

ملخص:

ابتداء من خمسينيات القرن الماضي، شهد النشاط السياحي الدولي نموا كبيرا ومتواصلا وأثبت نتائجه الإيجابية إقتصاديا للعديد من الدول التي تبنت السياحة كمورد أساسي لتحقيق الدخل، ففي الوقت الذي عرف فيه عدد السياح قفزة نوعية تجاوزت المليار سائح، تغيرت خارطة الدول السياحية بشكل كبير وظهرت وجهات جديدة وأنواع سياحية جديدة مما يفسح المجال أمام السياحة الحلال لإحتلال مكانة في السوق السياحية الدولية، من خلال هذه الورقة البحثية نهدف لتحديد توجهات الحركة السياحية وتحليل الأثر الإقتصادي للنشاط السياحي بالمنطقة العربية بالإضافة لإلقاء الضوء على السياحة الإسلامية بمنتجاتها الحلال كبديل لتجاوز الأثر السلبي للأزمات سواء كانت سياسية أو صحية، لذلك إعتدنا على المنهج الوصفي التحليلي وخلصت الدراسة لكون السياحة الحلال إستراتيجية بديلة يمكن الإعتماد عليها لزيادة الجذب السياحي وبالتالي زيادة مساهمة السياحة في الإقتصاد المحلي.

الكلمات المفتاحية: إقتصاد سياحي، حركة سياحية، سياحة عربية، الجذب السياحي، سياحة حلال .

تصنيف JEL: Z3, Z320 .

Abstract:

As early as the 1950s of the last century, international tourist activity has witnessed a great growth and continuously and economically proved positive results for many of the States that adopted tourism as a resource for income, at a time when the number of tourists has increased to one billion tourists, tourism's map has changed and it appeared new destinations and new tourism's type, which paves the way for the Halal tourism to occupy a position in the international tourism market.

Through this paper we aim to determine the orientations of the tourist movement and also the analysis of the economic impact of tourism activity in the Arab region as well as to shed light on the Islamic Tourism so we have relied on the descriptive and analytical approach to the study and we concluded that the halal tourism is can be an alternative strategy through the development of new tourist products and thus increase the contribution of tourism to the local economy.

Keywords: Tourism economy, tourism, tourist movement, the Arab tourism, Halal Tourism

Jel Classification Codes: Z3, Z320.

* المؤلف المراسل.

1. مقدمة:

تحولت السياحة من مجرد ظاهرة تشمل إنتقال الأفراد خارج محيطهم الإعتيادي إلى نشاط إجتماعي وثقافي وصناعة إقتصادية قائمة بذاتها يفسرها النمو المتسارع المحقق في أعداد السياح وكذا الإيرادات السياحية المسجلة . حيث أدى التطور الإقتصادي والإجتماعي والسلام السياسي الذي شهده العالم إبتداءً من سنوات الخمسينات وما تمحور عنه من إرتفاع مستويات الدخل وبالتالي تحسن المستوى المعيشي وكذا تحسن ظروف العمل وتشريع نظام العطل المدفوعة الأجر وإرتفاع المستويات التعليمية والثقافية وكذا التطور المذهل لوسائل النقل والتقدم التقني إلى دفع وزيادة الحركة السياحية بما جعلها تنتقل من 25 مليون سائح سنة 1950 إلى تجاوز عتبة المليار سائح سنة 2012 وتسجيل 1.5 مليار سائح سنة 2019 حسب تقارير المنظمة العالمية للسياحة (UNWTO, 2020) ، لينخفض إلى 400 مليون سائح سنة 2020 أي تسجيل معدل نمو سلبي يتجاوز -70% نتيجة تداعيات فيروس كورونا التي أدت إلى فرض قيود على السفر بأشكال وكثافة مختلفة وضعت هذا القطاع في وضع صعب (UNWTO, Faits Saillants du Tourism, 2021).

وقد شكلت أوروبا وأمريكا الشمالية الوجهات التقليدية الأولى عالمياً لنحو نصف قرن ، كما إستطاعت العديد من الوجهات أن تصنع لنفسها مكاناً بالخارطة السياحية على غرار دول جنوب آسيا وشرقها . وكون المنطقة العربية والإسلامية تستعرض وتزخر بمؤهلات ضخمة تمنحها الفرصة لتطوير صناعة سياحية قائمة بذاتها ولها آثار إقتصادية وإجتماعية هامة ، تظهر أهمية السياحة كخيار إستراتيجي إقتصادي هام للمنطقة العربية والإسلامية كونها تشكل مورد هام ومستدام للعديد من الدول خصوصاً إذا تم الإعتماد على المنتجات الحلال كميزة جذب وكذلك السعي لتفعيل السياحة البيئية .

حيث شهد سوق نمط الحياة الإسلامية نمواً مستمراً بحيث أصبحت المنتجات والخدمات المتوافقة مع الشريعة الإسلامية (مثل الطعام الحلال والسياحة الإسلامية والتمويل الإسلامي) عنصراً مهماً في الإقتصاد الإسلامي ، وكون السياحة الإسلامية مفهوم جديد نسبياً نبحت من خلال هذه الورقة البحثية الإجابة على التساؤلات التالية : ماهو وضع السياحة في الدول العربية ؟ إلى أي مدى يساهم النشاط السياحي في الإقتصاد بالمنطقة العربية ؟ هل يمكن إعتبار السياحة الحلال كإستراتيجية بديلة للنهوض بالقطاع السياحي بالدول الإسلامية في ظل الأزمات المختلفة خصوصاً بعد جائحة كورونا سنة 2020؟

للإجابة على التساؤلات السابقة يركز المقال على النقاط التالية:

- الحركة السياحية بالمنطقة العربية:
- الأهمية الإقتصادية للسياحة بالدول العربية:
- السياحة الحلال.

2. الحركة السياحية بالمنطقة العربية:

1.2. النمو السياحي العالمي:

الملاحظ على مستوى الإحصائيات الخاصة بأعداد السياح ، إستفادة البلدان المتطورة من التدفقات السياحية خصوصاً أوروبا وشمال أمريكا وهذا راجع أساساً لمستوى جودة الخدمات الأساسية وكذا البنية التحتية بالإضافة لمقومات الجذب السياحي التي إستطاعت تلبية إحتياجات السائح المحلي والأجنبي ، بالإضافة لعامل القرب من الأسواق المصدرة.

فخلال النصف الأخير من القرن العشرين وبداية القرن الواحد والعشرين، نمت السياحة بوتيرة متسارعة، إنتقل خلالها أعداد السياح من 25 مليون سائح سنة 1950 إلى 222 مليون سائح سنة 1975 ليصل لـ 278 مليون سائح سنة 1980، ليتضاعف ويصل إلى 527 مليون سائح سنة 1995، ثم يصل أعداد السياح لـ 808 مليون سنة 2005، ويتجاوز عتبة المليار سنة 2012 ويستمر النمو بتسجيل مليار و 134 مليون سائح سنة 2014 وتأكيد ذلك بتحقيق 1184 مليون سائح سنة 2015، على الرغم من التحديات الجيوسياسية، الإقتصادية الأمنية، إلا أن الطلب السياحي واصل النمو وبمعدل يتجاوز +4% خلال الفترة التي تلت الأزمة المالية العالمية لسنة 2009، وقد بلغ عدد السياح الوافدين سنة 2019 أكثر من 1.5 مليار سائح وافد إلا أن القطاع السياحي حساس للآزمات وعرف تسجيل أكبر معدل نمو سلبي بين 2019/2020 تجاوز -73% حيث أدى الإعلان عن جائحة كوفيد-19 يوم 11 مارس 2020 من قبل منظمة الصحة العالمية إلى موجة تدابير فرض قيود على السفر بأشكال وكثافة مختلفة وضعت القطاع السياحي في وضع صعب، ووفقا لمنظمة السياحة العالمية واعتبارا من 28 أبريل 2020، من بين 217 وجهة حول العالم:

- ❖ أغلقت 45% حدودها كلياً أو جزئياً في وجه السياح؛
- ❖ علقت 30% الرحلات الدولية كلياً أو جزئياً؛
- ❖ منعت 18% دخول مسافرين من دول محددة أو الركاب الذين عبروا من خلال وجهات معينة؛
- ❖ طبقت 7% إجراءات مختلفة مثل الحجر الصحي أو العزل الذاتي لمدة 14 يوم وإجراءات التأشيرة (منظمة التعاون الإسلامي ، 2020).

