

أثر التنافسية السياحية في التنمية المستدامة لدول حوض المتوسط The Impact of Tourism Competitiveness in Sustainable Development of the Mediterranean Countries

د. بولحية الطيب

جامعة جيجل، مخبر اقتصاد المنظمات والتنمية
المستدامة، الجزائر
t.boulahia@univ-jijel.dz

د. سالمي سمير*

جامعة جيجل، مخبر اقتصاد المنظمات والتنمية
المستدامة، الجزائر
samir.salmi@univ-jijel.dz

تاريخ النشر: 2021/12/15

تاريخ القبول: 2021/09/30

تاريخ الاستلام: 2021/06/05

ملخص:

هدفت هذه الدراسة لتوضيح دور القطاع السياحي في تحقيق أهداف التنمية المستدامة في دول حوض المتوسط، وقد تم تحليل المؤشرات الخاصة بكل من التنافسية السياحية والتنمية المستدامة لـ 17 دولة متوسطة. باستعمال نموذج الانحدار الخطي البسيط تم التوصل لوجود علاقة ارتباط قوية موجبة بين متغيري الدراسة، أظهرت الدراسة أيضا أن مؤشرات القطاع السياحي لدول المتوسط مُعبرا عنها بمؤشر التنافسية السياحية تساهم بشكل إيجابي بمقدار تجاوز 54 بالمائة من التغير الحاصل في مستوى التنمية المستدامة للدول المعنية بالدراسة. الكلمات المفتاحية: أهداف الألفية، أهداف التنمية المستدامة، التنافسية السياحية. تصنيف JEL: C12; L83; Z31; Z38

Abstract:

This study aimed to clarify the role of the tourism sector in achieving sustainable development goals in the Mediterranean countries. For this purpose, we analyzed the indicators of both tourism competitiveness and sustainable development for 17 Mediterranean countries.

By Using a simple linear regression model, it was found that there is a strong positive correlation between the study variables, The study also showed that the indicators of the tourism sector of the Mediterranean countries, expressed in the tourism competitiveness index, contribute positively by more than 54 percent of the change in the level of sustainable development for the countries concerned with the study.

Keywords: Millennium goals, Sustainable development goals, Tourism competitiveness.

Jel Classification Codes: C12;L83 :Z31 :Z38

I. تمهيد:

يُعد حوض البحر الأبيض المتوسط في الوقت الحالي من أكبر مناطق الجذب السياحي لما يتميز به من خصائص ومقومات، فالثراء الطبيعي والجغرافي والتاريخي والثقافي الهائل كلها عوامل جعلت من المنطقة الوجهة السياحية الأولى عالمياً، وبمقابل ذلك فإن تنامي النشاط السياحي في حوض المتوسط خلف آثاره السلبية على دول المنطقة خصوصاً في الجانب البيئي، حيث بدأ النظام الايكولوجي بالتدهور بصفة مستمرة بفعل ممارسات السياح الوافدين، وضعف السياسات والمخططات الموضوعية من طرف دول حوض المتوسط خاصة الجنوبية منها نتيجة اندماج غير كاف بين الأبعاد البيئية والاقتصادية والاجتماعية للتنمية المستدامة.

■ **إشكالية الدراسة:** نظراً لأنه لا يمكن اعتبار دولة واحدة مسؤولة عن تحقيق أهداف التنمية المستدامة في حوض البحر الأبيض المتوسط بسبب اختلاف الامكانيات وتباين أداء القطاع السياحي بين دول الحوض، لذلك بدأ البحث منذ عقود عن إيجاد حلول من أجل الحفاظ على الأداء السياحي المتميز للمنطقة – وان كان متفاوتاً بين الدول- وتلافي التأثيرات السلبية على البيئة خصوصاً، وذلك من خلال العمل والتنسيق فيما بينها تارة عبر استراتيجيات مشتركة، وتارة أخرى عبر سياسات وبرامج محلية تُراعي في مجملها مبدأ الاستدامة، وعليه فإن هذه الورقة البحثية تحاول الإجابة على الإشكالية التالية: ما هو أثر تنافسية القطاع السياحي في التنمية المستدامة بدول حوض المتوسط؟

فرضية الدراسة: ننتقل في معالجتنا لهذا الموضوع من الفرضية التالية: يوجد أثر لتنافسية القطاع السياحي في مستوى التنمية المستدامة المحقق بدول حوض المتوسط.

ومن أجل الإجابة عن الإشكالية المطروحة واختبار الفرضية السابقة سنستعرض خلال هذه الدراسة مجموعة من مؤشرات أداء القطاع السياحي ومؤشرات أهداف التنمية المستدامة في حوض المتوسط، ونظراً للعلاقة الإيجابية بين مؤشرات أداء القطاع السياحي المعتمدة ومستوى التنافسية السياحية لكل دولة من دول حوض المتوسط محل الدراسة فإن اختبار الفرضية سيختصر تلك المؤشرات ضمن مؤشر واحد مستقل وهو مؤشر التنافسية السياحية، بينما يُمثل مؤشر التنمية المستدامة المؤشر التابع.

■ **أهداف الدراسة:** تهدف هذه الدراسة إلى:

- تحليل أهمية القطاع السياحي في دول حوض المتوسط من هلال استعراض مؤشرات أدائه؛
- تشخيص واقع التنمية المستدامة في دول حوض المتوسط من خلال تحليل مؤشر أهداف التنمية المستدامة؛
- توضيح العلاقة بين النشاط السياحي والتنمية المستدامة في دول حوض المتوسط، واستخلاص الدول الذي تلعبه صناعة السياحة في دعم أهداف التنمية المستدامة.

■ **منهج الدراسة:** تم الاعتماد في إعداد هذه الدراسة على المنهج الوصفي، حيث انطلقنا من توضيح مختلف المفاهيم المتعلقة بكل من صناعة السياحة والتنمية المستدامة، كما تم تحليل المؤشرات المتعلقة بهذين المتغيرين انطلاقاً من تقارير المنظمات الدولية المتخصصة، وبناء على هذا التحليل تم استخلاص دور وأهمية القطاع السياحي بدول حوض المتوسط في دعم أهداف التنمية المستدامة، وقد شمل هذا التحليل المؤشرات المتعلقة بـ 17 دولة تنتمي إلى حوض المتوسط.

