

## أثر جائحة فيروس كورونا COVID 19 على السياحة في الصين The impact of the Covid-19 pandemic on tourism in China

راضية سعدي (أستاذة مساعدة أ)، جامعة الجزائر 3، الجزائر.

saadiradia@gmail.com

زهير عدلي (أستاذ)، جامعة الجزائر 3، الجزائر.

adliz1@hotmail.com

تاريخ الاستلام: 2023/02/13 : تاريخ القبول: 2023/06/08

مستخلص:

يلعب قطاع السياحة دورا هاما في الاقتصاد العالمي من خلال مساهمته في الناتج المحلي الاجمالي، وخلق فرص للعمل والحد من الفقر، كما يعتبر مصدر للإيرادات ولجلب العملة الصعبة، غير أن طبيعته المتعلقة بالتنقل عرضته إلى الانهيار بسبب تفشي جائحة فيروس كورونا COVID 19 التي أدت إلى غلق جميع حدود البلدان في العالم. ومن خلال بحثنا، حاولنا معرفة كيف تأثر القطاع السياحي بالجائحة، وخاصة الصين التي كانت أول بلد متضرر، فارتأينا التطرق إلى جانبين، نظري لتكوين صورة مفاهيمية للدراسة ثم تحليلي لمعرفة مدى تأثير الظاهرة المدروسة على السياحة. فخلصنا إلى أن الجائحة قد شلت القطاع السياحي في جميع بلدان العالم ومنها الصين، غير أنها صبت إلى حد بعيد في مصلحة السياحة المحلية، التي لطالما سعت الصين إلى الترويج لها لجذب السياح الصينيين المغادرين قبل السياح الأجانب، وهذا طبعاً لما تمثله الصين من بلد مصدر للسياح، وبالتالي مصدر للعملة الصعبة، وبدراسة حالة الصين وجدنا أن السياحة المحلية انتعشت بشكل ملفت بعد الجائحة.

الكلمات المفتاحية: السياحة في العالم، السياحة في الصين، جائحة فيروس كورونا، COVID 19، السياحة المحلية.

تصنيف JEL: Z00؛ Z33؛ I18؛ Z32.

### Abstract:

The tourism sector plays an important role in the global economy through its contribution to the gross domestic product, job creation and poverty reduction. It is also a source of revenue and foreign currency. However, its nature is related to mobility collapsed due to the outbreak of the COVID-19 pandemic, which led to the closure of all borders of countries in the world.

Through our research, we tried to find out how the tourism sector was affected by the pandemic, especially China which was the first affected country. We decided to address two aspects, theoretical to form a conceptual picture of the study then analytical to see the impact of the studied phenomenon on tourism,

We concluded that the pandemic has paralyzed the tourism sector in all countries of the world, including China. However, it has been largely in the interest of world domestic tourism, which China has always sought to promote in order to attract departing Chinese tourists before foreign tourists, because China represents a country that is a source of tourists, and foreign currency. And we found that domestic tourism in China has recovered remarkably after the pandemic.

**Keywords: World Tourism; Tourism in China; Coronavirus Pandemic; COVID 19; Domestic Tourism.**

**Jel Classification Codes : Z00; Z33; I18; Z32.**

## مقدمة:

يصنّف قطاع السياحة عالمياً كالثالث أكبر قطاع يدر أرباحاً من الصادرات في العالم بعد قطاعي المحروقات والكيماويات، ولكنه في الوقت نفسه القطاع الأكثر حساسية للأزمات خاصة الصحية منها كأزمة جائحة فيروس كورونا COVID 19، إذ تأثرت السياحة الدولية والصينية بشكل مباشر بالجائحة، جرّاء القيود الصارمة التي أدت إلى توقف حركة السياحة خاصة دولياً، غير أن الصين انتهجت طرقياً لإنعاش السياحة عن طريق السياحة المحلية، والتي أطلق عليها السياح الصينيون اسم "السياحة الانتقامية"، إذ شهدت الصين 2,88 مليار رحلة محلية في عام 2020، مشكّلةً إيرادات سياحية بلغت 2,23 ترليون يوان أي حوالي 345 مليار دولار أمريكي، كما تعتبر الصين البلد الأول المصدر للسياح في السوق السياحية، حيث سجلت سنة 2021 أعلى إنفاق على السياحة الخارجية في جميع أنحاء العالم، إذ بلغ إنفاق السياحة الخارجية للصينيين ما يقارب 130 مليار دولار أمريكي، تتبعها الولايات المتحدة وألمانيا على التوالي، وتظهر قوة الاقتصاد والسياحة الصينية في كيفية مواجهتها للجائحة، ومن هنا تبرز إشكالية الدراسة التالية:

## 1. الإشكالية

وتتمثل إشكالية بحثنا في التساؤل الرئيسي التالي: ما هو أثر جائحة فيروس كورونا COVID 19 على السياحة في

الصين؟

## 2. التساؤلات الفرعية

للإجابة على إشكالية بحثنا يمكن الاستعانة بالأسئلة الفرعية التالية:

- كيف كان تأثير جائحة فيروس كورونا COVID 19 على السياحة في العالم؟
- هل تمكن قطاع السياحة في الصين من الاستفادة من جائحة فيروس كورونا COVID 19 لصالح السياحة المحلية؟

## 3. الفرضيات

بهدف الإجابة على التساؤلات الفرعية تمت الإستعانة بالفرضيات التالية:

- كان لجائحة فيروس كورونا COVID 19 تأثيراً سلبياً على السياحة في العالم بأسره.
- استطاعت الصين أن تستفيد من الجائحة لتنمية السياحة المحلية على حساب السياحة الخارجية.

## 4. الأهمية

يتخذ الموضوع أهميته انطلاقاً من أهمية القطاع السياحي في حد ذاته، إذ يعتبر المصدر الرئيسي والأساس لدخول أو

خروج العملات الصعبة لكثير من دول العالم.

## 5. منهجية البحث

بالنسبة للجانب المنهجي فقد تم الاعتماد على المنهج الإحصائي التحليلي، من خلال التطرق إلى إحصائيات السياحة في

العالم وفي الصين، ثم تحليلها فيما يخدم موضوع البحث.

## 6. حدود الدراسة

اقتصرت الدراسة زمنياً على فترة ما قبل و أثناء جائحة فيروس كورونا COVID 19، أما مكانياً فانحصرت على دولة

جمهورية الصين الشعبية.

## 7. صعوبات الدراسة

أثناء القيام ببحثنا هذا تلقينا بعض الصعوبات:

- الخلط بين المفاهيم وبالتالي عدم الدقة في الإحصائيات، إذ تجد البعض يتحدث عن إحصائيات السياحة المحلية ولكن تحت عنوان السياحة الداخلية، رغم إختلاف المصطلحين؛

- صعوبة الحصول على الإحصائيات وتضاربها، فنجد أن معظم الإحصائيات تصل إلى سنة 2021 كأقصى حد، والقليل فقط إلى 2022.