والجدول رقم 1 يظهر نظرة عن الآثار التي مست السياحة جراء جائحة كوفيد-19.

2.2. النمو السياحي بالمنطقة العربية:

يوجد تركز حاد في التدفق السياحي بالعالم ، حيث يتجه الجزء الأكبر لإقليم أوروبا بنسبة 51% من مجموع عدد السياح في العالم، كون السياحة أحد أهم الأنشطة الاقتصادية التي تعول عليها البلدان المتقدمة، في حين نلاحظ الحصة الضعيفة للمنطقة العربية من السياحة العالمية حيث لا يتجاوز عدد السياح الدوليين 118 مليون سائح رغم الإمكانيات التي تتمتع بها المنطقة العربية والتي تشمل التنوع الطبيعي، الجغرافي، التراث الثقافي والتاريخي الكبير، ولعل أهم ما يفسر هذا التناقض الموجود بين عوامل الجذب السياحي المتوفرة وبين نقص عدد السياح ، الإضطرابات السياسية والآزمات والحروب وكذا الإستعمار التي عانت منه المنطقة العربية ولا زالت تعاني منه لحد الآن ،بالإضافة لتداعيات الأزمة الصحية الأخيرة .

كما ينحصر النشاط السياحي في بلدان قليلة على رأسها الإمارات، السعودية والمغرب حالياً بعدما إنحصر سابقا في كل من مصر ، تونس وسوريا وهذا موضح من خلال الجدول رقم 02 .

والواضح من خلال الجدول رقم 02 إختلاف توزيع أعداد السياح بالمنطقة العربية حسب مستوى النمو الإقتصادي من جهة والإستقرار الأمني والسياسي من جهة أخرى، حيث بلغ إجمالي عدد السياح القادمين للدول العربية سنة 2019 ما يقدر بـ 119 مليون سائح أي حوالي 8% من إجمالي عدد السياح بالعالم وهي نسبة ضعيفة نسبياً، أغلبهم تركزوا في ثلاث جهات تعتبر الأولى سياحياً بالمنطقة (السعودية، الإمارات والمغرب) والتي تعتمد على ثلاث إستراتيجيات مختلفة (السياحة الدينية، سياحة الأعمال والمؤتمرات، السياحة الثقافية) ، ورغم تحقيق نسب نمو إيجابية بين 1990-1995 وتضاعف عدد السياح بالمنطقة العربية بين 1995-2000 و 2005-2010 كنتيجة للإستقرار الأمني الذي شهدته المنطقة منذ سنة 1990 إلا

أننا نلاحظ تسجيل معدل نمو سلبي بين 2010-2015 كنتيجة لتداعيات الربيع العربي وعدم الإستقرار الأمني الذي شهدته كل من مصر، سوريا، فلسطين، العراق، تونس، اليمن وليبيا إلا أن الفترة ما بين 2015-2019 عرفت تضاعف عدد السياح بكل من السعودية والإمارات، مصر، عمان وتحقيق نتائج إيجابية في أغلب الدول العربية المذكورة في الجدول إلا أن الأزمة الصحية العالمية سنة 2020 نتيجة إنتشار فيروس كورونا أدت إلى تسجيل نتائج سلبية في القطاع السياحي ليس على المستوى العربي فقط وإنما على المستوى العالمي والذي أدى إلى إنخفاض عدد السياح الوافدين في جميع أنحاء العالم سنة 2020 بنسبة -73% و بنسبة -88% سنة 2021 وهذا مايؤكد حساسية القطاع السياحي للأزمات سواء السياسية والأمنية أو البيئية .

3.2 القدرات الإستيعابية للدول العربية في مجال الجذب السياحي:

عادة ما يشار إلى القدرات الإستيعابية للدول في مجال الجذب السياحي وتوفير الخدمات المختلفة للسياح بمؤشر نسبة عدد السياح إلى عدد السكان (Vellas, 2006)، حيث تتجاوز هذه النسبة 100 % في الدول السياحية العريقة، فنجدها تتجاوز 130% في فرنسا، و 146 % بإسبانيا حسب إحصائيات سنة 2015، ورغم كون هذا المؤشر يرتبط بقدرة الدولة على إستيعاب السياح وإستقبالهم في سائر فترات العام إلا أنه يجدر التنبيه إلى أن تفسير هذا المؤشر وإرتباطه بالجذب السياحي يبقى نسبي، فبالنظر لثاني وجهة سياحية بالعالم الو.م.أ والتي يتجاوز عدد السياح بها 77 مليون سائح إلا أن نسبة عدد السياح للسكان لا تتجاوز 20 % رغم توافر مختلف الخدمات السياحية من إقامة ونقل وإطعام دون تأثير مستوى معيشة المواطن المحلي، ومن خلال الجدول رقم 3 نوضح نسبة هذا المؤشر في بعض الدول العربية.

على مستوى الدول العربية، ومن خلال معطيات الجدول رقم 3 ، فقد تجاوزت هذه النسبة 100% في ثلاث دول عربية سنة 2015 ، فنجدها تجاوزت 200% بقطر و 173% بالإمارات و 162% بلبنان، وهي دول ينخفض فيها عدد السكان من جهة ومن جهة أخرى دول تبنت إستراتيجيات سياحية تعتمد على تطوير البنية التحتية وفتح الباب أمام الإستثمار الأجنبي في المجال السياحي ، وتم مضاعفة النسبة بالإمارات سنة 2019 وقد تقدمت البحرين ب 31 مركز في تقرير تنافسية مؤشرات السياحة والسفر الصادر عن المنتدى الإقتصادي العالمي نتيجة إستقبالها ل 11 مليون سائح سنة 2019 وقد إنعكس ذلك على معدل القدرة الإستيعابية للجذب السياحي في البلد حيث حقق نسبة 780% و يأتي ذلك في إطار الإستراتيجية الشاملة لهيئة البحرين للسياحة والمعارض لتسويق وترويج الهوية السياحية للبلد ، في حين نسجل إنخفاض النسبة بلبنان نتيجة الأزمات الأمنية وعدم الإستقرار السياسي الذي يشهده البلد و بالنسبة لباقي الدول العربية فنجد النسبة معقولة بكل من تونس ، عمان ، السعودية ، المغرب والأردن في حين نجدها ضعيفة بكل من الجزائر ، السودان ، الكويت، مصر ، فلسطين وهو أمر راجع سواء لإرتفاع عدد السكان ، أو عدم الإستقرار السياسي والأمني أو حتى عدم الإهتمام بالسياحة كأحد مصادر تنوع الدخل وضعف البنية التحتية .

بالإضافة لمؤشر عدد السياح لعدد السكان يمكن الإستعانة بمؤشر آخر وهو معامل الجذب الإقليمي وهو مؤشر يقيس تطور الجذب السياحي لمكان ما ويعبر عنه من خلال نسبة السياحة الوافدة للسياحة المغادرة .

(CAT : coefficient d'attractivité territorial, un macro indicateur parmi les diverses méthodes d'évaluation d'attractivité touristique d'un territoire)

