



جمهورية العراق
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة البصرة / كلية الإدارة والاقتصاد
قسم الاقتصاد

تحليل وقياس القدرة التنافسية للقطاع السياحي في دول عربية مختارة مع امكانية الاستفادة منها في العراق

أطروحة دكتوراه تقدم بها الطالب
مصعب عبد العالي ثامر حسين

إلى
مجلس كلية الإدارة والاقتصاد – جامعة البصرة وهي جزء من متطلبات
نيل درجة دكتوراه فلسفة في العلوم الاقتصادية

بإشراف

الأستاذ الدكتور

عدنان فرحان عبدالحسين الجوراني

2022 ميلادي

1443 هجري



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

﴿إِنَّ الْأَنْبَارَ لَفِي نَعِيمٍ﴾ 22 ﴿عَلَى الْأَرَائِكِ يَنْظُرُونَ﴾ 23 ﴿تَعْرِفُ﴾
﴿فِي وُجُوهِهِمْ نَضْرَةَ النَّعِيمِ﴾ 24 ﴿يُسْقَوْنَ مِنْ رَحِيقٍ مَخْتُومٍ﴾ 25
﴿خِتَامُهُ مِسْكٌ وَفِي ذَلِكَ فَلْيَتَنَافَسِ الْمُتَنَافِسُونَ﴾
صَدَقَ اللَّهُ الْعَلِيُّ الْعَظِيمُ

سورة المطففين

الآية القرآنية (22-26)

إلى مصابيح الهدى والعروة الوثقى والحجة على أهل الدنيا سيد الأنام محمد (ص) وآله الطيبين الطاهرين .

إلى الأرواح التي سكنت تحت تراب وطني الغالي شـهدائنا .

إلى حكمتي وأدبي وعلمي وحلمي والدي العزيز حباً وتقديراً .

إلى ينبوع الذي لا يملُ العطاء والدتي العزيزة حباً وإكراماً .

إلى روافد الحب والوفاء اخوتي واخواتي فخراً واعتزازاً .

إلى توأم روحي ورفيقة دربي زوجتي لطول صبرها .

إلى القلوب الطاهرة والنفوس البريئة أبنائي .

إلى من أوقد سراج العلم الأستاذ المشرف

أهدي لكم هذا الجهد المتواضع فاقبلوه مني .

محمد مصعب

شكر وتقدير

بسم الله والحمد لله الذي وفقني لإتمام كتابة هذه الاطروحة والصلاة والسلام على نبينا محمد وعلى اله الطيبين الطاهرين أما بعد:

يدفعني واجب الوفاء، أن اتقدم بالشكر والتقدير للأستاذ الدكتور عدنان فرحان عبدالحسين للجهد المخلص الذي بذله في تحمله عناء الإشراف على اطروحتي هذه ومساعدته لي على تخطي الصعاب وعلى ما بذله من توجيهات قيمة خلال مدة الكتابة إذ كانت حجر الأساس لهذه الاطروحة والأثر البالغ في اخراجها بمظهرها النهائي، فكنت أعمل متحرراً من كل الضغوط وتحرك وانا محاط بكف اهتمامه وعنايته فكان نعم المشرف الحريص على امانة البحث العلمي، فجزاه الله عني خير الجزاء وأنعمه بوافر الصحة والسلامة.

كما اتقدم بفائق الشكر والتقدير إلى رئيس وأعضاء لجنة المناقشة المحترمين لتفضلهم بقبول مناقشة هذه الاطروحة وتجشمهم عناء السفر ولما سيبدونه من ملاحظات ستصب حتماً في تعزيزها، داعياً الله تعالى أن يحفظهم ويبعد عنهم كل مكروه.

واتوجه بالشكر الجزيل إلى السيد عميد كلية الادارة والاقتصاد بجامعة البصرة الأستاذ الدكتور عبدالحسين توفيق الشبلي، لرحابة صدره ورعايته الأبوية لطلبة الدراسات العليا .

واتوجه بشكري وتقديري إلى السيد رئيس قسم الاقتصاد الأستاذ الدكتور سامي عبيد التميمي، لما منحني إياه من رعاية طيلة مدة الدراسة جزاه الله خير الجزاء، كما اتقدم بالشكر الجزيل إلى السادة اساتذة قسم الاقتصاد كافة الذين لم يخلوا علينا بالاجابة عن سؤال أو مشورة، ادامهم الله ذخرا وسندا لطلبة العلم.

واخيراً وليس أخراً أسأل الله العلي القدير أن يرزقنا العلم والمعرفة أبداً ما أبقانا لنسهم جميعاً في بناء العراق وينصرنا على أعدائه الطامعين والحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على سيدنا محمد واله الطيبين الطاهرين .

توصية الاستاذ المشرف

اشهد ان اعداد هذه الاطروحة الموسومة بـ **(تحليل وقياس القدرة التنافسية للقطاع السياحي في دول عربية مختارة مع امكانية الاستفادة منها في العراق)** للطلاب **(مصعب عبدالعالي ثامر حسين)** قد جرت تحت اشرافي في جامعة البصرة / كلية الادارة والاقتصاد / قسم الاقتصاد، وهي جزء من متطلبات نيل درجة دكتوراة فلسفة في علوم الاقتصاد .



التوقيع:

المشرف: أ.د. عدنان فرحان عبدالحسين

المرتبة العلمية: إستاذ

التاريخ: 2022 / 7 / 3

توصية رئيس قسم الاقتصاد

بناء على توصية الاستاذ المشرف، امرشح هذه الاطروحة للمناقشة .



التوقيع:

أ.د. سامي عبيد التميمي

المرتبة العلمية: إستاذ

التاريخ: 2022 / 7 / 4

اقرار الخبير اللغوي

اشهد ان هذه الاطروحة الموسومة بـ (تحليل وقياس القدرة التنافسية للقطاع

السياحي في دول عربية مختارة مع امكانية الاستفادة منها في العراق)

التي تقدم بها (مصعب عبدالعالي ثامر) قد انيطت بي مهمة تقييمها لغوياً وهي الان مستوفية

شروط السلامة اللغوية .



التوقيع:

المقوم اللغوي: أ.د صباح عبدالكريم مهدي

جامعة البصرة/ كلية الادارة والاقتصاد/ قسم الاقتصاد

التاريخ: 2022 / 4 / 24

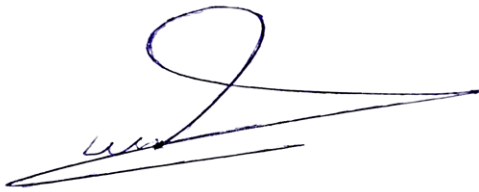
اقرار المقوم الاحصائي

اشهد ان هذه الاطروحة الموسومة بـ **(تحليل وقياس القدرة التنافسية للقطاع**

السياحي في دول عربية مختارة مع امكانية الاستفادة منها في العراق)

التي تقدم بها **(مصعب عبدالعالي ثامر)** قد انيطت بي مهمة تقييمها احصائياً وهي الان مستوفية

الشروط.



التوقيع:

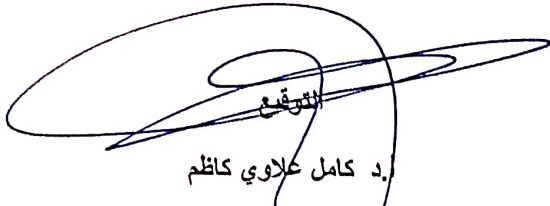
المقوم الاحصائي: أ.م.د. دريد حسين بدر

جامعة البصرة/ كلية الادارة والاقتصاد/ قسم الاحصاء

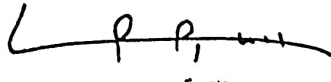
التاريخ: 2022 / 4 / 24

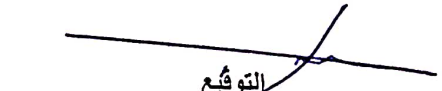
اقرار لجنة المناقشة

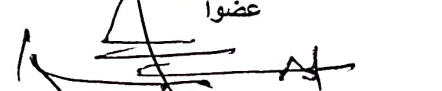
نشهد نحن اعضاء لجنة المناقشة اننا اطلعنا على الاطروحة الموسومة (**تحليل وقياس القدرة التنافسية للقطاع السياحي في دول عربية مختارة مع امكانية الاستفادة منها في العراق**) للطالب (**مصعب عبدالعالي ثامر**) وبعد مناقشة الطالب في محتوياتها وفي ماله علاقة بها بتاريخ (30 / 8 / 2022) وجدنا أنها جديرة بنيل درجة دكتوراه فلسفة في العلوم الاقتصادية بتقدير (امتياز) .


التوقيع
أ.د. كامل علاوي كاظم
عضوا


التوقيع
أ.د. عدنان فرحان عبدالحسين
عضوا ومشرفاً


التوقيع
أ.د. أمل أسمر زيون
عضوا

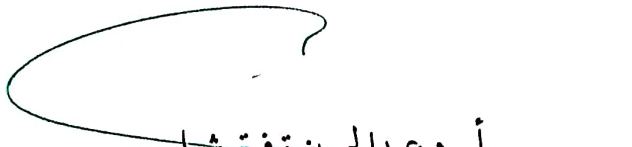

التوقيع
أ.د. يوسف علي عبد الاسدي
عضوا


التوقيع
أ.م.د. احمد محمد جاسم
عضوا


التوقيع
أ.د. يحيى حمود حسن
رئيساً

مصادقة مجلس الكلية

صادق مجلس كلية الادارة والاقتصاد / جامعة البصرة على اقرار لجنة المناقشة.


أ. د. عبدالحسين توفيق شبلي

عميد كلية الادارة والاقتصاد / جامعة البصرة

2022 / 9 / //

تثبيت المحتويات		
الترقيم	الموضوع	الصفحة
	الآية	أ
	الإهداء	ب
	شكر وتقدير	ت
	قائمة المحتويات	ث
	قائمة الجداول	ج-خ
	قائمة الاشكال	د-ر
	قائمة الملاحق	ز
	المقدمة	7-1
الفقرة	الفصل الأول	الصفحة
1-1	الإطار المفاهيمي للقدرة التنافسية السياحية، مؤشرات قياسها واتجاهاتها الاقتصادية	61-8
1-1	القدرة التنافسية (المفاهيم، والنظريات)	26-9
2-1	مفهوم ومؤشرات قياس القدرة التنافسية السياحية	51-27
3-1	السياحة الدولية (الاتجاهات، والأهمية الاقتصادية)	62-52
الفقرة	الفصل الثاني	الصفحة
2-1	تحليل وقياس مؤشرات تنافسية القطاع السياحي في دول (الإمارات، مصر، تونس)	155-62
1-2	تحليل مؤشرات تنافسية القطاع السياحي في الإمارات العربية المتحدة	93-63
2-2	تحليل مؤشرات تنافسية القطاع السياحي في جمهورية مصر العربية	116-94
3-2	تحليل مؤشرات القدرة التنافسية للقطاع السياحي في دولة تونس	139-117
4-2	قياس مؤشرات تنافسية القطاع السياحي في دول العينة باستخدام نماذج panel data	155-140
الفقرة	الفصل الثالث	الصفحة
3	تحليل واقع القطاع السياحي في العراق وقياس قدرته التنافسية	221-156
1-3	تحليل واقع القطاع السياحي في العراق وأهميته الاقتصادية	175-157
2-3	قياس القدرة التنافسية للقطاع السياحي في العراق للمدة (2015-2019)	212-176
3-3	السياسات المقترحة لتطوير القدرة التنافسية للقطاع السياحي في العراق في ضوء تجارب الدول المختارة	221-213
الفقرة	الاستنتاجات والتوصيات	الصفحة
	الاستنتاجات	232-222
	التوصيات	224
	المصادر	233-225
	الملاحق	241-234

الصفحة	عنوان الجدول	التسلسل
20	أوزان المجموعات الرئيسية الثلاث للركائز عند كل مرحلة من مراحل التنمية	1.
23	مؤشر التنافسية العربية ودول المقارنة للمراتب العشرة الأولى لعام 2012	2.
24	المكونات الرئيسية لمؤشر التنافسية حسب المعهد الدولي للتنمية والإدارة (WCY)	3.
43	نتائج مؤشرات القدرة التنافسية للسياحة والسفر حسب التقرير العالمي (TTCI) للدول العربية (2013-2007)	4.
51	نتائج مؤشرات القدرة التنافسية للسياحة والسفر حسب التقرير العالمي (TTCI) للدول العربية (2019-2015)	5.
52	تدفق عدد السياح الدوليين للمدة (2019/2007) مليون سائح	6.
53	تطور إيرادات السياحة حسب القارات خلال المدة (2019-2007) : مليار دولار أمريكي	7.
55	أكثر المدن العالمية استقطاباً وإيراداً للسياح لعام 2019	8.
56	عدد السائحين الوافدين والإيرادات السياحية للدول العربية للمدة (2019-2007)	9.
57	نسبة السياح إلى عدد السكان في الدول العربية لعام 2019	10.
59	إجمالي العاملين في قطاع السياحة لبعض دول العالم لعام 2018 والتوقع المستقبلي لعام 2029 (بالمليون)	11.
60	مساهمة السياحة في التوظيف للدول العربية لعام 2019	12.
64	مؤشرات القطاع الحقيقي لدولة الإمارات العربية، سنوات مختارة	13.
69	تطور عدد السياح القادمين لدولة الإمارات العربية المتحدة للمدة (2019-2007) (مليون سائح)	14.
70	تطور حجم الإيرادات السياحية لدولة الإمارات العربية المتحدة للمدة (2019-2007) (مليار دولار)	15.
72	المؤشر الكلي لتنافسية قطاع السياحة والسفر والمؤشرات الفرعية المكونة له لدولة الإمارات العربية (2013-2007)	16.
75	المؤشرات الرئيسية والفرعية للتنافسية السياحية لدولة الإمارات العربية للمدة (2019-2015)	17.
78	تطور حجم التجارة الخارجية غير النفطية لدولة الإمارات للمدة (2019-2015) (مليار دولار)	18.
79	أهم الدول المستثمرة في الإمارات للمدة (2019-2015)	19.
84	التحول الرقمي في الإمارات - تسلسل تاريخي	20.
91	المؤشرات الرئيسية لمنشآت الفنادق في الإمارات للعام (2019-2010)	21.
97	تطور عدد السياح القادمين لجمهورية مصر العربية للمدة (2019-2007) (مليون سائح)	22.
98	تطور حجم الإيرادات السياحية لجمهورية مصر للمدة (2019-2007) (مليون دولار)	23.
100	المؤشر الكلي لتنافسية قطاع السياحة والسفر والمؤشرات الفرعية المكونة له لجمهورية مصر العربية (2013-2007)	24.

102	المؤشرات الرئيسة والفرعية للتنافسية السياحية لجمهورية مصر العربية للمدة (2015-2019)	25.
106	أهم الدول المستثمرة في جمهورية مصر العربية للمدة (2015-2019)	26.
120	تطور عدد السياح القادمين لدولة تونس للمدة (2007-2019) الوحدة (مليون سائح)	27.
121	تطور حجم الإيرادات السياحية لدولة تونس للمدة (2007-2019) الوحدة (مليون دولار)	28.
123	المؤشر الكلي لتنافسية قطاع السياحة والسفر والمؤشرات الفرعية المكونة له لدولة تونس (2007-2013)	29.
125	المؤشرات الرئيسة والفرعية للتنافسية السياحية لدولة تونس للمدة (2015-2019)	30.
129	أهم الدول المستثمرة في تونس للمدة (2015-2019)	31.
144	المتغيرات المستقلة (Independent variable) لامتداد البحث	32.
145	معاملات الارتباط بين عدد السياح وترتيب الدول في مؤشرات التنافسية السياحية	33.
146	نتائج تقدير نموذج الانحدار التجميعي	34.
147	نتائج تقدير نموذج أثر مؤشرات التنافسية السياحية على عدد السياح الاجمالي باستخدام نموذج التأثيرات الثابتة	35.
148	ملخص نتائج المفاضلة بين نموذج الانحدار التجميعي والثابت	36.
149	نتائج تقدير نموذج التأثيرات العشوائية Random Effect Mode	37.
149	نتائج اختبار هوسمان (Hausman Test)	38.
152	نتائج تقدير نموذج التأثيرات الثابتة لدولة الإمارات العربية	39.
153	نتائج تقدير نموذج التأثيرات الثابتة لجمهورية مصر	40.
154	نتائج تقدير نموذج التأثيرات الثابتة لدولة تونس	41.
161	عدد المقومات السياحية الدينية والآثرية والطبيعية في العراق	42.
163	عدد الفنادق والمجمعات السياحية ونسبتها المئوية في العراق لعام 2019	43.
163	أعداد الفنادق في العراق حسب درجات التصنيف للمدة (2010-2019)	44.
165	تصنيف الفنادق حسب عدد الغرف والأسرة لعام 2019	45.
166	أعداد الوافدين للعراق للمدة (2007-2019) (مليون سائح)	46.
167	عدد السياح (النزلاء) حسب الجنسية في العراق لعام 2019	47.
170	الأهمية النسبية للقطاعات الرئيسة في الناتج المحلي الإجمالي في العراق للمدة (2007 - 2019)	48.
172	نسبة إسهام الإيرادات السياحية في الناتج المحلي الإجمالي للمدة (2010-2019) (مليون دولار%)	49.
173	الميزان السياحي في العراق للمدة (2010-2019) (مليون دولار)	50.

177	نتائج قياس مؤشر تنافسية القطاع السياحي الإجمالي للعراق ودول العينة لمتوسط المدة (2015-2019)	.51
178	قياس مؤشر بيئة الأعمال للعراق ودول العينة لمتوسط المدة (2015-2019)	.52
182	أهم الدول المستثمرة في العراق للسنوات (2015-2019)	.53
183	مؤشر مدركات الفساد في العراق مقارنة مع دول العالم للسنوات (2007-2019)	.54
184	قياس مؤشر الأمن والسلامة للعراق ودول العينة لمتوسط المدة (2015-2019)	.55
186	قياس مؤشر الصحة والنظافة للعراق ودول العينة لمتوسط المدة (2015-2019)	.56
188	قياس مؤشر الموارد البشرية وسوق العمل للعراق ودول العينة لمتوسط المدة (2015-2019)	.57
192	قياس مؤشر جاهزية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات للعراق ودول العينة لمتوسط المدة (2015-2019)	.58
194	قياس مؤشر تحديد أولويات السياحة والسفر للعراق ودول العينة لمتوسط المدة (2015-2019)	.59
195	قياس مؤشر الانفتاح الدولي للعراق ودول العينة لمتوسط المدة (2015-2019)	.60
197	قياس مؤشر تنافسية الأسعار للعراق ودول العينة لمتوسط المدة (2015-2019)	.61
200	قياس مؤشر الاستدامة البيئية للعراق ودول العينة لمتوسط المدة (2015-2019)	.62
203	قياس مؤشر البنية التحتية للنقل الجوي للعراق ودول العينة لمتوسط المدة (2015-2019)	.63
204	نسب التنفيذ للطرق والجسور في العراق للأعوام (2012-2017)	.64
206	قياس مؤشر البنية التحتية للنقل البري والبحري للعراق ودول العينة لمتوسط المدة (2015-2019)	.65
207	قياس مؤشر البنية التحتية للخدمات السياحية للعراق ودول العينة لمتوسط المدة (2015-2019)	.66
208	كميات الإنتاج والاستيراد من الكهرباء للمدة (2010-2019) (الف ميكاواط / ساعة)	.67
209	قياس مؤشر الموارد الطبيعية للعراق ودول العينة لمتوسط المدة (2015-2019)	.68
211	قياس مؤشر الموارد الثقافية للعراق ودول العينة لمتوسط المدة (2015-2019)	.69
212	قياس الفجوة التنافسية بين العراق ودول العينة لمؤشرات تنافسية القطاع السياحي (%)	.70

الترتيب	عنوان الشكل	الصفحة
1.	ركائز التنافسية الاثني عشر	19
2.	الدول العشرة الأولى في تقرير التنافسية العالمي لعام (2018-2019)	20
3.	ترتيب الدول العربية في تقرير التنافسية العالمي لعام 2019	21
4.	الهيكل العام لمؤشر التنافسية العربية	22
5.	الدول التي احتلت المراتب العشر الأولى في تقرير (wcy) لعام 2019	24
6.	المؤشر العام لتنافسية الاقتصادات العربية وفق منهجية صندوق النقد الدولي	26
7.	وضعية تنافسية الاقتصادات العربية لعام 2019	26
8.	العوامل المؤثرة في نجاح تشغيل المشروع	33
9.	نموذج القوى الخمس للتنافسية لـ Porter	38
10.	قوى التنافس في القطاع السياحي	39
11.	نموذج كالجاري للقدرة التنافسية في السياحة	40
12.	نموذج (Dwyer And Kim) لتطوير القدرة التنافسية	42
13.	نموذج (Heath) نحو تحقيق الاستدامة في القطاع السياحي	44
14.	هيكل مؤشرات القدرة التنافسية للسياحة والسفر حسب التقرير العالمي للعام 2013	47
15.	هيكل مؤشرات القدرة التنافسية للسياحة والسفر حسب التقرير العالمي للعام 2015	48
16.	توزيع (الإيرادات السياحية، عدد السياح) على المقاصد السياحية العشرة الأولى في العالم لعام 2019	54
17.	عائدات السياحة العربية من كل سائح وافد للعام 2019	56
18.	إسهام السياحة العالمية في الناتج المحلي الإجمالي العالمي للمدة 2007-2019	58
19.	مساهمة السياحة في (GDP) للدول العربية عام 2019	58
20.	إسهام القطاعات النفطية وغير النفطية في الناتج المحلي الإجمالي (2012-2019) (نسبة مئوية)	65
21.	التوزيع القطاعي للناتج المحلي الإجمالي بالأسعار الثابتة لعام 2019، (%)	66
22.	إسهام القطاعات الاقتصادية النفطية وغير النفطية في النمو الاقتصادي لعام 2019 %	66
23.	تطور الاستثمارات السياحية في دولة الإمارات العربية خلال المدة (2007-2019)	69
24.	إسهام السياحة في الناتج المحلي الإجمالي في دولة الإمارات للمدة (2007-2019) %	71
25.	تطور إسهام السياحة المباشرة في خلق فرص العمل في دولة الإمارات خلال المدة (2007-2019)	71
26.	مؤشر تنافسية السياحة والسفر لدولة الإمارات للمدة (2007-2013)	73
27.	ترتيب مؤشر البيئة التمكينية لدولة الإمارات للمدة (2015-2019)	76
28.	ترتيب مؤشر السياسات والظروف التمكينية للسياحة والسفر لدولة الإمارات للمدة (2015-2019)	86
29.	ترتيب مؤشر البنية التحتية لدولة الإمارات للمدة (2015-2019)	89

91	عدد الفنادق حسب الفئة ومؤشرات الأداء الرئيسة (2010-2019)	30.
91	ترتيب مؤشر الموارد الطبيعية والثقافية لدولة الإمارات العربية للمدة (2015-2019)	31.
95	إسهام القطاعات الاقتصادية في معدل نمو (GDP) للعام 2019	32.
98	إسهام السياحة في الناتج المحلي الإجمالي في جمهورية مصر للمدة (2007-2019)%	33.
99	تطور إسهام السياحة المباشرة في خلق فرص العمل في جمهورية مصر خلال المدة (2007-2019)	34.
101	مؤشر تنافسية السياحة والسفر لجمهورية مصر للمدة (2007-2013)	35.
103	ترتيب مؤشر البيئة التمكينية لجمهورية مصر خلال المدة (2007-2013)	36.
104	الميزان التجاري لجمهورية مصر العربية للمدة (2007-2019)	37.
110	ترتيب مؤشر السياسات والظروف التمكينية لجمهورية مصر العربية للمدة (2015-2019)	38.
112	ترتيب مؤشر البنية التحتية لجمهورية مصر العربية للمدة (2015-2019)	39.
114	ترتيب مؤشر الموارد الطبيعية والثقافية لجمهورية مصر للمدة (2015-2019)	40.
118	إسهام القطاعات الاقتصادية في (GDP) لدولة تونس لعام 2019	41.
122	إسهام السياحة في الناتج المحلي الإجمالي في دولة تونس للمدة (2007-2019)%	42.
122	تطور إسهام السياحة المباشرة في خلق فرص العمل في تونس خلال المدة (2007-2019)	43.
124	مؤشر تنافسية السياحة والسفر لدولة تونس للمدة (2007-2011)	44.
126	ترتيب مؤشر البيئة التمكينية لدولة تونس للمدة (2015-2019)	45.
127	الميزان التجاري لدولة تونس للمدة (2007-2019) (مليون دولار)	46.
132	تطور مؤشر الحكومة الالكترونية (EGDI) في تونس للمدة (2008-2018)	47.
132	ترتيب مؤشر السياسات والظروف التمكينية للسياحة والسفر لدولة تونس للمدة (2015-2019)	48.
135	ترتيب مؤشر البنية التحتية لدولة تونس 2015-2019	49.
136	مراكز الإيواء السياحي لدولة تونس (2007-2019)	50.
137	ترتيب مؤشر الموارد الطبيعية والثقافية لدولة تونس للمدة (2015-2019)	51.
162	تطور عدد الفنادق والمجمعات السياحية في العراق للمدة (2010-2019)	52.
166	عدد المطاعم وشركات السياحة في العراق للمدة (2007-2019)	53.
168	مؤشر عدد لياالي المبيت في الفنادق في العراق لعام 2019	54.
169	الإيرادات السياحية ومعدل نموها في العراق للمدة (2007-2019) (مليون دولار)	55.
170	الاهمية النسبية للإيرادات السياحية حسب المحافظات العراقية لعام 2019	56.
174	عدد العاملين في المنشآت الفندقية ومعدل نموها السنوي في العراق للمدة (2007-2019)	57.
175	عدد ونسب العاملين في السياحة من عدد العاملين الكلي في العراق (2010-2019)	58.
175	التوزيع الجغرافي لعدد العاملين في القطاع السياحي على مستوى المحافظات لعام 2019	59.

187	قياس مؤشر بيئة الأعمال للعراق ودول العينة لمُتوسط المدة (2015-2019)	.60
181	مؤشرات حجم التجارة الخارجية والانكشاف الاقتصادي في العراق للمدة (2007-2019)	.61
183	قياس مؤشر الأمن والسلامة للعراق ودول العينة لمُتوسط المدة (2015-2019)	.62
185	قياس مؤشر الصحة والنظافة للعراق ودول العينة لمُتوسط المدة (2015-2019)	.63
187	مقارنة الاتفاق الصحي الحكومي والخاص كمنسبة من الاتفاق الإجمالي على الصحة مع مجموعة من دول مختارة (2019)	.64
188	قياس مؤشر الموارد البشرية وسوق العمل للعراق ودول العينة لمُتوسط المدة (2015-2019)	.65
190	نسبة الاتفاق على التعليم من الناتج المحلي الإجمالي ومن إجمالي النفقات العامة ، وبراءات الاختراع والمجلات العلمية في العراق للمدة (2007-2019)	.66
191	قياس مؤشر جاهزية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات للعراق ودول العينة لمُتوسط المدة (2015-2019)	.67
193	قياس مؤشر تحديد أولويات السياحة والسفر للعراق ودول العينة لمُتوسط المدة (2015-2019)	.68
195	قياس مؤشر الانفتاح الدولي للعراق ودول العينة لمُتوسط المدة (2015-2019)	.69
196	قياس مؤشر تنافسية الأسعار للعراق ودول العينة لمُتوسط المدة (2015-2019)	.70
198	قياس مؤشر الاستدامة البيئية للعراق ودول العينة لمُتوسط المدة (2015-2019)	.71
201	مؤشري انبعاث ثاني أكسيد الكربون/ مؤشر معدل الانتاج اليومي من النفط الخام للمدة (2007-2019)	.72
202	الادخارات الصافية المعدلة من إجمالي الدخل القومي في العراق للمدة (2007-2019)	.73
202	قياس مؤشر البنية التحتية للنقل الجوي للعراق ودول العينة لمُتوسط المدة (2015-2019)	.74
203	قياس مؤشر البنية التحتية للنقل البري والبحري للعراق ودول العينة لمُتوسط المدة (2015-2019)	.75
206	قياس مؤشر البنية التحتية للخدمات السياحية للعراق ودول العينة لمُتوسط المدة (2015-2019)	.76
208	قياس مؤشر الموارد الطبيعية للعراق ودول العينة لمُتوسط المدة (2015-2019)	.77
210	قياس مؤشر الموارد الثقافية للعراق ودول العينة لمُتوسط المدة (2015-2019)	.78

تثبيت الملاحق		
الصفحة	عنوان الملحق	التسلسل
236-234	مؤشرات تنافسية السياحة والسفر لدول العينة (الإمارات، مصر، تونس)	1.
240-237	بيانات قياس تنافسية القطاع السياحي في العراق ودول العينة	2.
241	مؤشرات حجم التجارة الخارجية والانكشاف الاقتصادي في العراق بوجود النفط وبدونه للمدة (2007-2019)	3.
تثبيت الرموز والمصطلحات		
الرمز	قائمة الرموز والمصطلحات	
TTCI	المؤشر الكلي ضمن تقرير التنافسية العالمي للقطاع السياحي Travel & Tourism Competitiveness Edition	
RF	مؤشر الإطار التنظيمي Regulatory framework	
BEI	مؤشر بيئة الاعمال والبنية التحتية Business environment and infrastructure	
HCNR	الموارد البشرية والثقافية والطبيعية Human, cultural, and natural resources	
BE	مؤشر بيئة العمل Business Environment	
SS	مؤشر الأمن والسلامة Safety And Security	
HH	مؤشر الصحة والنظافة Health And Hygiene	
HR	مؤشر الموارد البشرية وسوق العمل Human Resources And Labour Market	
ICT	مؤشر جاهزية تكنولوجيا المعلومات ICT Readiness	
PT&T	مؤشر تحديد أولويات السياحة والسفر Prioritization Of Travel & Tourism	
Io	الانفتاح الدولي International Openness	
ES	مؤشر الاستدامة البيئية Environmental Sustainability	
PC	مؤشر تنافسية الأسعار Price Competitiveness	
ATI	مؤشر البنية التحتية للنقل الجوي Air Transport Infrastructure	
GPI	مؤشر البنية التحتية للنقل البحري والأرضي Ground And Port Infrastructure	
TSI	مؤشر البنية التحتية السياحية Tourist Service Infrastructure	
NR	مؤشر الموارد الطبيعية Natural Resources	
CR	مؤشر الموارد الثقافية Cultural Resources	

الاستخلص

لقد أصبحت السياحة صناعة عالمية تتميز بحركة سريعة على المستوى الوطني والعالمي، الأمر الذي جعلها تحظى بأهتمام العديد من دول العالم لتحقيق مردودات مالية كبيرة، وبهذا فقد حاول الباحث في هذه الدراسة تحليل وقياس القدرة التنافسية للقطاع السياحي في كل من دول (الإمارات، مصر، تونس) ومدى تنافسيتها عالمياً، وذلك من خلال ترتيب هذه الدول في المؤشرات السياحية الدولية ذات العلاقة، والتي تضمنتها تقارير التنافسية العالمية للسياحة والسفر الصادرة عن المنتدى الاقتصادي العالمي، فضلاً عن بناء نموذج احصائي لمؤشرات تنافسية القطاع السياحي في الدول العربية المختارة بدلالة عدد السياح من خلال نماذج Panel Data وباستخدام برنامج (Eviews9).

إذ تبين لنا من تحليل تجارب هذه الدول أن دولة الإمارات العربية المتحدة قد نجحت في تهيئة قطاعها السياحي بمؤشراته وممارسته تأثيراً جيداً ومتقدماً من حيث الترتيب في السوق الدولية، وتأثيراً متوسطاً في كل من دولتي مصر وتونس. كما اظهرت نتائج التحليل القياسي من خلال نموذج التأثيرات الثابتة أن المتغيرات الحقيقية التي تفسر جذب وتوافد السياح لدول العينة هي (الموارد الطبيعية، الموارد الثقافية والتاريخية، الموارد البشرية وسوق العمل، جاهزية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، تنافسية الأسعار، الأمن والسلامة).

اما العراق فعلى الرغم من امتلاك القطاع السياحي مقومات طبيعية ودينية وتاريخية مهمة، إلا أن مكانته في السوق الدولية للسياحة كانت ضعيفة جداً، أو تكاد تكون معدومة وقد احتل مواقع متأخرة عند قياسه من قبل الباحث على وفق نمطية المنتدى الاقتصادي العالمي مقارنةً مع دول العينة من خلال البرنامج الاحصائي (Excel)، وبفجوة تنافسية كبيرة جداً بلغت (53%)، (55%)، (50%) مع كل من (الإمارات، مصر، تونس) على التوالي في مؤشرات الدراسة، وهذا التدني من حيث الترتيب أو عدد النقاط هو نتيجة لوجود بيئة استثمارية ضعيفة جداً، وضعف في توفير الخدمات السياحية، وقلة البنية التحتية المرتبطة بالنشاط السياحي، التي كانت عائقاً لتحقيق الأهداف المرجوة في هذا القطاع.

وأوصت الدراسة في الأخير بضرورة دعم القطاع السياحي وعده من الأولويات والسعي وراء تحقيق التكامل بين القدرات التنافسية للسياحة والسفر ولاسيما فيما يتعلق بالنسبة للبنية التحتية، فضلاً عن الأمن والسلامة والصحة وتدريب العنصر البشري، وصولاً إلى الاستدامة البيئية والمحافظة على ما يمتلكه من موارد طبيعية وثقافية.

المقدمة

أستقطب مفهوم القدرة التنافسية اهتمام العديد من الاقتصاديين والمؤسسات الاقتصادية الدولية، فضلاً عن الشركات والدول منذ نهاية الثمانينات من القرن العشرين، وأصبحت التنافسية غاية يسعى الجميع إلى تحقيقها للوصول إلى هدف رفع المستوى المعيشي لأفراد المجتمع وتحقيق الرفاهية، إذ تعد التنافسية مؤشراً للقوة الاقتصادية للدولة، ولذا فقد أنتجت التوجهات الاقتصادية العالمية والعربية بيئات تنافسية ذات أبعاد عالمية وبخصائص اقتصاد السوق، وهذا ماكان له الأثر البالغ على مجال نوع وشدة المنافسة من أجل السيطرة على الأسواق والموارد، إذ أصبح النجاح في ظل هذه الأوضاع يرتكز بالأساس على إيجاد أساليب فعالة للمؤسسات والدول تمكنها من مواجهة التحديات التي تفرضها المنافسة الحالية والمرتقبة، فضلاً عن توفير حاجاتها بأقل التكاليف. وتتبع أهمية القدرة التنافسية من كونها تعمل على توفير البيئة التنافسية المناسبة لتوفير الكفاءة في تخصيص واستخدام الموارد وتحفيز الإبداع والابتكار وجودة تحسين الخدمات ليس على مستوى الصناعة فقط، بل حتى على مستوى الخدمات التي تقدمها باقي القطاعات الأخرى والتي من أهمها القطاع السياحي.

وبهذا فقد عرفت اقتصادات العديد من الدول سواء النامية منها أم المتقدمة قفزة إنتقالية نتيجة التحولات الاقتصادية العالمية الجديدة، هذه التحولات جعلت الدول تهتم أكثر بقطاع الخدمات كبديل من أجل تعويض الضعف أو النقص الحاصل في القطاع الصناعي أو الزراعي أو باقي القطاعات الأخرى، وبهذا تُعد اليوم الخدمات أو مايسمى بالقطاع الثالث من أضخم القطاعات درأً للمال على اقتصادات الدول خاصةً في مجاله السياحي.

إذ اكتسبت السياحة أهمية متزايدة وطابعاً إقتصادياً، فأصبحت أحد أهم الصناعات التي تسهم في تحقيق مردودات مالية مرتفعة، ولم تعد مجرد نشاطاً ترفيهياً للإنسان ينحصر بين المأكل والمشرب والتنزه، بل أصبحت تُعد عملاق القرن الواحد والعشرين والأكثر نمواً وتطوراً نظراً لدورها المهم والبارز الذي تؤديه في نمو العديد من اقتصادات دول العالم عامة والدول العربية خاصة، كونها عبارة عن نشاط إنتاجي قائم بحد ذاته له مدخلاته ومخرجاته، كما يتميز مردودها المادي دون غيره من مردودات المرافق الإنتاجية الأخرى بأنه مردود متشعب ومتفرع وتستفيد منه مختلف النشاطات سواء كانت اقتصادية أم اجتماعية أم ثقافية أم سياسية.

ولعل من أفضل التجارب الناجحة في هذا المجال دولة الإمارات التي تأتي في المقدمة من حيث الإنجازات السياحية، إذ حققت حضوراً فاعلاً ومؤثراً على خريطة السياحة العالمية بل تفوقت على الكثير من الدول التي سبقتها بعشرات السنين في ولوج عالم السياحة، وأصبحت تتمتع ببنية سياحية متطورة تستقطب أعداداً ضخمة جداً من السياح.

أيضاً تُعد كل من دولتي مصر وتونس صاحبتَي تميز في هذا القطاع، على الرغم من ابتعادهما من حيث الترتيب وعدد النقاط في مؤشرات التنافسية السياحية لسنوات معينة إلا إنهما من أكثر الدول اعتماداً على السياحة وتوجد فيهما العديد من الأماكن الأثرية والطبيعية التي تُعد مناطق جذب للسياح.

والعراق على غرار بقية الدول العربية وكغيره من الاقتصادات النفطية أحادية الجانب الذي حقق أرباحاً كبيرة جداً خاصةً بعد العام 2003 بفعل الانتعاش الذي عرفته السوق النفطية، إلا أن هذه العوائد لم توظف بالشكل الجيد الذي يسمح لها بتحريك عجلة التنمية الاقتصادية الشاملة، بسبب غياب الإرادة الحقيقية والإستراتيجية الواضحة لإستغلال هذه العوائد وإذا أخذنا بالاعتبار أن هذه الإيرادات تعتمد على متغير خارجي هو سعر النفط الخام، فضلاً عن نزوب الثروة النفطية في الأجل المتوسط أو البعيد، ومن ثم فإن عملية البحث عن البدائل المناسبة أمراً بات ضرورياً، وقطاع السياحة يعد أحد البدائل المهمة بالنظر إلى العوائد المالية الكبيرة التي يوفرها في الأمدين المتوسط والبعيد، وفي الوقت الذي يحتل فيه هذا القطاع مكانة مهمة جداً في بعض الدول نجده في العراق على الرغم من تمتعه بمقومات تجعله من الدول السياحية الرائدة سواء كانت هذه المقومات طبيعية أم تاريخية أم دينية لكن بقيت مكانته في السوق الدولي للسياحة ضعيفة جداً أو تكاد تكون معدومة، الأمر الذي انعكس على قدرته التنافسية التي لم يتم قياسها دولياً في التقارير العالمية للتنافسية السياحية، لذا فقد ارتأى الباحث محاولة قياس القدرة التنافسية للقطاع السياحي العراقي لمعرفة واقع هذه القدرة ومكامن القوة والضعف فيها.

أهمية البحث

تتجلى أهمية البحث في تسليط الضوء على قياس وتحليل القدرة التنافسية للقطاع السياحي العراقي، ومعرفة مكانم الضعف التي يعاني منها، ووضع السياسات التي قد تسمح بتطوير القدرة التنافسية له من خلال الاستفادة من تجارب الدول العربية محل الدراسة.

مشكلة البحث

لم تعد التنافسية السياحية مرتبطة بامتلاك الموارد الطبيعية والثقافية أو التاريخية، بقدر ارتباطها بالسياسات الفاعلة من قبل الحكومات، لذا تكمن مشكلة البحث من خلال الإجابة عن السؤال الآتي: ما هو الوضع التنافسي لقطاع السياحة في العراق ومقارنته بالقدرة التنافسية لقطاعات السياحة في دول العينة (الإمارات، مصر، تونس)؟

فرضية البحث

إن تدني مستوى محددات القدرة التنافسية للقطاع السياحي في العراق قد أدى إلى ضعف في مؤشرات التنافسية مع دول العينة.

أهداف البحث

1. دراسة تجربة كل من دول (الإمارات، مصر، تونس) في تطوير القدرة التنافسية للقطاع السياحي، من خلال دراسة المؤشرات الرئيسة المعتمدة في تقارير التنافسية السياحية للمنتدى الاقتصادي العالمي.
2. بناء نموذج احصائي لمؤشرات تنافسية القطاع السياحي لدول العينة بدلالة عدد السياح من خلال نماذج Panel Data.
3. قياس وتحليل القدرة التنافسية للقطاع السياحي العراقي باستخدام نمطية المنتدى الاقتصادي العالمي للسياحة والسفر، وبيان موقعه في المؤشرات قيد الدراسة من الدول العربية المختارة ، من خلال تحديد نقاط القوة والضعف في هذا القطاع ، فضلاً عن وضع السياسات التي تؤدي إلى تطوير ورفع قدرته التنافسية.

الحدود الزمانية والمكانية

يغطي البحث المدة الزمنية (2007-2019)، إذ يُعد العام 2007 بداية صدور أول تقرير للمنتدى الاقتصادي العالمي للتنافسية السياحية، ولأغراض قياس القدرة التنافسية للقطاع السياحي العراقي ارتأى الباحث اعتماد المدة (2015-2019) نظراً لاختلاف منهجية حساب هذا المؤشر خلال مدة الدراسة.

منهجية البحث

تم البحث بالاعتماد على المنهج الاستقرائي وباستخدام الأسلوب الوصفي والتحليلي والكمي، إذ يتعلق الأسلوب الوصفي بالإطار النظري من خلال تغطية كل ما يتعلق بمفهوم التنافسية والتنافسية السياحية وأنواعها، ومؤشرات قياسها، أما الأسلوب التحليلي فيتعلق بالجانب التطبيقي للدراسة من خلال تحليل واقع التنافسية السياحية في دول العينة، ثم تحليل وقياس القدرة التنافسية للقطاع السياحي في العراق، فضلاً عن استعمال الأسلوب الكمي القياسي بالاعتماد على نماذج السلاسل الزمنية (Panel Data)، بغية إغناء الدراسة والوصول إلى مؤشرات يمكن اعتمادها كدليل سياحي إحصائي مؤثر بدلالة عدد السياح.

هيكل البحث

لغرض الإحاطة التفصيلية بكل جوانب البحث فقد قسم إلى ثلاثة فصول أعقبتها الاستنتاجات والتوصيات، تناول الفصل الأول الإطار المفاهيمي للقدرة التنافسية السياحية، مؤشرات قياسها واتجاهاتها الاقتصادية، إذ تناول المبحث الأول القدرة التنافسية... (المفهوم والنظريات)، أما المبحث الثاني فقد تناول مفهوم ومؤشرات قياس القدرة التنافسية السياحية، فيما تناول المبحث الثالث السياحة الدولية (الاتجاهات، والأهمية الاقتصادية).

وتتطرق الفصل الثاني إلى تحليل وقياس مؤشرات تنافسية القطاع السياحي في دول (الإمارات، مصر، تونس)، إذ اختص المبحث الأول منها بتحليل مؤشرات تنافسية القطاع السياحي في دولة الإمارات، أما المبحث الثاني فقد تناول تحليل مؤشرات تنافسية القطاع السياحي في مصر، واختص المبحث الثالث بتحليل مؤشرات تنافسية القطاع السياحي في تونس، أما المبحث الرابع فتناول قياس مؤشرات تنافسية القطاع السياحي في دول العينة باستخدام نماذج Panel Data،

أما بالنسبة للفصل الثالث فقد ركز على تحليل واقع القطاع السياحي في العراق وقياس قدرته التنافسية، تطرق الأول منها إلى تحليل واقع القطاع السياحي في العراق وأهميته الاقتصادية، فيما اهتم المبحث الثاني بقياس القدرة التنافسية للقطاع السياحي في العراق، وجاء المبحث الثالث بعنوان السياسات المقترحة لتطوير القدرة التنافسية للقطاع السياحي في العراق في ضوء تجارب دول العينة.

وقد اختتم البحث بعدد من الاستنتاجات والتوصيات.

الدراسات السابقة:-

1. **دراسة (حداد، 2009):** نمو النشاط السياحي كمؤشر لقياس التنافسية دراسة حالة المؤسسات الفندقيتين الاوراسي والجزائر، إذ تلخص جوهر الدراسة في انه مع وجود الزخم الكبير الذي يتميز به الاقتصاد العالمي والبيئة المكسوة بالهيمنة الغربية في مختلف الأسواق وفي مختلف الميادين، اصبح لزاماً على الدول التي يصعب عليها الاستمرار ومواجهة تحديات المنافسة، أن تبحث عن بدائل تستطيع من خلالها الحصول على حصص من تلك الأسواق، وتعد دولة الجزائر من بين تلك الدول التي تمتلك خزاناً سياحياً مهماً يستدعي تثمينه والاستفادة منه في توفير أحد الشروط التي تستطيع بواسطتها تعزيز قدرتها التنافسية والاندماج في الاقتصاد العالمي، إلا أن نصيبها من السياحة مازال ضئيلاً مقارنة مع الدول المجاورة.

2. **دراسة (كاظم، 2011):** دور صناعة السياحة في تطوير اقتصادات بعض الدول النامية المختارة مع اشارة خاصة للعراق للمدة (1990-2009). إذ تناولت الدراسة دور صناعة السياحة في تطوير اقتصادات بعض الدول المختارة مع اشارة خاصة للعراق، وقد ركزت الدراسة على اهمية السياحة كنشاط اقتصادي لا يمكن إهمالها ضمن العناصر الاقتصادية لأي دولة في أي شكل ونظام اقتصادي، إذ أدركت العديد من الدول بما في ذلك الدول النامية أن صناعة السياحة طريق معترف به للتنمية الاقتصادية والاجتماعية، خاصة بالنسبة للبلدان التي تعتمد على عائد اقتصادي واحد قد يقلل هذا الطريق أو يتوقف عند أي وقت يؤدي إلى ضرر مادي لاقتصادها الوطني ويؤثر فيه في البحث عن عائد اخر مستمر ينافس ويكمل الإيرادات المتناقصة، لذلك تعد السياحة عائداً مستمراً إذا تم استخدامها بطريقة جيدة. أما بالنسبة لقطاع السياحة في العراق، فقد توصلت الدراسة

إلى أنه ما يزال حديث العهد ، ويحتوي على العديد من العناصر التي يمكن استثمارها، ويحتاج إلى استراتيجيات واسعة للسياحة في الأنظمة الأساسية وخدمات متكاملة متنوعة.

3. دراسة(الجوراني، عدنان،2013):القدرة التنافسية للدول العربية مع اشارة خاصة للعراق. إذ تناولت الدراسة تحليل القدرة التنافسية للإقتصادات العربية مع التركيز على قياس القدرة التنافسية للاقتصاد العراقي وذلك من خلال تسليط الضوء على وضع القدرة التنافسية الدولية للاقتصاد العراقي على وفق المنهجية التي اتبعها المعهد العربي للتخطيط في تقارير التنافسية العربية ومعرفة مكانم الضعف التي يعاني منها الاقتصاد العراقي، والسياسات والاستراتيجيات التي قد تسمح له بتطوير القدرة التنافسية. وفي الأخير توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج التي من بينها أن عدم الاستقرار الذي عانى منه العراق في المدة(1980-2007) نتيجة للحروب والحصار الاقتصادي قبل عام 2003، فضلاً عن عدم الاستقرار السياسي والأمني بعد عام 2003، إلى احتلال الاقتصاد العراقي المرتبة الأخيرة بين دول العينة في مؤشر التنافسية الجارية و التنافسية الكامنة نتيجة لضعف ادائه في اغلب المؤشرات الفرعية.

4. دراسة(يوراي وعيساني،2015): تقييم تنافسية قطاع السفر والسياحة في بلدان المغرب العربي دراسةمقارنة بين الجزائر قنونس والمغرب. إذ ركزت الدراسة على الاهمية الكبيرة للمؤشرات الدولية السياحية من أجل تحسين تنافسية القطاع السياحي كونها تعد اداة في أيدي متخذي القرار من أجل تحسينه، وفي الأخير توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من بينها أن هناك تفاوتاً في ترتيب دول المغرب في تنافسية السياحة والسفر، ففي الوقت الذي تمكنت كل من تونس والمغرب من تحسين تنافسيتهما في هذه المؤشرات، بقيت الجزائر متأخرة في الترتيب.

5. دراسة(الاغا،2016): تطور الخدمات السياحية والسفر للاداء الاقتصادي لعينة من الدول النامية، هدفت الدراسة إلى التعرف على مفهوم السياحة وانواعها فضلاً عن أثرها في المتغيرات الاقتصادية، وتحليل الأثر الإجمالي الذي ستركه ارتفاع القدرة التنافسية في هذا القطاع على إجمالي الناتج المحلي لدول العينة، في جانبها العملي توصلت الدراسة إلى وجود أثر واضح لمؤشر التنافسية السياحية في اجمالي الناتج المحلي لدول العينة.

6. دراسة(محسن،العراقي،جمال الدين،احمد، 2017): الوضع التنافسي السياحي الدولي لمصر: دراسة تحليلية للبنية الأساسية في مصر ،بهدف الوقوف على تقييم الوضع التنافسي

السياحي في مصر ومستوى قطاع البنية التحتية وتأثيره في تنافسية القطاع السياحي، وتوصلت الدراسة إلى تراجع ترتيبها منذ عام 2010 حتى عام 2016 نتيجة الاحداث السياسية التي تمر بها مصر والتي أثرت بشكل ملحوظ في أداء قطاعها السياحي وتنافسيته.

7. **دراسة(خلوفي وكمال،2019):** تناولت الدراسة القدرة التنافسية لقطاع السياحة والأسفار في الجزائر، بهدف الوقوف على أداء قطاعها السياحي، وتوصلت الدراسة إلى أن القدرة التنافسية لأي دولة تتجسد في أربعة مؤشرات رئيسة تتمثل بـ: البيئة التمكينية ، السياسات التمكينية، البنية التحتية، الموارد الطبيعية والثقافية.

والجزائر من الدول التي تتمتع بمقومات سياحية متنوعة، لكن ضعف البنية التحتية المرتبطة بالنشاط السياحي كان عائقاً أمام الدولة لتحقيق الاهداف المرجوة لهذا القطاع، وأوصت الدراسة إلى السعي وراء تحقيق التكامل بين القدرات التنافسية السياحية ولاسيما فيما يتعلق بالأمن والسلامة والصحة، والبنية التحتية وصولاً إلى الموارد الطبيعية والثقافية.

وبعد البحث والاستقصاء وجدنا أن أغلب الدراسات السابقة قد أخذت دراسة القطاع السياحي بشكل عام وبجوانب معينة من حيث الواقع والأهمية الاقتصادية، فيما تركزت دراستنا الحالية على تحليل وقياس القدرة التنافسية للقطاع السياحي في دول العينة من خلال منهجية المنتدى الاقتصادي العالمي للسياحة والسفر، فضلاً عن ادخالها الجانب الكمي القياسي من خلال نماذج السلاسل الزمنية(Panel Data) التي تمكن من خلالها الباحث قياس جودة وتنافسية القطاع السياحي لدول العينة المختارة المتمثلة بـ(الإمارات، مصر،تونس) بهدف الحصول على مؤشرات يمكن الاستدلال بها كمؤشرات سياحية مؤثرة في عدد السياح،يعتمد عليها من يأتي بعده لتوضيح مدى التطور الذي سيعيب القدرة التنافسية للقطاع السياحي في السنوات القادمة ومن ثم تقييم هذا التطور ومدى فاعليته.

الفصل الأول

الإطار المفاهيمي للقدرة التنافسية السياحية، مؤشرات قياسها واتجاهاتها الاقتصادية

تمهيد

يركز هذا الفصل على توضيح مفهوم القدرة التنافسية (Competitiveness)، لما له من أبعاد حقيقية في العلاقات الاقتصادية الدولية حصراً ولما يخلقه من منافع اقتصادية تصب في تعزيز الاقتصاد الوطني للبلد الذي يتمتع بقدرة تنافسية عالية، إذ حظي هذا المفهوم باهتمام كبير من معظم البلدان، واشتمل على إستراتيجيات ومؤشرات جعلته في موقع الأهمية الدولية، على صعيد التنظير الاقتصادي والاجتماعي والسياسي، فقد اهتم الفكر الاقتصادي الحديث بهذا المفهوم ومحدداته كونه مرتبط بنظرية التجارة الحديثة، إذ إن بروز النظام الاقتصادي الجديد يحث على اعتماد هذا المفهوم وتكريسه على المستوى العالمي.

ومن ثم إن بيئة الأعمال الحديثة تفرض على صناع القرار البحث من أجل الاستغلال الأمثل للإمكانات الموجودة وهذا تحت تأثير التنافسية على كل المستويات، من أجل ذلك كان لابد من دراسة كل الجوانب المحيطة والمؤثرة في القدرة التنافسية سواء كانت على المستوى الوطني أم على المستوى القطاعي والتي من أهمها القطاع السياحي نتيجة العلاقة التشابكية بينهما بمعنى أن البيئة الجيدة في الاقتصاد هي إنعكاس للعمل الشامل لقطاعات الاقتصاد كافة.

لذا فقد جاء هذا الفصل لتوضيح المفاهيم الأساسية للقدرة التنافسية سواء على المستوى العام أم على مستوى القطاع السياحي وأهميته، إذ تم توضيح ذلك في ثلاثة مباحث هي:

1-1: القدرة التنافسية (المفاهيم ، والنظريات).

2-1: مفهوم ومؤشرات قياس القدرة التنافسية السياحية.

3-1: السياحة الدولية (الاتجاهات، والأهمية الاقتصادية).

(1-1) القدرة التنافسية (المفاهيم، والنظريات)

1-1-1: التنافسية في الأدبيات الاقتصادية

من الصعب تتبع الأصول التاريخية لظهور مفهوم إقتصادي معين خاصةً إذا كان يتمتع بالحدثة و لا يخضع لنظرية عامة متفق عليها لتفسيره مثل مفهوم التنافسية (Competitiveness)، ولكن من خلال قراءة الأدبيات التي تناولت هذا المفهوم يتبين إن ظهور هذا المفهوم ارتبط بعدة عوامل منها (النوير، بدون تاريخ: 4):

أ- ظهر الاهتمام بهذا المفهوم وبدرجة كبيرة في بداية التسعينات من القرن العشرين خاصةً بعد ظهور سمات وتداعيات عديدة لما أطلق عليه بالنظام الاقتصادي العالمي الجديد والتي كانت من أبرزها ما سمي بظاهرة (العولمة) والتأكيد على التوجه نحو الاعتماد على اقتصادات وقوى السوق.

ب- الضغوطات التي مارستها المنظمات الدولية على معظم دول العالم من أجل فتح حدودها أمام التجارة الدولية، الأمر الذي أسهم وبالشكل الكبير بتخفيف الحواجز بين دول العالم، إذ أصبحت التجارة الدولية تحتل مكانة كبيرة في الاقتصاد العالمي.

النظريات السابقة التي تضمنت مفهوم التنافسية سواء بطريقة صريحة أم ضمنية ومن بين الذين صنعوا مساهمات حاسمة نذكر الآتي (Moon, H.C. 2000: 4-7)، (الجوراني، 2013: 11-12):

1- آدم سميث وهو من الاقتصاديين الكلاسيك الذين ينطلقون من الفرضية الآتية أن التجارة الخارجية هي لعبة المجموع الإيجابي التي يستطيع من خلالها كل الشركاء أن يحققوا الفائدة وكانت هذه الفرضية هي أحد الانتقادات التي وجهها آدم سميث للنظرية التجارية في كتابه ثروة الأمم التي عرفت التجارة الخارجية على أنها لعبة المجموع الصفري (هذا يعني ان الفائض التجاري لدولة ما يقابله عجز تجاري يساوي قدره في دولة أخرى). جاء سميث بمبدأ التخصص وتقسيم العمل الدولي من خلال نظرية الميزة المطلقة التي كان مضمونها أن المزايا التي تنتج عن تقسيم العمل داخل الدولة نفسها تتحقق نتيجة لتقسيم العمل في المجال الدولي، وعلى الدولة أن تخصص في إنتاج السلع التي تكون لديها ميزة مطلقة في إنتاجها، وفي المجتمع الذي افترضه سميث كانت المنافسة مهمة جداً وتؤكد أن كل شخص وكل بلد سوف يفعل ما يناسبه تماماً ومن ثم تتحقق المصلحة العامة.

2- بعدها جاء ريكاردو بنظرية الميزة النسبية عام 1817، والتي مفادها انه إذا كانت لدى دولة معينة ميزة في إنتاج سلعتين معاً فإنها سوف تخصص في إنتاج السلعة التي لديها ميزة نسبية أكبر مقارنة بالسلعة الأخرى. إن أهم ما ميز هذه النظرية هو الاستفادة من التجارة الدولية حتى لو لم يكن لدى البلد ميزة مطلقة في إنتاج أية سلعة، إلى جانب أن النظرية مفيدة جداً في شرح أسباب حدوث التجارة الدولية وكيف تزيد تلك التجارة من ثروة الشركاء التجاريين.

3-الاقتصاديون النيوكلاسيك:حيث أتى كل من هكشر وأولين في عام1933 بالتفسير المنتظر مرجعين اختلاف التكاليف النسبية لاختلاف توافر كل بلد على العوامل الإنتاجية، إذ في إقتصاد مفتوح فإن من صالح كل بلد يتمتع بميزة نسبية في إنتاج وتصدير السلع التي يتطلب صنعها العوامل الإنتاجية المتوافرة نسبياً بكثرة، تكمن أهمية هذه النظرية في كونها تبين ان التبادل الحر للسلع يمكن أن يُعد كبديل للتبادل الحر للعوامل الإنتاجية.

لقد أدت هذه النظرية إلى إهتمام العديد من اقتصاديي تلك الفترة ،وأهم إسهام هو ذلك المتعلق بإختبار ليونيتيف(Leonitief)1954 الذي أراد أن يؤكد نتائج هكشر وأولين من خلال دراسته الاحصائية التي غطت صادرات وواردات أمريكا والتي ظهر فيها أن الصادرات الأمريكية هي أكثر كثافة للعمل منها لرأس المال.

ثم جاءت النظريات الحديثة التي توضح أسباب التجارة بشروحات مختلفة عن النظريات التقليدية،ومن أهم هذه النظريات هي نظرية دورة حياة المنتج،التي قدمت من قبل الاقتصادي فيرنون(Vernon) في العام 1966 من خلال تحليل أثر عاملي البحث والتطوير في الشركات الأمريكية في التجارة والاستثمار الدوليين، إذ بينت أن كل منتج يمر بثلاث مراحل هي مرحلة إبتكار المنتج، و مرحلة تطور المنتج، و مرحلة تقادم المنتج، والتي اظهرت ان إختلاف درجة التطور التكنولوجي يمكن أن يفسر توزيع المزايا النسبية وحقيقة المبادلات المتشابهة للمنتجات ذات الأعمار التقنية المختلفة، وأن التجارة الدولية تُعد كعامل لنقل الاختراعات(الشعباني، 2012: 201-202).

بعدها جاءت نظرية نموذج الفجوة التكنولوجية التي قدمت من قبل الاقتصادي(Pozner) في تفسيره على إمكانية حياة إحدى الدول على طرائق فنية متقدمة للإنتاج تمكنها من إنتاج سلع جديدة أو طرائق إنتاج مستحدثة، الأمر الذي يعطي للمنتج ومن ثم للدولة صاحبة الإبتكار ميزة نسبية مستقلة عن غيرها من الدول وتزول هذه الميزة بانتشار التكنولوجيا الجديدة وقيام دول أخرى بإنتاج سلع مقلدة (الجوراني، 2013: 15).

ثم جاء مايكل بورتر بفرضية الميزة النسبية إذ يشرح فيها رأيه كيف يمكن لكل مؤسسة أن تخلق لها ميزة تنافسية تتميز بها عن غيرها من الشركات المنافسة لها في السوق الدولية،وذلك من خلال التخطيط الاستراتيجي المبرمج (Porter,1990:2).

بعد تتبع التنافسية في الأدبيات الاقتصادية، سيتضح مفهوم القدرة التنافسية من حيث التعريف، والمستويات،على وفق الفقرات الآتية:

1: تعريف القدرة التنافسية

أصبحت قضية تكوين قدرات تنافسية للاقتصاد القومي من أهم القضايا التي تُدرس في إطار فروع علم الاقتصاد، نتيجة ارتفاع درجة التشابك بين الاقتصادات في إطار ما يسمى بالعولمة والتي تمثل الانفتاح على الأسواق الخارجية وتحرير التجارة الخارجية احد مظاهرها الرئيسة، وقد اتسم الاقتصاد العالمي الجديد بعدة تغيرات سواء على المستوى الاقتصادي أم الاجتماعي والسياسي (Porter, 1990:5). ومن أهم العوامل التي ساعدت على وجود هذه التغيرات التطور التكنولوجي الهائل وتطور وسائل الاعلام ووسائل الاتصالات والمواصلات، وفي ظل هذه التغيرات ينبغي على الدول النامية أن تحقق نجاحات تنافسية في الأسواق الدولية، الأمر الذي يفرض تحديات كبيرة، تتمثل بشكل أساسي في تغيير المزايا النسبية التقليدية واكتساب مزايا تنافسية (الخواجة، 2000:291).

وحتى يمكن تحقيق هذا الهدف لابد من التعرف أولاً على مفهوم القدرة التنافسية، جدير بالذكر أنه لا يوجد اتفاق عام واضح ومحدد لتعريف التنافسية الدولية، فمنهم من يربط مفهوم التنافسية بالتكاليف المنخفضة، وبعضها الآخر يربطه بالتكنولوجيا، ودراسات أخرى تناولت فكرة التنافسية من منطلق انها تمثل ارتفاع معدل نمو الاقتصاد وتحسن مستويات المعيشة، ولهذا سوف يتم التطرق إلى أهم هذه التعريفات وكالاتي:

أ- المعهد العربي للتخطيط Arab Planning Institute: عرف القدرة التنافسية على أنها الأداء الجاري والكامن للأنشطة الاقتصادية المرتبطة بالتنافس مع الدول الأخرى، وقد وضع هذا التعريف مجالاً يتناول الأنشطة التصديرية ومنافسة الواردات والاستثمار الأجنبي (تقرير التنافسية العربية، 2003:3).

ب- المعهد الدولي للإدارة والتنمية (IMD) International Institute for Management and Development: ويتمثل هذا التعريف في قدرة الدولة على خلق قيمة مضافة تتمكن خلالها من زيادة ثروتها القومية عن طريق إدارة الأصول وعمليات التشغيل بشكل فعال ومؤثر عالمياً ومحلياً (IMD, 2002:35)، ويربط هذا التعريف القدرة التنافسية للدولة بطاقتها الإنتاجية لكي تتمكن من الاستجابة للأسواق العالمية وذلك عن طريق إدارة أصولها وعمليات التشغيل التي يقصد بها ما تملكه الدولة من موارد طبيعية وعمالة مدربة أو خلق موارد إنتاج جديدة إذا ما كانت الدولة تفقر إلى هذه الأصول، كما يمكن للدولة أن تحقق تنافسياتها من خلال انتهاج سياسات تستهدف اختراق الأسواق الخارجية وتشجيع الصادرات، أو السعي نحو جذب الاستثمار الأجنبي المباشر، وكذلك بواسطة الاعتماد على تحقيق التنافسية في السوق المحلي بما يصاحبها من ارتفاع معدلات الحماية والتركيز على الأنشطة التقليدية، أو الاتجاه إلى الأسواق العالمية (الجرف، 2002:16).

ت- تعريف المنتدى الاقتصادي العالمي World Economic Forum: عرف المنتدى الاقتصادي العالمي القدرة التنافسية على أنها قدرة الدولة على بيع السلع والخدمات بربحية في الأسواق الدولية، بحيث تتمكن من تحقيق فائض في الميزان التجاري يمكنها من الوفاء بالتزاماتها الدولية، وهناك تعريف آخر للمنتدى وهو القدرة المستمرة على تحقيق معدلات نمو مرتفعة ومستدامة في دخل الفرد الحقيقي مقاساً بنصيب الفرد من الناتج المحلي الإجمالي الحقيقي (World Economic Forum, 1997:14). وفي عام (2000) اخذ المنتدى بمفهوم آخر للتنافسية وهو سيادة نمط المؤسسات والسياسات الاقتصادية التي تدعم ارتفاع معدلات النمو الاقتصادي في المدى المتوسط وقد جاء هذا التعريف ليجمع بين التعريفين السابقين وذلك من خلال دمج خصائص الاقتصاد الكلي والاقتصاد الجزئي الذي يمثل الإطار الذي تعمل من خلاله القطاعات الاقتصادية.

ان تعريفات المنتدى الاقتصادي العالمي للتنافسية الدولية تركز على التفوق الإنتاجي وعلى قدرة الاقتصاد على تحويل الناتج إلى أنشطة عالية الإنتاجية، التي ينتج عنها ارتفاع الأجور الحقيقية. ث- تعريف اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا - الاسكوا: إذ عرفت التنافسية بأنها قدرة الدولة على إنتاج سلع وخدمات تحت شروط حرية الأسواق ومواجهة تنوع الاذواق في الأسواق المحلية أو الدولية، بحيث يتولد في الوقت نفسه توسع حقيقي في دخول الأفراد (OECD, 1992:237).

ومن ثم يتضح من التعريفات المذكورة أنفا ان فكرة التنافسية فكرة عامة متعددة الأبعاد من الصعب تعريفها على وفق أحدهما وتجاهل الأخرى.

مما سبق يرى الباحث:

- ° ان التنافسية الدولية تركز في البداية على التنافسية المحلية، فقدرة الصناعات المحلية على إنتاج سلع وخدمات تجد قبولا في الأسواق المحلية يُعد شرطاً ضرورياً، وان كان غير كافٍ لنجاح تلك الصناعات في الأسواق الدولية.
- ° فضلاً عن ذلك تتطلب القدرة على المنافسة في الأسواق الدولية إلى ضرورة الارتقاء بمستوى الإنتاجية المحلية، فضلاً عن وجود رؤوس أموال ضخمة محلياً.
- ° تُعد التنافسية الدولية عملية ديناميكية دائمة التطور، لذا يلزم وجود قدر معين من الاستثمار طويل الأجل، كذلك ضرورة تطبيق فنون تكنولوجية بكفاءة.

2: مستويات القدرة التنافسية

هناك ثلاثة مستويات للقدرة التنافسية وهي:

أ- القدرة التنافسية على مستوى المنشأة: إذ معظم الدراسات تتفق على أن مستوى المنشأة هو أفضل مستوى لتحديد مفهوم القدرة التنافسية، فالشركات وليست الدول هي من تتنافس في الأسواق

الدولية، ومن ثم جاء مفهوم القدرة التنافسية على مستوى المنشأة ليعكس أربعة معايير أساسية هي (الجرف، 2002: 8):

- الربحية: هي قدرة الشركة على تحقيق ربح مطرد قابل للاستمرار.
 - المساهمة في التجارة الدولية: أي قدرة الشركة على زيادة حصتها في السوق الدولية.
 - التميز: هو نجاح الشركة في إضافة شيء يختلف عن منافسيها من خلال منتج مميز أو كلفة منخفضة نسبياً، أو كليهما.
 - المساهمة في النمو المطرد: أي مساهمة الشركة في زيادة نصيب الفرد من الدخل الحقيقي، والمحافظة على هذه الزيادة. ومما لاشك فيه ان الشركة ذات الطبيعة التنافسية هي التي تحقق المعايير المذكورة أنفاً مع الحفاظ على استمراريتها في بيئة تنافسية دولية.
- ويمكن تعريف القدرة التنافسية على مستوى المنشأة بأنها (القدرة على إنتاج سلع وخدمات ذات نوعية جيدة وسعر مناسب وفي الوقت ذاته تلبي حاجات المستهلكين أكثر كفاءة من المشروعات أو المنشآت الأخرى)، ومن ثم أن تنمية القدرة التنافسية للمنشأة تتطلب اتخاذ جملة من الإجراءات الإدارية والتنظيمية والتكنولوجية والمالية التي تعمل على رفع الكفاءة الإنتاجية وتحسين فرص تخصيص الموارد وبالشكل الذي يرتقي بتصميم منتجاتها وخفض كلفتها وتحسين جودتها بحيث تصبح لديها القدرة على المنافسة في السوق المحلية من جهة والقدرة على النفاذ إلى الأسواق الدولية من جهة أخرى سواء كانت هذه المنشآت تنتمي للقطاع العام أم القطاع الخاص (العيسوي، 2000: 99).