أولاً: من أهداف الألفية إلى أهداف التنمية المستدامة

1- الاطار التاريخي لأهداف الألفية:

في شهر سبتمبر عام 2000، اجتمع ممثلو 189 دولة في قمة الالفية، وتبنوا وثيقة اطلق عليها اسم اعلان الالفية، وفوضت القمة الأمين العام للأمم المتحدة متابعة تنفيذ ما جاء في الاعلان من القرارات، وقد تم تكليف عدد من اللجان المختصة لوضع آليات التنفيذ، وبعد انتهاء الاعمال التحضيرية، عقدت الجمعية العمومية لمنظمة الامم المتحدة في دورتها السادسة والخمسين في شهر سبتمبر من عام 2001، وقد تبنت الجمعية العمومية في نهاية اعمالها تقرير الامين العام المقدم الى الدورة بعنوان، "الدليل التفصيلي لتنفيذ اعلان الامم المتحدة بشأن الالفية" (Sustainable Development Goals Fund).

تضمن هذا التقرير عرضاً مفصلاً للأهداف المطلوب بلوغها تنفيذاً لما جاء في اعلان الالفية، وأورد في نهاية التقرير مرفقاً تضمن جدولاً بالأهداف الانمائية للألفية والتي أتت في 8 أهداف، و18 غاية، و48 مؤشراً. وهي التي أصبحت تختصر بـ "أهداف الالفية" التي تشكل الاطار الموجه لأولويات التنمية على الصعيدين العالمي والوطني (Asian Development Bank, 2009)، وخضفت هذه الأهداف للتعديل لاحقاً عام 2005 بناء على قرار الجمعية العمومية، وأصبحت هذه الأهداف الجديدة نافذة المفعول في جانفي 2008، كما شكلت منذ ذلك الحين نقطة مرجعية مركزية في العالم للتعاون الإنمائي (McArthur, 2014).

2- أسباب الانتقال لأهداف التنمية المستدامة:

من أهم الأسباب التي أدت بالانتقال إلى صياغة أهداف التنمية المستدامة كبديل لأهداف الألفية ما يلي

(الأمم المتحدة، 2015):

- الفشل الواضح في تحقيق الهدف الاول من أهداف الالفية حيث لا يزال ملايين الفقراء يعيشون في ظل الفقر والجوع ولا يحصلون على الخدمات الأساسية؛
- لا يزال عدم المساواة بين الجنسين مستمراً في العديد من الجوانب خاصة من حيث فرص التعلم والتوظيف في دول الجنوب؛
- وجود ثغرات كبيرة قائمة بين الأسر الفقيرة والغنية، وبين المناطق الريفية والمناطق الحضرية؛
- تعزيز الجهود الدولية لمواجهة تحدي التغيرات المناخية وتدهور البيئة اللذان يقوضان ما أنجز من تقدم، حيث أن الفقراء هم الأشد معاناة من جراء ذلك؛
- استمرار النزاعات التي تشكل أكبر تهديد تواجهه التنمية البشرية.

3- مفهوم التنمية المستدامة :

لغويًا، فإن مصطلح التنمية المستدامة يُشير إلى الحفاظ على التنمية مع مرور الوقت، ومن الناحية العلمية فإنه توجد العديد من التعاريف للمصطلح، والعديد من التفسيرات والاستخدامات المختلفة له، لذلك فإن أي تعريف للتنمية المستدامة يبقى قابلاً للنقاش (Elliott, 2013).

شهد عام 1987 صدور تقرير اللجنة العالمية للبيئة والتنمية بعنوان "مستقبلنا المشترك"، حيث عرف التنمية المستدامة على أنها: "التنمية التي تلبى احتياجات الأجيال الحالية دون المساومة على قدرة الأجيال المقبلة

في تلبية حاجياتهم" (Guay, 2004) ، وقد تبلور مفهوم التنمية المستدامة عبر مجموعة من المحطات التاريخية التي ساهمت في إثراء هذا المفهوم وتوضيح أبعاده المختلفة، ويمكن اعتبار محطات "برونتلاند - مؤتمر الأمم المتحدة للبيئة والتنمية بجوهانسبرغ - ريو + 20 - أهداف ما بعد عام 2015" أهم هذه المحطات التي شكلت فوارق مهمة في تاريخ التنمية المستدامة، والملاحظ على جميع هذه المحطات أنها مترابطة من حيث الأهداف التي تسعى إليها في سبيل الوصول إلى نموذج سليم للتنمية المستدامة يخدم الدول الغنية والفقيرة على حد سواء بغض النظر عن المصالح المباشرة لهذه الدول.

وفي ظل الزخم الذي يزخر به مفهوم التنمية المستدامة ظهرت مقاربتان أساسيتان حول نوع الاستدامة المثلى التي ينبغي تطبيقها، وهما الاستدامة الضعيفة والاستدامة القوية، إذ يتحدد نوع الاستدامة على أساس درجة الأهمية المعطاة لكل من رأس المال الطبيعي ورأس المال المصنوع (رأس المال الناتج عن العنصر البشري)، ففكرة الاستدامة الضعيفة برزت في الأبحاث التي قدمها الاقتصادي الأمريكي روبرت ميلتون سولو Robert Merton Solow الذي يرى أن الرأس المال البشري أهم من رأس المال الطبيعي، وعليه يمكن إحلال الأول محل الثاني وأن أهم شرط في هذا النوع من الاستدامة هي القيمة الاجمالية لرأس المال أو المخزون المتبقي والذي لا ينبغي أن يقل عن قيمة دنيا معينة، بينما مقارنة الاستدامة القوية تُعطي نفس الأهمية لكل من الرأس المال البشري ورأس المال الطبيعي وبالتالي فهما ضروريان معا وغير قابلين للإحلال فيما بينهما، هذا فضلا عن الاختلافات الموجودة بينهما والتي لا تسمح لأحدهما بتغطية الآخر في حالة تعرضه للاستنزاف أو تراجع مخزونه (Davies, 2013).

4- أهداف التنمية المستدامة:

في الفترة من 25 إلى 27 سبتمبر 2015 في نيويورك عقدت قمة الأمم المتحدة لاعتماد خطة التنمية لما بعد عام 2015 كجلسة عامة رفيعة المستوى للجمعية العامة، وجاءت هذه القمة لتقييم أهداف الألفية وإعادة صياغة أهداف الفترة القادمة تحت تسمية "تحويل عالمنا: خطة التنمية المستدامة لعام 2030"، وتمثل هذه الخطة برنامج عمل لأجل الناس وكوكب الأرض من أجل تعزيز السلام العالمي والقضاء على الفقر بجميع صورته وأبعاده، وهو شرط لا غنى عنه لتحقيق التنمية المستدامة، وقد وضحت هذه الخطة أهداف التنمية المستدامة للعقود القادمة والبالغة 17 هدفا وغاياتها البالغة 169 غاية (United Nations, 2015) ، وهو ما يعبر عن مدى اتساع هذه الخطة العملية التي تهدف إلى مواصلة مسيرة الأهداف الانمائية للألفية، وكلها أهداف وغايات متكاملة غير قابلة للتجزئة وتحقق التوازن بين الأبعاد الثلاثة للتنمية المستدامة.