$$CAT = \frac{\text{fluts entrants}}{\text{fluts sortants}}$$

وسنحاول تحديده لبعض الدول العربية من خلال الشكل رقم 03 حيث تبين أن الإمارات تسجل معامل جذب إقليمي يتجاوز 100% قدره 133.72% وهي نسبة جيدة جدا إذ تسجل في الدول السياحية العريقة وهذا تجسيدا لرؤية دبي السياحية التي كانت تهدف لإستقبال 20 مليون سائح بحلول سنة 2020 من خلال جعل دبي الخيار الأول للمسافرين بغرض الترفيه والأعمال وبالفعل قد تم تجاوز الرقم المتوقع سنة 2019 إلا أنها سجلت إنخفاضاً سنة 2020 نتيجة أزمة كورونا و قد أثبتت الوجهة التعامل مع الجائحة بنجاح وفق أعلى مستويات المرونة والكفاءة لتشهد عودة تدريجية لأنشطة السياحة حيث شجعت السياحة الداخلية من جهة ، وتعد من أولى المدن العالمية التي إستأنفت نشاط الأعمال والفعاليات الترفيهية مع الإلتزام بتطبيق إجراءات احترازية شاملة ، كما ساهم رفع قيود السفر بشكل مبكر في مشهد التعافي السياحي العالمي بالإضافة لإستضافتها معرض " اكسبو 2020 بدبي " مما يساهم في تنوع العروض والتجارب للضيوف ، في حين يقدر معامل الجذب السياحي بالسعودية 74% وهي التي تعتمد على السياحة الدينية بالإضافة لإعتمادها التأشيرة السياحية سنة 2019 والتي تمكن السياح الدوليين من الدخول للبلد طيلة السنة ، في حين يبلغ في عمان 54% وهي نسبة جيدة نسبياً حيث ينعم البلد بإمكانات طبيعية وإرث تاريخي غني وقد عمدت الجهات المسؤولة على تبني الإستراتيجية العمانية للسياحة (2040) لتسريع خطوات التنمية السياحية بالإستغلال الأمثل للموارد وفق مبادئ الإستدامة ، بالنسبة للجزائر نجدها تقريباً 40% حيث عملت السلطات الجزائرية المعنية على تبني إستراتيجية وطنية تهدف لتحقيق التنمية الفاعلة في الصناعة السياحية تتمثل في المخطط التوجيهي للهيئة السياحية SDAT2030 بتحديد هدف تجاوز 2.5 مليون سائح سنة 2015 و تجاوز 11 مليون سائح سنة 2030 (الوكالة الوطنية لتنمية السياحة ، 2018) إلا أن الإحصائيات تظهر فارقاً وبعد كبير بين ما هو مسجل في الواقع وما تم توقعه .

3. الأهمية الإقتصادية للسياحة بالدول العربية:

ينتج عن النشاط السياحي الدولي فوائد إقتصادية كبيرة للبلدان المستضيفة للسياح ، حيث تم تسجيل 10.4% كمساهمة إجمالية للسياحة في الناتج المحلي الإجمالي العالمي سنة 2019 وهي السنة التي سبقت الجائحة الصحية . من خلال هذا الجزء ، سنحاول تقييم الدور الذي يلعبه قطاع السياحة الدولية في إقتصادات البلدان العربية و ذلك من خلال تطور الإيرادات السياحية وكذلك حساب المساهمة الصافية لقطاع السياحة الدولية كنسبة مئوية من الناتج المحلي الإجمالي وكذا تحديد مساهمته في خلق فرص العمل في بعض البلدان العربية بقدر ما تسمح به البيانات ذات الصلة المتاحة .

1.3. تطور الإيرادات السياحية بالمنطقة العربية:

يعتبر القطاع السياحي أحد أهم محاور الإستراتيجيات الإقتصادية المعتمد عليها في العديد من البلدان العربية على غرار مصر، المغرب ، الأردن و تونس ، إلا أن الحروب الأهلية، عدم الإستقرار السياسي الأزمات الإقتصادية وكذلك ثورات الربيع العربي وكذا الأزمة الصحية و البيئية الأخيرة، شكلت أهم الأسباب التي ساهمت في إنخفاض الإيرادات السياحية بالمنطقة العربية، كما هو موضح في الشكل رقم 2 والذي نلاحظ من خلاله إنخفاض العوائد السياحية بمصر و تونس للنصف ، في حين تتجه الإمارات العربية للريادة بتحقيقها لأكثر من 38 مليار دولار عن سنة 2019 وهذا بإعتمادها على سياحة الأعمال بالإضافة للنمو الكبير الذي شهدته المنطقة في البنى التحتية ، وتعتبر السعودية ثاني وجهة سياحية بالمنطقة العربية من ناحية الإيرادات السياحية بتحقيقها لأكثر من 19 مليار دولار عن سنة 2019 ، كما نلاحظ الزيادة المعتبرة للإيرادات السياحية بقطر وهذا أمر منطقي بعد زيادة معدل نمو عدد السياح نتيجة تبنيها إستراتيجية سياحية جديدة

تهدف لإستقبال 7 ملايين زائر بحلول سنة 2030 (الهيئة العامة للسياحة ، 2018)، وتشكل المغرب أهم وجهة لسنة 2019 بالنسبة للدول العربية بمنطقة شمال إفريقيا بتسجيلها لحوالي 10 مليار دولار رغم تراجع إيراداتها بين 2010-2015. يجدر بالإشارة ، أن توجهات عائدات السياحة الدولية بالمنطقة العربية مماثل لتطورات عدد السياح الوافدين الدوليين على المستوى الكلي، في حين تختلف حصص الدول العربية بشكل فردي ، ويتحكم في ذلك مدة الإقامة ، غرض الزيارة ، البعد الجغرافي، وكذا الإستراتيجيات المتبناة من طرف الدول التي تسعى لتطوير القطاع بشكل جدي حيث نلمس تضاعف الإيرادات في المملكة العربية السعودية بين 2015 و 2019 حيث انتقلت من 10 مليار دولار لحوالي 20 مليار دولار وهذا كون البلد يمثل أول الوجهات العربية تفضيلاً من قبل السياح المسلمين ورابعها عالمياً ضمن قائمة الوجهات العشر الأولى الأكثر زيارة من قبل السياح المسلمين حسب تقرير المؤشر العالمي للسياحة الإسلامية لسنة 2019 بالإضافة لكون المملكة تسعى لتسجيل 100 مليون زيارة سنوياً بحلول سنة 2030 بعدما استحدثت للمرة الأولى في تاريخها التأشيرة السياحية التي تتيح لجميع دول العالم القدوم إليها على مدار العام (الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني ، 2020) ، كما نلاحظ من خلال الشكل رقم 2 هبوط حاد في الإيرادات سنة 2020 نتيجة الجمود الذي عرفه القطاع في السعودية على غرار دول العالم وقد تم تنشيط السياحة الداخلية كخطوة أولى وإعتماد نظام إدارة للأزمة ، أما الإمارات العربية فقد سجلت أكثر من 38 مليار دولار سنة 2019 لتتخفف بعد ذلك لحوالي 24 مليار دولار نتيجة تداعيات أزمة كورونا ، بالنسبة لمصر وإن تجاوزت على العموم أزمته السياسية والأمنية بمضاعفة الإيرادات بين 2015 و 2019 إلا أنها سجلت معدل نمو سلبي بين 2019 و 2020 قدرب 65% نتيجة الأزمة الصحية كورونا 19- وفرض قيود السفر ، والأمر متماثل بالنسبة للدول العربية الأخرى التي سجلت معدلات نمو إيجابية بين 2015-2019 و معدلات نمو سلبية بين 2019-2020.

2.3. مساهمة السياحة العربية في الناتج المحلي الإجمالي وتوفير فرص العمل:

سنحاول تقييم الدور الذي يلعبه قطاع السياحة الدولية في إقتصادات البلدان العربية وذلك من خلال حساب المساهمة الصافية لقطاع السياحة الدولية كنسبة مئوية من الناتج المحلي الإجمالي وكذا تحديد مساهمته في خلق فرص العمل في بعض البلدان العربية بقدر ما تسمح به البيانات ذات الصلة المتاحة.

عند دراسة الدور الإقتصادي لقطاع السياحة الدولية في إقتصادات بعض البلدان العربية من حيث صافي مساهماتها بشكل إجمالي في الناتج المحلي الإجمالي في كل بلد، حسب ما هو موضح في الشكل رقم 3 ، يظهر الاختلاف من دولة لأخرى ، حيث أن المشاكل المتعلقة بتنمية السياحة بالمنطقة العربية متنوعة بتنوع الخصائص السياحية لكل بلد ومستوى التنمية فيه فضلاً عن أولوياته وإستراتيجياته التنموية، حيث تراوحت نسب المساهمة بشكل إجمالي بين 8 إلى 20% سنة 2019 بإعتبار سنة 2020 سنة إستثنائية تم تسجيل معدلات نمو سلبية في أغلب الدول ، كما نلاحظ الدور الهام والأساسي لقطاع السياحة بלבنا حيث تجاوزت نسبة المساهمة بشكل إجمالي 19% رغم الإنخفاض سابقاً بين سنة 2010-2015 وهذا لتأثره بالنزاعات الدائرة في منطقة الشرق الأوسط، كما تعتمد تونس بشكل كبير على القطاع السياحي في تنمية الإقتصاد وهذا لإفتقاره لموارد الطاقة ورغم الأوضاع الأمنية غير المستقرة منذ سنة 2010، كما يلعب النشاط السياحي الدولي دوراً هاماً نسبياً بالنظر لحجم الإقتصاد لدى عدد من الدول العربية التي تعتبر المراكز السياحية الرئيسية بالمنطقة العربية وأعلاها من حيث الإيرادات السياحية على غرار الأردن، الإمارات العربية المتحدة، مصر، السعودية. كما تختلف نسب المساهمة المسجلة سنة 2020، إلا أنها كلها معدلات نمو سلبية إذا تم مقارنتها بسنة 2019 وهذا متوقع بسبب التباطؤ الإقتصادي العالمي وتفشي جائحة فيروس كورونا وما نجم عنه من إغلاق للحدود وفرض قيود على السفر.

