Available online at https://www.asjp.cerist.dz/en/PresentationRevue/85

مجلة الباحث الاقتصادي

Economic Researcher Review

ISSN: 2335-1748EISSN: 2588-235X المجلد 12،العدد01(2024)، صص 208- 226

التنافسية السياحية للدول العربية وفق مؤشرات المنتدى الاقتصادي العالمي خلال الفترة 2007-2019

صابرينة فراح[1]

[1]جامعة عبد الرحمان ميرة بجاية (الجزائر)، sabrina.ferrah@univ-bejaia.dz

The competitiveness of the tourism for Arab countries, according to the indicators of the World Economic Forum during the period 2007-2019

Ferrah Sabrina[1]

University of Bejaia (Algeria)[1]

تاريخ الاستلام:2023/10/05؛**تاريخ القبول**: 2023/12/30؛ **تاريخ النشر**: 2024/06/30

ملخص :

تهدف هذه الدراسة إلى تقييم تنافسية قطاع السياحة والسفر في الدول العربية، وذلك بالاعتماد على تقارير تنافسية السياحة والسفر الصادرة عن المنتدى الاقتصادي العالمي خلال الفترة 2007-2019، والتي تقيس التنافسية السياحية لدول العالم معتمدةً على مؤشرات تحدد العوامل والسياسات التي تؤثر في تطوير وتنمية قطاع السياحة والسفر. وقد توصلنا من خلال هذه الدراسة إلى أن الدول العربية تتباين بشكل كبير في تنافسية قطاع السياحة والسفر، وهذا يعود إلى جملة من الأسباب، على غرار التوترات والاضطرابات الأمنية التي تعرفها بعض الدول العربية، عدم إعطاء الأولوية والاهتمام اللازم لقطاع السياحة، قلة الاستثمارات في البنى التحتية، عدم الانفتاح على السياحة، ضعف قطاع الصحة والنظافة، انعدام واضح لرؤية استراتيجية للقطاع.

الكلمات المفتاح: التنافسية السياحية ؛ مؤشرات تنافسية السياحة والسفر ؛ المنتدى الاقتصادي العالمي ؛ الدول العربية.

تصنيف JEL: Z380؛Z320 ؛ Z31 ؛ Z30

Abstract :

The aim of this study is to assess the competitiveness of the tourism and travel sector in the Arab countries, based on the reports on the competitiveness of tourism and travel issued by the World Economic Forum during the period 2007-2019, which measure the tourism competitiveness of the countries of the world based on indicators that identify factors and policies that affect the development of the sector Tourism and Travel. We have concluded through this study that Arab countries vary greatly in the competitiveness of the tourism and travel sector, this is due to a number of reasons, such as security tensions and turmoil in some Arab countries, lack of priority and necessary attention to the tourism sector, lack of investments in infrastructure, lack of openness to tourism, weak health and hygiene sector, and a clear lack of a strategic vision for the sector.

Keywords: tourism competitiveness; indicators of tourism and travel competitiveness; World Economic Forum; Arab countries.

Jel Classification Codes : Z380؛Z320 ؛ Z31 ؛ Z30

كيفية الاستشهاد بهذا المقال حسب أسلوبAPA

فراح صابرينة (2024)، **التنافسية السياحية للدول العربية وفق مؤشرات المنتدى الاقتصادي العالمي خلال الفترة 2009-2019، مجلة الباحث الاقتصادي**، المجلد 12 (العدد 01)، الجزائر: جامعة 20 اوت 1955 -سكيكدة-، ص ص 208 - 226 .

المؤلف المرسل: **فراح صابرينة**، الإيميل: sabrina.ferrah@univ-bejaia.dz

1. مقدمة.

لقد عرف قطاع السياحة تطوراً كبيراً خلال السنوات الأخيرة ويرجع ذلك للاهتمام المتزايد وكذا تسابق مختلف الدول عالمياً على الإستثمار في قطاع السياحة، وهذا لما يمكن أن يحققه من تنمية اقتصادية. والملاحظ أن السياحة حققت خلال الفترة من 2008 إلى 2018 معدل نمو بلغ 32,14%، وقد احتلت قارة أوروبا المرتبة الأولى عالمياً من حيث استقطاب أكثر من نصف السواح في العالم بنسبة 50,9%، تليها آسيا والمحيط الهادئ ثم الأمريكيتان بنسبة 24,6% و 15,5% على التوالي، أما أضعف النسب لاستقطاب السواح فهي من نصيب إفريقيا والشرق الأوسط والتي لم تتجاوز 5 % بحسب إحصائيات المنظمة العالمية للسياحة لسنة (World Tourisme Organization, 2019, p. 19).

وتعتبر التنافسية السياحية معياراً لتقييم الآداء السياحي لمختلف دول العالم مقارنة ببعضها البعض، وتقوم العديد من المؤسسات الدولية بإعداد تقارير سنوية عن قطاع السياحة والسفر على غرار المنظمة العالمية للسياحة، المنتدى الإقتصادي العالمي، مجلس السياحة والسفر العالمي، منظمة العمل الدولية، اليونسكو، البنك الدولي ومنظمة الصحة العالمية وغيرها. ويُصدر المنتدى الإقتصادي العالمي (دافوس) كل سنتين تقريراً عن تنافسية السياحة والسفر عالمياً، حيث يقوم بقياس العوامل والسياسات التي تمكن من تطوير وإستدامة قطاع السياحة. ويعتبر التقرير وسيلة وآداة تمكن أصحاب القرار وتساعدهم لاتخاذ قرارات لتطوير هذا القطاع وسد الفجوات ونقاط الضعف والحفاظ على نقاط القوة وزيادتها (المنظمة العربية للسياحة، 2015، صفحة 4).

اشكالية الدراسة: على ضوء ما تقدم نطرح الإشكالية الرئيسية للدراسة:

ماهو واقع التنافسية السياحية للدول العربية وفقا لمؤشر التنافسية السياحية للمنتدى الإقتصادي العالمي؟

التساؤلات الفرعية: من خلال هذه الإشكالية نطرح الأسئلة الفرعية التالية:

- ماهي مؤشرات التنافسية السياحية وكيف يتم قياسها؟
- ماهو واقع التنافسية السياحية للدول العربية؟

فرضيات البحث: لقد اعتمدنا في هذه الدراسة على فرضيتين أساسيتين:

الفرضية الأولى: يعتبر مؤشر التنافسية السياحية الصادر عن المنتدى الاقتصادي العالمي بدافوس أداة مهمة تمكن من قياس تنافسية قطاع السياحة والسفر لمختلف دول العالم.

الفرضية الثانية: تتشابه الدول العربية كثيراً من حيث التنافسية السياحية وهي لا تحوز على مراكز متقدمة في مجال التنافسية السياحية على المستوى العالمي.

الهدف من الدراسة:

يهدف هذا البحث إلى دراسة وتقييم التنافسية السياحية للدول العربية الأربعة عشر التي شملتها الدراسة، من خلال أولاً التعريف بمؤشرات التنافسية السياحية وكيف يتم قياسها إعتماداً على عدة مؤشرات فرعية وهي تضم البيئة التمكينية، السياسات والظروف المواتية للسياحة والسفر، الموارد الطبيعية والثقافية والبنى التحتية. وصولاً إلى تسليط الضوء على نقاط القوة من أجل تعزيز المنافسة السياحية وكذا نقاط الضعف من أجل تدارك النقائص.

حدود الدراسة:

من خلال هذه الدراسة قمنا بتحديد الإطار الزمني والذي يمتد من 2007 إلى غاية 2019، وذلك بالاعتماد على تقارير المنظمة العالمية للسياحة، وعلى تقارير المنتدى الاقتصادي العالمي، ويعتبر أول تقرير عن تنافسية قطاع السياحة والسفر الصادر سنة 2007 ولهذا تم اختيار سنة 2007 كسنة بداية الدراسة وطبعاً إلى غاية آخر تقرير أخذ بعين الاعتبار وهو تقرير سبتمبر 2019. أما الحدود المكانية فقد

اخترنا مجموعة من الدول العربية وهي 14 دولة عربية (الأمارات المتحدة العربية، قطر، البحرين، الكويت، المملكة العربية السعودية، لبنان، الأردن، عمان، مصر، المغرب، تونس، الجزائر، اليمن، موريتانيا) والتي تضمنها تقرير تنافسية قطاع السياحة والسفر للمنتدى الاقتصادي العالمي على مر سنوات الدراسة.

منهج البحث:

حتى نتمكن من الإجابة على الإشكالية المطروحة اعتمدنا على المنهج الوصفي والتحليلي للإلمام بالجوانب النظرية للدراسة وكذا تحليل المعطيات والبيانات الإحصائية. كما انتهجنا أسلوب الدراسة بالمقارنة من خلال تحليل الجداول ومقارنة الدول العربية مع بعضها البعض.

محاور الدراسة: لقد تم تقسيم البحث إلى محورين:

- **المحور الأول** : تنافسية قطاع السياحة والسفر مفهومها ومؤشراتها حسب المنتدى الاقتصادي العالمي
- **المحور الثاني:** تحليل وتقييم مؤشرات تنافسية قطاع السياحة والسفر للبلدان العربية

2. التنافسية السياحية:

يمكننا أن نعرف التنافسية السياحية على أنها: " قدرة المؤسسات المنتمية للقطاع السياحي في دولة ما على تحقيق نجاح مستمر في الأسواق المحلية والدولية بالاعتماد على ما تملكه من موارد وقدرات دون الاعتماد على الدعم والحماية الحكومية" (محسن عبد الله الراجحي وأخرون، 2016، صفحة 123).

