

تنافسية القطاع السياحي في الدول العربية

هاني نوال*
جامعة محمد خيضر - بسكرة- الجزائر
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

ملخص : لا يزال قطاع السياحة يلقي الاهتمام الواسع عند كثير من الجهات المسؤولة والمشرفة على عمليات التنمية الاقتصادية والاجتماعية...؛ لما له من قدرة على التحفيز الايجابي لقطاعات أخرى لتحقيق أغراض التنمية المستهدفة. ونحاول في هذا البحث وبالتركيز على بعض مؤشرات أداء قطاع السياحة في البلدان العربية معاينة تنافسيته. وتوصلنا إلى أنه رغم ما تتمتع به هذه الدول من ميزات نسبية من حيث جذب السياح، إلا أن نصيبها من السياحة العالمية ما زال أدنى بكثير من إمكاناتها، لأن قطاع السياحة في هذه الدول يواجه قيود كبيرة منها قلة الاستثمارات في البنية التحتية والخدمات الأساسية، ويحتاج تطوير قطاع السياحة إلى نظرة طويلة الأجل تكون جزء من عملية التنمية الاقتصادية.

الكلمات الدالة : سياحة، مقومات سياحية، سياحة دولية، تنافسية السياحة، دول عربية.

Code (JEL) : L83

تمهيد : تتمتع السياحة باعتبارها نشاطا اقتصاديا بأهمية كبيرة، وقد أخذت في النمو والتطور إلى أن أصبحت صناعة قائمة بذاتها، فاعتمدت عليها اقتصاديات كثيرة من دول العالم، حيث تمثل مصدرا رئيسيا لدخلها لما لها من قدرة على تحريك القطاعات الاقتصادية والأنشطة المختلفة الأخرى. وتزداد أهمية السياحة بتطبيقها بشكل مستدام تلبي من خلالها حاجة السياح، وفي نفس الوقت تحمي وتعزز مستقبل نمو القطاع، وتخفف الآثار السلبية على البيئة إلى حدودها الدنيا، وتولد الدخل للمجتمعات المحلية. ولهذا قد ارتأينا التطرق لدراسة تنافسية القطاع السياحي في الدول العربية بالنظر لما تتمتع به من مزايا نسبية مرتبطة بالجغرافية والتاريخ. حيث يمكن طرح السؤال التالي : **ما هي حالة قطاع السياحة في الدول العربية ؟** نحاول معالجة هذا السؤال في المحورين التالية :

الأول : مفاهيم عامة حول السياحة؛
الثاني : تحليل تنافسية القطاع السياحي في الدول العربية.

أولا : ماهية تنافسية السياحة

1. السياحة : تحظى السياحة بأهمية متميزة لما لها من آثار على النواحي الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والبيئية للمجتمعات والدول، وتزايدت هذه الأهمية مع التطورات التي يشهدها العالم كالتقدم التكنولوجي والعولمة وتحرير التجارة الدولية خاصة تجارة الخدمات التي تعد السياحة من أبرزها. ولقد عرف الألماني Guyer Freuler سنة 1905 السياحة بأنها " ظاهرة من ظواهر عصرنا تنبثق من الحاجة المتزايدة إلى الراحة وإلى تغيير الهواء وإلى مولد ونمو الإحساس بجمال الطبيعة والشعور بالبهجة والمتعة من الإقامة في مناطق لها طبيعتها الخاصة وأيضا إلى نمو الاتصالات على الأخص بين شعوب مختلفة من الجماعة الإنسانية"¹.

وتعرف المنظمة العالمية للسياحة (WTO) السياحة بأنها " نشاط من الأنشطة التي تتعلق بخروج الفرد عن الوسط الذي يقيم فيه ولمدة لا تتجاوز السنة متواصلة، لغرض الترفيه والاستمتاع أو غيرها على ألا تكون مرتبطة بممارسة نشاط بهدف الحصول على دخل"².

وإن تعريف السياحة لا يكتمل إلا بتعريف السائح الذي يمثل محور هذا النشاط، وفي هذا السياق فقد عرفته لجنة الخبراء الاقتصاديين التابعة لعصبة الأمم سنة 1973 بأنه " أي شخص يسافر لفترة من 24 ساعة أو أكثر غير تلك التي يقيم فيها بصفة دائمة "³.

ووصل مؤتمر الأمم المتحدة للسفر والسياحة الدوليين إلى تعريف شامل حيث يعتبر السائح " أي شخص يزور مكان غير موطنه الأصلي لأي سبب غير السعي وراء عمل يجزى منه"⁴. نستنتج من التعريفات السابقة ما يلي :

- تهتم السياحة بالجوانب النفسية والاجتماعية للفرد وما تقدمه من راحة وترويح عن النفس؛
 - تتضمن السياحة تنقل الفرد من الوسط الذي يقيم فيه لفترة معينة؛
 - الهدف من السياحة هو المتعة دون وجود هدف للكسب المادي؛
 - السائح هو كل شخص يغادر مكان إقامته ويرتحل إلى أماكن أخرى تحقق له إشباعا نفسيا ومتعة.
- وتعرف تنافسية قطاع السياحة على أنها قدرة المؤسسات المنتمية لقطاع السياحة في دولة ما على تحقيق نجاح مستمر في الأسواق الدولية دون الاعتماد على الدعم والحماية الحكومية، وهذا ما يؤدي إلى تميز تلك الدول في

* nawal.nori@gmail.com

هذا القطاع. والقطاع التنافسي هو القطاع الذي تكون مؤسساته قادرة على التصدي للمنافسة سواء الداخلية أو الأجنبية الخارجية، من خلال المحافظة على حصتها من السوق والعمل على تنميتها باستمرار وتحقيق الأرباح.⁵ ويتم معرفة تنافسية وتحليل التنافسية على مستوى القطاع بمقارنته بالقطاعات المنافسة في البلدان الأخرى، فتنافسية القطاع يمكن أن تقاس بنمو الحصة السوقية له ومقارنتها بباقي القطاعات المنافسة الأخرى، ويكون القطاع تنافسيا إذا حقق عوائد عالية أعلى من المتوسط مع وجود منافسة حرة من قبل الموردين الأجانب، وهناك تعريف آخر لتنافسية القطاع هو أن تكون إنتاجية عناصره أكبر من إنتاجية عناصر منافسيه، إلى جانب تحقيق التفوق من خلال ارتفاع نصيبه من إجمالي الصادرات العالمية.⁶