وإعتبار قطاع السياحة قطاع مولد لمناصب العمل بشكل مباشر وغير مباشر ، والمشروعات المرتبطة به يساهم في توفير فرص عمل جديدة مما يخفض من البطالة و بالتالي يساهم في إرتفاع مستوى الدخل وتحقيق الرفاهية للمجتمع ، حيث تساهم السياحة في توفير العديد من فرص العمل سواء في القطاع السياحي نفسه أو في الأنشطة ذات الصلة ، حيث يشمل التوظيف المباشر الوظائف ذات الإتصال وجها لوجه مع الزوار ، العاملون في شركات الطيران و الفنادق و تأجير السيارات و المطاعم و تجار التجزئة و أماكن الترفيه في حين يشير التوظيف غير المباشر للأشخاص الذين يعملون لموردي صناعة السياحة من موردي طعام لشركات الطيران ، و خدمات غسيل الملابس، و موردي السلع الغذائية و تجار الجملة ، و شركات المحاسبة ، و الهيئات الحكومية و شركات تصنيع و بناء السلع الرأسمالية و السلع و البضائع المصدرة المستخدمة في مجال السياحة ، بما في ذلك الصلب و الخشب و النفط وغيرها .(منظمة العمل الدولية ، 2013) و باعتبار السياحة صناعة كثيفة العمالة فهي تتطلب درجات متفاوتة من المهارات حيث تمثل المرأة بين 60 إلى 70% من القوى العاملة في حين يعتبر نصف عدد القوى العاملة في السياحة شباب تحت سن 25 عاما . (world travel and tourism council, 2010)

نلخص من خلال الشكل رقم 4 مساهمة قطاع السياحة في التوظيف في بعض الدول العربية. و الملاحظ من خلال الشكل رقم 4 إنخفاض عدد مناصب العمل المرتبطة بالسياحة في البلدان العربية المتضررة من جراء أحداث ثورات الربيع العربي كمصر و تونس رغم كونها وجهات سياحية رئيسية بالمنطقة العربية، حيث إنخفضت عدد مناصب العمل المباشرة بمصر بين 2010 و 2015 بأكثر من 33% ، و بتونس حوالي 8% ، كما هو الحال بلبنان الذي إنخفض عدد مناصب العمل المباشرة بها ب 7.63% في حين نلاحظ نمو عدد مناصب العمل التي يوفرها قطاع السياحة بكل من السعودية ، الإمارات و قطر هذه الأخيرة التي تبنت إستراتيجية جديدة تهدف للوصول ل 127000 فرصة عمل سنة 2030 أي ما نسبته 5.3% من إجمالي القوى العاملة بقطر و إنخفاض واضح في مناصب العمل الناجمة عن القطاع بين سنة 2019/2020 نتيجة إغلاق العديد من الفنادق لإنخفاض معدلات الإشغال و إنخفاض عدد السياح الوافدين و بالتالي تسريح العمال و كذا القيود المفروضة على السفر.

4. السياحة الحلال:

1.4 . أبعاد السياحة الإسلامية:

تستهدف السياحة الإسلامية بالأساس الأشخاص ذوو المعتقدات الإسلامية ، على الرغم من أنه يمكن أن تستهدف أيضا كل الأشخاص على الصعيد العالمي حتى من غير المسلمين لعدة أسباب على غرار العدل في الأسعار ، الأمن ، النظافة ، البيئة الودية للأسرة لا تختلف السياحة الإسلامية في مكوناتها عن السياحة التقليدية إلا أن تقييم قيمة المنتجات السياحية في حالة السياحة الحلال تنطوي على إحترام متطلبات مبادئ الشريعة الإسلامية كحظر الزنا و القمار و إستهلاك لحوم الخنازير و غيرها من الأطعمة الحرام و بيع أو شرب الخمر و إرتداء الملابس غير اللائقة. (منظمة التعاون الإسلامي ، 2015)

حيث يوضح الشكل رقم 5 المفاهيم العامة للسياحة الحلال التي تقوم على ثلاثة أبعاد أساسية تشمل كل من الإقتصاد، الثقافة و الدين، حيث يركز البعد الإقتصادي على ضرورة إستغلال المحافل الإقليمية و الدولية كالمؤتمر الإسلامي لوزراء السياحة و المجلس العربي لوزراء السياحة لتوضيح الأسس الإقتصادية لسوق السياحة الإسلامية بالنظر لكونه من الأسواق السياحية الناشئة التي تتوفر على إمكانيات إقتصادية و ديموغرافية ووجهات ضخمة ، في حين يشمل البعد الثقافي تشجيع إعادة التوجيه داخل الوجهات السياحية نحو المواقع الإسلامية التاريخية و الدينية و الثقافية، أما البعد الديني فيعتمد على دمج عناصر نمط الحياة الإسلامية المحافظة بصناعة السياحة الحديثة.

2.4. التوزيع الإقليمي لسوق السياحة الإسلامية:

ارتبط سوق السياحة الإسلامية سابقا بالحج والعمرة فقط، في حين، وبتزايد الوعي والنمو المتسارع للسياح المسلمين، عمد الفاعلون في الصناعة السياحية على تقديم منتجات وخدمات خاصة صممت وفقا لمبادئ الشريعة الإسلامية.

ووفقا لأحدث التقديرات، تراجع عدد السياح الوافدين على بلدان منظمة التعاون الإسلامي من 193.1 مليون سائح عام 2013 إلى 149.9 مليون في 2018 أي استقبلت دول المنظمة نسبة 10.7% في عدد السياح الدوليين الوافدين على الصعيد العالمي، أما بالنسبة للإيرادات فقد إزداد سوق السياحة الإسلامية بإستثناء الحج والعمرة من 80 مليار دولار سنة 2006 إلى 145 مليار دولار سنة 2014 ليصل ل 189 مليار دولار سنة 2018 وهذا حسب دراسة حديثة لماستر كارد رايتينغ (Mastercard and crescent Rating, 2019) وهو ما يمثل حوالي 12.4% من عائدات السياحة العالمية، وتتوقع الدراسة تسجيل 230 مليون سائح مسلم محليا وخارجيا سنة 2026 بإيرادات تقدر بـ 300 مليار دولار.

إقليميا، تتركز السياحة الإسلامية بشكل كبير في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا، كما مثلت كل من أوروبا و آسيا الوسطى ثاني أكبر حصة بنسبة 25% تلتها منطقة شرق آسيا والمحيط الهادئ بنسبة 12% وأخيرا أفريقيا جنوب الصحراء بنسبة 6% كما هو موضح في الشكل رقم 6.

على مستوى البلدان، تعتبر الدول 57 الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي هي السوق الرئيسية التي تشكل مصدرا لصناعة السياحة الإسلامية العالمية، حيث تمثل هذه الدول 82% من إجمالي نفقات سفر المسلمين خلال الفترة 2013-2014.

