجلومصرية.
15. زيد سلمان عبوي. (2008). السياحة في الوطن العربي دراسة لأهم المواقع السياحية العربية. عمان، الأردن: دار الراية للنشر والتوزيع.
16. زيد منير عبوي. (2007). فن إدارة الفنادق والنشاط السياحي.مرفق بقاموس المصطلحات السياحية والفندقية. عمان: دار كنوز المعرفة العلمية.
17. زيد منير عبوي. (2008). الاقتصاد السياحي. عمان: دار الراية.

18.سعد عثمان ونبيل محمد وبنيتا. (1999). التخطيط السياحي في سبيل تخطيط مكاني شامل ومتكامل. عمان، الأردن: دار صفاء.

19.سهيل الحمدان. (2001). الإدارة للمؤسسات السياحية والفندقية. سوريا، دمشق: دار الرضا للنشر.

20.طلحت القريشي. (2007). التنمية الاقتصادية نظريات وسياسات وموضوعات. الأردن: دار وائل للنشر والتوزيع.

21.الطيب داودي. (2008). الاستراتيجية الذاتية لتمويل التنمية الاقتصادية . القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.

22.عبد الحميد صلاح. (2014). الإمارات بين التاريخ والجغرافيا. الجيزة : أطلس للنشر والتوزيع الاعلامي.

23.عبد الرحمن أبو رياح. (1989). دراسة أولية لإستراتيجية العمل السياحي العربي المشترك. القاهرة: الاتحاد العربي للسياحة.

24.عبد السلام أبو قحف. (1992). محاضرات في صناعة السياحة في مصر. مصر: المكتب العربي الحديث.

25.عبد السلام أبو قحف. (1995). أساسيات التسويق. مصر، القاهرة: الدار الجامعية.

26.عبد السميع صبري. (2005). صناعة السياحة. مصر: دار هاني للنشر.

27.عبد السميع صبري. (2006). التسويق السياحي والفندقي. القاهرة: منشورات المنظمة العربية للتنمية والإدارة.

28.عبد السميع صبري. (2007). التسويق السياحي والفندقي. مصر: منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية.

29.عبد العزيز أبو نبعة. (2005). دراسات في تسويق الخدمات المتخصصة منهج تطبيقي. عمان: الوراق للنشر والتوزيع.

30.علي فلاح الزعبي. (2013). التسويق السياحي والفندقي. عمان، الأردن: دار المسيرة للنشر والتوزيع.

31.فاطمة الزهراء نسيسة وآخرون. (2019). الاستثمار السياحي ودوره في تحقيق التنمية المستدامة. قسنطينة، الجزائر: ألفا للوثائق للنشر.

32.فريد كورتال. (2009). تسويق الخدمات. الأردن: دار كنوز للمعرفة العلمية للنشر والتوزيع.

33.فليح حسن خلف. (1989). التنمية والتخطيط الاقتصادي (الإصدار ط1). الأردن: دار الكتاب العالمي.

34.فؤاد بن غضبان. (2014). الجغرافية السياحية. عمان، الأردن: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.

35.فؤاد نشوي. (2008). التنمية السياحية. الاسكندرية: دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر.

36.فؤاد نشوي. (2008). التنمية السياحية. الاسكندرية: دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر.

37.لمياء السيد حفني. (2011). مقدمة عن شركات السياحة ووكالات السفر. الاسكندرية: دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر.

38.لمياء السيد وفتحي محمد حنفي والشرقاوي. (2008). الاتجاهات الحديثة في السياحة. الاسكندرية: دار المعرفة الجامعية.

39.محمد أحمد جميلة الشامسي الهاشمي. (2019). الإمارات العربية المتحدة التاريخ والثقافة والحياة. د. ب. ن: دار المؤرخ العربي.

40.محمد خليل وعلي حافظ برعي ومنصور. (1990). التخلف والتنمية. القاهرة: دار الثقافة العربية.

41.محمد خميس الزوكة. (2005). صناعة السياحة من المنظور الجغرافي (ط3). مصر: دار المعرفة الجامعية.

42.محمد عبيدات. (2005). التسويق السياحي مدخل سلوكي. عمان، الأردن: دار وائل للنشر.

43.محمد موسى عريقات حربي. (2006). مبادئ الاقتصاد (التحليل الكلي) (الإصدار ط1). عمان، الأردن: دار وائل للنشر والتوزيع.