كما تعرفها المنظمة العالمية للسياحة على أنها:" الزيادة في الإنتاج والتحسين في نوعية السلع والخدمات بما يرضي أذواق المستهلكين وقدرة البلد على توليد موارد وامكانيات تتفوق بها على منافسيها في الأسواق العالمية" (المنظمة العربية للسياحة، 2015، صفحة 5).

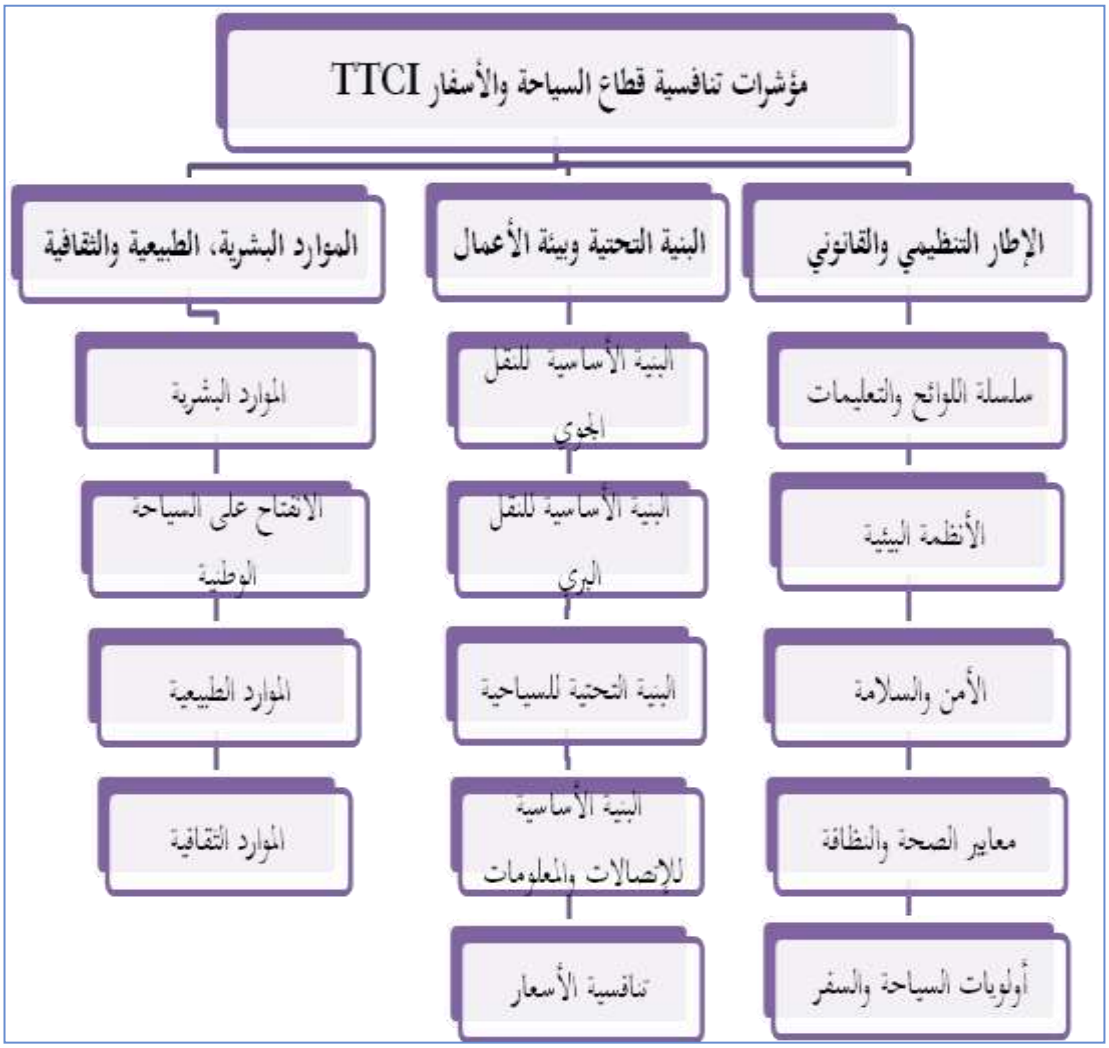
1.2 مؤشرات التنافسية السياحية وقياسها:

يُصدر المنتدى الإقتصادي العالمي كل سنتين تقريراً عن تنافسية السياحة والسفر عالمياً، حيث يقوم بقياس العوامل والسياسات التي تمكن من تطوير وإستدامة قطاع السياحة، ويغطي هذا التقرير 141 دولة في جميع أنحاء العالم (حسب تقرير 2019)، ويستند مؤشر تنافسية قطاع السياحة والسفر TTCI على مؤشرات رئيسية وهي: البيئة التمكينية، السياسات والظروف المواتية للسياحة والأسفار، البنية التحتية، وأخيراً الموارد الثقافية والطبيعية. هذه المؤشرات الرئيسية تتفرع بدورها إلى 14 مؤشر فرعي.

ولقد أصدر المنتدى الإقتصادي العالمي أول تقرير حول تنافسية قطاع السياحة والأسفار عام 2007 وشاركت فيه 10 دول عربية من أصل 124 دولة شملها التقرير، أعقبه تقرير 2009 والذي ضم 133 دولة في العالم منها 14 دولة عربية، ثم تقرير 2011 والذي شمل 139 دولة من بينها 15 دولة عربية، يليه تقرير 2013 والذي شمل بالدراسة 140 دولة منها 13دولة عربية. وقد إعتمد مؤشر تنافسية السياحة والسفر في تقاريره إلى غاية 2013 على ثلاث مؤشرات رئيسية تتفرع منها14 مؤشر فرعي، ولكل مؤشر فرعي متغيرات ومجموع هذه المتغيرات هو **79** متغيراً (World Economic Forum, 2013).

وتعتمد منهجية التقرير في جمع البيانات على بيانات احصائية وأخرى استقصائية، ثلثي البيانات هي بيانات إحصائية تقدمها منظمات وهيئات رسمية عالمية على غرار منظمة السياحة العالمية، مجلس السياحة والسفر العالمي، منظمة العمل الدولية، اليونسكو، البنك الدولي ومنظمة الصحة العالمية وغيرها، أما الثلث الآخر من البيانات مصدرها المسح الاستقصائي التي يقوم بها المنتدى الاقتصادي سنوياً، وذلك عن طريق استبيانات تستهدف فئة رجال الأعمال وصناع القرار حول الأداء السياحي في دولة ما (World Economic Forum, 2013).

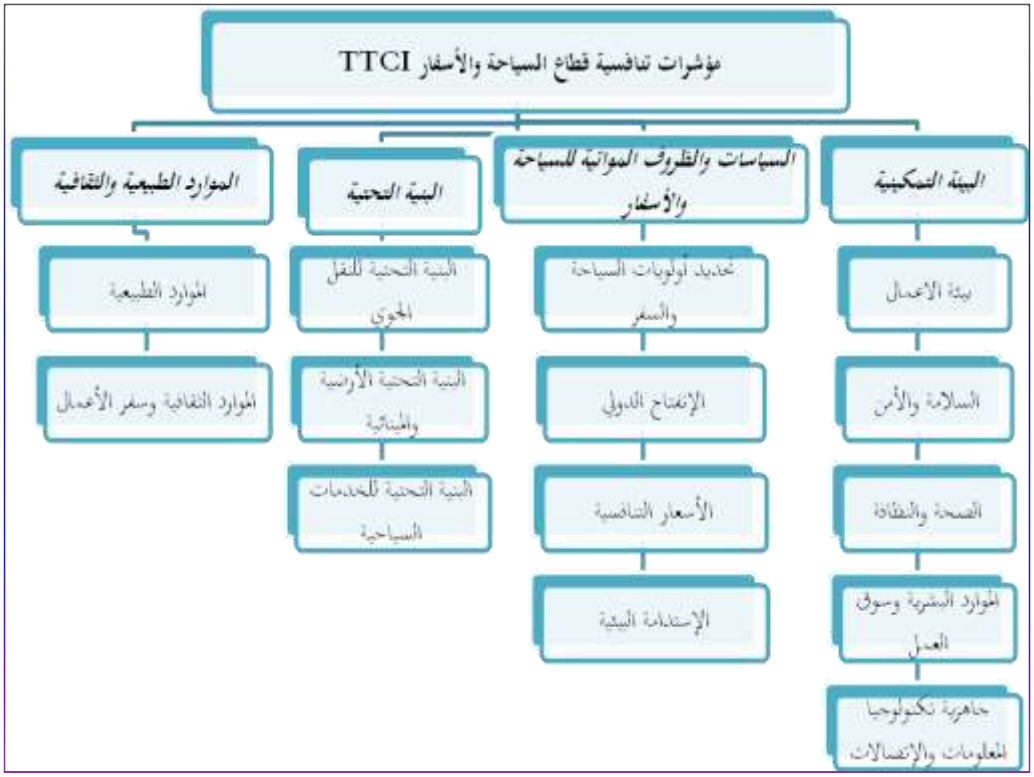
الشكل 01: مؤشرات تنافسية قطاع السياحة والأسفار حسب تقرير المنتدى الإقتصادي العالمي إلى غاية سنة **2013**



المصدر: من انجاز الباحثة اعتماداً على تقرير المنتدى الاقتصادي العالمي لسنة 2013.