2. خصائص السياحة : تأسسها على التعريفات السابقة التي توضح بأن السياحة تشمل كافة الأنشطة التي تتعلق بصفة مباشرة أو غير مباشرة بتقديم مجموعة من الخدمات المختلفة للسياح، فإن هذه التعريفات تؤكد على خصائص السياحة التالية⁷:

أنها من أهم القطاعات الخدمية التي أصبحت تشكل مصدرا رئيسيا للدخل الوطني في الاقتصاديات الحديثة، لأنها تمثل منظومة متكاملة من الأنشطة المختلفة؛ نطاق المنافسة التي يتحرك فيه القطاع السياحي يمتد إلى خارج النطاق الإقليمي للدولة الواحدة، لهذا فهو أيضا يتأثر بالتغيرات التي تطرأ على البيئة العالمية؛ مقومات العرض السياحي تتميز بالندرة الشديدة والحساسية الشديدة للتغيرات التي تطرأ على قطاعات النشاط الإنساني الأخرى في المجتمع، سواء تعلق الأمر بالهبات الطبيعية التي تتمتع بها الدولة، الموروثات الحضارية القديمة والحديثة أو بالمكتسبات الحضارية المعاصرة من بناءات أساسية وخدمات تكميلية.

3- السياحة أنواع وأهميتها : يعد قطاع السياحة من أهم قطاعات النشاط الإنساني في الدولة الحديثة، وهناك عدة أنواع للسياحة طبقاً للمعايير التي تُؤخذ في تصنيف السياح ويمكن توضيحها في الجدول (1). وتظهر أهمية السياحة من خلال ما تحققه من المنافع للدول يمكن ذكر بعضها كما يلي :

تعتبر السياحة أحد مصادر الدخل الوطني من خلال مشاركتها في توفير قدر من العملات الأجنبية اللازمة لعمليات التنمية وذلك من خلال مساهمة رؤوس الأموال الأجنبية في الاستثمارات الخاصة بقطاع السياحة المدفوعات التي تحصل عليها الدول مقابل منح تأشيرات الدخول، فروق تحويل العملة للإنفاق اليومي للسياح على السلع والخدمات المتعلقة بقطاع السياحة؛

تؤدي السياحة من خلال تنمية المناطق السياحية إلى تطوير وتنمية المناطق العمرانية الجديدة الأقل حظا في التنمية مما يحقق قدر من التوازن الإقليمي في التنمية، ويترتب عليه إعادة توزيع الدخل بين المدن السياحية الجديدة والتقليدية؛

تعمل السياحة على نقل التقنية حيث تساهم السياحة- خاص في حالة السماح للشركات الأجنبية بالاستثمار (أو المشاركة) في المشاريع السياحية- في نقل التقنية سواء كانت في صور معارف ومهارات أو بصورة الآلات ومعدات، كما تساهم في تطوير طرق العمل الحالية في الأنشطة السياحية وتحسينها وإيجاد نوع جديد من طرق تقديم الخدمات والسلع السياحية وبيعها⁸؛

تؤدي السياحة دورا مهما في تنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وتعد من القطاعات المهمة التي توفر عائدات سريعة للاستثمار مع تكلفة أقل؛

التأثير على ميزان المدفوعات من خلال الحركة السياحية الصادرة والواردة وتسعى كل الدول لأن تكون هذه الأخيرة أكبر حتى يكون هذا التأثير إيجابيا؛

تؤدي السياحة إلى تنمية عدد كبير من الخدمات المتكاملة وكثيفة العمالة بمختلف مستوياتها وبالتالي القضاء على البطالة وما ينجر عنها من آفات اجتماعية خطيرة.⁹

5- مقومات السياحة : تركز السياحة على مجموعة من المقومات نذكر بعضها فيما يلي :

المقومات الطبيعية : وتمثل كل الظروف المناخية وتمايز الفصول، مناطق دافئة، حمامات معدنية،... الخ أي كل مظاهر جذب السواح.

المقومات البشرية : وتمثل في الجوانب التاريخية، كالأثار، المعالم، الشواهد، الأطلال، الفنون الشعبية المختلفة، الثقافات والعادات لدى السكان.

المقومات المالية والخدمة : وتمثل في مدى توافر البنى التحتية، كالمطارات النقل البري والجوي، ومدى تطور مختلف القطاعات الصناعية، التجارية، البنوك، العمران،... الخ، ومدى توافر الخدمات المكملة كالبريد، الإطعام، الفنادق، المقاهي، مراكز الترفيه والتسلية.

كما تعتمد السياحة على قدرات الدول المختلفة على تشجيع السياحة بما تقدمه من تسهيلات ومستوى للأسعار، وقدرة دعائية على مختلف وسائل الإعلام على جذب السائحين، مواصلات سهلة، أمن واستقرار ورعاية صحية كاملة وحسن معاملة وقدرة على إبراز جميع الجوانب والخصوصيات التي تهم السائحين بمختلف فئاتهم ورغباتهم.

ثانياً : تحليل تنافسية قطاع السياحة بالدول العربية

يشهد الطلب السياحي تطوراً كبيراً على المستوى العالمي منذ عقد الخمسينيات من القرن العشرين، ومن خلال الجدول (2) يتضح لنا مدى التطور الكبير لعدد السياح حيث ارتفع عدد السياح من 25 مليون سائح سنة 1950 ليصل إلى 924 مليون سائح سنة 2008 بزيادة مقدارها 899 مليون سائح وبمعدل نمو قدره 6.40%، مع ملاحظة انخفاض بسيط في سنة 2003، حيث انخفض عدد السياح الدوليين من 702 مليون سائح سنة 2002 ليصل إلى 692 مليون سائح سنة 2003 بانخفاض قدره 10 مليون سائح. وقد تم توزيع هؤلاء السياح¹⁰ بنسبة كبيرة بدول أوروبا 58%، ثم تليها الأمريكيتين 18%، شرق آسيا والباسيفيك 16%، أفريقيا 4%، الشرق الأوسط 3% وأخيراً جنوب آسيا 1%. كما أن إيرادات السياحة في العالم تطورت من 264 مليار دولار سنة 1990 إلى أن وصلت إلى 944 مليار دولار سنة 2008 بزيادة قدرها 680 مليار دولار بمعدل نمو قدره 7.33%. والجدول (3) يوضح ذلك.

1. عدد السياح : بلغ إجمالي عدد السياح القادمين إلى الدول العربية عام 2005 ما يقدر بـ 51 مليون سائح، تركزوا في خمسة دول رئيسية تشكل في المتوسط حوالي 70% من جملة أعداد السياح في الدول العربية خلال السنوات الخمس الأخيرة. والدول العربية الخمس هي : مصر، السعودية، تونس، المغرب، الإمارات، ويصعب ترتيب الأهمية النسبية لكل واحدة من الدول الخمس المذكورة نظراً لتغير ترتيبها من عام إلى آخر حسب حركة السياحة العالمية، إلا أنها تبقى كمجموعة في صدارة المقاصد السياحية العربية.