الجدول رقم1: أهداف التنمية المستدامة حسب أبعادها

البعد البيئي	البعد الاجتماعي	البعد الاقتصادي
الهدف06: المياه النظيفة والنظافة الصحية	الهدف01: القضاء على الفقر التام	الهدف07: طاقة نظيفة وبأسعار معقولة
الهدف11: مدن ومجتمعات محلية مستدامة	الهدف02: القضاء على الجوع	الهدف08: العمل اللائق ونمو الاقتصاد
الهدف12: الاستهلاك والإنتاج المسؤولين	الهدف03: الصحة الجيدة والرفاه	الهدف09: الصناعة والابتكار والهياكل الأساسية
الهدف13: العمل المناخي	الهدف04: التعليم الجيد	الهدف17: عقد الشراكات لتحقيق
	الهدف05: المساواة ما بين الجنسين	
	الهدف16: السلام والأمن والمؤسسات	

الأهداف	القوية	الهدف:14: الحياة تحت الماء الهدف:15: الحياة في البر
	الهدف:10: الحد من أوجه عدم المساواة	

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على: (UN, 2019) .

بتاريخ 01 جانفي 2016، بدأ رسميا نفاذ أهداف التنمية المستدامة الـ 17 لخطة التنمية المستدامة لعام 2030، التي اعتمدها قادة العالم في سبتمبر 2015 في قمة أممية تاريخية، والتي سيعمل المجتمع الدولي على تحقيقها، واضعا نصب عينيه هذه الأهداف الجديدة التي تنطبق عالميا على الجميع.

ثانيا: التنافسية السياحية ومؤشرات صناعة السياحة في دول حوض المتوسط

1- مفهوم التنافسية السياحية

يعرف كل من Ritchie و Crouch تنافسية الوجهة السياحية على أنها: "قدرة الوجهة على زيادة الانفاق السياحي، وجذب الزوار بشكل متزايد مع تزويدهم بتجارب لا تُنسى، وتعزيز رفاهية سكان الوجهة والحفاظ على رأس المال الطبيعي داخلها للأجيال القادمة" (Ritchie & Crouch, 2003, P02) ، ويرى Patriza و Muzaffer تنافسية الوجهة السياحية بأنها: "قدرة الوجهة على المحافظة على مركزها في السوق وتحسينه مع مرور الوقت" (Modica & Uysal, 2016, P55)، ويرى Heath أن تنافسية الوجهة السياحية "تشمل المتغيرات القابلة للقياس بشكل موضوعي مثل أعداد السياح، حصة السوق، الإنفاق السياحي، العمالة، القيمة المضافة، بالإضافة إلى المتغيرات المقاسة ذاتيا مثل التراث والتنوع الثقافي والتراثي، جودة التجربة السياحية" (Heath, 2003, P129) .

2- أهمية صناعة السياحة في منطقة حوض المتوسط:

يُعتبر حوض البحر المتوسط الوجهة السياحية الأولى في العالم من حيث عدد السياح المتوافدين إليه سنويا وذلك للتنوع الذي تزخر به الدول المتوسطة التي توفر منتجات سياحية واسعة ومتنوعة، وهو ما جعل من النشاط السياحي في الدولة المطلة على المتوسط أحد أهم الأنشطة الاقتصادية التي لها عديد الآثار على اقتصاديات هذه الدول بصفة خاصة أو على مستوى حوض المتوسط بصفة عامة، يُلخص الشكل التالي أهم المؤشرات السياحية التي تؤكد الريادة العالمية لمنطقة حوض المتوسط:

الشكل رقم 01: المؤشرات الاقتصادية للقطاع السياحي بمنطقة حوض المتوسط



المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على: (WTTC, 2020); (UNWTO, 2020)

شهد حوض المتوسط نموا سنويا في عدد السياح الدوليين القادمين إليه من مختلف دول العالم حيث بلغ في الدول التي تشملها هذه الدراسة 397.5 مليون سائح سنة 2019 وهو ما يشكل نسبة 27.3 بالمائة من إجمالي عدد السياح في العالم، وهو ما يجعل من إقليم المتوسط الوجهة السياحية الأولى عالميا، وعلى مستوى الإيرادات السياحية فقد حققت مجموعة دول حوض المتوسط إيرادات بقيمة 302.9 مليار دولار خلال نفس السنة وهو ما يشكل 20.4 بالمائة من إجمالي إيرادات السياحة العالمية (UNWTO, 2020).

وقد انعكست هذه الحركة الكبيرة التي يتميز بها القطاع السياحي لدول حوض المتوسط بشكل إيجابي على المؤشرات الاقتصادية له، حيث تساهم الأنشطة السياحية بنسبة 11.3 بالمائة من إجمالي الناتج المحلي لدول الحوض، وهي نسبة تتجاوز المعدل العالمي (10.3 بالمائة نسبة مساهمة السياحة الدولية في الناتج المحلي العالمي)، كما تساهم السياحة بدول حوض المتوسط بنسبة 11.5 بالمائة من إجمالي صادرات دول الحوض (WTTC, 2020). ويساهم قطاع السياحة في توفير قدر كبير من مناصب الشغل المباشرة وغير المباشرة بدول حوض المتوسط، حيث بلغت نسبة مساهمته في التوظيف 11.5 بالمائة من إجمالي الوظائف المستحدثة باقتصاديات دول حوض المتوسط، منها نسبة 5.1 بالمائة كمساهمة مباشرة، والملاحظ أن نسبة المساهمة الاجمالية في التوظيف هي نسبة تتجاوز المعدل العالمي المقدر بـ 10.4 بالمائة (UNWTO, 2020).