## 8. الدراسات السابقة

أثناء التقصي عن الدراسات السابقة لطرح موضوع بحثنا محل الدراسة، إطلعنا على:

- ورقة بحثية للباحث: بوبكر الصديق زهو و عبد النعيم دفرور، الموسومة بـ: " فيروس كورونا (كوفيد-19) وأثره على قطاع السياحة والأسفار – السياحة الدولية –"، المنشورة بمجلة آراء للدراسات الاقتصادية والادارية، المجلد 02، العدد 02، لسنة 2020، والتي قامت بتسليط الضوء على اثر انتشار جائحة كورونا(كوفيد 19) على قطاع السياحة والأسفار الدولية، أين تم تحليل الجانب النظري وذلك من خلال تتبع القوانين والإجراءات وكذا الإحصائيات المقدمة من على مواقع الانترنت، ومنشورات المنضمت الدولية، فتم التوصل من إلى مجموعة من النتائج والاستنتاجات أهمها الوقوف على مدى حساسية وارتباط قطاع السياحة بالقطاعات الأخرى خاصة ما يتعلق بالأمن والأمان السياحي (الأمن الصحي). كما توصل الباحثين إلى أن لإنتشار فيروس كورونا(كوفيد-19) آثار خطيرة جدا على الموارد البشرية؛
- بالإضافة إلى الورقة البحثية باللغة الانجليزية للباحث: Can Wand & Others، والموسومة بـ: " The impact of COVID-19 on the Chinese tourism industry" المنشورة بالمجلة الدولية Tourism Economics المجلد 28، العدد 1، سنة 2021، إذ استخدمت هذه الدراسة نموذجاً اقتصادياً لتقييم الخيارات ومقارنة نتائج سياسات الصحة العامة باستخدام الصين كدراسة حالة، حيث أظهر التحليل أن سياسة الوقاية والسيطرة المناسبة للحكومة الصينية قد خففت من تأثير COVID-19 بشكل كبير على كل من قطاع السياحة وغير السياحة، أين سلط المقال الضوء على التأثير السلبي الكبير على الاستثمار في السياحة الذي سيبطئ تعافي القطاع السياحي، وفي الأخير دعت هذه الورقة البحثية إلى سياسات استجابة قوية تركز على السياحة الصينية من أجل التعافي السريع للقطاع.

في حدود بحثنا عن الدراسات السابقة للموضوع محل الدراسة، نلاحظ عدم تطرق الدراسات باللغة العربية إلى تأثير الجائحة على دولة الصين، وإنما نجد ما يتعلق بتأثيرها على السياحة دولياً، عكس الدراسات الأجنبية التي تطرقت لتأثير الجائحة على القطاع السياحي في الصين، ما يجعل بحثنا ينفرد بالبحث في مدى تأثير جائحة فيروس كورونا على السياحة في الصين وبصورة أدق على السياحة الداخلية الصينية.

## 9. هيكل الدراسة

أما عن هيكل الدراسة فقد تم تقسيم البحث فضلا عن المقدمة والخاتمة إلى جزأين مقسمين بدورهما إلى محاور كالتالي:

الجزء الأول: الإطار النظري للدراسة

المحور الأول: المدخل المفاهيمي للسياحة

المحور الثاني: المقومات السياحية في الصين

الجزء الثاني: الإطار التحليلي للدراسة

المحور الأول: تأثير جائحة فيروس كورونا COVID 19 على السياحة في العالم

المحور الثاني: تأثير جائحة فيروس كورونا COVID 19 على السياحة في الصين

## الجزء الأول: الإطار النظري للدراسة

في هذا الجزء النظري سيتم التطرق إلى محورين، الأول سيتناول المدخل المفاهيمي للسياحة من خلال مداخل دراسة السياحة، وكذا تعريف كل من السياحة والسائح، وتبيين مختلف أشكال السياحة، أما في المحور الثاني فقد تطرقنا إلى مقومات السياحة في الصين لأجل وضع أرضية مفاهيمية للانطلاق في بحثنا.

## المحور الأول: المدخل المفاهيمي للسياحة

## 1. مداخل دراسة السياحة

تم تناول السياحة من جوانب عديدة تعرف بالمنهج الدراسية للسياحة (المداخل الأساسية لدراسة السياحة)، فبعضهم يعرف السياحة بالنظر إلى الجانب الاقتصادي، في حين يعرفها البعض الآخر (Robert, 1982, p. 10) بالنظر إلى الجوانب الأخرى كالتالي:

- 1.1 المدخل المؤسسي Institutional Approach: يهتم هذا المدخل بدراسة تنظيم المؤسسات الوسيطة العاملة في مجال السفر والسياحة كوكالات السفر ومكاتب الحجز والتذاكر وشركات تأجير السيارات والفنادق، ودراسة طرق تشغيلها والروابط بينها ومشكلاتها والقوانين الضابطة لإنشائها.
- 2.1 مدخل المنتج Product Approach: ويركز هذا المدخل على المنتجات السياحية كيف تنتج وتروج وتسوق وتستهلك، كما يدرس كيفية توفر مقعد أو غرفة ما، ومن هم الأشخاص العاملين في مجال توفيره وحجزه والدعاية له.
- 3.1 المدخل التاريخي Historical Approach: يتضمن تحليلاً للأنشطة والمؤسسات السياحية من زاوية تطورها عبر الزمن، فيبحث عن سبب الابتكارات ونموها أو تراجعها، وبما أن السياحة الجماعية هي ظاهرة حديثة إلى حد ما، فإن هذا المنهج يعتبر ذا فائدة محدودة.
- 4.1 المدخل الإداري Managerial Approach: وهو موجه نحو الشركات (الاقتصاد الجزئي)، مع التركيز على الأنشطة الإدارية اللازمة لتشغيل مؤسسة سياحية، مثل التخطيط والبحث والتسعير والإعلان والتحكم وما شابه ذلك، من المهم معرفة النهج الإداري الذي يدرس منحنى تغير المنتجات، تغيير المؤسسة، وتغيرات المجتمع؛ هذا يعني أن الأهداف والإجراءات الإدارية يجب أن تكون موجهة للتغيير لمواجهة التحولات في البيئة السياحية.
- 5.1 المدخل الاقتصادي Economic Approach: تم فحص السياحة من قبل الاقتصاديين الذين يركزون على العرض والطلب وميزان المدفوعات والعملات الأجنبية والعمالة والنفقات والتنمية والمضاعف وعوامل اقتصادية أخرى، وهو ما يفيد في توفير إطار لتحليل السياحة ومساهماتها في اقتصاد الدولة والتنمية الاقتصادية.
- 6.1 المدخل المجتمعي Sociological Approach: تتجه السياحة إلى أن تكون نشاطاً اجتماعياً، وبالتالي فقد جذبت انتباه علماء الاجتماع الذين درسوا السلوك السياحي للأفراد والجماعات وتأثير السياحة على المجتمع، ويفحص هذا المنهج الطبقات الاجتماعية والعادات والتقاليد لكل من المضيفين والضيوف، ويعتبر علم اجتماع السياحي مجالاً غير متطوراً نسبياً، إلا أنه يتقدم بسرعة حيث أصبح مستخدماً على نطاق أوسع، ومع استمرار السياحة في إحداث تأثير هائل على المجتمع، ستم دراستها أكثر فأكثر من وجهة نظر اجتماعية (دراذكة ورحمة، 2014، صفحة 17).
- 7.1 المدخل البيئي Environmental Approach: برز اهتمام واضح بدراسة آثار السياحة على البيئة، وكيفية تحقيق سياحة بيئية نظيفة، وتحاشي آثارها السلبية على البيئة إذا أحسن التخطيط لها وأجيد ضبطها.
- 8.1 المدخل الجغرافي Geographical Approach: ظهر الإهتمام الجغرافي بالسياحة مع الانفجار السياحي الذي تلى الحرب العالمية الثانية، وقد تبلور هذا في ظهور فرع جغرافي خاص بالسياحة له مؤلفاته ودورياته ومؤتمراتها الخاصة

به، حيث ارتاد الجغرافيون بخطى واثقة منتظمة مجالات تخطيط السياحة وإدارتها، ولم تقتصر الجغرافيا على التحليل والتفسير بل بدأت تميل للتنبؤ بمستقبلية النشاط السياحي، وتميل أكثر نحو المعيارية وتحديد ما ينبغي أن يكون على النشاط السياحي.

9.1. مدخل النظم The Systems Approach: النظام عبارة عن مجموعة من المجموعات المترابطة المنسقة من وحدة موحدة ومنظمة لتحقيق مجموعة من الأهداف، كما يمكنه فحص البيئة التنافسية للشركة السياحية، وسوقها، ونتائجها، وعلاقتها مع المؤسسات الأخرى وكذا علاقتها مع المستهلك، وبذلك يزيل منهج النظم الحواجز الوهمية بين العلوم المختلفة وينظر نظرة شمولية لأي موضوع يدرسه للإلمام بكافة جوانبه، فالسياحة تتكون من عدد من العناصر أو الأنظمة الداخلية التي ترتبط وتتفاعل مع بعضها البعض، وتعمل من خلال التأثير المتبادل لتحقيق هدف أو أهداف مشتركة.