ووفقاً لإحصاءات منظمة السياحة العالمية فقد بلغ عدد السياح في منطقة الشرق الأوسط خلال عام 2005 حوالي 52.8 مليون سائح، تشكل 6.5% من إجمالي عدد السياح على مستوى العالم، ما يقل قليلاً عن حصة إسبانيا التي تصل إلى 6.9% من إجمالي أعداد السياح على مستوى العالم.¹¹ وعادة ما يشار إلى القدرات الاستيعابية للدول في مجال الجذب السياحي وتوفير الخدمات المختلفة للسائحين بمؤشر نسبة عدد السياح إلى عدد السكان، ونجد في الدول السياحية العربية أن هذه النسبة تتجاوز 100% أي أن الدولة قادرة على استقبال عدد من السائحين على مدار العام أكثر من تعداد سكانها مع توفير كافة الخدمات لهم من (إقامة، إنتقالات، غذاء...) فجدد النسبة في فرنسا تبلغ 126%، إسبانيا 129%، النمسا 244%، أما على مستوى الدول العربية فقد تجاوزت هذه النسبة 100% في ثلاث دول عربية خلال عام 2005 وهي : البحرين 538.4%، الإمارات 143%، قطر 114.7%.¹²

ويمكن ملاحظة أن ما يجمع بين هذه الدول الثلاث هو أنها دول ينخفض فيها عدد السكان بشكل كبير إلى جانب كونها دول ذات مستويات دخول مرتفعة وإنفاق كبير على البنية التحتية بالشكل الذي يمكنها من تقديم خدمات لعدد أكبر بكثير من تعداد سكانها، أما بالنسبة لباقي الدول العربية فقد حققت هذه النسبة مستويات معقولة خاصة إذا ما قورنت بالنسبة على مستوى العالم، وتبقى هناك ثلاثة دول عربية تتخفف فيها نسبة عدد السياح إلى عدد السكان عن المتوسط العالمي 12.5% وهي : مصر 11.8%، الجزائر 4.4%، اليمن 1.5%، وتختلف أسباب انخفاض النسبة في الدول الثلاث فنجد في مصر أنه على الرغم من كونها تتبادل مع السعودية دائماً المرتبة الأولى والثانية من حيث عدد السياح في الدول العربية كما تمتلك طاقة فندقية ضخمة تؤهلها لاستقبال أكثر من 38% من جملة أعداد السياح في الدول العربية إلا أن ضخامة حجم السكان بها 70 مليون نسمة تساهم في خفض هذه النسبة، ومع ذلك فإن نسبة أعداد السياح إلى أعداد السكان في مصر مرشحة للارتفاع بشكل جيد خلال الفترة القادمة نظراً لأن معدل نمو أعداد السياح في مصر يفوق معدل نمو السكان فيها وكذلك تدفق الاستثمارات على قطاع السياحة فيها بشكل كبير.

أما بالنسبة للجزائر فإن انخفاض النسبة يأتي من التركيز على السياحة مع الدول الأوروبية، وضعف تنوع المنتج السياحي، إضافة لبعض المشاكل الأمنية. وبالنسبة لليمن فإن ضعف البنية الأساسية ونقص الخدمات يلعب الدور الأساسي في انخفاض نسبة السياح إلى عدد السكان فيها.¹³ والجدول (4) يوضح عدد السياح مقارنة بعدد السكان في بعض الدول العربية :

2. الإيرادات السياحية : ارتفع نصيب الدول العربية من الإيرادات السياحية العالمية من 2.3% خلال عام 2001 إلى 72% عام 2005، ويرجع ذلك إلى ارتفاع متوسط إنفاق السائح في الدول العربية من 370 دولار أمريكي عام 2001 إلى 930 دولار أمريكي عام 2005 بزيادة نسبتها 300%، ويفوق هذا المتوسط مثيله العالمي الذي بلغ في نفس العام 843 دولار.¹⁴

ويعود أكبر نصيب من إيرادات السياحة العالمية في سنة 2008 على مستوى الشرق الأوسط لمصر بـ 10.985 مليار دولار أمريكي، أي ما يعادل 24.07% من إجمالي إيرادات هذه المنطقة (45.640 مليار دولار أمريكي) تليها المملكة العربية السعودية بـ 9.720 مليار دولار، ثم كل من لبنان والإمارات العربية المتحدة بـ 7.192 مليار دولار، و7.162 مليار دولار أمريكي على التوالي.¹⁵

أما نصيب المغرب وتونس من الإيرادات السياحية العالمية لسنة 2008 كان 7.202 مليار دولار أمريكي و2.932 مليار دولار على التوالي، مقابل 7.879 مليون سائح للمغرب، و7.049 مليون سائح لتونس، في حين لم يتعد نصيب الجزائر من هذه الإيرادات 255 مليون دولار أمريكي مقابل 1.771 مليون سائح لنفس السنة.¹⁶

وهكذا فإن ارتفاع حجم الإيرادات السياحية الدولية يعود أساساً إلى نمو الحركة السياحية على المستوى العالمي، وذلك نتيجة لارتفاع مستويات دخول الأفراد، وتحسن ظروف المعيشة وظروف العمل، وتطور مستوى التسهيلات السياحية التي ترافق المنتج السياحي، كمشروعات البناءات التحتية ومؤسسات الإقامة ومشروعات النقل، وفي حقيقة الأمر فإن تحقيق هذه الإيرادات تتوقف على حجم وأهمية الاستثمارات المخصصة للقطاع السياحي ضمن الاستثمارات الإجمالية في المناطق السياحية.

3- توفير فرص العمل: يلعب النشاط السياحي دوراً هاماً في خلق فرص التوظيف سواء بشكل مباشر يتصل باستغلال المقاصد السياحية، أي داخل قطاع السياحة ذاته كالعلاقة المخصصة للنقل السياحي، والإرشاد السياحي، وحماية السياحة وحفظ شؤونهم، أو بشكل غير مباشر، بالمساهمة في خلق فرص العمل بالقطاعات التي تمد السياحة باحتياجاتها من السلع والخدمات كالعاملين في البنية الأساسية، والزراعية، وتجارة المواد الغذائية، والرعاية الصحية.