44.محي الدين إبراهيم أحمد. (2003). الأساسيات في تشريعات المنشات و الشركات السياحية. مصر: دار وفاء للطباعة.

45.مدحت قريشي. (2007). التنمية الاقتصادية سياسات وموضوعات. عمان، الأردن: دار وائل للنشر والتوزيع.

46.مروان السكر. (1999). مختارات من الاقتصاد السياحي. عمان: دار مجدلاوي للنشر.

47.مصطفى يوسف كافي. (2016). فلسفة اقتصاد السياحة والسفر. عمان، الأردن: دار حامد للنشر والتوزيع.

48.مصطفى يوسف كافي. (2016). فلسفة السياحة والسفر. عمان، الأردن: دار الحامد للنشر والتوزيع.

49.مصطفى يوسف كافي. (2017). التنمية السياحية (ط1). قسنطينة، الجزائر : ألفا للوثائق.

50.مصطفى يوسف كافي. (2017). السياحة الدولية في ظل تطور تقنية المعلومات والاتصال وعولمة السياحة (ط1). قسنطينة، الجزائر: ألفا للوثائق.

51.منى طه الحوري. (2000). اقتصاديات السفر والسياحة. الأردن: الوراق للنشر والتوزيع.

52.موفق عدنان عبد الجبار الحميري. (2010). أساسيات التمويل والاستثمار في صناعة السياحة. الأردن: الوراق للنشر والتوزيع.

53.نائل موسى محمود سرحان. (2011). مبادئ السياحة. عمان، الأردن : دار غيداء للنشر والتوزيع.

54.نبيل الروبي. (1998). اقتصاديات السياحة. مصر: مؤسة الثقافة الجامعية للنشر والتوزيع.

55.نعيم وٍ الياس الظاهر وسراب. (2001). سلسلة السياحة والفندقة. الأردن: دار الميسرة.

56.هناء عبد الغفار. (2002). الاستثمار الأجنبي المباشر والتجارة الدولية الصين نموذجا. العراق: بيت الحكمة.

57.الياس سراب وآخرون. (2001). سلسلة السياحة والفندقة. الأردن: دار الميسرة.

ثانيا: المراجع الأجنبية.

1. Georges Cazes .(1989) .Le tourisme international : Mirage ou Stratégie d'avenir ?Paris ،France: Edition HATIER.
2. Jean Michel Hoerne .(1997) .Géographie de l'industrie touristique .Ellipses Edition marketing.

3. Mouron، A. (2011). The trudion as tourism produce analysis of the case of Doubai. Bchelor study for obtaiping the bachelor of sience HES- SO in tourism. Fied Economy and services، tourism industy.
4. Robert Manquard . Le tourisme international.
5. world travel & tourisme conseil. 2018. United, Arab. Emirates : 2018.

ثالثا: المجلات.

1. إبراهيم عليوات. (2012). السياحة في الدول العربية واقع وتحديات. مجلة الإدارة والتنمية للبحوث والدراسات(العدد 02).
2. احسين الأمين شريط. (2020). واقع وآفاق الاستثمار السياحي في الجزائر وسيل تنميته. مجلة الامتياز لبحوث الاقتصاد والإدارة، المجلد 04(العدد 01).
3. أحمد بن يحي الونشريسي. (ديسمبر ، 2017). مجلة دورية محكمة في الحقوق والعلوم السياسية. مجلة المعيار(العدد 20).
4. أديب برهوم . (2007). تقويم كفاءة التسويق السياحي في سورية. مجلة جامعة تشرين للدراسات والبحوث العلمية _ سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد (29)(العدد (2)).
5. أكرم محمد أحمد الحاج علي. (أكتوبر ، 2018). السياحة ودورها في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية دراسة حالة لبعض الدول العربية بالتركيز على المملكة العربية السعودية وقطر. مجلة العلوم الاقتصادية والادارية والقانونية المجلة العربية للعلوم ونشر الأبحاث(العدد 13).
6. انجار حياة . (2017). واقع وآليات تمويل الاستثمارات السياحية ودورها في تطوير الصناعة السياحية بالجزائر. مجلة أوراق اقتصادية، المجلد 01(العدد 01).
7. جبار أحميدة زرقوط بوكثير. (06، 2017). قراءة لاستراتيجية التنويع الاقتصادي بدولة الامارات العربية المتحدة إنجازات رائدة وآفاق مستقبلية واعدة. مجلة الدراسات المالية والمحاسبية والإدارية(العدد 07).
8. خيرة حكيم شوطي بن حطاب. (03 03، 2021). دراسة تحليلية لظاهرة عجز ميزان المدفوعات في الجزائر خلال الفترة 1990/ 2017). مجلة اقتصاديات شمال افريقيا(العدد 17/ 25).
9. زهير سعدي راضية عدلي. (2015). مؤشرات السياحة كأدة لتصنيف الجزائر تبعا لوضعها التنافسي مقارنة مع دولة الامارات العربية المتحدة قصد النهوض بالقطاع. مجلة علوم الاقتصاد والتسيير والتجارة(العدد 32).
10. سارة وفلة خلفة وعيساوي. (فيفري، 2021). التنمية المستدامة بين المفهوم ومتطلبات تحقيقها. مجلة ارتقاء للبحوث والدراسات الاقتصادية(مجلد 02).
11. صالح السعيد وعبدلي هالة. (2018). دور الاستثمارات السياحية في تحقيق التنمية السياحية المستدامة. مجلة البحوث والدراسات التجارية(العدد 04).