بعد تبين أهم المناهج التي درست السياحة، على المرء فقط أن يأخذ في الاعتبار الجوانب متعددة الأبعاد للسياحة وتفاعلاتها مع الأنشطة الأخرى لفهم سبب صعوبة التوصل إلى تعريف موحد، حيث يهدف كل تعريف من التعاريف العديدة المختلفة التي نشأت إلى ملائمة موقف خاص وحل مشكلة فورية.

## 2. تعريف السياحة والسائح

### 1.2. تعريف السياحة:

نظراً لوجود العديد من التعريفات للسياحة، وهذا تبعاً لاختلاف التخصصات العلمية التي تتناول هذه الظاهرة بالدراسة والتحليل كما أشرنا سابقاً، أرتأينا التطرق مباشرةً إلى تعريف منظمة السياحة العالمية World Tourism Organization والتي عرّفها كالتالي (النسور، 2008، صفحة 24): "السياحة هي 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، ويكون ذلك بهدف التسلية، أو العمل، أو أي نشاطات أخرى ليست ذات علاقة بالنشاط الذي يمارسه الشخص داخل بيئته الأصلية".

### 2.2. تعريف السائح:

يوجد العديد من التعريفات الخاصة بالسائح من بينها:

- تعريف لجنة مراجعة الموارد السياحية القومية في سنة 1973 والتي عرّفته (بارون، 2011، صفحة 35) بـ "السائح Tourist هو الفرد الذي يسافر بعيداً عن وطنه Home لمسافة لا تقل عن خمسين ميلاً (إتجاه واحد one way) لمهمة عملية business أو تجارية أو للمتعة أو لمسائل شخصية، أو أي غرض آخر فيما عدا أن يستبدل الهدف بالعمل Work سواء بقي أكثر من ليلة واحدة أو عاد في نفس اليوم".
- تعريف منظمة السياحة العالمية (UNWTO) الذي أقرته اللجنة الإحصائية للأمم المتحدة عام 1968 (أحمد، 2014، صفحة 49) بـ "أن السائح هو كل شخص يقيم خارج موطنه المعتاد لفترة تزيد عن 24 ساعة ولا تتحول هذه الإقامة إلى إقامة دائمة، وأن لا يكون هدفه من الزيارة الحصول على مكافأة أو أجر في البلد الذي يزوره.

من خلال التعريفين السابقين نستخلص بأن السائح هو أي شخص يسافر إلى مكان خارج محل إقامته الأصلي أو الإعتيادي لأقل من 12 شهراً متتالية، على أن لا يكون غرضه الأساسي من السياحة هو الكسب المادي أو الدراسة، سواء كان داخل بلده (السائح الوطني) أو داخل بلد غير بلده (السائح الأجنبي) ولفترة تزيد عن 24 ساعة وإن قلت عن ذلك فيعتبر زائر اليوم الواحد.

## 3. أشكال السياحة

تصنف أشكال السياحة حسبما أعدتها منظمة السياحة العالمية (UNWTO) بالنسبة إلى بلد معين على النحو التالي (العمري، 2014، صفحة 27):

- السياحة الوافدة (Inbound Tourism): وتشمل الأشخاص غير المقيمين الذين يسافرون ضمن حدود ذلك البلد.
- السياحة المغادرة أو الخارجية (Outbound Tourism): وتشمل الأشخاص الذين يسافرون إلى بلد آخر.
- السياحة المحلية (Domestic Tourism): وتشمل الأشخاص الذين يقيمون في بلد معين ويسافرون ضمن حدود هذا البلد فقط.

وحسب ما ورد عن الأمم المتحدة في تعريفها لأشكال السياحة عام 1994 ماي (القعيد، 2011، صفحة 91):

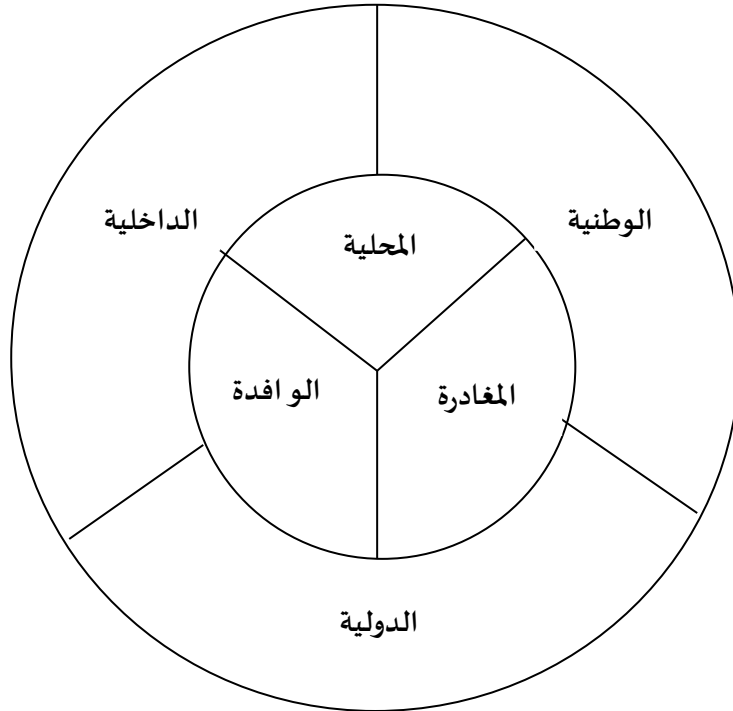
- السياحة الوافدة Inbound Tourism: التي تعني الأجانب، أو المسافرون إلى بلد ما غير بلدهم أو وطنهم والذي اعتادوا العيش فيه وبما فهم المغتربون.
- السياحة الخارجية Outbound Tourism: وتعني سفر مواطنو بلد ما خارج حدود بلدهم إلى بلد آخر.
- السياحة المحلية Domestic Tourism: وفيما عدا الصنفين السابقين يعد سياحة محلية والتي تعني مسافرو بلد ما داخل حدود بلدهم.

أما من زاوية الطلب السياحي فيمكن ربط هذه الأشكال من السياحة للحصول على الصيغ التالية (العمري، 2014، صفحة 27):

- ◀ السياحة الداخلية (Internal Tourism): وتجمع السياحة المحلية والوافدة.
- ◀ السياحة الوطنية (National Tourism): وتجمع السياحة المحلية مع السياحة المغادرة.
- ◀ السياحة الدولية (International Tourism): وتجمع السياحة الوافدة مع السياحة المغادرة (الخارجية)، وعليه فإن السياحة الوافدة والسياحة الخارجية تعني سفر السياح عبر الحدود الدولية لأي بلد كان، فإن عبروا حدود بلدهم (وطنهم) اعتبروا نوعاً من السياحة الخارجية بالنسبة إلى بلدهم ووافدة بالنسبة إلى البلد الذي سوف يقومون بزيارته (القعيد، 2011، صفحة 92).

وهذا ما يبينه الرسم التوضيحي التالي:

الشكل رقم (1) أشكال السياحة



المصدر: (العمري، 2014، صفحة 28)

وقد تم التركيز في بحثنا هذا على محاولة الصين تحويل السياحة الخارجية إلى سياحة محلية وهذا لمميزاتها وعائداتها على البلد، وفيما يلي تعريف شامل للسياحة المحلية وأهم مميزاتها:

✓ السياحة المحلية Domestic Tourism: حسب (الموسوي، 2016، صفحة 106)

تعرف السياحة المحلية بأنها حركة انتقال السائح من مكان إقامته المعتاد لزيارة مكان آخر أو منطقة أخرى داخل حدود دولته التي يقيم فيها، بحيث يقطع مسافة لا تقل عن أربعين كيلومتراً لأي غرض من الأغراض فيما عدا العمل أو لغرض الكسب، وتحتاج إلى نوع معين من الخدمات والأسعار.