وطبقاً لدراسات مكتب العمل الدولي فإن معدل خلق وظائف مباشرة في قطاع الفنادق فقط يتراوح بين 0.5 إلى فرصة عمل واحدة لكل غرفة جديدة في فندق، ويرتفع هذا المعدل في الدول ذات الرواتب المنخفضة نسبياً ليصل إلى 1.5 أو أكثر، كما تقدر دراسات أخرى أن إضافة سرير جديد في فندق بتونس يساهم في توظيف سنوي لنحو 2.7 شخص في قطاع البناء والتجهيزات الأساسية (كأدوات المطبخ والمناضد وغيرها من المنقولات المنزلية) بالإضافة إلى خلق مزيد من فرص التوظيف من خلال مضاعف التشغيل وأن إضافة غرفة جديدة لفندق في مصر تساعد في توفير 1.8 فرصة عمل¹⁷.

والجدول (5) يوضح فرص العمل المباشرة وغير المباشرة

4- الاستثمار السياحي: تنوع مجالات الاستثمار السياحي وتتعدد أشكالها بحيث تمثل الاستثمار في بناء وتشغيل وتطوير الفنادق والمطاعم ومراكز الرياضية والترفيه والقرى السياحية... بالإضافة إلى المشروعات الكبرى مثل تخطيط المدن السياحية المتكاملة، هذا بالإضافة إلى شركات السياحة ووكالات السفر ووسائل النقل السياحي إلى غير ذلك.

وكشف تقرير الاستثمار العالمي لسنة 2009 عن ارتفاع تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر الوافدة إلى الدول العربية والتي قدرت بـ 19.4% لتصل إلى 96.5 مليار دولار سنة 2008 وذلك مقارنة مع 80.8 مليار دولار سنة 2007، كما أشار التقرير الذي أطلقه "مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية" UNCTAD بالتعاون مع "المؤسسة العربية لضمان الاستثمار وائتمان الصادرات" في الكويت إلى أن التدفقات الوافدة إلى الدول العربية تمثل 5.7% من الإجمالي العالمي البالغ 1.7 تريليون دولار، و36.6% من إجمالي الدول النامية البالغ 620.7 مليار دولار.

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

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

وأضاف نفس التقرير أن التدفقات الوافدة نحو تونس بلغت 2761 مليون دولار أمريكي بمعدل نمو 70.6% خلال سنة 2008، كما بلغت التدفقات نحو الجزائر 2646 مليون دولار بمعدل نمو 59.2% خلال نفس السنة، وبالمقابل تراجعت التدفقات الوافدة إلى المغرب بمعدل 14.8% لتبلغ 2388 مليون دولار أمريكي¹⁸.

والواقع أن تطور حجم الاستثمارات السياحية له تأثير واضح على تطور صناعة السياحة، ويتجلى ذلك في الزيادة الملحوظة في تدفق الاستثمار الأجنبي على المستوى العالمي منذ العقد الأخير في القرن العشرين كما أن نسبة مساهمة الاستثمار السياحي في الاستثمار المحلي الإجمالي تتفاوت من دولة إلى أخرى، حيث تشير إحصاءات منظمة السياحة العالمية لعام 2007 إلى ارتفاع نسبة الاستثمار السياحي إلى جملة الاستثمار المحلي عن المتوسط المحقق عالمياً 9.5% في كل من السودان، الإمارات وليبيا حيث بلغت 32.9%، 30.6%، 28.7% على التوالي، في حين تصل هذه النسبة أدنى مستوياتها في الجزائر 5.9%، البحرين 6.4%، السعودية 6.5%، وتأتي باقي الدول العربية في مكانها متوسط بين المجموعتين¹⁹.

ويمكن تقسيم الدول العربية وفقاً لنسبة مساهمة الاستثمار السياحي في إجمالي الاستثمار المحلي، ومعدل النمو السنوي للاستثمار السياحي ومقارنة المؤشرين بالمتوسط العالمي إلى أربعة مجموعات²⁰:

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

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

- **المجموعة الثالثة** : تضم كل من البحرين، الكويت، عمان، السعودية والجزائر، ولم تصل نسبة الاستثمارات السياحية إلى الاستثمار المحلي الإجمالي في هذه الدول إلى المتوسط المحقق عالميا، لكن في الوقت ذاته فإن معدل نمو الاستثمار السياحي فيها جاء مرتفعا بما يتجاوز المتوسط المحقق عالميا.

- **المجموعة الثالثة** : تضم سوريا فقط حيث تنخفض نسبة الاستثمار السياحي إلى إجمالي الاستثمار عن المتوسط العالمي، كما ينخفض أيضا معدل نمو الاستثمار السياحي فيها عن المتوسط العالمي. والجدول (6) يوضح أداء الاستثمار السياحي في بعض الدول العربية.

5- مدى توافر الخدمات السياحية : تتباين الطاقة الفندقية المتاحة في الدول العربية بشكل كبير حيث تزيد أعداد الفنادق عن الألف فندق في كل من السعودية 1049، مصر 1031، الجزائر 1034، في حين تقتصر على 35 فندقا في قطر، و45 فندقا في الكويت وتتفاوت الطاقة الفندقية في الدول العربية فيما بين المجموعتين. لكن توزيع أعداد الفنادق حسب فئاتها يظهر بعدا آخر، حيث أن توزيع الطاقة الفندقية في الدول العربية حسب فئاتها يختلف بشكل كبير وفقا للوضع الاقتصادي للدولة وطبيعة السياح الوافدين إليها نجد مثلا أن الفنادق من فئة النجمتين والثلاثة نجوم نسبتها 73% من الطاقة الفندقية في السعودية وهو ما يتناسب مع طبيعة السياح القادمين إليها من حيث كونها في معظمها سياحة دينية على شكل أفواج كبيرة وخلال فترات محددة حيث تحرص على تخفيض تكلفة الإقامة قدر الإمكان، وبالمقارنة بالجزائر التي تمتلك طاقة فندقية متقاربة في عددها مع السعودية، نجد أن 80% من الطاقة الفندقية بالجزائر يصنف في فئة أخرى والتي تتضمن المنتجات والشاليهات وبيوت الشباب وهو أيضا ما يتناسب مع كون معظم السياح الزائرين للجزائر هم من أوروبا والذين يقصدون الجزائر لزيارة اليوم الواحد وقضاء العطلات على السواحل، وتتميز كل من مصر والإمارات بتوزيع متكافئ للطاقة الفندقية على الفئات المختلفة لها، فيما ترتفع نسبة الفنادق المصنفة تحت بند (أخرى) في كل من المغرب والأردن.²¹ و يوضح الجدول (7) توزيع الطاقة الفندقية.