ب- القدرة التنافسية على مستوى القطاع: لا يختلف كثيراً مفهوم القدرة التنافسية عن مستوى القطاع إلى حد كبير مع مفهومها على مستوى المنشأة، لأن القطاع الذي يتمتع بالقدرة التنافسية يتضمن شركات قادرة على المنافسة في الأسواق المحلية والدولية، كما وان نجاح مجموعة من المنشآت المكتملة بعضها لبعض في تحقيق ميزة تنافسية دليل على وجود عوامل قوة في القطاع ككل، وعند الحديث عن تنافسية قطاع معين فإننا نعني قدرة شركات قطاع سواء كان صناعياً، أم زراعياً أم سياحياً معين في دولة ما على تحقيق نجاح مستمر في الأسواق الدولية دون الاعتماد على الدعم والحماية الحكومية ومن ثم تتميز تلك الدولة في هذه القطاع (بركات، 2000: 3).

ت- القدرة التنافسية على مستوى الدولة: كما تمت الإشارة سابقاً لقد بدأ الاهتمام بالقدرة التنافسية على مستوى الدولة مع ظهور العجز الكبير في الميزان التجاري للولايات المتحدة الأمريكية، خلال المدة 1981- 1987 (خاصة مع اليابان) وزيادة المديونية الخارجية لها وارتفاع حدة المنافسة الأجنبية في الأسواق الأمريكية، وأعيد الاهتمام بتنافسية الدولة في بداية التسعينات كإفراز طبيعي لما شهدته

الاقتصاد العالمي من تغيرات جديدة كظاهرة العولمة، وتحرير التجارة والاستثمارات الدولية والتقدم السريع في أساليب التكنولوجيا والتي كان من شأنها تكوين بيئة محتدمة التنافس (بركات، 2000: 5).

لقد تناولت الدراسات مفهوم تنافسية الدولة من خلال اتجاهين هما (عبدالمحسن، 2001: 384): أ. الاتجاه الضيق: الذي يركز على تعريف التنافسية بالأستناد إلى متغيرات اقتصادية قصيرة الأجل، فمن خلال هذا الاتجاه تعرف القدرة التنافسية للدولة بمجرد إمكانية البيع في الأسواق الدولية أو تحقيق فائض في الميزان التجاري.

ب. الاتجاه الواسع: الذي اعتمد على التغيرات الهيكلية المتوسطة وطويلة الأجل، ليقدم تعريفاً للتنافسية أكثر اتساعاً يرجع إلى متغيرات هيكلية تؤثر في الأداء الاقتصادي في الأجلين المتوسط والطويل، ويلقى الاهتمام بمستوى المعيشة وليؤكد أن القدرة التنافسية ذات طبيعة ديناميكية متغيرة. ويشير (Porter) إلى أن مفهوم القدرة التنافسية على مستوى الدولة هو زيادة الإنتاجية القومية ورفع مستوى المعيشة وإن النجاح في المنافسة الدولية يتوقف على قدرة الدولة على تحقيق ميزة تنافسية مستدامة في صناعة ما، وأنها سوف تحقق نجاحاً تنافسياً في هذه الصناعة من خلال تبني استراتيجية للمنافسة استناداً إلى متغيرات تكنولوجية ومهارة مكتسبة (Porter, 1990: 5).

ويذكر أن العلاقة ما بين التنافسية على المستويات الثلاثة سواء كانت الدولة أم القطاع أم المنشأة هي علاقة تكاملية، بحيث إن احدهما يؤدي أو يكمل الآخر، فلا يمكن الوصول إلى قطاع أو صناعة تنافسية دون وجود شركات ذات قدرة تنافسية قادرة على قيادة القطاع لاكتساب مقدرة تنافسية على الصعيد الدولي، ومن ثم الوصول إلى مستوى معيشة أفضل على صعيد الدولة، إلا أن وجود منشأة أو صناعة ذات قدرة تنافسية لا يؤدي إلى امتلاك الدولة لهذه الميزة حكماً، وفي المقابل فإن تحقيق الدولة معدلاً مرتفعاً ومستمرّاً لدخل الفرد يُعد دليلاً على أن النشاطات الاقتصادية المختلفة التي تمتلك في مجملها ميزة تؤهلها للمنافسة على الصعيد الدولي.

1-1-2: قياس القدرة التنافسية ومؤشراتها الرئيسية.

تقاس القدرة التنافسية بجملة من المؤشرات سواء كانت هذه المؤشرات جزئية تقيس جزءاً من الظاهرة أم مؤشرات مركبة تقيس الظاهرة ككل وكالاتي:

1-1-2-1: المؤشرات الجزئية للقدرة التنافسية:

أولاً- أهم مقاييس تنافسية المشروع (الشركة)

1. الربحية (Profitability): تشكل الربحية مؤشراً كافياً على التنافسية الحالية، وكذلك تشكل الحصة من السوق مؤشراً على التنافسية إذا كان المشروع يعظم أرباحه، أي لا يتنازل عن الربح لمجرد غرض رفع حصته من السوق، وإذا كانت ربحية المؤسسة التي تريد البقاء في السوق ينبغي أن تمتد إلى فترة من الزمن، فإن القيمة الحالية لأرباح المؤسسة تتعلق بالقيمة السوقية لها، وإن نسبة

القيمة السوقية للدين ورؤوس الأموال الخاصة للمشروع على تكلفة استبدال أصوله تسمى بمؤشر توبن (Tobin's q)، فإذا كانت هذه النسبة أقل من الواحد الصحيح فإن المشروع المعني يعد مشروعاً غير تنافسياً. كما تعتمد المنافع المستقبلية للمؤسسة على إنتاجيتها النسبية وتكلفة عوامل إنتاجها وكذلك على الجاذبية النسبية لمنتجاتها على امتداد فترة طويلة وعلى انفاقها الحالي على البحث والتطوير أو براءات الاختراع التي تحصل عليها فضلاً عن العديد من العناصر الأخرى، (وديع، 2003: 10).

2. **تكلفة الصنع:** المؤسسة تكون غير قادرة على المنافسة على وفق النموذج النظري للمنافسة الكاملة إذا تجاوز متوسط تكلفة التصنيع سعر السوق لمنتجاتها، وهذا يرجع إما إلى انخفاض إنتاجيتها أو إلى ارتفاع تكاليف عوامل الإنتاج، أو إلى ارتفاع كليهما. يمثل متوسط تكلفة التصنيع مقارنة بتكلفة المنافسين مؤشراً كافياً عن التنافسية في فرع نشاط ذي إنتاج متجانس ما لم يكن ضعف التكلفة على حساب الربحية المستقبلية للمشروع، ويمكن لتكلفة وحدة العمل أن تمثل بديلاً جيداً عن تكلفة الصنع المتوسطة عندما تكون تكلفة اليد العاملة تشكل النسبة الأكبر من التكلفة الإجمالية (وديع، 2003: 10).

3. **الإنتاجية الكلية للعوامل:** تقيس الإنتاجية الكلية للعوامل الفاعلية التي يحول المشروع فيها مجموعة عوامل الإنتاج إلى منتجات، ومن الممكن مقارنة الإنتاجية الكلية للعوامل أو نموها لعدة مشروعات على المستويات المحلية والدولية، ويمكن إرجاع نموها سواء إلى التغيرات التقنية وتحرك دالة التكلفة نحو الأسفل، أم إلى تحقيق وفورات الحجم، كما يتأثر هذا المؤشر بالفروقات عن الأسعار المستندة إلى التكلفة الحدية. وتقاس بالصيغة التالية (الجوراني، 2013: 40):

$$\Delta A/A = \Delta Y/Y - \alpha \Delta K/K - (1-\alpha) \Delta L/L$$

إذ أن: (A) إنتاجية العوامل الكلية، (Δ) ترمز إلى التغير، (Y) الناتج، (K) حجم رأس المال، (L) حجم العمل، (α) حصة رأس المال في الناتج، ($1-\alpha$) حصة العمل في الناتج.

ثانياً - أهم مقاييس القطاع الاقتصادي

1. **مؤشر التكاليف الإنتاجية:** يكون القطاع الاقتصادي تنافسياً إذا كانت الإنتاجية الكلية للعوامل فيه مساوية أو أعلى منها لدى المشروعات الأجنبية المنافسة، أو إذا كان مستوى تكاليف الوحدة بالمتوسط يساوي أو يقل عن تكاليف الوحدة للمنافسين الأجانب. وغالباً ما يتم لذلك إجراء المقارنات الدولية حول إنتاجية اليد العاملة أو تكلفة الوحدة لليد العاملة (CUMO)، والتي يعبر عنها بالمعادلة التالية (الجوراني، 2013، 62):

$$CUMO_{ijt} = \frac{W_{ijt} \times R_{jt}}{(Q/L)_{ijt}}$$

إذ أن: W_{ijt} : تمثل معدل أجر الساعة في فرع النشاط I والبلد J في خلال المدة t.

R_{jt} : تمثل معدل سعر الصرف للدولار الأمريكي بعملة البلد J في خلال المدة t .

$(Q/L)_{ijt}$: تمثل الإنتاج الكلي في فرع النشاط I والبلد J خلال المدة t .

ويصبح من الممكن التعبير من خلال المعادلة التالية عن تكلفة الوحدة لليد العاملة النسبية مع البلد K :

$$CUMO_{ijkt} = CUMO_{ijt} / CUMO_{ikt}$$

ويمكن أن ترتفع $CUMO$ للبلد J بالنسبة إلى مثيلاتها للبلدان الأجنبية لسبب أو أكثر مما يلي :

أ- أن يرتفع معدل الأجور والرواتب بشكل أسرع مما يجري في الخارج.

ب- أن ترتفع إنتاجية اليد العاملة بسرعة أقل من الخارج.

ت- ارتفاع قيمة العملة المحلية بالقياس لعملات البلدان الأخرى.

2. **مؤشرات التجارة والحصة من السوق العالمية**: يستعمل الميزان التجاري وكذلك الحصة من

السوق الدولية عادةً كمؤشرات عن التنافسية على مستوى فرع النشاط، ويمكن التعبير عن الحصة في السوق من خلال الصيغة التالية (Ali, 2012, 75-80) .

$$ms_{ik} = \left(\frac{x_{ik}}{x_{iw}} \right)$$

حيث أن: ms_{ik} : حصة البلد (K) من الصناعة (I). X_{ik} : صادرات البلد (K) من الصناعة (I). X_{iw} : الصادرات العالمية من الصناعة (I). وكلما ارتفعت حصة الصناعة امام الصادرات العالمية، دل ذلك على تحسن قدرة البلد التنافسية في ذلك السوق، والعكس صحيح.

3. **مؤشر الإداء الفعلي للتجارة**:

يقاس هذا المؤشر بموجب الصيغ التالية (OECD, Industry productivity, 1996, 8):

$$RCA = RXA - RMA$$

$$RXA = (XAI/XIN) / XRA/XIN$$

حيث إن:

$$RMA = (MIA/MIN) / MRA / MRN$$

وإن:

حيث إن :

XAI : صادرات البلد من السلعة A .

XIN : صادرات الدولة الإجمالية من السلع الإجمالية مخصوم منها صادرات السلع A .

XRA : صادرات العالم من السلع A مخصوما منها صادرات الدولة من السلع I .

XRN : صادرات العالم الإجمالية مخصوما منها صادرات الدولة I من السلع A .

MIA : واردات الدولة I من السلع A .

MIN : واردات الدولة I الإجمالية مخصومة منها واردات السلع A .

RMA: واردات العالم من السلع A مخصصاً منها واردات الدولة.

MRN A : واردات العالم الإجمالية مخصصاً منها واردات الدولة I من السلع A.

4. الميزة النسبية الظاهرة : Revealed Comparative Advantage (RCA)

ويسمى بمقياس Balassa Index نسبة لواضع هذا المقياس في العام 1965، ومن ثم طوره الباحث نفسه في عام 1977، وهي تقيس ميزة النشاط بعد حدوثه، والصيغة العامة لهذا المقياس كما وضعها Balassa، هي التي يمكن توضيحها على النحو الآتي (Rahmafritia, 2021: 44):

$$RCA1 = \frac{\frac{\exp yi}{\sum_{j=1}^n \exp yi}}{\frac{\sum_{j=1}^m \exp yi}{\sum_{y=1}^n \sum_{j=1}^m \exp yi}}$$

إذ إن: RCA1: الميزة النسبية الظاهرة في إنتاج السلعة (Y).

Exp yi: صادرات البلد I من السلع/الخدمات Y.

$\sum_{j=1}^n \exp yi$: مجموع الصادرات الكلية للبلد.

$\sum_{j=1}^m \exp yi$: القيمة الكلية للصادرات من السلعة (Y) لقطاع معين أو للعالم.

$\sum_{y=1}^n \sum_{j=1}^m \exp yi$: القيمة الكلية لمجموع الصادرات للقطاع أو للعالم.

يعد مؤشر RCA1 مقياساً رئيساً في تحديد نجاح أو فشل المنظمات أو القطاع أو حتى اقتصاد البلد ككل، فكلما كان ناتج المقياس قريباً من الواحد كان دالاً على التنافسية العالية، وكلما كان بعيداً دل على ضعف التنافسية، ويمكن قياس القدرة التنافسية لاقتصاد أو لقطاع أو لسلعة أم لمنظمة من خلال قياس الأداء التنافسي لأي منها ومن ثم مقارنته مع الأداء التنافسي للجهة موضوع المقارنة، وبعدها يمكننا الحكم على مدى امتلاك النشاطات السابقة للقدرة التنافسية وتصنيفها بالقوية أو الضعيفة أم المتوسطة، ويمكن قياس الأداء التنافسي للأنشطة المذكورة أنفاً من خلال حساب مقاييس الأداء التنافسي الذي يعرف بمؤشر المزايا النسبية الظاهرة RCA1 .

2-2-1-1: المؤشرات الكلية للقدرة التنافسية

هناك العديد من المؤشرات المقترحة للتنافسية الوطنية، ولكن يتم التركيز على نمو الدخل الحقيقي للفرد، فضلاً على النتائج التجارية للبلد، إذ إن نمو هذا الدخل ونمو الإنتاجية مترابطان، فنمو الدخل الحقيقي للفرد يعتمد على إنتاجية العوامل الكلية ورأس المال والموارد الطبيعية وحدود التجارة، كذلك ارتفاع إنتاجية الموارد الاقتصادية يزيد من تحسين التجارة وهذا ينعكس على زيادة دخل الفرد، وعند تحسين التجارة فإن البلد يتمكن من زيادة إيراداته بسبب زيادة صادراته، إذن تحسين الوضع

التجاري للبلد يرفع من حجم الاستهلاك الداخلي لذلك فإن التنافسية الوطنية المستندة إلى التجارة وعلى دخل الفرد مترابطتان.

أما النتائج التجارية فهناك ثلاثة مقاييس رئيسة تقاس بها وهي: فائض متزايد في الميزان التجاري، وحصة مستقرة أو متزايدة من السوق الدولية، وتطور تركيب الصادرات نحو المنتجات ذات التقنية العالية والقيمة المضافة المرتفعة (مولاي، وعبد الحميد، 2007، 345).

أما بالنسبة إلى الجهات التي تعنى بقياس التنافسية، فقد وازبطت العديد من المنظمات الإقليمية والدولية على نشر تقارير عنها، وتتنوع الأدبيات في معالجتها لمحددات القدرة التنافسية أو عواملها، وعلى أساسها يتم إعطاء مراتب لدول العالم في ضوء تلك المؤشرات، ومن تلك المنظمات المنتدى الاقتصادي العالمي (WEF)، المعهد العربي للتخطيط (API)، المعهد الدولي للتنمية الإدارية (IMD)، وصندوق النقد العربي (AMF)، هذا فضلاً عن العديد من التقارير الوطنية التي تصدرها العديد من دول العالم لقياس قدرتها التنافسية مقارنة مع دول أخرى يتم اختيارها على وفق معايير خاصة بكل دولة، وفيما يلي نذكر جهود الجهات التالية.

1. المنتدى الاقتصادي العالمي (World Economic Forum (WEF): يصدر المنتدى الاقتصادي العالمي مؤشراً للتنافسية العالمية ضمن تقرير التنافسية العالمية السنوي (Global Competitiveness Report) والذي بدأ إصداره منذ العام 1979 إذ بدأ التقرير الأول بقياس تنافسية (16) دولة أوروبية، فيما وصل عدد الدول التي يغطيها التقرير في العام (2019) نحو 141 دولة، وقد تطور هذا المؤشر خلال العقود الثلاثة الماضية بحيث أصبح أهم تقييم عالمي شامل لتنافسية الدول وذلك لتقدمه رؤية قيمة حول السياسات الاقتصادية والمؤسسات وعوامل تحفيز الإنتاج، والتي تؤدي جميعها إلى استمرار النمو الاقتصادي والازدهار طويل المدى. يستخدم المؤشر (GCI) في إعداد تقريره نوعين من البيانات هما (Sala-Martin, 2008: 3-7):

أ. البيانات الرقمية (Hard Data): التي تشكل ثلث قيمة مؤشر التنافسية الإجمالي، وهي البيانات المتعلقة بالأداء الاقتصادي والقدرة التكنولوجية، ويتم الحصول عليها من مصادر متنوعة محلية وعالمية.

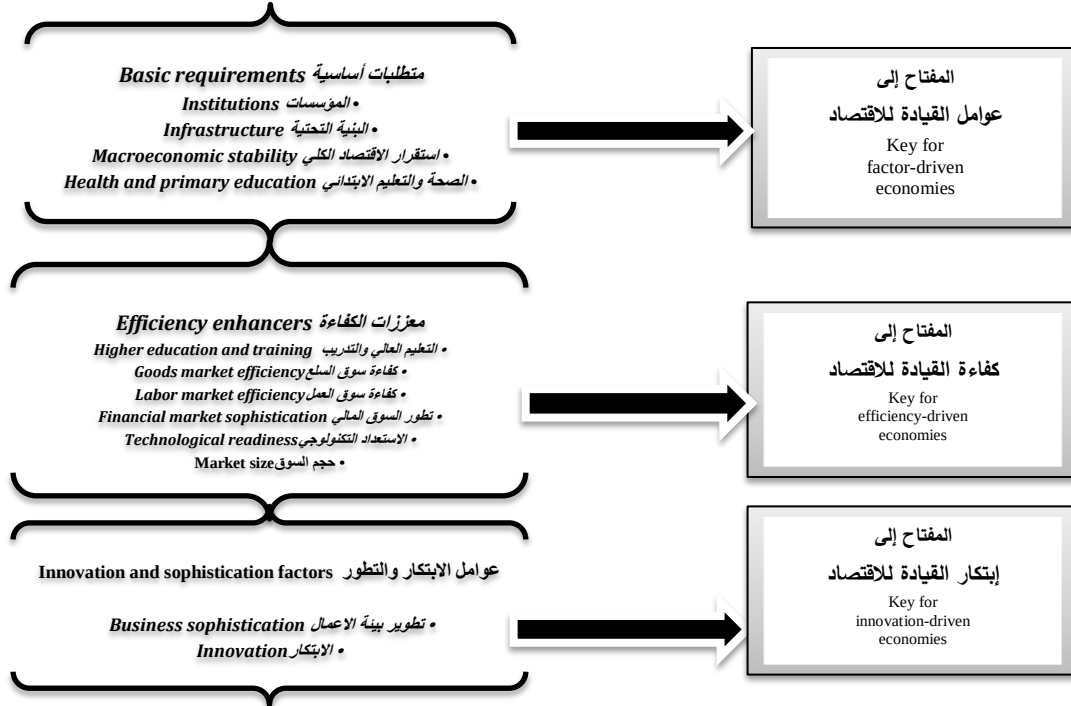
ب. بيانات رأي مسح قطاع الأعمال (Survey Data): وهي بيانات يتم الحصول عليها من خلال المسح الميداني الذي يعتمد على آراء رجال الأعمال وصناع القرار في الدول المشاركة. يحتوي تقرير التنافسية العالمية على مجموعة من المؤشرات الفرعية التي تعمل على قياس (12) ركيزة موزعة على ثلاثة مجموعات فرعية وكالاتي: المجموعة الأولى (المتطلبات الأساسية) وتضم: المؤسسات، البنية التحتية، بيئة الاقتصاد الكلي، الصحة والتعليم الابتدائي.

﴿ الفصل الأول ﴾ الإطار المفاهيمي للقدرة التنافسية السياحية، مؤشرات قياسها واتجاهاتها الاقتصادية

المجموعة الثانية (محفزات الكفاءة) وتضم: التعليم العالي والتدريب، كفاءة سوق السلع، كفاءة سوق العمل، تطور السوق المالية، الجاهزية والتكنولوجيا، حجم السوق.

المجموعة الثالثة (الابتكار) ويضم: تطور الأعمال، الابتكار.

الشكل (1) ركائز التنافسية الاثنا عشرة



Source: Sala-i-Martin, X., Blanke, J., Hanouz, M. D., Geiger, T., Mia, I., & Paua, F. (2008). The global competitiveness index: Prioritizing the economic policy agenda. The global competitiveness report, p8

يقوم المنتدى الاقتصادي العالمي بمعاملة الدول المدرجة في التقرير معاملة مختلفة على وفق مرحلة التطور الاقتصادي التي بلغها البلد، واعتمد هذا المؤشر على المحاور أو الركائز الاثنتي عشرة للتنافسية والتي من خلالها قسمت الدول المدرجة إلى ثلاث مراحل من النمو، المرحلة الأولى مرحلة الاقتصادات المعتمدة على قيادة عوامل الإنتاج (Factor –Driven)، وهي الدول التي تعتمد على الموارد الطبيعية المتوفرة، والمناخ المناسب، فضلاً عن الموقع الجغرافي المتميز. المرحلة الثانية، هي مرحلة الاقتصادات المعتمدة على قيادة الكفاءة (Efficiency-Driven)، في استخدام عوامل الإنتاج المتاحة. اما المرحلة الاخيرة فهي مرحلة الاقتصادات المعتمدة على الابتكار، هذا يعني ان الاقتصادات قد وصلت إلى مرحلة متقدمة (Advanced) من التطور الاقتصادي وتعتمد على الابداع والابتكار بوصفها محركاً أساسياً للنمو. تتدرج المؤشرات الرئيسة ضمن ثلاثة مقاطع، وتأخذ أوزاناً مختلفة حسب مرحلة النمو الاقتصادي، ذلك أنه كلما تقدم البلد في مرحلة النمو الاقتصادي كلما تمت معاملته بشروط أسمى في حساب مؤشر التنافسية الإجمالي، وكما موضح بالجدول (1).

﴿ الفصل الأول ﴾ الإطار المفاهيمي للقدرة التنافسية السياحية، مؤشرات قياسها واتجاهاتها الاقتصادية

الجدول -1- أوزان المجموعات الرئيسة الثلاثة للركائز عند كل مرحلة من مراحل التنمية.

مرحلة الاقتصادات المعتمدة على:			مجموعة الركائز
عوامل الإنتاج %	الكفاءة %	الابتكار والابداع %	
60	40	20	المتطلبات الأساسية
35	50	50	تطوير الكفاءة
5	10	30	عوامل الابتكار والتطور
%100	%100	%100	المجموع

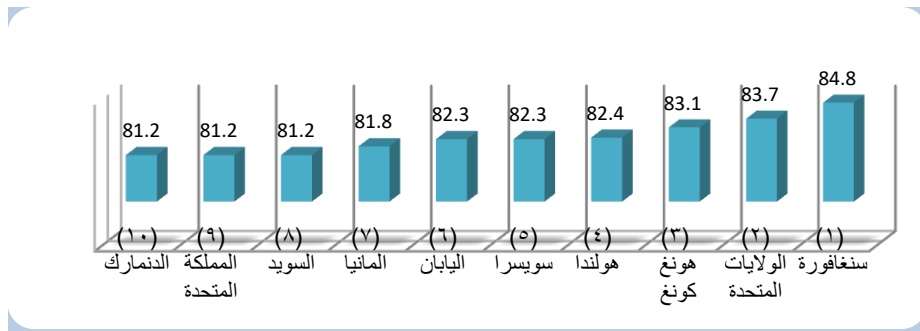
Source: Sala-I-Martin, X., Blanke, J., Hanouz, M. D., Geiger, T., Mia, I., & Paua, F. (2008). The Global Competitiveness Index: Prioritizing The Economic Policy Agenda. The Global Competitiveness Report, P 8

نلاحظ أنه في المرحلة الأولى من مراحل التنمية فإن الوزن الأكبر (60%) يعطى للمتطلبات الأساسية، في حين ينخفض هذا الوزن في المرحلة الثانية إلى (40%) في الوقت الذي ترتفع فيه مساهمة تطوير الكفاءة من (35%) في المرحلة الأولى إلى (50%) في المرحلة الثانية، ويكون الارتفاع الأكبر في المرحلة الثالثة من نصيب عوامل الابتكار والتطور التي ترتفع مساهمتها إلى (30%). وتتراوح قيمة هذا المؤشر بين (1-100) فكلما اقتربت الدولة من الرقم (100) ارتفعت قدرتها التنافسية، وكلما اقتربت الدولة من الرقم (1) انخفضت قدرتها التنافسية (Sala -Martin, 2008: 41). أما بالنسبة للمنهجية التي يعتمد عليها المعهد في ترميز البيانات فهي حسب المعادلة التالية:

$$\text{المؤشر} = 6 + \frac{(\text{قيمة البلد} - \text{أدنى قيمة})}{(\text{أعلى قيمة} - \text{أدنى قيمة})}$$

وفيما يلي الشكل البياني الذي يوضح الدول التي احتلت المراتب العشر الأولى في مؤشر التنافسية العالمية لعام (2019).

الشكل -2- الدول العشر الأولى في تقرير التنافسية العالمي لعام (2019)

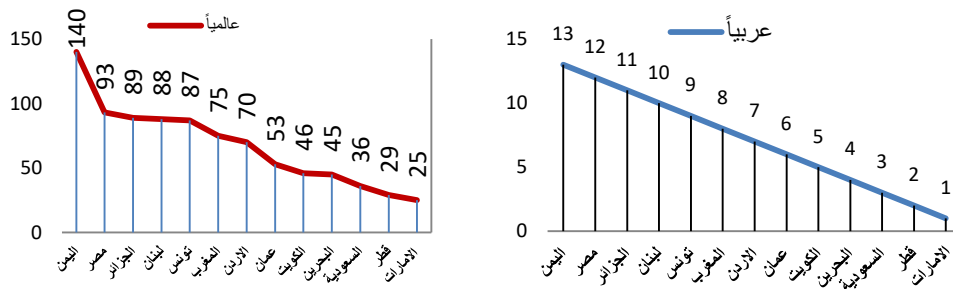


Source: World Economic Forum, (2019), Global Competitiveness Report, Geneva.

من خلال بيانات الشكل (2) نلاحظ أن سنغافورة جاءت في المرتبة الأولى بحصولها على علامة (84.8) مقارنة مع (83.5) في تقرير 2018، إذ أزاحت الولايات المتحدة من صدارة التقرير وجاءت ثانياً بـ (83.7) نقطة مقارنة مع (85.6) عام 2018. في المرتبة الثالثة جاءت هونغ كونغ بعلامة (83.1) مقارنة مع (82.3) نقطة في تقرير 2018. في حين جاءت هولندا رابعاً بعلامة (82.4)

وهي العلامة ذاتها في العام 2018. وجاءت سويسرا خامساً بحصولها على علامة (82.3)، تلتها اليابان سادساً وحصلت في التقرير على (82.3) نقطة وهي علامة سويسرا ذاتها. في المرتبة السابعة جاءت ألمانيا وحصلت على علامة (81.8)، جاءت بعدها السويد في المرتبة الثامنة بتسجيلها (81.2) نقطة، فيما جاءت المملكة المتحدة تاسعاً والدنمارك عاشراً بـ (81.2) نقطة لكل منهما. ومن ثم إن هذه البلدان التي احتلت المراتب العشر الأولى، نتيجة لتفوقها في ميدان الاختراع والإبتكار، وكذلك لوجود مؤسسات متقدمة جداً في البحث والتطوير، ووجود شراكة قوية بين القطاع الخاص والجامعات في مجال البحث العلمي، وأن سوق العمل تتصف بالمرونة العالية للأجور ووجود العمالة الماهرة، وغير ذلك من العوامل. أما بالنسبة إلى ترتيب الدول العربية ضمن هذا المؤشر فقد جاءت الإمارات الأولى عربياً والمرتبة (25) عالمياً، وجاءت دولة قطر في المرتبة (2) و (29) عالمياً، في حين احتلت السعودية المرتبة (3) عربياً، والمرتبة (36) دولياً.

الشكل 3- ترتيب الدول العربية في تقرير التنافسية العالمي لعام 2019

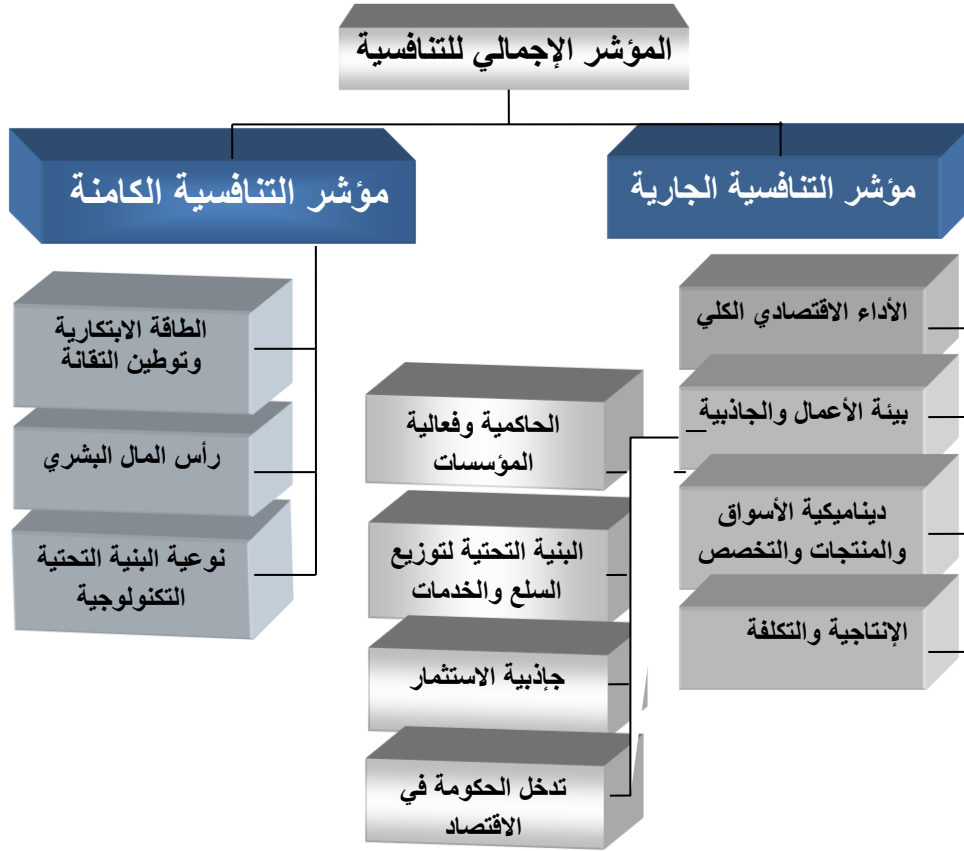


المصدر: الشكل من عمل الباحث بالاعتماد على:-

World Economic Forum, (2019), Global Competitiveness Report, Geneva.

2. المعهد العربي للتخطيط (Arab Planning Institute): قام المعهد العربي للتخطيط بالكويت بإصدار تقرير التنافسية العربية الأول عام 2003، وهو أول تقرير تنافسية خاص بالدول العربية في الأسواق الدولية، يستند إلى مؤشر مركب لقياس مستوى التنافسية، مكون من مؤشرين فرعيين هما التنافسية الجارية والتنافسية الكامنة، إذ يركز مؤشر التنافسية الجارية على أداء الاقتصاد الحالي، فضلاً عن العوامل المؤثرة فيه، في حين يركز مؤشر التنافسية الكامنة على القدرات عميقة الأثر التي تضمن إستدامة هذه التنافسية. بعد ذلك أصدر المعهد تقريره الثاني عام 2006، وتقريره الثالث عام 2009، وتقريره الرابع والأخير عام 2012، في سلسلة تقارير التنافسية العربية، وذلك بعد استقرار المنهجية المستخدمة وتعرف معظم الدول العربية عليها، (المعهد العربي للتخطيط، 2012: 25).

الشكل -4- الهيكل العام لمؤشر التنافسية العربية



المصدر: الشكل من عمل الباحث بالأعتماد على:- المعهد العربي للتخطيط(2012)، تقرير التنافسية العربية، الكويت، ص 12.

يستند المؤشر الإجمالي للتنافسية إلى حساب مؤشرات منمطة لكل المتغيرات (الاقتصادية، المالية، المؤسسية) التي تدخل في حساب المؤشرات الفرعية، إذ إن كل متغير i يتم تمثيله من خلال المعادلة التالية للحصول على المؤشر I_i :

$$I_i = \frac{x_i - x_{\min}}{x_{\max} - x_{\min}}$$

إذ ان: (I_i) هي القيمة المنمطة للبلد (i) ، و (x_i) هي قيمة المؤشر للبلد (i) ، ومن ثم ارتفاع المتغير x_i هذا يعني تحسناً في مستويات التنافسية، فإن $x_{\max}$ هي أعلى قيمة للمتغير في العينة، و $x_{\min}$ هي أدنى قيمة في العينة، أما إذا كان ارتفاع المتغير يؤدي إلى تدهور التنافسية، فإنه يتم تمثيل x_i إلى I_i من خلال المعادلة التالية:

$$I_i = \frac{x_{\max} - x_i}{x_{\max} - x_{\min}}$$

احتسب المؤشر لسبع عشرة دولة عربية هي (مصر، البحرين، الجزائر، لبنان، الكويت، الأردن، المغرب، مورتانيا، ليبيا، السعودية، قطر، عمان، السودان، سوريا، اليمن، الإمارات، تونس)، فيما اشتملت دول المقارنة على ثلاث عشرة دولة هي (الصين، تشيلي، الأرجنتين، البرازيل، كوريا الجنوبية، أيرلندا، اليونان، التشيك، ماليزيا، المكسيك، جنوب أفريقيا، البرتغال، تركيا)، وفيما يلي الجدول الذي يبين الدول التي أحتلت المراتب العشر الأولى لمؤشر التنافسية العربية ودول المقارنة لتقريره الرابع والأخير لعام 2012.

الجدول - 2 - مؤشر التنافسية العربية ودول المقارنة للمراتب العشرة الأولى لعام 2012

مؤشر التنافسية العربية 2012				
الدولة	مؤشر التنافسية الجارية	مؤشر التنافسية الكامنه	مؤشر التنافسية العربية	الترتيب
كوريا الجنوبية	0.62	0.74	0.68	1
أيرلندا	0.61	0.7	0.65	2
ماليزيا	0.56	0.51	0.53	3
البحرين	0.58	0.48	0.53	4
الإمارات	0.58	0.47	0.52	5
البرتغال	0.46	0.57	0.51	6
التشيك	0.48	0.54	0.51	7
الصين	0.62	0.40	0.51	8
التشيلي	0.52	0.45	0.49	9
اليونان	0.38	0.57	0.48	10
متوسط الدول العربية	0.44	0.35	0.39	
متوسط دول المقارنة	0.50	0.50	0.50	

المصدر: المعهد العربي للتخطيط. (2012). تقرير التنافسية العربية لعام 2012، الكويت: ص 28.

يتضح أن كوريا الجنوبية أحتلت المرتبة الأولى من دول المقارنة وهذا ناتج عن أداء إقتصادي كلي قوي، فضلاً عن بيئة أعمال جاذبة، وحكومية فعالة وشفافة، ودعمها للابتكار وتوطين التقنية، والنهوض برأس المال البشري، وكذلك إنتاجية ونوعية أعلى بتكلفة أقل. فيما نلاحظ من الدول العربية البحرين حلت رابعاً والإمارات العربية جاءت في الترتيب الخامس.

3. المعهد الدولي للتنمية الإدارية (International Institute for Management Development)
قام المعهد الدولي للتنمية الإدارية برصد وتحليل مؤشرات التنافسية منذ عام 1989 من خلال إصدار الكتاب السنوي للتنافسية والذي يرمز له بالرمز (WCY)، وتعتمد منهجية التقرير على تقسيم البيئة الوطنية إلى أربع مجموعات رئيسية، وهي الأداء الاقتصادي، والفاعلية الحكومية، وكفاءة قطاع الأعمال، والبنية التحتية. وتركز مجموعة الأداء الاقتصادي على قياس مؤشرات الاقتصاد المحلي، والتجارة الدولية، والاستثمار الدولي، والعمالة، والأسعار. وتقيس مجموعة الفاعلية الحكومية مؤشرات التمويل العام، والسياسات المالية، والإطار المؤسسي، والإطار الاجتماعي، وتشريعات الأعمال. كما تركز مجموعة كفاءة قطاع الأعمال على قياس مؤشرات الإنتاجية، وسوق العمل، والتمويل، والممارسات الإدارية، والمواقف والقيم، في حين مجموعة البنية التحتية تركز على قياس مؤشرات

﴿الفصل الأول﴾ الإطار المفاهيمي للقدرة التنافسية السياحية، مؤشرات قياسها واتجاهاتها الاقتصادية

البنية الأساسية، والعلمية، والصحة، والبيئة، والتربية والتعليم. ويندرج تحت هذه المجموعات جملة من المؤشرات الفرعية التي بدورها تتعلق بمؤشرات فرعية كما يبينها الجدول (3).

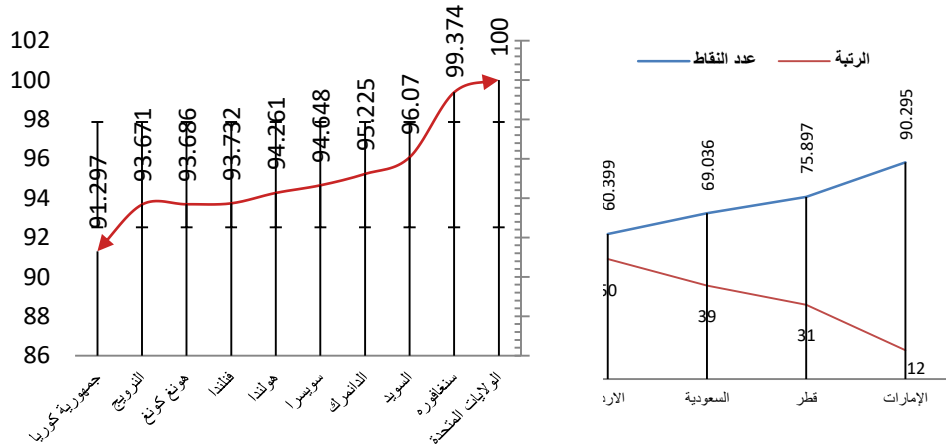
الجدول - 3 - المكونات الرئيسية لمؤشر التنافسية حسب المعهد الدولي للتنمية والإدارة (WCY)

الأداء الاقتصادي 80 مؤشر	كفاءة الحكومة 73 مؤشر	كفاءة الأعمال 70 مؤشر	البنية التحتية 108 مؤشر
الاقتصاد المحلي	المالية العامة	الإنتاجية	البنية التحتية الأساسية
التجارة الدولية	السياسة النقدية	سوق العمل	البنية التحتية التكنولوجية
الاستثمار الدولي	الإطار المؤسسي	المالية	البنية التحتية العلمية
العمالة	تشريع الأعمال	ممارسات الأعمال	الصحة والبيئة
الأسعار	الإطار المجتمعي	الإضافات والقيم	التعليم

Source: IMD, (2008). World Competitiveness Yearbook, Geneva, Switzerland, P: 474.

وفي تقرير عام (2019) تصدرت الولايات المتحدة الأمريكية الترتيب الذي أعطى للدول المشتركة درجات تراوحت بين (0-100) وتضمن التقرير أربعة دول عربية هما الإمارات العربية التي جاءت بالمركز الثاني عشر بتسجيلها (90.295) درجة، قطر بالترتيب الواحد والثلاثين نحو (75.897) درجة، فيما جاءت السعودية بالترتيب التاسع والثلاثين نحو (69.036) درجة، والأردن بالترتيب الخمسون نحو (60.399) درجة في تقرير (WCY) لعام (2019).

الشكل -5- ترتيب الدول التي احتلت المراتب العشر الأولى ضمن تقرير (WCY)، وترتيب الدول العربية لعام 2019



المصدر: الشكل من عمل الباحث بالاعتماد على:

IMD, World Competitiveness Yearbook (2019), IMD, Geneva, Switzerland, P.26.

4. صندوق النقد العربي (Arab Monetary Fund): يصدر صندوق النقد العربي تقرير تنافسية الإقتصادات العربية، الذي يستعرض وضع التنافسية في الدول العربية، من خلال قياس هذه الإقتصادات باستخدام مؤشرين أساسيين هما: مؤشر الإقتصاد الكلي، ومؤشر بيئة وجاذبية الإستثمار، إذ يعكس مؤشر الإقتصاد الكلي مدى قدرة الحكومات على تحقيق أسس الاستقرار الاقتصادي الدائمة للإنتاجية والتنافسية، فيما يعكس مؤشر جاذبية الإستثمار على السياسات المختلفة لتحسين مناخ الأعمال بهدف جذب الاستثمارات المحلية والأجنبية. إذ تقدر مؤشرات القطاعات بطريقة المنهجية المعيارية وذلك بطرح قيمة المتغير من المتوسط الحسابي المحلي للدول المدرجة في التقرير وتقسيمها على انحرافها المعياري بحيث يساوي متوسط المؤشر (0) وقيمته المعيارية (1) ويقدر حسب الصيغة أدناه (صندوق النقد العربي، 2016: 12):

$$I^{tqc} = \frac{Xtqc - \bar{X}T}{\Sigma t}$$

إذ تشير I^{tqc} إلى قيمة المؤشر خلال الفترة T ، بينما تشير $Xtqc$ إلى المتغير "Q" للدولة "C" خلال الفترة T ، أما $\bar{X}T$ فإنها تدل على المتوسط الحسابي للدول المدرجة خلال الفترة. أما Σt فتشير إلى الانحراف المعياري لقيم المتغير "Q" خلال الفترة T . أما في حالة بعض المتغيرات كالتضخم والبطالة التي يُعد إرتفاعها ليس في صالح الدول فإن المؤشر يقاس بطريقة عكسية كما يلي:

$$I^{tqc} = \frac{\bar{X}T - Xtqc}{\Sigma t}$$

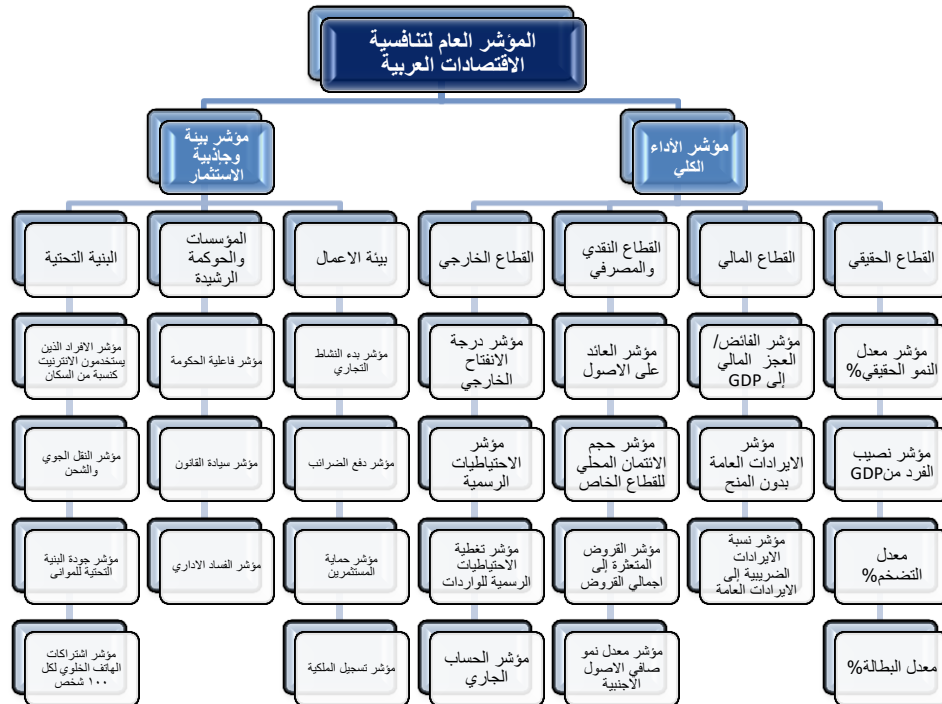
أما الطريقة الثانية فيكون تنميط البيانات على وفق المعادلة التالية:

$$I^{tqc} = \frac{Xtqc - \text{Min}(xt nc)}{\text{Max}(Xt Nc) - \text{Min}(Xt Nc)}$$

إذ أن: I^{tqc} تشير إلى قيمة المؤشر خلال الفترة T ، بينما تشير $Xtqc$ إلى المتغير Q للدولة C خلال الفترة T ، وتدل $(xt nc)$ على قيم الدول، وتشير Min إلى أقل قيمة في مجموعة الدول، فيما تشير Max إلى أكبر قيمة في مجموعة الدول، فعند تطبيق هذه المعادلة على متغيرات الدول نحصل على مجموعة متطابقة للقيم بين (0-1) فإذا كان ارتفاع قيمة المؤشر يعني حالة ايجابية للإقتصاد، مثل معدل النمو أو متوسط دخل الفرد، أما بعض المؤشرات يدل إرتفاعها على الأسوأ للدولة كالتضخم فيتم عكس القيمة في البسط لتصبح $(\text{Min}-X)$ بحيث مازال (0-1) تتوافق مع الأسوأ والأفضل .

﴿الفصل الأول﴾ الإطار المفاهيمي للقدرة التنافسية السياحية، مؤشرات قياسها واتجاهاتها الاقتصادية

الشكل - 6- المؤشر العام لتنافسية الاقتصادات العربية على وفق منهجية صندوق النقد العربي

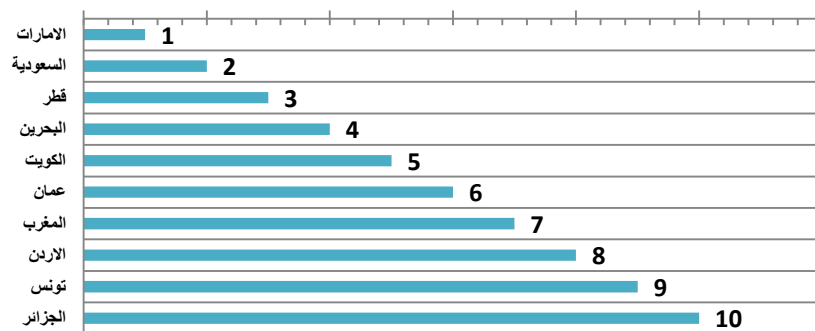


المصدر: الشكل من عمل الباحث بالأعتماد على: صندوق النقد العربي(2019)، تقرير التنافسية العربية، أبو ظبي، ص 4

في تقرير عام(2019) نلاحظ تصدر الإمارات العربية الترتيب، فيما جاءت السعودية ثانياً ، وأحتلت دولة قطر ثالثاً.

الشكل -7-

الحالة التنافسية للاقتصادات العربية لعام 2019



المصدر: الشكل من عمل الباحث بالأعتماد على : صندوق النقد العربي، تقرير تنافسية الاقتصادات العربية، 2020، ص 8

(2-1): مفهوم ومؤشرات قياس القدرة التنافسية السياحية

1-2-1: السياحة (التعريف، الأنواع، الخصائص، الآثار

أولاً- تعريف السياحة

تم وضع أول تعريف للسياحة (Tourism) في العام (1905) من قبل الباحث الألماني (John Perverdale) إذ عرفها على إنها ظاهرة عصرية تنبثق من الحاجة المتزايدة إلى الراحة وإلى تغير الهواء والإحساس بجمال الطبيعة، فضلاً عن الشعور بالمتعة والبهجة من الإقامة في مناطق لها طبيعتها الخاصة (David, Marianna, 2005:6). كما عرفها (Matthieson) على أنها الحركة المؤقتة للأشخاص خارج موطنهم الأصلي، مع توفير الأنشطة والمرافق كافة في البلد المضيف لتلبية إحتياجات هؤلاء السياح (Higham, 2008:5).

وعرفت أيضاً إنها نشاطات الأفراد الذين يسافرون ويقيمون خارج مكان إقامتهم المعتادة، بحيث تكون إقامتهم خلال مدة لا تزيد عن سنة واحدة متصلة وذلك إما لأجل العمل أو الإستجمام أو لأغراض أخرى (Zaei, 2013: 2). في حين تعرفها منظمة السياحة العالمية (World Tourism Organization) على إنها نشاط إنساني يتضمن سلوك إنساني يستخدم موارد ويتفاعل مع أشخاص واقتصادات وبيئات مختلفة ويتضمن الحركة المادية للسائحين إلى أماكن أخرى غير أماكن إقامتهم المعتاد عليها (منظمة السياحة العالمية، 2020).

وهنا ينبغي أن نشير إلى أنه في الأدبيات الاقتصادية كثيراً ما تم استخدام مصطلح صناعة السياحة للتعبير عن النشاط السياحي، ومن ثم هذا الأمر قد خلق جدلاً واسعاً في تسعينات القرن المنصرم بشقين، الأول يرى أن السياحة هي مجرد نشاط خدمي وظاهرة إجتماعية فقط لاغير، أي أنها ليست نشاطاً صناعياً، في حين الرأي الثاني هم الذين أيدوا فكرة أنها نشاط صناعي وأخذوا بتعريف السياحة كما ورد في التصنيف المعياري للأمم المتحدة الذي أشار إلى أنها صناعة متكاملة، إذ عرفت بأنها مجموعة من المؤسسات المرتبطة مع بعضها بالنوع نفسه من النشاطات الإنتاجية (United Nations, 2008:5).

ومن ثم فإن هذه الدراسة تؤيد الرأي الثاني الذي عد السياحة صناعة حيوية مؤثرة في الاقتصاد الوطني، ولاسيما أن الكثير من مدخلات أو مخرجات الصناعات المختلفة ترتبط بالسياحة، كما إنه سوف يتم الاعتماد على وجهة نظر المجلس العالمي للسياحة والسفر الذي عرفها على إنها مجموعة من النشاطات التي تنتج السلع والخدمات وتقدمها بشكل مباشر للسائح (WTTC, 2002:3).

ثانياً: انواع السياحة

يعد قطاع السياحة من أهم قطاعات النشاط الإنساني في الدولة الحديثة، وهناك عدة أنواع للسياحة طبقاً للمعايير التي تُؤخذ في تصنيف السياح، وفيما يلي نذكر أهمها (شراف، 2019، 166-167):

1. على أساس الموقع والحدود: هناك نوعان أساسيان هما: سياحة دولية (خارجية) وهناك سياحة داخلية (محلية) وهناك نوع آخر يُعرف بالسياحة الإقليمية: كإقليم أميركا اللاتينية وشرق آسيا.
2. على أساس فترة إقامة السائح وخصائص المنطقة السياحية: هناك سياحة دائمة: وهي سياحة تتم على مدار السنة وهناك سياحة موسمية.
3. على أساس مناطق الجذب السياحي: توجد ثلاثة أنواع هي:
 - سياحة ثقافية: وتشمل هذه السياحة زيارة الأماكن التاريخية والمواقع الأثرية والدينية والمتاحف.
 - سياحة طبيعية: وهي سياحة متعددة الوجوه (مناخية، نباتية، طبيعية، عامة) ومتنوعة الأغراض (ترويحية، علمية، استشفائية).
 - سياحة اجتماعية: هي سياحة علاقات اجتماعية وسياحة ترويح وترفيه عن النفس، وربما تكون سياحة المدن ضمن هذه السياحة.
4. على أساس الهدف: هناك سياحة ترويحية، سياحة ثقافية، سياحة علاجية، دينية، رياضية، سياحة المؤتمرات وسياحة رجال الأعمال.
5. على أساس التنظيم: هناك ثلاثة أنواع سياحة عائلية أو فردية، وجماعية.
6. على أساس أعمار السياح: هناك ثلاثة أنواع هي: سياحة الشباب بين (16-30) سنة، وسياحة الناضجين بين (30-60) وسياحة كبار السن (المسنين الذين تجاوزوا 60 سنة).

ثالثاً: خصائص السياحة

وتأسيساً على المفاهيم السابقة يتضح أنها تشمل الأنشطة كافة التي تتعلق بصفة مباشرة أو غير مباشرة بتقديم مجموعة مختلفة من الخدمات للسياح، ولهذا فإن هذه المفاهيم تؤكد خصائص السياحة التالية (Chuck, 1997:126) (Elliott, 1997:22):

- أ- السياحة منتج غير مادي: تتصف الخدمات السياحية بأنها خدمات غير ملموسة، إذ غالباً ما يصعب تسليط الضوء على المنافع والتسهيلات الموجودة في مطعم أو فندق ما، كون هذه المنافع ربما تكون مترابطة مع كفاءة العاملين في المنشأة السياحية أو الفندقية.
- ب- موسمية الخدمات السياحية: أي تتسم بالموسمية في وقت معين من العام، حيث هناك زيادة على العمل في أشهر معينة، كموسم الذروة وتكون فيه نسب الإشغال مرتفعة، أما في موسم الكساد فعادةً ما تكون فيه الخدمات المقدمة ونسبتها في أدنى مستوى وفي عدة أشهر من العام.
- ت- المنتج السياحي غير قابل للتخزين: ولهذا يجب مواجهة التقلبات بتخفيض الأسعار والرفع من جودة الخدمات المقدمة لزيادة الطلب على المنتج السياحي.
- ث- المرونة في الخدمات: إذ أن استجابة القطاع السياحي للمتغيرات البيئية تكون عالية، فالظروف الاقتصادية والأمنية لها أثر واضح في انخفاض أو زيادة عدد السياح.
- ج- المنتج السياحي منتج متشابك: فهو مزيج من عناصر متعددة تتكامل مع بعضها، تؤثر وتتأثر بالقطاعات الأخرى.
- ح- السياحة تعد صادرات غير منظورة: فهي لا تمثل ناتجاً مادياً يمكن نقله من مكان إلى آخر، بل تعد واحدة من الصناعات الثقيلة التي يقوم المستهلك بالحصول على المنتج شخصياً من مكان إنتاجه، وعليه فإن الدولة المصدرة للمنتج السياحي لا تتحمل نفقات خارج حدودها، كما هو موجود في المنتجات الأخرى التي تضاف إلى تكاليف إنتاجها تكاليف نقلها.
- خ- المنتج السياحي المتمثل في مقومات الجذب السياحية (الطبيعية، والتاريخية) لا تُباع إلا من خلال السياحة، ومن ثم لا يباع هذا المنتج إلا بوجود سلع وخدمات مساعدة تتمثل في الهياكل السياحية من (خدمات، مرافق، مياه، كهرباء.. إلخ).
- د- الاختلاف: يمتاز المنتج السياحي بخاصية الاختلاف، لأنه من غير الممكن وجود منتجين سياحيين متطابقين في دولتين مختلفتين، إذ لا بد أن تكون هناك دوماً اختلافات سواء من حيث الموقع، أم الخدمات المقدمة.
- رابعاً- آثار السياحة:**

أصبحت السياحة من القطاعات الإنتاجية المهمة في اقتصادات العديد من دول العالم، إذ يعتمد عليها كمصدر أساسي من مصادر تنويع الدخل القومي، فأصبحت ترتبط ارتباطاً كبيراً ومباشراً بالتنمية الاقتصادية لعدة آثار أهمها:

- أ- أثر السياحة في النواحي الاقتصادية: تعتمد العديد من البلدان في إقتصاداتها على السياحة لما لها من مزايا إقتصادية تسهم في رفع مستويات المعيشة وزيادة الرخاء في هذه البلدان سواء كانت نامية أم بلدان صناعية، ومن ثم من مزاياها: تدعيم إيرادات الموازنة العامة، زيادة الدخل

الوطني، تحسين وضعية ميزان المدفوعات، توسيع الاستثمار في القطاع السياحي من خلال عوائده، الإسهام في تنشيط القطاعات الأخرى (Weeds, 2004: 3).

ب- أثر السياحة في النواحي الاجتماعية: من خلال الآتي: المزيج الثقافي والاتصال الحضاري مع الشعوب، ترقية الصناعات التقليدية وإثراء التراث الثقافي، الحفاظ على الآثار التاريخية فضلاً عن العادات والتقاليد الوطنية والارتقاء بها عالمياً، تشغيل اليد العاملة الأمر الذي يساعد في القضاء على العديد من الانحرافات والجرائم الناتجة من الفراغ وعدم العمل، إعادة توزيع السكان من خلال إعمار مدن جديدة عن طريق تهيئتها بإنشاء الفنادق والمناطق الضرورية وتجميع السكان الأمر الذي يؤدي إلى إعادة توزيع السكان فيها وهذا يؤدي بدوره إلى إعادة توطین حضاري قد يغير رسم الخريطة الجغرافية، (Shepherd, 1998: 119).

ت- أثر السياحة في البيئة: تؤثر السياحة في البيئة من خلال الآتي: مساهمة المداخل السياحية في تغطية تكاليف عمليات الحفاظ على الطبيعة من إنشاء الحدائق، صيانة المساحات الخضراء، إقامة المحميات الطبيعية، المحافظة على الشواطئ وحماية الثروات السمكية والبحرية.. إلخ (Saurabh, 2006 152).

2-2-1: صناعة السياحة (المقومات، ونظريات التطور

أولاً: مقومات السياحة وأهم العوامل المؤثرة فيها

تحتاج السياحة إلى مجموعة من المقومات تجمع بين الطبيعة التي تشكل الوعاء الرئيس لقيام السياحة في الدولة، فضلاً عن المقومات المادية لتوفير الخدمات الأساسية للسياح وتلبية احتياجاتهم المتنوعة، كما أن للسياحة عوامل مختلفة تؤثر فيها سواء كانت داخلية أم خارجية.

1. مقومات السياحة: تعتمد السياحة على مجموعة من المقومات من أهمها (2001: 23)، (Rodgers):

أ- المقومات الطبيعية: المتمثلة في كل من (المناخ، تمايز الفصول، حمامات معدنية، التضاريس الأرضية، المسطحات المائية... إلخ) أي كل مظاهر جذب السياح الطبيعية.

ب- المقومات التاريخية والحضارية والدينية: تتمثل بالآثار والمعالم، والشواهد، الفنون الشعبية، العادات والتقاليد لدى السكان، الأماكن المقدسة، والآثار الدينية.

ت- المقومات المادية والخدماتية: تتمثل في مدى توافر خدمات الإيواء والطعام، البنى التحتية للمطارات والنقل البري والجوي، المقاهي، مراكز التسوق، ومدى توافر مختلف القطاعات الصناعية والتجارية والبنوك والعمرة، الاتصالات.

ث- المقومات السياسية: أي استقرار الحالة الأمنية والوضع السياسي داخل الدولة، فضلاً عن مختلف التشريعات والتنظيمات والتيسيرات السياحية.

2. العوامل المؤثرة في السياحة: هناك العديد من العوامل المؤثرة في السياحة من أهمها (Shepherd,1998: 119):

أ- العوامل الداخلية المؤثرة في السياحة المحلية التي قد تؤدي بنتائج ايجابية أو سلبية على السياحة وكما يلي:

1. وزارة السياحة: بوصفها الجهة المسؤولة عن التخطيط والإشراف والمتابعة على عمليات التسويق السياحي والمشاركة في الأنشطة والمؤتمرات السياحية، فضلاً عن إبراز ما يتمتع به البلد من منتجات سياحية تلبي اذواق السائح كافة.

2. خدمات الإيواء والطعام: تؤدي خدمات الإيواء دوراً مهماً في صناعة السياحة والسفر ويشكل الانفاق عليها نسب ليست بالقليلة من إجمالي نفقات السائح، وعلى الرغم من صعوبة تحديد هذه النسبة المئوية، إلا أنها تُقدر بـ (33%) من إجمالي النفقات، وتتباين أسعارها بين المرتفع لخمس نجوم، إلى المنخفض لنجمة واحدة. أما بالنسبة لخدمات الطعام فإنها تمثل عنصراً مهماً في صناعة السياحة والسفر، إذ تمثل جزءاً لا بأس به من نفقات السائح وإن كان من الصعوبة بمكان تقدير هذه النسبة بسبب وجود قسم من نشاط الإطعام والشراب لا يرتبط بصناعة السياحة والسفر، كما هو الحال في مطاعم المدارس والجامعات والمستشفيات والمؤسسات، أما القسم الذي يرتبط بصناعة السياحة والسفر فهو يتصل بمنشآت أسست فعلاً لأغراض سياحية، كما أنه لا يمكن الاعتماد بشكل دقيق على دخل المطاعم كمعيار للإيرادات السياحية ومن ثم الانفاق السياحي، لأنها لا تعتمد على السائح فقط وإنما على السكان المحليين أيضاً، وقد تكون العوائد في بعض الأحيان من السكان المحليين أعلى، أيضاً تؤثر الخصائص الثقافية والعادات والتقاليد للبلدان عادةً في خدمات الإطعام، وتجعلها تختلف من دولة إلى أخرى.

3. الخدمات المساعدة كالنقل الجوي والبري: إذ أن أجور هذه الخدمات مرتفعة مقارنةً مع الخدمات الأخرى ولهذا يجب اتباع سياسة الانفتاح للأجواء في الدولة واستقطاب خطوط دولية أخرى، فضلاً عن تعديل قوانين النقل من أجل تسهيل حركة السياح وتشجيعهم على الوفود.

4. عوامل تشريعية واجتماعية: من خلال وضع التشريعات التي تتناسب مع دخول السياح، فضلاً عن المجتمع وكيفية إعداده لاستقبال السياح الأجانب.

5. عامل الاستقرار الاقتصادي والسياحي: إذ يعد هذا العامل ميزة إضافية من أجل التعاون الكامل بين المؤسسات داخل الدولة.

ب- العوامل الخارجية، وتتضمن الآتي:

1. منافسة البلدان المجاورة: خاصةً عندما تمتلك هذه البلدان مقومات سياحية جيدة وأقوى من المقومات السياحية التي تمتلكها تلك الدولة.

2. المدركات الحسية للسياح في المنطقة: وذلك عند وجود أي حدث ومهما كان نوعه على سبيل المثال يقع في الدول العربية الأمر الذي سوف يؤثر سلباً في تدفق السياح الأجانب للمنطقة العربية.

3. الترويج الخارجي للسياحة: الذي يعد المرآة العاكسة للسياحة في الدولة والذي له دور مهم في عملية جذب السائح إليها.

4. الخدمات المساندة في الأسواق الخارجية: وهي تلك التي تقدم بهدف إثارة ولفت انتباه السياح مثل المعارض، والمؤتمرات، والندوات... إلخ.

ثانياً: نظريات واساليب تطور المواقع السياحية: هناك العديد من النظريات التي فسرت النشاط السياحي وأهمها:

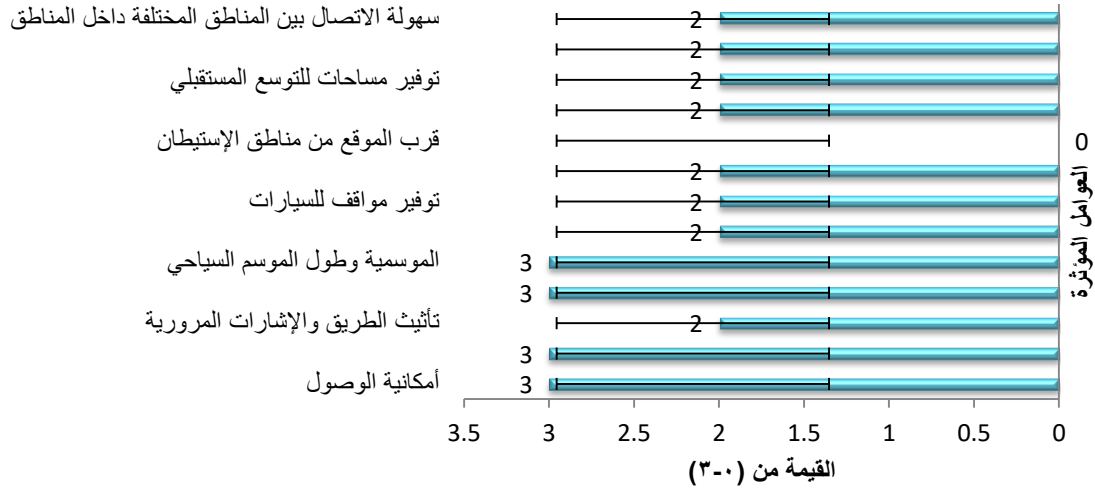
1. نظرية الموقع

تعتمد هذه النظرية في تفسير نوع النشاط سواء كان اقتصادياً أم بشرياً على فكرة العالم الألماني (Von Thunen) عام (1885) الذي اعتمد على عامل المسافة كأداة رئيسة في تسويق المحاصيل الزراعية بمختلف أنواعها، حيث المحاصيل التي تكون سريعة التلف فعادةً ما تسوق ضمن دائرة نصف قطرها اقل بكثير من المحاصيل الزراعية الأخرى. وهكذا جاء كل من العالم (Webby) عام 1928، و (Crystaler) في 1933، و (Luth) في 1944، و (Hoover) في العام 1984، لينظموا إلى مدرسة العالم الألماني (Von Thunen) من خلال إظهار أهمية تكاليف النقل، وسهولة الوصول كأهم العناصر المؤثرة في تطوير النشاطات الحضرية داخل المدن، متيقنون من أهمية هذا العنصر في توزيع مستخدمات الأرض التي تسمى بنظرية (المواقع المركزية)، إذ يعد مركز المدينة التجاري العامل الأكثر جذباً للأنشطة الحكومية والإدارية، الأسواق التجارية والبنوك، بينما الدور السكنية عادةً ما تنتشر في دائرة محيطة بالمركز، أما الكراجات لتصلح السيارات فهي عادةً ما توجد في أبعد دائرة عن مركز المدينة.

ومن ثم فإن هذه الأفكار والنظريات قد سهلت مهمة التخطيط السياحي (Tourist Planning) لفهم مناطق الظهير الأرضي للموقع السياحي، والقوى الاقتصادية، والاجتماعية التي تحدد قوة الموقع. ومن ثم فإن تعدد نظريات الموقع سواء الحضرية أم الإقليمية ظلت محدودة الاستخدام في النشاط السياحي، إذ إن المدرسة المستندة على أهمية الموقع تؤكد في الجانب الاقتصادي دون الاهتمام بالبيئة (Environment) فتنحصر أهمية دراسة الموقع السياحي من خلال الآتي: الدور الذي يؤديه الموقع سواء من الناحية النظرية أم العملية لتطوير السياحة في تحديد درجة نجاح المشروع السياحي، وتجنب إختيار المواقع القريبة من سوق المنافسة الحاد، ودور الموقع في ضمان الحصول على حصة سوقية كافية لتطوير عمل مناطق الجذب السياحية والكافية لتشجيع توسعها مستقبلاً

(الحوامدة، 2005:196). وعلى وفق هذه النظرية ومن أجل تقديم مثال توضيحي على طريقة إختيار الموقع السياحي تم وضع قيمة تقديرية تتراوح بين (0) التي تعد قيمة غير ملائمة و (3) التي تعني قيمة ملائمة جداً وهذا مايبينها الشكل (8).

الشكل - 8- العوامل المؤثرة في نجاح تشغيل المشروع



المصدر: الشكل من عمل الباحث بالأعتماد على: الحوامدة، نبيل زعل، الحميري . موفق عدنان (2005)، الجغرافيا السياحية في القرن الحادي والعشرون -منهج وأساليب و تحليل رؤية فكرية جديدة و تركيبة منهجية حديثة ، عمان ،الأردن ،دار الحامد للنشر و التوزيع ،الطبعة الأولى، ص 199

نلاحظ من الشكل المذكور أنفا تصدر إمكانية الوصول بقيمة بلغت (3) درجة، هذا يعني بأنه من العوامل الاساسية فما جدوى من وجود موقع يتميز بجميع ماذكر في الشكل أنفا من عوامل مؤثرة في حين يتصف بالانعزالية، وبعدم إمكانية الوصول.