12.عائشة شرفاوي. (جوان، 2012). السياحة والتنمية المستدامة. مجلة معارف العلوم القانونية والاقتصادية(العدد 12).

13.عبد الجليل هويدي. (ديسمبر، 2014). العلاقة التفاعلية بين السياحة البيئية والتنمية المستدام. مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية(العدد09).

14.عبد الكريم بودوشن ياقوتة مسعي. (28 05، 2019). مقومات الاستثمار السياحي في الامارات العربية المتحدة ودورها في دعم اقتصادها دراسة نموذجية لإمارة دبي. مجلة البحوث الإدارية والاقتصادية.

15.فاطمة الزهراء قندور. (ديسمبر، 2019). إشكالية النمو السكاني وآثارها على التنمية الاقتصادية. مجلة الابداع(العدد 09).

16.كمال زموري وآخرون. (2019). نظريات التنمية وتطبيقاتها في الدول النامية مع رصد التجربة الجزائرية خلال الفترة 1969- 2019. مجلة أوراق اقتصادية(العدد 02).

17.لخضر بن سعيد. (ديسمبر ، 2014). متطلبات التنمية الاقتصادية وضرورة اقتصاد المعرفة. مجلة العلوم الاقتصادية(العدد 09).

18.ليلى بعوني. (2017). النمو الاقتصادي والتنمية الاقتصادية مع دراسة مقارنة النمو الاقتصادي والتنمية في الجزائر (1970- 2010). مجلة دراسات في الاقتصاد والتجارة والمالية(العدد 02).

19. ليليا عين سوية. (أوت، 2019). التنمية السياحية المستدامة من خلال التخطيط الياحي. مجلة درات اقتصادية(العدد 38).

20. معاذ النجاري. (2022). من مفهوم التنمية إلى مفهوم التنمية البشرية قراءة نقدية في مسار التحول. مجلة نقد وتنوير(العدد 12).

21. مولاي سفير محمد بوعلام. (ديسمبر، 2017). دراسة كمية تحليلية للعلاقة بين البطالة وبعض المؤشرات الاقتصادية في الجزائر خلال الفترة (1970_2014). مجلة التنمية والاستشراف للبحوث والدراسات، المجلد02 (العدد03).

22. ميمون بن حميدة محمد بورقاق. (15 09، 2020). قياس أثر الاستثمار في رأس المال البشري على تحقيق التنمية الاقتصادية دراسة حالة الجزائر باستعمال طريقة المربعات الصغرى المعدلة بالكامل. مجلة المالية والأسواق، المجلد رقم 7(العدد2).

23.نور الدين هرمز. (2004). التخطيط السياحي والتنمية السياحية. مجلة جامعة تشرين للدراسات والبحوث العلمية(العدد 03).

24.هيبة الله وثناء سعيد حسن أورس وأبو زيد. (ديسمبر، 2021). التداعيات الاقتصادية لفيروس كورونا المستجد وآثاره على مؤشرات القطاع السياحي دراسة حالة المملكة العربية السعودية وتونس. المجلة الدولية للتراث والسياحة والضيافة (IJHTH)(العدد 02).