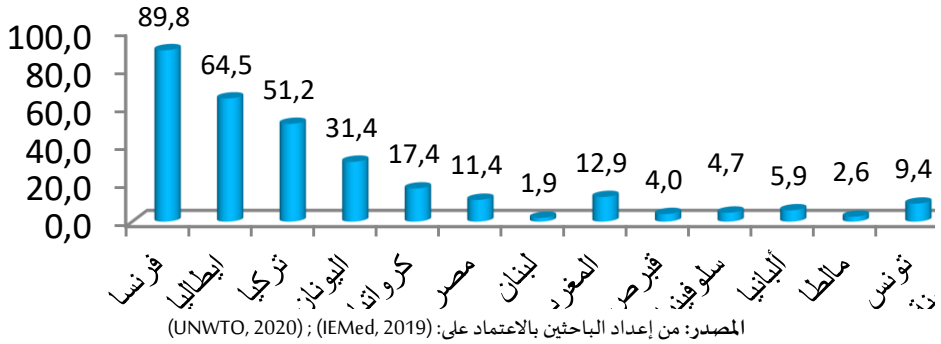
3- تحليل مؤشرات صناعة السياحة على مستوى دول حوض المتوسط

يعتبر النشاط السياحي في حوض المتوسط نشاطا منتظما وديناميكيا، وعلى الرغم من هذه الأهمية التي يشكلها قطاع السياحة في حوض المتوسط كنشاط اقتصادي واعد إلا أن أداء هذا القطاع يعرف مستويات متفاوتة على مستوى الدول المشكلة للإقليم، وفيما يلي نستعرض أداء أهم مؤشرات السياحة في الدول المنتمية لحوض البحر المتوسط.

1-1- عدد السياح المتوافدين إلى دول حوض المتوسط:

تشهد دول حوض المتوسط حركة معتبرة فيما يخص عدد السياح الوافدين إليها من مختلف دول العالم، على الرغم من التفاوت في الوجهات السياحية المقصودة لدول المتوسط، الشكل التالي يوضح عدد السياح الوافدين لدول حوض المتوسط خلال سنة 2019:

الشكل رقم 02: عدد السياح الوافدين لدول حوض المتوسط خلال سنة 2019 (الوحدة: مليون سائح).



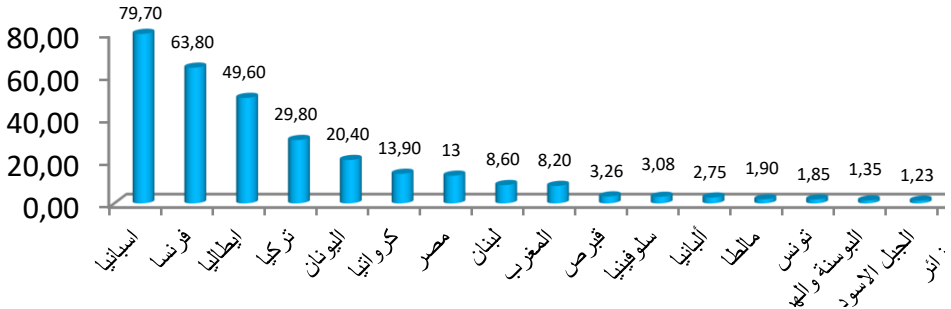
احتلت فرنسا المرتبة الأولى متوسطيا وعالميا فيما يتعلق باستقطاب السياح بـ 89.8 مليون سائح سنة 2019 وهو ما شكل نسبة 22.5 بالمائة من إجمالي عدد السياح الوافدين إلى حوض المتوسط، واحتلت إسبانيا المرتبة الثانية متوسطيا وعالميا بنسبة استقطاب قدرها 21 بالمائة من إجمالي عدد السياح في حوض المتوسط، بينما حلت إيطاليا في المرتبة الثالثة متوسطيا والخامسة عالميا باستقطابها لـ 64.5 مليون سائح أي ما نسبته 16.2 بالمائة من إجمالي السياح القادمين إلى حوض المتوسط.

وما يلاحظ على هذا الترتيب أن أول ستة دول من حيث استقطابها للسياح في حوض المتوسط هي دول تنتمي إلى شمال الحوض وتستقطب 84.6 بالمائة من إجمالي عدد السياح، بينما تأتي المغرب كأول دولة جنوب متوسطية من حيث استقطابها لعدد السياح باحتلالها المرتبة السابعة متوسطيا بـ 12.9 مليون سائح متبوعة بكل من مصر وتونس على التوالي، حيث تُعتبر هذه الدول الثلاث أفضل دول جنوب المتوسط استقطابا للسياح.

2-3- الإيرادات السياحية لدول حوض المتوسط:

يوضح الشكل التالي توزيع الإيرادات السياحية في دول حوض المتوسط خلال سنة 2019 :

الشكل رقم 03: العائدات السياحية لدول حوض المتوسط لسنة 2019 (الوحدة: مليار دولار)



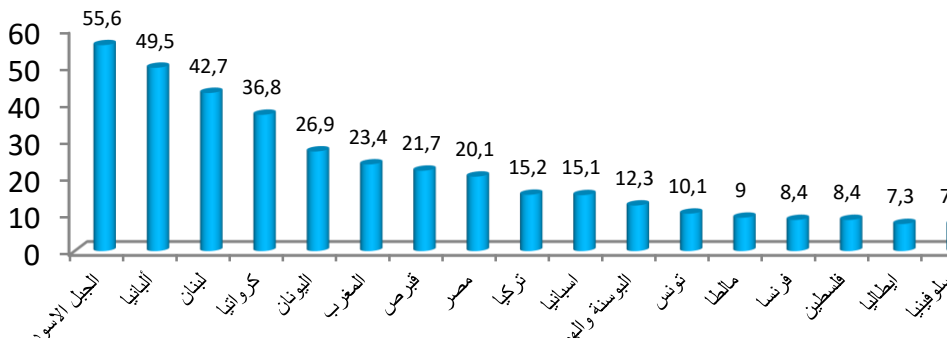
على الرغم من احتلال فرنسا للرتبة الأولى من حيث استقطاب السياح إلا أن إسبانيا هي الدولة المتوسطة الأولى من حيث تحقيقها للعائدات السياحية بمقدار 79.7 مليار دولار سنة 2019 وهو ما يُعادل 26.15 بالمائة من إجمالي العائدات السياحية في حوض المتوسط، وتحتل فرنسا الرتبة الثانية بتحقيقها 63.8 مليار دولار كعائدات سياحية خلال نفس السنة أي ما نسبته 20.9 بالمائة من إجمالي العائدات السياحية في حوض المتوسط، ويُفسر تصدر إسبانيا لدول حوض المتوسط من حيث العائدات السياحية إلى ارتفاع مردودية الأنشطة السياحية وتعدد وتنوع المنتجات السياحية التي تقدمها خاصة مع توفرها على واجهتين بحريتين أحدهما تطل البحر المتوسط والأخرى على المحيط الأطلسي (خاصة الواجهة البحرية الشمالية)، هذا التنوع في المنتجات السياحية يجعل متوسط الانفاق السياحي الفردي للسياح القادمين إلى إسبانيا أعلى من متوسط الانفاق السياحي بباقي دول المتوسط.