2. النماذج الاحصائية في تفسير الاختلاف في حجم التدفق السياحي

أ. نماذج الجاذبية السياحية:

فكرة هذا النموذج مشتقة من نظرية العالم الفيزيائي نيوتن (Newton) التي حاولت تفسير قوة الجذب بين كتلتين من خلال عاملين هما (حجم الكتلتين، ومربع المسافة بينهما)، إذ قال: إن كل كتلة في الكون تتجذب إلى أي كتلة أخرى بقوة تتناسب طردياً مع حاصل ضرب حجمهما، وعكسياً مع مربع المسافة بين مركزيهما، ويمكن التعبير عنها من خلال الصيغة التالية (الحوامدة، 2005: 207):

$$F = \frac{G(M1 \cdot M2)}{D^2}$$

حيث إن: F جهد الجسم وقوته إزاء الجسم الآخر، D البعد المكاني بين مركز الجسمين، G ثابت يمثل درجة التفاعل أو الجاذبية بين الجسمين، M1, M2 كتلتي الجسمين. إذ ان الكثير من الباحثين في المجال السياحي اهتموا بهذه الفكرة لتفسير العوامل المؤثرة في عملية اتخاذ القرار

باختيار موقع الجذب السياحي مستعنيين بما يلي : يتناسب حجم الرحلات المنفذة إلى الموقع السياحي طردياً مع قوة جذب الموقع، وعكسياً مع دالة البعد المكاني بين مناطق الإنطلاق ونقاط الوصول، إذ يوضح ذلك الصيغة الآتية:

$$A_{ik} = T_{jk}(T_{jk} + T_{kj})$$

حيث إن: A_{ik} قوة الجذب للموقع السياحي j مقارنة مع بقية المواقع السياحية k ، T_{jk} عدد المرات التي اختير فيها الموقع السياحي j دون غيره من المواقع السياحية k ، في فترة زمنية معينة، T_{kj} عدد المرات التي يتم فيها اختيار المواقع السياحية k دون الموقع السياحي j في فترة زمنية معينة.

ب. النموذج الكلاسيكي:

إن نماذج التحليل الكلاسيكي التي استخدمها العالم الاقتصادي الفريد مارشال في تحديد كمية الاستهلاك على السلع وشدة الطلب عليها، قد وفرت الوقت والجهد في بلورة وتطوير النموذج والتوقعات المستقبلية للطلب السياحي من جانب، فضلاً عن تحديد قيمة أو سعر المنتج السياحي من جانب آخر، إذ أهتم مارشال بعامل ثمن وحدة الإنتاج للبضائع والخدمات المتنوعة في تحديد حجم الاستهلاك من تلك البضائع أو المنتجات، والعلاقة العكسية بين سعر المنتج وازدياد الطلب على استهلاكه (Higham, 2005: Vii).

ومن ثم المهتمون بدراسة الطلب السياحي (Tourist Demand) حاولوا التركيز على فكرة مارشال، إذ استخدم Marriott Clausen لأول مرة هذه الفكرة عند محاولته إعطاء قيمة للمنتج السياحي معبراً عنها بكلفة النقل التي يتحملها السائح من أجل الوصول إلى مكان إستهلاك ذلك المنتج، إذ طبق Clausen فكرته هذه عند محاولته تفسير الاختلاف في حجم الطلب السياحي على احد المنتجعات في الولايات المتحدة الأمريكية الواقعة خارج نطاق النسيج الحضري، إذ قسم مناطق قدوم السياح إلى انطقة متعددة بحسب توزيعها وبعدها عن المنتج، وقد خرج بنتائج إن حجم التدفق في هذه الأنطقة له علاقة ببعدها عن مدخل المنتج بـمعنى (إن حجم الوافدين لكل 1000) نسمة من الأنطقة القريبة من المنتج أعلى مقارنة بحجم الوافدين لكل 1000) نسمة من الانطقة البعيدة التي حصل عليها Clausen ومن ثم فقد حصل على نتائج مقاربة عند تطبيقه نموذج المسافة المقطوعة وحجم التدفق من خلال الصيغة الآتية (الهييتي، 2002: 204-210):

$$T_{ij} = \frac{p_i}{D_{ij}^a}$$

حيث إن:

T_{ij} = عدد الرحلات السياحية المتوقعة من المدينة i للموقع السياحي j . p_i = عدد المسافرين i ، D_{ij} = المسافة المقطوعة (كم) بين مركز المدينة i ومركز الموقع السياحي j ، a = دالة أسية تمثل ردود فعل السياح تجاه المسافة المقطوعة.

اما سيزاريو (Cesario) فقد بين ان شدة الجذب السياحي تتمثل بعدد نقاط الاختناقات المرورية للطرق المؤدية إلى ذلك الموقع، فضلاً عن أي عوامل رادعه أخرى تقلل من شدة الجذب للموقع السياحي المختار. فقد حاول Cesario استبدال عامل المسافة المقطوعة بالوقت المستغرق للرحلة مقاساً بوحدة زمنية معينة (دقيقة، ساعة) إذ إن المنفعة الحدية للوقت تكون ثابتة مستقبلاً إن لم تزداد وإن تطوير حالة شبكة النقل المستقبلية ونوعية اكسائها وتقدم صناعة السيارات وزيادة كفاءة سرعتها كلها عوامل تؤدي إلى تقليل الوقت المستغرق للرحلة، ويمكن التعبير عن فكرة Cesario بالصيغة التالية (الحوامة، 2005: 206):

$$V_{ij} = P_i C_i / T_{ij} A$$

حيث إن التغير الذي استخدمه Cesario مقارنةً بصيغة Clausen هو استخدامه المتغيرات التالية: C_i هي نقاط الاختناق الموجودة ضمن الطرق المؤدية إلى الموقع السياحي كعامل بديل لشدة الجذب السياحي لذلك الموقع، أما T_{ij} فهي الوقت المستغرق للرحلة كعامل بديل عن المسافة المقطوعة، أما الدالة الاسية للوقت المستغرق لتنفيذ الرحلة السياحية بين المدينة I والموقع السياحي J فيمكن الحصول عليها من خلال التجربة ومطابقة حجم الطلب الحقيقي مع حجم الطلب المتوقع. أما بعض النماذج الرياضية الأخرى فقد حاولت استخدام الدالة الخطية التالية لتقدير كلف النقل (الحوامة، 2005: 207):

$$C_{ij} = A_1 T_{ij} + A_2 E_{ij} + A_3 D_{ij} + P_j + A$$

حيث إن:

C_{ij} : الكلفة الكلية لتنفيذ الرحلة السياحية من المدينة I إلى الموقع J .

T_{ij} : الزمن المستغرق لتنفيذ الرحلة من المدينة I إلى الموقع السياحي J .

E_{ij} : زمن التأخير الإضافي لتنفيذ الرحلة مثلاً الازدحام ونقاط الاختناق بين I و J .

D_{ij} : المسافة المقطوعة بالميل أو الكيلو متر ما بين المدينة I والموقع السياحي J .

P_j : كلفة وقوف المركبة في نهاية الرحلة السياحية.

A : أي معيار إحصائي يمثل مستوى الراحة والملاءمة عند استخدام نوع معين من المركبات .
 A_1, A_2, A_3 : ثوابت تمثل القيم التي يقدرها السائح لعامل الوقت (المسافة والوقت الإضافي لتنفيذ الرحلة). ومن ثم من المعادلة المذكورة أنفاً نلاحظ العوامل التي تحدد تقدير الكلفة الكلية للسفر كثيرة منها ما يتعلق بكلفة الزمن المستغرق للرحلة ومنها بكلفة المسافة المقطوعة والثالث بكلفة الزمن الإضافي فضلاً عن كلفة الوقوف في نهاية الرحلة .

1-2-3: تنافسية السياحة (المفهوم ، نماذج ومؤشرات القياس)

1-3-2-1: تعريف التنافسية السياحية

إن التعريفات المقدمة لمصطلح التنافسية السياحية تختلف باختلاف الهيئات والمنظمات وباختلاف مستوياتها، كما وأصبحت التنافسية السياحية في الأونة الأخيرة أمراً حتمياً نتيجة تزايد الاتجاه نحو العولمة ليس على مستوى صناع السياحة فحسب بل أصبحت ملحة تثير إهتمام البلدان المتقدمة والنامية على حد سواء .

عرفت التنافسية السياحية على وفق منهجية المعهد الدولي للتنمية والإدارة على أنها تعظيم مستوى الإنتاج والقيمة المضافة في قطاع السياحة والسفر من خلال الاستثمارات في هذا القطاع، واختراق وتسويق البلد في عدد كبير من دول العالم وتحويل الميزة النسبية إلى ميزة تنافسية، فضلاً عن تقديم خدمات سياحية ذات مستوى جيد من التقنية والجودة يتماشى مع متطلبات العولمة (كافي، 2016: 15).

كما عرفت المنظمة العالمية للسياحة التنافسية السياحية على إنها الزيادة في الإنتاج والتحسين في نوعية السلع والخدمات بما يرضي أذواق المستهلكين (الحداد، 2011: 3). كما تعرف أيضاً على إنها قدرة المؤسسات المنتمية لقطاع السياحة في بلد ما على تحقيق نجاح وتميز مستمر في السوق الدولية من غير الإعتماد على الدعم والحماية الحكومية، ومن ثم هذا ما يميز تلك الدول في هذا القطاع.

أيضاً تعرف على أنها قدرة الدولة على توليد ثروة وامكانات تتفوق بها على منافسيها في السوق الدولية من خلال دمج الأصول (الموارد الطبيعية) مع عملية التصنيع (كالبنية التحتية) ومن ثم تحويلها إلى نتائج إقتصادية (جليلي، وآخرون، 2008: 26).

ومن ثم يمكن القول إن خطط تسويق وإستراتيجيات تعزيز هذا القطاع تتضمن بشكل أساسي الأسعار، الانطباع، نوعية الإدارة. فالكثير من الدول تمتلك الميزة النسبية سواء كانت الموارد الأولية للسياحة مثلاً الطبيعة، التاريخ، التراث، العلاقات التسويقية والثقافية، الفعاليات والمهرجانات والأنشطة الأخرى. أم أمتلاكها الميزة التنافسية (أي المصادر المساعدة كالبنية التحتية والتسهيلات الأخرى).

ويتم تحليل ومعرفة التنافسية على مستوى القطاع من خلال مقارنته مع القطاعات المنافسة في البلدان الأخرى، إذ إن تنافسية القطاع تقاس من خلال نمو الحصة السوقية لهذا القطاع ومقارنتها بباقي القطاعات التنافسية الأخرى، أيضاً يُعد القطاع تنافسياً إذا حقق إيرادات عالية أعلى من المتوسط مع وجود منافسة حرة من قبل الموردين الأجانب، أيضاً إذا كانت تكاليف الوحدة الواحدة المنتجة تساوي أو أقل من مستوى تكاليف الوحدة لدى الأجانب (الحداد، 2011: 3).

1-2-3-2: نماذج قياس تنافسية السياحة

على الرغم من أهمية القطاع السياحي المتزايدة على الصعيد العالمي من خلال معايير الدخول المتولدة وفرص العمالة والاستثمار عن هذا القطاع ومقدار ما ينتج عنه من مضاعفات، إلا إنه لم يلق الاهتمام المناسب من قبل الباحثين، لأسباب ومبررات منها صعوبات متصلة بقياس السياحة كقطاع إقتصادي وعلاقته بالقطاعات الأخرى، ومن ثم من أجل تجاوز العقبات وتحسين المعلومات فقد بذلت جهود كبيرة من قبل العديد من المنظمات الدولية منذ عام (1993) أسفرت العديد من النماذج والمؤشرات التي من شأنها معرفة مدى تقدم هذا القطاع مقارنةً بباقي القطاعات الأخرى، ومن أهم هذه النماذج النظرية التي تناولت التنافسية السياحية الآتي:

أولاً- نموذج Porter: تمثل كتابات (Porter) سلسلة القيمة، الإستراتيجيات العامة للتنافس، نموذج القوى الخمسة في ثمانينات القرن المنصرم خطوة مهمة جداً لدراسة الميزة النسبية بعد أعمال مدرسة هارفارد (Harvard)، إن إطار العمل الذي طوره (Porter) يسمح للمؤسسة بتحليل القوى التنافسية في بيئة الصناعة بهدف التعرف على الفرص والتهديدات، وحسب رأيه إن تفاعل القوى الخمس التي هي: شدة المزاومة بين المنافسين في الصناعة، تهديد المنتجات البديلة، تهديد الداخلين الجدد في الصناعة، قوة التفاوض أو المساومة مع الموردين أو العملاء، سوف يؤثر في الربحية داخل الصناعة، التي تختلف من مؤسسة لأخرى لعدة أسباب منها: تركيبة الصناعة أو العوامل المختلفة التي تؤثر في هذه الصناعة، ومن ثم يمكن إيجاز هذه القوى التي قدمها Porter كما يلي (Porter, 2008: 27):

1. درجة المنافسة (Degree Of Rivalry): إذ يشير هذا المفهوم إلى حالة الصراع التنافسي بين المؤسسات في صناعة معينة، لتحقيق التفوق والحصول على الحصة السوقية الأكبر، إن هذا الصراع من الممكن أن يتم باستخدام أساليب متنوعة منها الجودة والتركيز على الأداء، التصميم، خدمات ما بعد البيع، وإن كثافة وحدة المنافسة في صناعة ما تُعد محدداً قوياً مهماً لربحية وجاذبية تلك الصناعة بوصفها تتطلب التخفيض في الأسعار وزيادة في النفقات وبذلك تشكل تهديداً قوياً للربحية.

2. البدائل (Substitut): تتمثل هذه البدائل بالمنتجات البديلة التي تعرضها مؤسسات في صناعات أخرى، بإمكانها إشباع حاجات مماثلة للمستهلك، ومن ثم هذه القوة سوف تؤثر في ربحية الصناعة، كونها سوف تشكل تهديداً تنافسياً قوياً يؤثر في السعر الذي تفرضه المؤسسة في صناعة ما ومن ثم تتأثر ربحيتها.

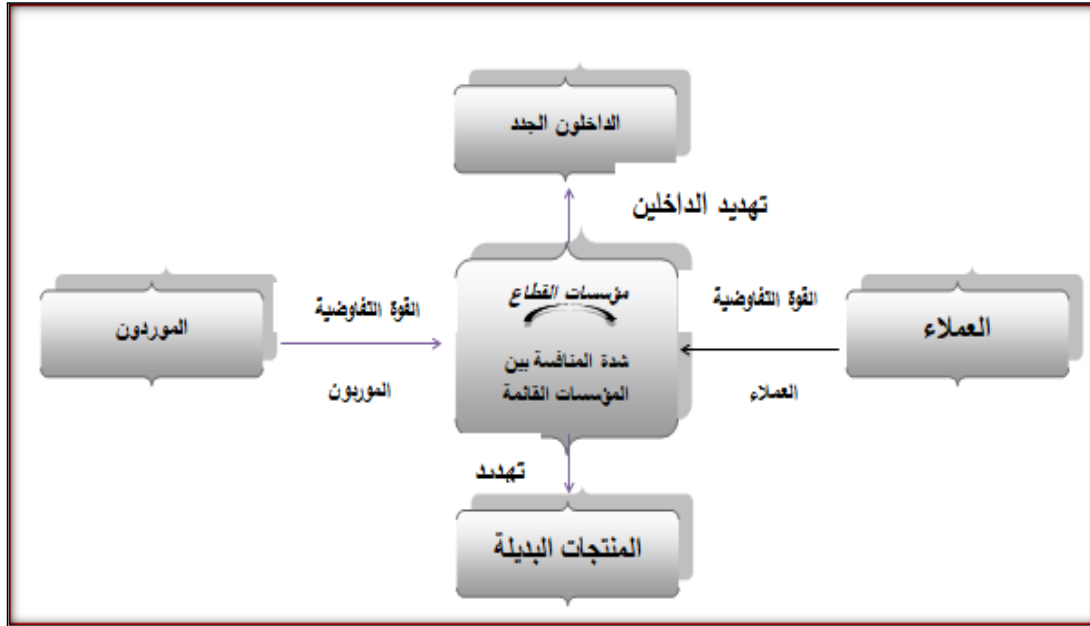
3. عوائق دخول المنافسين إلى السوق (Barriers To Entry): إن دخول مؤسسة معينة إلى صناعة ما سوف يؤثر في حصص المؤسسات الأخرى العاملة في المجال نفسه من خلال إرتفاع عوائق الدخول

وتتمثل هذه الأخيرة في: الولاء للعلامة التجارية من خلال تفضيل المستهلكين منتجات المؤسسات الحالية، أو مزايا التكلفة المطلقة التي تنشأ من ثلاثة مصادر هي (عمليات إنتاج متفوقة قد تكون محصلة خبرات سابقة أو براءة اختراع، أو التحكم في مدخلات معينة تتطلبها عملية الإنتاج مثلاً مهارات إدارية، أو إمكانية توفير مواد أرخص).

4. عدد الموردين: تحتاج المؤسسة للحصول على المدخلات اللازمة لإنتاج منتج معين، مثل المواد الخام أو اليد العاملة، ومن ثم لا بد أن يكون هناك مورد من أجل توريد هذه الاحتياجات، ومن ثم كلما كان الموردون أكثر كفاءة، أثر ذلك في ربحية المؤسسة، خاصة عندما يكون هناك إحتكار من قبل مورد واحد أو إتفاق بين مجموعة من الموردين في أسعار معينة.

5. عدد المشترين: إن القوة الشرائية للعميل تؤثر في ربحية المنشأة، فعندما تكون هناك سلسلة من المنافذ أمام العميل لشراء بضائعه تتشكل لديه قوة ضغط تساعد في الحصول على تسهيلات أكبر عند شراء المنتج، مقارنةً مع منفذ واحد أو اثنين.

الشكل - 9- نموذج القوى الخمس للتنافسية لـ Porter



المصدر: الشكل من عمل الباحث بالأعتماد على:

Porter M.E.(1985), Competitive Advantage – Creating And Sustaining Superior Performance, The Free Press, New York, P. 5.

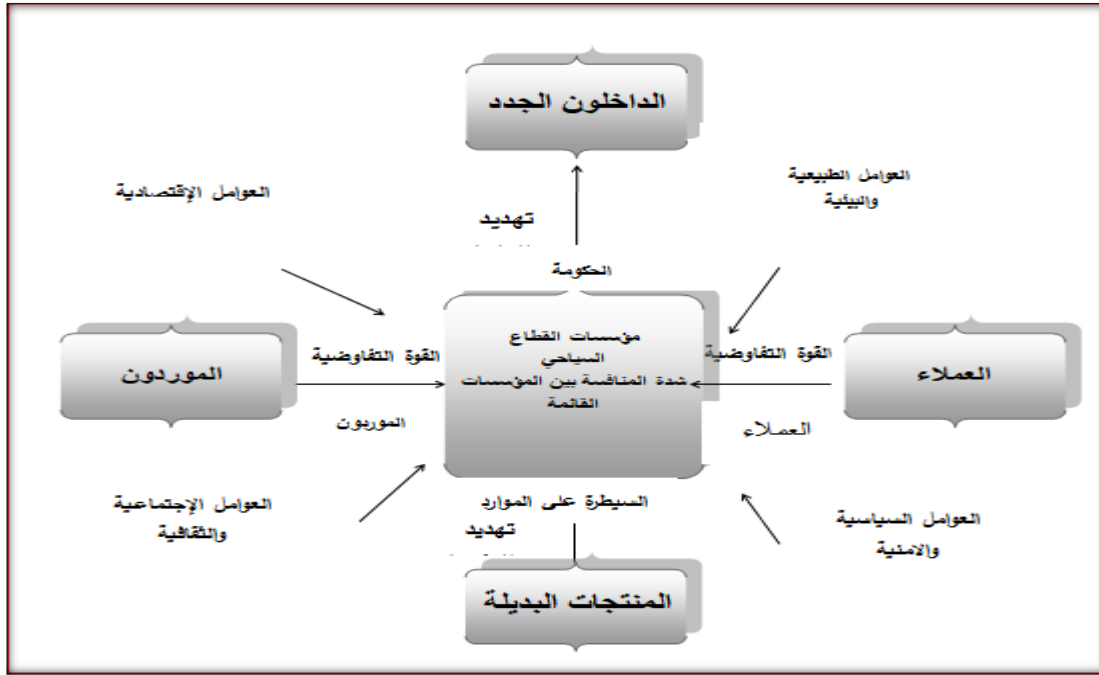
ومن ثم إن هذا النموذج الذي قدمه (Porter) يعتمد بدرجة أساسية على التنافسية الصناعية، وبذلك سوف تتم إضافة بعض العوامل حتى يمكن إعتماده في تنافسية القطاع السياحي وكالاتي (الراجحي، 2016: 131):

﴿الفصل الأول﴾ الإطار المفاهيمي للقدرة التنافسية السياحية، مؤشرات قياسها واتجاهاتها الاقتصادية

الإضافة الأولى: هي من خلال إضافة عامل مهم يتمثل في إجراءات الحكومة إذ يعد هذا العامل أحد القوى المهمة والمؤثرة في هيكل صناعة السياحة وقدرتها التنافسية، فالحكومة هي التي تسهم في تطوير البنى التحتية من سكك حديد ومطارات وطرق سواء كانت جوية، أم بحرية، كما يمكن أن تحدد من لديه الحق في إستثمار المرفق السياحي، كما تُعد العنصر الأساسي في تحديد الأسعار والتكاليف، ومن ثم تحقيق ميزة تنافسية لهذه المؤسسات السياحية من خلال الإستجابة لتصرفات الحكومة.

الإضافة الثانية: هي من خلال إضافة مجموعة من العوامل (طبيعية، إقتصادية، إجتماعية، سياسية، ثقافية، أمنية)، لما لهذه العوامل من تأثير كبير في هيكل القطاع السياحي وديناميكية التنافس.

الشكل - 10 - قوى التنافس في القطاع السياحي

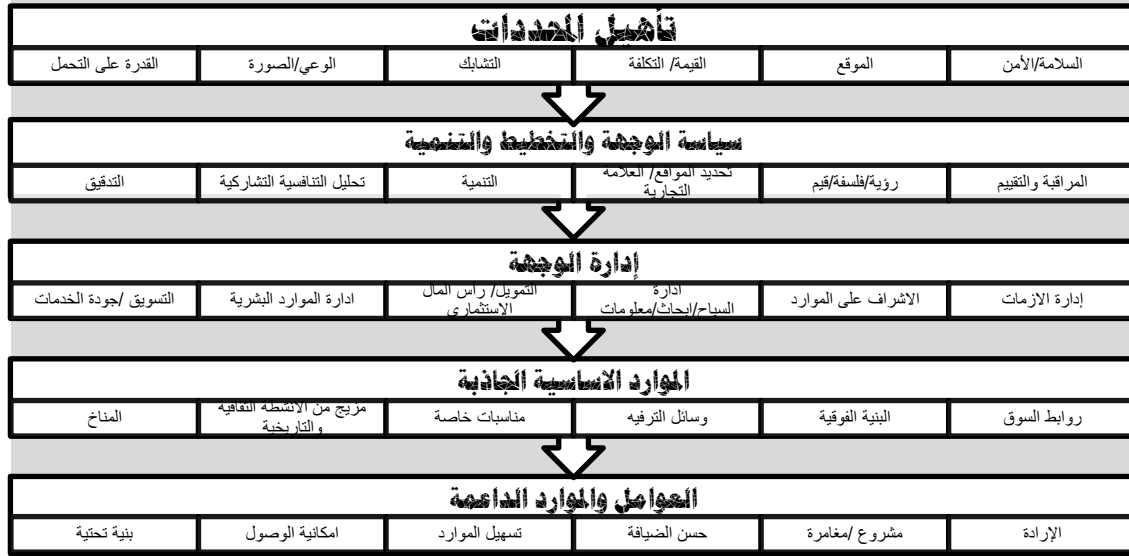


المصدر: الشكل من عمل الباحث بالأعتماد على:

Porter M.E.(1985), Competitive Advantage – Creating And Sustaining Superior Performance, The Free Press, New York, P. 5.

ثانياً: نموذج (Calgary): بدأ كل من (Ritchie And Crouch) دراسة طبيعة هيكل القدرة التنافسية للوجهة السياحية عام (1992)، إذ كان هدفهم تطوير مفاهيم الوجهة السياحية. إن هذا النموذج يقوم على نظريات الميزة النسبية والميزة التنافسية، وبهذا فقد طوراً نموذجاً مفاهيمياً لتمييز خصائص منافسة الوجهة السياحية كما في الشكل (11).

الشكل - 11 - نموذج كالجاري للقدرة التنافسية في السياحة



المصدر: الشكل من عمل الباحث بالاعتماد على:

Crouch, G. I. (2011). Destination Competitiveness: An Analysis Of Determinant Attributes. Journal Of Travel Research, 50(1), P29.

يضع النموذج العنقودي في قاعدته خمس مستويات رئيسة ومجموعة من السمات الفرعية وكالاتي (Crouch, 2007: 27-32): المستوى الأول يتمثل بالعوامل الداعمة للتأكيد على أن السياحة لايمكن أن تزدهر في غياب أساسيات نمو الصناعة العامة مثل البنية التحتية العامة الملائمة وإمكانات الوصول إلى الوجهة.

أما المستوى الثاني فيتمثل بالموارد الأساسية والمعالم السياحية التي تشمل مناطق الجذب الطبيعية والثقافية والتراثية وغيرها من الموارد والسمات التي يتم إنشاؤها مثل البنية التحتية للسياحة المتمثلة ب(مرافق الإقامة والمطاعم ومرافق النقل والمرافق الترفيهية والجذب السياحي كمدن الملاهي والمتاحف والمعارض الفنية وغيرها).

أما المستوى الثالث فيتمثل بإدارة الوجهة ويتضمن أنشطة مثل التسويق وتنمية الموارد البشرية والإشراف على الموارد التي تعد ضرورية للحكم والتأثير في العمليات الداخلية والخارجية.

المستوى الرابع مسؤولية تخطيط سياسة الوجهة وتطويرها للتأكيد على دورها في تزويد أصحاب المصلحة في السياحة برؤية وتوجيه موحد لوضع الوجهة في المواجهة (التحديات والفرص) التي توفرها المنافسة الدولية.

أما المستوى الأخير فيتمثل بمحددات التأهيل وهي التي تزيد أو تحد من القدرة التنافسية والتي تتمثل بالموقع، السلامة والأمن، التكلفة سواء كانت تكلفة نقل أم سعر صرف أم التكلفة المحلية للسلع والخدمات.

ثالثاً. نموذج (Dwyer And Kim): بدأ كل من دواير وكيم (2003) وانضم إليهما فيما بعد كل من دوير وميلور وليفيتش وإدواردز (2004) بالإسهام في تطوير نموذج عام للقدرة التنافسية للوجهة، أخذ نموذجهم في الاعتبار العناصر الرئيسة للقدرة التنافسية للوجهة كما اقترحها ريتشي وكراوتش (2003)، يحتوي هذا النموذج على العديد من المتغيرات في الإطار الشامل للقدرة التنافسية للوجهة، لكنه يختلف في بعض النواحي الأخرى عن النماذج السابقة من حيث إضافة سمة أخرى وهي شروط الطلب كمحدد مهم للقدرة التنافسية التي تبنى على توافق ميزات المنتج مع تفضيلات السائح. وفقاً لنموذج داوير وكيم تتكون القدرة التنافسية للوجهة من ست سمات هي كالآتي (Berdo, 2015: 28-29):

1. الموارد الموروثة: هي السمة التي تقيس القوة الجاذبية للوجهة السياحية من خلال وصفها للعناصر الأساسية التي تمثل قوة جاذبيتها، إذ تشكل مكونات هذه السمة الأسباب الأساسية التي تجعل السياح يختارون وجهتهم سواء كانت (موروثة) التي يمكن تصنيفها على أنها طبيعية (كالجبال، البحيرات، الشواطئ، الأنهار، المناخ) وموارد تراثية أم ثقافية تتمثل بـ (المواقع التاريخية، الفن التقليدي، النباتات والحيوانات، الخصائص الفنية والمعمارية... إلخ).
2. الموارد التي تم أنشاؤها: إذ تتكون هذه السمة من مجموعة من السمات الفرعية المدرجة التي تضم البنية التحتية السياحية، ومجموعة الأنشطة المتاحة الترفيهية، أو التسويقية التي تتمثل بـ (الحياة الليلية والمناسبات، المهرجانات الخاصة، ومرافق خدمات الطعام، المنتجات، الأنشطة الشتوية، كفاءة النقل، الكازينوهات، أنشطة المغامرات، الإقامة... إلخ).
3. العوامل والموارد الداعمة: المتمثلة بـ (ضيافة المقيمين، المؤسسات المالية، الاتصالات، سلوك مسؤولي الكمارك والهجرة، العلاقات بين المقيمين والزوار، مرافق الخدمات الصحية للسياح، وإمكانية الوصول إلى المقصد السياحي، متطلبات التأشيرة).
4. إدارة الوجهة: هي مجموعة العوامل التي تركز على الإدارة الفعالة للموارد الموروثة والمصنعة والعوامل الداعمة لزيادة القدرات الجاذبة التي تضم مجموعة من العوامل الفرعية سواء كانت أهمية جودة الخدمات، سياسات واضحة للوجهة نحو السياحة الاجتماعية، تطوير علامات تجارية فعالة للوجهة، الهيكل التعليمي لقطاع السياحة، كفاءة الشركات السياحية، جودة المشروعات

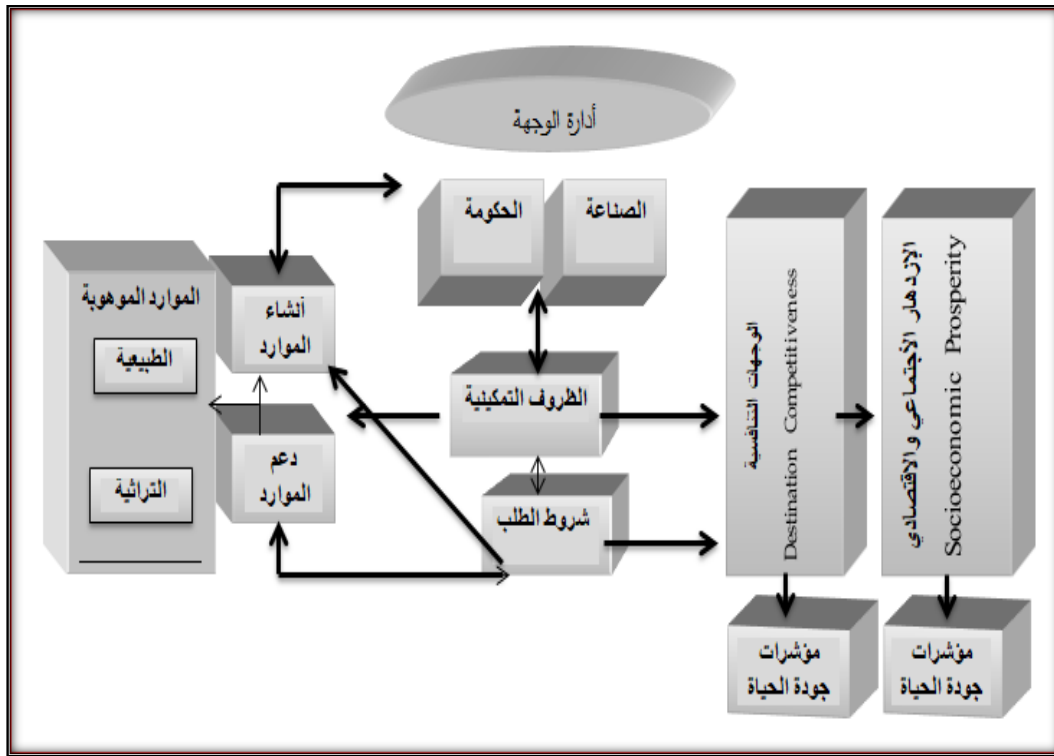
السياحية المحلية، زيادة الاستثمار الأجنبي المباشر في قطاع السياحة، التعاون الحكومي في تطوير السياسات السياحية.

5. الظروف التمكينية: إذ تعد هذه الظروف القوى المؤثرة في البنية الخارجية على القدرة التنافسية للوجهة، سواء كانت (اقتصادية أم إجتماعية، بيئية، سياسية، قانونية).

6. شروط الطلب: تضم ثلاثة عناصر رئيسة هي: الوعي بالطلب السياحي وإدراكه، فضلاً عن التفضيلات، إذ يمكن توليد الوعي بوسائل مختلفة بما في ذلك أنشطة التسويق.

ايضا من خلال الشكل (12)، نلاحظ وجود أسهم ثنائية الاتجاه تربط بين إنشاء الموارد ودعم الموارد للطلب وإدارة الوجهة، هذا يعني وجود ارتباط سببي ثنائي الاتجاه ومن ثم فإن السمات المحددة للموارد التي تم إنشاؤها والموارد الداعمة تؤثر في إدارة الوجهة ومن ثم في حجم الطلب والمضي بعدها إلى الازدهار الاقتصادي والاجتماعي.

الشكل - 12 - نموذج (Dwyer And Kim) لتطوير القدرة التنافسية



المصدر: الشكل من عمل الباحث بالاعتماد على:

Dwyer, L., & Kim, C. (2003). Destination Competitiveness: Determinants And Indicators. Current Issues In Tourism, 6(5), 378.

رابعاً: نموذج (Heath) (Azzopardi, 2011: 37-38) :

عَدَّ (Heath) في نموذجه أن السياحة وسيلة فعالة يمكن من خلالها التخفيف من حدة الفقر في البلدان، فضلاً عن تحقيق النمو المستدام (على شرط أن يصبح قطاع السياحة على جميع المستويات (المحلية والدولية) أولوية استراتيجية وأن يعالج بطريقة مستدامة وتنافسية دولياً. إذ طور أرني هيث نموذجه من خلال اعتماده عناصر من نماذج القدرة التنافسية الدولية لبورتر (1993)، والمكونات الرئيسية لنموذج ريتشي وكروش (2003)، فضلاً عن مؤشرات من داوير وكيم (2003).

ويدعي هيث أن النماذج المذكورة أنفاً لا توفر معالجة متكاملة عن مختلف القضايا المحيطة بمفهوم التنافسية للقطاع السياحي، ولا تركز بشكل كافٍ على محركات النجاح الرئيسية (الأشخاص) والروابط الحيوية المهمة مثل (الإدارة، الاتصالات، المعلومات) التي يجب مراعاتها عند تطوير إطار عمل شامل للتنافسية المستدامة للوجهة.

يتم تقديم النموذج على شكل منزل مع أساسات هذا المنزل من (الأسمت، كتل البناء، السقف). تتكون هذه الأساسات من عوامل الجذب الرئيسية مثل (الطبيعية، الثقافية والتاريخية، الأحداث الترفيهية، وما إلى ذلك)، وكيفية إدارتها من خلال توفير العوامل التمكينية مثل (البنية التحتية، المطارات، الطرق، اللوحات التعريفية.. إلخ)، ومعالجة الأمور غير القابلة للتفاوض مثل (القضايا الشخصية، قضايا السلامة، الصحة)، والتركيز على معززات التجربة مثل (الضيافة، التميز بالخدمة).

أما مصطلح الأسمت الذي ذكر في النموذج فيعبر عنه (Heath) بأنه الذي يربط جوانب القدرة التنافسية ويشمل قنوات الإتصال المستمرة والشفافة، الموازنة بين مشاركة أصحاب المصلحة المباشرة وغير المباشرة، إدارة المعلومات والبحث، إدارة المؤشرات والمعايير التنافسية).

أما كتل البناء (التي تعمل على تحقيق التأزر والتوازن في التنمية) فقد عدها (Heath) ضرورية لتحقيق السياحة في الوجهة وتشمل هذه: سياسة وإطار التنمية المستدامة (الإطار التشريعي، والمبادئ البيئية المستدامة، وإطار استراتيجية تسويق الوجهة الذي يتمثل في (صورة الوجهة، العلامة التجارية، تحديد المواقع التنافسية، الهدف، التسويق، إدارة الطلب، إستراتيجيات التسويق المبتكرة، إدارة رضا الزوار). أما السقف فقد عبر عنه (Heath) بـ (الرؤية، القيادة السياحية المشتركة، القيم والمبادئ التوجيهية، روح المبادرة، تنمية الموارد البشرية).

الشكل - 13 - نموذج (Heath) نحو تحقيق الاستدامة في القطاع السياحي



المصدر: الشكل من عمل الباحث بالاعتماد على:

Heath, E. T. (2003). Towards a model to enhance destination competitiveness: A Southern African perspective p9..

1-2-3: المؤشرات العالمية لقياس تنافسية السياحة

تعددت التقارير العالمية التي تناولت قياس التنافسية من خلال المؤشرات التي تغطي عدداً كبيراً من بلدان العالم، ومن ثم سوف نتطرق إلى أهم هذه المؤشرات التي أهتمت بشكل مستقل بقياس التنافسية الدولية لقطاع السياحة والسفر وكالاتي:

أولاً: مرصد التنافسية السياحية (TCM) Tourism Competitiveness Monitor

يُعد مرصد التنافسية السياحية (TCM) أداة مهمة تسمح برصد وقياس التنافسية السياحية للبلدان، وهو عبارة عن جهد مشترك بين المجلس العالمي للسياحة والسفر ومعهد كريستن ديهان لبحوث السياحة والسفر، يغطي أكثر من (200) دولة في العالم، كما يتم من خلاله إجراء المقارنات بين الدول من خلال استخدام مجموعة واسعة من المفاهيم التي تم تعميمها كمؤشرات للتنافسية بشكل عام وهي تنافسية السعر، جودة البيئة، تنمية البنية التحتية، التكنولوجيا، الموارد البشرية، التنمية الاجتماعية، التنمية البشرية السياحية، وكالاتي (أمين، 2017: 47-48):

1. مؤشر السعر: يعبر هذا المؤشر عن أسعار السلع الرئيسية المستهلكة من قبل السياح (كالأقامة، تأجير السيارات، الترفيه.. إلخ)، وبالنظر إلى عدد الدول التي يتضمنها مرصد التنافسية، ومن ثم يصعب الوصول إلى مثل هذه المعلومات التفصيلية، ولذلك فإن عامل السعر على وفق هذا المؤشر يتكون من مركبين، الأول: مؤشر أسعار الفنادق الذي يعبر عن متوسط أقل الأسعار للغرف بمختلف الفنادق والدرجات وتعديل هذه الأسعار حسب الجودة من خلال الاعتماد على أسعار الفنادق الرئيسية في جميع انحاء العالم. المركب الآخر يقاس بمؤشر القوة الشرائية للعملة التي تعدل حسب آثار سعر الصرف وبذلك فإن هذا المؤشر يعكس مؤشر القوة الشرائية المتعادلة الفوارق في الأسعار وليس أسعار الصرف ذاتها.

2. مؤشر جودة البيئة: إن جودة البيئة اليوم تُعد من أساسيات المقصد السياحي، ولاسيما مع عدد متزايد من السياح الأكثر وعياً، يجسد هذا المؤشر نوع المحيط المادي والمدى الذي تدعم وتشارك به الدولة في إدارة البيئة، يجمع هذا المؤشر بين الكثافة السكانية وانبعاث ثاني أكسيد الكربون والمصادقات على المعاهدات البيئية.

3. مؤشر تنمية البنية التحتية: يرتبط هذا المؤشر بتحسين المرافق الصحية وتنمية الطرقات، ويتحدد من خلال الطول الإجمالي للطرق في الدولة بالمقارنة مع الطول المتوقع والمضروب بمجموعة عناصر هي (حجم السكان، الكثافة السكانية بالنسبة إلى دخل الفرد، التحضر). كما تتضمن البنية التحتية بعض المتغيرات ذات الصلة بالسياحة منها خطوط السكك الحديدية، المطارات، نظم الاتصالات، وغيرها.

4. التكنولوجيا: من خلال استخدام الطرائق التكنولوجية الحديثة والمتمثلة بالإنترنت، الهواتف النقالة، الخطوط الهاتفية الرئيسية.
5. مؤشر الموارد البشرية : يقيس هذا المؤشر جودة القوى العاملة في بلد الوجهة، من حيث التعليم والمعايير المتعلقة بها.
6. مؤشر التنمية السياحية: يقيس هذا المؤشر مدى تحقيق التنمية على مستوى النشاط السياحي، ويحسب كمتوسط بسيط لمؤشر آثار السياحة ومؤشر المشاركة السياحية .
- مؤشر آثار السياحة: يحسب من خلال مجموع الإيرادات وانفاق السياح كنسبة من (GDP)، هذا يعني إن هذا المؤشر يقيس الأثر المباشر للسياحة في الإقتصاد.
- مؤشر المشاركة السياحية: يقيس مشاركة الأشخاص في النشاطات السياحية ويقدر من خلال مجموع السياح الوافدين والمغادرين كنسبة من سكان البلد.

ثانياً- مؤشر التنافسية العالمي للسياحة والسفر (TTCI)

يُعد هذا المؤشر عبارة عن دراسة تصدر من قبل المنتدى الإقتصادي العالمي (World Economic Forum) ،ضمن تقرير سنوي يطلق عليه (تقرير التنافسية العالمي للسياحة والسفر)، يمثل هذا التقرير معياراً لتقييم الأداء للدول مقارنةً بغيرها من دول العالم ،إذ صدر أول تقرير من المنتدى الإقتصادي العالمي حول السياحة والسفر عام(2007) وشاركت فيه(10) بلدان عربية من مجموع (124) دولة، إذ يبين تحليل النتائج مدى تقدم أو تراجع مرتبة الدولة في تنافسية السياحة والسفر خلال سبعة التقارير الماضية من عام2007 إلى عام2019 والمؤشرات والمتغيرات التي أدت إلى التقدم أو التراجع في القطاع السياحي، من أجل الوقوف على نقاط القوة والضعف لها،ومن ثم يكون الهدف من إعداد هذا التقرير هو قياس وتحديد العوامل والسياسات التي تعمل على تطوير القطاع السياحي.

أهمية هذا التقرير تبرز في كونه يصنف الدول في مؤشرات تعبر عن مدى توفر البيئة الداعمة للسياحة من خلال الإجراءات والنظم والبنى التحتية والموارد البشرية والطبيعية وغيرها. إن المتتبع لتقارير القدرة التنافسية للسياحة والسفر سوف يجد اختلاف في تقسيمات مؤشرات هذه القدرة، إذ نلاحظ في تقارير الأعوام(2007-2013) ثلاثة معايير رئيسة هي:الإطار التنظيمي والقانوني، البنية التحتية وبيئة الأعمال،الموارد الطبيعية البشرية والثقافية، تضم(14) مؤشر وكما موضح في الشكل(14).

﴿ الفصل الأول ﴾ الإطار المفاهيمي للقدرة التنافسية السياحية، مؤشرات قياسها واتجاهاتها الاقتصادية

الشكل -14 - هيكل مؤشرات القدرة التنافسية للسياحة والسفر حسب التقرير العالمي للعام 2013

الموارد الطبيعية، البشرية، الثقافية	البنية التحتية وبيئة الأعمال	الإطار التنظيمي والقانوني
- الموارد البشرية - الإفتاح على السياحة الوطنية - الموارد الطبيعية - الموارد الثقافية	- البنية الأساسية للنقل البري - البنية التحتية للسياحة - البنية الأساسية للاتصالات والمعلومات - تنافسية الأسعار	- سلسلة الواجبات والتعليمات - الأنظمة البيئية - الأمن والسلامة - معايير الصحة والنظافة - أولويات السياحة والسفر

Source: World Economic Forum(2013), Report The Travel & Tourism competitiveness, Geneva , P 8

من خلال الجدول (4) نلاحظ أن دولة الإمارات العربية احتلت الصدارة عربياً في تقارير التنافسية المذكورة آنفاً وحصولها على رتب متقدمة دولياً، فقد حلت في المرتبة (18) من مجموع (124) دولة في تقرير 2007، والمرتبة (33) دولياً من مجموع (133) دولة في عام 2009، أما في تقرير 2011 فقد حلت في المرتبة (30) دولياً من مجموع (139) دولة، والرتبة (28) من مجموع (140) دولة في تقرير عام 2013.

الجدول - 4 - نتائج مؤشرات القدرة التنافسية للسياحة والسفر حسب التقرير العالمي (TTCI) للدول العربية (2007-2013)

الدول/ السنوات	تقرير 2007		تقرير 2009		تقرير 2011		تقرير 2013	
	عربيا	دوليا	عربيا	دوليا	عربيا	دوليا	عربيا	دوليا
	10	124	14	133	15	139	13	140
الإمارات	1	18	1	33	1	30	1	28
تونس	2	34	4	44	4	47	..	..
قطر	3	36	2	37	3	42	2	41
الأردن	4	46	5	54	7	64	5	60
البحرين	5	47	3	41	2	40	3	55
المغرب	6	57	9	75	10	78	8	71
مصر	7	58	6	64	9	75	9	85
الكويت	8	67	11	95	11	95	10	101
موريتانيا	9	92	14	127	15	136	13	134
الجزائر	10	93	13	115	13	113	11	132
سوريا	..	..	10	85	12	105	..	..
عمان	..	..	7	68	5	61	4	57
السعودية	..	..	8	71	6	62	6	62
ليبيا	..	..	12	112	14	124	..	..
لبنان	..	..	..	..	8	70	7	69

Source: World Economic Forum(2007,2008,2009,2011,2013), Report The Travel & Tourism competitiveness, Geneva. different pages

أما بالنسبة للتقارير الأخرى التي صدرت بعد عام 2013 منها تقارير (2015، 2017، 2019)، فإنها قسمت مؤشرات القدرة التنافسية للسياحة والسفر إلى (4) مؤشرات رئيسية كما هو مبين في الشكل الآتي:

الشكل -15- هيكل مؤشرات القدرة التنافسية للسياحة والسفر حسب التقرير العالمي للعام 2015

الموارد الطبيعية والثقافية	البنية التحتية	السياسات والظروف التمكينية	البيئة التمكينية
- الموارد الطبيعية - الموارد الثقافية	- البنية الأساسية للنقل البري والبحري - البنية التحتية للنقل الجوي - البنية التحتية للخدمات السياحية	- تحديد أولويات السفر والسياحة - الإففتاح الدولي - القدرة التنافسية السعرية - الأسدامة البيئية	- بيئة العمل - السلامة والأمن - النظافة والصحة - الموارد البشرية وسوق العمل - الجاهزية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات

Source: World Economic Forum, (2017) Report The Travel & Tourism Competitiveness, Geneva , p353-361.

ومن ثم من خلال هيكل مؤشرات القدرة التنافسية للسياحة والسفر كما في الشكل المذكور أنفاً قام المنتدى الاقتصادي العالمي بتحديد أهم محددات القدرة التنافسية للقطاع السياحي من خلال (14) عموداً أطلق عليها بالأعمدة الاربعة عشر للتنافسية السياحية (The 14 Pillars of Competitiveness) وهذه الأعمدة هي (Calderwood, 2019: 86-89):

العمود الأول - بيئة العمل: أي قدرة الدولة على إيجاد بيئة مواتية للشركات للقيام بالاعمال التجارية وتشجيع الاستثمار في القطاع السياحي، فضلاً عن وضع اللوائح والنظم والأطر القانونية التي تحمي المستثمر وتحفظ حقوق ملكيته ومن ثم تؤدي إلى قدرة تنافسية لبيئة العمل بين الدول.

العمود الثاني - الأمن والسلامة: تُعد كلا من السلامة والأمن ركيزة أساسية في تحديد القدرة التنافسية في قطاع السياحة أو التنافسية الدولية، فالمستثمر والسائح يريدان بدايةً أن يكون الأمن والسلامة في البلد سواء كان للسياحة أم للاستثمار، ومن ثم فهي تأخذ بنظر الاعتبار إنتشار الجريمة والعنف، وكذلك الإرهاب، وإلى أي مدى يمكن الاعتماد على أجهزة الشرطة في توفير الحماية من الجريمة.

العمود الثالث - الصحة والنظافة: إن القطاع الصحي في الدولة مرتبط ارتباطاً وثيقاً بالسياحة كما هو الحال مع القطاعات الاقتصادية الأخرى، لذا فإن تأثير الصحة والنظافة العامة على القدرة التنافسية للسياحة تأتي من أهمية ذلك على السائح الذي سوف يتأثر بالامكانات الصحية المتوفرة في البلد الذي سيزوره السائح.

العمود الرابع- الموارد البشرية وسوق العمل: يتكون هذا العمود من نوعين من المتغيرات، الأول متغيرات لتأهيل القوى العاملة، والثاني متغيرات سوق العمل، ومن ثم يجب على الدولة العمل على تشجيع سوق العمل وربطه بتطوير وتدريب الموارد البشرية بما يتماشى مع متطلبات العصر.

العمود الخامس- جاهزية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات: يتم من خلال هذا العمود تحديد نقاط قوة وضعف الدول في مجال جاهزية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وكذلك تقييم مدى تقدمها في هذا الاتجاه التي تعد من الضروريات لراحة السائح.

العمود السادس- تحديد أولويات السياحة والسفر: يبين هذا العمود إلى أي مدى تعطي الحكومة الأولوية لقطاع السياحة وتوجيه الأموال لمشروعات التنمية الأساسية وتنسيق الجهات الفاعلة والموارد اللازمة لتطوير هذا القطاع، ومدى سياسة الحكومة في التأثير بقدرة القطاع على جذب المزيد من الاستثمارات، فضلاً عن توقيت واكتمال تقديم بيانات هذا القطاع للمنظمات الدولية، وقياس جاذبية العلامة التجارية لكل دولة من منظور سياحي.

العمود السابع- الانفتاح الدولي: إن تطوير القطاع السياحي يتطلب درجة معينة من الانفتاح دولياً وتسهيل السفر في السياسات التقييدية مثل متطلبات تأشيرة مرهقة يقلل رغبة السياح في زيارة البلاد بشكل غير مباشر، والحد من توافر الخدمات الأساسية. وتشمل مكونات هذا العمود دخولاً للحكومة في اتفاقيات الخدمات الجوية الثنائية، مما يؤثر في توافر المواصلات الجوية للبلاد، وعدد من اتفاقيات التجارة الإقليمية، وامكانات الوكلاء لتقديم خدمات السياحة.

العمود الثامن- تنافسية الأسعار: إن انخفاض التكاليف المتعلقة بالسفر في دولة ما تزيد من جاذبيتها بالنسبة للكثير من المسافرين، فضلاً عن تشجيع الاستثمار في القطاع ومن بين جوانب القدرة التنافسية التي تؤخذ في الاعتبار التكلفة النسبية للإقامة في الفنادق، تكاليف المعيشة وتكاليف أسعار الوقود التي تؤثر بشكل مباشر في تكاليف السفر.

العمود التاسع- الاستدامة البيئية: إن تعزيز الاستدامة البيئية هي ميزة تنافسية مهمة في ضمان جاذبية البلد في المستقبل من أجل توفير موقع جذاب وسياحي، ومن ثم يأخذ هذا العمود بنظر الاعتبار موارد الغابات، وتقييم حالة المياه، وضغط الصيد الساحلي، وأولويات التنمية المستدامة في استراتيجيات الحكومة.

العمود العاشر- البنية التحتية للنقل الجوي: تعد العلاقة بين النقل الجوي والسياحة علاقة اتصال وتفاعل، فهناك علاقات بين عدد السياح ونوعيتهم وأنواع الطائرات القادمة بهم، وكذلك بينهم وبين المطارات وبنيتها التحتية ومستويات الأسعار للخدمات المقدمة، إذ تسهم البنية التحتية الجيدة للنقل الجوي في جذب حركة السياحة، إذ تمثل محفزات لحركة النقل الجوي في المطارات صاحبة البنية الأفضل.

العمود الحادي عشر - البنية التحتية للنقل البري والبحري: لقد ارتبط النقل في التنافسية السياحية بين منظومتين كبيرتين من منظومات النشاط الاقتصادي، الأولى منظومة النقل بوصفه جزءاً لا يتجزأ منها، والثانية منظومة السياحة التي تمثل النقل أهم أضلاعها وشرطاً لازماً لوجوده، فالسياحة لا يمكن أن تنمو أو تقوم دون الإعتماد على وسيلة أو أخرى من وسائل النقل، البري والبحري.

العمود الثاني عشر - البنية التحتية للخدمات السياحية: يبين هذا العمود مستوى البنية التحتية للخدمات السياحية مستنداً إلى مجموعة من المتغيرات تتمثل في عدد مراكز الإيواء، عدد غرف الفنادق، مدى وجود الشركات لتأجير السيارات، فضلاً عن وجود خدمات مصرفية وأجهزة الصراف الآلي، ولهذا فإن الحديث عن تنافسية القطاع السياحي مرهون بالخدمات التي يقدمها.

العمود الثالث عشر - الموارد الطبيعية: يؤكد هذا العمود على الثروات والموارد الطبيعية الموجودة في الدولة التي تشكل ميزة تنافسية لرفع معدلات الجذب السياحي بما في ذلك عدد مواقع التراث العالمي الطبيعي اليونسكو، ونسبة المناطق المحمية على المستوى الوطني.

العمود الرابع عشر - الموارد الثقافية: يؤكد هذا العمود على الموارد الثقافية التي من أهمها عدد مواقع التراث العالمي الثقافي الموجودة في الدولة، فضلاً عن التراث الثقافي الشفهي وغير المادي.

وعلى الرغم من وصفنا للأعمدة الأربعة عشر بشكل منفصل إلا أننا فعلنا ذلك لأغراض توضيحية فقط، وهذا يجب أن لا يحجب حقيقة أن هذه العوامل ليست مستقلة، فهذه العوامل متعلقة بعضها ببعض الآخر، فضلاً عن أن بعضها يعزز بعضها الآخر، فمثلاً لا يمكن وجود بيئة عمل (العمود الأول) مواتية للشركات للقيام بالاعمال التجارية وتشجيع الاستثمار بدون وجود الأمن والسلامة (العمود الثاني)، أو في غياب بنية تحتية شاملة ومتطورة.

ومن ثم من خلال الجدول (5) الذي يبين نتائج مؤشرات القدرة التنافسية للسياحة والسفر حسب التقرير العالمي (TTCI) للدول العربية (2015-2019) نلاحظ بقاء الصدارة عربياً دائماً للإمارات العربية واحتلالها المرتبة (33) من (140) دولة وهي رتبة متقدمة جداً إذا ما قورنت بباقي الدول العربية. تذيلت القائمة اليمن في تقرير عام 2019 بحصولها على رتبة (140 من 140) دولة على الرغم ما تذخر به من تاريخ حافل بالحضارات وبالكثير من الموارد الطبيعية.

﴿الفصل الأول﴾ الإطار المفاهيمي للقدرة التنافسية السياحية، مؤشرات قياسها واتجاهاتها الاقتصادية

الجدول - 5 - نتائج مؤشرات القدرة التنافسية للسياحة والسفر حسب التقرير العالمي (TTCI) للدول العربية (2015-2019)

الدول	تقرير 2015		تقرير 2017		تقرير 2019	
	عربيا	دوليا	عربيا	دوليا	عربيا	دوليا
	14	141	14	136	14	140
الإمارات	1	24	1	29	1	33
تونس	8	79	9	87	9	85
قطر	2	43	2	47	2	51
الأردن	7	77	8	75	8	84
البحرين	3	60	3	60	4	64
المغرب	4	62	5	65	6	66
مصر	9	83	7	74	5	65
الكويت	11	103	11	100	10	96
موريتانيا	13	137	14	132		
الجزائر	12	123	12	118	12	116
عمان	6	65	6	66	3	58
السعودية	5	64	4	63	7	69
لبنان	10	94	10	96	11	100
اليمن	14	138	13	136	13	140

Source: World Economic Forum(2015,2017,2019), Report The Travel & Tourism competitiveness, Geneva. different pages

(3-1): السياحة الدولية (الاتجاهات، والأهمية الاقتصادية)

1-3-1: اتجاهات الحركة السياحية العالمية

أولاً: تطور التدفقات السياحية البشرية والنقدية

شهدت التدفقات السياحية في جانبها البشري تطورات سريعة، إذ نمت السياحة خلال المدة (2019-2007) من (919.9) مليون سائح إلى (1461.1) مليون سائح وصل معدل النمو (58.83%) خلال هذه الفترة، وتوزع معدل النمو بين قارات العالم بنسب متفاوتة ويبين الجدول (6) إجمالي أعداد السياح في العالم حسب التوزيع الجغرافي لكل قارة.

الجدول - 6 - تدفق عدد السياح الدوليين للمدة (2019/2007) (مليون)

السنة/ القارة	2007	2019	معدل النمو للمدة 2019-2007
أوروبا	487	742.3	52.42%
آسيا والباسفيك	184.5	363.6	97.07%
أمريكا	147.1	220.1	49.63%
أفريقيا	45.7	71.2	55.80%
الدول العربية	55.6	63.9	14.93%
العالم	919.9	1461.1	58.83%

Source :World Tourism Organization,(2020), Tourism Statistics Dataset, Spain.

من خلال الجدول نلاحظ أن عدد السياح الوافدين عبر مختلف قارات العالم يمثل أرقاماً لا يستهان بها، مما يعكس قوة جذب المجال السياحي للأشخاص، كما نلاحظ أن السياحة القادمة إلى القارات قد توزعت بنسب متفاوتة خلال المدة (2019-2007)، إذ تتركز العدد الأكبر في أوروبا نحو (742,3) مليون سائح في عام 2019، بعد أن كان نحو (487) مليون سائح في العام 2007 وبمعدل نمو بين المديتين بلغ نحو (52.42%).

في حين بلغ معدل نمو أعداد السائحين الوافدين في آسيا والباسفيك (97.07%) بزيادة عدد السياح من (184.5) إلى (363.6) مليون سائح للمدة نفسها المذكورة آنفاً. أما في أمريكا فقد بلغ نحو (49.63%) بزيادة عدد السياح من (147,1) إلى (220,1) مليون سائح، في حين بلغ (55.80%) في القارة الأفريقية، إذ ارتفع عدد السياح الوافدين من (45.7)، إلى (71.2) ملايين سائح. أما بالنسبة لمنطقة الدول العربية فبقدر ما تزخر به من إمكانات سياحية، إلا أن معدل النمو فيها هو من أضعف معدلات النمو الذي بلغ نحو (14.93%) خلال مدة الدراسة فضلاً عن عدد السياح الذي بلغ (63,9) مليون سائح في العام 2019، بعد أن كان نحو (55,6) ملايين سائح في العام 2007، أي بمعدل تغيير بسيط وهذا بسبب ما شهدته دول المنطقة من تزعزع أمني وحروب تسببت في تغيير السياح إلى وجهات أخرى.

﴿الفصل الأول﴾ الإطار المفاهيمي للقدرة التنافسية السياحية، مؤشرات قياسها واتجاهاتها الاقتصادية

إن تطور التدفقات السياحية في جانبها البشري يتبعها من دون شك تطور في التدفقات النقدية، إذ يشير الجدول (7) إلى أن الدخل المتولد من السياحة الوافدة يعكس مستويات أداء إيجابية خلال المدة (2007-2019) في جميع الاقاليم الاقتصادية.

الجدول - 7- تطور إيرادات السياحة حسب القارات خلال المدة (2007-2019) (مليار دولار)

السنة/ القارة	2007	2019	معدل النمو للمدة 2019-2007	القارة/العالم 2019
أوروبا	434.3	575.1	32.4%	38.76
آسيا والباسفيك	186.7	442.1	136.8%	29.80
أمريكا	171.7	353.5	105.9%	23.82
أفريقيا	29.5	39.1	32.5%	2.64
الدول العربية	35	74	111.4%	4.98
العالم	857.2	1483.8	73.1%	100.00

Source :World Tourism Organization,(2020), Tourism Statistics Dataset, Spain.

إذ نلاحظ أن إيرادات قارة أوروبا قد بلغت (434.3) مليار دولار أمريكي عام 2007 وارتفعت إلى (575.1) مليار دولار عام 2019، وأستحوذت أوروبا على (38.76%) من الإيرادات السياحية العالمية لعام 2019، فيما بلغ معدل نمو إيراداتها نحو (32.4%) خلال مدة الدراسة.

وبلغت إيرادات منطقة آسيا والباسفيك (442.1) مليار دولار أمريكي، وبلغ نصيبها من الإيرادات السياحية العالمية (29.80%) للعام 2019، ووصل معدل نموها إلى (136.8%) عند مقارنة عام 2007 بعام 2019. وأرتفع نصيب القارة الأمريكية من إيرادات السياحة من (171.7) مليار دولار أمريكي عام 2007 إلى (353.5) مليار دولار أمريكي عام 2019، فيما بلغ نصيبها من الإيرادات السياحية العالمية للعام نفسه نحو (23.82%)، فيما نمت إيراداتها بمعدل (105.9%) خلال مدة الدراسة. كما ارتفعت إيرادات قارة أفريقيا من (29.5) مليار دولار أمريكي عام 2007 إلى (39.1) عام 2019 بمعدل نمو للإيرادات السياحية بلغ (32.5%) خلال المدة 2019/2007، ومثلت إيرادات أفريقيا (2.64%) من الإجمالي العالمي للإيرادات السياحية لعام 2019.

أما إيرادات الدول العربية من السياحة الدولية فقد بلغت (35) مليار دولار أمريكي عام 2007 لتصل إلى (74) مليار دولار أمريكي عام 2019، وبلغ معدل نمو إيراداتها (111.4%)، فيما تمثلت حصتها من الإيرادات العالمية لعام 2019 نحو (4.99%).

يتبين مما سبق إن دول آسيا والباسفيك حققت أعلى معدل نمو خلال المدة (2007-2019) وجاءت الدول العربية في المرتبة الثانية من حيث معدل النمو الذي عكس معدلات نمو أكبر من معدلات النمو في عدد السائحين الوافدين بما يعكس زيادة متوسط أنفاق السائح الأمر الذي يمكن

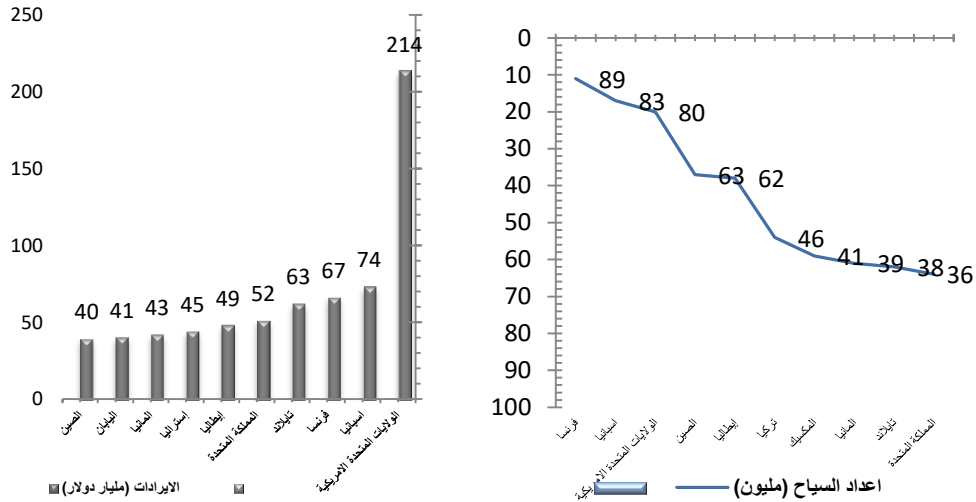
﴿الفصل الأول﴾ الإطار المفاهيمي للقدرة التنافسية السياحية، مؤشرات قياسها واتجاهاتها الاقتصادية

تفسيره على أنه تحسن في جودة الخدمة السياحية في المنطقة، وقد ينشأ ذلك أيضاً من زيادة عدد الليالي السياحية التي يقضيها السائحون الوافدون في دول المنطقة العربية.

كما توزعت الإيرادات السياحية والوافدين حول دول العالم المستقبلية للسياحة بنسب متفاوتة، إذ تصدرت الولايات المتحدة الأمريكية قائمة الدول الأكثر إستفادة من مداخل السياحة لعام 2019 نحو (214) مليار دولار، في حين تصدر فرنسا قائمة الدول الأكثر زيادة من حيث عدد السياح (89) ملايين سائح، والجدير بالملاحظة إن حجم التدفقات السياحية (البشرية) لا يعكس بالضرورة حجم التدفقات النقدية نفسها، ولهذا نجد أن الولايات المتحدة الأمريكية إستحوذت على نسبة إيرادات أعلى وعدد سياح أقل نتيجة لإرتفاع مستويات المعيشة.

الشكل -16-

توزيع (الإيرادات السياحية، عدد السياح) على المقاصد السياحية العشرة الأولى في العالم لعام 2019



المصدر: الشكل من عمل الباحث بالاعتماد على:

United Nations World Tourism Organization (UNWTO), (2019), World Tourism Barometer, Volume 19, Issue 6, November 2021.

أما على صعيد أكثر المدن المستقبلية للسياحة في العالم، فضلاً عن الأعلى مستوى من حيث الانفاق فقد تكون المدينة لا تنتمي إلى الدول الأكثر استقطاباً للسياح، فقد كشف تقرير أفضل مدن الوجهة العالمية لشركة (Mastercard Destination) التابعة للولايات المتحدة الأمريكية الخاصة والتي تُعد أحد مهامها تحليل بيانات السفر من خطوط الطيران وأعداد المسافرين، أن مدينة بانكوك (تايلاند) سجلت المرتبة الأولى عالمياً من حيث عدد الزوار لعام 2019 وللعام الرابع على التوالي، إذ بلغ عدد زوارها لعام 2019 نحو (22.78) مليون سائح قبل باريس (19.10) مليون سائح، ولندن (19.09) مليون سائح، ودبي (15.93) مليون سائح.

الجدول-8- أكثر المدن العالمية استقطاباً وإيراداً للسياح لعام 2019

أكثر المدن العالمية استقطاباً للسياح (مليون سائح)			أكثر المدن العالمية أنفاقاً للسياح (مليار دولار)		
الترتيب	المدينة	إجمالي الزوار الدوليين	الترتيب	المدينة	إجمالي الانفاق ()
1	باتوك	22.78	1	دبي	30.82
2	باريس	19.10	2	مكة	20.09
3	لندن	19.09	3	بانكوك	20.03
4	دبي	15.93	4	سنغافورة	16.56
5	سنغافورة	14.67	5	لندن	16.47
6	كوالا لپور	13.79	6	نيويورك	16.43
7	نيويورك	13.60	7	باريس	14.06
8	اسطنبول	13.40	8	طوكيو	13.77
9	طوكيو	12.93	9	مايوركا	12.69
10	انتانيل	12.41	10	فوكيت	12.01

Source: Robino, D. M. (2019). Global Destination Cities Index 2019. New York: Mastercard,p4-8

أما من حيث مستوى الانفاق فنلاحظ من خلال بيانات الجدول(8) أن إمارة دبي على الرغم من حصولها على المرتبة الرابعة عالمياً بين عدد الزوار، إلا أنها سجلت أعلى مستوى من الانفاق عالمياً، إذ بلغ انفاق سياح دبي بين ليلة وضحاها لعام 2019 نحو(30.82)مليار دولار من مجموع (38.41) مليار دولار الحجم الإجمالي للإيرادات السياحية في دولة الإمارات للعام نفسه، وتخلفت مكة وبانكوك وسنغافورة عن دبي نحو(20.09) و(20.03) و(16.56)مليار دولار أمريكي على التوالي للعام نفسه، ومن ثم هذه الزيادة الكبيرة في حجم انفاق السائح في دولة الإمارات العربية هي نتيجة حجم المعروض السياحي في الدولة.

أما بالنسبة لحركة السياحة العربية فإنها تتركز بأعداد كبيرة في ست دول عربية تمثلت بكل من (الإمارات،السعودية، مصر، البحرين، المغرب، تونس) إذ بلغ عدد الوافدين لكل من هذه الدول لعام 2019 نحو(27.01)،(15.3)،(13.01)،(12.4)،(10.3)،(9.4)ملايين سائح على التوالي، إلا أنه يصعب ترتيب الأهمية النسبية لكل واحدة من هذه الدول نظراً لتغير ترتيبها من سنة لأخرى حسب حركة السياحة العالمية، إلا أنها تبقى في صدارة المقاصد السياحية العربية.

وفيما يتعلق بالإيرادات السياحية، فنلاحظ إن دولة الإمارات قد تصدرت قائمة الدول العربية في إجمالي الإيرادات السياحية لعام 2019 وهو الترتيب نفسه من حيث عدد السياحة الوافدة، فيما جاءت المملكة السعودية ثانياً بإجمالي إيرادات سياحية بلغت(19,975) مليار دولار،وجاءت مصر في المرتبة الثالثة بإجمالي عائدات تقدر(12,704)مليار دولار، فيما جاءت المغرب رابعاً بإجمالي عائدات سياحية قدرت نحو (9,523) مليارات دولار.

﴿الفصل الأول﴾ الإطار المفاهيمي للقدرة التنافسية السياحية، مؤشرات قياسها واتجاهاتها الاقتصادية

أما عن التباين والاختلاف الملاحظ من حيث حجم السياحة الوافدة وحجم الإيرادات السياحية فهذا ناتج من عدة أسباب هي: الاختلاف في متوسط انفاق السائح اليومي من بلد لآخر بسبب إختلاف الأسواق السياحية فضلاً عن اختلاف نوعية السياحة وعدد الليالي السياحية التي يقيمها السائح الأمر الذي يبرر الانفاق المرتفع عكس باقي الدول الأخرى، فضلاً عن الأختلاف في الأنظمة الأحصائية وكيفية الحساب من دولة لأخرى، فضلاً عن وجود عوامل أخرى منها الاختلاف في جودة الخدمات السياحية، والاختلاف في أسعار الصرف لل عملات الوطنية مقارنةً بالعملات الأجنبية الأخرى(علي، ومحمد، 2017: 148).