6- تنافسية السياحة في الدول العربية : تمثل التنافسية معيارا لتقييم الأداء للدول مقارنة بغيرها من دول العالم وذلك للوقوف على جوانب القوة والضعف لها في مجال المقارنة، وقد اهتمت كثير من المؤسسات الدولية بأعداد تقارير عن مستوى تنافسية الدول في مجالات اقتصادية عديدة كان أحدثها مجال السياحة والسفر حيث أطلق المنتدى الاقتصادي العالمي تقريره الأول عن تنافسية السياحة والسفر في عام 2007، ويعتمد هذا التقرير في تحليل تنافسية قطاع السياحة على 14 مؤشر تضم معظم العوامل التي تؤثر في تنافسية القطاع، ويحتوي المعيار على ثلاثة فروع رئيسية وكل فرع يحتوي على مجموعة من المؤشرات، و يوضح الشكل (1) ذلك ويمكن عرض نتائج هذا المؤشر خلال عام 2007-2008 كما يوضح الجدول (8)، ونلاحظ أن قطر احتلت المرتبة الأولى بين الدول العربية قاطبة بحلولها في المركز رقم (37) عام 2008 دوليا في التقرير بعد أن جمعت 4.44 من النقاط. وحققت الإمارات ترتيبا متقدما (18) بين دول العالم في 2007، والأول على الشرق الأوسط والدول العربية، في حين حققت الإمارات ترتيبا متأخرا بعض الشيء فيما يتعلق بالموارد الطبيعية والثقافية (80) إلا أنها عوضت ذلك بتحقيق ترتيب متقدم في مجالات أخرى. حيث كان ترتيبها (03) على مستوى العالم من حيث تقديرها لدور السياحة، وذلك بسبب السلوكيات الإيجابية لمواطنيها تجاه السياح وحرص الدولة على جذبهم. كما أنها حققت ترتيبا متميزا من حيث المنافسة السعرية (08) وذلك بسبب انخفاض الرسوم على تذاكر الطيران وعلى دخول المطارات وانخفاض من الضرائب بشكل عام. هذا بالإضافة إلى انخفاض أسعار الوقود داخل الدولة. أما فيما يتعلق بأولوية قطاع السياحة لدى الحكومة فقد كان ترتيبها (04) كما كان لحملاتها الترويجية المتميزة السابق على كافة دول العالم التي تناولها المؤشر. أما عام 2008 فقد أحرزت المرتبة 40 من بين 130 دولة وتأتي تونس في المرتبة (39) بين دول العالم فيما يتعلق بأولوية السياحة والسفر لدى الدولة عام 2008، أما عن مصر فعلى الرغم من غناها الحضاري والثقافي المتميز والعريق (حيث تحتوي على 6 مواقع تعتبر من التراث العالمي) إلا أن ترتيبها جاء متأخرا بين دول العالم (58) عام 2007، في حين حققت مصر ترتيبا متقدما في المنافسة السعرية (05) بفضل الانخفاض النسبي للأسعار عن باقي دول العالم، إلا أن البنية الأساسية لا تزال متواضعة خاصة فيما يتعلق بالسياحة مما أدى إلى تأخر ترتيبها (66) عام 2008.²²

7- عوامل تطوير صناعة السياحة في الدول العربية : لتطوير قطاع السياحة والارتقاء بقدراته التنافسية من خلال توفير العوامل التالية²³ :

تنفيذ الهيئات الوصية على قطاع السياحة لمشاريع تطوير قطاع السياحة وتطبيق استراتيجية التنمية السياحية المستدامة لتأهيل القطاع من خلال استغلال الإمكانيات السياحية الضخمة والمتنوعة والتصدي في الوقت نفسه

للمنافسة وأدواتها الاقتصادية والتقنية القادمة نتيجة للعولمة، مما يتطلب توجيه السياسات الحكومية لتحسين بيئة الاستثمار السياحي، وتنمية الموارد البشرية السياحية، وفتح المجال للقطاع الخاص، حيث أن صناعة السياحة تقع على عاتقه أكثر من القطاع الحكومي خاصة في تهيئة المناخ المطلوب لاجتذاب السياح وفي تجويد نوعية المنشآت والخدمات إلى جانب تطوير الكفاءات العاملة في القطاع السياحي وتحسين مهاراتهم.

قد يتطلب انتشار التركيز في القطاع السياحي على المستوى العالمي وضع آلية دولية لتنظيم عمل الشركات العالمية، لمنع استغلال القوى الكبيرة والمسيطر عليها، مع تطبيق نظام عالمي لأخلاقيات السياحة يساهم في تحقيق تنمية سياحية مستدامة، ومسئولة وعادلة على المستوى العالمي.

الاتجاه إلى تطبيق السياحة الإلكترونية حيث يؤدي توسع وشيوع استخدامها إلى :

* تمكين الشركات السياحية مهما كان حجمها من التنافس في السوق وفي حدود متساوية. فمواقع الانترنت لا تتناسب مع كمية المال المصروفة في تصميمها، وسبب ذلك يعود إلى أن الصفحات التي تشمل مواقع الانترنت لشركة معينة ممكن أن تكون متوفرة لنفس مجتمع الزبائن مثل موقع أي شركة منافسة أخرى وبدون أية نفقات إضافية.

* تسهيل الاتصال بين الشركات وزبائنها الفعليين والكامنين في السوق وذلك من خلال تيسير وتهيئة طرق جديدة للبيع والتسويق دون دخول وسطاء. وعلى هذا الأساس فإن شبكة الانترنت تقدم فرصا هامة للشركات في توزيع وترويج منتجاتها وخدماتها مباشرة إلى الزبائن الذين يرغبون بالحصول عليها في الوقت والمكان المحددين.

الاهتمام بتدريب العاملين في شركات السياحة ووكالات السفر والشركات الفندقية على كيفية استخدام شبكة الانترنت في الترويج السياحي لتحقيق الأهداف التسويقية السياحية بأعلى مستوى من الكفاءة وأقل تكلفة.

خلق أنماط جديدة من المؤسسات والهيئات الخاصة بتنشيط السياحة والتي تعتمد في عملها على المواقع الإلكترونية المتقدمة على شبكة الانترنت، وينبغي التركيز على تقديم وعرض البرامج السياحية بشكل يجذب انتباه مستخدمي شبكة الانترنت من العملاء السياحيين وأثارتهم لشرائهم لشرائها.

* يجب تحديث المعلومات والبيانات التسويقية السياحية التي تبثها شبكة الانترنت باستمرار وجعلها للتعاملين وضمانا وثقة في التعامل من خلالها.