وفي إحصائيات أحدث نجد، على المستوى القطري، تتركز النشاط السياحي الدولي سواء من حيث عدد السياح الوافدين أو عائدات السياحة في عدد قليل من بلدان المنظمة، ففي 2018، تربعت كل من تركيا ماليزيا والمملكة العربية السعودية على قائمة أفضل الدول أداء في بلدان المنظمة من حيث الوافدين من السياح الدوليين، وإستقطبت هذه الدول الثلاثة مجتمعة 89.5 مليون من السياح الدوليين وهو ما مثل حصة 41% من إجمالي السياح الدوليين الوافدين على المنظمة في نفس السنة وبلغت عائدات السياحة في هذه البلدان 75.9 مليار دولار أمريكي، أي ما يعادل حصة 42% من إجمالي عائدات السياحة لمنظمة التعاون الإسلامي في 2018 (منظمة التعاون الإسلامي، 2015)

وشهد سوق السياحة الإسلامية توسعا سريعا على مر السنين وبرز كأحد أسرع القطاعات نموا في سوق السياحة العالمية، حيث من المتوقع أن يصل إلى 274 مليار دولار أمريكي بحلول عام 2024 بمعدل نمو سنوي مركب قدره 6.4%، كما تشير التقديرات المأخوذة من دراسة حديثة لماستر كارد وكريسنس رايتينغ إلى مسار النمو الطموح لهذا القطاع المتخصص وتتوقع الدراسة إمكانية سفر أكثر من 230 مليون سائح مسلم محليا وخارجيا بحلول عام 2026 ومن المتوقع أن تضخ هذه الأنشطة السياحية 300 مليار دولار أمريكي إلى الإقتصاد العالمي، وبالتالي يتعين على البلدان العربية التابعة لمنظمة التعاون الإسلامية عدم التقليل من شأن الأهمية الإقتصادية لقطاع السياحة الإسلامية باعتبارها عاملا من عوامل التمكين في النمو الإقتصادي.

3.4. مؤشر السفر العالمي للمسلمين GMTI :

هو أحد المؤشرات التي تهدف لتقييم أداء الوجهات السياحية فيما يتعلق بالإمتثال لمتطلبات السياحة الإسلامية حيث يتكون من العديد من العوامل التي تعكس التجربة الكلية للسياحة الإسلامية في وجهة سياحية معينة ضمن أربع مجالات (إمكانية الوصول ، الإتصالات ، البيئة ، الخدمات) (منظمة التعاون الإسلامي ، 2020) ، ووفقا لنتائج هذا المؤشر بلغ متوسط الدرجات 50 بالنسبة لدول منظمة التعاون الإسلامي ، والشكل رقم 7 يوضح درجات بعض الدول العربية التابعة لمنظمة التعاون الإسلامي حيث حصلت السعودية والإمارات على درجات متقاربة 72 و 71 وهذا كونهما يحتلان المراتب الأولى من حيث عدد السياح الوافدين والإيرادات المحققة على مستوى المنطقة العربية وهو أكبر من متوسط الدرجات 50 بالنسبة لدول منظمة التعاون الإسلامي بحيث تشير الدرجة العليا إلى بيئة وتجربة أفضل للسياحة الإسلامية وبالنظر إلى كون البلدان المشار إليها من خلال الشكل 7 تتمتع بميزة نسبية ترجع أساسا إلى توفر بيئة مناسبة لمفهوم الحلال بما في ذلك المرافق والخدمات الملائمة للمسلمين فإن الأمر ليس مفاجئا في تحصلها على درجات أعلى من المتوسط وعلى الرغم من ذلك يجب وضع تدابير وسياسات استباقية في الدول العربية للاستفادة من البيئة السياحية المتماشية مع تعاليم الإسلام و تحويل ميزتها النسبية لميزة تنافسية والتأثير على قرار السياح المسلمين لإختيار الوجهات العربية بإعتبار أن عددهم يتوقع أن يتجاوز 230 مليون سائح مسلم بحلول 2026 .

خلاصة:

تلعب البيئة الجيوسياسية غير المستقرة للإقليم العربي في السنوات الأخيرة خصوصا بعد تداعيات ما يعرف بالربيع العربي والذي مس أهم الوجهات السياحية للمنطقة العربية على غرار مصر ، سوريا ، ليبيا بالإضافة للأوضاع الأمنية غير المستقرة بكل من فلسطين ، لبنان ، العراق واليمن دورا هاما حيث إستطاعت تقليص دور الإقتصاد السياحي في البلدان السابق ذكرها لذلك تظهر السياحة الحلال كإستراتيجية بديلة يمكن الإعتماد عليها لزيادة الجذب السياحي من خلال تطوير منتجات سياحية جديدة تتماشى مع قيم ومبادئ السائح المسلم وبالتالي زيادة مساهمة السياحة في الإقتصاد المحلي خصوصا أن السياحة أثبتت مرونتها مع الأزمات المختلفة .

جدول 1: آثار الكوفيد-19- على السياحة الدولية

2021	2020	2019	
415 مليون	400 مليون	1.5 مليار	عدد السياح الوافدين
700 مليار دولار	638 مليار دولار	1.7 تريليون	الصادرات من قطاع السياحة والسفر
620 مليار دولار	536 مليار دولار	1468 مليار دولار	العائدات

المصدر: منظمة السياحة العالمية :

UNWTO world tourism barometer, January 2022, P2;

جدول رقم (2):تطور عدد السياح بالمنطقة العربية خلال الفترة 1990-2020

2020	2019	2015	2010	2005	2000	1995	1990	الوحدة (ألف سائح)
/	20292	10130	6712	6111	12600	3325	2200	المملكة العربية السعودية
/	13026	6065	12528	6851	4345	2684	1100	مصر
8.084	25282	16038	8577	2233	1063	632	315	الإمارات العربية المتحدة
/	2.424	غ.م	6190	2130	1082	1258	320	سوريا
1240	5361	4065	3585	1441	723	660	512	الأردن
/	1936	6857	7995	1140	742	710	450	لبنان
582	2136	5035	1700	760	128	309	136	قطر
869	3506	1540	780	481	221	99	69	عمان
/	/	غ.م	1660		78	61	478	العراق
93	688	432	667	88	101	غ.م	غ.م	فلسطين
1909	11061	1200	995	3514	573	247	135	البحرين
2161	8565	499	290	164	98	121	132	الكويت
/	/	398	1161	336	73	50	20	اليمن
/	/	غ.م	60	149	174	56	96	ليبيا
/	591	1710	2070	1443	866	520	1137	الجزائر
2.012	9429	5359	7828	6378	5058	4120	3204	تونس
2.802	13109	10177	9288	5843	4300	2602	4000	المغرب
/	836	684	495	61	38	29	33	السودان
/	/	69791	72580	39123	32263	17483	14337	المجموع

المصدر:

- جامعة الدول العربية ، الأمانة العامة -القطاع الإقتصادي-إدارة الإحصاء وقواعد المعلومات ، " الدول العربية :أرقام ومؤشرات " ، العدد السادس ، جانفي 2017 ؛

- منظمة السياحة الدولية ، الكتاب السنوي للإحصاءات السياحية ، موجز الإحصاءات السياحية بالموقع:

à 16:12022/202/28Data.albankaldawli.org consulté le ○

- Faits saillants du tourisme, édition 2013,2014,2015,2016, 2022 ;

- World Tourism Organisation,Tourism Market Trends, 2006 edition, Annex 11-12-13-14-15.

الجدول رقم (3): نسبة عدد السياح لعدد السكان

نسبة عدد السياح لعدد السكان 2019	نسبة عدد السياح لعدد السكان 2015	عدد السكان	2019	2015	
%62.92	%31.41	32248200	20292000	10130000	المملكة العربية السعودية
%14	%6.52	93012200	13026000	6065000	مصر
%272.81	%173.06	9267000	25282000	16038000	الإمارات العربية المتحدة
%56.24	%42.64	9531712	5361000	4065000	الأردن
%45.74	%162.02	4232000	1936000	6857000	لبنان
%88.22	%207.79	2421000	2136000	5035000	قطر
%80	%35.40	4349701	3506000	1540000	عمان
%14.69	%09.22	4682467	688000	432000	فلسطين
%780	%85.41	1404900	11061000	1200000	البحرين
%20.47	%11.92	4183658	8565000	499000	الكويت
%05.86	%04.23	40400000	2371000	1710000	الجزائر
%85.85	%48.79	10982754	9429000	5359000	تونس
%39.32	%30.52	33337529	13109000	10177000	المغرب
%02.11	%01.72	39598700	836000	684000	السودان