✓ مميزات السياحة المحلية:

تهتم الدول الرائدة في المجال السياحي بالسياحة المحلية نظراً للمميزات التالية حسب (الحري، 2012، صفحة 27):

- زيادة الاستثمارات السياحية واستقطاب رؤوس الاموال المحلية.
- الانتعاش الاقتصادي للمناطق السياحية في الدولة.
- توفير الفرص الوظيفية في المناطق السياحية.
- رفع الوعي الثقافي والفكري والسياحي لدى المواطنين.
- إيجاد فرص للترويج عن مواطني الدولة لإزالة مظاهر الارهاق مما يكون ردة فعل للإنتاج.
- تنشيط الصناعات المختلفة ذات العلاقة المباشرة أو غير المباشرة بالسياحة.
- إيجاد نوع من الوحدة الوطنية لدى المواطنين في زيارة المناطق السياحية.

- دور السياحة المحلية في تماسك الأسرة في المجتمع المحلي.
- تحسين وتطوير البنية التحتية للدولة.

### المحور الثاني: المقومات السياحية في الصين

تترجع الصين على مقومات سياحية جد متنوعة وغنية بكل أنواعها من مقومات طبيعية إلى تاريخية إلى ثقافية وحتى المادية، إذ كانت الصين بلاداً بعيدة وغامضة إلى أن تم اكتشافها للعالم من خلال كتابات الرحالة المغامرون كالمستكشف الإيطالي "ماركو بولو" منذ أكثر من 700 سنة، فتميزت الصين بالقدامة والحداثة في نفس الوقت وفق مزيج يهر السياح ويجذبهم من جميع بقاع العالم.

#### 1. المقومات الطبيعية

تمتلك الصين أراضي مترامية الأطراف بمساحة جد واسعة تفوق 9,5 ملايين كيلومتر مربع (ماسون، 2008، صفحة 8)، فتحتل المركز الثالث في العالم بعد روسيا وكندا، وتمتدع بمناخ جد متنوع فعندما تدخل المناطق في شمال شرقي الصين إلى فصل الشتاء البارد القاسي تكون جزيرة هاينان في جنوبي الصين في صيف حار، وتتجلى أيضاً بخصائص كثرة الجبال وقلّة السهول، فتتنوع تضاريسها من قاع بحيرة "ايدينغ" الواقعة في حوض "توروفان" الذي ينخفض عن سطح البحر بـ 155 متراً، إلى قمة جبال "الهمليا" أعلى قمة في العالم التي ترتفع عن سطح البحر بـ 8848.13 متراً (SINOLINGUA، 2007، صفحة 13).

#### 2. المقومات التاريخية والثقافية

تعتبر الصين دولة موحدة متعددة القوميات، متكونة من 56 قومية أكبرها قومية "الهان" 汉 ويبلغ عدد سكانها حالياً أكثر من 1,4 مليار نسمة، وكانت الديانات الصينية تقوم على عبادة أرواح الأجداد أو الطبيعة، ولكن بعد قرون استقر الصينيون على أديان منها (لي، مين، ولي، 2012، صفحة 12): الكونفوشية والبوذية والطاوية والإسلام والمسيحية، تعتبر الصين مهداً من مهد الحضارات العالمية، فلها تاريخ عريق وثقافة وآثار وأطلالاً وموارد سياحية قيمة، انفردت الصين لعصور من الزمن بصناعة الحرير والحديد المسبوك والورق والألعاب النارية والخزف والبوصلة الملاحية والعديد من الأشياء الأخرى (ماسون، 2008، صفحة 10).

#### 3. المقومات المادية

منذ اتخاذ الرئيس الصيني "دينغ شياو بينغ" قرار الإصلاح الاقتصادي والانفتاح على العالم الخارجي في سنة 1978، دخلت الصين فترة تاريخية جديدة مع البناء الاقتصادي والسياحي كمحور لعملها، إذ استطاعت تقديم إنجازات هائلة في مجال البنى التحتية والفوقية التي تخدم القطاع السياحي، فبالنسبة للبنى التحتية استطاعت الصين إنشاء نظام نقل شامل للمطارات والقطارات والطرق السريعة ومترو الأنفاق والموانئ والممرات المائية على مستوى عالمي في العديد من الأماكن، بالإضافة إلى القطارات عالية السرعة والطرق السريعة والسكك الحديدية، وبذلك احتلت المرتبة الأولى في جميع أنحاء العالم، أما بالنسبة للبنى التحتية والفوقية وقدرة الاستيعاب الفندقية فلم تكن في سنة 1978 تتوفر سوى على 302 فندقاً بإجمالي 15500 غرفة، لتصبح في سنة 2019 تتوفر على 10003 فندق مصنف بنجوم (Gao & Su, 2019, p. 336)، فكانت نتيجة هذا الاهتمام بالقطاع السياحي بأن بلغ عدد السائحين الوافدين الأجبيين إلى 145 مليون سائح، وهو ما يبين مكانة السياحة في الاقتصاد الصيني، أما عدد السائحين الصينيين المغادرين فوصل إلى ما يزيد عن 154 مليوناً، وهو ما يبين مكانة السياحة الصينية دولياً، إذ أصبحت تمثل أكبر سوق مصدر للسياح.



من خلال هذا العرض الموجز للمقومات السياحية التي تزخر بها الصين، نستطيع القول أن الصين تمتلك مقومات سياحية هائلة مكنتها من ريادة المجال السياحي سواءً دولياً أو محلياً، إذ يراهن عليها لتكون الأولى عالمياً في المجال السياحي لأفاق 2032.

### الجزء الثاني: الإطار التحليلي للدراسة

لا يمكن التطرق إلى أثر جائحة كورونا COVID 19 على السياحة في الصين دون التطرق إلى أثرها على السياحة الدولية ككل، وبالتالي تم تقسيم هذا الجزء إلى محورين، الأول يتحدث عن تأثيرها على السياحة في العالم، والثاني يتحدث عن تأثيرها على السياحة في الصين خاصة السياحة المحلية؛ إذ كان السفر والسياحة من بين الصناعات الأكثر تضرراً من الأزمة الصحية العالمية، ووفقاً لموقع الإحصاء Statista's Mobility Market Outlook، تقلصت إيرادات سوق السفر والسياحة العالمي في سنة 2020، حيث انخفضت بنسبة 60% تقريباً مقارنة بسنة 2019، وبهذا سجلت الرحلات البحرية والعطلات أعلى انخفاض في الإيرادات في عام 2020 (Statista Research Department, 2023).

### المحور الأول: تأثير جائحة فيروس كورونا COVID 19 على السياحة في العالم

ضرب مرض الفيروس التاجي (كورونا أو ما يسمى بـ COVID-19) في عام 2019 مدينة ووهان (WuHan 武汉) الصينية وانتقل إلى العديد من البلدان في جميع أنحاء العالم بحلول شهر جويلية من عام 2020، ومن بين جميع الصناعات تضررت السياحة بشدة نتيجة لسياسة الصحة العامة التي أدت إلى إغلاق الحدود الدولية وتعليق جميع الرحلات الدولية فعلياً داخل كل بلد، كما تم أيضاً تقليص السياحة المحلية بشدة من خلال عمليات الإغلاق التي تهدف إلى احتواء انتشار الفيروس والحد من انتشاره بسرعة، وقد قدرّت منظمة السياحة العالمية التابعة للأمم المتحدة (UNWTO) الخسارة بسبب الوباء لسنة 2020 إلى ما بين 910 مليار دولار أمريكي و 1200 مليار دولار أمريكي من عائدات التصدير، وما بين 100 مليون إلى 120 مليون وظيفة مباشرة وغير مباشرة للسياحة (Wang & Meng, 2021).