25.وسيلة سعود. (12، 2018). مجلة علمية دولية محكمة متخصصة في الميدان الاقتصادي. مجلة المقار للدراسات الاقتصادية بالمركز الجامعي تندوف(العدد 03).

26.يوسف بوصفصاف فوزية بركان . (2016). التنمية السياحية المستدامة كبديل استراتيجي لاستغلال العوائد النفطية الجزائرية كالاستناد إلى التجربة الإماراتية. مجلة الباحث الاقتصادي(العدد 03).

رابعا: الأطروحات والرسائل الجامعية.

1. أمال حابس. (2017/ 2018). تقييم الاستثمارات السياحية في الجزائر خلال الفترة 1995- 2015، أطروحة دكتوراه في تقنيات التحليل الاقتصادي والمالي. أم البواقي، قسم العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية التجارية وعلوم التسيير: جامعة العربي بن مهيدي.

2. أيمن برنجي. (2009). الخدمات السياحية وأثرها على سلوك المستهلك رسالة ماجستير. قسم علوم التسيير، الجزائر: جامعة بمرداس.

3. جميلة قنادزة. (2018). الشراكة العمومية الخاصة والتنمية الاقتصادية في الجزائر أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية تخصص تسي المالية العامة. تلمسان، كلية العلوم الاقتصادية ، الجزائر: جامعة أبي بكر بلقايد.

4. حسينة فرجلي ياسمين عجرود. (2021/ 2022). الاستثمارات السياحية في الدول العربية ودورها في تحقيق التنمية المستدامة خلال الفترة (2010/ 2020) مذكرة ماستر في اقتصاد دولي. الجزائر، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية: جامعة محمد خيضر بسكرة.

5. حيزية هني. (2019/ 2020). تحليل مناخ الاستثمار السياحي لتحسين مؤشرات السياحة الوطنية دراسة تجارب دولية أطروحة دكتوراه في اقتصاد سياحي وخدمات. الشلف، قسم العلوم الاقتصادية، الجزائر: جامعة حسيبة بن بوعلي.

6. خالد عيادة. (2014/ 2015). إنعكاسات الفساد على التنمية الاقتصادية دراسة حالة الأردن(أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية فرع تحليل اقتصادي. الجزائر، قسم العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتادية والعلوم التجارية وعلوم التسير : جامعة الجزائر 03.

7. خالد كواش. (2003/ 2004). أهمية السياحة في ظل التحولات الاقتصادية حالة الجزائر (أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية). الجزائر، فرع التخطيط: جامعة الجزائر.

8. رفيق بودربالة. (2016/ 2017). دور القطاع الياحي في التنمية الاقتصادية (دراسة تحليلية مقارنة بين الجزائر والأردن) مذكرة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية. أم البواقي، اقتصاد التنمية : جامعة العري بن مهيدي.

9. سعيد غاتة. (2009/ 2010). دور القطاع السياحي في تمويل الاقتصاد الوطني فيي ظل التحولات الاقتصادية (دراسة حالة ولاية تمنراست) مذكرة مقدمة لنييل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية. كلية العلوم الاقتصادية التسير والعلوم التجارية قسم العلوم الاقتصادية: جامعة الجزائر 03.

10.سيف الدين وعقبة مهدي وجغابة. (2018/ 2019). أثر الاسثمار الأجنبي المباشر على النمو الاقتصادي في الجزائر خلال الفترة (2006/ 2016) مذكرة ماستر اكاديمي. المسيلة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير تخصص اقتصاد نقدي وبنكي: جامعة محمد بوضياف.

11.صليحة عشي. (2010/ 2011). الأداء والأثر الاقتصادي والاجتماعي للسياحة في الجزائر تونس المغرب أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية. كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير: جامعة الحاج لخضر باتنة.

12.عبد الحكيم قلوح. (2020/ 2021). دور تحفيزات الاستثمار الأجنبي المباشر في ترقية الصادرات خارج المحروقات دراسة حالة الجزائر خلال الفترة 1993_2020) أطروحة دكتوراه في تخصص اقتصاد دولي. الجزائر، كلية العلوم الاقتصادية: جامعة محمد خيضر بسكرة.

13.عبد القادر عوينات. (2012/ 2013). السياحة في الجزائر الإمكانات والمعوقات (2000/ 2025) في ظل الاستراتيجية السياحية الجديدة للمخطط التوجهي للتهيئة السياحية 2025 (SDAT) أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية. الجزائر، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، قسم العلوم الاقتصادية، تخصص نقود ومالية: جامعة الجزائر 03.