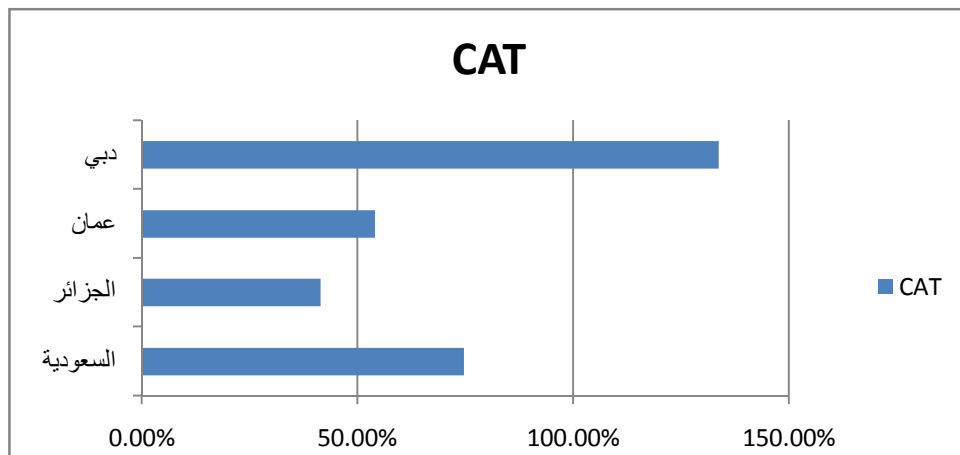
المصدر:

جامعة الدول العربية ، الأمانة العامة - القطاع الإقتصادي-إدارة الإحصاء وقواعد المعلومات ، " الدول العربية :أرقام ومؤشرات " ، العدد السادس ، جانفي 2017 ؛

إحصائيات البنك الدولي عبر الموقع :

Data.albankaldawli.org consulté le 28/02/2022 à 16:12

الشكل (1): معامل الجذب الإقليمي لبعض الدول العربية

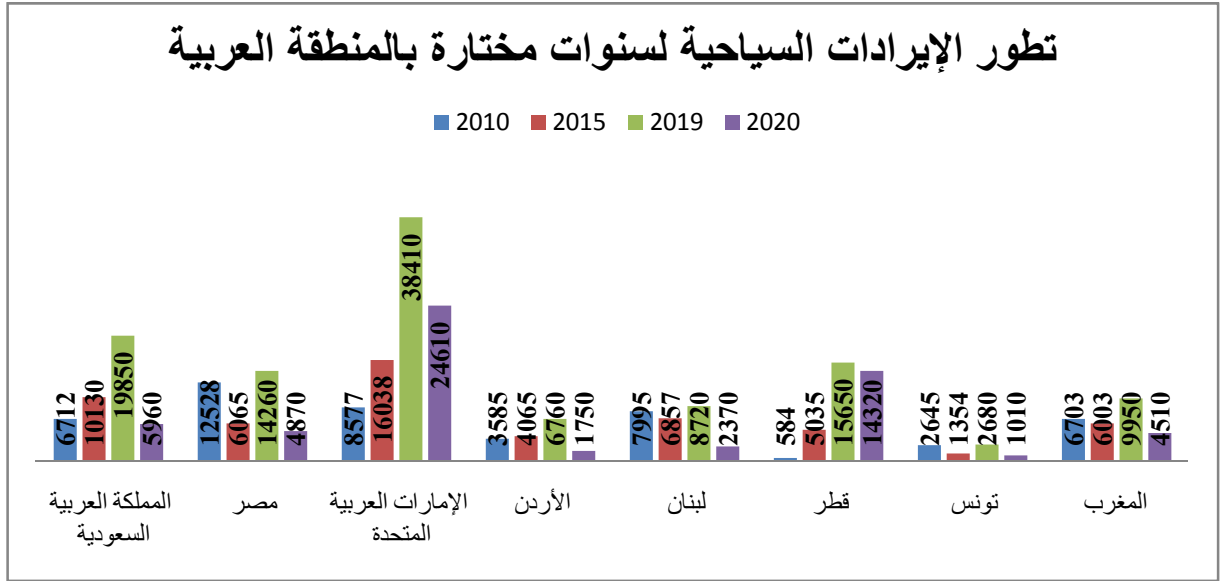


المصدر: من إعداد الباحثة بالإعتماد على :

✓ منظمة السياحة الدولية ، الكتاب السنوي للإحصاءات السياحية ، موجز الإحصاءات السياحية بالموقع:

Data.albankaldawli.org consulté le 2022/03/01 à 16:12

الشكل (2): تطور الإيرادات السياحية بالمنطقة العربية



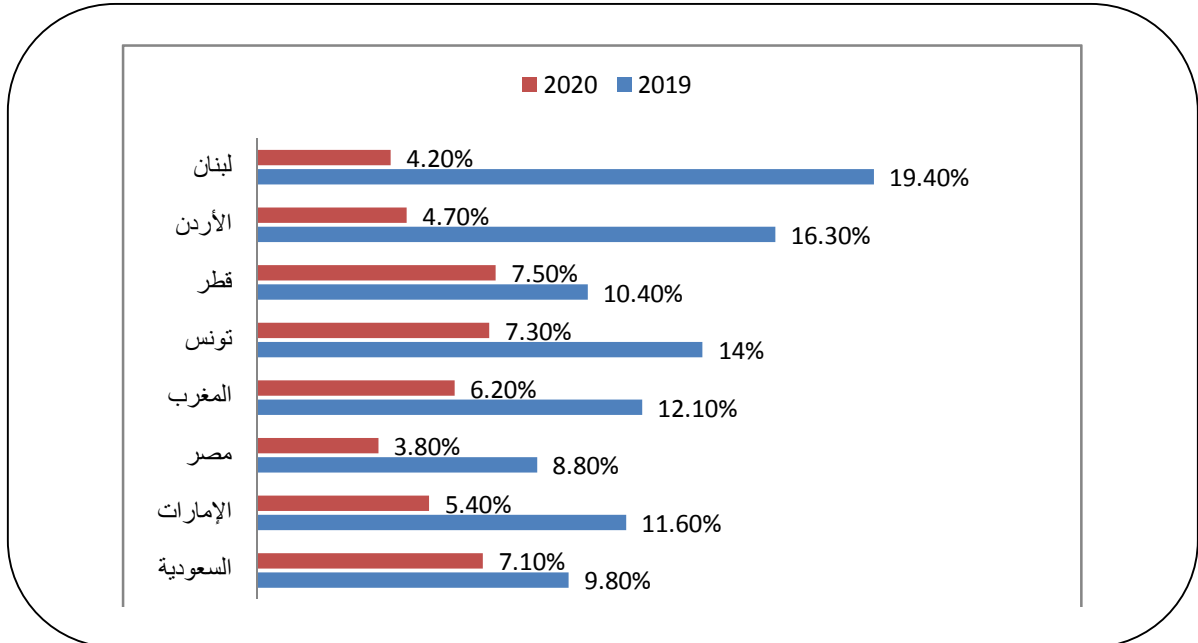
المصدر: من إعداد الباحثة بالإعتماد على :

Faits saillants du tourisme, édition 2015, 2016 ;

منظمة السياحة الدولية ، الكتاب السنوي للإحصاءات السياحية ، موجز الإحصاءات السياحية بالموقع:

Data.albankaldawli.org consulté le 2022/03/01 à 16:12

الشكل (3): الدور الإقتصادي للسياحة ببعض الدول العربية لسنوات مختارة

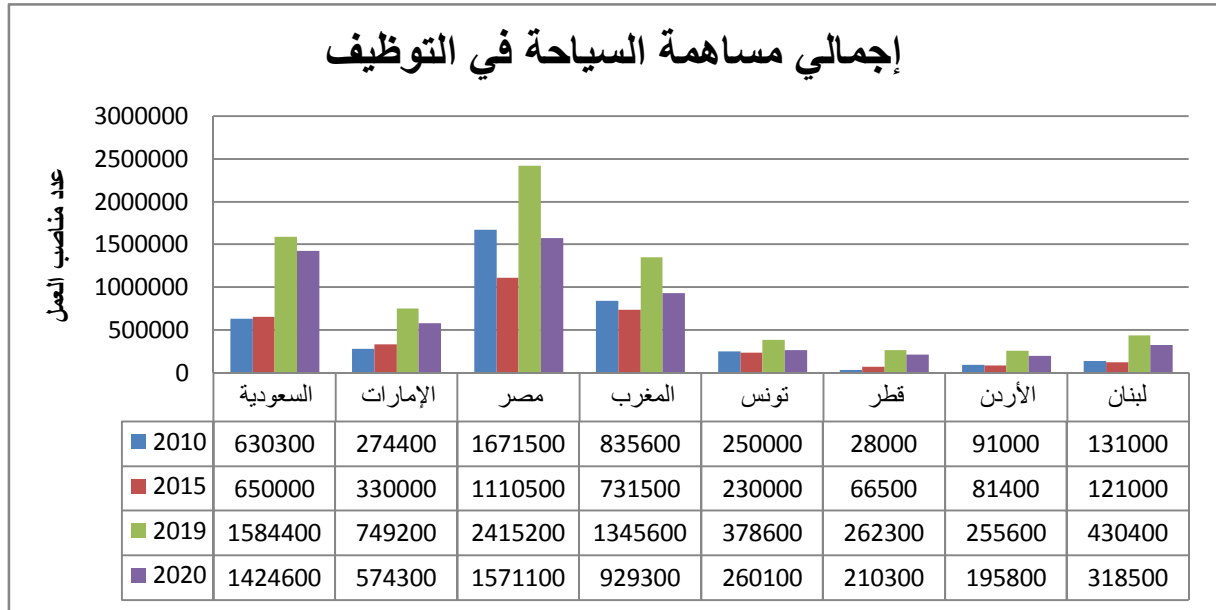


المصدر: من إعداد الباحثة بالإعتماد على :