وسنعرض فيما يلي بعض الإحصائيات الخاصة بمؤشرات السياحة، والتي تبين بوضوح مدى تأثير جائحة كورونا COVID 19 على السياحة العالمية:

#### 1. تأثير الجائحة على الوظائف المباشرة للسياحة والسفر

يبين الجدول أدناه عدد الوظائف المباشرة الكلية للسياحة للفترة 2019-2022 في جميع أنحاء العالم:

السنة	2019	2020	2021	2022
وظائف السياحة والسفر	333	271	289	300

المصدر: من إعداد الباحثة اعتماداً على معطيات إحصائيات منظمة السياحة الدولية (UNWTO, UNWTO, 2023)

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن عدد الوظائف المباشرة للسياحة تأثرت إلى حد كبير بجائحة كورونا COVID 19، فبعد أن وصلت إلى 333 مليون موظف سنة 2019 إنخفض عددها إلى 271 مليون موظف في سنة 2020 وهي السنة الأكثر تضرراً جزئاً الجائحة، أين إنخفض بما يقدر بـ 62 مليون موظف، ثم عاد للتعافي الجزئي ببطء فوصل إلى 289 مليون موظف مع

نهاية سنة 2021 أي بزيادة قدرها 18 مليون موظف، ثم وصل إلى 300 مليون موظف مع نهاية سنة 2022، بزيادة قدرها 11 مليون موظف، وهو ما يبين عدم التعافي الكلي من أضرار الجائحة، والذي ترى منظمة السياحة العالمية أنها لن تصله إلا مع نهاية سنة 2024.

## 2. تأثير الجائحة على نسبة مساهمة السياحة في الناتج المحلي الاجمالي GDP

يمثل الجدول أدناه مبلغ ونسبة مساهمة السياحة في الناتج المحلي الاجمالي GDP للفترة 2019-2021:

الجدول رقم (2) مساهمة السياحة في الناتج المحلي الاجمالي GDP الوحدة: مليار دولار أمريكي USD

السنة	2019	2020	2021
المساهمة في GDP	9630	4775	5812
نسبة المساهمة %	10.3%	5.3%	6.1%

المصدر: من إعداد الباحثة اعتماداً على معطيات إحصائيات منظمة السياحة الدولية (WTTC, 2022)

يمكننا أن نلاحظ من خلال الجدول أعلاه مدى تأثير مبلغ ونسبة مساهمة السياحة في الناتج المحلي الاجمالي GDP، إذ نلاحظ إنخفاض حاد من مبلغ 9630 مليار دولار أمريكي سنة 2019 إلى مبلغ 4775 مليار دولار أمريكي في سنة 2020 أي بنسبة إنخفاض تقدر بأكثر من 50.4%، ثم بعدها يمكن ان نلاحظ إرتفاع في سنة 2021 حيث وصل المبلغ إلى 5812 مليار دولار أمريكي، أي بزيادة قدرها 21.7% تقريباً، وهو ما يفسر إنخفاض نسبة مساهمة السياحة في الناتج المحلي الاجمالي من 10.3% سنة 2019 إلى 5.3% في سنة 2020، ثم عودة صعوده إلى 6.1% في سنة 2021، وبالتالي نلاحظ عدم الوصول إلى قيمة ما قبل الجائحة، أي عدم التعافي الكلي من الجائحة.

## 3. تأثير الجائحة على السياحة الدولية الوافدة وقيمة العائدات الدولية للسياحة

بالنسبة للسياحة الدولية قمنا بإعداد جدولين: الأول وفيه إحصائيات عدد السياح الوافدين للفترة 1950-2022، أما

الثاني فيخص عائدات السياحة الدولية للفترة 2019-2021:

الجدول رقم (3) إجمالي عدد السياح الدوليين الوافدين الوحدة: مليون سائح

السنة	1950	1990	2000	2005	2010	2015
عدد السياح الوافدين	25	458	673	810	952	1203
السنة	2017	2018	2019	2020	2021	2022
عدد السياح الوافدين	1333	1408	1460	400	415	917

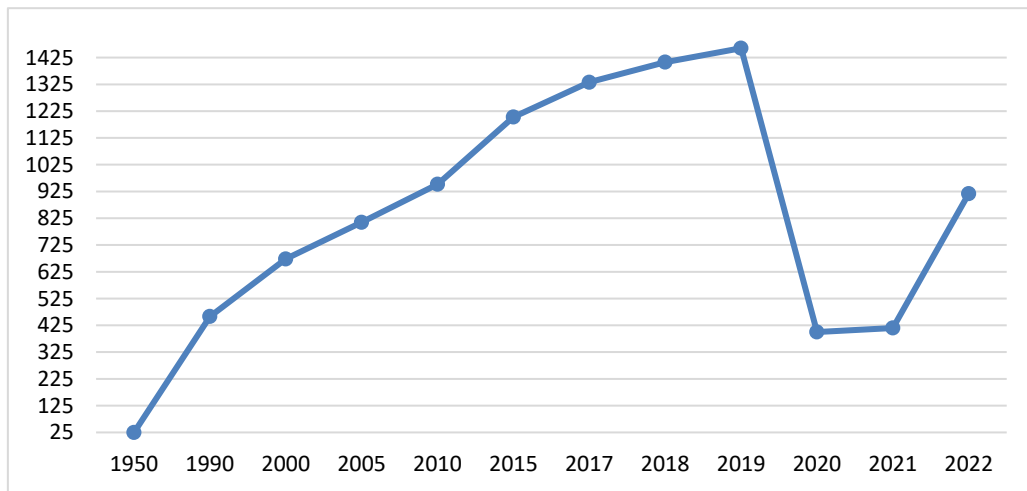
المصدر: من إعداد الباحثة اعتماداً على إحصائيات منظمة السياحة العالمية (UNWTO, 2022)

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ التزايد السريع لعدد السائحين الدوليين إذ كان لا يتجاوز عددهم 25 مليون سائح فقط سنة 1950، أما في سنة 1990 فقد قفز عددهم إلى 458 مليون سائح، ثم نلاحظ استمرار في الزيادة ليصل عدد السياح إلى أعلى

مستوى سنتي 2018 و 2019 بتسجيل 1.408 مليار سائح و 1.460 مليار سائح على التوالي وهذا قبل جائحة فيروس كورونا، إذ تتميز هذه الفترة بالنمو القوي للسياحة الدولية.

بعدها انخفض عدد السياح الدوليين الوافدين انخفاضاً حاداً في عام 2020 مقارنة بالعام السابق بسبب جائحة فيروس كورونا (COVID-19)، حيث وصل إلى حوالي 400 مليون سائح أي أقل من الثلث وهو أدنى رقم مسجل منذ عام 1989، أما في سنة 2021 كان هناك تعافي طفيف من الجائحة سمح بزيادة قدرها 3.8% تقريباً أين وصل عددهم إلى 415 مليون سائح، إلا أنه ظل أقل بكثير من مستويات ما قبل الجائحة، وفيما يلي المنحنى التوضيحي لتغيرات عدد السياح الوافدين:

الشكل رقم (2) تطور عدد السياح الدوليين الوافدين الوحدة: مليون سائح



المصدر: من إعداد الباحثة اعتماداً على الجدول رقم 3

ويعدّ قطاع السفر والسياحة من أكثر القطاعات تأثراً بجائحة كورونا، ومن المتوقع أن تستمر تأثيراته على هذا القطاع إلى غاية سنة 2024 (الجزيرة، 2021).