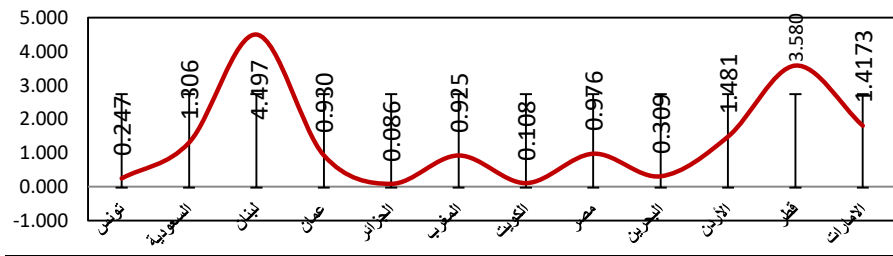
الجدول- 9- عدد السائحين الوافدين والإيرادات السياحية للدول العربية في عامي (2007-2019)

الترتيب Ranking	الإيرادات السياحية (مليار دولار)		الترتيب Ranking	عدد السائحين الوافدين (مليون سائح)		الدول Countries
	2019	2007		2019	2007	
1	38.41	6.07	1	27.1	7.1	الإمارات
6	6.444	4.1	12	1.8	1.2	قطر
7	6.221	2.354	8	4.2	3.4	الأردن
8	3.834	1.96	4	12.4	4.5	البحرين
3	12.704	9.15	3	13.01	10.6	مصر
11	919	501	7	8.5	4.4	الكويت
4	9.523	8.214	5	10.3	7.4	المغرب
12	175	336	9	2.03	1.7	الجزائر
10	2.975	899	10	3.2	1.2	عمان
5	8.994	4.237	11	2	1.01	لبنان
2	19.975	7.25	2	15.3	11.5	السعودية
10	3.48	3.251	6	9.4	6.7	تونس

Source :World Tourism Organization,(2008-2019), Tourism Statistics Dataset, Spain.

أما بالنسبة لعائدات السياحة العربية من كل سائح وافد لعام 2019 فمن خلال بيانات الشكل (17) نلاحظ أن أعلى عائدات سياحية مقابل الفرد الواحد كانت في لبنان نحو(4.497) دولار، تليها كل من دولة قطر، الإمارات،الأردن، السعودية، نحو(3.580)،(1.481)،(1.42)،(1.306) دولار على التوالي.

الشكل - 17- عائدات السياحة العربية من كل سائح وافد للعام 2019(دولار)



المصدر: الشكل من عمل الباحث بالأعتماد على بيانات الجدول(9).

أما قدرات الدول الاستيعابية في مجال الجذب السياحي وتوفيرها الخدمات المتنوعة للسائحين فعادةً ما يشار إليها من خلال مؤشر نسبة عدد السياح إلى عدد السكان، إذ تجاوزت هذه

النسبة (100%) في كل من دولة البحرين بنسبة مرتفعة جداً بلغت نحو (885%) ودولة الإمارات نحو (284%) ودولة الكويت (201) لعام 2019، هذا يعني أن هذه الدول بإمكانها أستيعاب السياح على مدار العام، بينما بلغت في دولة قطر نحو (70.3%)، إذ إن ما يجمع هذه الدول هو انها دول ذات دخول عالية جداً وانفاق كبير على البنية التحتية، فضلاً عن إنخفاض عدد سكانها، الأمر الذي يمكنها من تقديم خدمات لعدد أكبر من تعداد سكانها.

أيضاً حققت تونس نسبة جيدة مقارنةً بعدد سكانها بلغت نحو (82.1%). في حين هناك دول عربية تتخلف فيها نسبة هذا المؤشر والتي منها الجزائر، مصر، المغرب التي بلغت (4.8%)، (13.3%)، (29.6%) على التوالي، وهذا نتيجة ضخامة حجم سكانها أسهم في خفض نسبة هذا المؤشر.

الجدول- 10 - نسبة السياح إلى عدد السكان في الدول العربية لعام 2019

الدولة	عدد السكان (بالملايين)	عدد السياح (بالملايين)	نسبة عدد السياح إلى عدد السكان
مصر	97.664	13.01	13.3%
الجزائر	42.545	2.03	4.8%
المغرب	34.811	10.3	29.6%
السعودية	33.413	15.3	45.8%
تونس	11.446	9.4	82.1%
الأردن	10.252	4.2	41.0%
الإمارات	9.541	27.1	284.0%
الكويت	4.226	8.5	201.1%
قطر	2.561	1.8	70.3%
البحرين	1.401	12.4	885.1%
لبنان	6.849	2.1	30.7%
عمان	4.829	3.2	66.3%

Source: Word Bank, Site: <http://data.worldbank.org/indicator>, consulted on, different pages

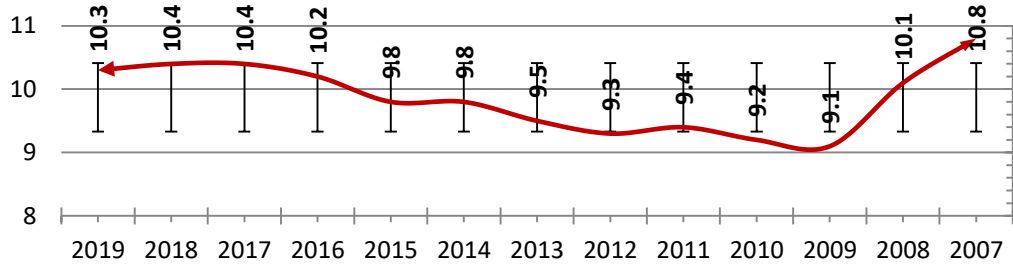
1-3-2: الأهمية الاقتصادية للسياحة الدولية

أولاً: إسهام السياحة في الناتج المحلي الإجمالي العالمي والعربي.

يعد الناتج المحلي الإجمالي من المقاييس الأكثر استخداماً لقياس الأداء الاقتصادي سواء كان محلياً أم عالمياً، إذ أشارت منظمة السياحة العالمية إلى أن متوسط نسبة نمو إسهام قطاع السياحة في الناتج المحلي الإجمالي العالمي بلغت (9.87%) خلال المدة (2007-2019)، فيما بلغت نسبة النمو السنوي لهذا القطاع في الناتج المحلي الإجمالي العالمي (10.3%) لعام 2019 التي تمثلت بـ (8.9) ترليون دولار أمريكي مقارنةً بـ (8.8) ترليون دولار أمريكي عام 2018 (UNWTO, 2020:2).

﴿الفصل الأول﴾ الإطار المفاهيمي للقدرة التنافسية السياحية، مؤشرات قياسها واتجاهاتها الاقتصادية

الشكل -18- إسهام السياحة العالمية في الناتج المحلي الإجمالي العالمي للمدة 2007-2019 (نسبة مئوية)



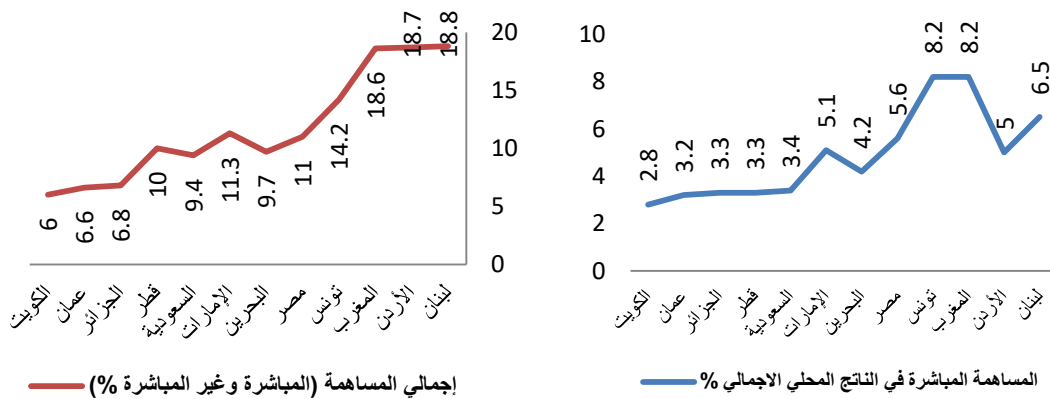
Source: World Tourism Organization (2020), Tourism Statistics Dataset.

أما بالنسبة إلى إجمالي إسهام السياحة (المباشرة وغير المباشرة) في الناتج المحلي الإجمالي العربي كما يبينها الشكل (19)، ارتفع إسهام هذا القطاع في الناتج المحلي الإجمالي في كل من لبنان، الأردن، المغرب، تونس، مصر، بنسب بلغت (18.8%)، (18.7%)، (18.6%)، (14.2%)، (11%)، على التوالي لعام 2019.

إذ تعتمد هذه الدول بشكل كبير في تنمية إقتصاداتها على قطاعها السياحي لافتقارها إلى موارد الطاقة (النفط والغاز)، بخلاف دول عربية أخرى مثل الجزائر، عمان، الكويت، إذ سجلت هذه الدول أدنى نسبة إسهام بلغت (6.8%)، (6.6%)، (6.0%) على التوالي. بينما دول عربية أخرى كالإمارات، السعودية، قطر، في مكانة متوسطة بين المجموعتين.

أما من حيث الإسهام المباشر فإن ترتيب هذه الدول لا يختلف كثيراً، إذ تصدرت كل من لبنان، المغرب العربي، تونس، مصر، قائمة الدول العربية بنسبة تجاوزت (5.6%)، في حين كان الترتيب الأخير من نصيب كل من الجزائر، عمان، الكويت، بنسب لا تزيد على (3.3%).

الشكل -19- إسهام السياحة في الناتج المحلي الإجمالي للدول العربية عام 2019 (نسبة مئوية)



المصدر: الشكل من عمل الباحث بالأعتماد على:

WEF, Travel & Tourism Economic Impact, Country Reports, Edition 2019 ,different pages.

ثانياً: إسهام السياحة في التوظيف

يُعد قطاع السياحة من القطاعات المهمة في خلق فرص عمل مباشرة وغير مباشرة، إذ تشير الإحصاءات الصادرة عن منظمة السياحة العالمية أن القطاع يوفر نحو (330) مليون فرصة عمل على مستوى العالم في عام 2019 بما يوازي عُشر الوظائف العالمية، كما يوفر واحدة من بين كل أربعة فرص عمل جديدة يتم توفيرها على مستوى العالم. (منظمة السياحة العالمية ، 2020).

تتفاوت نوعية وطبيعة أنشطة وفرص العمل في هذا القطاع فمنها خدمات إقامة السياح (الفنادق، المؤسسات المماثلة، وخدمات الإقامة الأخرى) فضلاً عن أنشطة الصناعات التي تخدم الأغذية والمشروبات للسياح، ووكالات السفر، نقل الركاب، أنشطة خدمات الحجز الأخرى (World Travel And Tourism Council, 2020:1).

فمن خلال بيانات الجدول (11) نلاحظ أن الصين إستحوذت على المركز الأول عالمياً من حيث عدد العاملين في قطاع السياحة، إذ يقدر عدد العاملين لديها نحو (79.910) مليون عامل في عام 2018، وهذا وتشير التوقعات إلى أن هذا القطاع سوف ينمو بنسبة (3.9%) بحلول العام 2029، ليرتفع عدد العاملين في الصين لهذا القطاع (121,4) مليون عامل. في حين يتوقع أن ينمو هذا القطاع في الهند خلال المدة 2018-2029 نحو (2%) ليصل عدد العاملين في قطاعها السياحي نحو (52,999) مليون عامل بحلول العام 2029 مقارنة بـ (42,673) مليون عامل عام 2018.

الجدول - 11 - إجمالي العاملين في قطاع السياحة لبعض دول العالم في عام 2018، والتوقع المستقبلي لغاية العام 2029 (بالمليون)

الدول	عدد العاملين في قطاع السياحة بالآلاف		معدل نمو العاملين في قطاع السياحة خلال المدة 2018-2029 %
	2018	*2029	
الولايات المتحدة الأمريكية	14.290	16.948	1.6
الصين	79.910	121.425	3.9
اليابان	4.608	5.016	0.8
ألمانيا	5.382	5.509	0.2
المملكة المتحدة	4.201	4.664	1
إيطاليا	3.478	3.816	0.8
فرنسا	3.022	3.510	1.4
الهند	42.673	52.999	2
إسبانيا	2.831	3.434	1.8
المكسيك	9.463	12.191	2.3
البرازيل	6.855	8.171	1.6

*تقديرات منظمة السياحة العالمية.

Source: World Tourism Organization (2020), Tourism Statistics Dataset, different pages.

﴿الفصل الأول﴾ الإطار المفاهيمي للقدرة التنافسية السياحية، مؤشرات قياسها واتجاهاتها الاقتصادية

أما نسبة إسهام العمالة (المباشرة وغير المباشرة) التي يوفرها القطاع السياحي كنسبة من إجمالي المشتغلين في الدول العربية فمن خلال بيانات الشكل (12) نجد إن هذه النسبة ترتفع في كل من الأردن ولبنان والمغرب، تونس، الإمارات، إذ بلغت نحو (19.2%)، (17.9%)، (16.4%)، (13.0%)، (12.1%) على التوالي لعام 2019، في حين وصلت هذه النسبة إلى أدنى مستوياتها في كل من عمان، الجزائر، الكويت بلغت نحو (6.6%)، (6.0%)، (5.5%) على التوالي.

أما من حيث عدد العاملين في القطاع السياحي، فنلاحظ إن مصر تأتي أولاً من حيث الترتيب بما يفوق (2.425) مليون عامل ومن ثم يُعد عدداً كبيراً، ويعود سبب ذلك إلى كبر مساحة مصر، فضلاً عن عدد سكانها، واحتوائها على مواقع أثرية وتاريخية ومناطق سياحية مهمة. أيضاً هذا ينطبق على المغرب الذي وصل عدد المشتغلين في هذا القطاع إلى نحو (1.902) مليون، في حين نلاحظ السعودية حلت بالمرتبة الثالثة، إذ حققت (1.116) مليون عامل، الإمارات المرتبة الرابعة (1.092) مليون عامل، في حين حققت البحرين أقل توظيف من العاملين، إذ بلغ عددهم نحو (58.0) ألف عامل، وربما يعود إنخفاض هذا العدد فيها إلى صغر مساحتها وقلة عدد سكانها.

الجدول -12-

إسهام السياحة في التوظيف لبعض الدول العربية لعام 2019

الدولة	المساهمة المباشرة في التشغيل		إجمالي المساهمة (المباشرة وغير المباشرة)	
	التشغيل المباشر (بالآلاف)	من الإجمالي . %	إجمالي التشغيل (بالآلاف)	من الإجمالي %
لبنان	132	6.4	366	17.9
الأردن	81	7.3	213	19.2
المغرب	825	7.1	1.902	16.4
تونس	225	6.3	464	13
السعودية	644	5.3	1.116	9.1
مصر	1.099	3.9	2.425	8.5
البحرين	25	4.0	58.0	9.4
الإمارات	745	11.1	1.092	12.1
قطر	93	4.9	175	9.2
عمان	73	3.4	140	6.6
الجزائر	309.5	2.8	679	6
الكويت	54.0	2.6	115	5.5

Source: WEF,(2019), Travel & Tourism Economic Impact, Country Reports, Edition ,different pages.

الخلاصة

من خلال ماتم عرضه في هذا الفصل ، يتبين أنه مثلما تتنافس المؤسسات فيما بينها، فإن الأمم هي الأخرى تتنافس وتتسابق نحو الريادية، الأمر الذي ينتج عنه بروز دول ذات قوة إقتصادية مهيمنة، في حين نرى دول أخرى بقاؤها يكون شكلياً، ومن ثم تتطلب عملية خلاصها من هذا الوضع ضرورة البحث عن الوسائل الحديثة والطرائق التي بإمكانها أن تعزز من قدرتها التنافسية على المستوى الدولي أو على مستوى قطاعاتها الاقتصادية أو الخدمية، وهذا ما رأيناه من مؤشرات التنافسية الدولية أو تنافسية القطاع السياحي التي تعدها المنظمات والهيئات الدولية والتي من أهمها المنتدى الاقتصادي العالمي، الذي أعتمد على مجموعة من المحددات الأساسية التي بإمكانها تعزيز قدرة الدولة والدخول إلى السوق التنافسية.

ايضا يتبين من خلال إحصاءات منظمة السياحة العالمية تواضع معدل نمو السياحة العربية خلال مدة الدراسة مقارنةً بنظيرتها في الأقاليم الأخرى الذي بلغ (14.9%)، في حين بلغ (52%) في أوروبا، وفي آسيا والباسفيك نحو (97%)، وأمريكا نحو (49%)، وأفريقيا بلغ (55%).

أما من حيث عدد السياح الوافدين إلى الدول العربية فإنه يشكل نسبة ضئيلة من إجمالي السياح على المستوى العالمي، إذ بلغ (63.9) مليون سائح عام 2019 بنسبة (4.3%) من عدد السياح في العالم، ويُعد هذا العدد أقل مقارنةً بعدد السياح الوافدين إلى دولة فرنسا لوحدها للعام نفسه.

أما عائدات السياحة العربية فقد حققت المرتبة الثانية من حيث معدل النمو، الذي عكست معدلات نمو أكبر من معدلات نمو عدد السياح الوافدين بما يعكس زيادة متوسط انفاق السائح في الدول العربية.

الفصل الثاني

تحليل وقياس مؤشرات تنافسية القطاع السياحي في دول (الإمارات، مصر، تونس)

تمهيد

يشكل القطاع السياحي مدخلاً مهماً وقطاعاً مكماً للقطاعات الاقتصادية الأخرى، إلا أن تنافسيته تختلف من دولة عربية إلى أخرى، ومن ثم من خلال هذه الدراسة اختار الباحث عينة من ثلاثة دول عربية في مجال قدراتها التنافسية من خلال مجموعة من مؤشرات التنافسية التي يصدرها المنتدى الاقتصادي العالمي لتنافسية القطاع السياحي، الأولى دولة الإمارات العربية التي ارتقت كثيراً في مجال قطاعها السياحي، وكل من دولتي مصر وتونس، وسبب اختيار هذه الدول وليس غيرها يعود إلى أنها احتلت مراتب جيدة عربياً وعالمياً في بعض مؤشرات التنافسية، ولهذا فقد تم تقسيم هذا الفصل على المباحث التالية:

- 1-2: تحليل مؤشرات تنافسية القطاع السياحي في الإمارات.
- 2-2: تحليل مؤشرات تنافسية القطاع السياحي في مصر.
- 3-2: تحليل مؤشرات تنافسية القطاع السياحي في تونس.
- 4-2: قياس مؤشرات تنافسية القطاع السياحي في دول العينة باستخدام نماذج **Panel Data**

(1-2) تحليل مؤشرات تنافسية القطاع السياحي في دولة الإمارات

1-1-2: الواقع الاقتصادي لدولة الإمارات

قبل التعرف على واقع القطاع السياحي الإماراتي، فضلاً عن قدراته التنافسية ينبغي أولاً الحديث عن المعلومات العامة الخاصة بهذه الدولة سواء كانت هذه المعلومات خاصة بالموقع، السكان، اقتصادها الوطني وكالاتي:

تتكون دولة الإمارات من سبع إمارات هي (أبو ظبي، دبي، الشارقة، رأس الخيمة، عجمان، الفجيرة، أم القيوين) تقع العاصمة أبو ظبي على جزيرة مثلثة الشكل بمساحة تقدر نحو (68000) كم² التي تُعد مركز الإمارات السياسي والتجاري والثقافي، أما إمارة دبي فتبلغ مساحتها (4000) كم²، التي استحوذت على اهتمام العالم من خلال مشروعاتها العقارية الضخمة، أما إمارة الشارقة فتبلغ مساحتها (2600) كم²، والتي تُعد بمثابة مركز ثقافي وتعليمي، فيما جاءت كل من إمارات (رأس الخيمة، الفجيرة، أم القيوين، عجمان) بمساحات بلغت (1700)، (1200)، (770)، (260) كم² على التوالي (جلود، 2021: 60-61)

أما بالنسبة إلى عدد السكان وعلى وفق إحصائيات عام 2019، فقد بلغ العدد الإجمالي لسكان الدولة نحو (9) مليون نسمة، كما توجد العديد من الجنسيات التي تقيم وتعمل في دولة الإمارات، فضلاً عن أن عدد الوافدين والمقيمين في الدولة يتجاوز عدد سكانها من المواطنين، تُعد الجالية الهندية من أكبر المجتمعات المقيمة في الدولة التي تقدر نسبتها نحو (42%) من إجمالي سكان الإمارات، تليها الجالية الباكستانية والبنغالية، وغيرها من الجنسيات الآسيوية والأفريقية والأوروبية (البوابة الرسمية لحكومة الإمارات العربية، حقائق وأرقام).

أما فيما يتعلق بالقوة العاملة وعلى وفق الإحصائيات الواردة من وزارة الموارد البشرية في دولة الإمارات العربية يشكل الوافدون (96%) من القوى العاملة في الدولة (الإمارات العربية، بوابة وزارة الموارد البشرية والتوطين).

أما من ناحية إقتصادها الوطني فقد نشأت دولة الإمارات العربية وهي تفتقد لمعالم الدولة الحديثة، من مساكن الإيواء البسيطة، الطرق غير المعبدة، لا توجد مطارات أو موانئ عصرية، إلا أنه خلال (40) عاماً من العمل الجاد والإرادة الحقيقية شهدت الإمارات العربية طفرات كبيرة في كافة المجالات بعد الإفادة من أهم دعائم إقتصادها ألا وهو إمتلاكها مخزوناً إستراتيجياً هائلاً من مصادر الطاقة العالمية (النفط، والغاز الطبيعي) ولاسيما في العاصمة أبو ظبي، إذ بلغ إحتياطي الإمارات العربية المتحدة نحو (97.8) مليار برميل في عام 2019، بمعدل إنتاج بلغ (3.058) ملايين برميل يومياً للعام نفسه، وتُعد أحد أهم مصدري النفط عربياً (OPEC, 2020: 16-18).

فيما بلغ احتياطي الغاز الطبيعي فيها نحو (6) ترليون متر مكعب، بمعدل إنتاج بلغ (55.1) مليار متر مكعب سنوياً. تستهلك الإمارات يومياً (1.4) مليون برميل نفط مكافئ من الغاز، وتسجل زيادة غير مسبوقه عربياً في إستهلاك الغاز، بلغت نسبتها خلال المدة (2011-2019) نحو (14.5%) لتحتل المركز الأول عربياً في زيادة إستهلاك الغاز، الأمر الذي دفعها إلى البحث عن مصادر جديدة لإستيراد الغاز خاصةً من روسيا وأمريكا، وإجراء عمليات بحث مكثفة عن الغاز وهو ماتحقق مع إكتشاف احتياطي حقل جبل علي والذي سيخفف من فاتورة الإستيراد بشكل ملحوظ (البوابة الرسمية لحكومة الإمارات العربية، حقائق وأرقام).

أما بالنسبة إلى أهم المؤشرات التي تمثل بيئة الاقتصاد الكلي لدولة الإمارات العربية كما يبينها الجدول (13)، نجد أنه في العام (2007) كانت قيمة الناتج المحلي الاجمالي بالأسعار الثابتة نحو (298.4) مليار دولار، في حين بلغ في العام 2018 نحو (398) مليار دولار، أما في العام 2019 فكان (404.7) مليار دولار، بمعدل نمو بلغ (1.7%) عن العام 2018، هذا يبين مدى النمو الكبير في الاقتصاد الإماراتي بفعل تنامي الطلب المحلي نتيجة السياسات المتبعة في تنويع اقتصادها الوطني والتي من أهمها تطوير قطاعها السياحي والإيرادات المتأتية منه.

أما بالنسبة إلى نسبة عجز ميزانية الحكومة من الناتج المحلي الإجمالي في العام 2007 فكان هناك عجز يشكل (5.9-%)، في حين سجلت الإمارات فائضاً مالياً بلغ (5.5%) من (GDP) في العام 2019. أما نسبة التغير السنوي في معدل التضخم، نجد أن معدل التضخم بلغ نحو (12.1%) في العام 2007 وهو معدل مرتفع جداً، ثم انخفض ليبلغ نحو (1.3%) في العام 2019.

الجدول - 13

مؤشرات القطاع الحقيقي لدولة الإمارات

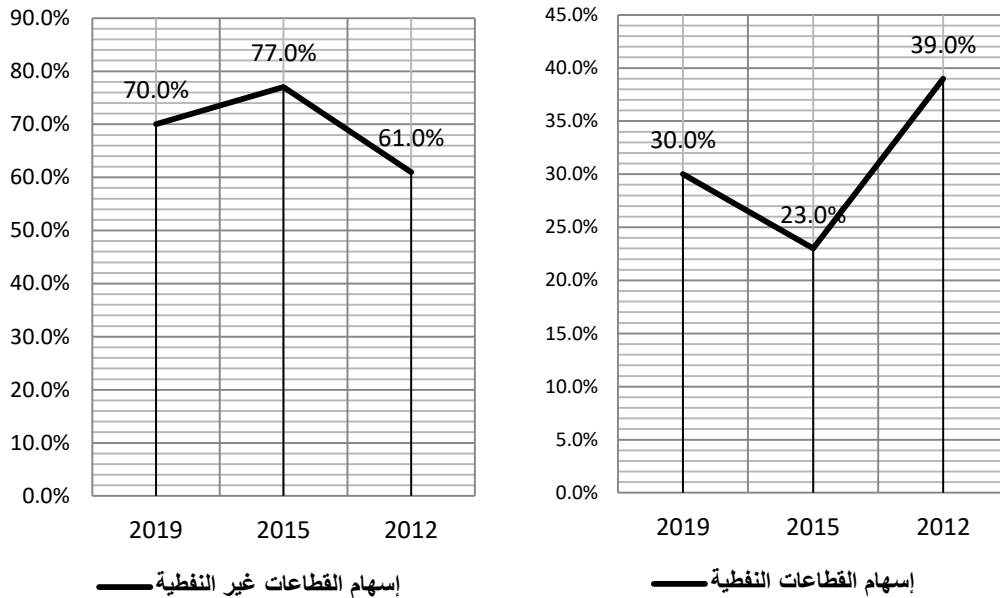
المؤشر	2007	2018	2019
الناتج المحلي الاجمالي بالاسعار الثابتة (مليار دولار)	298.4	398	404.7
معدل التضخم %	12.1	2.1	1.3
العجز/ الفائض المالي كنسبة من GDP %	-5.9	5.8	5.5

المصدر - الهيئة الاتحادية للإحصاء والاقتصاد / الإصدار الثاني، 2019،

- صندوق النقد العربي، تقارير التنافسية العربية، 2016، 2017، 2019، 2020، صفحات متعددة.

لقد شهد الاقتصاد الإماراتي إزدهاراً لافتاً، الأمر الذي جعلها ثاني أكبر وأقوى اقتصاد عربي بعد المملكة السعودية والأكثر تنافسية دولياً، إذ أدركت السياسة الاقتصادية في الإمارات أن أسعار النفط الخام هي متغير خارجي يتأثر بمجموعة من العوامل ومن ثم تجعل الاقتصاد عرضةً للتقلبات ولهذا قامت بتبني إستراتيجية وطنية لتنويع نشاطها الاقتصادي واعتماد اقتصاد أكثر انفتاحاً، الأمر الذي أستخدم إعادة الهياكل الاقتصادية للإنتاج والاستثمار والتجارة الخارجية والتصنيع لتنويع مصادر الدخل الوطني وتحقيق النمو الاقتصادي، وهذا ما تظهره البيانات المتعلقة بأنشطة القطاعات النفطية وغير النفطية ومدى إسهامها في الناتج المحلي الإجمالي. فمن خلال بيانات الشكل (20) نلاحظ أن القطاعات غير النفطية كانت نسبة إسهامها في الناتج المحلي الإجمالي (70%) في عام 2019، في حين كانت النسبة المتبقية (30%) هي إسهام القطاع النفطي.

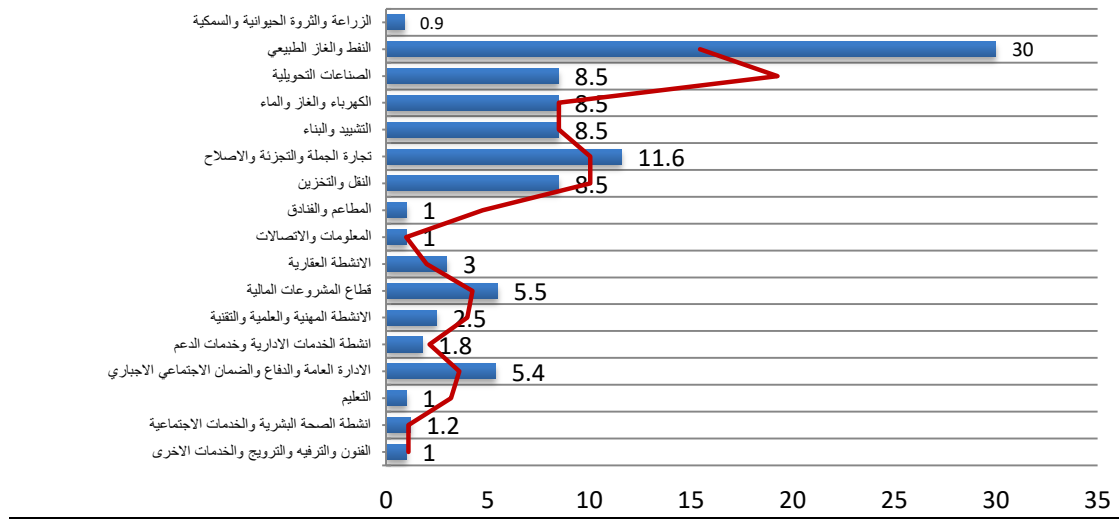
الشكل - 20 - إسهام القطاعات النفطية وغير النفطية في الناتج المحلي الإجمالي (2012-2019) %



المصدر: الشكل من عمل الباحث بالاعتماد على :- التقرير الاقتصادي السنوي، وزارة الاقتصاد، الإمارات، أعداد مختلفة.

أما بالنسبة إلى التوزيع القطاعي للناتج المحلي الإجمالي لعام 2019 فمن خلال بيانات الشكل (21) نلاحظ أن قطاع تجارة الجملة والتجزئة والإصلاح استحوذ على النصيب الأكبر بعد قطاع النفط والغاز بنسبة بلغت (11.6%) من الناتج المحلي الإجمالي بالأسعار الثابتة، تلاه كل من قطاع التشييد والبناء، الصناعات التحويلية، النقل والتخزين، الكهرباء والغاز والماء بنسب متساوية بلغت (8.5%) لكل منهما، أما النسب الأخرى فقد توزعت على باقي القطاعات الأخرى.

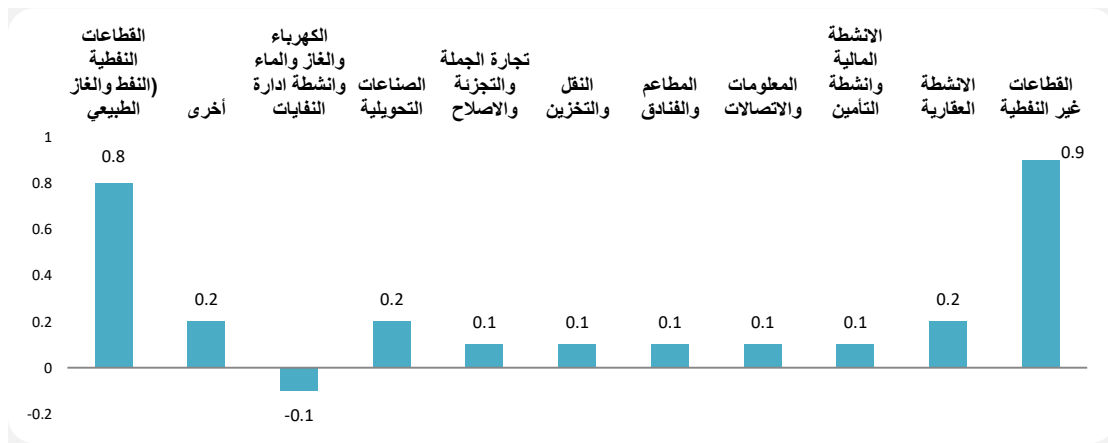
الشكل-21 - التوزيع القطاعي للناتج المحلي الإجمالي بالأسعار الثابتة لعام 2019، (نسبة مئوية)



الشكل من عمل الباحث بالاعتماد على: الهيئة الاتحادية للإحصاء، (2020)، دولة الإمارات العربية المتحدة.

أما بالنسبة إلى إسهام القطاعات الاقتصادية النفطية وغير النفطية في معدل النمو الحقيقي في الناتج لعام 2019، فقد أسهمت القطاعات غير النفطية بـ (0.9%) من النمو الإجمالي البالغ (1.7%)، في حين أسهم القطاع النفطي بالنسبة المتبقية البالغة (0.8%)، من بين القطاعات غير النفطية أسهم قطاعا الصناعة التحويلية والأنشطة العقارية لكل منهما (0.2%)، فيما أسهمت قطاعات تجارة الجملة والتجزئة والأنشطة المالية وأنشطة التأمين، وقطاع المعلومات والاتصالات، وأنشطة النقل والتخزين وأنشطة الإقامة والخدمات الغذائية نحو (0.5%) من النمو الحقيقي بـ (0.1%) لكل قطاع، أما إسهام قطاع الكهرباء والغاز والمياه وأنشطة إدارة النفايات كان سالباً في النمو بلغ نحو (0.1-)%، وهذا ناتج عن سياسات ترشيد استهلاك الطاقة.

الشكل-22 - إسهام القطاعات الاقتصادية النفطية وغير النفطية في النمو الاقتصادي لعام 2019 %



الشكل من عمل الباحث بالاعتماد على: الهيئة الاتحادية للإحصاء، (2020)، دولة الامارات العربية المتحدة.

2-1-2: السياحة في دولة الإمارات (الوجهات، الأهمية الاقتصادية)

أولاً- الوجهات السياحية في دولة الإمارات

عندما تشكلت دولة الإمارات العربية لأول مرة في عام (1971) وتحررت من السيطرة البريطانية لم يكن لديها صناعة سياحية كافية، فضلاً عن أن الوضع الاقتصادي للدولة حديث النشأة كان يعتمد على الإيرادات المالية المتأتية من النفط الخام الذي شكل معظم مكونات الناتج المحلي الإجمالي وعلى الرغم من الثروة النفطية الكبيرة وإدراكاً للحاجة إلى تطوير الدولة وضع الشيخ زايد بن سلطان، الذي بادر بتأسيس الدولة تصوراً لخطة تنويع إقتصاد الدولة، إذ تم إعتبار السياحة هي أحد الأنشطة الأساسية لعملية التنويع، وفي عام 1979 إفتتح أول فندق في الدولة في أمارة دبي (فندق مترربوليتان) وكانت هذه أول علامة لما سيأتي (يوسف وفوزية، 2013: 11-17):

1. إرتبط تطوير السياحة في دولة الإمارات العربية إرتباطاً وثيقاً بتطوير السياحة في إمارة دبي التي كانت من أولى الإمارات في الدولة التي فتحت أبوابها أمام السياح الوافدين.
2. في عام (1989) تم إنشاء مجلس دبي للترويج التجاري والسياحي لإمارة دبي كوجهة فاخرة لسوق الدرجة الأولى وقطاعات الأعمال المؤثرة، وفي يناير (1997) تم إستبدالها بوزارة السياحة والتسويق التجاري.

3. منذ العام (2000) شهدت السياحة في دولة الإمارات العربية إزدهاراً سياحياً كبيراً، وأدى إلى إرتفاع مستوى الإنفاق على السياحة، الأمر الذي جعلها أكثر أهمية للاقتصاد الوطني.

لقد أصبحت السياحة بصفتها نشاطاً إقتصادياً مصدراً للمزيد من الإيرادات والتوظيف في دولة الإمارات العربية ويمكن النظر إلى القطاع السياحي في كل من جانب الطلب المتعلق بنشاطات السياح، ومن جانب العرض المتمثل بمجموعة النشاطات أو الأنواع السياحية التي تلبي متطلبات السائح، وفيما يلي شرح مختصر لأهم وجهات العرض السياحي في دولة الإمارات العربية التي تتميز بها وتأخذ ابعاداً (اقتصادية، بيئية، دينية .. إلخ) والتي من أهمها (قطاف، وعبله بزقرار، 2017: 41-43):

- أ- إمارة دبي: إذ تعد المدينة الأكثر زيارة في دولة الإمارات، ومن أفضل الوجهات السياحية في العالم، كما أنها موطن لأطول برجين في العالم، برج خليفة وبرج العرب، ويحتل الأول المرتبة الأولى عالمياً، وتشتهر بالعديد من انواع السياحة التي من أهمها سياحة التسوق نتيجة احتوائها على تجارة التجزئة الفريدة في منطقة الشرق الأوسط التي تضم أكثر من (70) مركز تسوق يلبي كافة إحتياجات وأساليب الحياة العصرية، فضلاً عن سياحة المؤتمرات والمعارض إذ صنفت جمعية المعارض والمؤتمرات الدولية مدينة دبي ضمن قائمة أفضل المدن في مجال الأعمال وتنظيم الفعاليات.

ب- أبوظبي: هي عاصمة دولة الإمارات التي تشتهر بسياحة المغامرات نتيجة احتوائها على المناظر الطبيعية لقربها من الخليج العربي، فضلاً عن وجود عشرات الشواطئ تستخدم لأغراض سياحية، أيضاً تشتهر بالسياحة الرياضية التي من أهمها سباق الفورمولا (1)، بطولة ابو ظبي العالمية للكولف، فضلاً عن وجود العديد من المواقع التراثية والأثرية التي من بينها قرية التراث.

ت- رأس الخيمة: إذ تتميز بمناظرها الطبيعية وتوافر الجبال ولاسيما جبل (جيس)، الذي يعد أعلى جبل في دولة الإمارات.

ث- إمارة الشارقة: التي تعد المركز الثقافي لدولة الإمارات العربية، إذ تمتاز بالعديد من انواع السياحة الثقافية والتراثية، وقد منحت لقب العاصمة الثقافية للعالم العربي من قبل منظمة اليونسكو في عام 1998 .

ج- الفجيرة: تحتوي على العديد من مناطق الجذب التي منها القلاع التاريخية التي من أهمها قلعة الفجيرة، وقلعة بيتنة، والحيل ومسافي، وسنوبي، كما تتميز بنوع من سياحة المغامرات وهي رياضة نطح الثور، جاءت نتيجة الاستعمار البرتغالي في القرن (17).

ثانياً- الأهمية الاقتصادية للسياحة في دولة الإمارات

يتناول هذا الجزء من الدراسة أداء القطاع السياحي في دولة الإمارات العربية المتحدة وذلك من خلال عرض بعض المؤشرات الكمية كعدد السياح، وحجم الإيرادات السياحية ومدى إسهام هذه الإيرادات سواء بشكل مباشر أم غير مباشر في الناتج المحلي الإجمالي وفي توفير فرص العمل، وكالاتي:

1. عدد السياح: ارتفع عدد السياح في دولة الإمارات العربية بشكل كبير من حوالي (7.1) ملايين سائح عام 2007 إلى نحو (17.4) مليون سائح عام 2015، ثم إلى (25.4) مليون سائح عام 2018، بنسبة بلغت نحو (25.04%) من مجمل حركة السياحة الوافدة للدول العربية، بينما ازداد معدل النمو بما يعادل (6.2%) في عام 2019 ليصل عدد السياح إلى (27.1) مليون سائح.

وبالعودة إلى تقرير أفضل الوجهات العالمية لشركة (Mastercard) التابعة للولايات المتحدة الأمريكية الخاصة والتي أحد مهامها تحليل بيانات السفر من خطوط الطيران وأعداد المسافرين أن إمارة دبي جاءت في المرتبة (4) عالمياً من حيث أعداد السياح البالغ عددهم نحو (15.9) مليون سائح في عام 2019*. بهذا وكما أشرنا سابقاً إرتبط تطوير السياحة في دولة الإمارات العربية إرتباطاً وثيقاً بتطوير السياحة في إمارة دبي سواء من حيث أعداد السياح أو من حيث حجم انفاق السائح الذي سنوضحه في فقرة الإيرادات السياحية لدولة الإمارات.

* انظر (الفصل الأول، جدول (8): 53)

﴿ الفصل الثاني ﴾ تحليل وقياس مؤشرات تنافسية القطاع السياحي في دول (الإمارات، مصر، تونس)

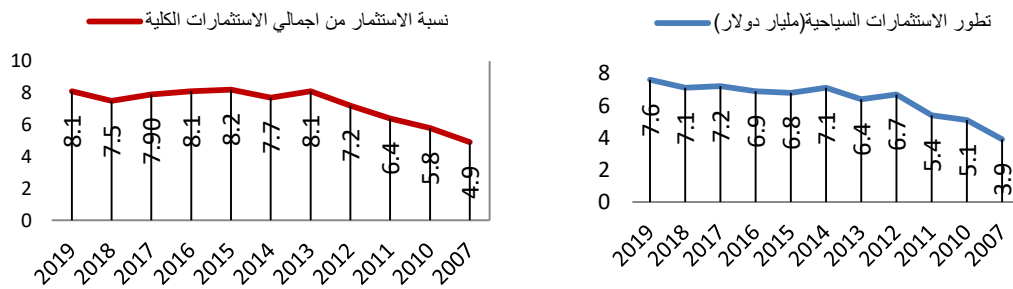
الجدول - 14- تطور عدد السياح القادمين لدولة الإمارات العربية المتحدة للمدة (2007-2019) (مليون)

السنوات	عدد السياح لدولة الامارات	عدد سياح العالم العربي	عدد سياح العالم	النسبة % (عدد سياح الامارات من العالم العربي)
2007	7.1	69.4	934.6	10.23
2010	8.45	90	973.7	9.39
2011	8.1	76.6	1.013.0	10.57
2012	9.7	84.8	1.070.1	11.44
2013	12.6	85.1	1.122.9	14.81
2014	16.2	90.8	1.177.0	17.84
2015	17.4	88.1	1.227.8	19.75
2016	18.9	87.7	1.271.8	21.55
2017	20.1	94.1	1.363.3	21.3
2018	25.4	101.4	1.441.9	25.04
2019	27.1	102.1	1443.2	26.5

المصدر: منظمة السياحة العالمية (2020)، مجموعة بيانات إحصاءات السياحة، مدريد أسبانيا.

ومن ثم يمكن ارجاع هذه الزيادة في أعداد السياح إلى الاهتمام الكبير الذي توليه هذه الدولة بهذا القطاع، وامتلاكها لمقومات سياحية جذابة، وقيامها باستثمارات سياحية كبيرة في مشروعات البنية التحتية التي جعلتها تحتل صدارة المقاصد السياحية العربية والعالمية، إذ كان حجم الاستثمارات السياحية خلال مدة الدراسة في تطور مستمر وهذا ما يبينه الشكل (23) التي قدرت نحو (3.9) مليارات دولار في العام 2007، وبنسبة بلغت (4.9%) من إجمالي الاستثمارات الكلية، فيما بلغت (7.6) مليارات دولار عام 2019، وبنسبة بلغت (8.1%) من إجمالي الاستثمارات الكلية، وهذا ناتج بفعل جهود الحكومة الاتحادية المتعلقة بتهيئة البيئة الاستثمارية للقطاع السياحي التي كانت العامل الأساسي في جذب المزيد من الحركة السياحية.

الشكل - 23- تطور الاستثمارات السياحية في دولة الإمارات العربية خلال المدة (2007-2019)



المصدر: الشكل من عمل الباحث بالاعتماد على: الهيئة الاتحادية للتنافسية والإحصاء، (2020)، دولة الإمارات العربية المتحدة.

2. **الإيرادات السياحية:** تُعد أحد العناصر الأساسية للنشاط الاقتصادي في الدول السياحية، إذ تأتي هذه الإيرادات نتيجة إنفاق السائح على الأنشطة المختلفة سواء في مجال الرحلات السياحية أم المطاعم أم الفنادق، ومن ثم من خلال بيانات الجدول (15) سنتابع تطور الإيرادات السياحية في دولة الإمارات العربية خلال مدة الدراسة .

الجدول - 15- تطور حجم الإيرادات السياحية لدولة الإمارات العربية المتحدة للمدة (2007-2019) (الوحدة (مليار دولار)

السنوات	الإيرادات السياحية لدولة الإمارات	الإيرادات السياحية للعالم العربي	إيرادات السياح في العالم	النسبة % (إيرادات سياح الإمارات) من العالم العربي
2007	6.07	69.4	934.6	8.75
2010	8.58	90	973.7	9.53
2011	9.2	76.6	1.013.0	12.01
2012	10.92	84.8	1.070.1	12.88
2013	12.39	85.1	1.122.9	14.56
2014	15.22	90.8	1.177.0	16.76
2015	25.59	88.1	1.227.8	29.05
2016	28.66	87.7	1.271.8	32.68
2017	29.71	94.1	1.363.3	31.57
2018	34.61	101.4	1.441.9	34.13
2019	38.41	102.1	1443.2	37.62

المصدر: منظمة السياحة العالمية (2020) ، مجموعة بيانات إحصاءات السياحة .

فمن خلال بيانات الجدول المذكورة انفا نلاحظ أن حجم الإيرادات السياحية في العالم بلغت نحو (1) ترليون دولار خلال العام 2019 ومن ثم فهذا يبين الأهمية الكبيرة لهذه الصناعة وأثرها في الأقتصاد العالمي، في حين نلاحظ إن حجم هذه الإيرادات في الوطن العربي بلغ نحو(102) مليار دولار للعام نفسه بزيادة بلغت نحو(32,7)مليار دولار عن سنة2007، حيث تمثل الإيرادات السياحية لدول الوطن العربي نسبة بلغت(7.07%) من إجمالي إيرادات السياحة العالمية،ومن ثم فإنها تُعد نسبة ضعيفة جداً لم تبلغ حتى عشر الإيرادات الإجمالية. اما بالنسبة إلى حجم الإيرادات السياحية في دولة الإمارات العربية فكانت نحو(6.07) مليارات دولار عام 2007 لتصل إلى(25.59)مليار دولار عام 2015، ثم إلى (38.41)مليار دولار عام 2019، بنسبة بلغت نحو(37.62%) من مجمل حجم الإيرادات السياحية للدول العربية.

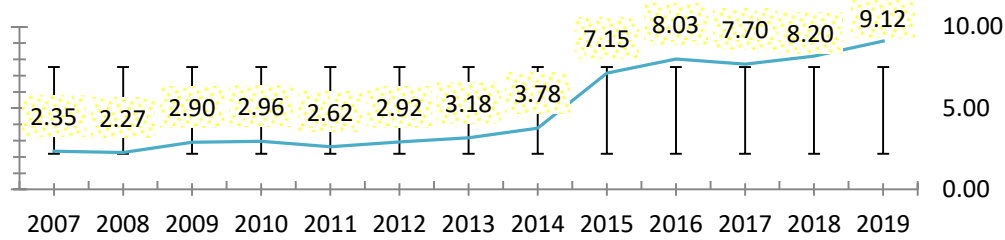
ايضاً كشف مؤشر (Mastercard Destination) أن إمارة دبي سجلت أعلى مستوى من إنفاق السياح عالمياً، إذ بلغ إنفاق سياح دبي لعام 2019 نحو (30.82)مليار دولار من مجموع(38.41)مليار دولار الحجم الإجمالي للإيرادات السياحية في دولة الإمارات للعام نفسه*. ومن ثم ماحققته دولة الإمارات يمثل أرقاماً لا يستهان بها، الأمر الذي يعكس قوة الجذب السياحي للأشخاص نحو هذه الدولة العربية.

3. إسهام السياحة في الناتج المحلي الإجمالي: شهدت دولة الإمارات العربية المتحدة نقلة كبيرة جداً بقطاع السياحة الذي بات مورداً مهماً للدخل بالنسبة للدولة ككل، فضلاً عن كل إمارة على حدة، إذ أصبحت بفضل التخطيط الجيد والرؤية المستقبلية بعيدة المدى وحسن توظيف الموارد أهم وجهة سياحية في دول العالم العربي خلال مدة قصيرة جداً وهذا ماتبينه بيانات الشكل(24) إذ نلاحظ أن

* انظر (الفصل الأول، جدول(8):53)

إسهام السياحة المباشرة في الناتج المحلي الإجمالي كان بمقدار (6.07) مليارات دولار وبنسبة مئوية بلغت نحو (2.35%) في عام 2007، بعدها نلاحظ أن هناك تطوراً كبيراً ومستمراً خلال مدة الدراسة إلى أن بلغت إيرادات السياحة المباشرة في العام 2019 نحو (38.41) مليار دولار، وبنسبة مئوية بلغت (9.12%) من الناتج المحلي الإجمالي. ومن ثم فإن زيادة مردودية إسهام قطاع السياحة في (GDP) تعني أن دولة الإمارات العربية قد نجحت في وضع القطاع السياحي كأحد أبرز ركائز سياسات تنويع مصادر الدخل.

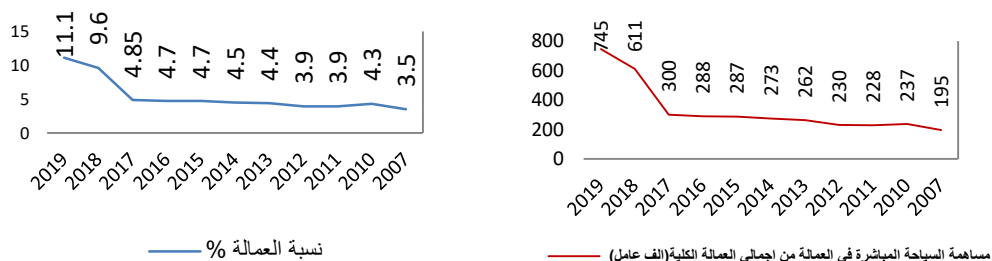
الشكل 24 - إسهام السياحة في الناتج المحلي الإجمالي في دولة الإمارات للمدة (2007-2019) (نسبة مئوية)



المصدر: الشكل من عمل الباحث بالاعتماد على: الهيئة الاتحادية للإحصاء والاحصاء، (2020)، دولة الإمارات العربية المتحدة.

4. **إسهام السياحة في خلق فرص عمل:** يُعد عنصر العمل من أهم العناصر التي تسهم في العملية الإنتاجية لأي نشاط إقتصادي. ومن خلال بيانات الشكل (25) نلاحظ أن حجم العمالة في القطاع السياحي في تطور مستمر في دولة الإمارات المتحدة، إذا كان حجم العمالة (195) ألف عامل وبنسبة (3.5%) من حجم العمالة الكلية في العام 2007، فيما بلغ إسهام القطاع في حجم العمالة (745) ألف عامل، وبنسبة بلغت نحو (11.1%) من مجمل حجم العمالة عام 2019، وذلك مقارنةً مع إسهام بنسبة (9.6%) بما يعادل (611) ألف وظيفة في عام 2018، مما يعني أن قطاع السياحة أسهم في خلق (133) ألف فرصة عمل جديدة في عام 2019، وهذا ناتج بفعل استقطاب العمالة من قبل الفنادق والمطاعم وشركات الطيران وغيرها من المرافق السياحية الأخرى.

الشكل 25 - تطور إسهام السياحة المباشرة في خلق فرص العمل ونسبتها من إجمالي العمالة في الإمارات خلال المدة (2007-2019)



المصدر: الشكل من عمل الباحث بالاعتماد على: الهيئة الاتحادية للإحصاء والاحصاء، (2020)، دولة الإمارات العربية المتحدة.

2-1-3: تحليل مؤشرات تنافسية قطاع السياحة والسفر في دولة الإمارات

سيتم في هذا المحور تحليل القدرة التنافسية للقطاع السياحي لدولة الإمارات العربية المتحدة من خلال منهجية المنتدى الاقتصادي العالمي سواء من خلال المؤشر الكلي أو من خلال المؤشرات الفرعية المكونة لهذا المؤشر. وكما أشرنا سابقاً أن منهجية حساب هذا المؤشر قد اختلفت في بعض التقارير سواء من خلال إضافة أو حذف معيار، إذ أن التقارير الأخيرة (2015, 2017, 2019)، اختلفت عن سابقتها من التقارير بشكل ملحوظ بإعادة توزيع المعايير المعتمدة على (4) مؤشرات فرعية بدلاً من (3) مؤشرات كما كانت في تقارير كل من (2007, 2009, 2011, 2013)، وتقديراً لهذا الاختلاف سوف يتم تحليل مؤشرات التنافسية بالنسبة لدولة الإمارات العربية من خلال مرحلتين، إذ سنحاول في المرحلة الأولى عرض نتائج مؤشرات تنافسية قطاع السياحة والسفر في دولة الإمارات العربية خلال المدة (2007-2013) وهذا من خلال المؤشرات الرئيسة التالية، لكن وللمزيد أكثر من التوضيح عن مؤشر تنافسية السياحة والسفر سوف نقوم بتحليل المؤشرات الرئيسة والأعمدة (14) المكونة له لكن من خلال المرحلة الثانية (2015-2019) نظراً لاختلاف منهجية حساب هذا المؤشر وكالاتي:

أولاً- نتائج مؤشرات تنافسية قطاع السياحة والسفر في دولة الإمارات للمدة (2007-2013)

من خلال ما سيتم عرضه من نتائج ترتيب المؤشرات الرئيسة الثلاثة لدولة الإمارات وهذا ما انعكس على المؤشر الكلي لتنافسية قطاع السياحة والسفر (TTCI) وكيف أن دولة الإمارات احتلت الصدارة عربياً خلال الأعوام (2007-2013)، فضلاً عن حصولها على مراتب متقدمة دولياً سواء كانت المرتبة (18) في تقرير 2007، أو المرتبة (28) في تقرير 2013، وهذا ما يبينها الجدول (16).

الجدول-16 - المؤشر الكلي لتنافسية قطاع السياحة والسفر والمؤشرات الفرعية المكونة له في الإمارات (2007-2013)

المؤشرات	السنوات	الرتبة عربياً	الرتبة عالمياً	الدرجة
المؤشر الكلي TTCI	2007	1	18	5.09
	2009	1	33	4.51
	2011	1	30	4.78
	2013	1	28	4.86
مؤشر الاطار التنظيمي والقانوني RF	2007	2	18	5.28
	2009	4	39	5.12
	2011	5	57	4.77
	2013	2	45	4.95
مؤشر بيئة الاعمال والبنية التحتية BEI	2007	1	19	4.6
	2009	1	23	4.79
	2011	1	9	5.23
	2013	1	9	5.14
مؤشر الموارد البشرية والثقافية HCNR	2007	1	24	5.31
	2009	1	78	3.81
	2011	1	42	4.24
	2013	1	35	4.51

Source

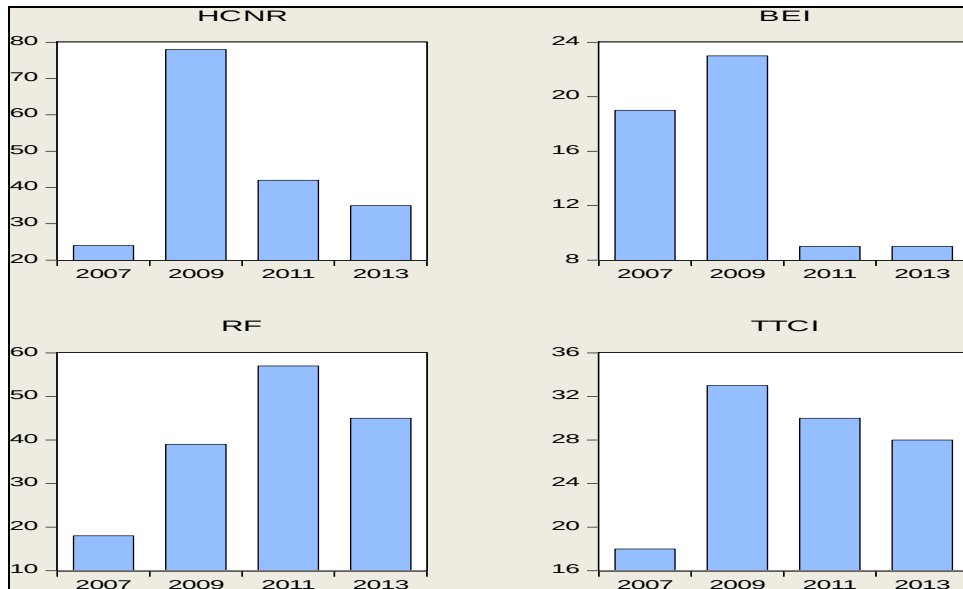
- World Economic Forum, (2007) Report The Travel & Tourism Competitiveness, Geneva, p.xvi, xvii.
- World Economic Forum, (2009) Report The Travel & Tourism Competitiveness, Geneva, p,xxi, xvii.
- World Economic Forum, (2011) Report The Travel & Tourism Competitiveness, Geneva, p,xvi
- World Economic Forum, (2013) Report The Travel & Tourism Competitiveness, Geneva, p,xxv.

1. **مؤشر الإطار التنظيمي والقانوني (RF):** يمكن معرفة ترتيب الإمارات ضمن هذا المؤشر من خلال الجدول (16) والشكل البياني (26) إذ نلاحظ أنها ارتقت في هذا المجال واحتلت المرتبة (2) عربياً و(18) دولياً في تقرير (2007)، لكنها بعد ذلك تراجعت واحتلت المرتبة (5) عربياً و(57) دولياً في تقرير (2011)، أما في تقريرها الأخير (2013) فقد حصلت على المرتبة (2) عربياً والمرتبة (45) دولياً بعدد نقاط بلغت (4.95). ومن ثم هذه المراتب المتقدمة عربياً وعالمياً تبين مدى إمتلاك دولة الإمارات العربية المتحدة القواعد والتشريعات الداعمة للنشاط السياحي إلى جانب إعطاء العناية اللازمة لقطاع السياحة والسفر ضمن مخططاتها التنموية.

2. **مؤشر بيئة الأعمال والبنية التحتية (BEI):** ارتقت الإمارات في مجال هذا المؤشر وحصولها على مراتب متقدمة جداً سواء كانت عربياً بحصولها على المرتبة الأولى خلال المدة المذكورة أنفاً، أو عالمياً وحصولها على المرتبة (9) في كل من تقرير (2011، 2013)، بعدد نقاط بلغت (5.23)، و(5.14) على التوالي.

3. **مؤشر الموارد البشرية والثقافية والطبيعية (HCNR):** جاء ترتيب الإمارات ضمن هذا المؤشر في المرتبة (24) دولياً في تقرير (2007)، لكنها تراجعت إلى المرتبة (78) من مجموع (133) دولة في تقرير (2009)، أما في تقرير (2013) فإنها حصلت على المرتبة (35) وبعدد نقاط بلغت (4.51). أما عربياً فإنها حصلت على المراتب الأولى خلال المدة المذكورة أنفاً.

الشكل -26- مؤشر تنافسية السياحة والسفر للإمارات للمدة (2007-2013)



المصدر : الشكل من عمل الباحث بالاعتماد على بيانات الجدول (16) .

وبحسب تقرير منظمة السياحة العالمية عن حركة السياحة العالمية لعام 2013 أشار إلى: (منظمة السياحة العالمية، 2013، مجموعة بيانات إحصاءات السياحة)

إن دولة الإمارات جاءت في المركز (30) من حيث أكثر الدول إستقبالاً للسياح من بين أفضل (50) مقصداً سياحياً. كما جاءت في المركز (29) من حيث أكثر الدول تحقيقاً للإيرادات السياحية، وأكثر الدول العربية إيراداً من بين أفضل (50) دولة سياحية. كما جاءت في المركز (21) من حيث أكثر الدول إنفاقاً على السياحة في العالم من بين أفضل (50) دولة سياحية. كما حقق قطاع الطيران نمواً قدره (10%) من أعلى معدلات النمو عالمياً في حركة المسافرين والسائحين، بوصف قطاع الطيران من أهم جوانب دعم نمو السياحة. كما جاءت في المركز الأول عالمياً في سلامة الطيران المدني للعام نفسه حسب معايير المنظمة الدولية للطيران الدولي (ICAO)، وجاء مطار دبي في قائمة أكبر المطارات في العالم من حيث عدد المسافرين البالغ نحو (70) مليون مسافر.

ثانياً - تحليل مؤشرات تنافسية قطاع السياحة والسفر في دولة الإمارات للمدة (2015-2019)

هناك أربعة مؤشرات رئيسة للقدرة التنافسية المؤثرة في قطاع السياحة والسفر التي حددها التقرير العالمي للتنافسية السياحية للأعوام (2015, 2017, 2019)، وفصل التقرير العالمي هذه المؤشرات الرئيسية في (14) مؤشراً فرعياً مجموعة من المتغيرات، ويمكن توضيح ذلك فيما يخص مؤشرات القدرة التنافسية لقطاع السياحة والسفر لدولة الإمارات العربية، لكن قبل البدء نوضح تطور ترتيبها في المؤشر الكلي للمدة (2015-2019) من خلال الجدول (17)، الذي يبين لنا أن دولة الإمارات مازالت تحقق تقدماً كبيراً خلال المدة المدروسة سواء كانت المرتبة (24) عالمياً من مجموع (141) دولة في تقرير 2015، أم المرتبة (29) عالمياً من مجموع (139) دولة في تقرير 2017، فضلاً عن المرتبة (33) عالمياً من مجموع (140) دولة في تقرير 2019.

﴿ الفصل الثاني ﴾ تحليل وقياس مؤشرات تنافسية القطاع السياحي في دول (الإمارات، مصر، تونس)

جدول -17- المؤشرات الرئيسة والفرعية للتنافسية السياحية لدولة الإمارات للمدة (2015-2019)

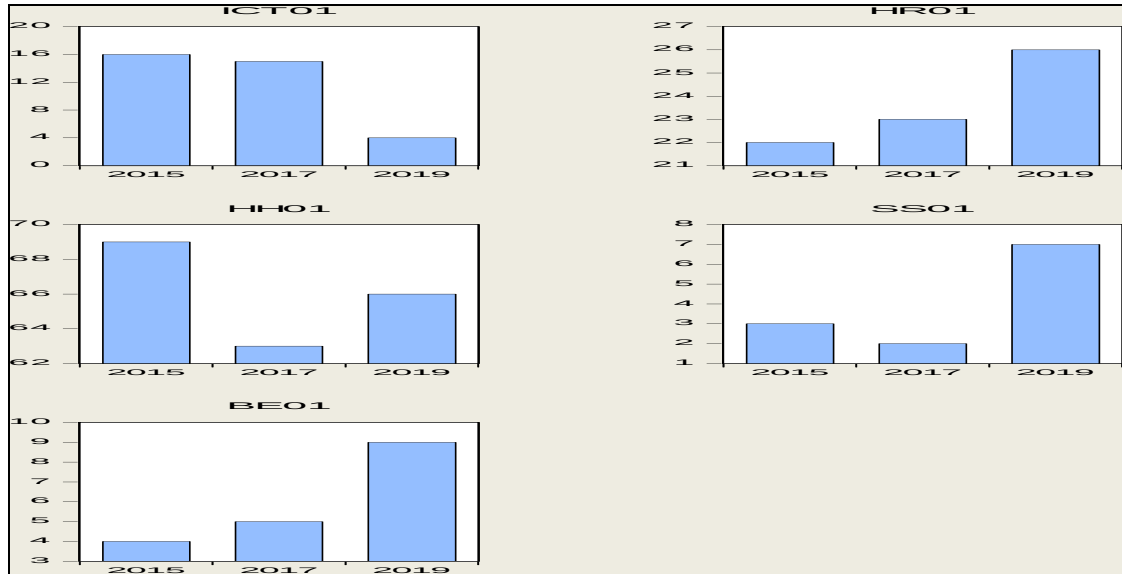
المؤشرات Indications	السنوات	الرتبة دوليا Rank	عدد النقاط Points
المؤشر الكلي TTCI	2015	24	3.5
	2017	29	3.5
	2019	33	4.4
	السنوات	الرتبة دوليا	عدد النقاط
مؤشر بيئة العمل BE	2015	4	5.6
	2017	5	5.9
	2019	9	5.6
	السنوات	الرتبة دوليا	عدد النقاط
مؤشر الأمن والسلامة SS	2015	3	6
	2017	2	6.6
	2019	7	6.3
	السنوات	الرتبة دوليا	عدد النقاط
مؤشر الصحة والنظافة HH	2015	69	5.3
	2017	63	5.4
	2019	66	5.4
	السنوات	الرتبة دوليا	عدد النقاط
مؤشر الموارد البشرية وسوق العمل HR	2015	22	5.1
	2017	23	5.2
	2019	26	5.1
	السنوات	الرتبة دوليا	عدد النقاط
مؤشر جاهزية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ICT	2015	16	5.8
	2017	15	6.1
	2019	4	6.4
	السنوات	الرتبة دوليا	عدد النقاط
تحديد اولويات السياحة والسفر PT&T	2015	39	5
	2017	31	5.1
	2019	71	4.7
	السنوات	الرتبة دوليا	عدد النقاط
الافتتاح الدولي Io	2015	85	2.8
	2017	75	3
	2019	83	3
	السنوات	الرتبة دوليا	عدد النقاط
تنافسية الأسعار PC	2015	45	4.9
	2017	56	5
	2019	64	5.5
	السنوات	الرتبة دوليا	عدد النقاط
الاستدامة البيئية ES	2015	41	4.4
	2017	40	4.5
	2019	41	4.5
	السنوات	الرتبة دوليا	عدد النقاط
البنية التحتية للنقل الجوي ATI	2015	4	5.7
	2017	3	5.8
	2019	3	5.7
	السنوات	الرتبة دوليا	عدد النقاط
البنية التحتية للنقل البري والبحري GPI	2015	20	5.1
	2017	19	4.9
	2019	31	4.5
	السنوات	الرتبة دوليا	عدد النقاط
البنية التحتية للخدمات السياحية GPI	2015	26	5.5
	2017	27	5.4
	2019	22	5.6
	السنوات	الرتبة دوليا	عدد النقاط
الموارد الطبيعية NR	2015	95	2.5
	2017	91	2.6
	2019	103	2.4
	السنوات	الرتبة دوليا	عدد النقاط
الموارد الثقافية CR	2015	53	2
	2017	50	2.2
	2019	45	2.2
	السنوات	الرتبة دوليا	عدد النقاط

Source

- World Economic Forum,(2015) Report The Travel & Tourism Competitiveness, Geneva, p18,33,34,35,36,37,38,39,40,41,42,43,44,45,46,47.
- World Economic Forum,(2017) Report The Travel & Tourism Competitiveness, Geneva, p,9,33,34,35,36,37,38,39,40,41,42,43,44,45,46,47.
- World Economic Forum,(2019) Report The Travel & Tourism Competitiveness, Geneva, p,45,70,71,72,73,74,75,76,77,78,79,80,81,82,83.

1: مؤشر البيئة التمكينية: ينطوي تحت هذا المؤشر مجموعة من المؤشرات الرئيسية والفرعية كما في الجدول (17) والشكل (27) وتتمثل بالآتي:

الشكل - 27- ترتيب مؤشر البيئة التمكينية لدولة الإمارات للمدة (2015-2019)



المصدر : الشكل من عمل الباحث بالاعتماد على بيانات الجدول (17) .

أ- **مؤشر بيئة العمل:** يتحرك ترتيب المؤشر صعوداً وهبوطاً حول خط اتجاه عام صاعد. إذ نلاحظ أن دولة الإمارات العربية احتلت ترتيباً متقدماً جداً في هذا المؤشر بحصولها على المرتبة (4) من مجموع (141) دولة في تقرير (2015)، فيما حلت في المرتبة (5) في تقرير (2017) من مجموع (136) دولة، والمرتبة (9) في تقرير 2019 من مجموع (140) دولة، ومن ثم فهذا يبين أن بيئة الأعمال في دولة الإمارات هي بيئة جاذبة لمختلف أشكال الإستثمار.

ينقسم هذا المؤشر إلى مجموعة من المؤشرات الفرعية كما يبينها الملحق (1) جدول (1) لعام 2019. احتلت دولة الإمارات المرتبة (24) عالمياً وبقيمة بلغت (5.5) نقطة في مؤشر حقوق الملكية الدولية لعام 2019 الذي تم إنشاؤه على أساس استطلاعات مسح الرأي. أيضاً وبحسب تقرير آخر هو (مؤشر حقوق الملكية الدولية) الصادر عن مؤسسة (Property Rights Alliance) التي تتخذ من واشنطن مقراً لها وعلى أساس رصيد الدول من النقاط، حصلت الإمارات العربية على قيمة بلغت (7.348) نقطة ما أهلها لتصدر دول الشرق الأوسط وأفريقيا محتلة المرتبة الأولى، فيما جاءت في المرتبة (22) عالمياً من بين (129) دولة متفوقة على دول عريقة مثل تشيلي (29) إسبانيا (36)، وإيطاليا (46)، البرازيل (62) (International Property Rights Index, 2019 :16-17).