أما تقرير 2015 فقد جاء بتغيرات جوهرية من حيث اعتماده على أربع مؤشرات رئيسية بدلا من ثلاث مؤشرات كما كان معمول به في السابق، وجاء حاملا شعار النمو من خلال الصدمات (growth through shooks)، وقد إستوحى إسمه من الصدمات التي تعرض لها قطاع السياحة، كالصدمات الصحية والكوارث الجوية بالاضافة إلى الأزمات المتلاحقة في العالم من عدم توفر الأمن والإرهاب في بعض الدول، وقد شمل التقرير 141 دولة منها 14 دولة عربية (المنظمة العربية للسياحة، 2015، صفحة 2). (أنظر الشكل 02) كما حافظ تقرير 2019 والذي يحمل عنوان "السياحة والسفر في نقطة تحول" على نفس المؤشرات الرئيسية، وقد شاركت فيه 140 دولة منها 14 دولة عربية.

الشكل 02: مؤشرات تنافسية قطاع السياحة والأسفار حسب تقرير سنة 2015



المصدر: من انجاز الباحثة اعتماداً على تقرير المنتدى الاقتصادي العالمي لسنة 2015.

2.2 تحليل مؤشرات تنافسية السياحة والسفر:

يعتمد مؤشر تنافسية السياحة والسفر على أربعة مؤشرات رئيسية (حسب تقرير 2019) والتي تنبثق عنها مؤشرات فرعية ومتغيرات والتي سوف نفصلها فيما يلي:

1.2.2 مؤشر البيئة التمكينية:

يعتمد التقرير لقياس البيئة التمكينية للسياحة والسفر على خمس مؤشرات فرعية، والتي تعتمد بدورها على 40 متغيرا ،حيث يقوم المنتدى الاقتصادي العالمي سنويا بالاعتماد على الاحصائيات والدراسات الاستقصائية بتقييم التنافسية السياحية للدول من خلال إعطاء نقاط لكل دولة تتماشى مع المؤشر المدروس والتي سوف نعرضها فيما يلي (World Economic Forum, 2013, pp. 91-94):

أ- مؤشر بيئة الأعمال: يركز هذا المؤشر على قدرة الدول على إيجاد بيئة مواتية للشركات للقيام بأعمال تجارية ولتشجيع الاستثمار في القطاع السياحي وباقي القطاعات، فوضع لوائح ونظم وأطر قانونية تحمي المستثمر وحفظ حقوق ملكيته يؤدي إلى مقدرة تنافسية لبيئة العمل بين الدول (المنظمة العربية للسياحة، 2015، ص8). يعتمد التقرير لقياس بيئة الاعمال على 12 متغير.

ب- مؤشر الأمن والسلامة: يعتبر مؤشر الأمن والسلامة كركيزة أساسية وعامل حاسم لتحديد القدرة التنافسية في قطاع السياحة والسفر (المنظمة العربية للسياحة، 2015، صفحة 9). فالسائح أو المستثمر الأجنبي أول ما يبحث عنه هو الأمن والسلامة في البلد المقصود، فإن كان البلد يشهد حالة من عدم الاستقرار الأمني فهذا يدفع بالسواح والمستثمرين على حد السواء إلى البحث عن وجهة أكثر أماناً.

ج- مؤشر الصحة والنظافة: يرتبط القطاع الصحي ارتباط وثيق بالسياحة، فالسائح عند اختيار وجهته سيتجنب البلدان التي تنتشر فيها الأمراض والأوبئة وتنعدم فيها شروط النظافة، كما يتأثر أيضا بالإمكانيات المتوفرة في البلد من مستشفيات وأطباء، كما يقيس هذا المؤشر أيضا نوعية خدمات الصرف الصحي كنسبة مئوية من إجمالي السكان.

د- مؤشر الموارد البشرية وسوق العمل: قسم تقرير السياحة والسفر هذا المؤشر إلى قسمين، الأول يخص الموارد البشرية في البلد، ويشمل معدل الالتحاق بالتعليم الابتدائي والثانوي، ومدى استثمار الشركات في تدريب وتطوير الموظفين (ويأخذ البلد من 1 إلى 7 نقاط)، وكذلك معاملة العملاء من طرف الشركات (1-7 نقاط). أما القسم الثاني فيخص سوق العمل ويعتمد على دراسة استطلاعية حول مرونة قوانين ولوائح التوظيف اتجاه توظيف وتسريح العمال (يأخذ البلد من 1 إلى 7 نقاط)، وسهولة إيجاد موظفين لديهم الكفاءة اللازمة لملأ الوظائف الشاغرة، بالإضافة إلى تقييد اللوائح والقوانين التنظيمية اتجاه توظيف العمالة الأجنبية، ومدى ارتباط الأجر بإنتاجية العامل، وكذلك نسبة مشاركة النساء في القوة العاملة (نسبة النساء العاملات اللاتي تتراوح أعمارهن بين 15 و64 سنة مقسوما على نسبة الرجال من نفس فئة العمر).

هـ- مؤشر جاهزية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات: يعتمد هذا المؤشر على بيانات يتم جمعها من دراسات استقصائية حول مدى استخدام الشركات لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات في معاملاتها مع الشركات الأخرى، وكذا لبيع سلعها وخدماتها للمستهلكين، بالإضافة إلى نسبة الأفراد الذين يستخدمون الأنترنت والاشتراكات في الهاتف المحمول والثابت، ونسبة تغطية الشبكات الخلوية المتنقلة.

الجدول رقم 01: المؤشرات الفرعية والمتغيرات لمؤشر البيئة التمكينية

مؤشر البيئة التمكينية		
1- مؤشر بيئة الأعمال	**2- مؤشر الأمن والسلامة**	**3- مؤشر الصحة والنظافة**
1- حقوق الملكية. 2- تأثير قواعد الإستثمار الأجنبي المباشر. 3-كفاءة الأطر القانونية في تسوية النزاعات. 4-كفاءة الأطر القانونية في تحدي الشركات من خلال القانون. 5- عدد الأيام اللازمة لاستخراج رخصة البناء. 6- نسبة تكلفة الترخيص من مجموع البناء. 7- مدى الهيمنة على السوق. 8-عدد الأيام اللازمة لبدء نشاط تجاري. 9- التكلفة لبدء النشاط التجاري. 10- تأثير الضرائب على حوافز العمل. 11- تأثير الضرائب على حوافز الاستثمار. 12- نسبة الضرائب على اجمالي الربح.	1- تكاليف الجريمة والعنف على التجارة. 2- الثقة في خدمة الشرطة. 3- تكلفة الإرهاب على التجارة. 4- مؤشر الحوادث الإرهابية. 5- معدل جرائم القتل.	1-كثافة الأطباء. 2- تحسين وصول خدمات الصرف الصحي. 3- الحصول على المياه الصالحة للشرب. 4- عدد الأسِرة في المستشفيات. 5- مدى انتشار فيروس نقص المناعة المكتسبة HIV. 6- عدد الإصابات بالملاريا.
4- مؤشر الموارد البشرية وسوق العمل	**5- مؤشر جاهزية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات**	
1- معدل الالتحاق بالتعليم الابتدائي.	1- استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في المعاملات	

2- معدل الالتحاق بالتعليم الثانوي.	التجارية.
3- مدى تدريب الموظفين.	2- استخدام الانترنت للأعمال التجارية والمستهلكين.
4- درجة توجيه العملاء.	3- عدد الأفراد اللذين يستخدمون الانترنت.
5- ممارسة التوظيف وإنهاء الخدمات.	4- مشتركي الانترنت.
6- سهولة إيجاد الموظفين المهرة.	5- اشتراكات الهاتف المحمول.
7- سهولة توظيف العمالة الأجنبية.	6- اشتراكات النطاق العريض المحمول.
8- الأجور والإنتاجية.	7- تغطية شبكة المحمول.
9- نسبة مشاركة النساء في القوى العاملة.	8- جودة امدادات الكهرباء.

المصدر: من انجاز الباحثة اعتمادا على تقرير تنافسية السياحة والأسفار الصادر عن المنتدى الاقتصادي العالمي لعام 2019.

2.2.2 مؤشر السياسات والظروف المواتية للسياحة والأسفار: لقد اعتمد التقرير لقياس السياسات والظروف المواتية للسياحة والسفر على أربع مؤشرات فرعية، والتي انبثق عنها 23 متغير وهي كما يلي(World Economic Forum, 2013, pp. 94-96):

أ- تحديد أولويات السياحة والسفر: ويهتم هذا المؤشر بقياس مدى اهتمام الدول بتطوير قطاع السياحة والسفر، كما يتضمن النفقات التي تقدمها الحكومة لتوفير خدمات للسياح (كتوفير متاحف ومحميات طبيعية وغيرها)، ويقيس أيضا مدى اهتمام الدول بالتسويق لمنتجاتهم السياحية والعلامات التجارية، ومدى توفر المعلومات والبيانات (الشهرية، الفصلية والسنوية) حول القطاع.

ب- الانفتاح الدولي: يقيس هذا المؤشر سهولة الحصول على التأشيرة للدخول إلى الدولة، بالإضافة الانفتاح اتجاه خدمات النقل الجوي (اتفاقيات الخدمات الجوية الثنائية)، وعدد الاتفاقيات التجارية الإقليمية النافذة على السلع والخدمات الأجنبية.

ج- الأسعار التنافسية: يهتم هذا المؤشر بقياس قدرة البلد على المنافسة السياحية من خلال الأسعار المعروضة، ويتضمن الضرائب على تذاكر السفر الجوي ورسوم المطارات، وأسعار الفنادق والقدرة الشرائية للعملة المحلية مقارنة بالدولار الأمريكي، وأيضا أسعار الوقود المطبقة محلياً.

د- الاستدامة البيئية: تعتبر الاستدامة البيئية عنصر مهم وأساسي لتطوير السياحة، فهذا المؤشر يقيس مدى اهتمام الدولة بالمحافظة على البيئة من خلال صرامة القوانين البيئية المطبقة ومدى تنفيذها على أرض الواقع، ويظهر هذا أيضاً من خلال المعاهدات البيئية الدولية المصادق عليها من قبل الدولة، كما يقيس أيضا تلوث الماء والهواء وطرق معالجة مياه الصرف الصحي، بالإضافة إلى الثروة الغابية والسمكية التي تزخر بها الدولة.