* الاهتمام بتخطيط وتصميم المواقع على الانترنت بشكل يساعد على إبراز الصورة السياحية بشكل جيد.

نتيجة للارتباط الوثيق بين السياحة والعولمة، فمن المفيد أن تعمل الدول العربية على الاستفادة من العولمة وذلك بزيادة حصتها من سوق السياحة العالمي من خلال طرح منتجات سياحية ملائمة، والارتقاء بمستوى المنتجات والخدمات السياحية المحلية إلى مصاف المقاييس العالمية مجاراة للمنافسة الدولية في هذا المجال.

التجارب مع أطروحات حماية البيئة وتحقيق التنمية المستدامة من خلال قطاع السياحة، والتأكيد على احترام القيم الإنسانية والأخلاقية في مجال السياحة، ومراعاة السائح الأجنبي للعادات والتقاليد العربية، وحماية الأماكن الأثرية.

دعم تحرير القطاعات الخدمية المرتبطة بالسياحة حيث يعكس الأمر إيجابيا على تطوير السياحة، وعلى تحسين فرص استفادة الاقتصاد من نمو السياحة عبر تقليل التسيّرات.

من الأهمية بمكان التفاعل المستمر مع جولات المفاوضات المستقبلية، ودراسة إمكانية تحرير قطاعات سياحية جديدة، وتقديم التزامات إضافية في الخدمات الفرعية في قطاع السياحة، وتحسين شروط النفاذ إلى الأسواق والمعاملة الوطنية الواردة في قوائم الالتزامات الحالية؛ لأن عددا كبيرا من الدول الأعضاء في المنظمة سيطلب بذلك.

من المهم كذلك تخفيف شروط النفاذ إلى الأسواق خاصة فيما يتعلق بالتواجد هذه التجاري والاستثمار الأجنبي المباشر، للحاجة إلى جذب المزيد من الاستثمارات، مع التمسك بالقيود الخاصة بتوظيف العمالة المحلية في المشروعات السياحية.

توعية رجال الأعمال والمستثمرين في الأنشطة السياحية بانعكاسات تحرير تجارة الخدمات السياحية، والتنسيق مع هم لتحسين فرص نفاذ الخدمات السياحية الوطنية إلى الأسواق العالمية، من خلال دراسة جداول التزامات الدول الأخرى، تمهيدا ل تقديم طلبات محددة في المفاوضات القادمة لغرض النفاذ إلى الأسواق المستهدفة.

التعاون مع الدول العربية والإسلامية والنامية؛ لتنسيق المواقف التفاوضية في القضايا التي تهمها وأبرزها : التنمية المستدامة، ومناهضة احتكار خدمات السياحة والسفر، وتطبيق مدونة السلوك السياحي، وتصنيف الخدمات السياحية.

خلاصة: يُعزز الاهتمام بالقطاع السياحي نصيب الدول العربية من السياحة العالمية بالنسبة لمؤشراته المختلفة من حيث عدد السياح والإيرادات السياحية... الخ.

وقد توصلت الدراسة إلى أن للسياحة دورا متزايدا في الاقتصاد العالمي، وهذا ما يعكسه تزايد عدد السياح في العالم وتزايد الإيرادات السياحية.

وقد توصلنا من خلال دراستنا أيضا إلى أن البلدان العربية ورغم تمتعها بميزة نسبية من حيث جذب السياح لاسيما من حيث المقومات السياحية (ثروات طبيعية مواقع السياحية الثقافية والحضارية...)، وأسعارها المنخفضة إلا أن نصيبها من السياحة العالمية لا يزال أدنى بكثير من إمكاناتها، لأن قطاع السياحة في هذه البلدان لا يزال

يواجه قيودا كبيرة منها قلة الاستثمارات في البنية التحتية والخدمات الأساسية ونقص الكوادر البشرية المتخصصة والمؤهلة، والأهم من ذلك الافتقار إلى سياسة موجهة لتنمية السياحة وتسويقها. وبالنسبة لوضعية قطاع السياحة في الوطن العربي فهو عرضة للتأثر بالتطورات السياسية السائدة في المنطقة، وخاصة عملية الأمن والسلام وسيظل غياب السلام الشامل عائقا رئيسا أمام تنمية قطاع السياحة وتوسيعه في بلدان المنطقة، وتشكل ضعف البنية التحتية والخدمات الأساسية المتصلة بها عائقا آخر أمام سرعة نمو السياحة في المنطقة وفي الوقت ذاته يعتبر ظهور أسواق سياحية جديدة في جميع أنحاء العالم وخاصة في جنوب آسيا وشرقها، مصدر المنافسة الحادة لأسواق السياحة في البلدان العربية. يمكن القول أن القطاع السياحي في البلدان العربية لم يلق الاهتمام اللازم الذي يستحقه كقطاع اقتصادي هام مدر للعملة الأجنبية وخلق فرص العمل.

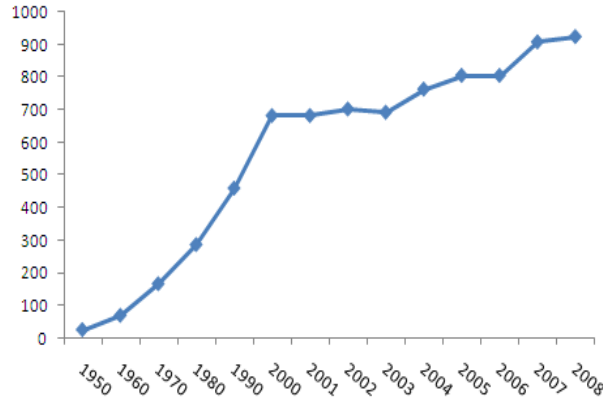
ملحق الجداول والأشكال البيانية

الجدول (1) : التقسيم العام لأنماط السياحة

أنماط السياحة	الهدف	التنظيم	أعمار السياح	فترة الإقامة	نجد	وفق الموقع والحدود
- سياحة دولية (خارجية). - سياحة محلية (داخلية).						
- سياحة ثقافية. - سياحة طبيعية. - سياحة اجتماعية.						
- سياحة ترويجية. - سياحة ثقافية. - سياحة علاجية.						
- سياحة دينية. - سياحة رياضية.						
- سياحة مؤتمرات. - سياحة رجال الأعمال.						
- سياحة عائلية - سياحة فردية						
- سياحة جماعية (مجموعات سياحية)						
- سياحة الشباب (16-30) سنة.						
- سياحة الناضجين (30-60) سنة.						
- سياحة كبار السن (المسنين)						
- سياحة دائمة. - سياحة موسمية.						