وحلت كل من إيطاليا، تركيا، اليونان، كرواتيا المراتب من الثالثة إلى السادسة على التوالي من حيث العائدات السياحية المحققة سنة 2019، بينما جاءت مصر في الرتبة السابعة متوسطيا والأولى بالنسبة لدول جنوب الحوض من حيث العائدات السياحية بـ 13 مليار دولار، متبوعة بكل من لبنان بـ 8.6 مليار دولار والمغرب بـ 8.2 مليار دولار، وحلت الجزائر في المرتبة ما قبل الأخيرة بعائدات سياحية ضعيفة جدا قدرها 270 مليون دولار.

3-3- مساهمة السياحة في صادرات دول حوض المتوسط:

توضح قيمة مساهمة السياحة في الصادرات مدى أهمية هذا القطاع والدور الذي يلعبه في اقتصاديات دول حوض المتوسط، كما تبين درجة اعتماد اقتصاد دولة ما على قطاع السياحة، الشكل التالي يوضح نسب مساهمة السياحة في اقتصاديات دول حوض المتوسط:

الشكل رقم 04: نسبة مساهمة السياحة في صادرات دول حوض المتوسط (الوحدة: %)



المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على: (IEMed, 2019)

نلاحظ على التوزيع الموضح في الشكل السابق أن اقتصاد الدول السياحية الكبرى في حوض المتوسط لا يعتمد بدرجة أساسية على أنشطتها السياحية بالرغم من العائدات السياحية الكبيرة التي تُساهم بها هذه الأنشطة في اقتصاديات هذه الدول، حيث لا تتعدى مساهمات السياحة في الصادرات الإسبانية نسبة 15.1 بالمائة ولا تتعدى هذه المساهمة نسبة 8.4 بالمائة بالنسبة لفرنسا و7.3 بالمائة بالنسبة لإيطاليا، وهذا لا يعني ضعف القطاع السياحي بهذه الدول بل أن هذه الدول الثلاث تعتبر من أقوى الاقتصاديات في العالم وتعتمد

بدرجة كبيرة على قطاع الصناعة والخدمات الأخرى، بينما تتواجد الجزائر في آخر ترتيب دول حوض المتوسط من حيث مساهمة قطاعها السياحي في الصادرات، وهو يدل على ضعف الدور الاقتصادي له وعدم قدرة الجزائر على ترقية هذا القطاع في ظل استمرار الاعتماد على عائدات المحروقات.

ثالثا- جهود التنمية السياحية المستدامة في دول الحوض:

اعترفت دول حوض المتوسط منذ عقود مضت بالحاجة إلى حماية بيئتها السياحية وضمان التوازن البيئي وحماية النظم الطبيعية، وهو ما تجسد في تواجد أغلبية هذه الدول كأطراف متعاقدة في اتفاقيات إقليمية ودولية من أجل مواجهة التغيرات الحاصلة في حوض المتوسط بهدف تحقيق تنمية سياحية مستدامة.

1-اتفاقية برشلونة:

عام 1975 اعتمدت 16 دولة متوسطة رفقة الاتحاد الأوروبي خطة عمل البحر الابيض المتوسط، وكانت هذه الخطة هي الاولى التي يتم اعتمادها كبرنامج للبحار الإقليمية تحت مظلة برنامج الامم المتحدة للبيئة UNEP، وفي 27 نوفمبر 1975 انعقد مؤتمر برشلونة الذي يعتبر بمثابة شهادة ميلاد للشراكة الأورومتوسطية، وتوجت أعماله ببيان برشلونة الذي حدد الخطوط العريضة لهذه الشراكة، وتم خلاله اعتماد خطة عمل لحماية البيئة البحرية والتنمية المستدامة للمناطق الساحلية في البحر المتوسط حيث حلت هذه الخطة محل خطة عمل البحر المتوسط، وقد ضمت اتفاقية برشلونة جميع الدول المطلة على حوض المتوسط، ومن أهم أهدافها (PNUE, 2007):

- تقييم التلوث البحري ومكافحته؛
- ضمان الادارة المستدامة للموارد الطبيعيو البحرية والساحلية؛
- دماج عنصر البيئة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية؛
- تعزيز التضامن بين الدول الساحلية المتوسطية.

2- لجنة البحر المتوسط للتنمية المستدامة (CMDD):

عام 1996 تم انشاء لجنة البحر المتوسط للتنمية المستدامة التي أدرجت السياحة كموضوع ذو أولوية وتم مناقشة هذه القضية في ورشة العمل الإقليمية بأنطاليا التركية خلال سنة 1998. وفي سنة 2005 اعتمدت الاطراف المتعاقدة في اتفاقية برشلونة استراتيجية البحر المتوسط للتنمية المستدامة والتي ركزت على سبعة مجالات ذات أولوية، أحدها تعلق بتشجيع السياحة المستدامة، وتم تسطير جدول زمني من 2005 الى غاية 2025 من أجل تجسيد الأهداف المتعلقة بهذا المجال والمتمثلة في (PNUE/PAM, 2001):

- تعزيز إدارة الموارد، وإنتاج الأغذية، والأمن الغذائي من خلال أشكال التنمية الريفية المستدامة؛
- تخطيط وإدارة المدن المستدامة في حوض المتوسط؛
- معالجة التغيرات المناخية باعتبارها قضية ذات أولوية في حوض البحر المتوسط؛
- العبور إلى الاقتصاد الأزرق والأخضر.

3- الاستراتيجية المتوسطة للتنمية المستدامة

قادت لجنة البحر الأبيض المتوسط للتنمية المستدامة (MCSD) استعراض استراتيجيات البحر المتوسط للتنمية المستدامة لعام 2005 بمساعدة أمانة اتفاقية برشلونة (وحدة تنسيق خطة عمل البحر الأبيض المتوسط - برنامج الأمم المتحدة للبيئة / خطة عمل البحر المتوسط) من خلال مركز النشاط الإقليمي للخطة الزرقاء (Plan Bleu)، ووضعت الاستراتيجية من خلال عملية شاملة أتاحت فيها الفرصة لجميع الدول الأعضاء وأصحاب المصلحة الرئيسيين للمشاركة، كما تم صياغة الاستراتيجية للعشر سنوات اللاحقة مع الأخذ في الاعتبار نتائج مؤتمر الأمم المتحدة للتنمية المستدامة (ريو +20) والتي ركزت بشكل خاص على الاقتصاد الأخضر في سياق التنمية المستدامة والقضاء على الفقر (UNEP/MAP, 2016).