أما بالنسبة إلى عائدات السياحة الدولية فقد تكبدت السياحة الجزء الأكبر من الخسائر أثناء الجائحة، وهذا ما يوضحه الجدول الموالي من خلال إحصائيات الفترة 2014-2021:

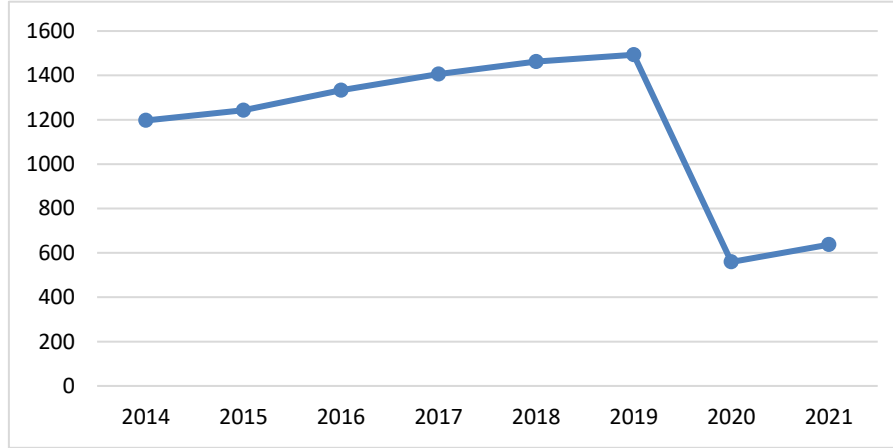
الوحدة: مليار دولار أمريكي USD		الجدول رقم (4) عائدات السياحة الدولية		
السنة	2014	2015	2016	2017
العائدات الدولية	1197	1243	1333	1406
السنة	2018	2019	2020	2021
العائدات الدولية	1462	1493	559	637

المصدر: من إعداد الباحثة اعتماداً على معطيات إحصائيات منظمة السياحة الدولية (UNWTO، 2023)

نستطيع من خلال الجدول أعلاه أن نلاحظ الزيادة المستمرة للعائدات السياحية الدولية منذ سنة 2014 أين كانت تمثل 1197 مليار دولار أمريكي واستمرت بالزيادة إلى غاية الذروة في سنة 2019 بقيمة 1493 مليار دولار أمريكي وهذا قبل تفشي جائحة كورونا COVID 19، أما أثناء الجائحة فقد انخفضت إلى مبلغ 559 مليار دولار أمريكي أي تقريباً إلى الثلث، ثم بعدها

نلاحظ تحسن طفيف مع نهاسة سنة 2021 حيث بلغت قيمة العائدات 637 مليار دولار أمريكي، أين بدأت السياحة في الرجوع البطيء نحو التعافي، وهذا ما يوضحه المنحنى التالي:

الشكل رقم (3) عائدات السياحة الدولية الوحدة: مليار دولار أمريكي USD



المصدر: من إعداد الباحثة اعتماداً على الجدول رقم 4

وقد أشارت منظمة السياحة العالمية إلى أنه كان من المقدر أن تساهم السياحة في الاقتصاد العالمي بنحو 1600 و1900 مليار دولار أمريكي للسنتين 2020 و2021 على التوالي، إلا أن جائحة كورونا (COVID-19) عرقلت هذا النمو وتسببت في انهيار للإيرادات السياحية العالمية (WTTC، 2022).

#### المحور الثاني: تأثير جائحة فيروس كورونا COVID 19 على السياحة في الصين

أثرت جائحة كورونا COVID-19 بشكل خطير على السياحة في الصين التي كانت الموطن الأساسي لتفشيها، ما عرضها إلى العزلة لعدة شهور تكبدت فيها خسائر لا يستهان بها إقتصادياً وسياحياً، وهذا أن الصناعة السياحية جد مرتبطة بالتنقل وهو المحظور رقم واحد أثناء الجائحة، مما أدى إلى تراجع إيراداتها أيضاً من السياحة، ولكن بحكم أن الصين كانت من الدول الرائدة في المجال السياحي، إذ احتلت العديد من المراكز المتقدمة وحتى الأولى، فكانت الأولى من حيث الدول المصدرة للسياح، وكذا الأولى من حيث عدد العمالة في المجال السياحي، جعلها تحاول التصدي للجائحة بتدابير تقلل من مدى الخسائر، وعندما نقول أكبر بلد مصدر للسياح، أي أكبر بلد يصدر العملة الصعبة عن طريق السياحة.

ومن خلال معطيات منظمة السياحة العالمية (UNWTO) لبعض الإحصائيات الخاصة بالسياحة سنحاول توضيح مدى تأثر السياحة في الصين بجائحة فيروس كورونا COVID 19.

#### 1. مساهمة السياحة الصينية في الناتج المحلي الاجمالي GDP

يعتبر عنصر مساهمة السياحة في الناتج المحلي الاجمالي المقياس الأول لتبيين مدى أهمية أي نشاط إقتصادي لأي بلد ما، ومن خلال الجدول الموالي سنحاول توضيح مدى أهمية السياحة في الصين:

## الجدول رقم (5) مساهمة السياحة الصينية في الناتج المحلي الاجمالي GDP الوحدة: مليار USD

السنة	2019	2020	2021
المساهمة في GDP	1856.6	696.3	814.3
نسبة المساهمة %	11.6%	4,3%	4.6%

المصدر: من إعداد الباحثة اعتماداً على معطيات إحصائيات منظمة السياحة الدولية (UNWTO، 2022)

يمكن الملاحظة من خلال الجدول أعلاه أن مبلغ ونسبة مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي الصيني قد وصلت قبل الجائحة أي سنة 2019 إلى ذروتها بمبلغ 1856.6 مليار دولار أمريكي USD ونسبة مساهمة قدرت بـ 11.6%، وبسبب الجائحة انخفض مبلغ نسبة المساهمة إلى أقل من النصف بكثير فوصل سنة 2020 إلى 696.3 مليار دولار أمريكي ونسبة 4.3%، ويعبر هذا الهبوط الحاد عن مدى تأثير السياحة بالجائحة، ثم ومن خلال بعض التدابير التي مارستها الصين لأجل استرجاع مكانتها السياحية استطاعت الوصول مع نهاية سنة 2021 إلى 814.3 مليار دولار أمريكي ونسبة 4.6%، كما تشير الدراسة التي أجريت من قبل مجلس السفر والسياحة العالمي، في تقريره الموسوم بـ "الأثر الاقتصادي للسفر والسياحة على مستوى العالم 2022" (WTTC، 2022)، إلى أن مساهمة السياحة الصينية في الناتج المحلي الاجمالي المتوقعة لسنة 2032 ستكون في المرتبة الأولى بمقدار 3915 مليار دولار أمريكي USD، متفوقة بذلك على الولايات المتحدة الأمريكية التي ستحتل المرتبة الثانية بمبلغ 2663.7 مليار دولار أمريكي USD.

## 2. الوظائف المباشرة للسياحة والسفر في الصين

تطرقنا في المحور الأول من الجزء التحليلي للدراسة إلى عدد الوظائف الناجمة عن القطاع السياحي في العالم، ومن خلال هذا العنصر سنبيّن عددها في الصين ومدى تأثيرها بالجائحة:

## الجدول رقم (6) وظائف السياحة والسفر في الصين الوحدة: مليون موظف

السنة	2019	2020	2021
عدد الوظائف المباشرة	82.24	69.71	73.31
نسبتها إلى وظائف السياحة في العالم	27.38%	25.72%	25.37%
مرتبتها في العالم	الأولى	الأولى	الأولى

المصدر: من إعداد الباحثة اعتماداً على معطيات إحصائيات منظمة السياحة الدولية (UNWTO، 2023)

نلاحظ من الجدول أعلاه عدد الوظائف المباشرة للسياحة في الصين، تعتبر سنة 2019 سنة الذروة للسياحة وهي السنة التي تسبق الجائحة، فنجد عدد الوظائف السياحية في الصين قد وصل إلى 82.24 مليون موظف بنسبة مساهمة 27.38% في التوظيف السياحي العالمي، أي أن أكثر من ربع الوظائف السياحية في العالم في الصين، ثم وجراء الجائحة إنخفض هذا العدد إلى 69.71 مليون موظف بنهاية سنة 2020، ثم بدأ في الإرتفاع سنة 2021 إلى 73.31 مليون موظف، إلا أن نسبته إلى الوظائف السياحية في العالم لم تتغير عن الربع، فبقيت تقريبا في نفس النسبة للعامين 2020 و 2021 بـ 25.72% و 25.37% على التوالي، محتلةً المرتبة الأولى لسنوات الثلاث.

## 3. تأثير الجائحة على السياحة المحلية والسياحة الخارجية في الصين

تأثرت السياحة في الصين بجائحة فيروس كورونا COVID 19 ككل بلدان العالم، إلا أن الصين لم ترضخ للأمر، إذ بسبب غلق الحدود بين الدول حاولت الصين أنتهاز الفرصة لتنمية السياحة المحلية على حساب السياحة الخارجية، وهذا الأمر ليس وليد الجائحة بل سعت الصين دائماً لتنمية سياحتها المحلية لأجل الاستفادة من العملة الصعبة بدل تصديرها من قبل مواطنيها، لأنه كما ذكرنا سابقاً تعتبر الصين البلد المصدر الأول للسياح، أي أنها البلد المصدر الأول للعملة الصعبة.