كما أحتلت المرتبة (11) دولياً في مؤشر كفاءة الإطار القانوني في تسوية النزاعات التي تعد رتبة متقدمة جداً، إذ أن أغلب الدول اليوم وخصوصاً النامية تعاني العديد من النقائص التي يعاني منها القطاع السياحي التي تعزا إلى النصوص التنظيمية التي توطر وتضبط النشاط السياحي للمتعاملين وأصحاب الوكالات.

كما حصلت على المرتبة (3) دولياً في مؤشر الوقت اللازم للحصول على تراخيص البناء، إذ يبلغ عدد الإجراءات التي يحتاجها المستثمر لاستخراج هذه التراخيص (8) إجراءات يتطلب إنجازها (49) يوماً، مقارنةً بـ (9) إجراءات تستغرق (105) أيام في المملكة المتحدة. كما حصلت على المرتبة (8) في مؤشر بدء العمل التجاري، إذ بلغ عدد الإجراءات نحو (6) إجراءات تتطلب (4) أيام بينما هي (3) إجراءات تنجز في يومين في سنغافورة التي جاءت في المرتبة الأولى دولياً (World Bank Group, 2019, Doing Business 211).

حصلت دولة الإمارات على المرتبة (39) دولياً في مؤشر سهولة الحصول على القروض، إذ بلغت نسبة القروض المقدمة إلى القطاع الخاص من الناتج المحلي الإجمالي في دولة الإمارات العربية عام 2019 نحو (77.57%) وهي نسبة مرتفعة تعكس مدى سهولة الحصول على القروض، ومدى مساهمة المصارف في تطور قطاعها المالي (مجموعة البيانات المفتوحة للبنك الدولي، 2019)، وبحسب الإحصاءات المتوفرة عن السوق المالية الإماراتية فإنها تمتلك (45) مصرفاً في الدولة عام 2010، إلا أن عددها ارتفع نحو (59) مصرفاً في العام 2019، منها (21) مصرفاً وطنياً، و (38) مصرفاً اجنبياً، أما بخصوص تطور ناتج قطاع الأنشطة المالية فإنه ارتفع من (17.6) مليار دولار عام 2010 إلى (38.1) مليار دولار عام 2019.

أما بالنسبة إلى عدد الشركات المدرجة بسوق الإمارات للأوراق المالية لعام 2019 فإنها بلغت (137) شركة، أما في سوق ابو ظبي فقد بلغت (70) شركة، في حين بلغت في سوق دبي للأوراق المالية (67) شركة (وزارة الاقتصاد الإماراتية، التقرير الاقتصادي السنوي، 2019، 47-49).

كما حلت في المرتبة (16) دولياً من حيث مؤشر حجم السوق وهذا ما نلاحظه من حيث نمو حجم التجارة الخارجية غير النفطية كما في الجدول (18)، إذ ارتفعت من (288.1) مليار دولار عام 2015 إلى (436.4) مليار دولار عام 2019، وقد جاء هذا الارتفاع نتيجة زيادة الصادرات غير النفطية نحو (83.3) مليار دولار خلال المدة نفسها.

الجدول- 18- تطور حجم التجارة الخارجية غير النفطية لدولة الإمارات للمدة (2015-2019) (مليار دولار)

السنة	الواردات	الصادرات غير النفطية	إعادة التصدير	إجمالي الصادرات غير النفطية	إجمالي التجارة غير النفطية
2015	184.1	43.8	60.2	104	288.1
2016	189.2	45.9	58.6	104.5	293.7
2017	257.7	49.2	109	158.2	415.9
2018	244.6	56.1	117.5	173.6	418.2
2019	249.1	62.9	124.4	187.3	436.4

المصدر: وزارة الاقتصاد، (2019)، "التقرير الاقتصادي السنوي"، الإصدار (27)، الإمارات العربية المتحدة، ص 30.

كما تصدرت دولة الإمارات المرتبة الأولى عالمياً في مؤشر تأثير الضرائب على حوافز الإستثمار، والمرتبة (5) في مؤشر تأثير الضرائب على حوافز العمل، فيما حلت في المرتبة (10) في مؤشر إجمالي معدل الضريبة، وبهذا فقد صنفت من أقل دول العالم فرضاً للضرائب. إذ أن الخطوات التي قامت بها تعد منسجمة بشكل كبير على تحفيز الاستثمار فيها، من خلال تأسيس نظام التسجيل والدفع للضرائب عبر الانترنت، ومن ثم تدفع الشركات الضرائب المترتبة عليها أربع مرات في السنة وسطياً، وتحتاج إلى (12) ساعة سنوياً في تسجيل الضرائب وإعدادها ودفعها وتشكل كمية الضرائب الإجمالية التي يتم دفعها نحو (15%) من أرباح الشركات (عريف، ومصطفى وليد، 2019: 16). كما حلت دولة الإمارات في المرتبة (26) عالمياً من حيث مؤشر أثر العمل التجاري على قواعد الإستثمار الأجنبي.

ومن ثم أسهم التحسن في بيئة الأعمال في دولة الإمارات العربية في تزايد حجم أرصدة الاستثمارات الأجنبية المباشرة التي تخطت (154) مليار دولار عام 2019 مشكلة (42%) من القيمة الإجمالية لأرصدة الاستثمار الأجنبي الوافد للعالم العربي البالغ (36) مليار دولار، (المؤسسة العربية لضمان الإستثمار وائتمان الصادرات، 2020: 39).

كما بلغ عدد مشروعات الاستثمار الأجنبي المباشر خلال المدة (2015-2019) كما مثبت في جدول (19) نحو (1657) مشروعاً تم تنفيذها من قبل (1508) شركة أجنبية وعربية، وتشير التقديرات إلى أن التكلفة الاستثمارية الإجمالية لتلك المشروعات بلغت (48) مليار دولار، وجاءت كل من الهند و الولايات المتحدة، المملكة المتحدة، اليابان على التوالي في قائمة أهم الدول المستثمرة في دولة الإمارات خلال المدة (2015-2019)، وتركزت الإستثمارات الواردة في كل من قطاع الفحم والنفط والغاز نحو (9) مليار دولار، القطاع العقاري (8) مليار دولار، فيما توزعت باقي المشروعات الاستثمارية على باقي القطاعات الأخرى.

الجدول - 19 - أهم الدول المستثمرة في الإمارات للمدة (2015-2019)

الدولة	التكلفة (مليون دولار)	عدد المشاريع	عدد الشركات
الهند	9,893	130	117
الولايات المتحدة	6,277	362	333
المملكة المتحدة	3,840	288	268
اليابان	3,680	49	46
الصين	2,889	36	28
السعودية	2,864	21	20
المانيا	2,037	94	78
الكويت	1,975	23	12
فرنسا	1,740	90	83
هولندا	1,670	40	38
أخرى	12,040	524	485
المجموع	48,905	1657	1508

المصدر: المؤسسة العربية لضمان الإستثمار واثتمان الصادرات، (2019)، تقرير مناخ الإستثمار في الدول العربية، الكويت، ص 52.

ومن ثم أن وضع التشريعات والتنظيمات السياحية كان له دور مهم في تنظيم الأنشطة السياحية على المستوى الاتحادي من خلال تأسيس المجلس الوطني للسياحة والآثار بموجب القانون رقم (6) لعام 2008، إذ خولت له الدولة تنظيم إدارة السياحة في جميع إمارات الدولة بشكل يضمن التنسيق التام والفعال مع باقي الهيئات والدوائر المحلية المعنية بتخطيط وتنمية المشروعات السياحية، فضلاً عن منح الصلاحيات على مستوى كل إمارة من خلال مجموعة من الهيئات المختصة بالشأن السياحي التي من أهمها دائرة السياحة والتسويق التجاري في دبي، مؤسسة دبي للتسويق السياحي والتجاري، هيئة أبو ظبي للسياحة والثقافة والهيئات في باقي الإمارات وكل منها مسؤول عن مجموعة من الصلاحيات سواء في مجال تنظيم ومراقبة صناعة السياحة أم تحديث البنية التحتية وتطوير المنتجات، وتسويق المقاصد السياحية، بناء علاقات تجارية مع الشركات المحلية والإقليمية والدولية بغرض زيادة معدلات السفر لهذه الإمارات، التعريف بمكانة الإمارة كمركز تجاري عالمي تتوافر فيه المقومات الأساسية لممارسة الأعمال، زيادة كفاءة الانفاق التسويقي للإمارة من خلال منهجية متكاملة لتعزيز كفاءة جميع العاملين في قطاع السياحة، وغيرها من الصلاحيات الأخرى (طالب، 2017: 272-273).

ب- **مؤشر الأمن والسلامة:** يتحرك ترتيب المؤشر صعوداً وهبوطاً حول خط اتجاه عام صاعد. إذ احتلت دولة الإمارات العربية في هذا المؤشر المرتبتين (3) و (2) في تقرير (2015، 2017)، أما في تقرير (2019) فقد تراجعت قليلاً وحصلت على المرتبة (7) دولياً من مجموع (140) دولة. ينقسم هذا المؤشر إلى مجموعة من المؤشرات الفرعية وكما يبينها الملحق (1) الجدول (1) لعام 2019. حصلت الإمارات العربية على المرتبة (7) دولياً ضمن مؤشر تكاليف العمل التجاري من الجريمة والعنف. كما حصلت على المرتبة (21) دولياً في مؤشر تكاليف العمل التجاري من الإرهاب وجاء هذا

التصنيف كون دولة الإمارات تُعد من الدول الأكثر أماناً في العالم. كما حصلت على المرتبة (31) في مؤشر وقوع الإرهاب، وبحسب تقرير مؤشر الإرهاب العالمي* لعام 2019 فقد جاءت الإمارات العربية بالمرتبة (130) من مجموع (163) دولة مع تصنيف تأثير الإرهاب فيها على أنه منخفض جداً، وهذا ما يجعلها وجهة سياحية محبذة لدى الكثير من الزوار الأجانب، فيما حلت ثلاث دول عربية ضمن قائمة الدول الأكثر أماناً وهي كل من العراق الذي حل ثانياً، وسوريا التي حلت رابعاً، واليمن الذي حل ثامناً (1: 2019, Global Terrorism Index). أيضاً وخلال العام نفسه (2019) احتلت دولة الإمارات المركز الأول عربياً و (3) دولياً بقيمة بلغت (93) نقطة وذلك بحسب مؤشر (Global) للشعور بالأمن والأمان الذي يصنف دول العالم من حيث مستويات الأمن والأمان ومدى فعالية تطبيق القانون ومستويات انتشار الجرائم (12: 2019, Global Law and Order). أيضاً حلت الإمارات العربية في المرتبة (15) دولياً من حيث مؤشر موثوقية خدمات الشرطة.

ومن ثم كل تلك النتائج تظهر كيف تتمسك دولة الإمارات بمبدأ شعب آمن وقضاء عادل، وهذا نتيجة مجموعة من السياسات التي تم اعتمادها التي منها:

- أ- صادقت دولة الإمارات على اتفاقية الأمم المتحدة لمكافحة الجريمة المنظمة عبر الوطنية الموقعة في (Palermo) عام 2000 التي تساعد في تطبيق نظام المساعدة القانونية المتبادل بين الدول، بشأن المحكوم عليهم والمتهمين وغيرها من الإجراءات القانونية (خليل، 2015: 173).
- ب- تنفيذ مبادرة البرج الذكي (2017) لمراقبة حركة المرور والبحث عن العجلات المطلوبة، وتوفير معلومات عن حركة المرور لسائقي السيارات، تهدف هذه المبادرة إلى تقليل عدد وفيات الحوادث إلى النصف من (6) إلى (3) وفيات لكل (100) ألف نسمة بحلول العام (2021).
- ت- وضع إطار عمل مشترك لمكافحة المخدرات، يهدف إلى منع تهريب المخدرات واكتشاف عمليات التهريب مسبقاً. أيضاً توحيد النظم الجنائية من خلال توحيد السجلات الجنائية وقواعد البيانات الخاصة بالقطاعات ذات العلاقة. كما تم اطلاق نموذج الاستخبارات الوطنية (2017) لرصد حالات الطوارئ المتعلقة بالحريق والسلامة العامة من خلال استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي (أجندة التنمية المستدامة 2030، 2018: 72).

* مؤشر الإرهاب العالمي : هو تقرير ينشر سنوياً بواسطة منظمة الاقتصاد والسلام IEP ، يغطي أكثر من 163 دولة من سكان العالم ، وينتج المؤشر مجموع نقاط مركب ليوفر تصنيفاً ترتيبياً للبلد فيما يخص التأثير في الإرهاب.

ت- الصحة والنظافة: يتحرك ترتيب المؤشر صعوداً وهبوطاً حول خط اتجاه عام متذبذب، على الرغم من التقدم الكبير الذي حصلت عليه دولة الإمارات العربية في الكثير من مؤشرات التنافسية السياحية إلا أنها ماتزال في ترتيب متوسط عالمياً في هذا المؤشر، إذ نجد أن ترتيب الإمارات في تقرير (2015) كان في المرتبة (69) عالمياً، إلا أنها في عام 2019 حصلت على المرتبة (66) دولياً وبقيمة بلغت (5.4) نقطة.

وفي مجال مؤشرات الفرعية كما يبينها الملحق (1) جدول (1) لعام 2019:

حصلت الإمارات العربية على المرتبة (50) عالمياً في مؤشر كثافة الأطباء لكل (1000 / شخص)، إذ بلغ عدد الأطباء البشريين في القطاع الصحي الإماراتي عام 2019 (24,345) طبيباً وبمعدل (2,45) طبيب لكل (1000) من السكان، كما بلغ إجمالي عدد أطباء الأسنان (6,273) طبيباً، وبمعدل (0.6) طبيب اسنان لكل (1000) من السكان، كما بلغ إجمالي عدد هيئة التمريض (55,158) ممرضاً وبمعدل (5.6) ممرض لكل (1000) من السكان، كما بلغ إجمالي عدد الصيادلة (8,469) صيدلانياً وبمعدل (0.86) صيدلاني لكل (1000) من السكان (الهيئة الاتحادية للتنافسية والاحصاء، أرقام الإمارات، 2019).

كما حلت الإمارات في مؤشر عدد الأسرة المرتبة (102) عالمياً، وعلى الرغم من ابتعادها من حيث الترتيب إلا أن عدد الأسرة ارتفع من (6,627) سريراً عام 2015 إلى (14,936) سريراً عام 2019، منها (7886) سريراً في المستشفيات الحكومية البالغ عددها (45) مستشفى، وبمعدل الأسرة إلى السكان بلغ (0.80) سريراً لكل (1000) من السكان، و (7050) سريراً في المستشفيات الخاصة البالغ عددها (100) مستشفى وبمعدل (0.72) سريراً لكل (1000) من السكان (الهيئة الاتحادية للتنافسية والاحصاء، أرقام الإمارات، 2019).

كما حصلت على المرتبة (12) و (35) في مؤشري إمكانية الحصول على مياه شرب محسنة و الوصول إلى مرافق صحية محسنة (% عدد السكان)، بلغت نسبة السكان الذين يستخدمون على الأقل خدمات مياه شرب أساسية لعام 2019 (99.63%) في حين بلغت نسبة السكان الذين يستخدمون على الأقل خدمات صرف صحي أساسية (99.98%) للعام نفسه (الهيئة الاتحادية للتنافسية والاحصاء، 2019). كما حصلت الإمارات على المرتبة الأولى عالمياً في كل من مؤشري (معدل الإصابة بالمalaria، انتشار فايروس نقص المناعة).

وضعت الإمارات العديد من الاستراتيجيات لتطوير قطاعها الصحي التي منها الاستراتيجية الوطنية للابتكار في عام 2014 التي تهدف لجعل الإمارات من الدول الأكثر ابتكاراً خلال السنوات القادمة من خلال استهداف سبعة قطاعات من ضمنها القطاع الصحي، إذ تعمل الاستراتيجية على

تعزيز استخدام التقنيات المتطورة في توفير خدمات الرعاية الصحية بمعايير عالمية والتي من أهمها (عدد وفيات أمراض القلب والشرابيين لكل 100 ألف من السكان، نسبة السكان المصابين بداء السكري، نسبة الأطفال الذين يعانون من السمنة، متوسط العمر الصحي المتوقع، عدد وفيات أمراض السرطان لكل 100 ألف من السكان، نسبة المنشآت الصحية المستوفية لمعايير الاعتماد، مؤشر جودة الرعاية الصحية، عدد الأطباء الممارسين لكل 1000 من السكان، عدد الممرضين والممرضات الممارسين لكل 1000 من السكان، فضلاً عن دعم نمو التكنولوجيا الحيوية والصناعات الدوائية) (البوابة الرسمية لحكومة دولة الإمارات، 2021).

ث- **الموارد البشرية وسوق العمل:** يتحرك ترتيب المؤشر صعوداً وهبوطاً حول خط اتجاه عام صاعد، إذ حلت دولة الإمارات في هذا المؤشر المرتبة (22) في تقرير (2015)، بعدها المرتبة (23) في تقرير (2017)، ثم حلت في المرتبة (26) دولياً في تقرير (2019) بعدد قيم بلغت (5.1) نقطة.

ينقسم هذا المؤشر إلى مجموعة من المؤشرات الفرعية كما يبينها الملحق (1) الجدول (1) لعام 2019. حلت دولة الإمارات بمراتب متوسطة نوعاً ما في مؤشرات التعليم مقارنةً ببقية المؤشرات الأخرى، إذ نلاحظ حصولها على المرتبة (84) دولياً في مؤشر معدل التسجيل في التعليم الابتدائي، بنسبة مئوية بلغت (93.4%) إلى عدد السكان وهذا التراجع من حيث الترتيب عالمياً من الممكن أن يعود إلى انخفاض نسبة السكان في السنة العمرية (0:14) عام التي بلغت (13%)، نتيجة ارتفاع نسبة العمالة الوافدة إليها وانخفاض عدد السكان الأصليين، فقد قدرت العمالة الوافدة إلى دولة الإمارات بثلاثي السكان، في حين أن نسبة السكان الأصليين تنخفض إلى (30%) من جملة القاطنين في الدولة (الشراري ، 2019: 19). فيما حلت في المرتبة (64) دولياً بمؤشر معدل التسجيل في التعليم الثانوي بنسبة بلغت نحو (92.3%) إلى عدد السكان. وعلى الرغم من ابتعاد الإمارات قليلاً في هذا المؤشر لسنوات معينة إلا أن هذا لا ينفي أن هناك اهتماماً بهذا القطاع، إذ احتوى ترتيب أفضل (100) جامعة عربية على (13) جامعة إماراتية لعام 2019، في حين احتوت لائحة أفضل ثلاثين جامعة في الشرق الأوسط وشمال أفريقيا على (3) جامعات إماراتية للعام نفسه، (Universities, T. 2019).

أما على مستوى الانفاق على هذا القطاع فقد بلغت نسبة الانفاق على التعليم الحكومي حوالي (20%) من ميزانية الحكومة وهي نسبة أعلى من نظيرها في دول متقدمة مثل الولايات المتحدة الأمريكية وألمانيا وبريطانيا، وقد وجدت دبي مكانة لها ضمن أفضل وجهات التعليم العالمية وهذا ناتج بفعل مجموعة من الإجراءات التي من أهمها تطوير الجامعات ومراكز البحث العلمي، إعادة هيكلة التعليم بأنواعه كافة، رفع مستوى التعليم والتدريب السياحي (word bank , 2020 , without a page).

كما حصلت على مرتبة متأخرة (127) دولياً في مؤشر مشاركة المرأة في القوة العاملة، إذ لم تزد نسبة مشاركة المرأة في سوق العمل عن (50,5%) إلى السكان كما مثبت في بيانات الملحق (2) جدول (4)، وقطاعياً تتمركز مساهمة المرأة في سوق العمل في قطاع الخدمات إلى مايفوق (93,2%) من مجمل الاناث المشاركات في قوة العمل، وعلى الرغم من ابتعادها دولياً من حيث الترتيب إلا أن هذا لاينفي سعي دولة الإمارات إلى تحسين ترتيبها في هذا المؤشر فقد اعتمدت في عام 2015 قراراً بتشكيل مجلس الإمارات للتوازن بين الجنسين بهدف تقليص الفجوة من خلال المبادرات والمشروعات المبتكرة التي تسهم في تحقيق التوازن بين الرجل والمرأة، كما اطلقت دليل التوازن بين الجنسين بالتعاون مع منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (عبدالمعظم، وسفيان، 2019: 21-25).

أما بخصوص مؤشرات العمل فقد حلت بالمرتبة (5) دولياً في مؤشر سهولة توظيف العمالة الأجنبية الذي يبين مدى تقيد الدولة في اللوائح المتعلقة بتوظيف العمالة الأجنبية، من خلال هذا المؤشر نلاحظ أن دولة الإمارات العربية هي دولة غير مقيدة إطلاقاً بتوظيف الأيدي العاملة الأجنبية. أما بخصوص مؤشر تدريب الموظفين وتطويرهم من قبل الشركات العاملين فيها فقد حلت في المرتبة (21) دولياً، فقد بذلت الإمارات جهوداً في تدريب موظفيها وذلك من خلال المرسوم الإتحادي رقم (11) لعام 2008 القاضي بإستحداث الهيئة الإتحادية للموارد البشرية الحكومية التي قامت بوضع نظام التدريب والتطوير لموظفي الحكومة الإتحادية من خلال وضع إجراءات ومعايير تهدف إلى رفع كفاءة الجهاز الوظيفي وتزويده بالمؤهلات والمهارات (الهيئة الإتحادية للموارد البشرية الحكومية، بدون تاريخ). فيما حلت بمراتب جيدة في كل من مؤشر سهولة إيجاد الموظفين المهرة بترتيب (9) دولياً، وموشر الأجور والانتاجية المرتبة (7) دولياً أي إلى أي مدى يرتبط الأجر بانتاجية العامل، فيما حلت بالمرتبة (26) دولياً في مؤشر درجة توجه العميل الذي يبين مامدى جودة تعامل الشركات مع العملاء. كما حلت بدرجة متقدمة (6) دولياً من خلال مؤشر ممارسات التوظيف والفصل ومن ثم بقاء الموظف مرهون بانتاجيته.

وعند التفصيل أكثر في متغيرات هذا المؤشر نجد أنه على الرغم من تراجع مؤشرات الموارد البشرية إلا انها تبقى مقبولة وانها موضع اهتمام من قبل الحكومة الإماراتية وهذا مايبينته نتائج سوق العمل التي حلت فيها الإمارات مراتب متقدمة جداً من خلال تزويد العنصر البشري بالمعلومات والمعارف والمهارات التي تتيح للفرد القدرات اللازمة لقيامه بعمله بمهنية.

ج- جاهزية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات: يتحرك ترتيب المؤشر هبوطاً وصعوداً حول خط اتجاه عام هابط. إذ حصلت دولة الإمارات العربية في هذا المؤشر على المرتبة (16) دولياً في تقرير عام

(2015)، بعدها المرتبة (15) دولياً في تقرير عام (2017)، أما في تقرير العام (2019) فقد ارتقت بحصولها على المرتبة (4) دولياً بعدد قيم بلغت نحو (6.4) نقطة.

تمتلك دولة الإمارات العربية واحدة من أكثر البنى التحتية لمجتمع المعلومات تطوراً في العالم وتتنوع من حيث عدد ومستوى الخدمات المقدمة وتطور معدل الزيادة في تغطية شبكات الهاتف النقال وحصولها على المرتبة الأولى دولياً في مجال هذا المؤشر، واشتراكات الهاتف الخليوي المتنقل (100/ شخص) المرتبة (2) دولياً، واشتراكات النطاق العريض الجوال (100/ شخص) المرتبة (1) دولياً، وغيرها من المؤشرات الفرعية الأخرى منها مؤشر اشتراكات الانترنت ذات النطاق العريض الثابت (100/ شخص) وحصولها على المرتبة (29) دولياً.

لقد أصبح التحول الرقمي جزءاً أساسياً من الحياة بمختلف تجلياتها (الاقتصادية، الاجتماعية، التعليمية.. إلخ) في دولة الإمارات الذي هو عبارة عن وليد تراكم تاريخي من المحطات والانجازات التي قد أبتدأت من عام (1982) مع تأسيس الهيئة العامة للمعلومات بهدف ادخال الحواسيب إلى العمل الحكومي، وأصبحت اليوم الحكومة الرقمية هي النمط السائد في العمل المؤسساتي، ولهذا تبدي اليوم دولة الإمارات اهتماماً يفوق دولاً متقدمة بتتبع التطور التكنولوجي في العالم والتحول نحو اقتصاد قائم على المعرفة والابتكار وتكنولوجيا المعلومات، وفيما يلي أبرز المحطات في رحلة تحولها الرقمي.

الجدول - 20 - التحول الرقمي في الإمارات - تسلسل تاريخي

التسلسل التاريخي	التحول الرقمي في دولة الإمارات
1982	انشاء الهيئة العامة للمعلومات
1985	تطبيق خدمات الاليف البصرية المتكاملة الحديثة
1995	دخول الانترنت إلى الامارات
1999	تأسيس مدينة دبي للانترنت
2000	أول حكومة إلكترونية في المنطقة (حكومة دبي الإلكترونية)
2001	أول بوابة دفع إلكترونية (الدرهم الإلكتروني)
2003	إنشاء الهيئة العامة لتنظيم قطاع الاتصالات (الحكومة الإلكترونية)
2009	تكليف هيئة تنظيم الاتصالات والحكومة الرقمية بالإشراف على التحول الرقمي
2010	إطلاق البوابة الرسمية لحكومة الإمارات (u.ae)
2011	إطلاق برنامج محمد بن راشد للتعليم الذكي
2013	إطلاق الحكومة الذكية المتنقلة على المستوى الاتحادي
2015	إطلاق الشبكة الإلكترونية الاتحادية (Fwdnet)
2016	تشغيل الهوية الرقمية (UAEPass)
2018	إطلاق المحفظة الرقمية (باستخدام البلوك تشين)

المصدر: هيئة تنظيم الاتصالات والحكومة الرقمية، التحول الرقمي في دولة الإمارات العربية، 2020، ص 7-8.

ومن أهم الخطوات أو الأمثلة التي تم اتخاذها في هذا المجال هي:

أطلقت إمارة أبو ظبي منصة (تم) التي تُعد نافذة شاملة تُقدم الخدمات الإلكترونية إلى المواطنين والزوار كافة في الإمارة، مما يوفر الوقت والجهد ويسرع من دفع عجلة التنمية ودعم مسيرة التقدم، تتيح هذه المنصة إنجاز سلسلة متكاملة من الخدمات الحكومية عبر نقطة اتصال

واحدة دون الحاجة إلى زيارة أي جهة حكومية، من أي مكان وفي أي وقت من خلال هذه المنصة، بمدة لا تتجاوز (6) دقائق، فيما بلغت نسبة رضا المتعاملين عن المنصة نحو (93%). أيضاً تم إنشاء منصة سداد أبو ظبي التي تعد منصة موحدة لجميع الخدمات الحكومية في الإمارة لتتيح للمتعاملين سداد رسوم جميع الخدمات الحكومية رقمياً.

أما بالنسبة للتحويل الرقمي في إمارة دبي فقد انشأت العديد من المنصات والتي منها (تطبيق دبي الآن) الذي يوفر منصة واحدة للمعاملات الحكومية، أيضاً منصة (استثمر في دبي) التي تعد أول منصة رقمية موحدة لتأسيس الأعمال في الإمارة والتي توفر مدة قليلة لحصول المستثمر المحلي والاجنبي على تراخيص بناء (هيئة تنظيم الاتصالات والحكومة الرقمية، التحويل الرقمي في دولة الإمارات العربية، 2020، 74-77). وبهذا فقد حققت اليوم دولة الإمارات العربية نسبة كبيرة من الحوكمة الذكية، من خلال تحويل نحو (96.3%) من الخدمات الحكومية الأكثر أهمية والبالغة نحو (337 خدمات يومية) إلى خدمات ذكية، إذ يعد قطاع الخدمات الحكومية في دولة الإمارات القطاع الأكثر رقمته بعد تحول أكثر من (41) جهة حكومية نحو الخدمات الذكية (قعلول، والوليد، 2020: 30).

أما في المجال السياحي فقد كان إنشاء مشروع سيلكون بارك عام 2014 كأول مدينة ذكية متكاملة ضمن خطة تحويل دبي إلى المدينة الأذكى في العالم لجذب سياحة الأعمال والسائحين ذوي الاهتمامات المتعددة (البوابة الالكترونية لدولة الامارات، 2018)، كما تم اعتماد هيئة السياحة والثقافة في أبو ظبي ودبي على تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي في خدماتها في الترويج والتسويق للأحداث والفعاليات السياحية من خلال استخدام المنصات الرقمية، فضلاً عن التعاون مع قطاعات النقل لتقديم خدمات الحجز الالكتروني في المترو، وتفعيل استخدام الهاتف الذكي في المطارات لتبسيط إجراءات السفر عبر المنافذ دون جوازات السفر من خلال تطبيق الكتروني خاص بالتعرف على الوجوه، فضلاً عن الاستخدام التفاعلي للمنصات الرقمية وتقنيات الواقع الافتراضي والواقع المعزز، وتحليل البيانات الضخمة التي تقيس ردود الفعل وتحللها للسائحين من خلال استخدام الذكاء الاصطناعي لمعرفة أسباب اختيار السائح للوجهات وتحسين تجربة السفر (علي، بن الطيب وآخرون، 2019: 502).

2: مؤشر السياسات والظروف التمكينية للسياحة والسفر: ينطوي تحت هذا المؤشر مجموعة من المؤشرات الفرعية كما يبينها الجدول (17) والشكل (28) وتتمثل بالآتي:

الشكل - 28- ترتيب مؤشر السياسات والظروف التمكينية للسياحة والسفر لدولة الإمارات للمدة (2015-2019)



المصدر : الشكل من عمل الباحث بالاعتماد على بيانات الجدول (17) من خلال البرنامج الاحصائي Eviews9

أ- **مؤشر تحديد أولويات السياحة والسفر:** يتحرك ترتيب هذا المؤشر صعوداً وهبوطاً حول خط اتجاه عام متذبذب. إذ احتلت دولة الإمارات العربية في هذا المؤشر المرتبة (39) و (31) في تقرير كل من (2015)، (2017) على التوالي، لكنها تراجعت إلى المرتبة (71) وبعدد قيم بلغت (4.7) نقطة في تقرير عام 2019، وبالرغم من ابتعاد الإمارات في هذا المؤشر إلا أن هذا لا ينفي أن هناك اهتماماً بهذا القطاع خصوصاً حصولها على المراتب الأولى دولياً في بعض مؤشرات الفرعية وكما في الملحق (1) الجدول (1):

حلت الإمارات المرتبة (21) من حيث مؤشر تحديد أولويات الحكومة في صناعة السفر والسياحة، إذ أن النتائج التي وصلت إليها كانت نتيجة لجهود كبيرة جعلتها تتصدر الدول الأكثر جذباً للسياح عربياً وفي مراتب متقدمة عالمياً، وهذا نتيجة الاستثمار الجاد، وخدمات العرض المقدمة للسائح. أيضاً حلت الإمارات في المرتبة (8) عالمياً من حيث مؤشر فعالية التسويق والعلامة التجارية لجذب السياح، إذ يعتمد الترويج السياحي في دولة الإمارات العربية على المبادرة بتقديم ما لا يتوقعه السائح، إذ لا يستطيع أي مؤسسة تقديم هذا العمل، إلا إذا اتسمت بالكفاءة والقدرة على تقديم خدمات ذات جودة، ومن بين الوسائل الترويجية للسياحة في الإمارات هي مؤسسة دبي للتسويق السياحي والتجاري والمسؤولة عن ترويج العلامات التجارية والتسويق. كما حلت دولة الإمارات في المرتبة (32) من حيث مؤشر الإنفاق الحكومي على السياحة والسفر (نسبة مئوية من موازنة الدولة)، إذ شكلت نسبة (5.0%) من موازنة الدولة الإماراتية لعام 2019 (الهيئة الاتحادية للتنافسية، أرقام الإمارات، 2020: 19).

اما باقي المؤشرات الأخرى فنلاحظ ابتعاد دولة الإمارات من حيث الترتيب الدولي، إذ حلت في المرتبة (126) ضمن مؤشر تصنيف استراتيجية العلامة التجارية للبلد، والمرتبة (139) ضمن مؤشر شمولية البيانات السنوية للسياحة والسفر، والمرتبة (96) ضمن مؤشر دقة مواعيد تقديم بيانات السفر والسياحة، وهذه تعد نقاط ضعف في مؤشر القدرة التنافسية السياحية لدولة الإمارات.

ب- **الانفتاح الدولي:** يتحرك ترتيب هذا المؤشر هبوطاً وصعوداً حول خط اتجاه عام متذبذب. إذ احتلت دولة الإمارات العربية في هذا المؤشر المرتبة (85) في تقرير (2015)، أما في تقرير (2019) فقد تقدمت قليلاً وحصلتها على المرتبة (83) دولياً، وهذا التأخر في الترتيب هو نتيجة ابتعاد مؤشرات الفرعية كما في الملحق (1) جدول (1):

حصلت دولة الإمارات على المرتبة (31) في مؤشر المتطلبات اللازمة للحصول على التأشيرة، وهذا راجع بالأساس إلى تسهيلات دولة الإمارات في إجراءات الحصول على التأشيرة بالدرجة الأولى من حيث تأشيرات الدخول والتنسيق مع سفارات الدول الأخرى بإمكانية منح التأشيرة، وبحسب بيانات مؤشر "The Henley Passport 2019" الذي يُعد نظاماً تفاعلياً يختص بتصنيف قوة جوازات السفر جاءت الإمارات في المركز الأول عربياً والمركز (15) دولياً، إذ يمكن لحامل جواز السفر الإماراتي السفر إلى (172) دولة دون الحاجة إلى تأشيرة مسبقة، أما بالنسبة للسياح الوافدين لدولة الإمارات فإنها قامت بإزالة قيود الحصول على تأشيرة السياحة، وسهلت الحصول عليها في الموانئ البرية والبحرية والجوية (The Henley Passport Index, 2019:5).

من خلال هذا الانجاز لا تقتصر العوائد الإيجابية لسهولة التنقل بين مختلف دول العالم على تمكين مواطني دولة الإمارات العربية من التنقل بحرية بغرض السياحة فحسب، وإنما تشمل أيضاً على عوائد اقتصادية وتنموية من خلال تسهيل عملية التبادل التجاري بين دولة الإمارات والدول الأخرى، إذ تشير الإحصاءات إلى أن الوقت المحتاج للتصدير في دولة الإمارات العربية من حيث الإجراءات الحدودية هو (48) ساعة فقط، ومن حيث الإجراءات المستندية نحو (6) ساعات، وأن الوقت المحتاج للاستيراد هو (72) ساعة بالنسبة للإجراءات الحدودية، و(37) ساعة بالنسبة للإجراءات المستندية، أما من حيث الكلف المحتاجة للتصدير من حيث الإجراءات الحدودية فبلغت (650) دولار، ومن حيث الإجراءات المستندية (178) دولار، أما الكلف المحتاجة للاستيراد من حيث الإجراءات الحدودية (678) دولاراً ومن حيث الإجراءات المستندية (283) دولاراً (Doing Business, 2016, 3-9). كما حصلت دولة الإمارات على المرتبة (99) في مؤشر عدد الاتفاقيات السارية، والمرتبة (62) في مؤشر انفتاح الاتفاقيات الثنائية في مجال الخدمات الجوية.

ت- **مؤشر تنافسية الأسعار:** يتحرك ترتيب المؤشر صعوداً وهبوطاً حول خط اتجاه عام صاعد. إذ احتلت دولة الإمارات العربية في هذا المؤشر المرتبة (45)، و (56) في تقرير كل من (2015)، (2017) على التوالي، أما في تقرير (2019) فقد تراجعت بحصولها على المرتبة (64) دولياً بعدد نقاط بلغت (5.5). ويدرج ضمن هذا المؤشر مجموعة من المؤشرات الفرعية مثل مؤشر أسعار الفنادق الذي يبين معدل أسعار الفنادق ومقارنتها بما تقدمه من خدمات على وفق تصنيفاتها التي حصلت على المرتبة (79) دولياً والتي تعد مرتبة متوسطة، وهذا راجع بالأساس إلى ارتفاع متوسط أسعار الفنادق في دولة الإمارات التي سجلت (157.1) دولاراً لليلة الواحدة (Global Competitiveness Report, 2019:333) وهذا الارتفاع في متوسط الأسعار يمكننا القول أنه ناتج بفعل مجموعة من الأسباب التي منها:

- بيئة الإمارات الجاذبة لمختلف الاستثمارات ومن ثم رجال الأعمال.
- قلة المعروض من الغرف الفندقية مقارنةً بحجم الطلب عليها، فضلاً عن الخدمات الجيدة المقدمة في هذه الفنادق.

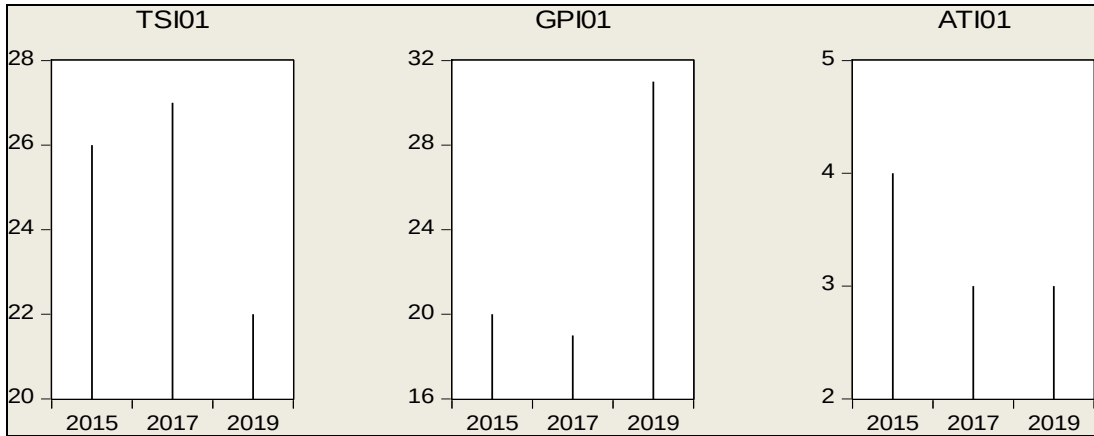
أما مؤشر تعادل القوة الشرائية فقد حلت بالمرتبة (98) دولياً، ومؤشر ضرائب التذاكر ورسوم المطار بالمرتبة (59) دولياً، ومؤشر مستويات سعر الوقود المرتبة (18) دولياً.

ث- **مؤشر الاستدامة البيئية:** يتحرك ترتيب المؤشر حول خط اتجاه عام ثابت، إذ احتلت الإمارات العربية المرتبة (41) في تقرير 2015، بعدها ارتقت مرتبة واحدة في تقرير 2017، أما في تقرير 2019 فقد حصلت على المرتبة (41) وبعدد نقاط بلغت (4.5). أيضاً يحتوي هذا المؤشر على مجموعة من المؤشرات الفرعية المتمثلة بـ:

ارتقت دولة الإمارات بحصولها على المرتبة (6) دولياً في مؤشر استدامة تنمية قطاع صناعة السياحة والسفر. كما حصلت على المرتبة (25) و (31)، (22) في كل من مؤشر تطبيق اللوائح البيئية، ومؤشر صرامة الانظمة البيئية، وكذلك مؤشر معالجة مياه الصرف الصحي على التوالي. مازالت الإمارات تعاني من ضعف في مؤشر الضغط على الموارد المائية بحصولها على المرتبة (126) دولياً إذ تعد دولة الإمارات من الدول ذات الندرة المائية نتيجة لانعدام مجاري المياه العذبة الطبيعية، وقلة معدلات هطول الأمطار فيها، فضلاً عن ارتفاع درجة الحرارة. كما حصلت على مراتب متوسطة في كل من مؤشر (التصديق على المعاهدات البيئية والأنواع المهددة بالانقراض) بمراتب (78)، (75) دولياً على التوالي.

3- **مؤشر البنية التحتية:** ينطوي تحت هذا المؤشر مجموعة من المؤشرات الرئيسية والفرعية وتتمثل بالآتي:

الشكل - 29- ترتيب مؤشر البنية التحتية لدولة الإمارات للمدة (2015-2019)



المصدر: الشكل من عمل الباحث بالاعتماد على بيانات الجدول (17) من خلال البرنامج الاحصائي Eviews9

أ- **مؤشر البنية التحتية للنقل الجوي:** يتحرك ترتيب المؤشر هبوطاً وصعوداً حول خط اتجاه عام هابط. إذ ارتقت الإمارات على مراتب متقدمة من حيث هذا المؤشر وحصولها على المرتبة (4) عالمياً في تقرير 2015، والمرتبة (3) في تقرير كل من (2019, 2017) وبعدد نقاط بلغت (5.8-5.9) على التوالي.

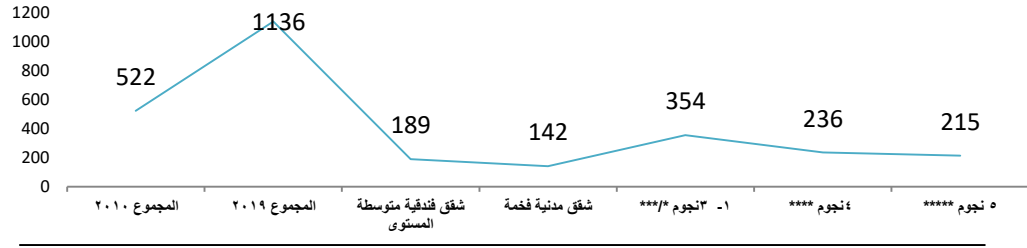
أما مؤشراته الفرعية لعام 2019 فقد حصلت على المرتبة (7) في مؤشر جودة البنية التحتية للنقل الجوي، والمرتبة (6) في مؤشر عدد الطائرات المغادرة، أما بالنسبة إلى عدد شركات الطيران، فقد حصلت الإمارات على المرتبة (20) دولياً، إذ تمتلك دولة الإمارات نحو (4) شركات طيران هي (شركة طيران الإمارات، شركة الاتحاد للطيران، شركة فلاي دبي، والعربية للطيران) ولكل شركة مزايا منفصلة عن الأخرى، في حين يُعد طيران الإمارات من أبرزها وأقدمها. تحتضن دولة الإمارات نحو (8) مطارات دولية، أما بخصوص الطائرات فإنها تمتلك اسطولاً يحتوي على (265) طائرة وتسير رحلاتها إلى أكثر من (220) وجهة ضمن أكثر من (80) دولة في العالم (الهيئة الاتحادية للتنافسية والاحصاء، 2019: 42). ومن ثم يعد قطاع النقل الجوي واحداً من أبرز القطاعات الاقتصادية في دولة الإمارات العربية، كما يسهم نحو (15%) من إجمالي الناتج المحلي في الدولة، وتتصدر دولة الإمارات الدول العربية في الاستثمارات بقطاع الطيران، إذ تستحوذ على (40%) من حجم قطاع الطيران في العالم العربي، كما أظهر التقرير السنوي لمجلس المطارات العالمي أن مطار دبي الدولي حافظ على مركزه للعام الخامس على التوالي بصفته أكبر مطار دولي في العالم من حيث أعداد المسافرين الدوليين بعد أن تعامل مع (128) مليون مسافر في العالم لعام 2018، متفوقاً بذلك على كبرى مطارات العالم مثل مطار هيثرو (Heathrow) في لندن، (المجلس الوطني للأعلام الإماراتي، الكتاب السنوي، 2019: 52).

ب- **مؤشر البنية التحتية للنقل البري والبحري:** يتحرك ترتيب المؤشر صعوداً وهبوطاً حول خط اتجاه صاعد. ارتقت الإمارات المرتبة (20) عالمياً في تقرير 2015، والمرتبة (19) في تقرير (2017) بعدها تراجعت إلى المرتبة (31) في تقرير (2019)، وبعدد نقاط بلغت (4.5-4.9) على التوالي. إذ يوجد على امتداد سواحل دولة الإمارات أكثر من (26) ميناءً بحرياً، والتي من أبرزها ميناء جبل علي في مدينة دبي التجارية، الذي يعد من أهم وأشهر الموانئ على مستوى العالم، إذ حل بالمركز التاسع من بين (100) ميناء في العالم ضمن قائمة (لويدز)، تبلغ طاقته الاستيعابية ما يزيد على (19.3) مليون حاوية، ويضم (180) خطاً ملاحياً، فضلاً عن توفيره لأكثر من (80) خدمة أسبوعية بالتعاون مع (140) ميناء حول العالم (الهيئة الاتحادية للتنافسية والاحصاء، أرقام الإمارات، 2020: 33). أيضاً إقامة المناطق الحرة التي تمنح العديد من التسهيلات لتشجيع المستثمرين على إقامة المشروعات التجارية والصناعية التي تخدم اقتصادها الوطني.

أما بالنسبة للنقل البري فقد حصلت على مراتب متقدمة جداً في مؤشرات الفرعية وهذا نتيجة امتلاك الدولة على أفضل شبكة طرق على مستوى العالم من القطارات المخصصة لنقل البضائع والركاب تتمثل في قطار الاتحاد وشبكة مترو دبي الآلية التي تضم أحدث أنظمة السكك الحديثة من حيث السرعة والخدمات المقدمة، وترتبط بشبكة واسعة من الحافلات العامة، كما تعد دولة الإمارات أول دولة في العالم استخدمت تقنية (أنظمة هايبرلوب) إذ تمتاز هذه الأنظمة باستخدام المغناطيس لتخفيف وزن حجيرات داخل أنبوب مفرغ من الهواء، ما يخلق ظروف تسمح بنقل الأشخاص والبضائع بسرعات تصل إلى أكثر من (1100) كم في الساعة (المجلس الوطني للأعلام الإماراتي، الكتاب السنوي، 2019 : 53).

ت- **مؤشر البنية التحتية للخدمات السياحية:** يتحرك ترتيب المؤشر هبوطاً وصعوداً حول خط اتجاه هابط. إذ احتلت دولة الإمارات العربية المرتبة (26) في تقرير 2015، بعدها تراجعت إلى المرتبة (27) عام 2017، أما في تقرير عام 2019 فقد ارتقت إلى المرتبة (22) بعدد قيم بلغت (5.6) نقطة. ومن البديهي أن وفرة المؤسسات الفندقية لإستقبال وإيواء الضيوف يؤثر على مستوى العرض السياحي وهذا ما نلاحظه في عدد الفنادق والزيادة المستمرة من سنة 2010 إلى 2019، إذ كان عددها (522) فندقاً عام 2010، بعد ذلك ارتفع عددها ليصل إلى (1136) عام 2019 منها (215) فندقاً من فئة (5 نجوم)، (236) من فئة (4 نجوم)، (354) من فئة (3-1 نجوم)، (142) شقة فندقية فخمة، (189) شقة فندقية متوسطة المستوى، وكل هذا نتيجة الاهتمام بالقطاع السياحي وزيادة عدد السياح في الإمارات العربية المتحدة.

الشكل - 30- عدد الفنادق حسب الفئة ومؤشرات الأداء الرئيسة لعامي (2010-2019)



المصدر: الشكل من أعداد الباحث بالاعتماد على منشورات الهيئة الاتحادية للتنافسية والإحصاء (2010-2019)، والمركز الوطني للإحصاء (2010-2019).

أما فيما يخص بيانات الجدول (21) فنلاحظ أن عدد النزلاء في زيادة مستمرة، بعد إن كان (9882531) نزلياً عام 2010، ارتفع إلى (27,138,846) نزلياً عام 2019. كذلك بالنسبة لليالي الإقامة وعدد الغرف فهي في زيادة مستمرة، إذ ارتفعت ليالي المبيت من (24,007,139) عام 2010، لتصل إلى (84,963,118) عام 2019، أما عدد الغرف فكانت (74094) غرفة عام 2010، لتصل إلى (183,193) غرفة عام 2019.

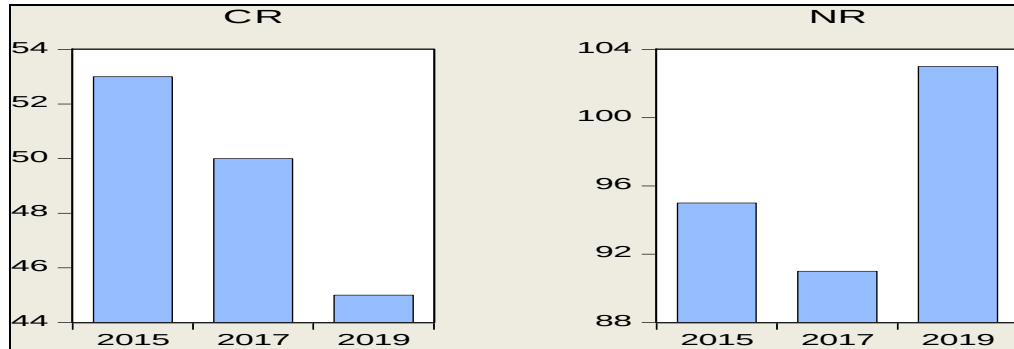
الجدول - 21- المؤشرات الرئيسة لمنشآت الفنادق في دولة الإمارات للعام (2010-2019)

المؤشرات	2010	2014	2016	2018	2019
عدد النزلاء (مليون نزيل)	9.8	19.7	22.9	25.5	27.1
ليالي الإقامة (مليون ليلة فندقية)	24.007	63.7	73.8	80.3	84.9
عدد الغرف (الف غرفة)	74.09	141.3	155.7	173.08	183.19

المصدر: منشورات الهيئة الاتحادية للتنافسية والإحصاء (2010-2019)، والمركز الوطني للإحصاء (2010-2019).

4- مؤشر الموارد الطبيعية والثقافية: ينطوي تحت هذا المؤشر مجموعة من المؤشرات الرئيسة والفرعية كما في الجدول (17) والشكل (31) وتتمثل بالآتي:

الشكل - 31- ترتيب مؤشر الموارد الطبيعية والثقافية لدولة الإمارات العربية للمدة (2015-2019)



المصدر: الشكل من عمل الباحث بالاعتماد على بيانات الجدول (17).

أ- **الموارد الطبيعية:** يتحرك ترتيب هذا المؤشر صعوداً وهبوطاً حول خط اتجاه عام صاعد إذ نلاحظ ابتعاد دولة الإمارات العربية كثيراً في مجال هذا المؤشر، إذ حلت في المرتبة (95) وبعدها قيم بلغت (2.5) نقطة في تقرير 2015، بعدها حلت في المرتبة (91) في تقرير 2017، أما في تقريرها الأخير فقد تراجعت نحو (12) مركزاً وحصولها على المرتبة (103) عالمياً وبعدها قيم بلغت (2.4) نقطة، وعلى الرغم من هذا الابتعاد ضمن الترتيب الدولي إلا أنها استطاعت كيفية استغلال ما متوافر لديها من موارد سواء كانت طبيعية أم ثقافية.

أما من حيث مؤشرات الفرعية فقد حلت دولة الإمارات في المرتبة (91) عالمياً من حيث مؤشر عدد المواقع الطبيعية للتراث العالمي، والمرتبة (118) في مؤشر مجموع المعالم المعروفة، والمرتبة (122) في مؤشر الطلب الرقمي للسياحة الرقمية، والمرتبة (51) في مؤشر مجموع المناطق المحمية من إجمالي المساحة الإقليمية، والمرتبة (63) في مؤشر جاذبية الأصول الطبيعية.

وعلى الرغم من تأخرها في هذه المؤشرات المذكورة أنفاً مقارنةً مع بقية المؤشرات الأخرى، إلا أن دولة الإمارات العربية تمتلك العديد من المقومات الطبيعية سواء كانت جبلية التي يقع معظمها في كل من إمارة الفجيرة ورأس الخيمة، والشارقة ومدينة العين في إمارة أبو ظبي والتي من أهمها جبل (حفيت) الذي يشكل النقطة الأعلى ارتفاعاً في إمارة أبو ظبي. أيضاً يوجد في المياه الإقليمية لدولة الإمارات العديد من الجزر والتي تُعد إمارة أبو ظبي وحدها تمتلك نحو أكثر من (130) جزيرة.

أيضاً استطاعت دولة الإمارات أن تستفيد من الطبيعة الصحراوية الموجودة، وأن تقوم بإنشاء قرى سياحية في البادية التي من أهمها منتجع (المها) الذي يبعد (65) كم من مدينة دبي وقد تم تصميم هذا المنتجع بطراز عربي جميل على هيئة بيوت عربية محاطة بأشجار النخيل وبرك السباحة بين الرمال (Ryan, 2009, 289).

ب- **الموارد الثقافية:** يتحرك ترتيب هذا المؤشر هبوطاً وصعوداً حول خط اتجاه عام هابط. إذ احتلت دولة الإمارات العربية المرتبة (53) في تقرير 2015، بعدها حصلت على المرتبة (50) في تقرير 2017، أما في التقرير الأخير فقد ارتقت إلى المرتبة (45) بعدد قيم بلغت (2.2) نقطة.

أما من حيث مؤشرات الفرعية فقد حلت دولة الإمارات في المرتبة (97) عالمياً من حيث مؤشر عدد مواقع التراث العالمي الثقافي، والمرتبة (21) في مؤشر التراث الثقافي الشفهي غير المادي، والمرتبة (118) في مؤشر الطلب الرقمي على السياحة الثقافية والترفيهية، والمرتبة (38) في مؤشر عدد الملاعب الرياضية التي تزيد سعتها على (20) ألف متفرج.

أيضاً تمتلك دولة الإمارات العربية في مجال هذا المؤشر العديد من المواقع الأثرية والتاريخية التي تقدر بـ (108) مواقع، بلغ عدد المتاحف فيها (34) متحفاً، بلغ عدد القطع الأثرية الموجودة في هذه

المتاحف نحو (15182) قطعة أثرية، أما عدد زوار المتاحف للعام نفسه فقد بلغ (3.576.109) زائر، (الهيئة الاتحادية للتنافسية والاحصاء، الإمارات، 2019: 24) ومن أهم هذه المتاحف (عبد الحميد، 2014: 149-150):

- لوفر أبو ظبي، الذي يُعد جزء من مشروع ثقافي عملاق ابتداءً العمل به عام 2004 ، يشتمل على (3) متاحف أخرى ومركز للعرض، بتكلفة تقدر نحو (83) مليون يورو.
 - متحف العين، أنشئ في العام 1970، يحتوي على (4) اجنحة، يمثل الجناح الأول الحياة الاجتماعية (لابن الإمارات) من المهد إلى اللحد، أما الجناح الثاني فيحتوي على العديد من القطع الاثرية، أما الجناح الثالث فيمثل عمليات البترول كونها عاملاً مهماً في الطفرة النفطية التي عاشتها دولة الإمارات، أما الجناح الرابع فيضم عدداً من الهدايا التي اهداها عدد من الرؤساء وملوك الدول العربية والأوروبية إلى رئيس الدولة والذي أمر بوضعها في المتحف.
 - متحف دبي، الذي يعرض طريقة الحياة في دبي قبل اكتشاف النفط فيها، فضلاً عن الآثار المكتشفة حديثاً والتي تعود إلى (3000) عام قبل الميلاد.
- ومن ثم يتضح من خلال المؤشرات التي تطرقنا إليها انفا عن دولة الإمارات العربية أنها تتمتع بنقاط قوة في قدرتها التنافسية للقطاع السياحي تمثلت في تكنولوجيا المعلومات المرتبة (4) عالمياً، والأمن والسلامة المرتبة (7) عالمياً، وبيئة العمل المرتبة (9) عالمياً، والبنية التحتية للخدمات السياحية المرتبة (22) عالمياً، والموارد البشرية وسوق العمل المرتبة (26) عالمياً، والبنية التحتية للنقل الجوي المرتبة (29) عالمياً، والبنية التحتية للنقل البري والبحري المرتبة (31) عالمياً، والاستدامة البيئية المرتبة (41) عالمياً، والموارد الثقافية المرتبة (45) عالمياً.
- فيما حصلت على مؤشرات ذي تأثير متوسط دولياً في كل من مؤشر تنافسية الأسعار المرتبة (64) عالمياً والصحة والنظافة المرتبة (66) عالمياً، وتحديد أولويات السياحة والسفر المرتبة (71) عالمياً، والانفتاح الدولي المرتبة (83) عالمياً.
- فيما حصلت على مؤشر ذات تأثير ضعيف دولياً تمثل بالموارد الطبيعية المرتبة (103) عالمياً، مما يعني أنه على دولة الإمارات العربية تطوير هذه المؤشرات للحصول على مركز أفضل في التنافسية العالمية في التقارير اللاحقة.

(2-2) تحليل مؤشرات القدرة التنافسية للقطاع السياحي في مصر

2-2-1: الواقع الاقتصادي في مصر

قبل التعرف على واقع القطاع السياحي المصري فضلاً عن قدراته التنافسية وعلى غرار تجربة دولة الإمارات العربية ينبغي أولاً الحديث عن المعلومات العامة الخاصة بهذه الدولة سواء كانت هذه المعلومات خاصة بالموقع، السكان، المناخ، اقتصادها الوطني وكالاتي:

تقع مصر في الركن الشمالي الشرقي من قارة افريقيا، يحدها من الشمال البحر المتوسط بساحل يبلغ طوله (995) كم، ويحدها جنوباً السودان بطول (1280) كم، أما من الشرق فيحدها البحر الاحمر بساحل يبلغ طوله (1941) كم، في الشمال الشرقي فلسطين واسرائيل بطول (265) كم، أما غرباً فتحدها ليبيا على امتداد خط بطول (1115) كم. تبلغ مساحة مصر (1002000) كم²، في حين تبلغ المساحة المأهولة نحو (78990) كم²، أي ما يعادل (7.8%) من المساحة الكلية (الأمانة العامة لجامعة الدول العربية، الدول العربية ارقام ومؤشرات، 2021: 123-121).

أما بالنسبة إلى عدد السكان وعلى وفق إحصائيات عام 2019، فقد بلغ العدد الإجمالي لسكان الدولة (98.901) مليون نسمة، إذ يُعد السكان قوة العمل التي يستند إليها في مختلف الأعمال السياحية من جانب، وبما يتميزون به من عادات وتقاليد التي يمكن استغلالها في خدمة الجذب السياحي من جانب آخر. فيما يتعلق بالمناخ تتمتع جمهورية مصر بمناخ، حار جاف صيفاً، وبارد ممطر شتاءً.

أما من ناحية إقتصادها الوطني وخاصةً في مجال الطاقة، إذ يبلغ إحتياطي مصر من النفط الخام (3.2) مليارات برميل في عام 2019، بمعدل إنتاج بلغ (544) ألف برميل يومياً للعام نفسه. فيما بلغ إحتياطي الغاز الطبيعي فيها نحو (63) ترليون قدم مكعب، بمعدل إنتاج بلغ نحو (60.1) مليار متر مكعب سنوياً. تستهلك مصر يومياً (1) مليون برميل نفط مكافئ من الغاز (الأمانة العامة لجامعة الدول العربية، الدول العربية ارقام ومؤشرات، 2021: 125).

أما بالنسبة إلى أهم المؤشرات التي تمثل بيئة الاقتصاد الكلي لجمهورية مصر العربية، نجد انه في العام 2007 كانت قيمة الناتج المحلي الإجمالي نحو (89) مليار دولار، في حين بلغت في عام 2019 نحو (303) مليار دولار، ومن ثم هذا يبين مدى النمو الكبير في حجم الاقتصاد المصري (صندوق النقد العربي، 2019: 285).

أما من حيث نسب إسهام القطاعات الاقتصادية في معدل نمو الناتج المحلي الإجمالي لعام 2019، فكانت متقاربة في تكوينه، فمن خلال بيانات الشكل (32) نلاحظ أن معدل نمو الاقتصاد المصري تركز أساساً في مساهمة القطاعات الأكثر ارتباطاً بالطلب في السوق المحلي التي بلغت (4.1%)، وجاء في مقدمة أهم هذه القطاعات، قطاع تجارة الجملة والتجزئة نحو (0.6%) من

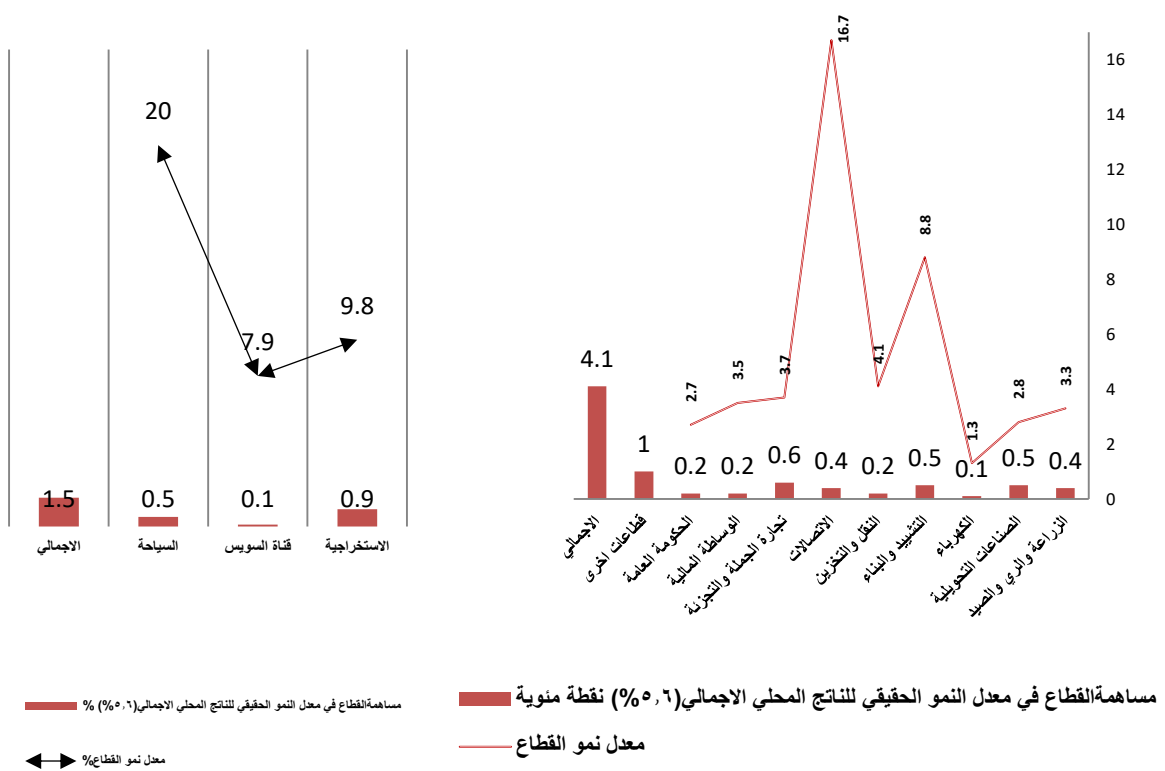
﴿ الفصل الثاني ﴾ تحليل وقياس مؤشرات تنافسية القطاع السياحي في دول (الإمارات، مصر، تونس)

معدل نمو الناتج المحلي الإجمالي، يليه قطاعا الصناعات التحويلية والتشييد والبناء نحو (0.5%)، وقطاعا الاتصالات والزراعة لكل منهما (0.4%). في حين كانت مساهمة القطاعات الأكثر ارتباطاً بالطلب الخارجي في معدل النمو على نحو (1.6%) تركزت في إسهام قطاعي الاستخراجات والسياحة، إذ كان إسهام القطاع الأول في معدل النمو نحو (0.9%)، أما السياحة فكانت (0.5%)، في حين كان إسهام قناة السويس في معدل النمو نحو (0.1%).

الشكل - 32- إسهام القطاعات الاقتصادية في معدل نمو الناتج المحلي الإجمالي الحقيقي في مصر للعام 2019

القطاعات الأكثر ارتباطا بطلب السوق الخارجي

القطاعات الأكثر ارتباطا بطلب السوق الداخلي



أما بالنسبة لمعدل التضخم بلغ نحو (13.9%) في عام 2019، إذ شهدت مصر موجة تضخم غير مسبقة بعد قرار البنك المركزي تعويم الجنيه المصري في إطار برنامج اصلاح اقتصادي بدأته الحكومة المصرية في عام 2016، أما معدلات البطالة فكانت (8.6%) في عام 2019، الأمر الذي يجعل من سوق العمل تستمر بارتفاع معدلات العمل غير الرسمي (تقرير التنافسية العربية، 2020، 44).

2-2-2: السياحة في مصر (الوجهات، والأهمية الاقتصادية)

أولاً- أهم الوجهات السياحية في مصر

عرفت مصر عبر العصور التاريخية المختلفة بتنوع الحضارات واختلافها على مر العصور من الحضارات (الفرعونية، والقبطية، والرومانية، وانتهاء بالحضارة الإسلامية)، وتعد مقصداً سياحياً للعديد من محبي السياحة، غير أن اكتشاف آثار الفرعنة منذ بدايات القرن الماضي قد أضاف سحراً خاصاً بها بجانب ماتمتع به من آثار دينية وحضارية، وموقع جغرافي يتوسط العالم، ومناخها المعتدل، فضلاً عن سواحلها الجميلة الممتدة، وإطلالتها على البحر الأحمر من جهة الشرق، ويمر في وسطها نهر النيل الذي يعد شريان الحياة لمصر، فضلاً عن وجود قناة السويس التي تربط بين البحرين الأبيض المتوسط والأحمر التي تصل الشرق بالغرب. وتتمتع المدن المصرية بالعديد من مقومات الجذب التي تكون شاهده على حضارة مصر وتاريخها العميق، ومن هذه المدن نجد (عبدالحמיד، 2021، بدون صفحات) :

أ- القاهرة، التي تشتهر بالعديد من أنواع السياحة الترفيهية والدينية والتاريخية لتنوع المعالم فيها من المساجد والكنائس والمتاحف ذات الطابع الديني التي منها (المتحف الإسلامي، والقبطي)، ومعالمها المشهورة التي من أهمها الاهرامات ، وقلعة صلاح الدين وغيرها.

ب- الاسكندرية والساحل الشمالي، التي تعد واحدة من أكثر أماكن السياحة في مصر تنوعاً، وتعرف بالعاصمة الثانية بعد القاهرة، لاحتوائها على العديد من المعالم المهمة وتضم أكبر موانئ مصر على البحر المتوسط.

ت- شرم الشيخ، إذ تحتوي هذه المدينة على العديد من الشواطئ الساحرة التي من أهمها ساحل شرم الشيخ، خليج نعمة، سوهو، فضلاً عن وجود المحميات الطبيعية المتعددة لممارسة الرياضه المائية كركوب الأمواج والغوص والسياحة، فضلاً عن سياحة المؤتمرات في هذه البقاع السياحية التي باتت اليوم تشكل أهم الدعائم الرئيسة في الناتج المحلي للقطاع السياحي.

ث- الغردقة، إذ تتمتع بجمال طبيعي خلّاب، وتعود أسباب جذبها إلى روعة شواطئها، وصفاء مياهها المليئة بالشعب المرجانية .

ج- اسوان، إذ تحتوي على العديد من المحميات الطبيعية، الشلالات، فضلاً عن العديد من المعابد والآثار التاريخية.

ثانيا - الأهمية الاقتصادية للقطاع السياحي في مصر

ايضاً يتناول هذا الجزء من الدراسة أداء القطاع السياحي في مصر وذلك بعرض بعض المؤشرات كعدد السائحين، وحجم الإيرادات السياحية ومدى إسهام هذه الإيرادات في الناتج المحلي الإجمالي، فضلاً عن مدى توفيره لفرص العمل، وكالاتي:

1- عدد السياح: بلغ عدد السياح في مصر نحو (10.6) ملايين سائح عام 2007 ثم ارتفع ليصل إلى (14) ملايين سائح عام 2010، لكن بعدها عرف تطور السياح في مصر تراجعاً كبيراً عام 2011 ليبلغ (9.4) ملايين سائح، ويعود هذا التراجع إلى المشكلات السياسية التي تعرضت لها مصر خلال هذا العام والمتمثلة في الثورة الشعبية على نظام الحكم السابق، والتي أستمر تأثيرها وتراجع عدد السياح للأعوام التي تليها إلى أن بلغ (5.2) مليون سائح عام 2016، بنسبة بلغت (5.93%) من مجمل حركة السياحة الوافدة للدول العربية، لكن بعدها استطاعت مصر والسياحة ان تتعافى وبدأت اعداد السياح بالارتفاع ليبلغ عدد السياح الوافدين إليها في عام 2018 نحو (11.1) مليون سائح، و (13) مليون سائح في عام 2019، وهذا نتيجة تدارك هذه الأوضاع واستقرار مصر أمنياً.