وخلال الاجتماع العادي التاسع عشر (COP19) الذي عقد في أثينا باليونان من 9-12 فيفري 2016، قررت الأطراف المتعاقدة في اتفاقية حماية البيئة البحرية والمنطقة الساحلية للبحر الأبيض المتوسط (اتفاقية برشلونة)، أي 21 دولة متوسطة والاتحاد الأوروبي، اعتماد استراتيجيات البحر الأبيض المتوسط المنقحة للتنمية المستدامة (MSSD 2016-2025)، حيث تعتبر هذه الاستراتيجية إطار سياسات متكامل ووثيقة إرشادية استراتيجية لجميع أصحاب المصلحة والشركاء لترجمة أهداف التنمية المستدامة لعام 2030 على المستويات الإقليمية والوطنية، وتهدف هذه الاستراتيجية إلى المساهمة بشكل كبير في رؤية التنمية المستدامة طويلة الأجل لمنطقة البحر الأبيض المتوسط، لا سيما في سياق خطة التنمية المستدامة لعام 2030 واعتماد أهداف التنمية المستدامة من قبل الجمعية العامة للأمم المتحدة في سبتمبر 2015 (UNEP/MAP, 2017).

II. الطرق والأدوات:

لتحليل العلاقة بين السياحة والتنمية المستدامة في دول حوض المتوسط اعتمدت الدراسة على مؤشرين مهمين، حيث تمثل الأول في مؤشر التنافسية السياحية وهو يُعبر عن أداء القطاع السياحي في كل دولة من دول حوض المتوسط محل الدراسة، وتناسب مؤشرات أداء القطاع السياحي المعروضة سابقا طوريا مع مؤشر التنافسية السياحية لذلك يُمكن اعتباره كمؤشر شامل يُعبر عن حالة القطاع السياحي في كل دولة من دول حوض المتوسط.

وقد تم الحصول على قيم هذا المؤشر من التقرير العالمي لتنافسية قطاع السفر والسياحة الصادر سنة 2019 عن المنتدى الاقتصادي العالمي، ويتضمن التقرير الصادر كل سنتين ترتيب دول العالم حسب مؤشر التنافسية السياحية بناء على سلم تنقيط من 1 إلى 7 حيث كلما ارتفعت قيمة المؤشر نحو القيمة 7 دل ذلك على قوة التنافسية السياحية (WEF, 2019). بينما تمثل المؤشر الثاني في مؤشر أهداف التنمية المستدامة الذي يقيس درجة تقدم كل دول نحو تحقيق جميع أهداف التنمية المستدامة، حيث كلما اقترب هذه الدرجة من القيمة القصوى في سلم القياس والمتمثلة في 100 عبر ذلك عن الاقتراب نحو تحقيق جميع أهداف التنمية المستدامة، وقد تم الحصول على البيانات المتعلقة به انطلاقا من تقرير مؤسسة Bertelsmann Stiftung الموسوم بمؤشر أهداف التنمية المستدامة لدول حوض المتوسط لسنة 2019، وقد تم إعداد هذا التقرير من قبل فريق من الخبراء المستقلين في جامعة سيينا - سانتا كيارا (إيطاليا) لفائدة شبكة حلول التنمية المستدامة لمنطقة المتوسط (SDSN Mediterranean) ويعتمد بشكل على تقرير التنمية المستدامة 2019، الذي أعدته

مؤسسة Bertelsmann Stiftung وشبكة حلول التنمية المستدامة (SDSN) كإصدار خاص يتعلق بدول البحر الأبيض المتوسط (Bertelsmann Stiftung and SDSN, 2019).

III. المناقشة ونتائج الدراسة:

أولاً- تحليل مؤشرات متغيرات الدراسة

من أجل معرفة العلاقة الموجودة بين التنافسية السياحية والتنمية المستدامة في دول حوض المتوسط،

ننتقل من استعراض وتحليل هذين المؤشرين على مستوى دول حوض المتوسط:

الجدول رقم 02: مؤشر أهداف التنمية المستدامة والتنافسية السياحية في دول حوض المتوسط

الدولة	مؤشر التنمية المستدامة SDGs	مؤشر التنافسية السياحية
1.فرنسا	81.5	5.41
2.سلوفينيا	79.4	4.35
3.إسبانيا	77.8	5.44
4.كرواتيا	77.8	4.50
5.مالطا	76.1	4.36
6.إيطاليا	75.8	5.40
7.اليونان	71.4	4.54
8.الجزائر	71.1	3.14
9.ألبانيا	70.3	3.61
10.قبرص	70.1	4.21
11.تونس	70.0	3.63
12.البوسنة والهرسك	69.4	3.30
13.المغرب	69.1	3.89
14.تركيا	68.5	4.22
15.الجبل الأسود	67.3	3.89
16.مصر	66.2	3.89
17.لبنان	65.7	3.40
متوسط قيمة المؤشر	72.2	4.18

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على: (Bertelsmann Stiftung and SDSN, 2019) ; (WEF, 2019)

بلغت قيمة متوسط مؤشر أهداف التنمية المستدامة بمنطقة البحر الأبيض المتوسط 72.2، وهو ما يقابل افتراضياً المركز 49 في الترتيب العالمي، وهذا يعني أن منطقة البحر الأبيض المتوسط في المتوسط قد قطعت 72.2٪ من الطريق نحو تحقيق أهداف التنمية المستدامة السبعة عشر. وتتصدر فرنسا دول حوض المتوسط فيما يتعلق بالمؤشر الإجمالي لأهداف التنمية المستدامة وتحتل الرتبة الرابعة عالمياً بقيمة مؤشر بلغت

81.5، كما تصدر فرنسا أربع مؤشرات من بين المؤشرات 17 التي تقيس أهداف التنمية المستدامة (القضاء على الجوع، المساواة بين الجنسين، الطاقة النظيفة، الصناعة والابتكار)، وتحتل سلوفينيا الرتبة الثانية متوسطيا والثانية عشر عالميا متبوعة بإسبانيا التي تحتل الرتبة الحادية والعشرين عالميا، ويُلاحظ على مؤشر أهداف التنمية المستدامة في منطقة المتوسط أن الدول السبعة الأولى في الترتيب تنتمي إلى الضفة الشمالية للمتوسط، وهو ما يوضح أفضلية وأسبقية بلدان شمال المتوسط في مسيرة تحقيق أهداف التنمية المستدامة.