جدول رقم 02: المؤشرات الفرعية والمتغيرات لمؤشر السياسات والظروف المواتية للسياحة والأسفار

المتغيرات والمؤشرات الفرعية لمؤشر السياسات والظروف المواتية للسياحة والأسفار	
متغيرات مؤشر تحديد أولويات السياحة والسفر	**متغيرات مؤشر الإنفتاح الدولي**
1- تحديد أولويات الحكومة لصناعة السفر والسياحة.	1- متطلبات التأشيرة.
2- نفقات لحكومة على قطاع السياحة والسفر (% من ميزانية الدولة).	2- انفتاح اتفاقيات الخدمات الجوية الثنائية.
3- فعالية التسويق والعلامات التجارية لجذب السياح	3- عدد الاتفاقيات التجارية الإقليمية النافذة
4- شمولية البيانات السنوية السياحة والسفر. (0 حتى 120)	
5- توقيت تقديم بيانات السياحة والسفر الشهرية / الفصلية. (0-21)	
6- تصنيف استراتيجية العلامة التجارية البلد (0-10)	

متغيرات مؤشر الأسعار التنافسية	متغيرات الاستدامة البيئية
1- الضرائب على التذاكر ورسوم المطارات.	1- صرامة القوانين البيئية.
2- مؤشر سعر الفندق.	2- تطبيق القوانين البيئية.
3- تعادل القوة الشرائية.	3- استدامة تطوير صناعة السفر والسياحة.
4- مستويات أسعار الوقود.	4- تركيز الجسيمات (2,5).
	5-عدد التصديقات على المعاهدات البيئية.
	6- ضغط الماء المرجعي.
	7- فصائل معرضه للخطر.
	8- تغيير الغطاء الغابي.
	9- معالجة مياه الصرف الصحي.
	10- حالة الثروة السمكية.

المصدر: من انجاز الباحثة اعتمادا على تقرير تنافسية السياحة والأسفار الصادر عن المنتدى الاقتصادي العالمي لعام 2019.

3.2.2 مؤشر البنية التحتية: يضم هذا المؤشر ثلاث مؤشرات فرعية و17 متغير وهي كما يلي (World Economic Forum, 2013, pp. 97-98):

أ- مؤشر البنية التحتية للنقل الجوي: يقيس هذا المؤشر جودة المطارات وكثافتها، وعدد شركات الطيران الموجودة في البلد وإمكانية نقل المسافرين محلياً ودولياً (عدد المقاعد المتاحة في كل رحلة).

ب- مؤشر البنية التحتية الأرضية والمينائية: يهتم هذا المؤشر بجودة الطرق والموانئ والسكك الحديدة المتوفرة في البلد، وكذلك كفاءة النقل البري (خدمات النقل البري من التزام بالمواعيد، السرعة والسعر).

ج- مؤشر البنية التحتية للخدمات السياحية: يقيس مؤشر البنية التحتية للخدمات السياحية جودة الفنادق والمنتجعات ومرافق الترفيه الموجودة في البلد، وإمكانيات الإيواء المتاحة (عدد غرف الفنادق المتوفرة)، بالإضافة إلى خدمات تأجير السيارات (وجود كبرى شركات تأجير السيارات وتقديمها للخدمات عبر الأنترنت)، وكذلك خدمات الصراف الآلي لتسهيل سحب الأموال للسواح.

جدول رقم 03: المؤشرات الفرعية ومتغيرات مؤشر البنية التحتية

المتغيرات والمؤشرات الفرعية لمؤشر البنية التحتية		
متغيرات مؤشر البنية التحتية للنقل الجوي	**متغيرات مؤشر البنية التحتية الأرضية والمينائية**	**متغيرات مؤشر البنية التحتية للخدمات السياحة**
1- جودة البنية التحتية للنقل الجوي.	1- جودة الطرق.	1- عدد غرف الفنادق.
2- عدد المقاعد المتاحة محلياً.	2- كثافة الطرق.	2- جودة البنية التحتية السياحية.
3- عدد المقاعد المتاحة دولياً.	3- كثافة الطرق المعبدة.	3- وجود كبرى شركات تأجير السيارات.
4- عدد رحلات مغادرة الطائرات.	4- جودة البنية التحتية للسكك الحديدية.	4- عدد آلات الصراف الآلي المتاحة للسكان.
5- كثافة المطارات.	5- كثافة السكك الحديدية.	
6- عدد شركات الطيران العاملة.	6- جودة البنية التحتية للموانئ.	
	7- كفاءة النقل البري.	

المصدر: من انجاز الباحثة اعتمادا على تقرير تنافسية السياحة والأسفار الصادر عن المنتدى الاقتصادي العالمي لعام 2019.

4.2.2 مؤشر الموارد الطبيعية والثقافية: يضم هذا المؤشر مؤشرين فرعيين و10 متغيرات (World Tourisme Organization, 2019, p. 99) (أنظر الجدول 4):

أ- مؤشر الموارد الطبيعية: يبحث هذا المؤشر في عدد مواقع التراث العالمي الطبيعية (مواقع اعتمدتها لجنة التراث العالمي على أنها ذات قيمة عالمية بارزة).

ب- مؤشر الموارد الثقافية وسفر الأعمال: يهتم هذا المؤشر بالمواقع التراثية الثقافية العالمية المادية وغير المادية (كالممارسات الثقافية وعادات وتقاليد الشعوب)، وكذا عدد الملاعب الرياضية الكبرى التي بإمكانها استضافة الأحداث الرياضية أو الترفيهية الهامة (الحفلات الموسيقية والعروض). كما يقيس أيضا الجاذبية السياحية لكل بلد من خلال تحليل بيانات البحث عن العلامات التجارية الثقافية للبلد عبر مواقع الأنترنت (المواقع التاريخية، السكان المحليون والتقاليد المحلية، المتاحف والفنون المسرحية، السياحة الدينية، فن الطهي المحلي، المنتزهات الترفيهية والأنشطة الترفيهية وغيرها).

جدول رقم 4: المتغيرات والمؤشرات الفرعية لمؤشر الموارد الطبيعية والثقافية

المتغيرات والمؤشرات الفرعية لمؤشر الموارد الطبيعية والثقافية	
متغيرات مؤشر الموارد الطبيعية	**متغيرات مؤشر الموارد الثقافية وسفر الأعمال**
1- عدد مواقع التراث العالمي الطبيعية.	1- عدد مواقع التراث العالمي الثقافية.
2- مجموع الأنواع المعروفة من الثدييات والطيور والبرمائيات في البلاد.	2- تعبيرات التراث الثقافي الشفهي وغير المادي.
3- مجموع المناطق المحمية.	3- عدد الملاعب الرياضية الكبيرة.
4- الطلب الرقمي للسياحة الطبيعية.	4- عدد اجتماعات الجمعيات الدولية.
5- عوامل الجذب الطبيعية.	5- الطلب على السياحة الثقافية والترفيهية الرقمية.

المصدر: من انجاز الباحثة اعتمادا على تقرير تنافسية السياحة والأسفار الصادر عن المنتدى الاقتصادي العالمي لعام 2019.

3. تحليل وتقييم تنافسية قطاع السياحة والسفر للبلدان العربية:

تعتبر التنافسية معياراً لتقييم الأداء السياحي للدول العربية دولياً وعربياً، ووقوفا على التقارير التي تصدرها مؤسسات دولية على غرار المنظمة العالمية للسياحة والمنتدى الاقتصادي العالمي حاولنا تقييم وتحليل السياحة في الدول العربية معتمدين في ذلك على مؤشرات تنافسية السياحة والسفر المعتمدة من طرف المنتدى الاقتصادي العالمي والتي نعرضها في الجدول رقم 05.

إن مؤشر تنافسية السياحة والسفر خلال التقارير الأربعة الأولى الصادرة عن المنتدى الاقتصادي العالمي (2007، 2009، 2011، 2013) قد تضمنت ثلاث مؤشرات رئيسية مقسمة إلى 14 مؤشر فرعي و79 متغير، على خلاف التقارير الثلاث الأخيرة 2015، 2017، 2019) والتي تضمت أربع مؤشرات رئيسية تنبثق منها 14 مؤشر فرعي و90 متغير، ولذا فضلنا فصل النتائج القديمة عن نتائج السنوات الثلاث الأخيرة سالفة الذكر. ولهذا ارتأينا عرض نتائج مؤشر التنافسية السياحية من خلال فترتين من 2007 إلى غاية 2013، ثم من 2015 إلى غاية آخر تقرير صدر عن المنظمة في سبتمبر 2019.