الجدول - 22- تطور عدد السياح القادمين لمصر للمدة (2007-2019) (ملايين)

السنوات	عدد السياح لجمهورية مصر	عدد سياح العالم العربي	عدد سياح العالم	النسبة % (عدد سياح مصر من العالم العربي)
2007	10.6	69.4	934.6	15.27%
2010	14	90	973.7	15.56%
2011	9.4	76.6	1.013.0	12.27%
2012	11.1	84.8	1.070.1	13.09%
2013	9.1	85.1	1.122.9	10.69%
2014	9.6	90.8	1.177.0	10.57%
2015	9.1	88.1	1.227.8	10.33%
2016	5.2	87.7	1.271.8	5.93%
2017	8.1	94.1	1.363.3	8.61%
2018	11.1	101.4	1.441.9	10.95%
2019	13.01	102.1	1443.2	12.74%

المصدر: منظمة السياحة العالمية (2020) ، مجموعة بيانات إحصاءات السياحة، اسبانيا.

2- الإيرادات السياحية: إذا ما أردنا تحليل وضعية الإيرادات السياحية في جمهورية مصر العربية فإن التقرير السنوي لمنظمة السياحة العالمية وخلال مدة الدراسة يشير إلى أن الإيرادات السياحية في جمهورية مصر بلغت (9.15) مليارات دولار عام 2007 بنسبة بلغت (19.98%) من مجمل حجم الإيرادات السياحية للدول العربية، لتصل إلى (13.63) مليار دولار عام 2012 بنسبة بلغت (21.14%) من مجمل حجم السياحة العربية، لكن بعدها بدأت بالتراجع وهذا يعود أساساً إلى انخفاض نمو حجم الحركة السياحية، فضلاً عن ارتباط هذا المؤشر بمدة اقامة السائح ومستوى انفاقه في البلد المضيف التي تسمح بتحقيق إيرادات سياحية اعلى او اقل، ليصل بعدها حجم هذه الإيرادات إلى (13.01) مليار دولار عام 2019 .

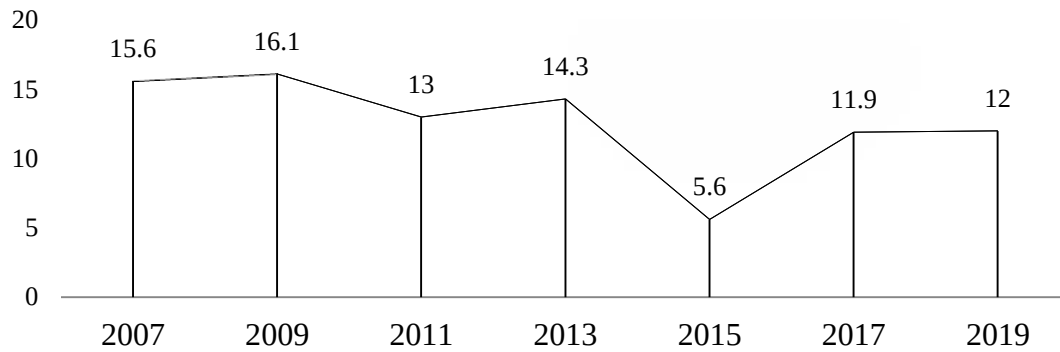
جدول -23 - تطور حجم الإيرادات السياحية في مصر للمدة (2007-2019) (مليار دولار)

السنوات	الإيرادات السياحية لجمهورية مصر	الإيرادات السياحية للعالم العربي	إيرادات السياح في العالم	النسبة % (إيرادات سياح مصر) من العالم العربي
2007	9.15	45.8	878.8	19.98%
2010	11.76	74.1	1.010.1	15.87%
2011	9.33	71.2	1.231.1	13.10%
2012	13.63	64.5	1.099.3	21.14%
2013	10.82	72.1	1.275.1	15.01%
2014	6.74	70.6	1.369.4	9.56%
2015	7.97	79.4	1.445.3	10.05%
2016	6.89	82.6	1.391.8	8.35%
2017	7.77	85.5	1.417.7	9.10%
2018	8.63	100.5	1.363.1	8.59%
2019	13.01	107.9	1.649.2	12.14%

المصدر: منظمة السياحة العالمية (2020) ، مجموعة بيانات إحصاءات السياحة، اسبانيا .

3- إسهام السياحة في الناتج المحلي الإجمالي: يُعد إسهام قطاع السياحة في الناتج المحلي الإجمالي المصري إسهاماً فاعلاً مقارنةً مع المعدل العالمي والمقدر بـ(10%)، وعلى الرغم من هذا الإسهام الفاعل إلا أن بعض سنوات الدراسة شهدت تذبذباً كبيراً، نتيجة الأسباب التي ذكرت آنفاً، إذ نلاحظ من خلال بيانات الشكل (33) أن نسبة إسهام السياحة الكلية في الناتج المحلي الإجمالي كانت بمقدار (15.6%) عام 2007، ثم بدأت هذه النسبة في التذبذب لتصل إلى أدنى مستوياتها (5.6%) في عام 2015، ثم عاودت الارتفاع من جديد لتصل في العام 2019 نحو (12%) من (GDP)، ومن ثم ما نلاحظه أن لهذا القطاع دوراً مهماً وريادياً في تنمية الاقتصاد المصري.

الشكل -33 - إسهام السياحة في الناتج المحلي الإجمالي في جمهورية مصر للمدة (2007-2019) (نسبة مئوية)

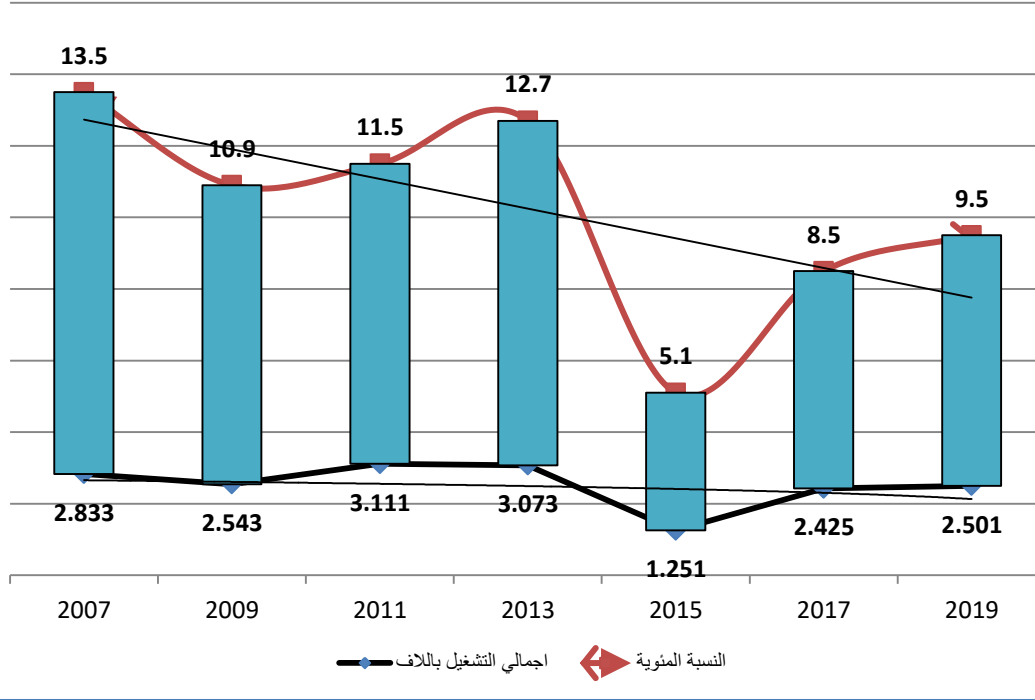


Source: WTTC, Travel & Tourism Economic Impact, Country Reports, Edition ,2007 - 2019.

4- إسهام السياحة في خلق فرص عمل

إن إسهام الإيرادات السياحية في الناتج المحلي الإجمالي كان له كذلك تأثير إيجابي في التشغيل، الأمر الذي أتاح فرصاً كبيرة أمام المصريين للحصول على فرص عمل في قطاع السياحة، وهذا ما يبينه الشكل التالي:

الشكل -34 - تطور إسهام السياحة المباشرة في خلق فرص العمل في مصر خلال المدة (2007-2019)



Source: WTTC, Travel & Tourism Economic Impact, Country Reports, Edition ,2007 - 2019.

إذ يتضح أن إسهام قطاع السياحة في توفير فرص العمل كان كبيراً خلال مدة الدراسة، إذ حقق نحو (2.8) مليون فرصة عمل في العام 2007 ونسبة بلغت (13.5%) من إجمالي حجم العمالة الكلية في مصر، بعدها أيضاً شهد تذبذباً واضحاً وخاصةً في العام 2015 بنسبة إسهام منخفضة مقارنةً ببقية الأعوام بلغت نحو (5.1%) من حجم العمالة الكلية، بعدها استمر بالارتفاع ليصل في العام 2019 إلى (9.5%) من إجمالي حجم العمالة الكلية نحو (2.501) مليون فرصة عمل، ومن ثم يمكن القول أن قطاع السياحة في مصر في ظل هذه الأعداد الكبيرة من حيث حجم العمالة يسهم في تقليل حجم البطالة.

2-2-3: تحليل مؤشرات تنافسية قطاع السياحة والسفر في مصر

سنحاول من خلال هذا الفرع وعلى غرار تجربة دولة الإمارات العربية أن نعطي تحليلاً للموقع التنافسي في القطاع السياحي لجمهورية مصر العربية من خلال منهجية المنتدى الاقتصادي العالمي، سواء من خلال المؤشر الكلي أم من خلال المؤشرات الفرعية المكونة لهذا المؤشر.

أولاً- نتائج مؤشرات تنافسية قطاع السياحة والسفر في مصر للمدة (2007-2013)

ايضا من خلال ما سيتم عرضه من نتائج ترتيب المؤشرات الرئيسة لمصر وفقاً لمؤشر المنتدى الاقتصادي العالمي والتراجع الذي حصل فيها من حيث القيم والترتيب، وهذا ما انعكس على المؤشر الكلي لتنافسية قطاع السياحة والسفر وكيف أن مصر تراجعت عربياً ودولياً خلال الأعوام (2007-2013) إذ بدأت وهي تحتل المرتبة (7) عربياً و (58) دولياً عام 2007، لكنها تراجعت إلى المرتبة (10) عربياً و (85) دولياً في تقرير 2013. وهذا ما يبينه الجدول (24) وذلك بسبب الاحداث السياسية التي مرت بها مصر منذ ثورة يناير 2011 إذ أثرت بشكل ملحوظ على اداء القطاع وإسهامه، فضلاً عن وجود ارتباط واضح بين قدرة مصر التنافسية كمقصد سياحي وبين مكانتها وترتيبها من حيث عدد السائحين وحجم الإيرادات السياحية.

الجدول - 24 - المؤشر الكلي لتنافسية قطاع السياحة والسفر والمؤشرات الرئيسة المكونة له في مصر للمدة (2007-2013)

المؤشرات	السنوات	الرتبة عربياً	الرتبة عالمياً	الدرجة
المؤشر الكلي TCI	2007	7	58	4.24
	2009	6	64	4.09
	2011	10	75	3.96
	2013	10	85	3.98
مؤشر الاطار التنظيمي والقانوني RF	2007	5	50	4.52
	2009	4	52	4.38
	2011	9	70	4.53
	2013	9	86	4.35
مؤشر بيئة الاعمال والبنية التحتية BEI	2007	7	60	3.51
	2009	8	65	3.59
	2011	11	74	3.59
	2013	11	77	3.56
مؤشر الموارد البشرية والثقافية HCNR	2007	7	68	4.7
	2009	4	73	3.83
	2011	6	71	3.77
	2013	11	84	3.74

- Source
- World Economic Forum, (2007) Report The Travel & Tourism Competitiveness, Geneva, p,xvi,xvii.
- World Economic Forum, (2009) Report The Travel & Tourism Competitiveness, Geneva, p,xxi,xvii.
- World Economic Forum, (2011) Report The Travel & Tourism Competitiveness, Geneva, p,xvi
- World Economic Forum, (2013) Report The Travel & Tourism Competitiveness, Geneva, p,xxv.

1- مؤشر الإطار التنظيمي والقانوني (RF)

يمكن معرفة ترتيب مصر ضمن هذا المؤشر من خلال بيانات الجدول (24) والشكل البياني (35) ، إذ نلاحظ أنها تتحرك صعوداً وهبوطاً حول خط الاتجاه العام، إذ احتلت المرتبة (5) عربياً والمرتبة (50) دولياً في تقرير (2007)، لكنها بعد ذلك تراجعت واحتلت المرتبة (9) عربياً والمرتبة (86) دولياً في تقرير (2013). ومن ثم إن هذا التراجع في المراتب دولياً يعني أنه مازال هناك ضعفاً في القواعد والتشريعات الداعمة للنشاط السياحي.

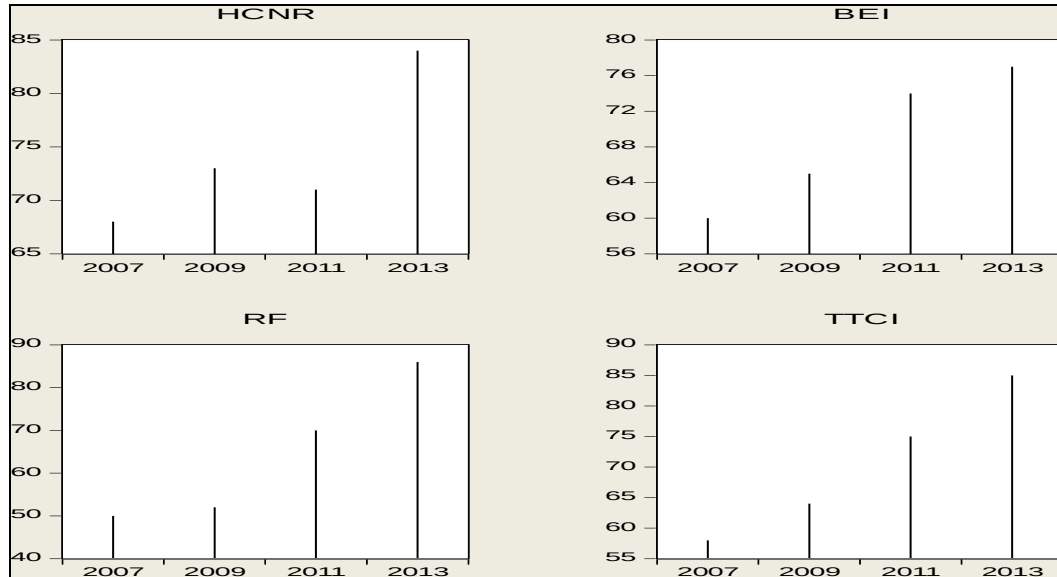
2- مؤشر بيئة الأعمال والبنية التحتية (BEI)

اذ يمكن القول إن مصر تتحرك ضمن المؤشر الرئيسي الثاني صعوداً وهبوطاً حول خط اتجاه عام صاعد، فقد بدأت وهي تحتل المرتبة (7) عربياً، و (60) دولياً في تقرير عام 2007 ، لكنها تراجعت بعد ذلك إلى المرتبة (11) عربياً، و (77) دولياً في تقرير 2013 ، وذلك نتيجة الاحداث السياسية التي مرت بها مصر خلال تلك الفترة والتي أثرت بشكل ملحوظ في بيئة الاعمال المصرية.

3- مؤشر الموارد البشرية والثقافية والطبيعية (HCNR)

تتحرك مصر ضمن المؤشر الرئيس الثالث صعوداً وهبوطاً حول خط اتجاه عام صاعد، إذ نلاحظ أنها بدأت وهي تحتل المرتبة (7) عربياً و (68) دولياً في تقرير عام 2007، لكنها تراجعت إلى المرتبة (11) عربياً، و (84) دولياً عام 2013، مما يدل على ضعف الاهتمام بتنمية الموارد البشرية وتدريبها، فضلاً عن ضعف استغلال الاصول والموارد الطبيعية والتاريخية الجاذبة في مصر.

الشكل-35 مؤشر تنافسية السياحة والسفر في مصر للمدة (2007-2013)



المصدر : الشكل من عمل الباحث بالاعتماد على بيانات الجدول (24) .

ثانياً - تحليل مؤشرات تنافسية قطاع السياحة والسفر في مصر للمدة (2015-2019)

أيضاً قبل البدء بتوصيف المؤشرات التنافسية، نبدأ أولاً بتوضيح الترتيب الكلي لجمهورية مصر في تقرير التنافسية السياحية للمدة (2015-2019) كما مثبت في بيانات الجدول (25). إذ نلاحظ أن مصر جاءت في المرتبة (83) دولياً في تقرير 2015، ثم تقدمت إلى المرتبة (74) دولياً في تقرير 2017، ثم أرتقت نحو (9) مركز لتحصل على المرتبة (65) دولياً في تقرير 2019.

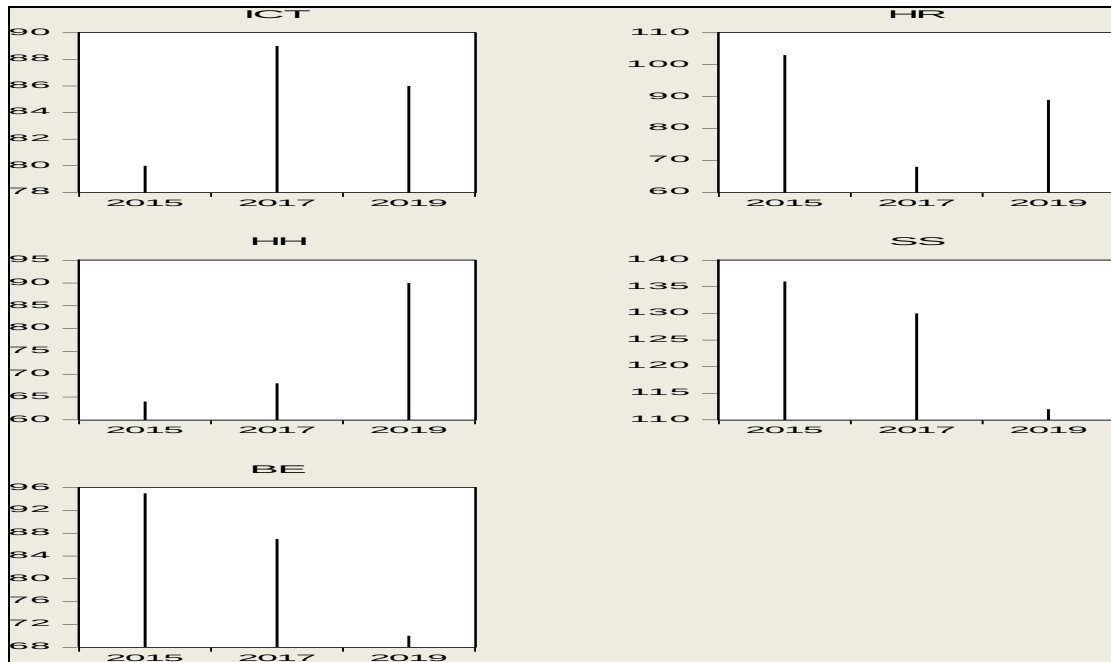
جدول -25- المؤشرات الرئيسة والفرعية للتنافسية السياحية في مصر للمدة (2015-2019)

المؤشرات Indications	السنوات	الرتبة دولياً Rank	عدد النقاط Points
المؤشر الكلي TCI	2015	83	3.5
	2017	74	3.6
	2019	65	3.9
	السنوات	الرتبة دولياً	عدد النقاط
مؤشر بيئة العمل BE	2015	95	4.1
	2017	87	4.3
	2019	70	4
	السنوات	الرتبة دولياً	عدد النقاط
مؤشر الأمن والسلامة SS	2015	136	3.4
	2017	130	3.3
	2019	112	4.8
	السنوات	الرتبة دولياً	عدد النقاط
مؤشر الصحة والنظافة HH	2015	64	4.4
	2017	68	5.4
	2019	90	5
	السنوات	الرتبة دولياً	عدد النقاط
مؤشر الموارد البشرية وسوق العمل HR	2015	103	4.12
	2017	68	5.4
	2019	89	4.3
	السنوات	الرتبة دولياً	عدد النقاط
مؤشر جاهزية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ICT	2015	80	3.8
	2017	89	3.3
	2019	86	4.3
	السنوات	الرتبة دولياً	عدد النقاط
تحديد أولويات السياحة والسفر PT&T	2015	69	4.5
	2017	37	5
	2019	31	5.2
	السنوات	الرتبة دولياً	عدد النقاط
الانفتاح الدولي Io	2015	115	2.17
	2017	102	2.5
	2019	124	2.2
	السنوات	الرتبة دولياً	عدد النقاط
تنافسية الاسعار PC	2015	2	6.19
	2017	2	6.2
	2019	3	6.7
	السنوات	الرتبة دولياً	عدد النقاط
الاستدامة البيئية ES	2015	77	3.9
	2017	67	4.1
	2019	31	4.7
	السنوات	الرتبة دولياً	عدد النقاط
البنية التحتية للنقل الجوي ATI	2015	63	2.9
	2017	59	2.9
	2019	55	3.3
	السنوات	الرتبة دولياً	عدد النقاط
البنية التحتية للنقل البري والبحري GPI	2015	103	2.8
	2017	82	3
	2019	64	3.4
	السنوات	الرتبة دولياً	عدد النقاط
البنية التحتية للخدمات السياحية TSI	2015	89	3.6
	2017	93	3.2
	2019	95	3.2
	السنوات	الرتبة دولياً	عدد النقاط
الموارد الطبيعية NR	2015	100	2.4
	2017	97	2.5
	2019	69	3
	السنوات	الرتبة دولياً	عدد النقاط
الموارد الثقافية CR	2015	41	2.4
	2017	22	3.3
	2019	22	3.3
	السنوات	الرتبة دولياً	عدد النقاط

- Source
 - World Economic Forum,(2015) Report The Travel & Tourism Competitiveness, Geneva, p18,33,34,35,36,37,38,39,40,41,42,43,44,45,46.
 - World Economic Forum,(2017) Report The Travel & Tourism Competitiveness, Geneva, p9,33,34,35,36,37,38,39,40,41,42,43,44,45,46,47.
 - World Economic Forum,(2019) Report The Travel & Tourism Competitiveness, Geneva, p45,70,71,72,73,74,75,76,77,78,79,80,81,82,83.

1: مؤشر البيئة التمكينية: يعكس هذا المؤشر مجموعة من المؤشرات الرئيسية والفرعية وتتمثل بالآتي:

الشكل - 36- ترتيب مؤشر البيئة التمكينية لمصر للمدة (2015-2019)



المصدر: الشكل من عمل الباحث بالاعتماد على بيانات الجدول (25).

أ- **مؤشر بيئة العمل:** يتحرك ترتيب المؤشر هبوطاً وصعوداً حول خط اتجاه عام هابط، إذ بدأت بالمرتبة (95) من مجموع (141) دولة في تقرير (2015)، بعدها تقدمت (25) مركزاً في تقرير (2019) لتحصل على المرتبة (70) دولياً من مجموع (140)، ومن ثم نلاحظ من خلال هذا المؤشر أنه على الرغم من أن بيئة الأعمال في جمهورية مصر مازالت تواجه العديد من التحديات أو توترات السوق العالمية بتوفير بيئة جاذبة لمختلف أشكال الإستثمار إلا أن هناك تحسناً في الترتيب. ينقسم هذا المؤشر إلى مجموعة من المؤشرات الفرعية الأخرى كما يبينها الملحق (1) الجدول (2) لعام 2019.

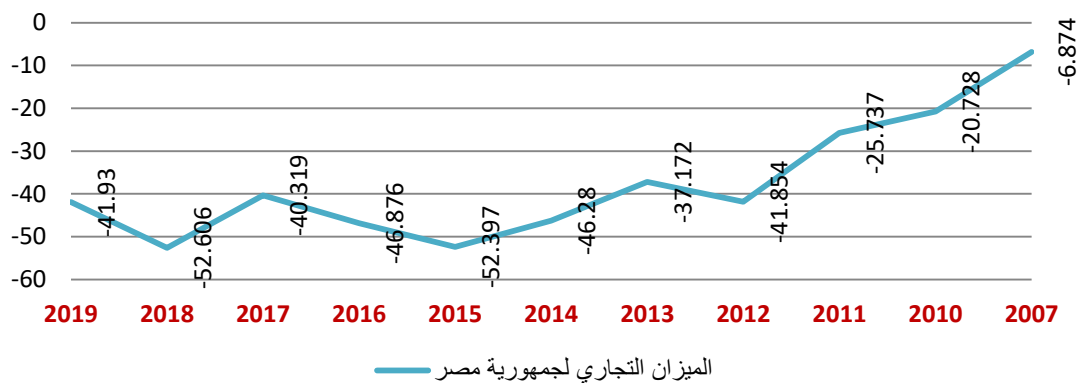
احتلت مصر المرتبة (51) في مؤشر حقوق الملكية لعام 2019، أيضاً وبحسب مؤشر آخر هو مؤشر حقوق الملكية الفكرية الدولية الصادر من مؤسسة (Property Rights Alliance)، حصلت جمهورية مصر على عدد قيم بلغ (5.282) نقطة، وبترتيب (62) عالمياً من بين (129) دولة، وسبب هذا الترتيب المتوسط في مجال هذا المؤشر هو نتيجة وجود ثغرات في قانون حماية الملكية الفكرية المصرية سواء فيما يتعلق بحماية المحتوى على شبكة الإنترنت، أو المشاركات المحدودة في المعاهدات الدولية للملكية الفكرية، نتيجة ارتفاع معدلات القرصنة (16-17: International Property Rights Index, 2019).

كما حصلت على المرتبة (93) دولياً في مؤشر الوقت اللازم للحصول على تراخيص البناء، إذ يبلغ عدد الإجراءات التي يحتاجها المستثمر لاستخراج هذه التراخيص (19) إجراء ويتطلب إنجازها (173) يوماً، إذ تقوم مصر بعدة إجراءات من أجل تحسين ترتيبها ضمن هذا المؤشر، منها تطبيق منظومة الكترونية مركزية لاستخراج تراخيص البناء بالتنسيق مع هيئة المجتمعات العمرانية، ووزارة التنمية المحلية، تتضمن استقبال كافة المعاملات الكترونياً، مع ربط هذه الجهات وقواعد البيانات ذات الصلة، والاعتماد بالتوقيعات وكافة وسائل التوثيق والتحقق الالكترونية والمستندات والنماذج المعدة لذلك النظام، وقبول السداد الالكتروني، فضلاً عن إنشاء لوحة تحكم الكترونية مركزية لمتابعة أداء المنظومة على مستوى المحليات والمجتمعات العمرانية. كما حصلت على المرتبة (65) في مؤشر بدء العمل التجاري، إذ بلغ عدد الإجراءات نحو (6) إجراءات تتطلب (11) أيام (World Bank Group, Doing Business, 2019, 169).

كما حلت في المرتبة (102) في مؤشر سهولة الحصول على القروض وهي مرتبة متأخرة تعكس مدى وجود بعض العراقيل في آلية الحصول على القروض منها ما يتعلق بأسعار الفائدة على القروض التي تجاوزت (25%) من القرض، فضلاً عن آلية تقديم القروض والروتين الإداري المتبع (التقرير الاقتصادي العربي الموحد، 2019: 360).

كما حلت في مرتبة متأخرة (47) دولياً من حيث مؤشر حجم السوق، وبالاستناد إلى احصاءات البنك المركزي المصري يمكن ملاحظة ان الميزان التجاري لجمهورية مصر كان سالباً خلال مدة الدراسة كما في الشكل (37)، أي أن حجم الواردات المصرية كان أكبر من حجم صادراتها، وهذا يقدم دليلاً على أن حجم السوق الداخلية أكبر من حجم السوق الخارجية، ومن ثم يُعد هذا ضعفاً بحجم السوق المصري، وإن كان هناك طلباً لكن يُعد طلباً داخلياً وليس خارجياً.

الشكل - 37 - الميزان التجاري في مصر للمدة (2007-2019)



المصدر: الشكل من عمل الباحث بالاعتماد على الجهاز المركزي للتعبئة العامة والاحصاء المصري، احصاءات التجارة الخارجية

كما حلت جمهورية مصر في المرتبة (102) في مؤشر إجمالي معدل الضريبة، والمرتبة (46) في مؤشر تأثير الضرائب على حوافز العمل، فيما حصلت على المرتبة (68) في مؤشر تأثير الضرائب على حوافز الإستثمار، إذ تشير بيانات التنفيذ الفعلي للعمليات المالية لقطاع الموازنة العامة للحكومة المصرية أن إجمالي الإيرادات بلغ (59.88) مليار دولار لعام 2019، بما نسبته (17.9%) من الناتج المحلي الإجمالي، بلغت قيمة الإيرادات الضريبية (46.83) مليار دولار، بما يمثل (78.2%) من إجمالي الإيرادات، فيما بلغت الإيرادات غير الضريبية للعام نفسه (13.05) مليار دولار، بما يمثل (21.8%) من إجمالي الإيرادات العامة (البنك المركزي المصري، التقرير السنوي 2018-2019: 56).

كما تقوم مؤسسة هيرتيرج الأمريكية بإصدار مؤشر سنوي يعرف بأسم المؤشر العالمي للحرية الاقتصادية ومن بين مؤشرات الفرعية التي تعتمد عليها المؤسسة في تصنيفها هو مؤشر العبء الضريبي الذي يقيس حجم الضرائب المباشرة وغير المباشرة التي تفرضها الدول على الأفراد والشركات المحلية والأجنبية ومقارنتها بحجم اقتصادات الدول، صنفت جمهورية مصر من الدول ذات الضغط المتوسط عربياً فرضاً للضرائب، بنسبة (18%)، فيما صنفت دولة الكويت من الدول ذات الضغط المنخفض بنسبة (1.6%) (Heller, L. 2020:70-106). كما حلت مصر في المرتبة (118) في مؤشر أثر العمل التجاري على قواعد الإستثمار الأجنبي، والمرتبة (64) في مؤشر كفاءة الإطار القانوني في تسوية النزاعات.

وعلى الرغم من هذا التراجع من حيث الترتيب إلا أن بيئة الأعمال المصرية حافظت على موقعها كأكبر مستقبل للإستثمار الأجنبي المباشر في أفريقيا لعام 2019 وثالث دولة على مستوى الدول العربية بعد كل من السعودية والإمارات، إذ بلغ حجم الأرصدة النقدية لنفس العام نحو (126,639) مليون دولار، وبنسبة بلغت (34%) من القيمة الإجمالية لأرصدة الإستثمار الأجنبي الوافد للعالم العربي، كما بلغت عدد مشروعات الإستثمار الأجنبي المباشر خلال المدة (2015-2019) نحو (344) مشروعاً يتم تنفيذها من قبل (246) شركة أجنبية وعربية، وتشير التقديرات بأن التكلفة الإستثمارية الإجمالية لتلك المشروعات تبلغ (115272) مليون دولار، وجاءت كل من روسيا والصين، الإمارات، اليونان على التوالي في قائمة أهم الدول المستثمرة في جمهورية مصر العربية خلال المدة (2015-2019)، وتركزت الإستثمارات الواردة في كل من قطاع الفحم والنفط والغاز (51067) مليون دولار، العقارات (37532) مليون دولار، فيما توزعت المشروعات الإستثمارية الأخرى في كل من الطاقة البديلة المتجددة، مواد كيميائية، الغذاء والتبغ، خدمات الأعمال، وسائل النقل، الاتصالات، المنسوجات، البلاستيك (المؤسسة العربية لضمان الإستثمار وائتمان الصادرات، 2020: 39).

الجدول-26 - أهم الدول المستثمرة في جمهورية مصر العربية للمدة (2015-2019)

الدولة	التكلفة (مليون دولار)	عدد المشاريع	عدد الشركات
روسيا	30,079	5	5
الصين	22,883	26	17
الإمارات	14,706	52	30
اليونان	10,012	3	2
إيطاليا	8,918	11	7
السعودية	8,803	29	20
البحرين	3,522	3	2
المملكة المتحدة	2,379	23	17
المانيا	1,989	19	12
لبنان	1,848	10	5
أخرى	10,137	163	129
الإجمالي	115,275	344	246

المصدر: المؤسسة العربية لضمان الاستثمار وائتمان الصادرات، (2019)، تقرير مناخ الاستثمار في الدول العربية، الكويت، ص 85.

ب- **مؤشر الأمن والسلامة:** يتحرك ترتيب المؤشر هبوطاً وصعوداً حول خط اتجاه عام هابط، إذ كان ترتيب مصر في هذا المؤشر (136) في تقرير (2015)، أما في تقرير (2019) فقد حصلت على المرتبة (112) دولياً. أيضاً ينقسم هذا المؤشر إلى مجموعة من المؤشرات الفرعية، إذ حصلت جمهورية مصر على المرتبة (75) دولياً ضمن مؤشر تكاليف العمل التجاري من الجريمة والعنف، نتيجة عدم الاستقرار الأمني والسياسي الذي تعاني منه، وانعكس ذلك بدوره على نتيجة الدولة في مؤشر تكاليف العمل التجاري من الإرهاب، إذ حصلت على المرتبة (112) دولياً. وبحسب تقرير مؤشر الإرهاب العالمي لعام 2019 فقد جاءت مصر بالمرتبة (11) من مجموع (163) دولة مع تصنيف تأثير الإرهاب فيها على أنه مرتفع جداً، وهذا ما يضعف وجهتها السياحية (Global Terrorism Index, 2019:1). كما حصلت مصر على المرتبة (51) دولياً في مؤشر موثوقية خدمات الشرطة.

ث- **الصحة والنظافة:** يتحرك ترتيب مصر حسب هذا المؤشر صعوداً وهبوطاً حول خط اتجاه عام صاعد، إذ نجد أن ترتيبها في تقرير (2015) كان في المرتبة (64) عالمياً، إلا أنها في العام 2019 حصلت على المرتبة (90) دولياً وبعدد قيم بلغت (5.0) نقاط. أيضاً ينقسم هذا المؤشر إلى مجموعة من المؤشرات الفرعية لعام 2019 وتتمثل في الآتي:

حصلت مصر على المرتبة (98) عالمياً في مؤشر كثافة الأطباء لكل (1000/ شخص)، إذ بلغ عدد الأطباء البشريين في القطاع الصحي الحكومي عام 2019 نحو (75500) طبيباً وبمعدل (0.8) طبيب لكل (1000) من السكان، كما بلغ إجمالي عدد الأطباء في القطاع الخاص (25130) طبيباً، وبمعدل (0.3) طبيب لكل (1000) من السكان، كما بلغ إجمالي عدد هيئة التمريض في القطاع الحكومي (143200) ممرضاً وبمعدل (0.14) ممرض لكل (1000) من السكان، في حين بلغ إجمالي عدد الممرضين في القطاع الخاص (22800) ممرضاً وبمعدل (0.02) ممرض لكل (1000) من السكان.

حلت مصر في المرتبة (87) من حيث مؤشر عدد الأسرة، إذ بلغ عددها في المستشفيات في عام 2019 نحو (131003) سريراً، منها (95683) سريراً في المستشفيات الحكومية البالغ عددها (691) مستشفى، وبمعدل الأسرة إلى السكان بلغ (0.10) سريراً لكل (1000) من السكان، و(35320) سريراً في المستشفيات الخاصة البالغ عددها (1157) مستشفى وبمعدل (0.04) سرير لكل (1000) من السكان (الجهاز المركزي للتعبئة العامة والاحصاء المصري: احصاءات الرعاية الصحية).

كما حصلت مصر في مؤشر الوصول إلى صرف صحي ملائم المرتبة (65) دولياً، والمرتبة (53) في مؤشر إمكانية الحصول على مياه شرب محسنة، إذ بلغت نسبة السكان الذين يحصلون على صرف صحي محسن (94%) في عام 2019 ونحو (99%) في مؤشر إمكانية الحصول على مياه شرب محسنة للعام نفسه (صندوق النقد العربي، التقرير الاقتصادي الموحد،: 302). كما ارتقت جمهورية مصر في كل من مؤشرا انتشار فايروس نقص المناعة المكتسب، ومؤشر معدل الإصابة بالمalaria وحصولها على المرتبة الأولى عالمياً.

ومن ضمن المؤشرات الصحية المهمة التي لم يتضمنها التقرير هو مؤشر متوسط العمر المتوقع الذي ارتفع من (69) إلى (71) سنة خلال المدة (2007-2019)، كما حققت الدولة تحسن في الحد من الوفيات الرضع من (6.31) لكل ألف مولود عام 2007 إلى (5.82) حالة وفاة، (الجهاز المركزي للتعبئة العامة والاحصاء، سنوات مختلفة).

ح- **الموارد البشرية وسوق العمل:** يتحرك ترتيب مصر حسب هذا المؤشر هبوطاً وصعوداً حول خط اتجاه عام متذبذب، إذ نجد أن ترتيبها في تقرير (2015) كان في المرتبة (103) عالمياً، إلا أنها في تقرير عام 2019 حصلت على المرتبة (89) دولياً وبعدد نقاط بلغت (4.3)، وأفضل ترتيب لها في تقرير العام 2017، إذ حصلت على المرتبة (68) دولياً بعدد قيم بلغت (5.4) نقطة.

وفي مجال مؤشرات الفرعية: حصلت مصر على المرتبة (46) دولياً في مؤشر معدل التسجيل في التعليم الابتدائي، بنسبة مئوية بلغت (106.41%) إلى عدد السكان في العام 2019. فيما حلت في المرتبة (84) دولياً بمؤشر معدل التسجيل في التعليم الثانوي بنسبة بلغت (87.9%) إلى عدد السكان. كما حصلت على مرتبة متأخرة جداً كانت (134) من مجموع (140) دولة في مؤشر مشاركة المرأة في إجمالي القوة العاملة بنسبة مئوية سجلت (23.7%) إلى الرجال في عام 2019. وعند إضافة مؤشرات أخرى لم يتضمنها التقرير والتي منها مؤشر نسب الأمية بين الفئة العمرية من (15 فما فوق) فقد كانت نحو (28.8%) في العام 2019، أما الفئة العمرية من (15-24) فقد بلغت (11.8%) للعام نفسه. أما مؤشر

نسبة الانفاق على التعليم من الدخل القومي الإجمالي فكانت (3.8%) في حين من الانفاق العام الاجمالي كانت نحو (10.4%) لعام 2019 (صندوق النقد العربي، التقرير الاقتصادي الموحد، 2020، صفحات متفرقة). وبحسب اختبار (TIMSS) العالمي الذي يعد أحد الاختبارات المهمة لقدرات الطلبة في الرياضيات والعلوم الذي يصدر مرة واحدة لكل أربع سنوات في نهاية مرحلة التعليم الأساسي، أي مايقابل الصف الثاني الاعدادي فقد شاركت مصر في العام 2015 واحتلت المركز (33 من بين 39 دولة) في نتائج الامتحانات الدولية في الرياضيات متقدمة على دول مثل (المغرب، الأردن، السعودية، بتسوانا، جنوب افريقيا) ومن ثم يعد ترتيب متأخر مقارنة مع الدول المشاركة.

أما بخصوص مؤشرات العمل فقد حصلت على المرتبة (75) في مؤشر الأجور والإنتاجية، والمرتبة (103) في مؤشر سهولة توظيف العمالة الأجنبية هذا يبين أن مصر هي دولة مقيدة بتوظيف الأيدي العاملة الأجنبية، فيما حلت في المرتبة (109) في مؤشر ايجاد الموظفين المهرة، والمرتبة (51) في مؤشر ممارسات التوظيف والفصل، والمرتبة (61) في مؤشر درجة توجيه العميل هذا يبين ان مصر ذات تأثير متوسط في جودة تعامل شريكاتها مع العملاء، وأخيراً المرتبة (105) في مؤشر مدى تدريب الموظفين ومازالت مصر تحتاج جهوداً كبيرة في تدريب موظفيها. إن هذا التراجع الواضح في متغيرات هذا المؤشر سواء التعليمية منها أم مؤشرات العمل وهذا مايعكس عدم اتساق مخرجات التعليم مع متطلبات سوق العمل، الأمر الذي تُكبل طبيعة النظام التعليمي المدفوعة بالعرض سوق العمل بقوة عاملة ضخمة سنوياً بما يفوق قدرته على توليد فرص عمل جديدة لامتناسها، إذ يمثل الحاصلون على مؤهل جامعي وما فوق الجامعي النسبة الأكبر من العاطلين بما يقرب من (50%) مقارنةً بأصحاب المؤهل المتوسط الفني، في حين تقل كثيراً بين الأميين ودون المستوى التعليمي والثانوي، إن عدم الترابط بين مخرجات التعليم وفرص العمل تُنسب أغلبها إلى التعليم الحكومي، وهو ماساهم بشكل كبير في تضخم حجم القطاع غير الرسمي (المركز المصري للدراسات الاقتصادية، 2020: 6-12).

خ- **جاهزية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات:** يتحرك ترتيب مصر حسب هذا المؤشر صعوداً وهبوطاً حول خط اتجاه عام متذبذب، إذ نجد أن ترتيبها في تقرير (2015) كان في المرتبة (80) عالمياً، إلا أنها في العام 2019 تراجعت (6) مراكز وحصلت على المرتبة (86) دولياً وبعدها قيم بلغت (4.3) نقاط. لكن وعلى الرغم من هذا التراجع من حيث الترتيب سجل معدل نمو (GDP) لقطاع الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات في مصر في عام 2019 ارتفاعاً بنسبة (14%)، إذ بلغ (5.11) مليارات دولار خلال العام المالي 2018-2019، مقارنة بـ (4.47) مليارات دولار خلال العام المالي 2017-2018 (التقرير السنوي للبنك المصري، 2019: 50). ينقسم هذا المؤشر إلى مجموعة من المؤشرات الفرعية وكما يبينها الملحق (1) جدول (2) لعام 2019.

حصلت مصر بمؤشراتها الفرعية على المرتبة (48) في مؤشر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في معاملات biz to biz، (75) في مؤشر استخدام الانترنت في معاملات biz to - consumer ، و(92) في مؤشر مستخدمو الانترنت (% عدد السكان)، و(88) في مؤشر اشتراكات الانترنت ذات النطاق العريض الثابت (100/شخص)، و(92) في مؤشر اشتراكات الهاتف الخليوي المتنقل (100/ شخص)، و(95) في مؤشر اشتراكات النطاق العريض الجوال (100/ شخص)، و(47) في مؤشر تغطية شبكة الهاتف النقال، و(55) في مؤشر جودة امدادات الكهرباء).

وعلى الرغم من أن جمهورية مصر مازالت بعيدة من حيث الترتيب، إلا انها قامت بالعديد من الخطوات التي تحسب لها في هذا المجال وكالاتي (عبدالمعطي، 2019: 499-500)، (قعلول، والوليد طلحة، 2020: 45):

- تأسيسها المنصة الالكترونية (Egygate) بهدف وضع مصر على الخريطة الالكترونية العالمية ونقل جميع المعالم السياحية إلى الاسواق الدولية بطرائق تكنولوجية مختلفة، من خلال وضع خرائط جغرافية الكترونية لأهم مدنها السياحية وانماط السياحة بها، والمناطق السياحية والأثرية والجولات التخليية باستخدام تقنية الواقع الافتراضي.
- تحديث الجناح المشارك لمصر في تسويق مصر سياحياً بالمعارض والبورصات السياحية، وتزويده بالتقنيات التكنولوجية اللازمة من خلال نظارات (VR glasses) أو ماتسمى بنظارات الواقع الافتراضي التي يستطيع السائح الذي يرتديها من معايشة التجربة السياحية داخل المقصد السياحي، إذ تتوفر هذه التقنية في ثلاثة أماكن سياحية هي (المتحف المصري، البحر الاحمر، جنوب سيناء).
- انشاء الهيئة المصرية للتنشيط السياحي (المنصة الرقمية) باستخراج التأشير الالكترونية لزيارة مصر، التي من خلالها تسهل لمواطني (46) دولة حول العالم الحصول على التأشير الالكترونية ومن اهم هذه الدول (ايطاليا، المانيا، الولايات المتحدة الامريكية، اوكرانيا ، فرنسا، هولندا، اليابان).
- اطلاق وزارة السياحة المصرية شراكة جديدة مع شبكة (CNN) لتنفيذ حملة سياحية دولية للترويج للسياحة المصرية بشكل حديث يجمع بين الصورة وحكاية المكان باستخدام تقنية المكان ومزيج مبتكر بين الوسائط الرقمية والمنصات التلفزيونية ومواقع التواصل الاجتماعي لشبكة (CNN) لتعريف السائح بما تتمتع به مصر من تنوع مقاصدها السياحية.
- إنشاء بوابة (Fin Tech Egypt) في عام 2019 التي تعمل على ربط كافة اطراف منظومة التقنية المالية بما فيهم المؤسسات المالية، المستثمرون، الجهات الرقابية، مقدمي خدمات التقنية المالية، بهدف رعاية رواد اعمال التقنيات المالية وتوفير الدعم اللازم لهم، ولم تتوقف جهود مصر في هذا المجال وانما تسعى إلى تطوير البنية القانونية والتشريعية، إذ صدر قانون رقم (18) لسنة 2019 " قانون تنظيم

استخدام وسائل الدفع غير النقدي" بهدف وضع إطار تنظيمي للمدفوعات غير النقدية ملزماً بها كلا من القطاعين العام والخاص، بما يسهم في الرفع من مستوى فعالية وكفاءة نظم الدفع وتحقيق الشمول المالي.

2: مؤشر السياسات والظروف التمكينية: ينطوي تحت هذا المؤشر مجموعة من المؤشرات الرئيسية والفرعية وتتمثل بالآتي:

الشكل-38 - ترتيب مؤشر السياسات والظروف التمكينية في مصر للمدة (2015-2019)



المصدر : الشكل من عمل الباحث بالاعتماد على بيانات الجدول (25) من خلال البرنامج الإحصائي Eviews9

أ- مؤشر تحديد أولويات السياحة والسفر: يتحرك ترتيب المؤشر هبوطاً وصعوداً حول خط اتجاه عام هابط، إذ نجد ترتيبها في تقرير (2015) كان في المرتبة (69) دولياً، إلا أنها في العام 2019 ارتقت (38) مركزاً وحصلت على المرتبة (31) دولياً. ومن ثم نلاحظ أن هناك اهتماماً بهذا القطاع وهذا ما تبينه مؤشرات الفرعية:

حصلت مصر على المرتبة (18) عالمياً في مؤشر الانفاق الحكومي على السياحة من الموازنة العامة) بمتوسط إنفاق بلغ (5.2%) من الموازنة الحكومية. كما حصلت على المرتبة (74) و (84) لكل من مؤشر شمول البيانات السنوية للسفر والسياحة، ومؤشر دقة مواعيد تقديم بيانات السفر والسياحة. كما حصلت على المراتب (86) و (5) دولياً في مؤشري تحديد أولويات الحكومة في صناعة السياحة والسفر، وتصنيف استراتيجية العلامة التجارية للبلد.

كما نلاحظ ابتعادها من حيث الترتيب في مؤشر فعالية التسويق والعلامة التجارية لجذب السياح وحصولها على المرتبة (106). ويتمثل اليوم نجاح صناعة العلامة التجارية في أي دولة من خلال إقامة علاقة جيدة بين العلامة التجارية والسائح بهدف احداث تناغم بين رغبات السائح المادية

والخصائص الوظيفية والقيم الرمزية للمنتج السياحي وهذا ينسجم مع الاتجاهات الحديثة في التسويق، إذ أصبح يركز على العملاء بشكل أساسي، فضلاً عن تركيزه على المنتج.

ب- **الانفتاح الدولي:** يتحرك هذا المؤشر صعوداً وهبوطاً حول خط اتجاه صاعد، إذ حصلت على المرتبة (115) في تقرير (2015)، ثم تراجعت نحو (9) مركز وحصولها على المرتبة (124) دولياً في تقرير (2019)، وهذا الابتعاد نتيجة مؤشرات الفرعية المتمثلة بالآتي:

حصلت على المرتبة (123) في مؤشر متطلبات التأشيرة، إذ جاء ترتيب جواز السفر المصري في المرتبة (92) بحسب مؤشر (The Henley Passport 2019) ويمكن لحامل الجواز المصري السفر إلى 49 دولة دون الحاجة إلى تأشيرة مسبقة (Index.h.p2019:5). كما حصلت مصر على المرتبة (115) في مؤشر انفتاح الاتفاقيات الثنائية في مجال الخدمات الجوية. والمرتبة (74) في مؤشر عدد الاتفاقيات السارية.

ت- **مؤشر تنافسية الأسعار:** يتحرك هذا المؤشر هبوطاً وصعوداً حول خط اتجاه صاعد، ارتقت جمهورية مصر في هذا المؤشر وحصولها على مراتب متقدمة جداً، إذ احتلت المرتبة (2) في تقرير كل من (2015)، (2017) على التوالي، أما في تقرير (2019) فقد تراجعت مرتبة واحدة بحصولها على المرتبة (3) دولياً بعدد قيم بلغت (6.7) نقاط.

ويدرج ضمن هذا المؤشر مجموعة من المؤشرات الفرعية المتمثلة بـ: مؤشر مستويات سعر الوقود المرتبة (3) دولياً. ومؤشر ضرائب التذاكر ورسوم المطار والمرتبة (69) دولياً. ومؤشر تعادل القوة الشرائية وحصولها على المرتبة (1) دولياً. ومؤشر أسعار الفنادق وحصولها على المرتبة (4) دولياً، وهو مؤشر جيد لكن لا يعد كذلك في حالة ضعف الخدمات السياحية المقدمة، أيضاً يمكن أن يكون نتيجة تدني قيمة الجنيه المصري في مقابل عملات الدول الأخرى، فضلاً عن سياسة الدعم التي تقدمها الحكومة ولاسيما فيما يتعلق بالمواد واسعة الاستهلاك وأسعار الوقود، ولهذا ينبغي أن تستفيد مصر من هذه الميزة من خلال توفير خدمات بالمستوى المطلوب وبالنوعية والكمية المطلوبة من أجل أشباع رغبات السائح.

ث- **مؤشر الاستدامة البيئية:** يتحرك هذا المؤشر هبوطاً وصعوداً حول خط اتجاه عام هابط، إذ ارتقت مصر من المرتبة (77) في تقرير 2015 إلى المرتبة (31) في تقرير عام 2019، وذلك بتقديمها بـ (46) مركزاً في مجال هذا المؤشر.

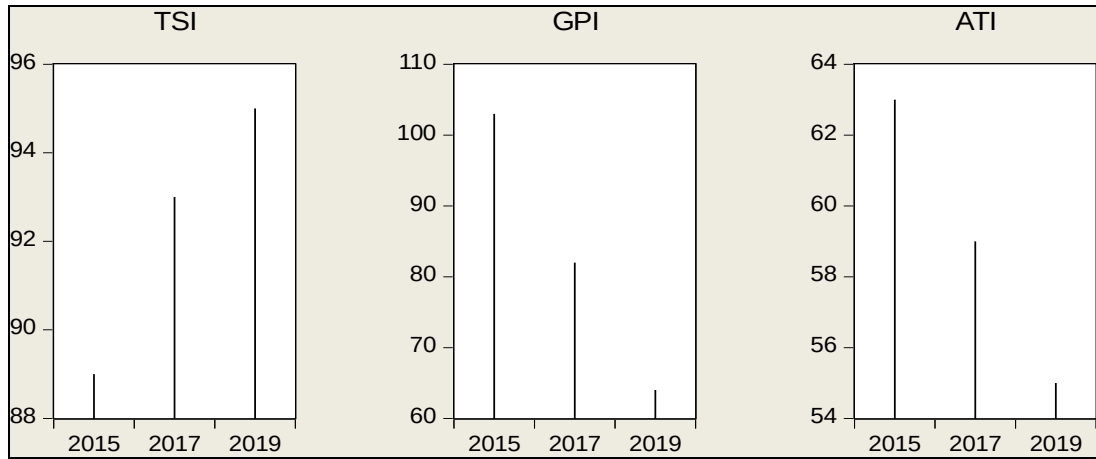
ينقسم هذا المؤشر إلى مجموعة من المؤشرات الفرعية كما يبينها الملحق (1) جدول (2) لعام 2019.

ما زالت تعاني مصر من ضعف في مؤشري صرامة الانظمة البيئية، وتطبيق اللوائح البيئية بحصولها على المرتبتين (75)، و (109) على التوالي من مجموع (140) دولة. كما حصلت على المرتبة

(81) و(78) في كل من مؤشري الانواع المهددة في الانقراض، والتصديق على المعاهدات البيئية، ومن ثم مازالت متأخرة في هذه المؤشرات الفرعية المذكورة انفاً، إلا أنها حصلت على المرتبة(53) و(61) ، في كل من مؤشر استدامة تطوير صناعة السياحة والسفر، ومؤشر الضغط على الموارد المائية، وجاءت هذه المراتب ذات الترتيب المتوسط نتيجة تحديثها للقوانين البيئية الخاصة بحماية البيئة البرية ومنع الصيد الجائر، كما حصلت على المرتبة(55) في مؤشر معالجة مياه الصرف الصحي، ومن ثم تُعد جيدة هذه المؤشرات مقارنةً مع بقية المؤشرات الأخرى.

3- مؤشر البنية التحتية: يعكس هذا المؤشر مجموعة من المؤشرات الرئيسية والفرعية وتتمثل بالآتي:

الشكل - 39- ترتيب مؤشر البنية التحتية في مصر للمدة (2015-2019)



المصدر : الشكل من عمل الباحث بالاعتماد على بيانات الجدول(25) من خلال مخرجات البرنامج الاحصائي Eviews9

أ- **مؤشر البنية التحتية للنقل الجوي:** يتحرك ترتيب هذا المؤشر هبوطاً وصعوداً حول خط اتجاه عام هابط، إذ حصلت جمهورية مصر على المرتبة(63) في تقرير 2015، ومن ثم تقدمت(8) مركزاً في تقرير العام 2019، بحصولها على المرتبة(55) دولياً وبعدد قيم(3.3) نقطة.

أيضاً ينقسم هذا المؤشر إلى مجموعة من المؤشرات الفرعية كما يبينها الملحق(1) جدول(2) لعام 2019. حصلت على المرتبة(41) في مؤشر جودة البنية التحتية للنقل الجوي. كما حصلت على المرتبة (132) في مؤشر كثافة المطارات، إذ يوجد في مصر نحو (23) مطاراً تمتلكهم الدولة باستثناء مطاري العلمين ومرسي علم يدار بنظام(BOT)*، وتضم المطارات(11) مطاراً دولياً و(4) مطارات داخلية تستخدم لرحلات دولية عند الطلب و(4) مطارات داخلية فقط، فيما تم إنشاء ثلاثة مطارات حديثة هي(المليز، سفنكس، القطامية) وجاري انشاء مطار برنيس(وزارة الطيران المدني المصري، 2019). كما حصلت على المرتبة(43)،(40)،(94)،(26) دولياً في كل من مؤشر عدد المقاعد

* هو تولي مستثمر من القطاع الخاص بعد الترخيص له من الدولة، ويتولى تشغيله وإدارته خلال مدة تبرم في العقد.

المحلية المتاحة، مؤشر عدد المقاعد الدولية المتاحة، مؤشر الطائرات المغادرة (لكل 1000/ شخص)، مؤشر عدد شركات الطيران العامة.

على الرغم من الموقع المتميز الذي تتمتع به جمهورية مصر، إلا أن حصتها من الشحن الجوي العالمي لم تتجاوز (0.2%)، وحصتها من النقل الجوي للركاب دولياً لم تتجاوز (0.3%) وسبقها في ذلك دول ذات مستويات تنموية متقاربة. أما حصتها من الشحن الجوي ونقل الركاب لاقليم الشرق الاوسط وشمال افريقيا، فقد كانت (1%) عام 2007، وظلت بالنسبة نفسها عام 2019، أما حصتها من النقل الجوي للركاب فقد تراجعت من (9%) عام 2007، إلى (5%) عام 2019. كما يبلغ ناتج قطاع النقل الجوي نحو (2.7) مليار دولار أي (3.6%) من الناتج العالمي الإجمالي للعام نفسه (المركز المصري للدراسات الاقتصادية، 2020، 14-20).

ب- **مؤشر البنية التحتية للنقل البري والبحري:** يتحرك ترتيب هذا المؤشر هبوطاً وصعوداً حول خط اتجاه عام هابط، إذ حصلت جمهورية مصر على المرتبة (103) في تقرير 2015، ومن ثم تقدمت (39) مركزاً في تقرير العام 2019، بحصولها على المرتبة (64) دولياً، أيضاً ينقسم هذا المؤشر إلى مجموعة من المؤشرات الفرعية لعام 2019. حصلت مصر على المرتبة (45)، (87)، (61)، (44)، (61)، في كل من مؤشر (جودة الطرق، كثافة الطرق وكثافة الطرق المعبدة، جودة البنية التحتية للموانئ، كفاءة النقل البري، على التوالي).

تمتلك مصر نحو (15) ميناء تجاري، تختلف الطاقة التصميمية للموانئ التجارية المصرية من حيث المساحة، الأرصفة، الطاقة القصوى، أرصفة الحاويات. بلغ عدد السفن في العام 2007 نحو (211) سفينة، إلا أن عددها تراجع في العام 2019 لتصبح (117) سفينة. على الرغم من الموقع الجغرافي المتميز الذي تتمتع به جمهورية مصر، فضلاً عن طول سواحلها البحرية التي تمثل (0.36%) من إجمالي السواحل عالمياً، إلا أن الموانئ مازالت متأخرة من حيث الترتيب سواء في تقرير المنتدى الاقتصادي العالمي أو في قائمة أهم (100) ميناء حاويات عالمياً، إذ جاء ميناء بور سعيد في المرتبة (57) عام 2019، وجاء ميناء الاسكندرية في المرتبة (94) لعام 2018، ويرجع هذا التأخير إلى بطء معدل نمو التداول بها مقارنةً بباقي الموانئ، إذ جاء ميناء (شنغهاي الصيني) كأكبر ميناء على مستوى العالم عام 2019، يليه ميناء سنغافوره، ثم ميناء جبل علي في الامارات في المرتبة العاشرة، ثم ميناء جدة في السعودية في المرتبة (40) وميناء طنجة في المغرب في المرتبة (47)، (المركز المصري للدراسات الاقتصادية، قطاع النقل، 2020: 14-20).

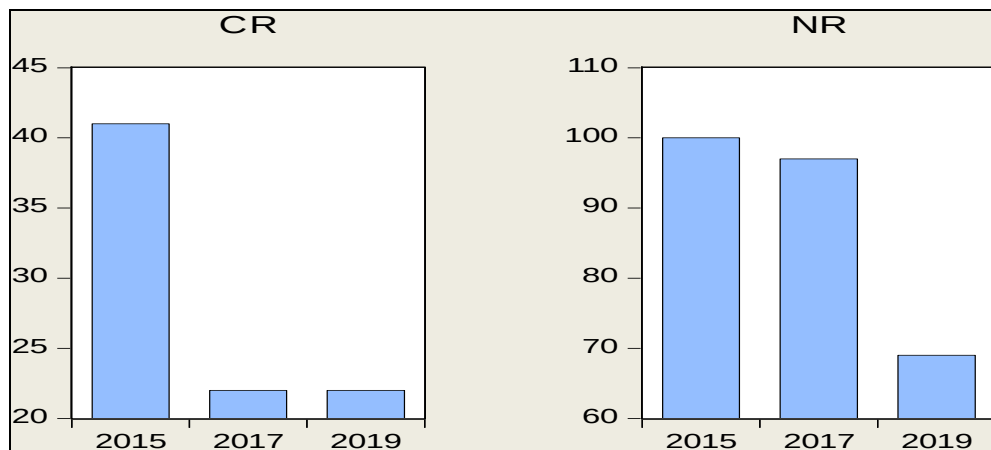
ت- **مؤشر البنية التحتية للخدمات السياحية:** يتحرك هذا المؤشر صعوداً وهبوطاً حول خط اتجاه عام صاعد، إذ حصلت جمهورية مصر على المرتبة (89) في تقرير 2015، ومن ثم تراجعت في كل من تقرير (2017)، (2019) بحصولها على المراتب (93)، (95) دولياً على التوالي. أما مجموعة مؤشرات الفرعية لعام 2019 فكانت كالآتي:

حصلت مصر على المرتبة (41) دولياً في مؤشر جودة البنية التحتية السياحية، التي تُعد مرتبة جيدة مقارنةً مع بقية المؤشرات الأخرى. كما حصلت مصر على مراتب (108)، (86)، (101) في كل من مؤشر عدد ماكينات الصرف الآلي، مؤشر وجود شركات كبرى لتأجير السيارات، مؤشر عدد غرف الفنادق (100/شخص) على التوالي.

تحتوي مصر على طاقة فندقية بلغت (1,179) فندقاً عام 2019، منها الفنادق من فئة (5 نجوم) نسبتها (14.6%) من إجمالي الطاقة الفندقية، فنادق فئة (4 نجوم) نحو (9%)، فنادق فئة (3 نجوم) نحو (13.5%)، فنادق فئة (2 نجمة) نحو (5.4%)، أخرى نحو (57.5%) من إجمالي الطاقة الفندقية. بلغ عدد غرف الفنادق (161,039) غرفة، أما عدد الأسرة بالفنادق فكانت (319,143) سريراً، فيما كان متوسط مدة الإقامة للسائح (11.1) ليلة، أما قيمة إجمالي إيرادات الفنادق للعام نفسه فكانت (18) مليون دولار (جامعة الدول العربية أرقام ومؤشرات، 2021 : 123 - 124).

4- **مؤشر الموارد الطبيعية والثقافية:** ينعكس تحت هذا المؤشر الرئيسي مجموعة من المؤشرات الرئيسية والفرعية وتتمثل بالآتي:

الشكل-40 - ترتيب مؤشر الموارد الطبيعية والثقافية في مصر للمدة (2015-2019)



المصدر : الشكل من عمل الباحث بالاعتماد على بيانات الجدول (25) .

أ- **الموارد الطبيعية:** يتحرك هذا المؤشر هبوطاً وصعوداً حول خط اتجاه عام هابط، إذ حصلت جمهورية مصر على المرتبة (100) في تقرير 2015، ومن ثم تقدمت (31) مركزاً لتصبح في الترتيب (69) دولياً في تقرير (2019). أيضاً ينقسم هذا المؤشر إلى مجموعة من المؤشرات الفرعية المتمثلة بـ: حصلت مصر على المراتب (44)، (68)، (77) دولياً في كل من مؤشر (جاذبية الاصول الطبيعية، مجموع المناطق المحمية، مجموع المعالم المعروفة) على التوالي. كما حصلت على الترتيب (50) و (46) دولياً في كل من مؤشرا (عدد المواقع الطبيعية للتراث العالمي، الطلب الرقمي للسياحة الطبيعية).

تمتلك جمهورية مصر العديد من المقومات الطبيعية ابتداءً بموقعها الجغرافي، فهي تقع عند نقطة التقاء كل من القارات الثلاث (آسيا، أوروبا، أفريقيا). أيضاً يُعد مناخها أحد المقومات التي تجذب السياح من مختلف دول العالم. كما تمتلك مصر أحد أهم الممرات المائية الدولية، ألا وهو نهر النيل الذي يُعد شريان الحياة للشعب المصري، وأساس السياحة النهرية المصرية. كما تمتلك مصر العديد من السواحل، فهي تضم الساحل الشمالي الذي يزيد طوله على (1000 كم)، إذ يمتد على جانب البحر الابيض المتوسط، وتضم الساحل الشرقي الذي يمتد على جانب البحر الاحمر، فضلاً عن سواحل أخرى تمتلكها مصر، فهي تشترك بقدرة شواطئها على تقديم جميع أشكال الأنشطة السياحية مثل (رياضة المغامرة، الغطس والغوص، الاسترخاء على الشواطئ، الاستمتاع بجمال المناظر (الحيازي، 2020: بدون صفحات).

ب- **الموارد الثقافية:** يتحرك ترتيب هذا المؤشر هبوطاً وصعوداً حول خط اتجاه عام هابط، إذ حصلت مصر على المرتبة (41) في تقرير 2015، ومن ثم تقدمت (19) مركزاً لتصبح في الترتيب (22) دولياً في تقرير (2019)، وهي مرتبة تُعد جيدة مقارنةً مع بقية المؤشرات الأخرى. أيضاً ينقسم هذا المؤشر إلى مجموعة من المؤشرات الفرعية لعام 2019. إذ حصلت مصر على المراتب (38)، (52)، (29)، (4) دولياً في كل من مؤشر (عدد مواقع التراث الثقافي العالمي (عدد المواقع)، التراث الثقافي الشفهي وغير المادي (عدد العبارات)، عدد الملاعب الرياضية (عدد الملاعب الكبيرة) ، الطلب الرقمي على السياحة الثقافية والترفيهية).

تمتلك مصر العديد من المواقع التاريخية والثقافية والدينية التي تعد من أهم وأقدم أنواع السياحة، إلى جانب سياحة المؤتمرات والمعارض الدولية، فضلاً عن سياحة المهرجانات والفعاليات الترفيهية الثقافية، وغيرها من أنواع الأنشطة السياحية. تتوزع الآثار التاريخية على مناطق عدة داخل مصر ويأتي في مقدمتها الأهرامات الثلاثة (خوفو، خفرع، منقرع)، ومنطقة سقارة و دهشور بمحافظة الجيزة التي تضم سلسلة من الأهرامات الأخرى أشهرها هرم (سقارة المدرج). أيضاً تضم باقي المحافظات الأخرى العديد من المعالم الأثرية والتي منها: الاسكندرية، مدينة الاقصر، أسوان، بني سويف، الفيوم، سوهاج وغيرها من المحافظات الأخرى. كما تحتفل مصر بالعديد من الآثار الدينية الإسلامية والقبطية منها)

السيدة زينب (ع)، الجامع الأزهر، مدرسة ومسجد السلطان حسن وغيرها). كما تضم العديد من المتاحف الأثرية ومن أهمها (المتحف المصري، قصر الجوهرة، متحف الفن الإسلامي، المتحف اليوناني، وغيرها الكثير من المتاحف الأخرى) وفي ظل كل هذه المقومات الثقافية قامت مصر بوضع برنامج حكومي خاص بهذه المدن الأثرية من أجل المحافظة على هذا التراث العمراني وحمايته واستثماره سياحياً (الحباري، 2020، بدون صفحات).

يتضح من خلال المؤشرات التي تطرقنا إليها أنفاً عن مصر أنها تتمتع بنقاط قوة في قدرتها التنافسية للقطاع السياحي تمثلت في تنافسية الأسعار المرتبة (2) عالمياً، الموارد الثقافية المرتبة (22) عالمياً، تحديد أولويات السياحة والسفر المرتبة (31) عالمياً. فيما تمتلك قدرة تنافسية متوسطة دولياً في كل من البنية التحتية للنقل الجوي المرتبة (55) عالمياً، والبنية التحتية للنقل البري والبحري المرتبة (64) عالمياً، والموارد الطبيعية المرتبة (69) عالمياً، بيئة العمل المرتبة (70) عالمياً.

فيما حلت بقدرة تنافسية ضعيفة في كل من جاهزية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات المرتبة (86) عالمياً، الصحة والنظافة المرتبة (90) عالمياً، الموارد البشرية وسوق العمل المرتبة (89) عالمياً، والبنية التحتية للخدمات السياحية المرتبة (95) عالمياً، الأمن والسلامة (112) عالمياً، والانفتاح الدولي المرتبة (124) عالمياً، مما يعني أنه على مصر العربية تطوير هذه المؤشرات للحصول على مراكز أفضل في التنافسية العالمية في التقارير اللاحقة.