بالنسبة لمؤشر التنافسية السياحية تحتل إسبانيا الريادة متوسطيا وعالميا حيث سجل مؤشر التنافسية قيمة 5.44 من 7، وتلعب صناعة السياحة بإسبانيا دورا اقتصاديا مهما حيث تُعتبر ثاني وجهة سياحية في العالم تحقيقا للإيرادات السياحية بعد الولايات المتحدة الأمريكية، وتحتل فرنسا الرتبة الثانية متوسطيا وعالميا إذ سجل مؤشر التنافسية السياحية قيمة 5.41، احتلال فرنسا لهذه الرتبة جاء نظرا للاهتمام الكبير التي توليه في سياساتها وبرامجها الاقتصادية حيث تُعتبر الوجهة السياحية الأولى في العالم، وهو ما جعل قطاعها السياحي يحظى بمثل هذه المكانة على المستوى الدولي، وتحتل إيطاليا المرتبة الثالثة متوسطيا والثامنة عالميا من حيث تنافسيها السياحية حيث سجل مؤشر التنافسية قيمة 5.4، وتُعتبر من بين أول عشر وجهات عالمية من حيث عدد السياح الوافدين ومن حيث الإيرادات السياحية التي تحققها سنويا، خلف هذه الدولة الثلاثة الأولى من حيث التنافسية السياحية تأتي أغلب دول شمال المتوسط والمتمثلة في اليونان، كرواتيا، مالطا، سلوفينيا، تركيا، قبرص، وباستثناء تركيا فإن جميع هذه الدولة تتميز بالمساحة الصغيرة وتتراوح نسبة مساهمة قطاعها السياحي في الناتج المحلي الإجمالي لها بين 10 بالمائة و20 بالمائة، كما تعتمد في التوظيف بدرجة معتبرة على قطاعها السياحية حيث تتراوح نسبة توفير الوظائف من السياحة في هذه الدول بين 10 بالمائة و25 بالمائة.

الملاحظ على مؤشر التنافسية السياحية لدول حوض المتوسط أن متوسط قيمة المؤشر لدول الحوض يبلغ قيمة 4.18 وهو يتجاوز المعدل العالمي المقدر بـ3.8، وهذا يعني أن التنافسية السياحية لدول حوض المتوسط أفضل مقارنة بالتنافسية السياحية للأقاليم العالمية الأخرى على الرغم من التفاوت الموجود بين دول شمال وجنوب الحوض.

ثانيا- اختبار الفرضية ونتائج الدراسة:

يمكن صياغة فرضية الدراسة إحصائيا وفق الصيغة التالية:

H0: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha \leq 0.05$ لمؤشر التنافسية السياحية على التنمية المستدامة.

H1: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha \leq 0.05$ لمؤشر التنافسية السياحية على التنمية المستدامة.

للكشف عن طبيعة العلاقة بين صناعة السياحة والتنمية المستدامة في دول حوض المتوسط نقوم بحساب أثر التنافسية السياحية في التنمية المستدامة لدول حوض المتوسط، وقبل الاختبار الإحصائي للعلاقة بين متغيري الدراسة نقوم باختبار صلاحية البيانات ونموذج الدراسة باستعمال برنامج spss، حيث تم إجراء الإختبارات التالية:

1- اختبار التوزيع الطبيعي للبيانات:

يوضح الجدول التالي اختبار شرط التوزيع الطبيعي لبيانات الدراسة المكونة للمتغيرين وهو شرط

أساسي لاستعمال الاختبارات المعلمية:

الجدول رقم 03: اختبار التوزيع الطبيعي لبيانات الدراسة

المتغيرات	قيمة اختبار Shapiro-Wilk	مستوى المعنوية
مؤشرات التنافسية السياحية	0.923	0.165
مؤشرات التنمية المستدامة	0.917	0.130

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

توضح نتائج الجدول أن مستوى معنوية اختبار Shapiro-Wilk لتوزيع بيانات متغيري الدراسة كان

أكبر من 0.05 وهو ما يؤدي إلى رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة الخاصة بهذا الاختبار، وبالتالي

فإن بيانات هذين المتغيرين تتبع التوزيع الطبيعي، وهو ما يسمح بتطبيق الاختبارات المعلمية.

2- تحليل صلاحية النموذج:

يوضح الجدول التالي تحليل صلاحية نموذج الانحدار للعلاقة بين متغيري الدراسة:

الجدول رقم 04: تحليل صلاحية نموذج الدراسة

المصدر	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (F)	مستوى المعنوية
الانحدار	205.664	1	205.664	17.971	0.001
البواقي	171.665	15	11.444		
الكلية	377.329	16			

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

تشير نتائج اختبار صلاحية النموذج أن قيمة (F) المحسوبة أكبر من قيمتها الجدولية، كما أن مستوى

المعنوية بلغ 0.001 وهو أقل من مستوى دلالة الفرضية الصفرية المقدر بـ 0.05 وعليه فإن خط الانحدار يلائم

بيانات الدراسة وبالتالي فإن نموذج الانحدار معنوي، وهذا يعني إمكانية اختبار فرضية الدراسة وفقاً لخط

الانحدار.

3- اختبار الانحدار البسيط:

بعد التأكد من توفر شروط تطبيق نموذج الانحدار البسيط في توضيح العلاقة بين المتغير المستقل

(التنافسية السياحية) والمتغير التابع (التنمية المستدامة)، تقوم فيما يلي باختبار هذه العلاقة والنتائج موضحة

في الجدول التالي:

الجدول رقم 05: اختبار العلاقة بين متغيرات الدراسة

		معامل الارتباط: R: 0.738		معامل التحديد R ² : 0.545	
		قيمة (F): 17.971		مستوى المعنوية: 0.001	
		عند $\alpha \leq 0.05$			
معنوية t	قيمة t	معاملات موحدة		معاملات غير موحدة	
		معاملات موحدة	معاملات غير موحدة	الخطة المعياري	B
0.000	10.243			5.006	51.272
0.001	4.239	0.738		1.179	5.00