14.عبد القادر هدير. (2005/ 2006). واقع السياحة في الجزائر وأفاق تطورها،رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير. كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير: جامعة الجزائر.

15.علي موفق. (2001/ 2002). أهمية القطاع السياحي في الجزائر أطروحة دكتوراه. الجزائر: كلية علوم الاقتصاد وعلوم التسيير.

16.فارس رشيد البياتي. (2008). التنمية الاقتادية سياسيا في الوطن العربي (عمان) أطروحة دكتوراه. الدنمارك، كلية الإدارة والاقتصاد الأكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك: د. د. ن.

17.محمد بن خالد خلف الله الربيع. (2018). أثر قطاع السياحة في التنمية الاقتصادية في السودان خلال الفترة (2006/ 2016) رسالة ماجستير في الاقتصاد. الخرطوم، كلية الدراسات العليا، السودان: جامعة النيلين.

18.مروة كرامة. (د. س. ن). انعكاسات الأزمات المالية العالمية تدفقات الاستثمارات الأجنبية المباشرة إلى الاقتصاديات العربية دراسة حالة بعض الدول العربية أطروحة دكتوراه. الجزائر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير : جامعة الجزائر 03.

19.نسرين بوزاهر. (2016/ 2017). ترقية العرض السياحي في ظل مشاريع التنمية المستدامة للسياحة منطقة الزيبان (أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية فرع نقود وتمويل). بسكرة، قسم العلوم الاقتصادية: جامعة محمد خيضر.

20.نسيبة سماعيني. (2013/ 2014). دور السياحة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية في الجزائر مذكرة ماجستير في إدارة الأعمال. جامعة وهران.

21.هدى حفصي. (2005/ 2006). بحوث العلاقات العامة في المؤسسة السياحية دراسة حالة الديوان الوطني للسياحة الجزائر أطروحة دكتوراه في التسويق. قسم علوم التجارية كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير: جامعة الجزائر.

22.وحيد نمديل. (2019). أثر التمويل الدولي على التنمية الاقتصادية في الدول النامية في ظل العولمة الاقتصادية (حالة الجزائر وتونس ومصر) أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية. المسيلة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، الجزائر: جامعة محمد بوضياف.

23.ياسمين حسينة عجرود فرجلي. (2021/ 2022). الاستثمارات السياحية في الدول العربية ودورها في تحقيق التنمية المستدامة خلال الفترة 2010- 2020 دراسة حالة الامارات دبي أنموذجا مذكرة ماستر في العلوم الاقتصادية. بسكرة، كلية العلوم الاقتصادية التسيير والعلوم التجارية، الجزائر: جامعة محمد خيضر.

خامسا: الملتقيات

1. حميد و عبد الرزاق قرومي وحميدي. (10/09 03، 2010). السياحة في الجزائر:الواقع و آفاق التطوير. الملتقى الدولي: حول: اقتصاديات السياحة ودورها في التنمية المستدامة.

2. صبرينة ومسعودة كردودي ونصبة. (09/ 10 03، 2010). التسويق السياحي في الجزائر دراسة حالة وكالة تيمقاد للسياحة والسفر باتنة. الملتقى الدولي: حول: اقتصاديات السياحة ودورها في التنمية المستدامة.

3. الطيب وعبد الحفيظ داودي ومسكين. (26/ 27 نوفمبر ، 2014). الاستثمار السياحي في المناطق السياحية دراسة حالة ولاية جيجل. ورقة بحثية مقدمة ضمن الملتقى الدولي الثاني حول الاستثمار السياحي بالجزائر ودوره في تحقيق التنمية المستدامة.

4. عبد القادر براينيس. (09/ 10 03، 2010). . (2010، 03 09/ 10). المقاربة والمفاهيم النظرية للسياحة و التسويق السياحي. الملتقى الدولي: حول: اقتصاديات السياحة ودورها في التنمية المستدامة.

5. عبد القادر بودي. (09/ 10 مارس، 2010). أهمية التسويق السياحي في تنمية السياحة المستدامة بالجنوب الغربي. الملتقى الدولي حول اقتصاديات السياحة ودورها في التنمية المستدامة.