المصدر: معدّ بالاعتماد على : عميش سميرة، أثر التنمية السياحية المستدامة على مواجهة ظاهرة البطالة-دراسة حالة الجزائر-، ص 5،4.

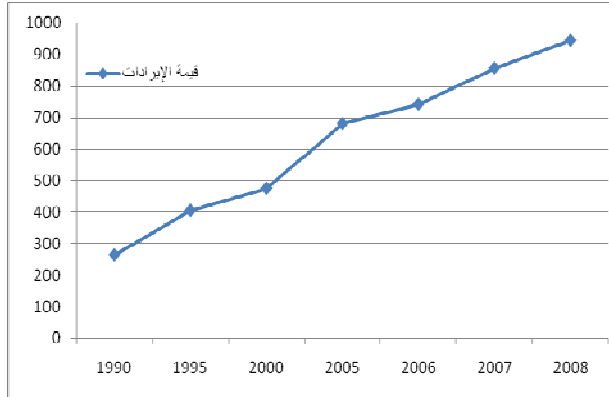
الجدول (2) : تطور الحركة السياحية الدولية خلال الفترة 1950-2008. الوحدة : مليون



السنة	عدد السياح	السنة	عدد السياح
1950	25	2002	702
1960	69	2003	692
1970	166	2004	763
1980	286	2005	805
1990	459	2006	805
2000	682	2007	908
2001	682	2008	924

المصدر بالتصرف . <http://www.globalpolicy.org/component/article/109/27543>

الجدول (3) : تطور إيرادات السياحة الدولية خلال الفترة 1990-2008 الوحدة : بالمليار دولار.



السنة	قيمة الإيرادات
1990	264
1995	405
2000	475
2005	680
2006	742
2007	856
2008	944

المصدر : www.globalpolicy.org/component/article/109/27543.html

الجدول (4) : عدد السياح مقارنة بعدد السكان في بعض الدول العربية 2005.

نسبة عدد السياح إلى عدد السكان %	السياحة		عدد السكان بالمليون نسمة	الدولة	نسبة عدد السياح إلى عدد السكان %	السياحة		عدد السكان بالمليون نسمة	الدولة
	معدل النمو السنوي %	العدد بالألف سائح				معدل النمو السنوي %	العدد بالألف سائح		
47.6	17.5	1195	2.5	عمان	54.6	10.8	2987	5.5	الأردن
114.7	11.4	913	0.8	قطر	143	12.3	5871	4.1	الإمارات
29.3	9.7	1140	3.9	لبنان	538	10.9	3914	0.7	البحرين
11.8	11.1	8244	70	مصر	63.6	4.5	6378	10	تونس
18.8	8.4	5843	31.1	المغرب	4.4	10.7	1443	32.9	الجزائر
1.5	18.6	336	21.9	اليمن	39.4	10.6	9100	23.1	السعودية
12.5	4.1	806000	6449	العالم	18.4	15.2	3368	18.3	سوريا

المصدر : جامعة الدول العربية : النشرة الإحصائية للسياحة في دول الوطن العربي، العدد السادس، 2007.

الجدول (5) : فرص العمل المباشرة وغير المباشرة التي يوفرها القطاع السياحي في بعض الدول العربية 2007

العمالة المباشرة وغير المباشرة		العمالة المباشرة		الدولة	العمالة المباشرة وغير المباشرة		العمالة المباشرة		الدولة
النسبة من إجمالي المشتغلين في الاقتصاد %	عدد المشتغلين بالألف	النسبة من إجمالي المشتغلين في الاقتصاد %	عدد المشتغلين بالألف		النسبة من إجمالي المشتغلين في الاقتصاد %	عدد المشتغلين بالألف	النسبة من إجمالي المشتغلين في الاقتصاد %	عدد المشتغلين بالألف	
10.1	107	3	33	عمان	19.1	329	8	142	الأردن
13	62	2	11	قطر	11.3	348	1	40	الإمارات
7.1	132	2	29	الكويت	23	93	10	41	البحرين
14.7	198	5	60	لبنان	17	524	9	282	تونس
15.8	267	3	52	ليبيا	5.4	479	1	125	الجزائر
13.7	2.816	7	1505	مصر	5.5	9	2	4	جزر القمر
15.5	1.658	9	942	المغرب	8.6	738	3	227	السعودية
7.7	428	2	90	اليمن	7.1	361	1	39	السودان
					14.2	1.017	7	476	سوريا

المصدر : جامعة الدول العربية، التعاون العربي في قطاع السياحة، الفصل 12، 2007، ص 404.

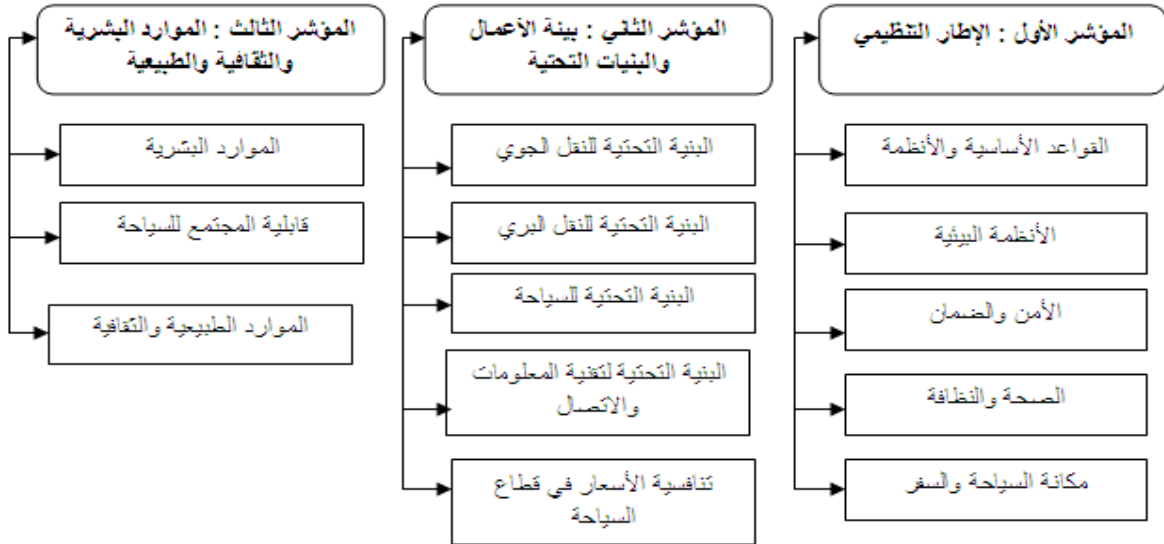
الجدول (6) : أداء الاستثمار السياحي في بعض الدول العربية 2007.