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

يُظهر الجدول السابق أن معامل الارتباط بين المتغيرين قد بلغ 0.738 وهو ما يشير إلى وجود ارتباط موجب قوي بين كل من مؤشر التنافسية السياحية ومؤشر التنمية المستدامة في الدول محل الدراسة، وبلغت القدرة التفسيرية لنموذج الانحدار ممثلة في معامل التحديد R² قيمة 0.545 وهو يشير إلى مساهمة المتغير المستقل (التنافسية السياحية) في سلوك المتغير التابع (التنمية المستدامة) بنسبة 54.5 بالمائة، وأن باقي النسبة من التأثير والمقدرة بـ 45.5 بالمائة ترجع إلى عوامل أخرى غير التنافسية السياحية، وتُشير قيمة F التي ظهرت معنوية عند مستوى ثقة 95% إلى ملاءمة خط الانحدار بالنسبة للمتغيرين، في حين بلغت قيمة معلمة الميل (معامل الانحدار) والتي تمثل المتغير المستقل 5 مما يؤكد العلاقة الإيجابية بين المتغيرين، وقد بلغ مستوى المعنوية 0.001 وهو أقل من 0.05 مما يشير إلى معنوية ميل الانحدار، أما بالنسبة إلى معلمة التقاطع فقد بلغت قيمتها 51.272 بمستوى معنوية أقل من 0.05 وهو ما يشير إلى دلالاتها إحصائية، وعليه فإن العلاقة بين متغيري الدراسة يُعبر عنها بمعادلة خط الانحدار التالي: $Y = 51.272 + 5X$

من خلال هذا التحليل للعلاقة بين متغيري الدراسة نقبل فرضية الدراسة حيث يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha \leq 0.05$ لمؤشر التنافسية السياحية على التنمية المستدامة في دول حوض المتوسط.

IV-الخلاصة:

يعتبر حوض المتوسط كإقليم أول وجهة سياحية في العالم من حيث عدد السياح، وقد حققت مختلف مؤشرات أداء القطاع السياحي بالإقليم مستويات أداء عالية، حيث بلغ متوسط قيمة مؤشر التنافسية السياحية لجميع لدول الحوض 4.18 من 7 وهو يتجاوز المعدل العالمي المقدر بـ 3.8 وهو ما يعني أن صناعة السياحة في حوض المتوسط تشكل نشاطا مهما وقطاعا اقتصاديا واعدا.

من جهة أخرى فإن متوسط مؤشر أهداف التنمية المستدامة لدول حوض المتوسط تجاوز المعدل العالمي وهو ما يعني أن أغلب دول الحوض تسير في الطريق الصحيح نحو تحقيق أهداف التنمية المستدامة، وعلى الرغم من بعض التفاوت في مؤشرات التنافسية السياحية والتنمية المستدامة بين دول شمال ودول جنوب الحوض إلا أن فرصة استغلال المؤهلات التي تتمتع بها الدول المنتمية لهذا الإقليم لا تزال مواتية جدا، من

خلال توجيه الاستراتيجيات المختلفة لهذه الدول وللإقليم ككل لتدعم تحقيق أهداف التنمية المستدامة لشعوب المنطقة على المدى البعيد، وقد تأكد ذلك من خلال علاقة الارتباط القوي والموجب بين التنافسية السياحية والتنمية المستدامة بدول حوض المتوسط، والتي تشير إلى دور وأهمية صناعة السياحة في تسريع وتيرة التقدم نحو تحقيق أهداف التنمية المستدامة بدول الحوض.

المراجع:

1. Asian Development Bank. *Key Indicators for Asia and the Pacific*. Philippines: ADB. (2009), P12.
2. Bertelsmann Stiftung and SDSN.. *The Sustainable Development Report 2019 – Mediterranean Countries*. Bertelsmann Stiftung and SDSN. Germany: Bertelsmann Stiftung and SDSN. (2019).
3. Davies, G. *Appraising Weak and Strong Sustainability: Searching for a Middle Ground*. (A. Thornberg, & O. Chioffi, Éd.) The Journal of Sustainable Development, 10(01), (2013). P111-124.
4. Elliott, J. *An Introduction to Sustainable Development* (éd. 4th). England: Routledge. (2013).P16.
5. Guay, L. *Les enjeux et les défis du développement durable: connaître, décider, agir*. Canada: Les presses de l'université Laval. (2004).P05.
6. Heath, E. (2003, August). *Towards a model to enhance destination competitiveness: a Southern African perspective*. (A. A. Press, Éd.) *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 10(02).
7. IEMed. *Mediterranean Yearbook 2019*. Institut Européen de la Méditerranée. Spain: Institut Européen de la Méditerranée. (2019).
8. McArthur, J. *The Origins of the Millennium Development Goals*. (T. J. Press, Éd.) *The SAIS Review of International Affairs*, 34(02), 5-24. (2014), P06.
9. Modica, P., & Uysal, M. (2016). *Sustainable Island Tourism (Competitiveness and quality of life)*. UK: CABI international.
10. PNUE. *Plan d'action pour la méditerranée (Convention sur la protection du milieu marin et du littoral de la méditerranée et ses protocoles)*. Athènes: Programme des nations unies pour l'environnement. (2007).
11. PNUE/PAM. *La Commission méditerranéenne du développement durable(CMDD)*. PROGRAMME DES NATIONS UNIES POUR L'ENVIRONNEMENT et PLAN D'ACTION POUR LA MEDITERRANEE. Grèce: Unité de coordination du Plan d'action pour la Méditerranée PNUE/PAM. (2001).
12. Ritchie, J., & Crouch, G. (2003). *The competitive destination : A sustainable tourism prespective*. United Kingdom: CABI publishing.
13. Sustainable Development Goals Fund. (s.d.). (2019). *Millennium Development Goals*. Consulté le 01 15, 2021, sur <https://www.sdgfund.org/mdgs-sdgs#>
14. UN. (2019). *Take Action for the Sustainable Development Goals*. Consulté le 01 15, 2021, sur United Nations Sustainable Development Goals: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/sustainable-development-goals/>

15. UNEP/MAP. *Sustainable Tourism in the Mediterranean: State of Play and Strategic Directions*. Greece: PLAN BLEU - UN Environment/MAP. (2017).
16. UNEP/MAP.. *Mediterranean Strategy for Sustainable Development 2016-2025 (Investing in environmental sustainability to achieve social and economic development)*. Greece: PLAN BLEU - UN Environment/MAP. (2016)
17. United Nations. *Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development*. General Assembly of United Nations. New York: United Nations. (2015).
18. UNWTO. *World Tourism Barometer 2020*. Spain: United Nations World Tourism Organization. (2020).
19. WEF. (2019). *travel and tourism competitiveness report 2019*. Consulté le 01 15, 2021, sur World Economic Forum: <http://reports.weforum.org/travel-and-tourism-competitiveness-report-2019/about-the-ttcr>
20. WTTC. (2020). *World Travel and Tourism Council Gateway*. Consulté le 08 15, 2020, sur World Travel and Tourism Council: <https://tool.wttc.org/mediterranean>
21. الأمم المتحدة *موجز تقرير الأهداف الإنمائية للألفية*. نيويورك، 2015.