6. محمد وسمية يدو وبوخاري. (26/ 27 نوفمبر، 2014). الاستثمار السياحي كمحرك للتنمية السياحية المستدامة – حالة الجزائر- . ورقة بحثية مقدمة في الملتقى الدولي الثاني حول الاستثمار السياحي ودوره في تحقيق التنمية المستدامة.

7. مراد زايد. (09/ 10 مارس، 2010). السياحة كصناعة في الاقتصاد الوطني دراسة حالة الجزائر. الملتقى الوطني حول السياحة والتنمية المستدامة .

8. مصطفى قمان. (04- 05 فيفري، 2019). المصارف الاسلامية كبديل تمويي للتنمية الاقتصادية في الجزائر. الملتقى العلمي الوطني حول: النظام المالي وإشكالية تمويل الاقتصاديات النامية.

9. وهيبة مربعي. (2012) واقع العرض والطلب السياحي لولاية باتنة دراسة تحليلية، الملتقى الوطني حول فرص ومخاطر السياحة الداخلية في الجزائر ، 19- 20 نوفمبر، جامعة باتنة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير.

سادسا: التقارير.

1. التقرير العربي الموحد. (2021).

2. الوليد أحمد طلحة. (2020). التداعيات الاقتصادية لفيروس كورونا المستجد على الدول العربية . د. ب. ن: صندوق النقد العربي.

3. بدون ناشر. (2020). غرفة أبو ظبي قطاع السياحة في الامارات وتنوع الموارد والأنشطة. د. ب. ن: د. د. ن.

4. مجلس الشورى المصري. (1983). دراسات وتوصيات الخصوص العمل السياحي. سلسلة دراسات المجالس القومية المتخصصة.

5. دائرة التنمية الاقتصادية (2020) التقرير الاقتصادي لإمارة دبي 2020.

سابعا: المحاضرات.

1. علي حدادة. (يونيو، 2019). الدور المتجدد للسياحة في التنمية الاقتصادية العربية. محاضرات . لبنان، الجامعة البنانية كلية العلوم الاقتصادية وإدارة الأعمال، بيروت: اتحاد الغرف العربية.

ثامنا: المواقع الالكترونية.

1. البنية التحتية السياحية في الامارات منظومة رائدة اقليميا وعالميا-**https://al-ain.com/article/tourism-info-struction. 2023**] 17 05 2023 .

2. بيانات من مصلحة الاحصائيات بوزارة السياحة والصناعات التقليدية . [**https://ar.konema.com/atlas. 2023.**] 27 05 2023.

3. قاعدة بيانات البنك الدولي، مؤشرات التنمية العالمية [**https://data.albankadawli.org. 2023.**] . 27 05 2023.

4. وزارة الثقافة وتنمية المعرفة للإمارات العربية المتحدة 16 05 [**https://mckd.gov.ae/sites. 2023.**] . 2023.

5. الهيئة العامة للطيران المدن: **https://na-eventscool.com/erome/arb/aviationUAE/.**

6. البوابة الرسمية لحكومة الامارات العربية المتحدة [**https://u.a.e, finance-andeconimy. 2023.**] . 21 05 2023.

7. تطوير المرافق المدنية في دولة الامارات 13 [**https://U.A.E.new-aviation-projects. 2023.**] . 05 2023

8. الموقع الرسمي لمول الامارات .مقالة من موقع مراسلون بلا حدود مول الامارات [**https://www.malloftheemirates.com. 2023.**]

9. البوابة الرسمية للإمارات العربية وزارة الخارجية والتعاون الدولي-**https://www.mofaic.gov.ae/ar-ae/mediaheb/ne.news/2020. 2023**] 21 05 2023. .

10. طيران الامارات تسجل أول خسائر منذ ثلاثة عقود **https://www.swissinfo.ch,** . [**ara,a.FP%D8,B7%Pg.Swiss.info. 2023.**] 13 05 2023.

11. **لؤي ,عبد الله .2023.** استراتيجية دبي السياحية 2025خريطة طريق لتعزيز الريادة عالميا . **https://www.aldyar-ae,local-market**. 13 05 2023.يناير[.2019

12. **الهيئة الاتحادية للتنافسية والاحصاء .https://fcsc.gov.ae/ar-ae .2023.** المركز الاتحادي للتنافسية والاحصاء .2023 05 15 .