- التقرير الإقتصادي السنوي حول الدول الأعضاء بمنظمة التعاون الإسلامي ، مركز الأبحاث الإحصائية والإقتصادية والإجتماعية و التدريب للدول الإسلامية ، أنقرة ، 2011 ؛
- السياحة الدولية في البلدان الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي "الأفاق والتحديات" ، مركز الأبحاث الإحصائية والإقتصادية والإجتماعية و التدريب للدول الإسلامية ، أنقرة ، 2015؛
- موقع وزارة السياحة والآثار ، الأردن ؛
- نشرة مؤشرات السفر والسياحة الشهرية ، مركز المعلومات والأبحاث السياحية ، الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني ، المملكة العربية السعودية ، نوفمبر 2015؛

- **Tourisme International dans les pays de l'OCI, Perspectives et défis**, Centre de recherches statistiques économiques et sociales et de formation pour les pays islamiques, SESRIC Ankara, 2013 ;
- World Travel and Tourism Council, Travel and Tourism Economic Impact 2021 Lebanon, WTTC.
- World Travel and Tourism Council, Travel and Tourism Economic Impact 2021 United Arab Emirates, WTTC.
- World Travel and Tourism Council, Travel and Tourism Economic Impact 2021, Morocco, WTTC
- World Travel and Tourism Council, Travel and Tourism Economic Impact 2021, JORDAN, WTTC
- World Travel and Tourism Council, Travel and Tourism Economic Impact 2021, Qatar, WTTC

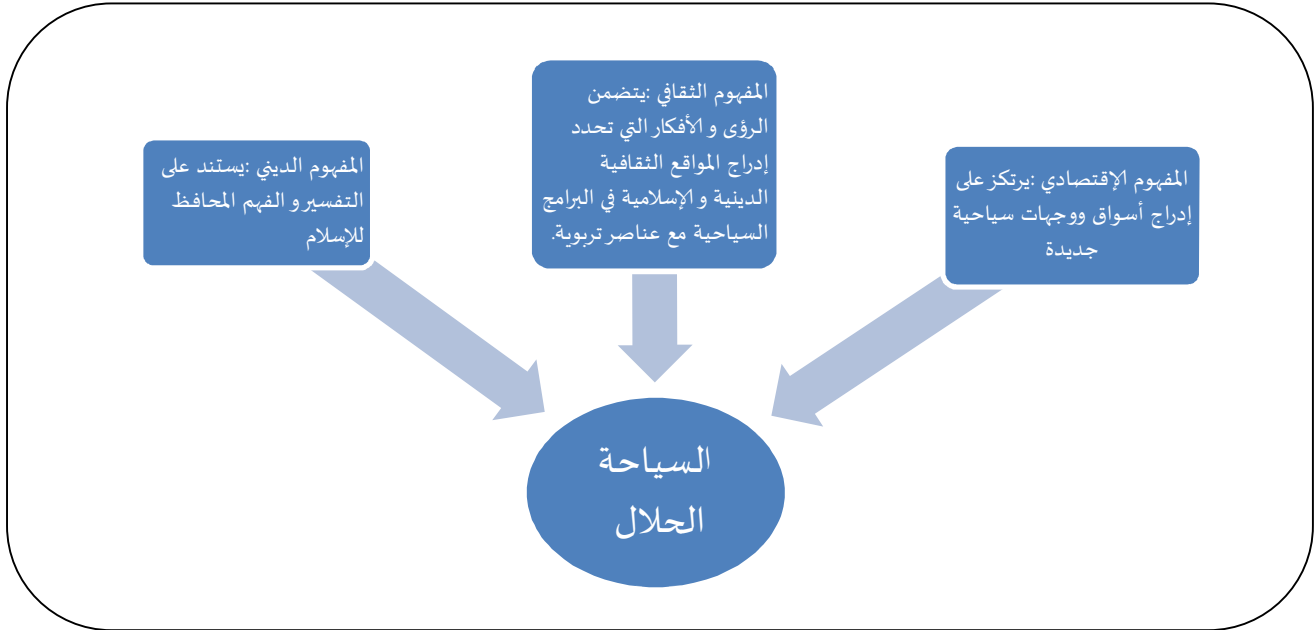
الشكل (4): مساهمة قطاع السياحة في التوظيف في بعض الدول العربية لسنوات مختارة



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على :

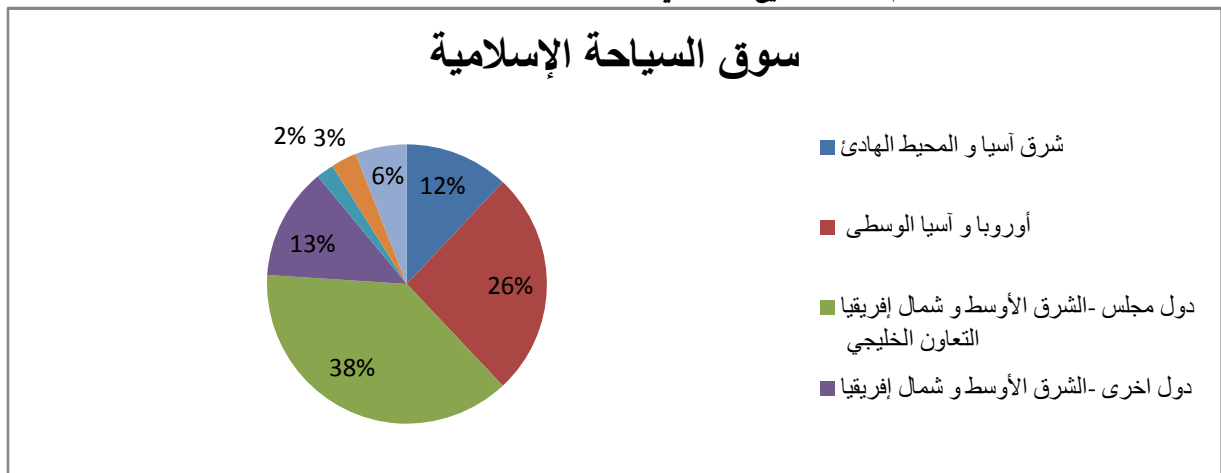
- التقرير الاقتصادي السنوي حول الدول الأعضاء بمنظمة التعاون الإسلامي ، مركز الأبحاث الإحصائية والإقتصادية والإجتماعية و التدريب للدول الإسلامية ، أنقرة ، 2011 ؛
- السياحة الدولية في البلدان الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي "الأفاق والتحديات" ، مركز الأبحاث الإحصائية والإقتصادية والإجتماعية و التدريب للدول الإسلامية ، أنقرة ، 2015؛
- موقع وزارة السياحة والأثار ، الأردن ؛
- نشرة مؤشرات السفر والسياحة الشهرية ، مركز المعلومات والأبحاث السياحية ، الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني ، المملكة العربية السعودية ، نوفمبر 2015؛
- **Tourisme International dans les pays de l'OCI, Perspectives et défis**, Centre de recherches statistiques économiques et sociales et de formation pour les pays islamiques, SESRIC Ankara, 2013 ;
- World Travel and Tourism Council, Travel and Tourism Economic Impact 2017 Lebanon, WTTC.
- World Travel and Tourism Council, Travel and Tourism Economic Impact 2017 United Arab Emirates, WTTC.