1.3 تنافسية قطاع السياحة والسفر للدول العربية وفقاً لمؤشرات المنتدى الاقتصادي:

أ. تحليل تنافسية قطاع السياحة والسفر للدول العربية خلال الفترة 2007 إلى غاية 2013:

اعتمادا على التقارير التي تصدر عن المنتدى الإقتصادي العالمي حول تنافسية قطاع السياحة والسفر قمنا بجمع النتائج التي تخص الدول العربية خلال الفترة 2007 إلى غاية 2015، والنتائج المحصل عليها معروضة في الجدول التالي:

جدول رقم 05: ترتيب الدول العربية وفق تقارير تنافسية السياحة والسفر من 2007 إلى غاية 2013

الدول العربية التي شملها التقرير مرتبة حسب النتائج دولياً وعربياً	2007		2009		2011		2013	
	دولياً	عربياً	دولياً	عربياً	دولياً	عربياً	دولياً	عربياً
	124	10	133	14	139	15	140	13
الإمارات العربية المتحدة	18	1	33	1	30	1	28	1
دولة قطر	36	3	37	2	42	3	41	2
مملكة البحرين	47	5	41	3	40	2	55	3
المملكة المغربية	57	6	75	9	78	10	71	8
المملكة العربية السعودية	لم تشارك		71	8	62	6	62	6
سلطنة عمان	لم تشارك		68	7	61	5	57	4
المملكة الأردنية الهاشمية	46	4	54	5	64	7	60	5
الجمهورية التونسية	34	2	44	4	47	4	لم تشارك	
جمهورية مصر العربية	58	7	64	6	75	9	85	9
الجمهورية اللبنانية	لم تشارك				70	8	69	7
دولة الكويت	67	8	95	11	95	11	101	10
الجمهورية الجزائرية الديمقراطية	93	10	113	13	115	13	132	11
الجمهورية الإسلامية الموريتانية	92	9	127	14	136	15	134	13
اليمن	لم تشارك						133	12

المصدر: من انجاز الباحثة اعتمادا على تقرير تنافسية السياحة والأسفار الصادر عن المنتدى الاقتصادي العالمي لعدة سنوات (2007،2009،2011، 2013).

من الملاحظ من خلال النتائج التي تظهر في الجدول تصدر دولة الإمارات العربية المتحدة محافظة بذلك على المرتبة الأولى عربياً خلال الفترة 2007-2013، ليس هذا فقط فهي تنافس عالمياً وقد حصدت عام 2013 المرتبة 28 من بين 140 دولة في العالم متقدمة بذلك على دول معروفة عالمياً بالسياحة على غرار لكسمبورغ ومالطا. حيث سجلت دولة الإمارات أكثر من 10 مليون سائح خلال سنة 2013 (World Economic Forum, 2013, p. 98).

تليها دولة قطر التي تأرجحت بين المرتبة الثانية والثالثة عربياً خلال نفس الفترة، لكن على المستوى العالمي فقد عرفت قطر تراجع بخمس مراكز لتحِل في المرتبة 41 عالمياً. كما حققت البحرين أداء جيداً لتقدمها في الترتيب عربياً حيث تقدمت بمركزين من 2007 إلى 2013 لتحل في المركز الثالث عربياً، أما على المستوى العالمي فقد حلت في المرتبة 55 عالمياً متراجعة بذلك بنحو 15 مركز خلال سنتين فقط (2011-2013).

كما تباين مستوى الأداء بين منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا، وعلى العموم فقد تصدرت دول منطقة الشرق الأوسط المراكز الأولى عربياً خلال الفترة المذكورة باستثناء اليمن والكويت اللتان حلتا في المركز 10 و12 عربياً على التوالي خلال عام 2013، أما مغاربيا فقد

حلت تونس في المرتبة الأولى مغاربياً خلال الفترة 2007 إلى 2009، حيث حلت بالمرتبة الثانية عربياً سنة 2007 ثم الرابعة على التوالي سنة 2009 و2011، والجدير بالذكر أن تقرير سنة 2009 لم يخص هذه الدولة بالدراسة، تليها المغرب بالمرتبة الثانية مغاربياً والتي تراجعت من المرتبة السادسة عربياً إلى المرتبة الثامنة عربياً، أما في ذيل الترتيب فنجد الجزائر والتي جاءت في المرتبة الأخيرة مغاربياً بعد كل من تونس والمغرب، كما تذيلت الترتيب أيضاً بالنسبة للدول العربية، حيث حلت في المراتب الأخيرة مع كل من موريتانيا واليمن.

ب- تنافسية قطاع السياحة والسفر للدول العربية خلال الفترة 2015 إلى غاية 2019:

يبين الجدول رقم 06 النتائج المحصل عليها والتي تم جمعها من التقارير التي يصدرها المنتدى الاقتصادي العالمي حول تنافسية قطاع السياحة والسفر خلال الفترة الممتدة من 2015 إلى غاية 2019.

جدول رقم 06: ترتيب الدول العربية وفق تقارير تنافسية السياحة والسفر من 2015 إلى غاية 2019

الدول العربية التي شملها التقرير مرتبة حسب النتائج دولياً وعربياً	2015		2017		2019	
	دولياً	عربياً	دولياً	عربياً	دولياً	عربياً
	141	**14**	**138**	**14**	**140**	**14**
الإمارات العربية المتحدة	24	1	29	1	33	1
دولة قطر	43	2	47	2	51	2
مملكة البحرين	60	3	60	3	64	4
المملكة المغربية	62	4	65	5	66	6
المملكة العربية السعودية	64	5	63	4	69	7
سلطنة عمان	65	6	66	6	58	3
المملكة الأردنية الهاشمية	77	7	75	8	84	8
الجمهورية التونسية	79	8	87	9	85	9
جمهورية مصر العربية	83	9	74	7	65	5
الجمهورية اللبنانية	94	10	96	10	100	11
دولة الكويت	103	11	100	11	96	10
الجمهورية الجزائرية الديمقراطية	123	12	118	12	116	12
الجمهورية الإسلامية الموريتانية	137	13	132	13	135	13
اليمن	138	14	136	14	140	14

المصدر: من إنجاز الباحثة اعتمادا على تقرير المنتدى الاقتصادي العالمي لسنوات متفرقة (2015، 2017، 2019)

من الملاحظ من خلال عرض نتائج مؤشر تنافسية السياحة والسفر خلال الفترة الممتدة من 2015 إلى 2019، تصدر دولة الإمارات العربية المتحدة الدول العربية بحفاظها على المرتبة الأولى عربياً، محققة بذلك أفضل أداء في منطقة الشرق الأوسط وإفريقيا، بينما تأرجحت من المرتبة 24 عالمياً سنة 2015 إلى المرتبة 33 عالمياً سنة 2019. كما كشف تقرير تنافسية السياحة والسفر لسنة 2019 على حصول دولة الإمارات على المراتب الأولى عالميا في تصنيف بعض المؤشرات، فقد حلت في المرتبة الرابعة عالمياً في تصنيف البنى التحتية

الخاصة بقطاع الطيران، إضافة إلى المرتبة الرابعة عالمياً في تصنيف جاهزية قطاع الاتصالات وتقنية المعلومات، كما حلت في المرتبة السابعة عالميا في الأمن والسلامة، والمرتبة التاسعة عالمياً في بيئة الأعمال التجارية (World Tourisme Organization, 2019).

كما حافظت قطر على المرتبة الثانية عربيا خلال نفس الفترة رغم تراجعها على المستوى العالمي من المرتبة 43 إلى المرتبة 51 عالمياً، تليها البحرين التي استطاعت الحفاظ على تنافسية سياحتها حيث حلت في المركز الثالث ثم الرابع عربياً من 2015 إلى 2019. أما المغرب فقد حققت قفزة نوعية في مجال تنافسية السياحة حيث استطاعت أن تتقدم في الترتيب لتحل في المرتبة الرابعة عربياً سنة 2015، كما حققت دولة مصر تقدماً جيداً وتفوقت على السعودية والمغرب في الترتيب عام 2019 حيث حلت في المركز الخامس عربياً و65 عالمياً أي متقدمة بنحو 18 مرتبة دولياً من 2015 إلى 2019.

وقد تذيل الترتيب عربياً وعالمياً كل من الكويت، لبنان، الجزائر، موريتانيا واليمن، حيث لا تزال تراوح المراكز الأخيرة حيث لم تظهر أي تحسن في مؤشر التنافسية، وبالنسبة للجزائر فقد حلت في المركز 116 عالمياً لعام 2019 والمركز 12 عربياً مسجلة بذلك المراكز الأخيرة مع كل من موريتانيا واليمن، وهذا يعود إلى عدم الاهتمام الكافي بالقطاع السياحي، نقص الاستثمارات في القطاع، بالإضافة إلى عدم انفتاح الدولة على السياحة.

2.3 تقييم أداء الدول العربية حسب المؤشرات الرئيسية:

سنحاول في هذا الجزء من البحث تقييم تنافسية السياحة في الدول العربية من خلال المؤشرات الفرعية الأربعة الرئيسية لتنافسية السياحة والسفر وهي: مؤشر البيئة التمكينية، مؤشر السياسات والظروف المواتية للسياحة والأسفار، مؤشر البنية التحتية ومؤشر الموارد الطبيعية والثقافية، وذلك اعتمادا على التقارير الثلاثة الأخيرة الصادرة عن المنتدى الاقتصادي (2015-2017-2019) وذلك لاختلاف التقارير السابقة لسنة 2015 عن الثلاثة الأخيرة من حيث المؤشرات الفرعية.