الدولة	نسبة الاستثمار المحلي الإجمالي من النمو %	معدل النمو %	الدولة	نسبة الاستثمار المحلي الإجمالي من النمو %	معدل النمو %
الأردن	17.9	1.7	عمان	7.2	17.3
الإمارات	30.6	15.7	قطر	13.6	17.6
البحرين	6.4	51.9	الكويت	8.7	25.4
تونس	16.9	1.7	لبنان	11.8	12
الجزائر	5.9	9.2	ليبيا	28.7	12.9
جزر القمر	24.6	20.7-	مصر	16.3	10.6
السعودية	6.5	11	المغرب	13	4.9
السودان	32.9	5.6	اليمن	10.8	7.8
سوريا	7.4	2	المصدر : جامعة الدول العربية، التعاون العربي في قطاع السياحة، الفصل 12، 2007، ص 404.		

الجدول (7) : توزيع الطاقة الفندقية لبعض الدول العربية لعام 2005.

الدولة	إجمالي عدد الفنادق	الدولة	إجمالي عدد الفنادق
الأردن	468	عمان	152
الإمارات	366	قطر	35
البحرين	92	الكويت	45
تونس	800	مصر	1031
الجزائر	1034	المغرب	982
السعودية	1049	اليمن	692
سوريا	566	المصدر : جامعة الدول العربية : النشرة الإحصائية للسياحة في دول الوطن العربي، العدد السادس، 2007.	

الشكل (1) : هيكل مؤشر تنافسية السياحة والسفر



المصدر : محمد محجوب الحداد، تقييم تنافسية صناعة السياحة في ليبيا كمصدر بديل لدخل في ظل تحرير تجارة الخدمات، الملتقى الدولي الرابع حول: المنافسة والإستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات في الدول العربية، كلية العلوم الإقتصادية والتسيير، جامعة الجزائر، 20 نوفمبر 2011. ص 14.

الجدول (8) : ترتيب الدول العربية حسب مؤشرات السياحة والسفر

المرتبة 2008	المرتبة 2007	الدولة	المرتبة 2008	المرتبة 2007	الدولة
124/53	124/46	الأردن	124/37	124/32	قطر
124/66	124/58	مصر	124/39	124/34	تونس
124/67	124/57	المغرب	124/40	124/18	الإمارات العربية المتحدة
124/85	124/67	الكويت	124/48	124/47	البحرين

المصدر: تقرير التنافسية العالمي لقطاع السياحة والسفر لعام 2008 ، الموقع الإلكتروني : www.jnco.gov.jo/static/pdf/The-Travel.pdf . تاريخ الاطلاع 2012/12/23 ، ص 2 .

المراجع والإحالات :

- 1- يسرى دعيبس، السياحة والمجتمع دراسات وبحوث في أنثروبولوجيا السياحة، الملتقى المصري للإبداع والتنمية، الإسكندرية، مصر، 2009، ص 14.
- 2- صليحة عشي، الأداء والأثر الإقتصادي والاجتماعي للسياحة في- الجزائر، تونس، المغرب، رسالة دكتوراه، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية والتسيير، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2010/2011، ص 4.
- 3- يسرى دعيبس ، مرجع سابق، ص 29.
- 4- نفس المرجع السابق، ص ص 31، 32.
- 5- النجار، يحي غني، العلاقة الدالية بين الإستثمار السياحي والدخل القومي، دراسة تحليلية ضمن إطار نماذج رياضية، مجلة البحوث الإقتصادية، العدد الثاني، 2005.
- 6- النعيمي، قاسم وآخرون، تطور النشاط السياحي في سورية، دراسة تحليلية لأعداد القادمين ونزلاء الفنادق في الفترة 1982-2002، مجلة جامعة تشرين للدراسات والبحوث، المجلد 27، العدد 3، 2003.
- 7- سعيد محمد المصري: إدارة وتسويق الأنشطة الخدمية " المفاهيم والإستراتيجيات "، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2001، ص.
- 8- الفارسي عيسى حمد، القطاع السياحي والتنمية الإقتصادية في ليبيا، مجلة البحوث الإقتصادية، العدد الثاني، 2003، ص 30.
- 9- وائل مهنا منصور، الفعالية الإقتصادية لسياسات التسويق والترويج السياحي في سورية، رسالة دكتوراه، جامعة تشرين، سوريا، ص 28.
- 10- محمد محجوب الحداد، تقييم تنافسية صناعة السياحة في ليبيا كمصدر بديل للدخل في ظل تحرير تجارة الخدمات، الملتقى الدولي الرابع حول : المنافسة والإستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات في الدول العربية، كلية العلوم الإقتصادية والتسيير، جامعة الجزائر، 20 نوفمبر 2011، ص 5.
- 11- UNWTO(2006) : World Tourism Barometer.
- 12- جامعة الدول العربية : النشرة الإحصائية للسياحة في دول الوطن العربي، العدد السادس، 2007، ص 214.
- 13- جامعة الدول العربية : التعاون العربي في قطاع السياحة، الفصل 12، 2007، ص 215.
- 14- UNWTO, World Tourism Barometer, Committed to Tourism, Travel and Millennium Development Goals, Volume 5, No.2, June 2007, P32.
- 15- صليحة عشي، مرجع سابق، ص 61.
- 16- نفس المرجع السابق، ص 62.
- 17- جامعة الدول العربية : التعاون العربي في قطاع السياحة، ص 219.
- 18- صليحة عشي، مرجع سابق، ص ص 63، 64.
- 19- جامعة الدول العربية : التعاون العربي في قطاع السياحة، ص 220.
- 20- نفس المرجع السابق، ص 221.
- 21- جامعة الدول العربية : التعاون العربي في قطاع السياحة، ص 222.
- 22- تقرير التنافسية العالمي لقطاع السياحة والسفر لعام 2008، الموقع الإلكتروني ، www.jnco.gov.jo/static/pdf/The-Travel.pdf . تاريخ الاطلاع 2012/12/23 ، ص 1.
- 23- صالح مفتاح، عتيقة وصاف، متطلبات صناعة السياحة في ظل اتفاقية تحرير تجارة الخدمات السياحية مع الإشارة إلى حالة الدول العربية، الملتقى الدولي : اقتصاديات السياحة ودورها في التنمية المستدامة، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيذر، بسكرة، يومي 09 و 10 مارس 2010، ص ص 17-19.