(3-2) تحليل مؤشرات القدرة التنافسية للقطاع السياحي في تونس

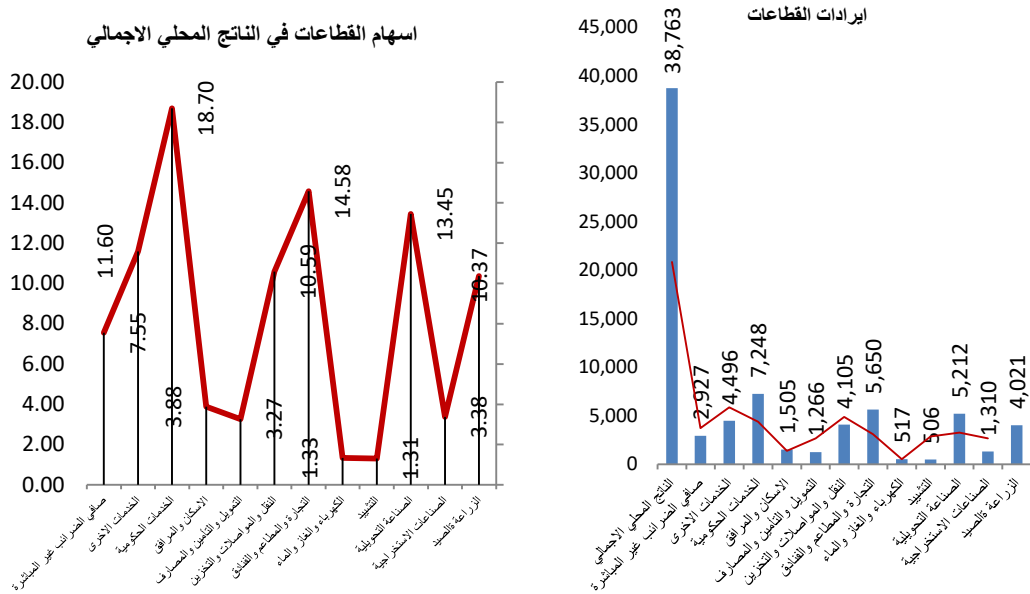
1-3-2: الواقع الاقتصادي في تونس

بحكم موقعها الجغرافي تعد تونس من الدول الزراعية المهمة، وتتميز بإنتاج زراعي متنوع: حبوب واشجار مثمرة تتمثل بالزيتون والحمضيات والنخيل.. إلخ، إذ يمثل الزيتون أهم الأشجار المثمرة وتغطي حقوله (1.3) مليون هكتار، ويتصدر محصوله جميع الصادرات بنسبة (30%)، ثم تليها الحمضيات والنخيل (منظمة الاغذية والزراعة للامم المتحدة، 2018:1).

إما بالنسبة إلى النفط والغاز، تعد تونس من الدول غير النفطية، إذ تمتلك تونس كميات قليلة من هذا المورد، بلغ احتياطي النفط الخام (0.4) مليار برميل في نهاية العام 2018، أما انتاج النفط الخام فكان (50.2) (ألف برميل/ يوم)، في حين بلغت صادراتها (20.84) ألف برميل يومياً خلال العام نفسه. أما بالنسبة إلى الغاز الطبيعي فيقدر مخزونه بـ (64) مليار متر مكعب نهاية العام 2018، في حين بلغ انتاجه نحو (1.2) مليار متر مكعب للعام نفسه. كما تمتلك تونس مخزوناً كبيراً من الفوسفات الذي أصبح منذ عام 1970 يؤدي دوراً اقتصادياً مهماً تمثل في تحويل الفوسفات إلى العديد من المواد التي تستعمل في الصناعات الكيماوية، أيضاً تنتج تونس بعض المعادن المتمثلة بـ (الحديد، الزنك، الرصاص) (جامعة الدول العربية، 2021، 35). أما بالنسبة إلى الصناعة فتعد الدعامة الأساسية في الاقتصاد التونسي والتي من أهمها (الصناعات الآلية والكهربائية، الصناعات الكيماوية، صناعة النسيج والألبسة الجاهزة، الصناعات الغذائية الزراعية).

بلغت قيمة الناتج المحلي الإجمالي في العام 2007 نحو (32255) مليون دولار، أما في عام 2019 كانت نحو (38763) مليون دولار، أما بالنسبة إلى التوزيع القطاعي للناتج المحلي الإجمالي لعام 2019 فمن خلال بيانات الشكل (41) نلاحظ أن قطاع الصناعة التحويلية استحوذ على نسبة بلغت (13.4%) من (GDP)، قطاع الزراعة بنسبة (10.4%)، وقطاعي التجارة والمطاعم والفنادق بنسبة مشتركة بلغت (14.58%)، الخدمات الحكومية (18.7) أما النسب الأخرى فقد توزعت على باقي القطاعات الأخرى ومن ضمنها القطاع الاستخراجي الذي حل بنسبة ضعيفة بلغت (3.4%) من الناتج المحلي الإجمالي.

الشكل-41 - إسهام القطاعات الاقتصادية في الناتج المحلي الإجمالي في تونس لعام 2019



المصدر: الشكل من عمل الباحث بالاعتماد على البنك المركزي التونسي، التقرير السنوي (2019)، ص 50-55.

2-3-2: السياحة في تونس (الوجهات، والأهمية الاقتصادية)

أولاً- أهم الوجهات السياحية في تونس

على الرغم من بداية السياحة في تونس تعود أساساً لعام (1920) عندما قررت فرنسا أن تجعلها وجهة سياحية منافسة لكل من القاهرة والجزائر، إلا أن نشأة السياحة في تونس كنشاط اقتصادي يرجع لعام (1961)، عندما قررت الحكومة التونسية تخصيص ميزانية كبيرة لهذا القطاع من خلال خطتها العشرية (1962-1971)، الأمر الذي ترجم فعلياً من خلال الأرقام، إذ تجاوز عدد الأسرة (35000) سرير عام 1972، بعد إن كان لا يتجاوز (6000) سرير عام 1963، فضلاً عن تزايد عدد السياح من (104731) سائحاً عام 1963 إلى (410749) سائحاً عام 1972، خلال نهاية السبعينات قامت تونس بعقد شراكة استثمارية مع دول الخليج التي مولت المشاريع الإستثمارية (50%) من التي تم إنجازها، فضلاً عن قيام تونس بتطوير شراكة تجارية مع بلدان أوروبية لتسويق العرض السياحي من خلال إنشاء الوكالات السياحية ومؤسسات النقل المحلية، الأمر الذي جعل عدد السياح يتجاوز (1874734) سائحاً عام 1987 (IPMED, 2012: 5).

ومن ثم من خلال هذه المقدمة وللتعمق أكثر في التجربة التونسية سنبين أهم الوجهات السياحية في الدولة التي جعلت منها نشاطاً مستقطباً للسياح والتي من أهمها (Manai, 2018: 58):

1. تونس العاصمة: تعد أحد أهم الوجهات السياحية في تونس، فهي تمتلك كل مقومات الجذب السياحي من معالم تاريخية واثرية وترفيهية، كما انها تشتهر بأسواقها الشعبية التي تستقطب العديد من السياح ولعل أشهر اماكنها السياحية جامع الزيتونة والمدينة القديمة، شاطئ الحمامات، والاثار الرومانية وغيرها.
2. قرطاج: التي تعد واحدة من أهم المناطق السياحية في تونس، تقع على بعد (15) كم من العاصمة تونس تقع فوق ربوة ارتفاعها (57) متراً، يمتد شريطها الساحلي الذي يقع على البحر المتوسط لمسافة (3) كم.
3. جربة: أو ماتسمى بالمدينة الاسطورية تقع على مسافة (400) كم جنوب شرق تونس، وهي مدينة تواجه رمال الصحراء جعل منها عنوان السياحة الراقية، وتتميز بفنادقها الفاخرة وعماراتها الفريدة، ومساجدها المتميزة، وجمال محيطها وهوائها الطلق، فضلاً عن احتوائها على العديد من الصناعات التقليدية مثل المنسوجات والخزف.
4. سوسة: وهي المدينة السياحية الأشهر نتيجة امتلاكها العديد من الفنادق والمطاعم والمحلات الترفيهية، تعرف بأسم الجوهرة والمدينة التي لاتنتم لتواصل نشاطها ليلاً ونهاراً، تشتهر بقلعتها المطلّة على البحر، وبصيفها الذي يشهد العديد من المهرجانات التي من أهمها مهرجان أوسو الشهير السنوي الذي يقام منذ ما لا يقل عن (2000) عام.
5. نابل الحمامات: التي تقع على بعد (60) كم شرق العاصمة تونس، وتشتهر المدينة بزهرتي الفل والياسمين، والفنادق والمطاعم والتي تعرف عادةً بأسم ريفرا شمال افريقيا، فهي مقصد كبار النجوم في الفن والاعلام والسياسة.
6. ياسمين الحمامات: فهي توصف بكرة المتوسط وأميرة المنتجعات، وتتميز بمرافق سياحية متطورة وفنادق فخمة ومجمعات سكنية مستوحاة من العمارة الأندلسية كل ذلك في محيط زاخر بأنشطة الترويح عن النفس والترفيه .
7. المنستير: هذه المدينة غنية بالآثار التاريخية كالمعابد والأضرحة والكهوف المحفورة والانفاق ، فضلاً عن ميناء (الترهة الجديد) ومطار (بورقيبة) الدولي، وقصر المؤتمرات.
8. طبرقة: إذ تشتهر هذه المدينة بشواطئها الجميلة والشعاب المرجانية، والتي تعد ثاني دولة عالمياً تشتهر في تصدير المرجان، ومن أبرز آثارها الصخور المدببة، والقلعة الجنوبية.
9. القيروان: تشتهر هذه المدينة بالسياحة الدينية لاحتوائها على العديد من الأضرحة مثل ضريح سيدي الصحبي، جامع الابواب الثلاثة، والتي تعد من أهم المزارات الدينية في المدينة، فضلاً عن امتلاكها معالم اثرية وتحتضن العديد من المكتبات التي من أهمها بيت الحكمة.

ثانياً - الأهمية الاقتصادية للقطاع السياحي في تونس

1. تدفق عدد السياح: يعد تدفق عدد السياح الوافدين إلى تونس خلال المدة (2007-2019) من بين المؤشرات المهمة والأكثر دلالة على تطور السياحة التونسية، إذ أصبحت تونس مركزاً سياحياً مهماً يتوافد إليه ملايين السائحين من مختلف دول العالم وهذا ما يوضحه الجدول (27).

الجدول - 27- تطور عدد السياح القادمين في تونس للمدة (2007-2019) (ملايين)

السنوات	عدد السياح لدولة تونس	عدد السياح العالم العربي	عدد سياح العالم	نسبة سياح تونس من العالم العربي
2007	6.7	69.4	934.6	9.65
2010	7.8	90	973.7	8.76
2011	5.7	76.6	1,013.0	7.44
2012	6.9	84.8	1,070.1	8.14
2013	7.3	85.1	1,122.9	8.58
2014	6.1	90.8	1,177.0	6.72
2015	5.35	88.1	1,227.8	6.07
2016	5.7	87.7	1,271.8	6.50
2017	7.05	94.1	1,363.3	7.49
2018	8.2	101.4	1,441.9	8.09
2019	9.4	102.1	1,443.2	9.21

Source : World Tourism Organization Unwto, 2020 .

تبين بيانات الجدول المذكور انفاً أن قطاع السياحة التونسي تمكن من جذب عدد كبير من السياح، إذ بلغ عدد السياح (6.7) ملايين سائح عام 2007، بعدها ارتفع العدد إلى (7.8) ملايين سائح عام 2010، إلا أن سرعان ما تراجع أعداد السياح إلى (5.7) ملايين سائح عام 2011 نتيجة الأحداث السياسية والأمنية جراء الثورة التونسية نهاية عام 2010، بعدها شهدت الحركة السياحة تذبذباً بين الارتفاع والانخفاض حتى وصلت إلى (9.4) ملايين سائح عام 2019 ويرجع ذلك لتحسن اوضاع تونس السياسية والأمنية. أما بالنسبة إلى جنسيات السائحين إلى تونس فتمثلت من مناطق مختلفة، من أهمها أوروبا بوصفها قريبة من الحوض المتوسط، والتي تعد المصدر الأول للسياحة في الدولة، وتحتل السوق الفرنسية المرتبة الأولى في عدد السياح الوافدين إلى تونس، بعدها السوق الألمانية والإيطالية، وتعد كذلك السوق العربية المتمثلة بليبيا والجزائر ضمن الأسواق السياحية الهامة لهذه الدولة (جلولي، 2019: 334).

2. الإيرادات السياحية: يمكن اظهار التدفقات النقدية الداخلة من قطاع السياحة كإيرادات في تونس من خلال الجدول (28).

الجدول -28 - تطور حجم الإيرادات السياحية في تونس للمدة (2007-2019) (مليار دولار)

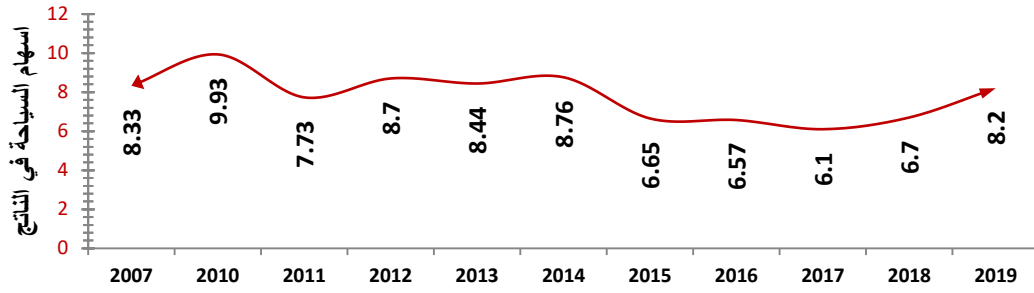
السنوات	الإيرادات السياحية لدولة تونس	الإيرادات السياحية للعالم العربي	إيرادات السياح في العالم	نسبة إيرادات تونس من العالم العربي %
2007	3.37	45.8	934.6	7.36
2010	3.48	74.1	973.7	4.70
2011	2.53	64.5	1.013.0	3.92
2012	2.93	71.2	1.070.1	4.12
2013	2.95	72.1	1.122.9	4.09
2014	2.86	70.6	1.177.0	4.05
2015	1.87	79.4	1.227.8	2.36
2016	1.71	82.6	1.271.8	2.07
2017	2.32	85.5	1.363.3	2.71
2018	2.68	100.5	1.441.9	2.67
2019	3.48	107.9	1443.2	3.23

.Source :World Tourisme Organization Unwto 2020.

نلاحظ من خلال بيانات الجدول أن تونس حققت تدفقات نقدية بالعملية الصعبة بلغت (3.37) مليار دولار عام 2007، إلا أنه خلال مدة الدراسة تعرضت تونس لأوضاع أمنية وسياسية غير مستقرة الأمر الذي انعكس على حجم السياح وإنفاقهم حتى بلغت في عام 2019 نحو (3.48) مليار دولار، بشكل عام خلال مدة الدراسة نلاحظ التذبذب الحاصل في حجم التدفقات النقدية القادمة للدولة، فضلاً عن أنها أقل مستوى إذا ما تمت مقارنتها بكل من الإمارات ومصر والحجم الكبير بالنسبة للإيرادات المتحققة في الدولتين، وهذا يعود للأسعار المنخفضة نسبياً بما فيها أسعار الوقود والغرف الفندقية، ضرائب التذاكر، رسوم المطار إلى حد ما، مما يؤدي بالضرورة إلى انخفاض إيرادات هذا القطاع.

3. إسهام السياحة في الناتج المحلي الإجمالي: تمثل صناعة السياحة مكانة مهمة في البنية الاقتصادية لتونس بوصفها تشارك بشكل كبير ومباشر في خلق الثروة، ومن خلال بيانات الشكل (42) الذي يوضح نسب إسهام القطاع السياحي في (GDP)، نلاحظ أن نسب الإسهام كانت ذات مستوى جيد مقارنةً بمتوسط إسهام القطاع السياحي العالمي، إذ اسهم نحو (8.33%) عام 2007 من الناتج المحلي الإجمالي، بعدها ارتفعت هذه النسبة إلى (9.93%) عام 2010 وهي تمثل أكبر نسبة إسهام خلال المدة المدروسة، إلا أنها عرفت تراجعاً في بعض الفترات بلغت نحو (7.73%) عام 2011 وهذا راجع إلى بعض التحركات الاجتماعية المتمثلة في الثورة التونسية ونجم عنها أعمال عنف الأمر الذي أدى إلى نزوح السياح، غير أن القطاع السياحي استطاع استرجاع قوته في فترة قصيرة، فقد بلغت نسبة إسهامه خلال الأعوام (2012, 2013, 2014) نحو (8.7، 8.44، 8.76%) على التوالي إلا أن هذه النسب أيضاً سرعان ما تراجعت خلال الأعوام (2015-2018) بنسب كانت محصورة بين (6.1%- 6.65%) بعدها عاودت الارتفاع عام 2019 بنسبة إسهام بلغت (8.2%).

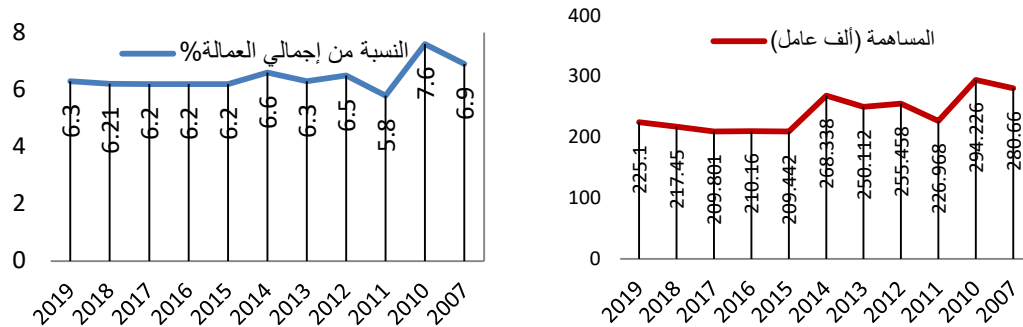
الشكل - 42 - إسهام السياحة في الناتج المحلي الإجمالي في تونس للمدة (2007-2019) (نسبة مئوية)



Source: WTTC, Travel & Tourism Economic Impact, Country Reports, Edition ,2007 - 2019. different pages.

4. إسهام السياحة في خلق فرص عمل: من خلال بيانات الشكل (43) الذي يبين إسهام السياحة في توفير الأيدي العاملة لدولة تونس، نلاحظ أن عدد فرص العمل المتاحة في القطاع السياحي التونسي خلال مدة الدراسة كان متذبذباً، إذ حقق القطاع أعلى نسبة إسهام في خلق فرص عمل عام 2010 نحو (294.226) ألف فرصة عمل مباشرة في هذا القطاع وبنسبة إسهام بلغت (7.6%) من إجمالي العمالة الكلية في الدولة، إلا أنها انخفضت بشكل كبير عام 2011 إلى (226.968) ألف عامل، وبنسبة إسهام بلغت (5.8%) من إجمالي العمالة الكلية، وهذا كما بينا سابقاً ناتج بفعل الاضطرابات السياسية التي عرفت تونس في تلك الفترة، بعد ذلك ارتفعت لتصل إلى (268,338) ألف عامل عام 2014 وبنسبة إسهام بلغت (6.6%) من إجمالي العمالة الكلية، إلا أنها عاودت الانخفاض إلى (225,1) ألف عامل عام 2019، وهذا راجع أيضاً للظروف الأمنية التي تعيشها تونس خلال تلك الفترة.

الشكل - 43 - تطور إسهام السياحة المباشرة في خلق فرص العمل في تونس خلال المدة (2007-2019)



المصدر: الشكل من عمل الباحث بالاعتماد على:-

WTTC, Travel & Tourism Economic Impact, Country Reports, Edition ,2007 – 2019. different pages.

(2-3-3): تحليل مؤشرات تنافسية قطاع السياحة والسفر في تونس

إذ سيتم في المرحلة الأولى وعلى غرار التجريبتين السابقتين عرض نتائج مؤشرات تنافسية القطاع السياحي في تونس خلال المدة (2007-2011) لكون العام (2013) لم تدرج تونس في تقارير التنافسية السياحية لعدم اكتمال بياناتها، أما في المرحلة الثانية فسوف يتم تحليل المؤشرات الرئيسية والفرعية المكونة له للأعوام (2017, 2019, 2015) نظراً لإختلاف منهجية حساب هذا المؤشر وكالاتي: أولاً- نتائج مؤشرات تنافسية قطاع السياحة والسفر في تونس للمدة (2007-2011)

ايضا من خلال ما سيتم عرضه من نتائج ترتيب المؤشرات الرئيسية الثلاثة لدولة تونس، هذا ما انعكس على المؤشر الكلي للتنافسية السياحية، إذ حلت تونس في المرتبة الثانية عربياً و(34) عالمياً في عام 2007 بعدد قيم (4.67) نقطة، أما في عام 2009 فكانت في المرتبة (4) عربياً، و(44) عالمياً، وحلت في المرتبة (47) عالمياً و(2) عربياً في تقرير 2011 وبعدد قيم (3.39) نقطة، وهذا ما يبينها الجدول (29).

الجدول- 29 - المؤشر الكلي لتنافسية قطاع السياحة والسفر والمؤشرات الرئيسية المكونة له في تونس (2007-2013)

المؤشرات	السنوات	الرتبة عربياً	الرتبة عالمياً	الدرجة
المؤشر الكلي TTCI	2007	2	34	4.67
	2009	4	44	4.37
	2011	4	47	3.39
مؤشر الاطار التنظيمي والقانوني RF	2007	2	12	5.34
	2009	2	31	5.26
	2011	1	31	5.17
مؤشر بيئة الاعمال والبنية التحتية BEI	2007	4	47	3.77
	2009	6	49	3.87
	2011	7	54	4.05
مؤشر الموارد البشرية والثقافية HCNR	2007	2	37	5.12
	2009	4	56	3.97
	2011	2	59	3.94

Source

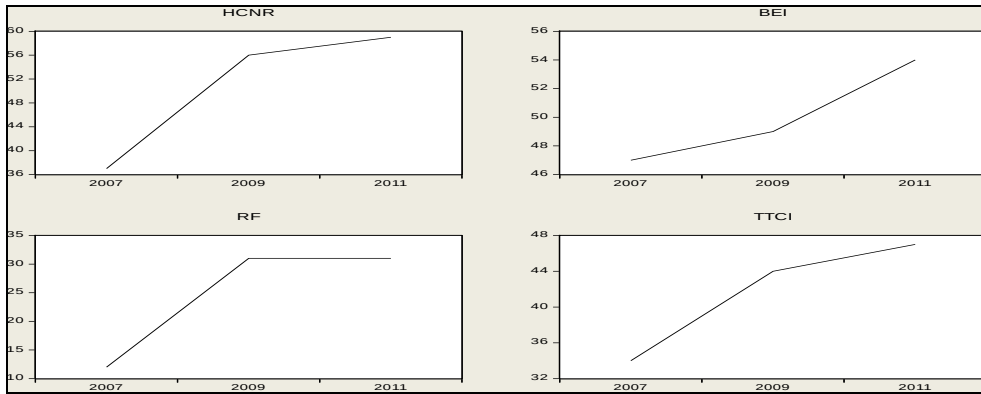
- World Economic Forum, (2007) Report The Travel & Tourism Competitiveness, Geneva, p.xvi, xvii.
- World Economic Forum, (2009) Report The Travel & Tourism Competitiveness, Geneva, p.xxi, xvii.
- World Economic Forum, (2011) Report The Travel & Tourism Competitiveness, Geneva, p.xvi
- World Economic Forum, (2013) Report The Travel & Tourism Competitiveness, Geneva, p.xxv.

1- مؤشر الإطار التنظيمي والقانوني : يمكن معرفة ترتيب دولة تونس ضمن هذا المؤشر من خلال الجدول (29) إذ نلاحظ أنها ارتقت بحصولها على مراتب متقدمة جداً سواء كانت عربياً أم عالمياً خلال المدة المذكورة آنفاً، فقد حلت بالمرتبة (2) عربياً و(12) عالمياً في تقرير 2007، ثم تراجعت إلى المرتبة (31) عالمياً في تقرير 2009، لكنها بقيت محافظة على مرتبتها (2) عربياً، أما في تقرير 2011 فقد حصلت على المرتبة الأولى عربياً، فيما بقيت بنفس المرتبة (31) عالمياً.

2- مؤشر بيئة الأعمال والبنية التحتية: حصلت تونس في مجال هذا المؤشر على المرتبة (47) دولياً في تقرير (2007)، و(4) عربياً، لكنها تراجعت قليلاً بحصولها على المرتبة (49) في تقرير (2009)، والمرتبة (6) عربياً، أما في تقرير (2011) فانها حصلت على المرتبة (54) عالمياً و(7) عربياً.

3- مؤشر الموارد البشرية والثقافية والطبيعية: أما ترتيب دولة تونس ضمن هذا المؤشر كما موضح الجدول (29)، أنها احتلت المرتبة (37) دولياً في تقرير (2007)، و(2) عربياً، لكنها تراجعت إلى المرتبة (56) عالمياً في تقرير (2009)، والمرتبة (4) عربياً، أما في تقرير (2011) فإنها حصلت على المرتبة (59) عالمياً، وارتقت عربياً بحصولها على المرتبة الثانية وبعدها قيم بلغت (3.94) نقاط.

الشكل 44- مؤشر تنافسية السياحة والسفر في تونس للمدة (2007-2011)



المصدر : الشكل من عمل الباحث بالاعتماد على بيانات الجدول (29) من خلال البرنامج الإحصائي Eviews9

ومن ثم فهذا يثبت أن دولة تونس راهنت منذ البداية على السياحة الدولية وعمدت الحكومة على إدراج استراتيجية لتنمية قطاعها السياحي التي من أهمها المخطط الوطني للتنمية السياحية (2001-2016) الذي يمتد على مدى 15 عاماً بدأ تنفيذه عام 2001، بالاعتماد على ثلاث أهداف رئيسية هي (التنافسية، المردودية، الاستدامة) من خلال الاعتماد على مصفوفة (swot) وكل هدف مبني على عدة استراتيجيات تهدف إلى التغلب على نقاط الضعف وكالاتي (عيساني، 2016: 371-372):

تحقيق التنافسية: من خلال إدراج ثلاثة استراتيجيات أساسية هي: استراتيجية إنشاء قطب جذاب وإطلاق مواضيع جديدة عن السياحة التونسية، واستراتيجية تنويع المنتجات السياحية المعروضة، فضلاً عن استراتيجية ادخال نظرة تسويقية جديدة.

تحقيق المردودية: وهو رفع مستوى الفعالية التي تضمن مستوى عالياً من الرضا للسياح، وهذا ما يجعل القطاع أكثر مردودية، ولهذا تم اعتماد ثلاث استراتيجيات لتحقيق هذا الهدف وهي: إستراتيجية تحويل المحطات الشاطئية التونسية إلى وجهات ذات تنافسية، أيضاً استراتيجية تحسين جذري للتكفل بالزوار ولوحات الإشارة في الأماكن السياحية، فضلاً عن استراتيجية الإسراع في تنمية الموارد البشرية من أجل تشجيع الإنتاجية.

تحقيق الاستدامة: من خلال اعتماد أربعة استراتيجيات لتحقيق هدف الاستدامة وهي: إستراتيجية تسيير جذري للمحيط، واستراتيجية تعزيز قدرات الهيئة والمتعاملين في القطاع، واستراتيجية تحسين الهياكل القاعدية، فضلاً عن استراتيجية إدخال برامج ومنتجات تكميلية متجددة.

ثانياً - تحليل مؤشرات تنافسية قطاع السياحة والسفر في تونس للمدة (2015-2019)

أيضاً قبل البدء بتصنيف المؤشرات التنافسية، نوضح أولاً الترتيب الكلي لدولة تونس في مؤشر التنافسية السياحية العالمي للمدة (2015-2019) من خلال بيانات الجدول (30).

جدول -30- المؤشرات الرئيسة والفرعية للتنافسية السياحية في تونس للمدة (2015-2019)

عدد النقاط Points	الرتبة دولياً Rank	السنوات	المؤشرات Indications
3.5	79	2015	المؤشر الكلي TCI
3.5	87	2017	
3.6	85	2019	
عدد النقاط	الرتبة دولياً	السنوات	مؤشر بيئة العمل BE
4.42	71	2015	
4.46	66	2017	
4.4	69	2019	مؤشر الأمن والسلامة SS
عدد النقاط	الرتبة دولياً	السنوات	
4.68	98	2015	
4.68	102	2017	مؤشر الصحة والنظافة HH
5.2	90	2019	
عدد النقاط	الرتبة دولياً	السنوات	
5.2	76	2015	مؤشر الموارد البشرية وسوق العمل HR
5.18	75	2017	
5.6	80	2019	
عدد النقاط	الرتبة دولياً	السنوات	مؤشر جاهزية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ICT
4.1	87	2015	
3.9	113	2017	
4.1	101	2019	مؤشر اولويات السياحة والسفر PT&T
عدد النقاط	الرتبة دولياً	السنوات	
3.94	76	2015	
4.3	73	2017	الافتتاح الدولي Io
4.4	80	2019	
عدد النقاط	الرتبة دولياً	السنوات	
4.91	48	2015	تنافسية الاسعار PC
4.81	48	2017	
5	45	2019	
عدد النقاط	الرتبة دولياً	السنوات	الاستدامة البيئية ES
2.38	103	2015	
2.69	90	2017	
2.6	106	2019	البنية التحتية للنقل الجوي ATI
عدد النقاط	الرتبة دولياً	السنوات	
5.61	7	2015	
5.89	9	2017	البنية التحتية للنقل البري والبحري GPI
6.1	12	2019	
عدد النقاط	الرتبة دولياً	السنوات	
4.22	59	2015	البنية التحتية للخدمات السياحية TSI
3.93	61	2017	
4.4	46	2019	
عدد النقاط	الرتبة دولياً	السنوات	الموارد الطبيعية NR
2.53	77	2015	
2.34	85	2017	
2.5	82	2019	الموارد الثقافية CR
عدد النقاط	الرتبة دولياً	السنوات	
2.03	94	2015	
2.71	95	2017	
2.8	99	2019	
عدد النقاط	الرتبة دولياً	السنوات	
4.54	61	2015	
4.8	69	2017	
4.1	68	2019	
عدد النقاط	الرتبة دولياً	السنوات	
2.36	105	2015	
2.55	94	2017	
2.4	90	2019	
عدد النقاط	الرتبة دولياً	السنوات	
1.58	70	2015	
1.58	83	2017	
1.4	90	2019	

- Source

- World Economic Forum,(2015) Report The Travel & Tourism Competitiveness, Geneva, p18,33,34,35,36,37,38,39,40,41,42,43,44,45,46,47.

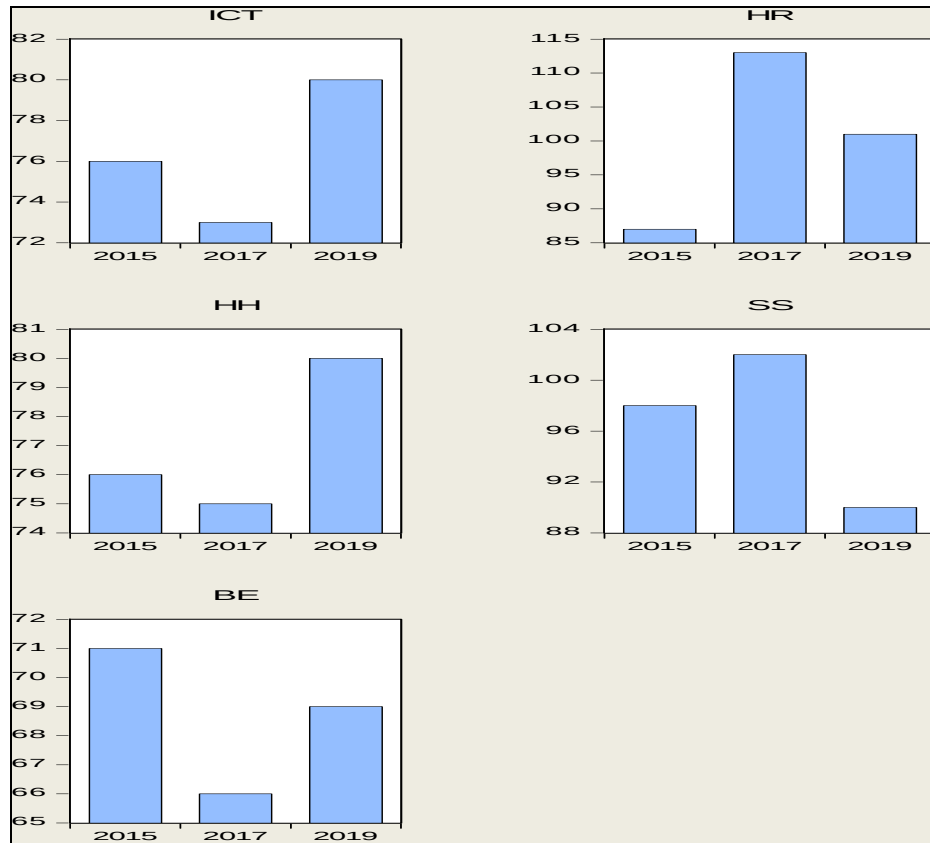
- World Economic Forum,(2017) Report The Travel & Tourism Competitiveness, Geneva, p9,33,34,35,36,37,38,39,40,41,42,43,44,45,46,47.

- World Economic Forum,(2019) Report The Travel & Tourism Competitiveness, Geneva, p45,70,71,72,73,74,75,76,77,78,79,80,81,82,83.

من خلال بيانات الجدول (30) نلاحظ التراجع الكبير جداً من حيث الترتيب مقارنةً مع المدة السابقة (2007-2011) بعد إن لاحظنا حصولها على المرتبة (47) دولياً في تقرير 2011 بعدها تراجعت نحو (32) مركزاً لتحصل على المرتبة (79) دولياً في تقرير 2015، وهذا نتيجة الأحداث غير المستقرة التي مرت بها تونس، بعدها تراجعت إلى المرتبة (87)، و(85) دولياً في تقرير 2017، 2019 على التوالي.

1. مؤشر البيئة التمكينية: تنطوي تحت هذا المؤشر مجموعة من المؤشرات الرئيسة والفرعية وكالاتي:

الشكل - 45- ترتيب مؤشر البيئة التمكينية في تونس للمدة (2015-2019)



المصدر : الشكل من عمل الباحث بالاعتماد على بيانات الجدول (30) من خلال البرنامج الإحصائي Eviews9

أ- **مؤشر بيئة العمل** : يتحرك ترتيب المؤشر هبوطاً وصعوداً حول خط اتجاه عام متذبذب. إذ نلاحظ أن دولة تونس حلت في المرتبة (71) من مجموع (141) دولة في تقرير (2015)، فيما تقدمت (5) مراتب في تقرير (2017) وحصولها على المرتبة (66) من مجموع (136) دولة بعدها تراجعت نحو المرتبة (69) في تقرير 2019 من مجموع (140) دولة.

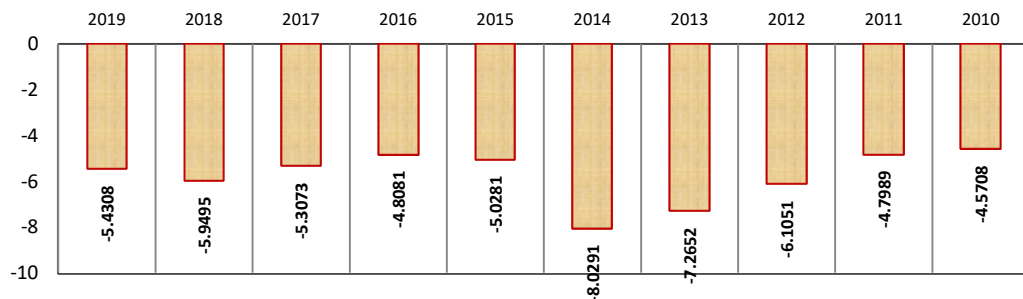
ينقسم هذا المؤشر إلى مجموعة من المؤشرات الفرعية وكما يبينها الملحق (1) جدول (3) لعام

2019.

احتلت تونس المرتبة (56) عالمياً في مؤشر حقوق الملكية الدولية لعام 2019، ايضاً وبحسب تقرير (مؤشر حقوق الملكية الدولية) الصادر من مؤسسة (Property Rights Alliance)، حصلت تونس على عدد قيم بلغت نحو (5.124) نقطة مسجلة المرتبة (77) عالمياً من بين (129) دولة وسبب هذا التراجع في هذا المؤشر هو نتيجة حصولها على نقاط ضعيفة في مؤشرات الفرعية بعدد قيم (4.659) نقطة في مؤشر حقوق الملكية الفردية المتمثلة في براءة الاختراع والتأليف والنشر من منظور قانوني، ومؤشر حقوق الملكية المادية بعدد قيم (4.571) نقطة، ومؤشر البنية القانونية والسياسية بعدد قيم (6.634) نقطة، والذي يتألف من اربعة عناصر هي (استقلال نظامها القضائي، قوة دولة القانون، السيطرة على الفساد، استقرار نظامها السياسي) (International Property Rights Index, 2019, 16-17).

كما أحتلت المرتبة (76) دولياً في مؤشر كفاءة الإطار القانوني في تسوية النزاعات والمرتبة (30) دولياً في مؤشر الوقت اللازم للحصول على تراخيص البناء، إذ بلغ عدد الإجراءات التي يحتاجها المستثمر لاستخراج هذه التراخيص نحو (17) إجراء يتطلب إنجازها (95) يوماً. كما حصلت على المرتبة (48) في مؤشر بدء العمل التجاري، إذ بلغ عدد الإجراءات نحو (6) إجراء تتطلب (8) أيام (World Bank Group, Doing Business, 2019, 210). كما حصلت على المرتبة (37) في مؤشر سهولة الحصول على القروض، إذ بلغت نسبة القروض المقدمة إلى القطاع الخاص من الناتج المحلي الإجمالي في عام 2019 نحو (86.56%) وهي نسبة مرتفعة جداً تعكس مدى سهولة الحصول على القروض، ومدى مساهمة المصارف التونسية في تطوير قطاعها المالي (word bank, 2020, without a page). كما حلت في مرتبة متأخرة (79) دولياً من حيث مؤشر حجم السوق، وبالأستناد إلى احصاءات التجارة الخارجية لدولة تونس يمكن ملاحظة ان الميزان التجاري كان سالباً للمدة (2010-2019) كما في الشكل (46)، أي أن حجم استيراداتها أكبر من حجم صادراتها، ومن ثم يُعد هذا ضعفاً بحجم السوق التونسي.

الشكل - 46 - الميزان التجاري في تونس للمدة (2007-2019) (مليون دولار)



المصدر: الشكل من عمل الباحث بالاعتماد على الجهاز المركزي للتعبئة العامة والاحصاء التونسي، احصاءات التجارة الخارجية.

كما حلت تونس في المرتبة (62) عالمياً في مؤشر تأثير الضرائب على حوافز الإستثمار، والمرتبة (89) في مؤشر تأثير الضرائب على حوافز العمل، فيما حلت في المرتبة (127) في مؤشر إجمالي معدل الضريبة، وبالعودة إلى مؤسسة هيرتيرج الأمريكية وتقريرها الذي تعدّه سنوياً بأسم المؤشر العالمي للحرية الاقتصادية والذي من بين مؤشرات الفرعية هو مؤشر العبء الضريبي فقد صنفت تونس من الدول ذات الضغط المرتفع عربياً فرضاً للضرائب، إذ يقدر معدل ضريبة الدخل على الأفراد نحو (28%) فيما يبلغ معدل ضريبة الدخل على الشركات نحو (24%) ويبلغ إجمالي العبء الضريبي كنسبة من الناتج المحلي الإجمالي نحو (22%) (Heller, 2020: 70-106).

ومن ثم مازالت بيئة الأعمال التونسية من حيث المؤشرات المذكورة انفا ضعيفة، مما انعكس في علاقتها باستقطاب الإستثمارات الأجنبية المباشرة إليها، إذ سجلت التدفقات الإستثمارية الواردة انخفاضاً ملحوظاً خلال المدة (2012-2019)، حيث انخفضت من (1603) مليون دولار عام 2012، إلى (840) مليون دولار عام 2019، وهذا نتيجة الأزمات التي تعرضت لها تونس وخاصة الأوضاع السياسية والأمنية المتردية. أما بالنسبة إلى حجم أرصدة الإستثمار الأجنبي المباشر الواردة إلى تونس فقد شهدت هي الأخرى انخفاضاً من (32604) مليون دولار عام 2012، إلى (31605) مليون دولار عام 2019 بحصة بلغت (3.9%) من مجمل أرصدة الإستثمارات الأجنبية المباشرة الواردة إلى الدول العربية بعد كل من (السعودية، الإمارات، مصر، المغرب، الأردن) (المؤسسة العربية لضمان الإستثمار وائتمان الصادرات، 2020: 49).

كما بلغ عدد مشروعات الإستثمار الأجنبي المباشر خلال المدة (2015-2019) نحو (79) مشروعاً يتم تنفيذها من قبل (71) شركة أجنبية وعربية، وتشير التقديرات بأن التكلفة الإستثمارية الإجمالية لتلك المشروعات بلغت حوالي (4,067) مليون دولار، وجاءت كل من النمسا وفرنسا والولايات المتحدة، أسبانيا، بلجيكا على التوالي في قائمة أهم الدول المستثمرة في دولة تونس خلال المدة (2015-2019)، وتركزت الإستثمارات الواردة في كل من قطاع الفحم والنفط والغاز بـ (999) مليون دولار، الغذاء والتبغ (624) مليون دولار، الطاقة البديلة (616) مليون دولار فيما توزعت باقي المشروعات الإستثمارية على باقي القطاعات الأخرى.

الجدول - 31- أهم الدول المستثمرة في تونس للمدة (2015-2019)

الدولة	التكلفة (مليون دولار)	عدد المشاريع	عدد الشركات
النمسا	967	2	2
فرنسا	962	19	17
الولايات المتحدة	417	8	8
اسبانيا	369	7	7
بلجيكا	305	4	1
اليابان	228	1	1
الصين	223	3	3
تايلاند	130	1	1
سويسرا	92	4	1
السويد	88	3	3
أخرى	278	27	27
المجموع	4,067	79	71

المصدر: المؤسسة العربية لضمان الإستثمار وائتمان الصادرات، (2019)، تقرير مناخ الإستثمار في الدول العربية، الكويت، ص 58.

ب- **مؤشر الأمن والسلامة:** يتحرك ترتيب المؤشر هبوطاً وصعوداً حول خط اتجاه عام متذبذب، إذ احتلت دولة تونس في هذا المؤشر المرتبتين (98) و (102) في تقرير (2015, 2017)، أما في تقرير (2019) فقد تقدمت قليلاً وحصلت على المرتبة (90) دولياً من مجموع (140) دولة. ينقسم هذا المؤشر إلى مجموعة من المؤشرات الفرعية وكما يبينها الملحق (1) جدول (3) لعام 2019. حصلت تونس على المرتبة (86) دولياً ضمن مؤشر تكاليف العمل التجاري من الجريمة والعنف. كما حصلت على المرتبة (126) دولياً في مؤشر تكاليف العمل التجاري من الإرهاب. وبحسب تقرير مؤشر الإرهاب العالمي لعام 2019 فقد جاءت تونس بالمرتبة (52) من مجموع (138) دولة مع تصنيف تأثير الإرهاب فيها على أنه متوسط، (8: 2019, Global Terrorism Index).

ايضا وخلال العام نفسه احتلت تونس المركز السابع عربيا و (82) دولياً من مجموع (163) دولة وبعدها قيم بلغت (2.035) نقطة بحسب مؤشر السلام العالمي الذي يقوم بتحليل ودراسة وضع دول العالم والاستقرار السياسي والاقتصادي فيها، ويستند في تصنيفه للدول إلى (4) مؤشرات رئيسة تتمثل بـ (مستوى الأمان والسلامة المجتمعية، شدة الصراع الداخلي والدولي الجاري، ودرجة العسكرة، والتكلفة الاقتصادية للعنف)، وحلت تونس في مؤشر التكلفة الاقتصادية للعنف المرتبة (85) دولياً بما يعادل (8.142.6) مليون دولار، ما يعادل (698.4) دولار للفرد الواحد، (Global peace Index 2019: 102). ايضاً حلت تونس في المرتبة (68) دولياً من حيث مؤشر موثوقية خدمات الشرطة.

ت- **الصحة والنظافة:** يتحرك ترتيب هذا المؤشر هبوطاً وصعوداً حول خط اتجاه عام صاعد، إذ حلت تونس في المرتبة (76) عالمياً في تقرير (2015) بعدها تقدمت درجة واحدة وحصولها على المرتبة (75) عالمياً في تقرير 2017، أما في تقرير 2019 فانها تراجعت (5) مراتب وحلت في الترتيب (80) عالمياً وبعدها قيم بلغت نحو (5.6) نقطة.

ينقسم هذا المؤشر إلى مجموعة من المؤشرات الفرعية كما يبينها الملحق (1) جدول (3) لعام 2019. حصلت تونس على المرتبة (74) عالمياً في مؤشر كثافة الأطباء لكل (1000/شخص)، إذ بلغ عدد الأطباء البشريين في القطاع الصحي التونسي عام 2019 (14892) طبيباً وبمعدل (1.3) طبيب لكل (1000) من السكان، كما بلغ إجمالي عدد هيئة التمريض (34551) ممرضاً وبمعدل (3.1) ممرض لكل (1000) من السكان.

كما حلت تونس في المرتبة (70) عالمياً من حيث الترتيب في مؤشر عدد الأسرة، البالغ عددها في المستشفيات لعام 2019 (24678) سريراً، وبمعدل الأسرة إلى السكان بلغ (2.1) سريراً لكل (1000) من السكان، (الدول العربية أرقام ومؤشرات، 2019، 33).

حصلت تونس على المرتبة (67) في مؤشر الوصول إلى مرافق صحية محسنة (% عدد السكان)، بلغت نسبة السكان الذين يستخدمون على الأقل خدمات مياه شرب أساسية لعام 2019 نحو (96%)، في حين بلغت نسبة السكان الذين يستخدمون على الأقل خدمات صرف صحي أساسية نحو (91%) للعام نفسه (صندوق النقد العربي، 2019: 302). كما حصلت تونس على المرتبة الأولى عالمياً في كل من مؤشرا (معدل الإصابة بالمalaria، وانتشار فايروس نقص المناعة).

ث- **الموارد البشرية وسوق العمل:** يتحرك ترتيب المؤشر صعوداً وهبوطاً حول خط اتجاه عام صاعد، إذ حلت تونس في هذا المؤشر المرتبة (87) في تقرير (2015)، بعدها تراجعت كثيراً وحصلوها على المرتبة (113) عالمياً في تقرير (2017)، ثم حلت في المرتبة (101) عالمياً في تقرير (2019) بعدد قيم بلغت (4.1) نقطة.

وفي مجال مؤشرات الفرعية لعام 2019 حلت دولة تونس في المرتبة (18) دولياً في مؤشر معدل التسجيل في التعليم الابتدائي، بنسبة مئوية بلغت (97.8%) إلى عدد السكان، فيما حلت في المرتبة (69) دولياً بمؤشر معدل التسجيل في التعليم الثانوي بنسبة بلغت (71.3%) إلى عدد السكان. ومن ثم نلاحظ حصول تونس على مراتب تعد جيدة في مجال المؤشرين اعلاه، هذا يبين أن هناك اهتماماً بهذا القطاع، إذ احتوى ترتيب افضل (100) جامعة عربية على (4) جامعات تونسية لعام 2019*. أما على مستوى الإنفاق على هذا القطاع فقد بلغت نسبة الإنفاق على التعليم الحكومي حوالي (22%) من ميزانية الحكومة، هذا يبين انه يوجد اهتمام بهذا القطاع في أولويات الحكومة التونسية (صندوق النقد العربي، 2019: 297).

* شمل هذا التصنيف (125) جامعة في (14) دولة ويتعلق الأمر بجامعة تونس المنار في المرتبة (39) جامعة صفقاس (40)، جامعة المنستير الرتبة (50)، جامعة قرطاج الرتبة (51)، للمزيد أكثر انظر:

Universities, T. (2019). QS University Rankings: Arab Region 2019. Quacquarelli Symonds.

فيما حصلت تونس على مرتبة متأخرة جداً هي (130) دولياً من خلال مؤشر معدل مشاركة المرأة في القوة العاملة، وبنسبة مئوية بلغت نحو (26.6%) إلى السكان (صندوق النقد العربي 2019: 303). أما بخصوص مؤشرات العمل فقد حصلت تونس على المرتبة (124) في مؤشر الأجور والإنتاجية ومن ثم هذه الرتبة المتأخرة تبين عدم ارتباط الأجر بإنتاجية العامل التونسي، والمرتبة (137) في مؤشر سهولة توظيف العمالة الأجنبية هذا يبين مدى صعوبة توظيف العمالة من الخارج، فيما حلت في المرتبة (66) في مؤشر ايجاد الموظفين المهرة، والمرتبة (129) في مؤشر ممارسات التوظيف والفصل ومن ثم هذه الرتبة المتأخرة تبين أن بقاء الموظف غير مرهون بإنتاجيته، والمرتبة (96) في مؤشر درجة توجيه العميل، وأخيراً المرتبة (80) في مؤشر مدى تدريب الموظفين.

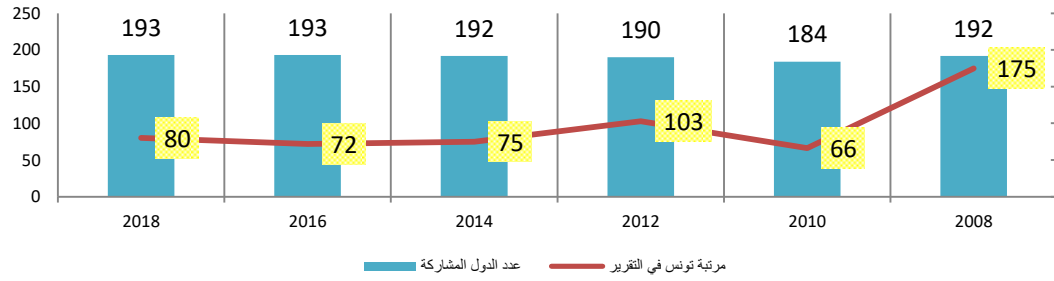
ومن ثم نجد هذا التراجع الواضح في متغيرات هذا المؤشر وهذا ما يعكس نسب البطالة المرتفعة التي قدرت بـ (15.1%) لعام 2019 من قوة العمل البالغة (4,190) ألف، وبعدد عاطلين بلغ (623) ألف، شكل عدد العاطلين الذكور (359) ألف بمعدل بطالة بلغ نحو (12.1%)، فيما بلغ عدد العاطلين بين الاناث (264) ألف بمعدل بطالة بلغ (21.7%)، بلغت نسبة الجامعيين بين العاطلين (40.9%). ومن ثم يجب على الدولة العمل على تشجيع سوق العمل وربطه بتدريب العنصر البشري بما يتماشى ومتطلبات العصر (صندوق النقد العربي، 2019: 304).

ج- **جاهزية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات:** يتحرك ترتيب المؤشر هبوطاً و صعوداً حول خط اتجاه عام متذبذب. إذ حصلت تونس في هذا المؤشر على المرتبة (76) دولياً في تقرير عام (2015)، بعدها المرتبة (73) دولياً في تقرير (2017)، أما في التقرير الأخير للعام (2019) فقد تراجعت بحصولها على المرتبة (80) دولياً وبعدد قيم بلغت نحو (4.4) نقطة. وفي مجال مؤشرات الفرعية حققت تونس المراتب التالية كما يبينها الملحق (1) جدول (3) لعام 2019.

حصلت تونس بمؤشرات الفرعية المتمثلة بـ (استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في معاملات biz to biz المرتبة (118)، استخدام الانترنت في معاملات biz to - consumer المرتبة (116)، مستخدمو الانترنت (% عدد السكان) المرتبة (85) نحو (64.19%) من السكان، اشتراكات الانترنت ذات النطاق العريض الثابت (100/شخص) المرتبة (85)، اشتراكات الهاتف الخليوي المتنقل (100/شخص) المرتبة (54) نحو (120) اشتراكاً لكل (100/شخص)، اشتراكات النطاق العريض الجوال (100/شخص) المرتبة (76) نحو (76) لكل (100/شخص)، تغطية شبكة الهاتف النقال المرتبة (70)، جودة امدادات الكهرباء المرتبة (59).

وبحسب مؤشر تطوير الحكومة الالكترونية (EGDI) التابع للأمم المتحدة من حيث قدرة الحكومة على استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من أجل تزويد المواطنين بخدمات إدارية مبسطة يمكن الوصول إليها عبر الانترنت، إذ يتكون المؤشر من ثلاثة مؤشرات فرعية مكونة له متمثلة بـ (مؤشر رأس المال البشري (HCI)، مؤشر البنية التحتية للاتصالات السلكية واللاسلكية (TII)، مؤشر الخدمات عبر الانترنت (OSI)، ومن خلال بيانات الشكل (47) حصلت تونس إلى حد ما على مراتب جيدة في مجال هذا المؤشر، إذ نلاحظ كيف قد تضاعف مستواها خلال المدة (2008-2018) من المرتبة (175) وبعدد قيم (0.3485) نقطة من مجموع (192) دولة في عام 2008، إلى المرتبة (80) من مجموع 193 دولة) بعدد قيم (0.6256) نقطة، حصلت على قيم بلغت (0.6974) نقطة في مؤشرها الفرعي (HCI)، و (0.6369) نقطة في مؤشر (TII)، و (0.6235) نقطة في مؤشر (OSI).

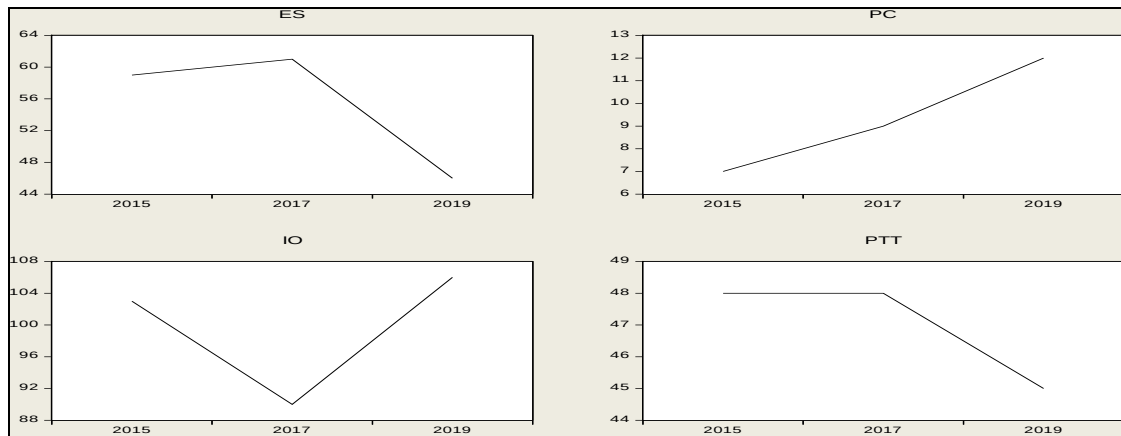
الشكل - 47 - تطور مؤشر الحكومة الالكترونية (EGDI) في تونس للمدة (2008-2018)



Source: E-Government Survey. Various issues. Available at:
<https://www.un.org/en/development/desa/publications/e-government-survey-2019.html>

2: مؤشر السياسات والظروف التمكينية للسياحة والسفر: ينطوي تحت هذا المؤشر مجموعة من المؤشرات الرئيسية والفرعية وتتمثل بالآتي:

الشكل - 48 - ترتيب مؤشر السياسات والظروف التمكينية للسياحة والسفر لدولة تونس للمدة (2015-2019)



المصدر : الشكل من عمل الباحث بالاعتماد على بيانات الجدول (30)

أ- **مؤشر تحديد أولويات السياحة والسفر:** يتحرك ترتيب هذا المؤشر هبوطاً وصعوداً حول خط اتجاه عام هابط. إذ احتلت دولة تونس في هذا المؤشر المرتبة (48) في تقرير كل من (2015)، (2017) على التوالي، بعدها ارتقت إلى المرتبة (45) وبعدد قيم بلغت (5.0) نقطة في تقرير عام 2019. وفي مجال مؤشرات الفرعية لعام 2019: إذ حصلت تونس على المرتبة (20) عالمياً في مؤشر الانفاق الحكومي على السياحة (% من الموازنة العامة)، بمتوسط انفاق بلغ نحو (7.4%) للأعوام (2015-2019)، ومن ثم هذه النسبة المرتفعة تبين مدى الاهتمام الحاصل في النفقات التي تخصصها الحكومة التونسية من أجل النهوض بقطاعها السياحي (word economic forum report, 2019).

كما حصلت على المرتبة (87) في مؤشر شمول البيانات السنوية للسفر والسياحة، والمرتبة (8) دولياً مؤشراً دقة مواعيد تقديم بيانات السفر والسياحة، ومن ثم تعد هذه مرتبة متقدمة تبين مدى حرص الدولة في انجاز بياناتها السنوية بخصوص القطاع السياحي. كما حصلت على المرتبة (62) دولياً في مؤشر تحديد أولويات الحكومة في صناعة السياحة والسفر.

نلاحظ ابتعادها من حيث الترتيب في مؤشر فعالية التسويق والعلامة التجارية لجذب السياح ومؤشر تصنيف استراتيجية العلامة التجارية للبلد وحصولها على المراتب (90) و (112) على التوالي، ومن ثم هذا يعد ضعفاً في مجال هذين المؤشرين ولهذا ينبغي على الحكومة التونسية الانتباه إلى ضعف العلامة التجارية فضلاً عن تسويقها كون حجم الانفاق الحكومي المخصص لهذا القطاع ليس بالقليل.

ب- **الانفتاح الدولي:** يتحرك ترتيب هذا المؤشر هبوطاً وصعوداً حول خط اتجاه عام متذبذب، إذ احتلت تونس في هذا المؤشر المرتبة (103) في تقرير (2015)، بعدها تقدمت (13) مركزاً لتحصل على الترتيب (90) عالمياً في تقرير 2017، أما في تقرير (2019) فقد تراجعت كثيراً لتحصل على المرتبة (106) دولياً.

وفي مجال مؤشرات الفرعية المتمثلة بـ:

مؤشر المتطلبات اللازمة للحصول على التأشيرة حصلت تونس على المرتبة (69) دولياً، وبحسب بيانات مؤشر "The Henley Passport 2019" جاءت تونس في المركز (6) عربياً والمركز (75) دولياً، إذ يمكن لحامل جواز السفر التونسي السفر إلى (68) دولة دون الحاجة إلى تأشيرة مسبقة (The Henley Passport Index.h.p, 2019, 4). كما حصلت دولة تونس على المرتبة (77)، (74) في مؤشر عدد الاتفاقيات السارية، ومؤشر انفتاح الاتفاقيات الثنائية في مجال الخدمات الجوية.

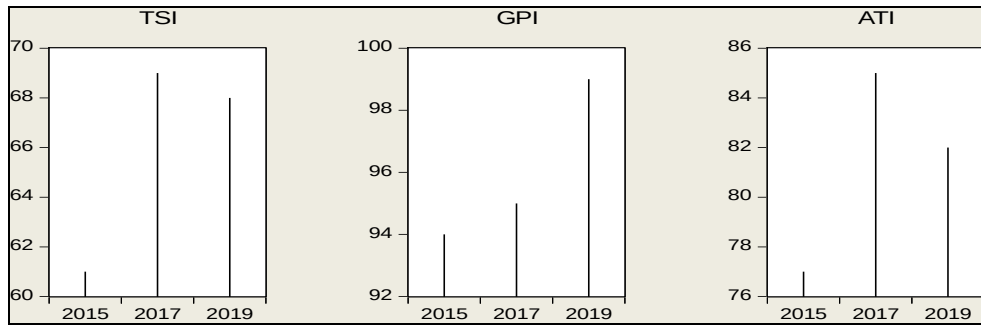
ت- **مؤشر تنافسية الأسعار:** يتحرك ترتيب المؤشر صعوداً وهبوطاً حول خط اتجاه عام صاعد. إذ ارتقت تونس في هذا المؤشر بحصولها على المرتبة (7) و (9) في تقرير كل من (2015) و (2017) على التوالي، أما في تقرير (2019) فقد حلت في المرتبة (12) دولياً بعدد قيم بلغت نحو (6.1) نقطة.

وفي مجال مؤشرات الفرعية المتمثلة ب: مؤشر أسعار الفنادق حلت في المرتبة (2) دولياً وهذا راجع بالأساس إلى انخفاض متوسط أسعار الفنادق في تونس التي سجلت نحو (70) دولاراً لليلة الواحدة (Global Competitiveness Report , 2019)، وهنا يجب على الحكومة التونسية أن تستفيد من هذه الميزة من خلال توفير خدمات بالمستوى المطلوب من أجل أشباع رغبات السائح، مايسمح بفتح المجال لمنافسة باقي الدول الرائدة في مجال السفر والسياحة. كما حلت في المرتبة (26) دولياً في مؤشر مستويات سعر الوقود، والمرتبة (78) دولياً في مؤشر ضرائب التذاكر ورسوم المطار، والمرتبة (11) دولياً في مؤشر تعادل القوة الشرائية.

ث- **مؤشر الاستدامة البيئية:** يتحرك ترتيب المؤشر هبوطاً وصعوداً حول خط اتجاه عام هابط، إذ احتلت تونس المرتبة (59) في تقرير 2015، بعدها تراجعت إلى المركز (61) دولياً في تقرير 2017، أما في تقرير 2019 فقد ارتقت بحصولها على المرتبة (46) دولياً وبعدد قيم بلغت نحو (4.4) نقطة. وفي مجال مؤشرات الفرعية مازالت تونس تعاني من ضعف في مؤشر صرامة الانظمة البيئية، وتطبيق اللوائح البيئية بحصولها على المراتب (77)، و (72) على التوالي من مجموع (140) دولة. كما حصلت على المرتبة (87) و (68)، في كل من مؤشر استدامة تطوير صناعة السياحة والسفر، ومؤشر التصديق على المعاهدات البيئية، والمرتبة (80) دولياً في مؤشر الانواع المهددة بالانقراض، والمرتبة (50)، (104) دولياً على التوالي في كل من مؤشرا معالجة مياه الصرف الصحي، ومؤشر الضغط على الموارد المائية، وعلى الرغم من ابتعادها في مجال مؤشرها الأخير إلا انها قامت من أجل تحسين إدارتها للماء من خلال تبني عدة مشروعات للمحافظة على هذا المورد النادر من اهمها مشروع (ACCBAT) لانشاء نظام الري بالتقسيط ونشر افضل التكنولوجيا في هذا المجال من خلال مجموعة برامج تدريبية لحوالي (1500) مزرعة من خلال (90) ورشة تدريبية تشمل برامج التدريب موضوعات مثل انظمة الري ذات الكفاءة العالية واستخدام مياه الصرف الصحي المعالجة، واساليب الري المتخصصة للمحاصيل (سلطة الادارة المشتركة، برنامج التعاون المشترك عبر الحدود في حوض البحر الابيض المتوسط، 2014:30).

3- مؤشر البنية التحتية: يعكس هذا المؤشر مجموعة من المؤشرات الرئيسة والفرعية وتتمثل بالآتي:

الشكل - 49- ترتيب مؤشر البنية التحتية في تونس 2015-2019



المصدر : الشكل من عمل الباحث بالاعتماد على بيانات الجدول (30) .

ث- **مؤشر البنية التحتية للنقل الجوي:** يتحرك ترتيب المؤشر صعوداً وهبوطاً حول خط اتجاه عام متذبذب. إذ حلت تونس بالمرتبة (77) عالمياً في تقرير 2015، والمرتبة (85) في تقرير 2017 أما في تقرير 2019 فقد تراجعت إلى المرتبة (82) دولياً وبعدد قيم بلغت (2.5) نقطة.

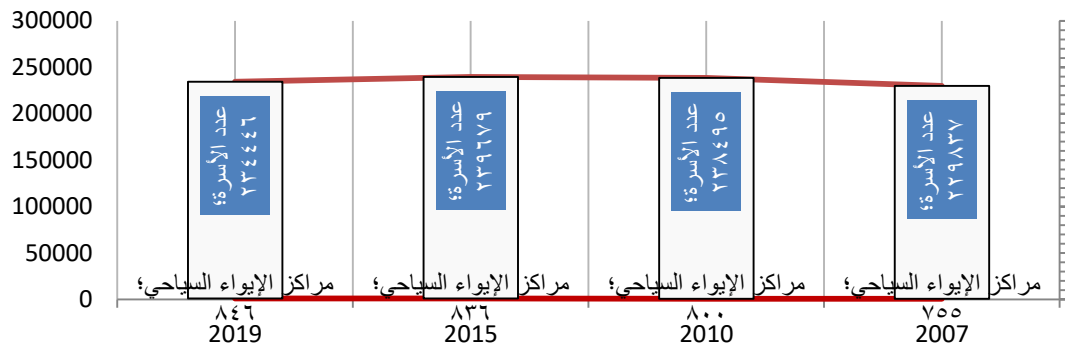
وفي مجال مؤشرات الفرعية: حصلت تونس على المرتبة (97) في مؤشر جودة البنية التحتية للنقل الجوي. كما حصلت على المرتبة (59) و (77) في مؤشري عدد شركات الطيران وكثافة المطارات، إذ يوجد في تونس نحو (29) مطار دولي ومحلي، من بينها (7) مطارات دولية من أهمها مطارات تونس وجربة وقرطاج وجرجيس. تتركز المطارات في (5) أقاليم هي (تونس، الشمال الغربي، الوسط الشرقي، الجنوب الشرقي، الجنوب الغربي)، يأتي إقليم الوسط الأكثر امتلاكاً للمطارات بنسبة (43%)، وذلك لوجود مطارات النفیضة، وصفاقس، والمنستير، الأمر الذي منح هذا الاقليم الترتيب الثاني في استقبال الوفود السياحية لعام 2019 بنسبة (37%)، في حين جاء أولاً إقليم تونس في إجمالي حركة السياحة بنسبة (42%). كما تمتلك (5) شركات طيران، مقر (4) منها في تونس وهي شركات (الخطوط التونسية، الخطوط الجوية كارتاجو، نوفيلر، والخطوط التونسية) أما الخامسة فمقرها في مدينة سوسة (Lucy, 2019: 17). كما حصلت على المرتبة (76)، (70)، (67) دولياً في كل من مؤشر عدد المقاعد المحلية المتاحة، مؤشر عدد المقاعد الدولية المتاحة، مؤشر الطائرات المغادرة (لكل 1000/ شخص).

ج- **مؤشر البنية التحتية للنقل البري والبحري:** يتحرك ترتيب المؤشر هبوطاً وصعوداً حول خط اتجاه صاعد. حلت تونس بالمرتبة (94) عالمياً في تقرير 2015، والمرتبة (95) في تقرير (2017) بعدها تراجعت إلى المرتبة (99) في تقرير (2019)، وبعدد قيم بلغت (2.8) نقطة. وفي مجال مؤشرات الفرعية حصلت دولة تونس على المرتبة (81)، (104)، (72)، (102)، (88)، في كل من مؤشر (جودة الطرق، كثافة الطرق، كثافة الطرق المعبدة، جودة البنية التحتية للموانئ، كفاءة النقل البري) على التوالي.

تمتلك تونس سبعة موانئ تتركز في (4) اقاليم فقط هي: اقليم تونس، والشمال الشرقي، والوسط الشرقي، والجنوب الشرقي، بنسبة انتشار بلغت نحو (28.6%) في إقليم تونس لوجود مينائي حلق الوادي ورايس، وبنسبة انتشار (28.6%) في إقليم الشمال الشرقي لوجود مينائي بنزرت وسوسة، وبنسبة (28.6%) في إقليم الجنوب الشرقي لوجود مينائي قابس وجرجيس، بلغت اعداد السياح عبر هذه الموانئ لعام 2019 نحو (74600) سائح. ايضاً يوجد في تونس نحو (8) معابر حدودية مقسمة على (4) معابر في إقليم الشمال الغربي و(2) في إقليم الوسط الغربي، ومعبر في إقليم الجنوب الشرقي، ومعبر في إقليم الجنوب الغربي، بلغ مجموع السياح الوافدين عبر هذه المنافذ الحدودية لعام 2019 نحو (2490300) سائح. أما بالنسبة للطرق البرية، فتمتلك تونس شبكات طرق برية تقدر بـ (19.418) كم منها (13.548) كم طرق برية معبدة و(1776) كم شبكة حديدية، والباقي طرق غير معبدة (Lucy 17: 2019).