13. **البوابة الرسمية لحكومة الامارات .https://www.ae/ar/about-the-uae/economy . 2023.** 16 05

14. **البوابة الرسمية لحكومة الامارات العربية المتحدة-https://www.ae/ar/about-the . uae/economy**. 16 05 2023

15. **محمد ,عبد الحي** .2023 05 29 **.http\\www.albayan.ae\economy\local. 2023 .** 21:00.

16.فؤاد دمرمش. (يونيو، 2004). معوقات السياحة العربية (الشرق الأوسط). جريدة العرب الدولية عبر الموقع (**archive.aawasat.com**)(العدد 9346)

17. **لؤي ,عبد الله** ملف البيان العدد **.2019.** **https://media-** 14081, 01 2019, **allayan.ae/khalifa/PDF/dubaiaustratigy.pdf.**

18. **وزارة الاقتصاد .2023.**،.2023 05 29 **http//www.moec.gov.ae**.

19.عبد الحي محمد. (29 05، 2023). **http\\www.albayan.ae\economy\local**.

20. http//ar.Knoema.com/atlas. 2023.

21. https.//www.visitdubai.com/ar/pois/jumeirah-mosque. 2023

22. https://alkhaleej.com. 2023. 21 05 2023

23. https://alyan.ae.economytourism. 2023. 02 05 2023.

24. https://data.albankaldawli.org/indicator/st.tnt.rcpt.cd. 2023. 22 05 2023

25. https://De.emaratealyoum.com. 2023. 21 05 2023.

26. https://mawdoo3.com. 2023. 13 05 2023.

27.https://u.a.e/media/About/stratigiesinovationstratigy1Ar.national.inovation. 2023.

28. https://U.A.E-ar-ae,about-the-uae/stratigies-initiativesandawards/stratigiesplans-and-vision. 2023

29. https://visitabudhabi.ae/ar/see.and.do/leisure.island.yas.aspx. 2023.

30. https://www.alarabiya.net.aswaq. 2023. 21 05 2023.

31. https://www.ejaba.com, question. 2023. 21 05 2023.

32. https://www.louverabudhabi.ae. 2023.

33. https://www.mariott.com/hotels/travel/dxbjb-le-meridien-dubai-hotel-and-conference-centre. 2023. 2023.

34. https://www.moccie.gov.ae/ar/about/ministry/irence/stratigies.aspx. 2023

35. https://www.visitdubai.com/en./pois/burj-khalifa. 2023

36. www.bayut.com, mybayut. 2023. [En ligne] 2023.

37. https://www.ae/arabout-the-uae/economy. 16 05 2023.

publique Algérienne Démocratique et Populaire
inistère de l'Enseignement Supérieur et de la
cherche Scientifique
niversité Mohamed KHIDHER -Biskra
culté des Sciences Economiques, Commerciales et
s Sciences de Gestion
partement des Sciences Economiques

مهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
رة التعليم العالي و البحث العلمي
عة محمد خيضر بسكرة
العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير
العلوم الاقتصادية

تصريح شرفي

خاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية لانجاز بحث

(ملحق القرارالقرار 1082 المؤرخ في 27 ديسمبر 2020)

أنا الممضي أدناه،

السيد :.....محمدي وسيلة.....

الصفة: طالب [*] أستاذ باحث [ ] باحث دائم [ ]

الحامل لبطاقة التعريف الوطنية رقم:.....207360093..... الصادرة بتاريخ:.....2022/01/13.....

المسجل بكلية: **العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير** قسم: **العلوم الاقتصادية**

تخصص: .....اقتصاد دولي.....

والمكلف بإنجاز أعمال بحث: مذكرة التخرج [ ] مذكرة ماستر [*] مذكرة ماجستير [ ]

أطروحة دكتوراه [ ]

تحت عنوان: .....السياحة في الدول العربية ودورها في تحقيق التنمية الاقتصادية دراسة حالة الامارات العربية المتحدة خلال الفترة 2010/2020.....

أصرح بشرفي أني ألتزم بمراعاة المعايير العلمية والمنهجية ومعايير الأخلاقيات المهنية والنزاهة الأكاديمية المطلوبة في انجاز البحث وفق ما ينصه القرار رقم 1082 المؤرخ في 27 ديسمبر 2020 المحدد للقواعد المتعلقة بالوقاية من السرقة العلمية ومكافحتها.

التاريخ: 8 جوان 2023

إمضاء المعني بالأمر

Wassila