شكل رقم (5): المفاهيم العامة للسياحة الحلال



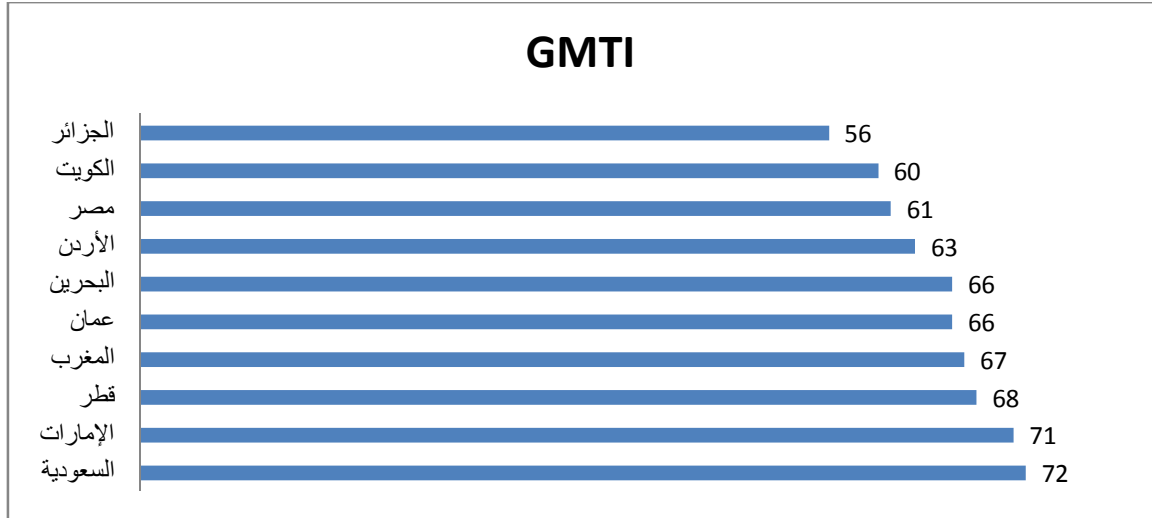
المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على تقرير منظمة التعاون الإسلامي: السياحة الدولية في البلدان الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي آفاق وتحديات 2015، مركز الأبحاث الإحصائية الاقتصادية والاجتماعية والتدريب للدول الإسلامية ، SESRIC ، مركز أنقرة ، ص 24-34:

شكل رقم (6): التوزيع الإقليمي لسوق السياحة الإسلامية لسنة 2013



المصدر: تقرير منظمة التعاون الإسلامي: السياحة الدولية في البلدان الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي آفاق وتحديات 2015، مركز الأبحاث الإحصائية الاقتصادية والاجتماعية والتدريب للدول الإسلامية ، SESRIC ، مركز أنقرة .

الشكل رقم 7: مؤشر السفر العالمي للمسلمين لعام 2019 لبعض الدول العربية التابعة لمنظمة التعاون الإسلامي



المصدر: السياحة الدولية في بلدان منظمة التعاون الإسلامي ، الأفق والتحديات 2020 ، مركز الأبحاث الاقتصادية والإحصائية والإجتماعية و التدريب للدول الإسلامية ، ص 37

4. تحليل النتائج:

- ✓ ينحصر النشاط السياحي في بلدان قليلة على رأسها الإمارات ، السعودية والمغرب حاليا بعدما إنحصر سابقا في كل من مصر ، تونس وسوريا ويرجع إختلاف توزيع أعداد السياح بالمنطقة العربية إلى مستوى النمو الإقتصادي من جهة والإستقرار الأمني والسياسي من جهة أخرى؛
- ✓ ينتج عن النشاط السياحي الدولي فوائد إقتصادية كبيرة للبلدان المستضيفة للسياح، حيث يعتبر القطاع السياحي أحد أهم محاور الإستراتيجيات الإقتصادية المعتمد عليها في العديد من البلدان العربية على غرار مصر، المغرب، الأردن وتونس إلا أن الحروب الأهلية، عدم الإستقرار السياسي، الأزمات الإقتصادية وكذلك ثورات الربيع العربي وكذا الأزمة الصحية والبيئية الأخيرة، شكلت أهم الأسباب التي ساهمت في إنخفاض الإيرادات السياحية بالمنطقة العربية؛
- ✓ شهد سوق السياحة الإسلامية توسعا سريعا على مر السنين وبرز كأحد أسرع القطاعات نموا في سوق السياحة العالمية لذلك يجب وضع تدابير وسياسات استباقية في الدول العربية للإستفادة من البيئة السياحية المتماشية مع تعاليم الإسلام وتحويل ميزتها النسبية لميزة تنافسية والتأثير على قرار السياح المسلمين لإختيار الوجهات العربية.

5. خاتمة:

تمثل السياحة أحد الفرص الهامة للتطوير الإقتصادي بالمنطقة العربية والإسلامية حيث تتوفر على ثروات ومقومات سياحية عديدة على غرار المحيط الطبيعي المتنوع، التنوع الثقافي، أساليب الحياة المختلفة وتقاليد الإستقبال وصحراء شاسعة والتراث الإسلامي إلا أن الوضع السلبية للنمو الإقتصادي في بعض الدول وما ينجم عنها من ضعف البنية التحتية، ضعف جودة النقل الجوي والأرضي، غياب الإستثمارات السياحية بالإضافة لغياب الأمن والإستقرار السياسي ساهم في ضعف معدلات النمو السياحي في بعض الدول العربية الإسلامية، إلا أننا نلمس صناعة سياحية قائمة بذاتها في الدول العربية الإسلامية التي تبنت إستراتيجيات للنهوض بالقطاع على غرار الإمارات التي تعد الأولى عربياً بالإضافة للأردن والمغرب وفي حين تمتلك الدول العربية ميزة نسبية من ناحية الأكل الحلال والبيئة الملائمة للسائح المسلم نجد وجهات غير عربية تحقق معدلات جذب عالية للسائح المسلمين كتركيا وماليزيا .

6. قائمة المراجع:

1. منظمة التعاون الإسلامي . (2015). السياحة الدولية في البلدان الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي آفاق وتحديات 2015. أنقرة : مركز الأبحاث الإحصائية الإقتصادية و الإجتماعية و التدريب للدول الإسلامية .
2. Mastercard and crescent Rating. (2019). Global Muslim Travel Index Report . singapore: Mastercard and crescent Rating.
3. Organisation, W. T. (2020). Faits saillants OMT du tourisme . Madrid : UNWTO.
4. UNWTO. (2021). Faits Saillants du Tourisme . Retrieved 03 07, 2022, from Oganistion mondiale du tourisme: <http://www.unwto.org>
5. UNWTO. (2020). Faits saillants du tourism. Retrieved 03 22, 2022, from World Tourism Organisation: <http://www.unwto.org>
6. Vellas, F. (2006). Economie et Politique du tourisme international . France: Economica.
7. World Travel and Tourism Council. (2010). developments and challenges in the hospitality and tourism sector. Economic impact data and forecasts 2010 (p. P.11). Geneva: WTTC.
8. الهيئة العامة للسياحة . (2018). إستراتيجية قطر الوطنية لقطاع السياحة 2030 . قطر: الهيئة العامة للسياحة.
9. الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني . (2020). نشرة مؤشرات السفر والسياحة الشهرية . المملكة العربية السعودية : مركز المعلومات والأبحاث السياحية .
10. الوكالة الوطنية لتنمية السياحة . (2018). تقييم تنفيذ المخطط التوجيهي للهيئة السياحية . الجزائر: الوكالة الوطنية لتنمية السياحة .
11. الوكالة الوطنية لتنمية السياحة . (2018). تقييم تنفيذ المخطط التوجيهي للهيئة السياحية 2008-2018. الجزائر: الوكالة الوطنية لتنمية السياحة.
12. منظمة التعاون الإسلامي . (2020). السياحة الدولية في البلدان الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي . أنقرة : مركز الأبحاث الإحصائية والإقتصادية و الإجتماعية و التدريب .
13. منظمة التعاون الإسلامي . (2020). السياحة الدولية في البلدان الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي آفاق وتحديات. أنقرة : سيسريك
14. منظمة العمل الدولية . (2013). دليل الحد من الفقر من خلال السياحة . إيطاليا: منظمة العمل الدولية .