أ- مؤشر البيئة التمكينية:

يعتمد التقرير لقياس البيئة التمكينية للسياحة والسفر على خمس مؤشرات فرعية وهي بيئة الأعمال والأمن والسلامة، الصحة والنظافة، الموارد البشرية وسوق العمل وجاهزية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات. وقد جاء ترتيب الدول العربية وفقاً لهذا المؤشر خلال الفترة 2015 إلى 2019 كالآتي:

جدول رقم 07: ترتيب الدول العربية حسب المؤشر الرئيسي الأول البيئة التمكينية

الدولة	بيئة الأعمال			الأمن والسلامة			الصحة والنظافة			الموارد البشرية وسوق العمل			جاهزية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات		
	2015	2017	2019	2015	2017	2019	2015	2017	2019	2015	2017	2019	2015	2017	2019
الإمارات	4	5	9	3	2	7	69	63	66	22	23	26	16	15	4
قطر	3	6	8	2	10	11	43	46	71	14	26	34	25	23	36
عمان	18	28	19	9	4	3	65	65	73	90	103	65	45	46	46
البحرين	11	12	16	71	47	32	75	76	81	52	61	42	15	16	24
مصر	95	78	70	136	130	112	64	68	90	103	102	89	80	89	88
المغرب	42	49	38	37	20	28	98	99	97	107	117	99	75	77	72
السعودية	23	26	22	29	61	23	78	60	53	74	71	64	28	27	50

الأردن	35	41	56	41	38	48	59	61	67	65	74	111	65	44	65
تونس	71	66	68	98	102	90	76	75	80	87	113	101	76	73	80
الكويت	46	59	55	43	43	44	62	66	57	93	92	91	39	31	39
لبنان	122	95	115	130	125	113	39	47	61	112	120	116	88	76	92
الجزائر	121	110	118	95	81	53	84	89	76	109	112	102	105	96	89
اليمن	128	128	131	139	135	138	115	110	107	133	132	139	128	130	130
موريتانيا	131	131	133	87	112	65	128	114	110	141	136	140	131	132	122

المصدر: من إعداد الباحثة اعتماداً على تقارير تنافسية السياحة والسفر للمنتدى الاقتصادي العالمي (2015-2017-2019).

احتلت الإمارات العربية المتحدة المراتب العشرة الأولى عالمياً فيما يخص بيئة الأعمال والأمن والسلامة، كما أحرزت قفزة في مجال جاهزية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات حيث أحرزت المرتبة الرابعة عالمياً، وتعتبر الأولى عربياً بالنسبة لمؤشر البيئة التمكينية لسنة 2019، حيث احتلت المركز 17 عالمياً حسب تقرير 2019. تليها قطر التي حلت في المرتبة 29 عالمياً بالنسبة لمؤشر البيئة التمكينية والثانية عربياً، كما حققت مراتب متقدمة عالميا في مجال بيئة الأعمال والأمن والسلامة، لكن بالنسبة لمؤشر الصحة والنظافة لا تزال الدولتان في مراكز متأخرة حيث حققتا المرتبة 66 و71 على التوالي خلال سنة 2019.

والجدير بالذكر أن دول المشرق العربي عموماً قد أحرزت مراتب متقدمة مقارنة بدول شمال افريقيا بالنسبة لمؤشر البيئة التمكينية لسنة 2019، حيث جاءت كل من البحرين وعمان والسعودية والكويت والأردن في المرتبة الثالثة والرابعة والخامسة والسادسة والسابعة عربياً على التوالي، وقد جاءت عمان في المراكز العشرة الأولى عالميا في مجال الأمن والسلامة (3 عالمياً في 2019). وفي ذيل الترتيب عالمياً وعربياً نجد اليمن التي حققت أسوء النتائج وهذا يعود طبعاً للحرب والمجاعات التي تعرفها البلاد والتي أودت بحياة الآلاف من الأشخاص.

وبالنسبة لدول شمال إفريقيا فقد احتلت المغرب المركز 71 عالميا بالنسبة لمؤشر البيئة التمكينية والمرتبة الثامنة عربياً، وقد أحرزت تقدماً ملحوظا في مجال بيئة الأعمال وكذلك الأمن والسلامة، تليها تونس في المرتبة 78 عالمياً وقد عرفت تراجعا في أغلب المؤشرات الفرعية، كمؤشر الأمن والسلامة حيث حلت في المركز 102 عالمياً سنة 2017 وهذا لما تشهدته من اضطرابات سياسية وأمنية خلال السنوات الأخيرة، أما الجزائر فقد حلت في المرتبة 80 عالمياً لنفس المؤشر سنة 2019، حيث احتلت مراتب متأخرة في بيئة الأعمال (118 عالميا) وهذا يرجع إلى عدم إعطاء الأولوية والاهتمام اللازم من طرف الدولة لقطاع السياحة، كما أنها متأخرة عن جارتيها تونس والمغرب اللتان حققتا نتائج أفضل بكثير من الجزائر.

أما عن مصر فقد حلت في المركز 86 عالمياً والمركز 11 عربياً سنة 2019 حيث لم تعرف هي الأخرى تحسن في معظم المؤشرات وخاصة مؤشر الأمن والسلامة (112 عالمياً) والذي يعود للظروف السياسية والأمنية التي تعرفها مصر، وكذلك بالنسبة لمؤشر الصحة والنظافة والذي عرف تراجع كبير من سنة 2015 إلى آخر تقرير في 2019، بالرغم أنها تعتبر من الدول السباقة في مجال السياحة إلا أنها لم تحقق تقدما في هذا المؤشر.

كما جاءت موريتانيا في المركز الأخير عربياً (هذا إذا استثنينا اليمن) والمركز 127 عالمياً بالنسبة لمؤشر البيئة التمكينية لسنة 2019، وقد عرفت تراجع في أغلب المؤشرات الفرعية ماعدا مؤشر الأمن والسلامة حيث تقدمت كل من مصر وتونس (65 عالمياً)، وتقبع في المركز الأخير عالمياً من حيث الموارد البشرية وسوق العمل.

ب. مؤشر السياسات والظروف المواتية للسياحة والأسفار: لقد اعتمد التقرير لقياس السياسات والظروف المواتية للسياحة والسفر على أربع مؤشرات فرعية وهي: تحديد أولويات السياحة والسفر، الانفتاح الدولي، الأسعار التنافسية والاستدامة البيئية. وقد جاء ترتيب الدول العربية وفقاً لهذا المؤشر خلال الفترة 2015 إلى 2019 كالآتي:

جدول رقم 08: ترتيب الدول العربية حسب المؤشر الرئيسي الثاني السياسات والظروف المواتية للسياحة والأسفار

الدولة	تحديد أولويات السياحة والسفر			الانفتاح الدولي			الأسعار التنافسية			الاستدامة البيئية		
	2015	2017	2019	2015	2017	2019	2015	2017	2019	2015	2017	2019
الإمارات	39	31	71	85	75	83	45	56	64	41	40	41
قطر	45	76	88	125	121	64	19	12	18	50	65	54
عمان	73	81	68	119	116	97	20	24	31	74	109	57
البحرين	97	88	84	105	84	94	18	21	28	104	100	88
مصر	69	37	31	115	102	124	2	2	3	77	67	31
المغرب	26	35	26	94	91	80	47	47	46	70	107	44
السعودية	76	83	79	138	131	137	11	17	21	121	124	106
الأردن	19	22	32	64	63	68	70	81	83	84	82	60
تونس	44	48	45	103	76	106	7	9	12	59	89	46
الكويت	135	125	122	132	123	129	37	40	50	136	135	104
لبنان	29	33	61	97	100	110	59	27	68	129	110	95
الجزائر	139	131	132	137	134	139	10	4	8	113	106	133
اليمن	138	135	139	139	136	140	4	7	17	138	136	138
موريتانيا	134	128	135	77	79	91	62	75	86	66	111	112

المصدر: من إعداد الباحثة اعتماداً على تقارير تنافسية السياحة والسفر للمنتدى الاقتصادي العالمي (2015-2017-2019).

احتلت دول شمال إفريقيا عموماً (مصر، المغرب، تونس) الصدارة بالنسبة للمؤشر الرئيسي الثاني السياسات والظروف المواتية للسياحة والسفر، فقد احتلت مصر المرتبة الأولى عربياً (45 عالمياً) لمؤشر السياسات والظروف المواتية للسياحة والأسفار لسنة 2019، حيث حققت مراتب جد متقدمة عالميا بالنسبة للأسعار التنافسية المرتبة الثالثة عالمياً سنة 2019، وهي الوجهة العربية الأولى التي تقدم أسعار تنافسية مدروسة لاستقطاب السواح باعتبار الأسعار عامل مهم لجذب واستقطاب السواح، كما حققت تقدما كبيراً في مؤشر أولويات السياحة والسفر وهذا راجع للاهتمام الكبير الذي توليه الحكومة المصرية لقطاع السياحة باعتباره مصدر مهم لجذب العملة

الصعبة. وعلى العموم وباستثناء مؤشر الانفتاح الدولي الذي سجلت فيه المركز 124 عالمياً فقد سجلت تقدماً كبيراً بالنسبة للمؤشر ككل.

أما المرتبة الثانية عربياً فقد كانت من نصيب المغرب الذي حصل على المرتبة 47 عالمياً بالنسبة لنفس المؤشر لسنة 2019، فقد حققت تقدما في جميع المؤشرات وخاصة في مؤشر تحديد أولويات السياحة والسفر وهذا راجع للاهتمام الكبير الذي توليه الحكومة المغربية لتطوير وتسويق السياحة المغربية عالمياً وعربياً. تليها قطر الثالثة عربياً (54 عالمياً) والتي حققت تقدما معتبرا في مؤشر الانفتاح الدولي، وكذا الأسعار التنافسية 18 عالمياً. أما الرابعة عربياً فتعود لدولة من دول شمال افريقيا وهي تونس، فقد جاءت ضمن المراتب الخمسين الأولى لمعظم المؤشرات، وبالأخص الأسعار التنافسية (12 عالمياً).

ثم تأتي بقية دول المشرق العربي: الأردن (62 عالمياً) وقد عرفت تراجع في أغلب المؤشرات لسنة 2019 فيما عدا الاستدامة البيئية فقد تقدمت بنحو 24 مركز، الإمارات المتحدة العربية (73 عالمياً) والتي عرفت أيضاً تراجع وخاصة بالنسبة لمؤشر أولويات السياحة والسفر وتراجع الأسعار التنافسية، عمان (76 عالمياً) وقد حققت تقدم في مجال الانفتاح الدولي، لبنان (93 عالمياً) والتي عرفت خلال الخمس سنوات الأخيرة تراجع لمعظم المؤشرات وكذا السعودية (114 عالمياً)، الكويت (124 عالمياً) رغم أنها عرفت تحسن طفيف في معظم المؤشرات.