لمعرفة قيمة التغير وكذا نسبته لكل من السياحة المحلية والسياحة الخارجية أثناء الجائحة علينا أولاً التطرق إلى الميزان السياحي الصيني، ثم التطرق إلى نسبة السياحة المحلية والسياحة الخارجية كما يلي:

## 1.3 الميزان السياحي الصيني للفترة 2017-2021:

يمثل الميزان السياحي الفرق بين إيرادات السياحة الوافدة وصادرات السياحة المغادرة أو الخارجية، وبحكم أن الصين البلد المصدر الأول للسياحة فدائماً ما نجد أن الميزان سالبا كما هو مبين في الجدول التالي:

الجدول رقم (7) الميزان السياحي الصيني للفترة (2017-2021) الوحدة: مليار دولار أمريكي USD

السنة	2017	2018	2019	2020	2021
ايرادات السياحة الوافدة	38,559	40,386	35,832	9,951	11,328
صادرات السياحة الخارجية	275,875	277,265	254,621	131,050	105,689
الميزان السياحي	-237,316	-236,879	-218,789	-121,099	-94,361

المصدر: من إعداد الباحثة اعتماداً على موقع منظمة السياحة العالمية (UNWTO، 2022)

من خلال الجدول أعلاه ومن خلال تعريف الميزان السياحي الذي يمثل الفرق بين إيرادات السياحة الوافدة وصادرات السياحة الخارجية نلاحظ التحسن الكبير في الميزان السياحي رغم أنه لا يزال سالباً، فبعد أن كان جد متقارب بين السنوات الثلاث التي تسبق الجائحة وهي 2017 و2018 و2019 بالمبالغ التالية على الترتيب: -237,316، -236,879، -218,789 مليار دولار أمريكي USD، إنخفض إلى النصف تقريباً سنة 2020 السنة الأكثر تضرراً بالجائحة بمبلغ -121,099 مليار دولار، ليواصل الانخفاض إلى -94,361 مليار دولار سنة 2021، عند الرجوع إلى الإيرادات السياحية الوافدة وكذا الصادرات السياحية الخارجية كل على حدى نجد أنه رغم بداية ارتفاع الإيرادات السياحية الوافدة وهذا بعد التعافي البطيء وبداية فتح الحدود بين الدول، إلا أن الصادرات السياحية الخارجية لازالت في الانخفاض المستمر، وهذا نتيجة السياسة الصينية في مجابهة الوباء ومحاولة تحويل السياحة الخارجية إلى سياحة محلية، والذي كما لاحظنا أن نتائجه بدأت في الظهور.

## 2.3 نسبة السياحة المحلية والسياحة الخارجية الصينية:

ولمعرفة مدى تحقق نظرية توجيه الصين السياحة الخارجية إلى سياحة محلية، أخذنا هذا الجدول الذي يبين نسبتها من السياحة الوطنية أي من الإنفاق على السياحة داخل الوطن والتي تمثل السياحة المحلية، أو خارج الوطن والتي تمثل السياحة الخارجية:

الجدول رقم (8) نسبة السياحة المحلية والسياحة الخارجية أثناء جائحة كورونا COVID 19

السنة	2019	2020	2021
نسبة السياحة المحلية	86%	95%	97%
نسبة السياحة الخارجية	14%	05%	03%
نسبة السياحة الخارجية من الصادرات	5.0%	0.6%	0.4%

المصدر: من إعداد الباحثة اعتماداً على معطيات تقرير السياحة الصادر عن منظمة السياحة العالمية (UNWTO)،  
(2023)

من معطيات الجدول أعلاه نلاحظ أن نسبة السياحة المحلية والسياحة الخارجية في سنة 2019 كانت كالتالي: 86% و 14% على التوالي من الإنفاق السياحي أو ما يسمى السياحة الوطنية، أما بعد الجائحة وخلال السنتين 2020 و 2021 إنخفضت نسبة إنفاق السياحة الخارجية إلى 05% و 03% على التوالي، لترتفع في المقابل نسبة إنفاق السياحة المحلية إلى 95% و 97% على التوالي، كما نلاحظ تغير نسب السياحة الخارجية، إذ كانت تمثل 5.0% من الصادرات ككل في سنة 2019، لتنخفض إلى 0.6% و 0.4% للسنتين 2020 و 2021 على التوالي من الصادرات الصينية، وهو ما يبين تجاوب وإنجذاب السياح الصينيين إلى السياحة الداخلية، إذ لاحظنا ارتفاعها الذي تزامن مع انخفاض السياحة الخارجية.

#### 4. تدابير وسياسات تنمية السياحة المحلية في الصين قبل وبعد الجائحة

قامت الصين قبل جائحة فيروس كورونا بمحاولات لتشجيع السياحة المحلية بعدة سياسات، غير أن الجائحة سرّعت من ظهور الآثار الإيجابية لهذه السياسات، فخلال الجائحة وأثناء التدابير التي قامت بها الصين للوقاية من تفشي الوباء، وفي محاولة منها الاستفادة من العملة الصعبة الموجهة خارج الوطن عن طريق سواحلها لصالح بلدها أي لصالح السياحة المحلية، استطاعت الصين تنمية السياحة المحلية فكانت الأولى من حيث مداخيل السياحة المحلية عالمياً، وذلك لم ذلك وليد الصدفة بل من خلال جملة من التدابير التي ساعدت على تنمية السياحة المحلية:

- التحكم السريع والصارم في الجائحة، وكذا تعاون وثقة الشعب الصيني في حكومته وفي مدى خبرتها في التحكم بالأزمات والجائحات؛
- الاهتمام بالبنية التحتية والمواصلات بشتى أنواعها، من نقل بري و بحري وجوي؛
- التطوير من ما يسمى بـ "سياحة الانترنت"، إذ أصبحت السياحة لا تعتمد على البنى التحتية والفوقية فحسب بل أصبحت المعلوماتية نافذة لتعزيز وترقية السياحة، من مواقع للسفر والتعريف بالسياحة ومواقع للشراء؛
- تخفيض أسعار الفنادق لتتماشى وقدرة السياح المحليين؛
- تشجيع الاستثمار الأجنبي في السياحة، تعمل الصين على هذه النقطة بالذات لتنويع وتطوير قدراتها السياحية، حتى تستطيع اللحاق بركب الدول الرائدة سياحياً، لأجل كسب مواطنيها، فمن خلال توفير مراكز التسلية والترفيه والمنتجعات المشابهة للدول الغربية وكذا توفير الفنادق العالمية، يستطيع الفرد الصيني أن يقضي عطلة في موطنه دون الحاجة إلى مغادرة بلاده للاستمتاع بها؛
- تقسيم الميزانية المالية المخصصة للقطاع السياحي على جميع الولايات بالتساوي، لأجل توزيع التنمية السياحية وكذا التنوع لجذب السياح الأجانب، وكذا تعمل على زيادة هذه الميزانية كل سنة؛

- الاهتمام بالأعياد والمناسبات وتوفير العطل لأجلها والسعي إلى تشجيع السياحة أثناءها، إذ تحرص الحكومة الصينية على أن يستفيد منها جميع المواطنين سواء في القطاع العام أو الخاص، ولأجل ذلك وضعت لوائح للعطل تلزم بها الشركات الخواص؛
- ثقافة الشعب الصيني والتي تتميز بالتقليد القوي لقضاء الإجازات مع أفراد العائلة خاصة عيد الربيع، والذي يسمى بـ "الأسبوع الذهبي"، وتشجع الصين مواطنيها لقضاء العطل والأعياد داخل حدودها؛
- العمل على زرع ثقافة السياحة المحلية منذ الصغر، إذ تقوم جميع المدارس في الصين برحلات مدرسية لتعزيز السياحة المحلية، وكذا لتعريفهم بما تكتسبه بلادهم من مقومات سياحية، لتصبح السياحة نمط عيش للسكان المحليين قبل استقبال السياح الأجانب؛

وأهم ما يميز الشعب الصيني هي النزعة الوطنية، إذ بمحاولة الدول الغربية وخاصة الولايات المتحدة الأمريكية تسييس الجائحة وربطها بالجانب السياسي، ثارت الصين لتبرئة نفسها أمام الرأي العام، وقد ساعدها شعها في تخطي الجزء الكبير من الصعوبات وتفادي الخسائر الهائلة، فكانت تحت رهن إشارة الحكومة الصينية واتباع قراراتها، الشيء الذي سمح لها بتخطي الجائحة ومحاولة إعادة إحياء الإقتصاد الصيني وخاصة السياحة الصينية أو ما يسمى بالسياحة الانتقامية، أين سجلت أكثر من 2,88 مليار رحلة محلية في عام 2020، كما استطاعت مدينة دالي 大理 بمقاطعة يونان 云南 وحدها أن تجذب أكثر من 6.9 مليون سائح في عام 2021، بزيادة قدرها 46٪ عن مستويات ما قبل الوباء في عام 2019 (Tan, 2022).