أما المراكز الأخيرة عربياً وعالمياً بالنسبة لمؤشر السياسات والظروف المواتية للسياحة والسفر لسنة 2019 فقد كانت من نصيب موريتانيا والجزائر واليمن، والتي جاءت في المركز 126، 134، 132 عالميا على الترتيب. وبالنسبة للجزائر وبالرغم من تحقيقها المركز الثامن عالمياً بالنسبة للأسعار التنافسية إلا أنها تبقى في مؤخرة الركب بالنسبة لقطاع السياحة ككل.

ج. مؤشر البنية التحتية: ويشمل هذا المؤشر ثلاث مؤشرات فرعية وهي: مؤشر البنية التحتية للنقل الجوي، والبنية التحتية الأرضية والمينائية، والبنية التحتية للخدمات السياحية، وقد جاء ترتيب الدول العربية وفقا لهذا المؤشر كما يلي.

جدول رقم 09: ترتيب الدول العربية وفقا للمؤشر الرئيسي الثالث البنية التحتية خلال الفترة 2015-2019

الدولة	البنية التحتية للنقل الجوي			البنية التحتية الأرضية والمينائية			البنية التحتية للخدمات السياحية		
	2015	*2017*	*2019*	*2015*	*2017*	*2019*	*2015*	*2017*	*2019*
الإمارات	3	3	4	20	19	31	26	27	22
قطر	29	25	26	26	23	21	46	33	38
عمان	58	57	49	40	47	34	62	67	71
البحرين	45	45	47	11	13	14	49	35	53
مصر	63	59	55	103	82	64	89	93	95
المغرب	64	63	58	69	60	61	65	80	78
السعودية	40	38	35	60	64	59	67	47	35
الأردن	72	69	70	82	79	89	69	66	81
تونس	77	85	82	94	95	99	61	79	68
الكويت	78	74	77	62	57	71	80	79	79
لبنان	80	81	80	89	86	92	33	64	75
الجزائر	113	100	99	121	105	90	138	131	136

اليمن	134	133	140	122	129	133	113	127	135
موريتانيا	133	129	133	141	133	140	130	120	129

المصدر: من إعداد الباحثة اعتماداً على تقارير تنافسية السياحة والسفر للمنتدى الاقتصادي العالمي (2015-2017-2019).

يعتمد تقرير المنتدى الاقتصادي العالمي لتقييم البنية التحتية كما سبق وأن أشرنا إليه على نوعية البنية التحتية للنقل الجوي، وتشمل عدد المطارات وعدد شركات الطيران وكذا عدد الرحلات الدولية المبرمجة، أما بالنسبة للبنية التحتية الأرضية والمينائية فتشمل نوعية وكثافة شبكة الطرقات البرية والبحرية، أما بالنسبة للمتغير الفرعي الأخير للبنية التحتية فهو يقيس جودة البنية التحتية للسياحة وكذلك عدد غرف الفنادق المتوفرة، تواجد الشركات الكبرى لتأجير السيارات والصراف الآلي الدولي.

لقد احتلت دولة الإمارات العربية المتحدة مرتبة عالمية جد متقدمة بالنسبة للبنية التحتية، حيث حلت في المركز 13 عالمياً والأول إقليمياً وعربياً لمؤشر البنية التحتية لعام 2019، والمركز الرابع عالمياً للبنية التحتية للنقل الجوي وهذا بتميزها بجودة المطارات عالميا وبأكبر أسطول من الطائرات عالمياً، كما احتلت المركز 31 عالمياً بالنسبة للبنية التحتية الأرضية والمينائية وكذا المركز 22 عالمياً للبنية التحتية للخدمات السياحة. ويرجع الفضل إلى جهودها في المواظبة على تنفيذ المزيد من مشاريع البنية الأساسية المتطورة وخاصة في قطاعات الطاقة والنقل والمطارات والموانئ الدولية وشركات الطيران الوطنية ومشاريع السكك الحديدية و(المترو) والمواصلات والطرق الخارجية والداخلية والجسور والأنفاق وغيرها من مشاريع البنية الأساسية المتكاملة(http://ar.wikipedia.org) .

وقد حققت دول الخليج العربي مراكز متقدمة عالميا بالنسبة للبنية التحتية ضمن 52 دولة الأولى عالميا، فبعد الإمارات المتحدة العربية نجد قطر التي حلت في المرتبة الثانية عربياً (27 عالمياً)، تليها كل من البحرين والمملكة العربية السعودية وعمان التي جاءت في المركز 27، 39، 42، 52 عالمياً على التوالي لسنة 2019، وهذا بفضل الاستثمارات السياحية وخاصة في مجال البنية التحتية.

أما بالنسبة لدول شمال افريقيا فقد تصدرت المغرب هذا المؤشر (69 عالمياً لسنة 2019)، وهذا ما يعكس جلياً بروز المملكة المغربية كمقصد سياحي تنافسي في السنوات الأخيرة، وكذا الأولوية الكبيرة التي توليها الدولة لتطوير وتحسين قطاع السياحة. تليها مصر (76 عالمياً) والتي حققت تقدما ملحوظا في مجال البنية التحتية للنقل الجوي (55 عالميا) وأيضا بالنسبة للبنية التحتية والمينائية حيث حققت قفزة نوعية من المرتبة 103 عالمياً سنة 2015 إلى المرتبة 64 عالمياً سنة 2019، أما بالنسبة لتونس فقد عرفت تراجعاً في السنوات الأخيرة لتنافسيتها السياحية (84 عالمياً) مقارنة بالسنوات السابقة وهذا راجع لأسباب ذكرناها سابقاً، وقد مس هذا التراجع كل المؤشرات الفرعية للبنية التحتية.

وتأتي الجزائر في المركز الأخير مغاربياً وعربياً أيضاً إذا استثنينا موريتانيا واليمن (115 عالمياً)، وذلك بالرغم من تحقيقها لتقدم من المركز 133 عالمياً لسنة 2015 إلى المرتبة 115 عالمياً لسنة 2019، وهذا يرجع للتأخر الكبير الذي تعرفه في البنية التحتية، وكذلك عدم استحداث وسائل النقل بجميع أنواعه، كما تعرف البنية التحتية للخدمات السياحية نقصاً كبيراً سواء من حيث عدد غرف الفنادق المتوفرة وجودة البنية التحتية للسياحة، ونقص فادح للمرافق العامة، وكذا غياب الشركات العالمية لتأجير السيارات والصراف الآلي الدولي الذي ينعدم في الكثير من مناطق الوطن.

د.مؤشر الموارد الطبيعية والثقافية: يشمل هذا المؤشر مؤشرين فرعيين وهما مؤشر الموارد الطبيعية ومؤشر الموارد الثقافية وسفر الأعمال. وقد جاء أداء الدول العربية وفقاً لهذا المؤشر كما هو موضح في الجدول التالي.

جدول رقم 10: ترتيب الدول العربية وفقا للمؤشر الرئيسي الرابع الموارد الطبيعية والثقافية

الدولة	الموارد الطبيعية			الموارد الثقافية وسفر الأعمال			نتيجة المؤشر ككل 2019	
	2015	2017	2019	2015	2017	2019	عالمياً	عربياً
الإمارات	95	91	103	53	50	45	73	3
قطر	122	133	136	83	80	92	127	10
عمان	90	87	108	88	58	54	83	4
البحرين	133	135	140	105	112	113	140	14
مصر	100	97	69	41	22	22	33	1
المغرب	59	47	63	39	41	47	54	2
السعودية	83	99	133	55	49	58	113	7
الأردن	126	117	119	118	118	101	120	8
تونس	105	94	90	70	83	90	100	6
الكويت	137	131	137	125	125	127	136	13
لبنان	140	128	130	84	97	93	125	9
الجزائر	127	124	126	50	53	51	90	5
اليمن	129	132	135	89	111	109	133	11
موريتانيا	123	113	129	133	133	132	134	12

المصدر: من إعداد الباحثة اعتماداً على تقارير تنافسية السياحة والسفر للمنتدى الاقتصادي العالمي (2015-2017-2019).

أما من حيث الموارد الطبيعية والثقافية فنجد أن مصر احتلت المرتبة الأولى عربيا لسنة 2019 والمرتبة 33 عالمياً، وقد أحرزت مصر تقدماً كبيراً في هذا المؤشر مقارنة بالسنوات السابقة (المركز 65 عالمياً في 2015)، ويعود هذا للاكتشافات الأثرية الحديثة والتي يعتبرها علماء الآثار بمثابة اكتشاف القرن، والتي تعتبر الأحدث في سلسلة من الاكتشافات الرئيسية للآثار القديمة التي تأمل مصر من خلالها أن تنعش قطاع السياحة الذي تأثر بشدة منذ 2011.

ودائما مع شمال افريقيا جاءت المملكة المغربية في المرتبة الثانية عربياً والأولى مغاربياً كما احتلت المرتبة 54 عالمياً وفقاً لنفس المؤشر، رغم أنها عرفت تراجعاً في جميع المؤشرات الفرعية ولم تستطع الحفاظ على المراكز التي سجلتها في السنوات السابقة، وتعتبر المغرب الدولة العربية الأولى من حيث عدد المواقع المسجلة بقائمة التراث العالمي لليونسكو والبالغ عددها 9 مواقع[1]. مغاربياً أيضا جاءت الجزائر في المركز 90 عالمياً والخامسة عربياً بالنسبة لمؤشر الموارد الطبيعية والثقافية، وقد حافظت تقريباً على نفس المركز غير أن هذه النتيجة لا تعكس المقومات التاريخية والثقافية والطبيعية التي تزخر بها الجزائر وهذا يرجع إلى غياب التسويق للمنتوج السياحي الجزائري والتعريف به، أما عدد المواقع الأثرية المصنفة عالميا فيبلغ عددها 7 مواقع أثرية. تليها تونس السادسة عربياً (100 عالمياً) بعدد مواقع أثرية مصنفة بلغ عددها 8 مواقع.

أما المركز الثالث عربياً فيعود لدولة الإمارات العربية (73 عالمياً) وهذا على الرغم من محدودية الموارد الطبيعية في قطاع السياحة حيث حلت في المركز 103 عالمياً سنة 2019 بالنسبة لمؤشر الموارد الطبيعية، لكنها تمكنت من تطوير قاعدة موارد ثقافية متنوعة تجذب

إليها شرائح مختلفة من السواح سواء لسياحة الأعمال أو الترفيه وهذا من خلال تنظيمها السنوي للعديد من المهرجانات والمعارض والمؤتمرات العالمية كالمهرجان السنوي للتسوق بإمارة دبي وغيره. وقد تلتها عمان بالمركز الرابع عربيا و83 عالميا بالنسبة لنفس المؤشر والسنة، ثم السعودية، الأردن ولبنان.

وبالرجوع لكل من قطر، اليمن، موريتانيا والكويت، والبحرين فقد جاءت في مؤخرة الدول العربية بالنسبة دائما لمؤشر الموارد الطبيعية والثقافية (10،11،12،13 و14 على الترتيب)، والجدير بالذكر أن دولة البحرين حصدت المرتبة الاخيرة عربياً وعالمياً أيضاً (140 عالميا و14 عربياً)، وهذا لافتقارها للموارد الطبيعية والثقافية أيضاً.

4. خاتمة:

يقوم مؤشر تنافسية السياحة والسفر الصادر عن المنتدى الاقتصادي العالمي بدافوس بقياس قدرة الدول على المنافسة في مجال السياحة والسفر، وعلى الجهود التي تقوم بها للنهوض بقطاع السياحة والسفر وكذا المقومات التي تحوزها، ويصدر المنتدى الاقتصادي العالمي دورياً تقارير للتنافسية السياحية لدول العالم، وقد صدر أول تقرير عن المنظمة سنة 2007 ثم تلته تقارير 2008، 2009، 2011، 2015، 2017 وآخرها تقرير 2019، ويضم هذا التقرير في آخر إصدار له 140 دولة منها 14 دولة عربية والتي شملتها دراستنا. ويعتمد التقرير في تقييمه للتنافسية السياحية على أربع مؤشرات رئيسية، والجدير بالذكر أن المنتدى الاقتصادي العالمي قد غير من منهجيته في قياس مؤشر التنافسية سنة 2015، حيث أصبح المؤشر يعتمد على أربع مؤشرات فرعية بدلا من ثلاثة كما كان معمول به سابقاً وهي: البيئة التمكينية، السياسات والظروف المواتية للسياحة والأسفار، البنية التحتية، وأخيراً الموارد الثقافية والطبيعية، هذه المؤشرات الرئيسية تتفرع بدورها إلى 14 مؤشر فرعي و90 متغير.

نتائج الدراسة:

إن أهم النتائج التي توصلنا لها من خلال هذه الدراسة هي:

– تتباين الدول العربية بشكل كبير في تنافسية قطاع السياحة والسفر. وتتمتع دولة الإمارات العربية المتحدة بالآداء الأفضل بين الدول العربية، فقد حافظت على المركز الأول عربياً منذ أول تقرير صدر عن المنتدى في 2007 إلى آخر تقرير بحوزتنا (2019)، كما أنها حصلت على المراتب الأولى عالمياً في تصنيف بعض المؤشرات وذلك بتميزها ببنية تحتية متطورة، وإمتلاكها لقطاع تكنولوجيا المعلومات والإتصالات جد متطور الرابع عالمياً، إضافةً إلى تميزها بالإستقرار الأمني والسلامة والتي تعتبر عنصر جذب مهم للسواح، وكذا توفرها على بيئة أعمال مشجعة، ضف إلى ذلك الاهتمام الكبير الذي أولته الدولة الاماراتية لهذا القطاع وتخصيص استثمارات مهمة للنهوض بقطاع السياحة وتمكينه من المنافسة عالمياً.

– حققت دول الخليج العربي بصفة عامة تقدم على بقية الدول العربية، حيث استطاعت تحقيق مراكز متقدمة عالميا بالنسبة لبعض المؤشرات، وهذا بفضل الاستثمارات السياحية وخاصة في مجال البنية التحتية. فقد استطاعت الظفر بمراكز متقدمة عالميا (ضمن 52 دولة الأولى عالميا) بالنسبة لمؤشر البنى التحتية على غرار قطر والبحرين والمملكة العربية السعودية وسلطنة عمان.

– أما بالنسبة لدول شمال إفريقيا فقد تصدرتها مصر، فقد حققت تقدماً ملحوظا في بعض المؤشرات كمؤشر الموارد الطبيعية والثقافية، وكذا تحقيقها لمراكز جد متقدمة عالمياً بالنسبة للأسعار التنافسية وكونها بذلك الوجهة العربية الأولى جذباً للسياح من حيث تقديم أسعار تنافسية، وحققت تقدما كبيراً في مؤشر أولويات السياحة والسفر وهذا راجع للاهتمام الكبير الذي توليه الحكومة المصرية لقطاع السياحة باعتباره مصدر مهم لجذب العملة الصعبة، لكن يبقى آدائها السياحي ضعيف مقارنة مع دول الشرق الأوسط على غرار الامارات، قطر والبحرين، وقد عرفت تراجع في معظم المؤشرات وخاصة مؤشر الأمن والسلامة، والذي يعود للظروف السياسية والأمنية التي تعرفها في السنوات الأخيرة، وكذلك بالنسبة لمؤشر الصحة والنظافة والذي عرف تراجع كبير بالرغم من أنها تعتبر من الدول السباقة في مجال السياحة إلا أنها تبقى متأخرة عالمياً.

– تذيل الترتيب عربياً وعالمياً كل من الكويت، لبنان، الجزائر، موريتانيا واليمن، حيث لا تزال تراوح المراكز الأخيرة ولم تظهر أي تحسن في مؤشر التنافسية، وهذا يعود إلى جملة من الأسباب لكنها تختلف من دولة إلى أخرى، على غرار التوترات والاضطرابات الأمنية، عدم إعطاء الأولوية والاهتمام اللازم من طرف الدولة لقطاع السياحة، قلة الاستثمارات في البنى التحتية، عدم الانفتاح على السياحة، ضعف قطاع الصحة والنظافة، انعدام واضح لرؤية استراتيجية للقطاع بالإضافة.

التوصيات:

وبناءا على النتائج المعروضة من الدراسة يمكننا أن نطرح التوصيات التالية:

– على الدول العربية تعزيز التعاون والشراكة فيما بينها والاستفادة من التجارب الناجحة في هذا المجال على غرار التجربة الإماراتية والتي تعتبر ناجحة بامتياز لتمكنها من المنافسة عالميا.

– إعطاء الأولوية أكثر من طرف الحكومات العربية للنهوض بالقطاع السياحي.

– الاستثمار بشكل خاص في تطوير البنية التحتية والمرافق السياحية، وتوفير الأمن والاستقرار الذي من شأنه أن يعزز تواجد السائح الأجنبي في المنطقة العربية.

– الاهتمام أكثر بقطاع الصحة والنظافة والذي يعرف تأخراً كبيراً في معظم الدول العربية.

– التسويق الجيد للمنتوج السياحي العربي، وتطوير قطاع تكنولوجيا المعلومات ومواكبة التطورات الدولية.

– فتح المجال أمام القطاع الخاص للاستثمارات في قطاع السياحة جنباً إلى جنب القطاع العام، مع توفير المناخ الاستثماري المناسب وتقديم الدعم الحكومي اللازم للقطاع الخاص، وتذليل الحواجز والصعوبات التي يواجهها هذا الأخير على غرار البيروقراطية وصعوبة الحصول على التراخيص وغيرها والتي تعرفها العديد من الدول العربية.

آفاق الدراسة:

يمكن أن نقترح كآفاق للدراسة اقتداء الدول العربية بالتجارب الناجحة في مجال السياحة، على غرار التجربة الإماراتية من أجل المنافسة على المستوى العالمي وليس العربي فقط، وكذلك دراسة أشكال الشراكة والتعاون الممكنة بين الدول العربية للاستفادة من التجارب الناجحة في هذا المجال.

5. قائمة المراجع:

-محسن عبد الله الراجحي وآخرون. (2016). الميزة التنافسية للنشاط السياحي. دار الأيام للنشر والتوزيع. الأردن.

– المنظمة العربية للسياحة. (2015). تحليل تنافسية السياحة والسفر للدول العربية . المملكة العربية السعودية–جدة.

- World Tourism Organization. (2019). World Tourism Barometer volume 17.issu2.
- World economic forum. (2007). The Travel & Tourism Competitiveness Report.
- World economic forum. (2009). The Travel & Tourism Competitiveness Report.
- World economic forum. (2011) The Travel & Tourism Competitiveness Report.
-World economic forum. (2013). The Travel & Tourism Competitiveness Report.
-World economic forum. (2015). The Travel & Tourism Competitiveness Report.
- World economic forum. (2017). The Travel & Tourism Competitiveness Report.
-World economic forum. (2019). The Travel & Tourism Competitiveness Report.
- https://ar.wikipedia.org consulté le 01/02/2020.