#### خاتمة:

زاد الاهتمام بقطاع السياحة بسبب التطور الكبير والمستمر الذي شهدته معظم الدول في كافة نواحي الحياة، خاصة في وسائل المواصلات والإتصالات، وكذا ارتفاع مستوى الدخل ومستوى معيشة الأفراد في كثير من الدول المتقدمة، فاستطاعت السياحة أن تجد مكانة بين الصناعات في العالم بل واحتلت المركز الثالث من حيث حجم الصادرات، إذ فاقت قطاع السيارات، فاهتمت بها الدول المتقدمة واستطاعت أن تحقق من خلالها ما لم تحققه من قطاع المحروقات، فكان للدول التي ركزت على السياحة وربت لها السياسات والقوانين الحصص الكبرى في امتصاص السياح والعملات الصعبة.

وقد تم التوصل من خلال بحثنا إلى النتائج التالية:

#### 1. بخصوص السياحة في العالم:

- عرقلت جائحة فيروس كورونا COVID 19 نمو السياحة الدولية، وتسببت في انهيار للإيرادات السياحية العالمية؛
- كان من المقدر أن تساهم السياحة في الإقتصاد العالمي بنحو 1600 و1900 مليار دولار أمريكي للسنتين 2020 و2021 على التوالي بحسب دراسات منظمة السياحة العالمية، إلا أنها حققت إيرادات بقيمة 559 و637 مليار دولار أمريكي لنفس السنتين على التوالي؛

وهو ما يثبت صحة الفرضية الأولى التي اعتبرت أن لجائحة فيروس كورونا COVID 19 تأثيرا سلبيا على السياحة في العالم بأسره.

#### 2. بخصوص السياحة في الصين:

- شجعت مواطنيها على السياحة المحلية بدل السياحة الخارجية، إذ لم تبخل بإعداد القوانين والسياسات التي تجذب وتحث على السياحة المحلية.



- حرصت على العمل على زيادة المداخل السياحية من خلال السياحة المحلية، فخصصت لها ميزانية مقسمة بنفس التساوي بين جميع أجزاء الدولة،
  - كما عملت على إنهاء فرصة جائحة فيروس كورونا COVID19 وغلق الحدود البرية لصالحها، ونتيجة لذلك زادت نسبة السياحة المحلية وانخفضت بالموازاة السياحة الخارجية في السياحة الوطنية.
- وهو ما يثبت صحة الفرضية الثانية والتي تنص على أن الصين استطاعت الاستفادة من الجائحة لتنمية السياحة المحلية على حساب السياحة الخارجية.

#### آفاق الدراسة:

يتميز القطاع السياحي بمجاله الواسع والمترايط بعدة قطاعات أخرى، ما يفتح العديد من الجوانب لدراسته، فاقصر التركيز في بحثنا هذا حول آثار جائحة فيروس كورونا COVID 19 على السياحة في العالم وعلى الصين خاصة، ومن خلال احتلال الولايات المتحدة الأمريكية المرتبة الثانية في السياحة المحلية بعد الصين، يمكن للباحثين مواصلة الدراسة حول تدابير وسياسات تنمية السياحة التي انتهجتها الولايات المتحدة الأمريكية أو غيرها من الدول الرائدة في المجال السياحي.

#### قائمة المراجع

1. أحمد م. ش. (2014). *دراسة في مدخل علم السياحة*. الاسكندرية، مصر: مؤسسة عالم الرياضة للنشر ودار الوفاء للطباعة.
2. الجزيرة. (2021, November 29). *الجزيرة*. Récupéré sur <https://www.aljazeera.net/ebusiness/2021/11/29/> ارتفاع السياحة الدولية عالميا %58 في الربع الثالث 2021: ارتفاع-السياحة-الدولية-عالميا-58-في
3. الحربي، ه. ر. (2012). *التسويق السياحي في المنشآت السياحية*. عمان، الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى.
4. العمري، م. أ. (2014). *الأمن السياحي المفهوم والتطبيق*. عمان، الأردن: مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع.
5. القعيد، م. ع. (2011). *مبادئ السياحة*. *Principles of Tourism*. عمان، الأردن: إثناء للنشر والتوزيع.
6. الموسوي، م. ج. &، الله، ع. ا. (2016). *إدارة العلاقات العامة في قطاع المنشآت السياحية*. عمان، الأردن: مركز الكتاب الأكاديمي، الطبعة الأولى.
7. النصور، إ. ع. (2008). *أسس تسويق الخدمات السياحية العلاجية* مدخل مفاهيمي. (عمان، الأردن: دار صفاء للطباعة والنشر والتوزيع، الطبعة الأولى).
8. بارون، ف. (2011). *السياحة والفنادق تنظيم السياحة والمنظمات السياحية*. القاهرة، مصر: دار الكتاب الحديث.
9. درادكة، ح. ع. &، رحمة، م. م. (2014). *الجغرافيا والمعالم السياحية*. عمان، الأردن: دار الإعمار العلمي للنشر والتوزيع، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى.
10. لي، و. د.، مين، س. ف. &، لي، ت. (2012). *الاقتصاد الصيني*. الصين: نشر مشترك الذاكرة للنشر والتوزيع ودار النشر الصينية عبر القارات، الطبعة الأولى.
11. ماسون، أ. (2008). *الصين، سلسلة قصايا عالمية*. مصر: ترجمة عواطف علاء الدين، دار نهضة مصر للطباعة والنشر والتوزيع، الطبعة الأولى.
12. Gao, X., & Su, X. M. (2019). *Research on the Development Process of China's Hotel Industry During the 40 Years of Reform and Opening Up*. china: Atlantis Press, volume 110.
13. Robert. (1982). *Tourism Principales, practices, philosophies*. New York USA: John Wiley & Sons, Inc, Fifth Edition.
14. SINOLINGUA. (2007). *الصين نبذة عن جغرافية الصين*. العالم.
15. Statista Research Department. (2023, february 2). *Statista Research Department*,. Récupéré sur Statista: <https://www.statista.com/statistics/209334/total-number-of-international-tourist-arrivals>
16. Tan, S. L. (2022, August 15). *CNBC*. Récupéré sur China Economy: <https://www.cnbc.com/2022/08/15/chinas-domestic-tourism-on-track-to-rebound-from-pandemic-fitch-ratings.html>

17. UNWTO. (2022). *International Tourism Highlights*. Récupéré sur <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284422456>
18. UNWTO. (2023, janvier 18). *UNWTO*. Récupéré sur Tourism DASHBOARD: <https://www.unwto.org/tourism-data/global-and-regional-tourism-performance>
19. Wang, C., & Meng, X. M. (2021, October 8). *SAGE journals*. Récupéré sur <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/13548166211041209>
20. WTTC. (2022, August). *economic impact*. Récupéré sur Global Trends: <https://wtcc.org/Portals/0/Documents/Reports/2022/EIR2022-Global%20Trends.pdf>