ح- **مؤشر البنية التحتية للخدمات السياحية:** يتحرك ترتيب المؤشر صعوداً وهبوطاً حول خط اتجاه عام صاعد. إذ احتلت تونس المرتبة (61) في تقرير 2015، بعدها تراجعت إلى المرتبة (69) في تقرير 2017، أما في تقرير العام 2019 فقد حلت بالمرتبة (68) عالمياً بعدد قيم بلغت نحو (4.1) نقطة. حلت تونس في المرتبة (41) دولياً في مؤشر عدد غرف الفنادق (100/شخص)، إذ أن الفنادق في تونس على اختلاف تصنيفاتها تعد من أكثر مراكز الإيواء جذباً للسياح لما تحتويه العديد منها على خدمات ذات صلة بالسياحة والترويج مثل المقاهي وحمامات السباحة ومراكز الرياضة والمحلات التجارية والمطاعم وهذا ما يتيح قضاء وقت داخل الفندق (جستيه، 2007، 297-315). بلغ عدد مراكز الايواء السياحي في تونس نحو (755) مركزاً عام 2007، أما في العام 2019 فقد بلغت (846) مركزاً منها (561) فندقاً، و(105) قرى سياحية، و(180) شققاً فندقية، أما من حيث عدد الغرف فقد بلغت (71614) غرفة، في حين بلغ عدد الأسرة نحو (234446) سريراً للعام نفسه.

الشكل 50- مراكز الإيواء السياحي في تونس (2007-2019)

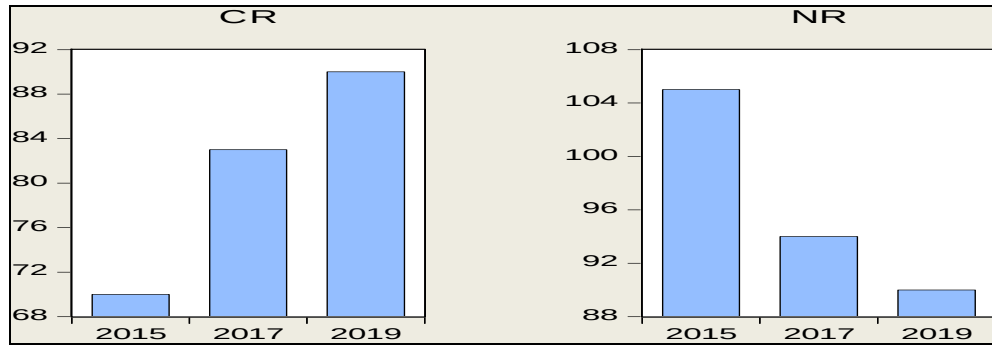


المصدر: الشكل من عمل الباحث بالاعتماد على المعهد الوطني للإحصاء، تونس، سنوات مختلفة.

حصلت تونس على المرتبة (96) دولياً في مؤشر عدد ماكينات الصرف الآلي (ATM) البالغ عددها (2693) ماكينة منها (1082) في إقليم تونس، و (334) في إقليم الشمال الشرقي، و (146) في إقليم الشمال الغربي، و (680) في الوسط الشرقي، و (109) في الوسط الغربي، و (254) في الجنوب الشرقي، و (88) في الجنوب الغربي (المعهد الوطني للإحصاء، 2019). كما حصلت تونس على المرتبة (70) دولياً في مؤشر وجود شركات كبرى لتأجير السيارات، والمرتبة (69) في مؤشر جودة البنية التحتية السياحية.

4- مؤشر الموارد الطبيعية والثقافية: ينطوي تحت هذا المؤشر مجموعة من المؤشرات الرئيسة والفرعية وتتمثل بالآتي:

الشكل - 51- ترتيب مؤشر الموارد الطبيعية والثقافية في تونس للمدة (2015-2019)



المصدر : الشكل من عمل الباحث بالاعتماد على بيانات الجدول (30) من خلال البرنامج الإحصائي Eviews9

أ- الموارد الطبيعية: يتحرك ترتيب هذا المؤشر هبوطاً وصعوداً حول خط اتجاه عام هابط ، إذ حلت تونس في المرتبة (105) وبعدد قيم بلغت نحو (2.36) نقطة في تقرير 2015، بعدها حلت في المرتبة (94) في تقرير 2017، أما في تقريرها الأخير فقد تقدمت نحو (4) مركزاً وحصولها على المرتبة (90) عالمياً وبعدد قيم بلغت (2.4) نقطة.

حصلت تونس على المراتب (57)، (99)، (98)، (78) دولياً في كل من مؤشر (جاذبية الاصول الطبيعية، مجموع المناطق المحمية، مجموع المعالم المعروفة، والطلب الرقمي للسياحة الطبيعية) على التوالي.

كما حصلت على الترتيب (50) دولياً في مؤشر عدد المواقع الطبيعية للتراث العالمي بموقع واحد، إذ ادرجت في العام 1979 محمية (اشكل الوطنية) الواقعة في ولاية بنزرت كأولى المواقع الطبيعية. تمتلك دولة تونس موقعاً ممتازاً في منطقة المغرب العربي، يحيط بها حوض البحر المتوسط من الجهتين الشرقية والشمالية، وتمتد سواحلها إلى أكثر من (1300) كم، إذ يساعد موقعها ذو الطبيعة

المتنوعة بين شواطئ وجبال وصحراء الأمر الذي جعلها نقطة جذب رئيسة، ومن أهم ماتمناز به من معالم طبيعية الآتي (سليمان، 2022: 582-583):

- التضاريس: تتنوع تضاريسها بين الغابات والجبال والصحراء والشواطئ، ويمثل جبل (الشعباني) أعلى قمة في تونس بارتفاع (1544) متراً، فضلاً عن جبل (زغوان) الذي يوجد به معبد يطلق عليه (معبد الماء) ويحتوي على مغارات أثرية، أيضاً يوجد جبل (خمير) و (مقعد) وغيرها، وتتخلل الجبال السهول منها سهل (طبرقة، بنزرت، مكنة) وغيرها، أيضاً العديد من الانهار والأودية من أهمها (وادي مجردة، مليون).

- الصحراء: تشكل مانسبته (22%) من مساحة الدولة، تتميز بكثرة الهضاب والسهول فيها، وواحاتها التي تشبه واحات الجزائر والمغرب، مثل الواحات الواقعة شمال غرب شط الجريد، دورز، وتوزر، وتعد بوابة المشرق العربي امتداداً للصحراء الكبرى التي تتوغل جنوباً في أفريقيا.

- الثروة المعدنية: إذ توجد العديد من المناجم المعدنية التي تتوفر فيها خصائص علاجية مهمة، من خلال استغلال الحمامات التقليدية، والمحطات الاستشفائية التي تستقطب العديد من السياح سنوياً، ويتميز قطاع الاستشفاء بدولة تونس بعنصر بشري جيد متخصص في العلاج بالمياه المعدنية، فضلاً عن جودة الخدمات المقدمة، واليوم نجحت تونس في العلاج بمياه البحر التي أصبحت تشكل علاجاً ناجحاً في العديد من الأمراض الصحية والعصبية والنفسية.

ب- **الموارد الثقافية:** يتحرك ترتيب هذا المؤشر صعوداً وهبوطاً حول خط اتجاه عام صاعد. إذ احتلت دولة تونس المرتبة (70) في تقرير 2015، بعدها حصلت على المرتبة (83) في تقرير 2017، أما في التقرير الأخير فقد تراجعت إلى المرتبة (90) دولياً بعدد قيم بلغت (1.4) نقطة.

حصلت تونس على المراتب (83)، (54)، (76)، (93) دولياً في كل من مؤشر (التراث الثقافي الشفهي وغير المادي) (عدد العبارات)، عدد الملاعب الرياضية (عدد الملاعب الكبيرة)، عدد اجتماعات الجمعيات الدولية (متوسط 3 سنوات)، الطلب الرقمي على السياحة الثقافية والترفيهية).

كما حصلت على المرتبة (31) في مؤشر عدد مواقع التراث الثقافي العالمي (عدد المواقع)، حيث تمكنت تونس من تسجيل (7) مواقع ثقافية في لائحة التراث العالمي اليونسكو هي كل من (مدينة تونس العتيقة) (1979)، موقع قرطاج الأثري (1979)، مدرج الجم اليوناني (1979)، مدينة كركوان البونيقية ومقبرتها (1985)، مدينة سوسة العتيقة (1988)، القيروان (1988)، دقة (1997)، (whc.unesco.org/en/list).

كما تزدهر تونس بالعديد من المتاحف ودور الثقافة التي تقدر بـ (229) متحفاً التي من أهمها متحف (باردو الوطني الذي يعد أكبر متحف في تونس، متحف الموسيقى العربية، متحف دار عبدالله، متحف قرطاج الوطني، المتحف الوطني للفن الإسلامي، متحف الخزف، المتحف الأثري)، (صليحة، 2005: 49).

ومن ثم يتضح من خلال المؤشرات التي تطرقنا إليها أنفاً عن دولة تونس أنها تتمتع بنقاط قوة في قدرتها التنافسية للقطاع السياحي تتمثل في تنافسية الأسعار المرتبة (12) عالمياً، تحديد اولويات السياحة والسفر المرتبة (45) عالمياً، والاستدامة البيئية المرتبة (46) عالمياً.

فيما تمتلك قدرة تنافسية متوسطة دولياً في كل من البنية التحتية للخدمات السياحية (68) عالمياً، بيئة العمل المرتبة (69) عالمياً، وجاهزية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (80) عالمياً، والصحة والنظافة المرتبة (80) عالمياً، والبنية التحتية للنقل الجوي المرتبة (82) عالمياً.

فيما حلت بقدرة تنافسية ضعيفة في كل من الأمن والسلامة (90) عالمياً، والموارد الطبيعية المرتبة (90) عالمياً، الموارد الثقافية المرتبة (90) عالمياً، والبنية التحتية للنقل البري والبحري المرتبة (99) عالمياً، والموارد البشرية وسوق العمل المرتبة (101) عالمياً، والانفتاح الدولي المرتبة (106) عالمياً، مما يعني أنه على دولة تونس تطوير هذه المؤشرات للحصول على مراكز أفضل في التنافسية العالمية في التقارير اللاحقة.

(3-4) قياس مؤشرات تنافسية القطاع السياحي في دول العينة باستخدام نماذج

Panel Data

بغية إغناء الدراسة والوصول إلى مؤشرات يمكن إعتقادها كدليل سياحي إحصائي مؤثر، سيتم الاستعانة بأساليب تجميع بيانات السلاسل الزمنية والمقطعية Panel Data التي من خلالها يمكننا قياس علاقة جودة وتنافسية مؤشرات القطاع السياحي لدول العينة (الإمارات، مصر، تونس)، بهدف بيان أثر هذه المؤشرات التي تم تناولها في المباحث السابقة وعددها متغيرات مستقلة على عدد السياح كمتغير تابع من خلال نماذج Panel Data في أشكاله الرئيسية الثلاثة التي هي نموذج الانحدار التجميعي، نموذج التأثيرات الثابتة، نموذج التأثيرات العشوائية.

3-4-1: الاطار النظري لتحليل بيانات السلاسل الزمنية

أولاً- بيانات Panel Data (المفهوم ، ونماذج القياس)

تعرف بيانات السلاسل الزمنية المقطعية على أنها مجموعة البيانات التي تجمع بين خصائص كل من البيانات المقطعية والسلاسل الزمنية، فالبيانات المقطعية تصف سلوك عدد من الوحدات أو المفردات المقطعية عند مدة زمنية واحدة، في حين تصف بيانات السلسلة الزمنية سلوك مفردة واحدة خلال مدة زمنية معينة. بمعنى يقصد ببيانات (Panel) المشاهدات المقطعية مثل (أسر، شركات، دول) المرصودة عبر مدة زمنية معينة، أي دمج البيانات المقطعية مع الزمن في آن واحد (2007:2 Frees).

تضم الصياغة الأساسية لنماذج البيانات الطولية (Panel) والمقدمة في العام 1993 من قبل W.Green ثلاثة نماذج ممكنة تبعاً لاختلاف الأثر الفردي لكل وحدة مقطعية ai الذي يفترض أن يكون هذا الأثر ثابتاً عبر الزمن وخاصةً بكل وحدة مقطعية، ليكن لدينا n من المشاهدات المقطعية مقاسة في t من المدة الزمنية وعليه فإن نموذج البيانات الطولية يأخذ الصيغة التالية (Greene, 2012: 249):

$$Y_{it} = B_{0,i} + \sum_{j=1}^k B_j X_j(it) + \varepsilon_{it} \quad , i = 1, 2, 3, \dots n$$
$$t = 1, 2, 3 \dots T$$

حيث إن: X_{it} و Y_{it} : تمثل المشاهدات الخاصة بكل وحدة مقطعية ai خلال الزمن t . أما ε_{it} : المتغير العشوائي الذي يمثل بقية المتغيرات والتي لم يتضمنها النموذج التي تتغير بين الوحدات المقطعية عبر الزمن.

ومن هنا تأتي نماذج البيانات الطولية في ثلاثة اشكال رئيسية يمكن تشكيلها تبعاً لاختلاف الأثر الفردي لكل وحدة مقطعية ai وكالاتي (Blatagi, 2005, 11):

1. إذا كان الأثر الفردي a_i هو نفسه من أجل جميع الوحدات المقطعية فإن النموذج هو نموذج الانحدار التجميعي (Pooled OLS regression) يعني هذا النموذج أن مجاميع البيانات المقطعية (دول أو منشآت.. إلخ) كتلة واحدة دون الأخذ في عين الاعتبار الفروقات والاختلافات الممكنة ما بينهما، أي أن الحد العشوائي متساوٍ عند كل البيانات المقطعية. يُعد هذا النموذج من أبسط نماذج البيانات الطولية، إذ تكون فيه جميع المعاملات $B_{0,i}$ ، و B_0 ثابتة لجميع المدد الزمنية أي يهمل تأثير الزمن، وعليه صيغة هذا النموذج تكون كالآتي:

$$Y_{it} = B_0 + \sum_{j=1}^k B_j X_j(it) + \varepsilon_{it} \quad , i = 1, 2, 3, \dots, n \quad t = 1, 2, 3, \dots, T$$

حيث أن: $\text{Var}(\varepsilon_{it}) = \sigma_\varepsilon^2$ ، $E(\varepsilon_{it}) = 0$

يقدر هذا النموذج من خلال طريقة المربعات الصغرى الاعتيادية بحجم مشاهدات $(T \times N)$.

2. أما إذا كان هناك اختلاف في الأثر الفردي a_i عبر الوحدات المقطعية فإن النموذج يتجزأ إلى نموذجين أساسيين هما:

أ. نموذج التأثيرات الثابتة (Fixed Effect Model) (السياح، شروق وآخرون، 2021: 217): يتعامل هذا النموذج مع الآثار المقطعية أو الزمنية كقواطع تعبر عن الاختلافات الفردية، أي ما بين مجاميع البيانات المقطعية (دول أو منشآت.. إلخ)، أو اختلافات زمنية أي مدة الدراسة، والتي تعني أن الحد العشوائي مختلف من وحدة لأخرى، وهذا من أجل احتواء العوامل غير الملحوظة أو غير المدرجة في النموذج وذلك بأفترض أن هذه الآثار الخاصة بالدول في مجال دراستنا أو المدة الزمنية مرتبطة بالمتغيرات المستقلة المحددة للتنافسية أو باحدها.

ومن ثم يأخذ هذا النموذج بعين الاعتبار سلوك كل مجموعة بيانات مقطعية على حدة من خلال جعل معلمة القطع (B_0) تتفاوت من مجموعة إلى أخرى مع بقاء معاملات الميل (B_i) ثابتة لكل مجموعة بيانات مقطعية، هذا يعني سوف نتعامل مع حالة عدم التجانس في التباين بين المجاميع، وعليه يتخذ هذا النموذج الصيغة التالية:

$$Y_{it} = B_{0,i} + \sum_{j=1}^k B_j X_j(it) + \varepsilon_{it} \quad , i = 1, 2, 3, \dots, n \quad t = 1, 2, 3, \dots, T$$

حيث أن: $\text{Var}(\varepsilon_{i,t}) = \sigma_{\varepsilon}^2$ ، $E(\varepsilon_{it}) = 0$

Y_{it} و X_{it} تمثل المشاهدات الخاصة بكل وحدة مقطعية a_i خلال الزمن t . أما ε_{it} فتتمثل بقية المتغيرات المهملة في النموذج التي تتغير بين الوحدات المقطعية عبر الزمن.

إن مصطلح التأثيرات الثابتة يقصد به أن قيمة المعلمة (B0) لكل مجموعة بيانات مقطعية لا تتغير خلال الزمن، التغير يكون فقط في مجاميع البيانات المقطعية (دول أو منشآت.. إلخ) لغرض تقدير معلمات النموذج في المعادلة المذكورة انفا والسماح لمعلمة القطع (B0) بالتغير في المجاميع المقطعية عادةً ما تستخدم متغيرات وهمية بقدر (N-1) لكي يتم تجنب التعددية الخطية التامة، ثم تستخدم طريقة المربعات الصغرى الاعتيادية. ومن ثم يتم إعادة صياغة المعادلة ليصبح الشكل النهائي للنموذج على النحو الآتي:

$$Y_{it} = \alpha_i + \sum_{d=2}^k \alpha_d D_d + \sum_{j=1}^k \beta_j X_j(it) + \varepsilon_{it} \quad , i = 1, 2, 3, \dots, n \quad t = 1, 2, 3, \dots, T$$

حيث يمثل المقدار $\sum_{d=2}^n \alpha_d D_d$ التغير في المجاميع المقطعية لمعلمة القطع (B0).

ب- نموذج التأثيرات العشوائية (Random Effect Model) (الثعلبي، وزعلان، 2018: 8): ويسمى أيضاً بنموذج مكونات التباين أو نموذج عناصر الخطأ (ECM) يتعامل هذا النموذج مع الآثار المقطعية والزمنية على أنها معلمات عشوائية وليست ثابتة، أي يفترض أن العينة المستخدمة في التطبيق مسحوبة بشكل عشوائي، مما يؤدي إلى أن تمثل معلمات انحدار النموذج العينة بأكملها. يعبر هذا النموذج عن الحالة التي تكون فيها الفروقات الفردية غير مرتبطة بقوة بمتغيرات النموذج، الأمر الذي يتطلب نمذجتها بتوزيع عشوائي بين الوحدات المقطعية، ومن ثم يبين هذا النموذج ما إذا كان الأثر الفردي غير المشاهد بين الدول يتضمن عناصر مرتبطة بمتغيرات النموذج وليس ما إذا كانت هذه الآثار عشوائية أم لا، ويأخذ هذا النموذج الصيغة التالية:

$$Y_{it} = u_i + v_i + \sum_{j=1}^k \beta_j X_j(it) + \varepsilon_{it} \quad , i = 1, 2, 3, \dots, n \quad t = 1, 2, 3, \dots, T$$

حيث أن: v_i تمثل حد الخطأ في مجموعة البيانات المقطعية i ، أما ε_{it} فتتمثل حد الخطأ العشوائي، إذ يضم ثلاثة مركبات تتمثل في الأثر الفردي α_i وخصائص البعد الزمني U_t والمركبة الثالثة $u_{i,t}$ تتمثل ببقية المتغيرات المهمة في النموذج التي تتغير بين الوحدات المقطعية وعبر الزمن ، أي أن:

$$\varepsilon_{i,t} = \alpha_i + U_t + u_{i,t}$$

يتم الاعتماد في تقدير نموذج التأثيرات العشوائية على طريقة المربعات الصغرى المعممة (GLS) كون مقدرات طريقة المربعات الصغرى الاعتيادية لهذا النموذج تكون غير كفوءة ولها اخطاء قياسية مما يؤثر في اختبار المعلمات.

ثانياً - اختيار النموذج الملائم لبيانات Panel Data

1. اختبار Chow Test

يقوم هذا الاختبار على الاختلاف الجوهري بين نموذج التجميعي والتأثيرات الثابتة، للتأكد من وجود تلك الآثار غير الملحوظة، بمعنى هل هناك اختلافات بين الدول، وعبر المدد الزمنية للدراسة، فإذا أشار اختبار (chow) بملاءمة النموذج التجميعي للبيانات يتم التوقف عند هذه المرحلة، ويُعد النموذج التجميعي هو الأكثر ملاءمة، في حين إذا أشارت إحصائية Chow إلى ملائمة نموذج التأثيرات الثابتة على النموذج التجميعي يتم إجراء نموذج آخر (التأثيرات العشوائية) وبعدها إجراء اختبار هوسمان (Hausman) من أجل التفضيل بين نموذجي (التأثيرات الثابتة والعشوائية)، وتصاغ في هذا الاختبار الفرضيتان الاحصائيتان على النحو الآتي (Zulfikar, 2019:6):

$H_0 = \text{Select CE } (P > 0.05)$ (نموذج الانحدار التجميعي مناسب)

$H_1 = \text{Select FE } (P < 0.05)$ (نموذج التأثير الثابت مناسب)

فإذا كانت قيمة P-Value أقل من مستوى المعنوية المحدد (0.05) فيتم رفض فرض العدم القائل أن نموذج الانحدار التجميعي هو المناسب، ويتم قبول الفرض البديل الذي ينص على أن نموذج التأثيرات الثابتة هو النموذج المناسب.

3. اختبار هوسمان (Hausman Test) (Hausman, 1978:1251)

يقوم هذا النموذج على الاختلاف الجوهري بين التأثيرات الثابتة والعشوائية، على الرغم من أن نصوص التحليل القياسي تبين أن نموذج التأثيرات الثابتة هي الأكثر ملاءمة للبيانات الطولية إلا أنه لا يمكن التأكد من ذلك إلا بعد استخدام اختبار Hausman، وذلك لمعرفة أي من التأثيرات سواء كانت الثابتة أم العشوائية ملاءمة في تقدير النموذج. ومن أجل تحديد أي من النموذجين يتم استعماله في الدراسة فإن فرضية العدم (H_0) تستند إلى عدم وجود ذلك الارتباط وفي الحالة التي تكون فيها كل من المقدرات الثابتة والعشوائية متسقة، ولكن تكون مقدرة التأثيرات العشوائية هي الأكثر كفاءة، وبالعكس في ظل الفرضية البديلة (H_1) فإن مقدرة التأثيرات الثابتة هي الأكثر كفاءة، وتصاغ الفرضيتان كالآتي:

$H_0 = \text{Select CE } (P > 0.05)$ (نموذج التأثيرات العشوائية هو المناسب)

$H_1 = \text{Select FE } (P < 0.05)$ (نموذج التأثير الثابت هو المناسب)

فإذا كانت قيمة P-Value معنوية أي أقل من (0.05) نرفض الفرض العدمي الذي ينص على أن نموذج التأثيرات العشوائية هو النموذج المناسب، ونقبل الفرض البديل الذي ينص على أن نموذج التأثيرات الثابتة هو النموذج المناسب. في حين إذا كانت قيمة P-Value غير معنوية أي أكبر من (0.05) في هذه الحالة نقبل الفرض العدمي الذي ينص على أن نموذج التأثيرات العشوائية هو النموذج الملائم للدراسة.

4-3-2: الإطار التطبيقي لتحليل بيانات البائل

أولاً. **توصيف النموذج:** يمكن توصيف النموذج من خلال تعريف متغيرات الدراسة على النحو التالي:
 أ. المتغير التابع Dependent variable: يمثل عدد السياح الوافدين للدول محل الدراسة (الإمارات، مصر، تونس) مقدرة بالملايين للمدة (2007-2019) ونرمز له بالرمز NT.
 ب. المتغيرات المستقلة Independent variable: شملت ترتيب مؤشرات تنافسية السياحة والسفر كافة في التقارير الصادرة عن المنتدى الاقتصادي العالمي وكما في الجدول (32):

الجدول-32 - المتغيرات المستقلة (Independent variable) لانموذج البحث

الرمز	الدلالة	الرمز	الدلالة
TTCI	الترتيب النهائي الكلي لدول العينة ضمن تقرير التنافسية العالمي للقطاع السياحي	SS	ترتيب دول العينة في مؤشر الأمن والسلامة
BE	ترتيب دول العينة في مؤشر بيئة العمل	HR	ترتيب دول العينة في مؤشر الموارد البشرية وسوق العمل
HH	ترتيب دول العينة في مؤشر الصحة والنظافة	PT&T	ترتيب دول العينة في مؤشر تحديد أولويات السياحة والسفر
ICT	ترتيب دول العينة في مؤشر جاهزية تكنولوجيا المعلومات	ES	ترتيب دول العينة في مؤشر الاستدامة البيئية
PC	ترتيب دول العينة في مؤشر تنافسية الأسعار	GPI	ترتيب دول العينة في مؤشر البنية التحتية للنقل البحري والأرضي
ATI	ترتيب دول العينة في مؤشر البنية التحتية للنقل الجوي	TSI	ترتيب دول العينة في مؤشر البنية التحتية السياحية
NR	ترتيب دول العينة في مؤشر الموارد الطبيعية	CR	ترتيب دول العينة في مؤشر الموارد الثقافية

المصدر: الجدول من إعداد الباحث.

ثانياً: تحليل معاملات الارتباط البسيط بين المؤشرات

كما بينا سابقاً في تحليل تجارب دول العينة (الإمارات، مصر، تونس، تم إقصاء العراق لعدم ظهوره وترتيبه في التقارير التنافسية السياحية) أن عدد المؤشرات المرتبطة بالتنافسية السياحية هي نحو (14) مؤشراً وهذا العدد هو أكبر من عدد سنوات مدة الدراسة (2007-2019)، وهذا غير ممكن في التحليل الإحصائي، لذلك عمد الباحث إلى استعمال التحليل الاستقرائي من خلال تحليل معاملات الارتباط البسيط بين عدد السياح لدول العينة كمتغير تابع وبين ترتيب هذه الدول في مؤشرات التنافسية السياحية المعتمدة بموجب التقارير التنافسية السياحية الصادرة عن المنتدى العالمي كمتغيرات مستقلة.

الجدول-33 -

معاملات الارتباط بين عدد السياح وترتيب الدول في مؤشرات التنافسية السياحية

Variables	All	Variables	All
TTCI	0.581862	PC	0.727692
BE	-0.417732	ES	-0.423942
SS	0.553638	ATI	-0.035409
HH	0.388514	GPI	-0.463100
HR	0.514314	TSI	-0.348912
ICT	0.530472	NR	0.520907
PTT	0.440211	CR	0.597274

المصدر: مخرجات البرنامج الإحصائي Eviews9.

من خلال بيانات الجدول (33) نلاحظ أن بعضاً من هذه المؤشرات جاءت بمعاملات ارتباط ضعيفة وبذلك تم استبعادها من التحليل وهي (BE، HH، PT&T، ES، ATI، GPI، TSI) واستبعاد التصنيف الكلي (TTCI) لأنه يضم ترتيبات كل المؤشرات فتم استبعاده من عملية القياس يبقى لدينا (6) مؤشرات للتنافسية السياحية التي لها ارتباط بسيط مع مؤشر عدد السياح وفق الآتي والتي ربما تكون ذات فائدة في عملية القياس:

$$NT: F(CR, NR, ICT, HR, PC, SS)$$

ثالثاً: تقدير النموذج المجمع أي دمج المقاطع العرضية مع السلاسل الزمنية (Panel) لدول العينة

1. تقدير نموذج الانحدار التجميعي Pooled Regression Model

كما بينا سابقاً أن نموذج الانحدار التجميعي يأخذ كل دول العينة ككتلة واحدة دون الأخذ في الاعتبار الفروقات والاختلافات الممكنة ما بينها، أي أن الحد العشوائي متساوٍ عند كل الدول، أي أنها دول متشابهة. واعتماداً على بيانات تقرير التنافسية السياحية للمنندى العالمي تم تقدير نموذج أثر مؤشرات التنافسية السياحية في دول العينة وذلك للمدة (2007-2019) على عدد السياح باستخدام نموذج الانحدار التجميعي على النحو المبين في الجدول (34).

الجدول - 34- نتائج تقدير نموذج الانحدار التجميعي

Dependent Variable: NT				
Method: Panel Least Squares				
Date: 09/13/21 Time: 21:45				
Sample (adjusted): 2007 2019				
Periods included: 7				
Cross-sections included: 3				
Total panel (balanced) observations: 21				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
CR	114924.4	40568.49	2.832849	0.0133
NR	52528.65	37522.65	1.399918	0.1833
ICT	125695.9	69272.38	1.814517	0.0911
HR	82315.01	37295.47	2.207105	0.0445
PC	208456.1	56498.1	3.689612	0.0024
SS	55308.09	31652.92	1.74733	0.1025
C	1964255	5866029	0.334853	0.7427
R-squared	0.718234	Mean dependent var		9986291
Adjusted R-squared	0.597478	S.D. dependent var		4091408
S.E. of regression	2595780	Akaike info criterion		32.63787
Sum squared resid	9.43E+13	Schwarz criterion		32.98605
Log likelihood	-335.6977	Hannan-Quinn criter.		32.71344
F-statistic	5.94778	Durbin-Watson stat		1.423674
Prob(F-statistic)	0.002886			

المصدر: مخرجات برنامج Eviews9

حسب الجدول يتم التعبير عن النموذج في المعادلة التالية:

$$NT = 1964255 + 114924.4CR + 52528.65NR + 125695.9ICT + 82315.01HR + 208456.1PC + 55308.09SS$$

في هذا النموذج نلاحظ أن كل المتغيرات ذات علاقة طردية (موجبة) مع عدد السياح إلا أن بعضاً منها لم تكن ذات معنوية. أن ما يعزز الثقة في هذا النموذج قيمة R-squared المبيّنة في الجدول التي بلغت (0.718234)، تعني أن المتغيرات المستقلة للنموذج تفسر التنافسية بنسبة (71.82%) هي نسب معتبرة في حين العوامل الأخرى غير المدرجة في النموذج تفسر التنافسية بنسبة (28.18%).

2. تقدير نموذج التأثيرات الثابتة Fixed Effect Model

يتعامل نموذج المتغيرات الثابتة مع الآثار المقطعية أو الزمنية كقواطع تعبر عن الاختلافات الفردية ما بين دول العينة وهي (3) دولة عربية، أو اختلافات زمنية أي مدة الدراسة (2007-2019) والتي تعني أن الحد العشوائي مختلف من وحدة لأخرى، وهذا من أجل احتواء العوامل غير المدرجة في النموذج وذلك بافتراض أن هذه الآثار الخاصة بالدول أو المدة الزمنية مرتبطة بالمتغيرات المستقلة المحددة للتنافسية واثراً في عدد السياح. واعتماداً على بيانات تقرير التنافسية السياحية للمنطقة العالمية تم تقدير نموذج أثر مؤشرات التنافسية السياحية في دول العينة وذلك للمدة (2007-2019) على عدد السياح باستخدام نموذج التأثيرات الثابتة على النحو المبين في الجدول (35).

الجدول-35 -

نتائج تقدير نموذج أثر مؤشرات التنافسية السياحية على عدد السياح الاجمالي باستخدام نموذج التأثيرات الثابتة

Dependent Variable: NT
Method: Panel Least Squares
Date: 09/13/21 Time: 21:43
Sample (adjusted): 2007 2019
Periods included: 7
Cross-sections included: 3
Total panel (balanced) observations: 21

Total panel (balanced) observations: 21					
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.	
CR	175177	36210.2	4.8378	0.0003	
NR	120998.1	44096.47	2.7439	0.0253	
ICT	211217.8	62432.2	3.3832	0.0096	
HR	157005.1	44740.86	3.5092	0.008	
PC	303231	57907.53	5.2365	0.0008	
SS	98920.26	38220.89	2.5881	0.0322	
C	13614266	7440893	1.8297	0.1047	
Effects Specification					
Period fixed (dummy variables)					
R-squared	0.927193	Mean dependent var		9986291	
Adjusted R-squared	0.817984	S.D. dependent var		4091408	
S.E. of regression	1745533	Akaike info criterion		31.85603	
Sum squared resid	2.44E+13	Schwarz criterion		32.50264	
Log likelihood	-321.4883	Hannan-Quinn criter.		31.99636	
F-statistic	8.490022	Durbin-Watson stat		1.413756	
Prob(F-statistic)	0.002627				

المصدر: مخرجات برنامج Eviews9

حسب الجدول يتم التعبير عن النموذج في المعادلة التالية:

$$NT = 13614266 + 175177 CR + 120998.1NR + 211217.8ICT + 157005.1HR + 303231PC + 98920.26SS$$

أيضا نلاحظ أن المتغيرات المستقلة لها علاقة طردية مع عدد السياح. فضلا عن أن قيمة R-squared المبينة في الجدول التي بلغت (0.927193)، تعني أن المتغيرات المستقلة للنموذج تفسر التنافسية بنسبة (92.71%) هي نسب معتبرة في حين العوامل الأخرى غير المدرجة في النموذج تفسر التنافسية بنسبة (7.29%).

المفاضلة بين النموذجين

في هذه الخطوة تمت المفاضلة بين نموذجي الانحدار التجميعي (Pooled Regression)، ونموذج التأثير الثابت من خلال الاختبارات المبينة بالآتي:

أ. اختبار (Chow Test)

إذ أشار الجدول (36) بناءً على اختبار (Chow Test) بملاءمة نموذج التأثيرات الثابتة، لأن قيم الاحتمالية prob هي اقل من مستوى المعنوية المعتمد (0.05)، ومن ثم فإنه تم رفض فرض العدم وقبول الفرض البديل الذي ينص على أن نموذج التأثيرات الثابتة هو النموذج المناسب.

الجدول-36 -

ملخص نتائج المفاضلة بين نموذج الانحدار التجميعي والثابت

Redundant Fixed Effects Tests

Equation: Untitled

Test period fixed effects

Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Period F	3.826747	(6,8)	0.0422
Period Chi-square	28.41867	6	0.0001

المصدر: من إعداد الباحث باستخدام برنامج Eviews9 .

3. تقدير نموذج التأثيرات العشوائية Random Effect Model

بعد أن تم تحديد انموذج التأثيرات الثابتة في الخطوة الأولى على أنه أفضل من نموذج الانحدار التجميعي تم الانتقال إلى الخطوة الثانية والمتمثلة في المفاضلة بين نموذج التأثيرات الثابتة ونموذج التأثيرات العشوائية كنموذج مناسب لبيانات الدراسة ولتحقيق هذا الغرض تم إجراء اختبار Hausman Test على النحو الآتي:

أ - تقدير نموذج التأثيرات العشوائية

يتعامل هذا النموذج مع الآثار المقطعية المرتبطة بالدول أو الآثار الزمنية المرتبطة بالمدة الزمنية على أنها عشوائية وليست ثابتة، ومن ثم تُعد متغيرات مستقلة ليس لها ارتباط مع المتغيرات المستقلة المفسرة للنموذج، وأن الحد العشوائي ضمن عنصر الخطأ العشوائي المركب. وحسب الجدول الآتي يمكن التعبير عن النموذج من خلال المعادلة الآتية:

$$NT=1840789+87636.4CR$$

$$+52516.42NR+125710.9ICT+100296.9HR+223728.9PC+55300.82SS$$

الجدول-37- نتائج تقدير نموذج التأثيرات العشوائية Random Effect Mode

Dependent Variable: NT				
Method: Panel EGLS (Period random effects)				
Date: 09/13/21 Time: 21:49				
Sample (adjusted): 2007 2019				
Periods included: 7				
Cross-sections included: 3				
Total panel (balanced) observations: 21				
Swamy and Arora estimator of component variances				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
CR	87636.4	27280.29	3.212444	0.0009
NR	52516.42	25232.11	2.081333	0.0562
ICT	125710.9	46582.23	2.698687	0.0173
HR	100296.9	25079.35	3.999183	0.0055
PC	223728.9	37992.16	5.888818	0.0000
SS	55300.82	21285.01	2.598111	0.0210
C	1840789	3944613	0.466659	0.6262
Effects Specification				
			S.D.	Rho
Period random			0	0
Idiosyncratic random			1745533	1
Weighted Statistics				
R-squared	0.718234	Mean dependent var		9986291
Adjusted R-squared	0.597478	S.D. dependent var		4091408
S.E. of regression	2595780	Sum squared resid		9.43E+13
F-statistic	5.94778	Durbin-Watson stat		1.606163
Prob(F-statistic)	0.002886			
Unweighted Statistics				
R-squared	0.718234	Mean dependent var		9986291
Sum squared resid	9.43E+13	Durbin-Watson stat		1.606163

المصدر: مخرجات برنامج Eviews9

ب- تحديد أفضل نموذج

تم إجراء اختبار هوسمان (Hausman test) لاختيار أفضل نموذج بين التأثيرات الثابتة والتأثيرات العشوائية، وكانت النتائج على النحو الآتي:

الجدول-38- نتائج اختبار هوسمان (Hausman Test)

Correlated Random Effects - Hausman Test

Equation: Untitled

Test period random effects

Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Period random	22.96048	6	0.0008

المصدر: مخرجات برنامج Eviews9

من خلال بيانات الجدول (38) يتضح أن قيمة (P-Value = 0.0008) أقل من مستوى المعنوية المحدد (0.05)، ومن ثم يتم رفض الفرض العدمي الذي ينص على أن نموذج التأثيرات العشوائية هو النموذج المناسب، وقبول الفرض البديل القائل بمقبولية نموذج التأثيرات الثابتة.

حسب ماتم توضيحه سابقاً فان نموذج الآثار الثابتة يبين العلاقة بين المتغيرات المستقلة ومؤشر عدد السياح على وفق المعادلة الرياضية السابقة:

$$NT=13614266+175177CR \\ +120998.1NR+211217.8ICT+157005.1HR+3032311PC+98920.26SS$$

وبناء على هذه المعادلة نقيم النموذج وفق الآتي:

• **تقييم النموذج على وفق المعيار الاقتصادي**

يتضح من المعالم المقدرة لنموذج التأثيرات الثابتة الواردة في الجدول (35) أن على الدول التي تعمل على السياحة كمورد اساسي لها أن تقود حملة للاهتمام بالموارد البشرية، والبنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات، وتعزيز تنافسية الأسعار، والحفاظ على الموارد الطبيعية والثقافية، والحفاظ على أمن واستقرار البلد من أجل تعزيز قدراتها التنافسية في السوق السياحية، معنى ذلك أنه:

1. كلما تقدم مؤشر الموارد الطبيعية والثقافية بمرتبة واحدة سيحقق لنا (120998)، (175177) سائناً على التوالي.

2. أيضاً كلما تقدم مؤشر الموارد البشرية وسوق العمل بمرتبة واحدة سيحقق لنا (157005) سائناً جديداً، وهذا يبين مدى أهمية هذا المؤشر فموارد المجتمع الطبيعية مهما كانت اشكالها ونوعياتها لا يمكن استغلالها والاستفادة منها من دون وجود طاقات وكفاءات بشرية مؤهلة للتعامل معها.

3. وأن تقدم مؤشر جاهزية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بمرتبة واحدة زاد توافد السياح نحو (211217) سائناً جديداً.

4. وبالنسبة لمؤشر تنافسية الأسعار فكلما تقدم بمرتبة واحدة زاد توافد السياح نحو (303231) سائناً جديداً، ومنه تحقيق الميزة التنافسية لهذه الدول في السوق الدولية.

5. في حين مؤشر الأمن والسلامة كلما تقدم بمرتبة واحدة أدى ذلك إلى زيادة عدد السياح نحو (98920) سائناً جديداً.

يتضح لنا بالنسبة إلى معامل المؤشرات أنها كلها ذو اشارة موجبة أي علاقة طردية مع عدد السياح، فكلما تقدمت بمرتبة واحدة أدى ذلك إلى زيادة عدد السياح.

• **اختبار جودة توافيق النموذج**

من خلال نتائج معامل التحديد R^2 واختبار F الواردة في جدول (35) نجد أن:

1. قيمة معامل التحديد بلغت $R^2=0.927193$ فهذا يدل على جوهرية النموذج وأنه ذو مغزى احصائي مهم وتفسر هذه القيمة على أن هناك تأثير للمتغيرات المستقلة (مؤشرات التنافسية السياحية) على

- المتغير المعتمد (عدد السياح) مقدارها (92.7%) أما المتبقي (7.3) فهو تأثير المؤشرات الأخرى غير المتضمنة في النموذج والتي يدخل تأثيرها ضمن تأثير المتغير العشوائي.
2. بلغت القيمة الاحتمالية لـ (F) نحو (8.490022) وباحتمالية (0.002627) وهي أصغر من مستوى المعنوية (0.05)، وهذا يعني أن الانحدار معنوي، ومن ثم توجد علاقة بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع مما يدل على معنوية النموذج ككل.
3. بلغت قيمة (D.W) نحو (1.413756) وهي في منطقة القبول وهذا يؤكد خلو النموذج من مشكلة الارتباط الذاتي، أي أننا نقبل فرضية العدم H_0 ونرفض الفرضية البديلة H_1 .
4. تقدر قيمة الحد الثابت C بـ (0.1047)، أي إذا انعدمت كل المتغيرات المستقلة فإن قيمة التنافسية = 0.07 وهي نتيجة لعوامل ثابتة أخرى لم يتم إدراجها في النموذج.

رابعاً: تقدير النموذج الفردي لكل دولة من دول العينة

يتم في هذه الفقرة من البحث تقدير نموذج الأثر الثابت لكل دولة بمفردها وكالاتي:

1. في نتائج تقدير نموذج أثر مؤشرات التنافسية السياحية المستقلة (الموارد الطبيعية، الثقافية، الموارد البشرية وسوق العمل، الأمن والسلامة، تنافسية الأسعار، تكنولوجيا المعلومات والاتصالات) في عدد السياح الاجمالي باستخدام نموذج التأثيرات الثابتة لدولة الإمارات العربية نلاحظ الاتي:

أ- كلما تقدم مؤشر الموارد الطبيعية والثقافية بمرتبة واحدة سيحقق لنا (44818)، (127846) سائحاً على التوالي. في حين مؤشر الأمن والسلامة كلما تقدم بمرتبة واحدة أدى ذلك إلى زيادة عدد السياح نحو (123213) سائحاً جديداً، وبالنسبة لمؤشر تنافسية الأسعار فكلما تقدم بمرتبة واحدة زاد توافد السياح نحو (41527) سائحاً جديداً، وأن تقدم مؤشر جاهزية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بمرتبة واحدة زاد توافد السياح نحو (217961) سائحاً جديداً، أيضاً كلما تقدم مؤشر الموارد البشرية وسوق العمل بمرتبة واحدة سيحقق لنا (27051) سائحاً جديداً.

ب- كما أن كل المتغيرات ذات علاقة طردية (موجبة) مع عدد السياح وذات دلالة معنوية، وأن ما يعزز الثقة في هذا النموذج قيمة R^2 المبينة في الجدول بلغت (0.981765)، تعني أن المتغيرات المستقلة للنموذج تفسر التنافسية بنسبة (98.17%) هي نسب معتبرة في حين العوامل الأخرى غير المدرجة في النموذج تفسر التنافسية بنسبة (1.83%)، وأن القيمة الاحتمالية $\text{Prob}(F\text{-statistic})$ بينت معنوية النموذج ككل .

ت- بلغت قيمة (D.W) نحو (2.66) وهي في منطقة القبول وهذا يؤكد خلو النموذج من مشكلة الارتباط الذاتي، أي أننا نقبل فرضية العدم H_0 ونرفض الفرضية البديلة H_1 .

الجدول - 39- نتائج تقدير نموذج التأثيرات الثابتة لدولة الإمارات

Dependent Variable: NT
Method: Panel Least Squares
Date: 12/17/21 Time: 18:43
Sample: 2007 2019
Periods included: 7
Cross-sections included: 3
Total panel (balanced) observations:21

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
NR	44818.35	14990.89	2.989706	0.0412
CR	127846.9	60872.2	2.100251	0.0480
ICT	217961.1	41554.45	5.245194	0.0000
HR	27051.38	13125.96	2.060907	0.0418
PC	41527.55	19011.54	2.184334	0.0499
SS	123213.4	51228.88	2.405154	0.0225
C	2181822.0	788203.7	2.768094	0.0487
Effects Specification				
Cross-section fixed (dummy variables)				
R-squared	0.981765	Mean dependent var	4584128	
Adjusted R-squared	0.976902	S.D. dependent var	7553140	
S.E. of regression	1147928	Akaike info criterion	30.94399	
Sum squared resid	3.95E+13	Schwarz criterion	31.32789	
Log likelihood	-594.408	Hannan-Quinn criter.	31.08173	
F-statistic	201.8956	Durbin-Watson stat	2.667736	
Prob(F-statistic)	0.000000			

المصدر: مخرجات برنامج Eviews9.

2. أما بالنسبة إلى النتائج الخاصة بمصر فكانت كالآتي:

- كلما تقدم مؤشر الموارد الطبيعية والثقافية بمرتبة واحدة سيحقق لنا (614124.3)، (397708.9) سائناً على التوالي. في حين مؤشر الأمن والسلامة كلما تقدم بمرتبة واحدة أدى ذلك إلى زيادة عدد السياح نحو (1840.3) سائناً جديداً، وبالنسبة لمؤشر تنافسية الأسعار فكلما تقدم بمرتبة واحدة زاد توافد السياح نحو (664843.9) سائناً جديداً، وأن تقدم مؤشر جاهزية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بمرتبة واحدة زاد توافد السياح نحو (1650.5) سائناً جديداً، أيضاً كلما تقدم مؤشر الموارد البشرية وسوق العمل بمرتبة واحدة سيحقق لنا (2672.3) سائناً جديداً.
- ث- كما أن كل المتغيرات ذات علاقة طردية (موجبة) مع عدد السياح وذات دلالة معنوية، وأن قيمة R^2 sequared المبينة في الجدول بلغت (0.999998)، تعني أن المتغيرات المستقلة للنموذج تفسر التنافسية بنسبة (99.9%) هي نسب معتبرة في حين العوامل الأخرى غير المدرجة في النموذج تفسر التنافسية بنسبة (0.1%)، وأن القيمة الاحتمالية $Prob(F-statistic)$ بينت معنوية النموذج ككل .

ج- بلغت قيمة (D.W) نحو (2.44) وهي في منطقة القبول وهذا يؤكد خلو النموذج من مشكلة الارتباط الذاتي، أي أننا نقبل فرضية العدم H_0 ونرفض الفرضية البديلة H_1 .

جدول - 40- نتائج تقدير نموذج التأثيرات الثابتة بمصر.

Dependent Variable: NT
Method: Panel Least Squares
Date: 12/17/21 Time: 09:52
Sample: 2007 2019
Periods included: 7
Cross-sections included: 3
Total panel (balanced) observations: 21

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
NR	614124.326	1993.837	308.0113	0.0000
CR	397708.9	1516.545	262.2467	0.0000
ICT	1650.5595	706.417	2.336523	0.0333
HR	2672.31084	1087.259	2.457842	0.0436
PC	664843.919	22999.25	28.90720	0.0000
SS	1840.3266	691.1594	2.662666	0.0433
C	174112.569	74561.11	2.335166	0.0433

Effects Specification

Cross-section fixed (dummy variables)			
R-squared	0.999998	Mean dependent var	3361290
Adjusted R-squared	0.999997	S.D. dependent var	4965032
S.E. of regression	8826.911	Akaike info criterion	21.20817
Sum squared resid	2.34E+09	Schwarz criterion	21.59207
Log likelihood	-404.5594	Hannan-Quinn criter.	21.34591
F-statistic	1502862.0	Durbin-Watson stat	2.442779
Prob(F-statistic)	0.000000		

المصدر: مخرجات برنامج Eviews9.

3. أما بالنسبة إلى النتائج الخاصة لدولة تونس فكانت كالآتي:

- كلما تقدم مؤشر الموارد الطبيعية والثقافية بمرتبة واحدة سيحقق لنا (150771.0)، (31996.3) سائناً على التوالي. في حين مؤشر الأمن والسلامة كلما تقدم بمرتبة واحدة أدى ذلك إلى زيادة عدد السياح نحو (25277.11) سائناً جديداً، وبالنسبة لمؤشر تنافسية الأسعار فكلما تقدم بمرتبة واحدة زاد توافد السياح نحو (861768.5) سائناً جديداً، وأن تقدم مؤشر جاهزية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بمرتبة واحدة زاد توافد السياح نحو (107420.6) سائناً جديداً، أيضاً كلما تقدم مؤشر الموارد البشرية وسوق العمل بمرتبة واحدة سيحقق لنا (175210.3) سائناً جديداً.

ح- كما أن كل المتغيرات ذات علاقة طردية (موجبة) مع عدد السياح وذات دلالة معنوية، وأن قيمة R^2 sequared المبينة في الجدول بلغت (0.999949)، تعني أن المتغيرات المستقلة للنموذج تفسر التنافسية بنسبة (99.9%) هي نسب معتبرة في حين العوامل الأخرى غير المدرجة في النموذج تفسر التنافسية بنسبة (0.1%)، وأن القيمة الاحتمالية (Prob(F-statistic)) بينت معنوية النموذج ككل.

خ- بلغت قيمة (D.W) نحو (2.52) وهي في منطقة القبول وهذا يؤكد خلو النموذج من مشكلة الارتباط الذاتي، أي اننا نقبل فرضية العدم H_0 ونرفض الفرضية البديلة H_1 .

الجدول - 41- نتائج تقدير نموذج التأثيرات الثابتة لدولة تونس

Dependent Variable: NT

Method: Panel Least Squares

Date: 12/17/21 Time: 19:35

Sample: 2007 2019

Periods included: 7

Cross-sections included: 3

Total panel (balanced) observations: 21

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
NR	150771.0	45684.63	3.300256	0.0021
CR	31996.38	7380.326	4.335361	0.0002
ICT	107420.6	45996.26	2.335421	0.0452
HR	175210.3	6765.815	25.89641	0.0000
SS	25277.11	12297.41	2.055483	0.0457
PC	861768.5	163732.2	5.263281	0.0000
C	1027457.2	473397.5	2.17039	0.0455

Effects Specification

Cross-section fixed (dummy variables)

R-squared	0.999949	Mean dependent var	2288413
Adjusted R-squared	0.999936	S.D. dependent var	3327078
S.E. of regression	26653.19	Akaike info criterion	23.41838
Sum squared resid	2.13E+10	Schwarz criterion	23.80228
Log likelihood	-447.6584	Hannan-Quinn criter.	23.55612
F-statistic	74011.50	Durbin-Watson stat	2.524613
Prob(F-statistic)	0.000000		

المصدر: مخرجات برنامج Eviews9

الخلاصة

توصل الفصل إلى أن تنافسية القطاع السياحي تختلف من دولة عربية إلى أخرى حسب مقوماتها السياحية وجودة الخدمات ودرجة الاهتمام المقدم في هذا القطاع. إذ تمكنت دولة الإمارات العربية من الارتقاء بتنافسياتها عالمياً والحصول على مراتب متقدمة جداً في أغلب مؤشرات تنافسياتها السياحية وخاصةً في مؤشر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات المرتبة (4) دولياً، ومؤشر الأمن والسلامة المرتبة (7) دولياً، ومؤشر بيئة العمل المرتبة (9) دولياً لعام 2019، وهذا راجع لمجمل اهتمامها بمقومات هذا القطاع، في حين نلاحظ دولتي تونس ومصر مازالتا ذات تأثير متوسط عالمياً من حيث الترتيب، على الرغم من امتلاكهما الكثير من مقومات النجاح بأستثناء مؤشر تنافسية الأسعار للدولتين حققتا فيه مراتب متقدمة عالمياً.

أما في الجانب القياسي فقد توصل البحث أن النموذج المناسب لقياس أثر جودة وتنافسية الخدمات السياحية في القطاع السياحي للدول المختارة هو نماذج البائل من خلال نموذج التأثيرات الثابتة، إذ تم الحصول على أن المتغيرات الحقيقية التي تفسر جذب وتوافد السياح لهذه الدول هي كل من (الموارد الطبيعية، الموارد الثقافية والتاريخية، الموارد البشرية وسوق العمل، جاهزية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، تنافسية الأسعار، الأمن والسلامة).

الفصل الثالث

تحليل واقع القطاع السياحي في العراق وقياس قدرته التنافسية

تمهيد

نجحت بعض الدول العربية في إعطاء أهمية للقطاع السياحي بتطويره وزيادة تنافسيته بترقية المقومات المادية والمحافظة على الموارد والمقومات الموهوبة من (الطبيعة أو الحضارة) ومن بين هذه الدول كما بينا سابقاً (الإمارات، مصر، تونس)، والعراق شأنه في ذلك شأن بقية الدول العربية التي تزدهر بمقومات ومؤهلات سياحية هائلة سواء كانت طبيعية أم تاريخية أم دينية لكن بقيت مكانته في السوق الدولي للسياحة ضعيفة جداً أو تكاد تكون معدومة، لذا ارتأى الباحث وضع أساس لقياس القدرة التنافسية للقطاع السياحي العراقي يعتمد عليه من يأتي خلفه لتوضيح مدى التطور الذي سيصيب القدرة التنافسية للقطاع السياحي في السنوات القادمة، ومن ثم تقييم هذا التطور ومدى فاعليته. ومن ثم فقد تضمن الفصل الثالث أربعة مباحث:-

- 1-3: تحليل واقع القطاع السياحي في العراق وأهميته الاقتصادية.
- 2-3: قياس القدرة التنافسية للقطاع السياحي في العراق.
- 3-3: السياسات المقترحة لتطوير القدرة التنافسية للقطاع السياحي في العراق في ضوء تجارب الدول المختارة.

(1-3) تحليل واقع القطاع السياحي في العراق وأهميته الاقتصادية

(1-1-3) واقع العرض والطلب السياحي في العراق

قبل التعرف على واقع العرض والطلب السياحي في العراق ينبغي أولاً أن نتطرق إلى نشأة وتطور السياحة في العراق التي تعود إلى ثلاثينات القرن العشرين، إذ شهد هذا القطاع إصدار العديد من القوانين التي أهتمت بتنظيم شؤون السياحة كان أولها قانون رقم (45) لعام 1940 الذي أطلق عليه قانون (تأسيس مناطق المصايف وبيع العرصات الأميرية) والذي من خلاله تم وضع الأسس العامة للسياحة، وتألّفت بموجبه (لجنة الاصطيف) بعدها تم إصدار قانون رقم (73) لعام 1956 وهو قانون مصلحة المصايف والسياحة والذي بموجبه تم ربط مصلحة المصايف بوزارة الإعمار، وأناط بها واجب الإشراف على السياحة، بعدها جاء قانون رقم (23) لسنة 1963 ليلغي مصلحة المصايف ويلحق مصلحة السياحة بوزارة العمل والشؤون الاجتماعية. أما في عام 1977 صدر قانون (49) الذي بموجبه تم إنشاء المؤسسة العامة للسياحة، وارتبطت حينها بوزارة الاعلام وأصبحت هذه المؤسسة وحدة إدارية مسؤولة عن إدارة القطاع السياحي في العراق (الخفاجي، 2017: 5-8).

وكان من أهدافها تطوير المناطق السياحية في الدولة واستثمارها لأغراض سياحية، بعدها نشبت الحرب العراقية الإيرانية وحصل نقص في العملات الأجنبية أدت إلى تعثر الكثير من خطط التنمية الاقتصادية وتوقفها، وكان تطبيق نظام الترشيح الإداري السبب في حل المؤسسة العامة للسياحة وإنشاء مديرية اطلق عليها (مديرية السياحة العامة) ترتبط بديوان الرئاسة بموجب قرار (410) لعام 1987، أما في عام 1988 فقد صدر قانون بحل هذه المديرية وتشكيل لجنة سياحة تابعة إلى وزارة المالية التي قامت بتصفية ممتلكات المؤسسة العامة للسياحة وتحويل (11) مرفقاً سياحياً معظمها من الفنادق الكبرى إلى شركات مساهمة. أما في العام 1996 فقد صدر قانون رقم (92) الذي تشكلت بموجبه هيئة السياحة، أما في عام 2012 صدر قانون رقم (13) الذي بموجبه تم إنشاء وزارة السياحة والآثار العراقية واكتسبت الشخصية المعنوية والاستقلال المادي والإداري والتي عدت الجهة القطاعية المسؤولة عن القطاع السياحي في العراق (جريدة الوقائع العراقية، 2012: 1)، بعدها قام مجلس الوزراء العراقي بدمج وزارة السياحة والآثار مع وزارة الثقافة بقراره لعام 2015 وسميت وزارة الثقافة والسياحة والآثار.

1-1-1-3 مقومات العرض السياحي في العراق

يعرف العرض السياحي بدايةً على أنه كل ما يتوافر في البلد من عوامل جذب سواء بشكلها الطبيعي المتمثلة (الجبال، الغابات، فضلاً عن الاماكن الأثرية والدينية)، أو بشكلها الاصطناعي التي

يمكن أن تقدم للسائح من خلال المؤسسات أو المنظمات السياحية المتنوعة والتي تتمثل بتطور الفنادق وعددها وتصنيفها، فضلاً عن طاقتها الاستيعابية، وما يلحق بذلك من خدمات البنية التحتية والسياحية التي تسهل عملية الاستفادة من تلك المقومات من قبل السائحين (رسن، ومصعب، 2021، 142).

يمتلك العراق الكثير من المقومات والكنوز الموروثة التي لاتستدعي تخصيصات استثمارية كبيرة كما في حال القطاعات الاقتصادية الأخرى، بل تقتضي فقط العناية بها والحفاظ عليها وتسهيل مهمة ادائها ودورها في تدوير عجلة الاقتصاد الوطني. إذ يوجد أكثر من (618) معلماً من مقوم طبيعي وتراثي وديني تنعم به البلاد، وهو ما يميزها عن غيرها من باقي الدول العربية التي تكون معظم معالمها اصطناعية، ومن ثم كان يفترض ان يجعل من هذا القطاع قطباً سياحياً قادراً على منافسة البلدان السياحية العربية على أقل تقدير، فيما لو استغلت بالشكل الصحيح. وبهذا يُعد العرض السياحي في العراق جزءاً أساسياً يدخل ضمن الأمور التي يتطلبها قطاع السياحة، ومن أهم هذه المقومات التي جاء بها العرض السياحي هي:

أولاً- المقومات الطبيعية: يمتلك العراق فضلاً عن مخزونه من النفط والغاز العديد من الموارد الطبيعية المتنوعة في مختلف المحافظات، منها وجود المنطقة الجبلية التي تتصف بتنوع مظاهرها الطبيعية بمساحة تقدر نحو (5%) من مساحة العراق الكلية أو ما يعادلها نحو (23270) كم في المناطق الشمالية التي توجد فيها مجموعة من معالم سطح الأرض مابين جبال وسهول وهضاب وانهار وشلالات، فضلاً عن وجود نهري دجلة والفرات اللذين يمتدان من الشمال إلى الجنوب، إذ يمتد نهر دجلة بمسافة تبلغ نحو (1,418) كم في العراق، بينما نهر الفرات بمسافة تبلغ (1,213) كم، ويلتقي النهران في أقصى الجنوب إذ يشكلان شط العرب، النهر الذي يبلغ طوله نحو (185) كم قبل أن يصب في الخليج، ايضاً وجود الاهوار في المحافظات الجنوبية والوسطى التي تقدر مساحتها الكلية بـ (9669) كم²، والتي من أهمها هور الحويزة بطول بلغ (80) كم، الواقع بين محافظتي البصرة وميسان، فضلاً عن هور الحمار بطول (90) كم، الواقع بين محافظتي ذي قار والبصرة، وتم ادراجها والمناطق الاثرية فيها على لائحة التراث العالمي (اليونسكو) في 17 / 7 / 2016. فضلاً عن وجود الاهوار متوسطة الحجم الواقعة بين محافظتي ميسان وذي قار البالغ عددها (13) هوراً منها (ام اللطيف، المشرح، السعدية)، فضلاً عن وجود الاهوار صغيرة الحجم المنتشرة في معظم المحافظات الجنوبية (رسن ومصعب، 2021، 141-142). ايضاً وجود العديد من البحيرات التي يمكن عدّها مناطق استجمام والتي منها بحيرة الرزاة التي تقع غرب محافظة كربلاء المقدسة، بحيرة ساوة التي تقع غرب محافظة المثنى، شط العرب في البصرة وهو ناتج عن التقاء نهري دجلة والفرات عند كرمة علي، ايضاً منطقة الشواطئ

﴿ الفصل الثالث ﴾ تحليل واقع القطاع السياحي في العراق وقياس قدرته التنافسية

وهي جزء من منخفض بحر النجف جنوب غرب مدينة النجف التي تتميز بوجود مقومات السياحة من نخيل وبساتين الفاكهة في حال استغلالها بالشكل الصحيح (حسن، وإيمان، 2018: 265-268).

أما من حيث أعداد هذه المواقع الطبيعية المنقبة فقط وبشكل تقريبي كما يبينها الجدول (42)، جاءت المناطق الشمالية أولاً بعدد مواقع بلغت نحو (30) موقعاً في مدينة دهوك وبنسبة بلغت (23.6%) من إجمالي المواقع الطبيعية، تليها محافظة أربيل نحو (25) موقعاً وبنسبة من الإجمالي شكلت (19.7%)، تليها محافظة نينوى (20) موقعاً، فيما جاءت الانبار بـ (15) موقعاً، وميسان بـ (6) مواقع، فيما وزعت المواقع المتبقية فيما بين المحافظات العراقية الأخرى.

ثانياً - المقومات التراثية والحضارية: أما بالنسبة إلى مقومات العراق الاثرية والتراثية والحضارية، فإنه يمتلك العديد من هذه المواقع التي جعلت منه مهداً للحضارة الانسانية، إذ تُعد حضارة وادي الرافدين التي تصل إلى (6000) عام من أقدم الحضارات بدءاً من السومريين والاكديين وصولاً إلى الحضارة الاسلامية، وقد نشأت هذه الحضارة القديمة على ضفاف نهري دجلة والفرات اللذين انعم الله في ظلهما تقدم وازدهار الكثير من أوجه الحياة الزراعية والتجارية، والثقافية. ومن ثم يُعد العراق في مصاف الدول الأولى في العالم التي تمتلك تاريخاً عريقاً كان من المفترض أن يستثمر بالشكل الصحيح، وأن تبقى هذه المقومات الثقافية والحضارية في متناول اهتمام المخطط السياحي نتيجة الادراك لعمق حضارة وادي الرافدين وشهرتها العالمية (شاكر، 2012، 706).

تقدر عدد المواقع الاثرية والتراثية بحوالي (325) موقعاً اثرياً منقباً موزعة على مختلف المحافظات العراقية، التي من أهمها (طاق كسرى في المدائن، المأذنة الملوية في سامراء، قصر الإمارة في الكوفة، حصن الأخيضر، مسجد الكوفة، بيت الإمام علي (عليه السلام)، خان الشيلان في النجف، المدرسة المستنصرية في بغداد، الشناشيل في البصرة، وغيرها)، جاءت محافظة السليمانية أولاً بعدد مواقع بلغت (35) موقعاً وبنسبة (10.8%) من إجمالي المقومات الاثرية والتراثية، كما جاءت محافظتي نينوى وبغداد ثانياً بنحو (30) موقعاً لكل منهما وبنسبة بلغت (9.2%)، ايضاً من المدن ذات الأهمية السياحية في مجال المقومات الأثرية والتراثية هما مدينتا ديالى وذي قار بامتلاكهما (26)، (25) موقعاً على التوالي وبأهمية نسبية بلغت (8.0%)، و(7.7%) من اجمالي المقومات التراثية والاثريّة، فيما نلاحظ أن محافظة ميسان تذيلت القائمة نحو (3) مواقع، وبنسبة (0.9%) من إجمالي المواقع الاثرية والتراثية.

ثالثاً - المقومات الدينية: يمتلك العراق العديد من المواقع والأضرحة الدينية المتعددة للأديان كافة التي يؤمن بها السياح الوافدون من جميع بلدان العالم المختلفة، إذ يتراوح عددها نحو (329) موقعاً وهذا ما يمنح السياحة الدينية استدامة وعدم التأثير بمواسم محددة، فضلاً عن توزيعها الشامل الذي يغطي

﴿ الفصل الثالث ﴾ تحليل واقع القطاع السياحي في العراق وقياس قدرته التنافسية

مساحات العراق المختلفة، بدءاً من شجرة أدم(ع) في البصرة، قضاء القرنة، وانتهاء بمرقد النبي يونس (ع) في الموصل مروراً بالمرقد المقدسة للأئمة الاطهار في كل من كربلاء المقدسة، النجف الأشرف، والكاظمية وسامراء وغيرها. إستحوذت محافظة النجف الأشرف على(52)موقعاً، وبنسبة بلغت(15.8%) من إجمالي المقومات الكلية الدينية منها(مرقد الإمام علي (عليه السلام)، مرقد مسلم بن عقيل، مرقد هاني بن عروة، وميثم التمار... إلخ)، تليها محافظة نينوى(49)موقعاً وبنسبة بلغت(14.9%) من إجمالي المقومات الدينية، منها(مرقد النبي يونس(ع)، النبي جرجس(ع)، جامع النبي شيت وكنيسة شمعون الصفا، .. إلخ)، تليها محافظة بغداد بعدد (46) موقعا وبنسبة بلغت(14.0%) منها(مرقدا الأمامين الجوادين (عليهم السلام)، مرقد سيد إدريس (عليه السلام)، ابو حنيفة، عبدالقادر الكيلاني... إلخ).

كما نلاحظ من الجدول(42) كل من صلاح الدين، الانبار، كركوك، البصرة) جاءت بعدد مواقع بلغت(25)،(23)،(20)،(15)على التوالي، أما مدينة كربلاء المقدسة فانها تعد من أشهر المدن العراقية السياحية على الرغم من قلة عدد المواقع التي تبلغ نحو(12)موقعا دينياً، إذ يُشرف هذه المدينة مرقد سيد الشهداء أبي عبد الله الحسين (عليه السلام) ومرقد أخيه الإمام العباس (عليه السلام)، والتي يتوافد إليها ملايين الزوار سنوياً. فيما جاءت في الترتيب ما قبل الأخير كل من محافظتي واسط وذي قار بعدد مواقع متساوية بلغت(3)مواقع، وبنسبة بلغت(0.9%) من إجمالي المقومات الدينية. لكن المؤسف في الأمر أن المقومات السياحية بوجه عام ومقومات السياحة الدينية بوجه خاص لم تحظ في العراق باهتمام يذكر من قبل الدولة، الأمر الذي زاد من معاناة الدولة العراقية من حالة الاختناقات الاقتصادية على مستوى الدولة والقطاع الخاص، فيما عجزت الدولة عن تلبية متطلبات التحديث وتوسيع الطلب.

أما بالنسبة إلى الترتيب الإجمالي من حيث جميع هذه المقومات سواء كانت دينية أم أثرية وحضارية، أم طبيعية فجاءت أولاً من حيث الترتيب محافظة نينوى ب(99) موقعاً، وبنسبة بلغت(12.5%) من إجمالي المقومات الكلية، فيما جاءت في ذيل القائمة محافظة واسط ب(14)موقعاً وبنسبة بلغت(1.8%) من إجمالي المقومات الكلية. ومن ثم مايميز العراق عن العديد من الدول الأخرى هو امتلاكه هذا الكم من المقومات، في حين نجد مصر لم تتجاوز عدد معالمها(100) مقوم جذب، موزعة على (20) مدينة في تلك الدولة(ابراهيم، 2016، بدون عدد صفحات).

﴿ الفصل الثالث ﴾ تحليل واقع القطاع السياحي في العراق وقياس قدرته التنافسية

الجدول - 42- عدد المقومات السياحية الدينية والآثرية والطبيعية في العراق

المحافظات	الطبيعية (1)	النسبة % من الاجمالي (2)	التاريخية والآثرية (3)	النسبة % من الاجمالي (4)	الدينية (5)	النسبة % من الاجمالي (6)	المجموع الكلي (7)	النسبة % من الاجمالي (8)
نينوى	20	15.7	30	9.2	49	14.9	99	12.5
بغداد	1	0.8	30	9.2	46	14	77	9.7
دهوك	30	23.6	15	4.6	26	7.9	71	8.9
النجف	1	0.8	13	4	52	15.8	66	8.3
الأنبار	15	11.8	21	6.5	23	7	59	7.4
السليمانية	12	9.4	35	10.8	9	2.7	58	7.3
صلاح الدين	2	1.6	23	7.1	25	7.6	50	6.3
كركوك	3	2.4	23	7.1	20	6.1	46	5.8
البصرة	2	1.6	20	6.2	15	4.6	37	4.7
اربيل	25	19.7	9	2.8	2	0.6	36	4.5
ديالى	1	0.8	26	8	6	1.8	44	5.5
بابل	0	0	20	6.2	12	3.6	32	4
ذي قار	3	2.4	25	7.7	3	0.9	31	3.9
كربلاء	2	1.6	9	2.8	12	3.6	23	2.9
المثنى	2	1.6	6	1.8	10	3	18	2.3
ميسان	6	4.7	3	0.9	8	2.4	17	2.1
القادسية	2	1.6	6	1.8	8	2.4	16	2
واسط	0	0	11	3.4	3	0.9	14	1.8
Total	127	100	325	100	329	100	794	100

المصدر: - الحمادي، علي مجيد (2018)، دور السياحة في استدامة التنمية وتدعيم التشابك الاقتصادي في العراق، مجلة العلوم الاقتصادية، المجلد (13)، العدد (50)، ص 6.

- العمود (2- 4- 6- 8) تم احتسابها من قبل الباحث .

رابعاً - مقومات العرض التكميلية وأدائها في العراق

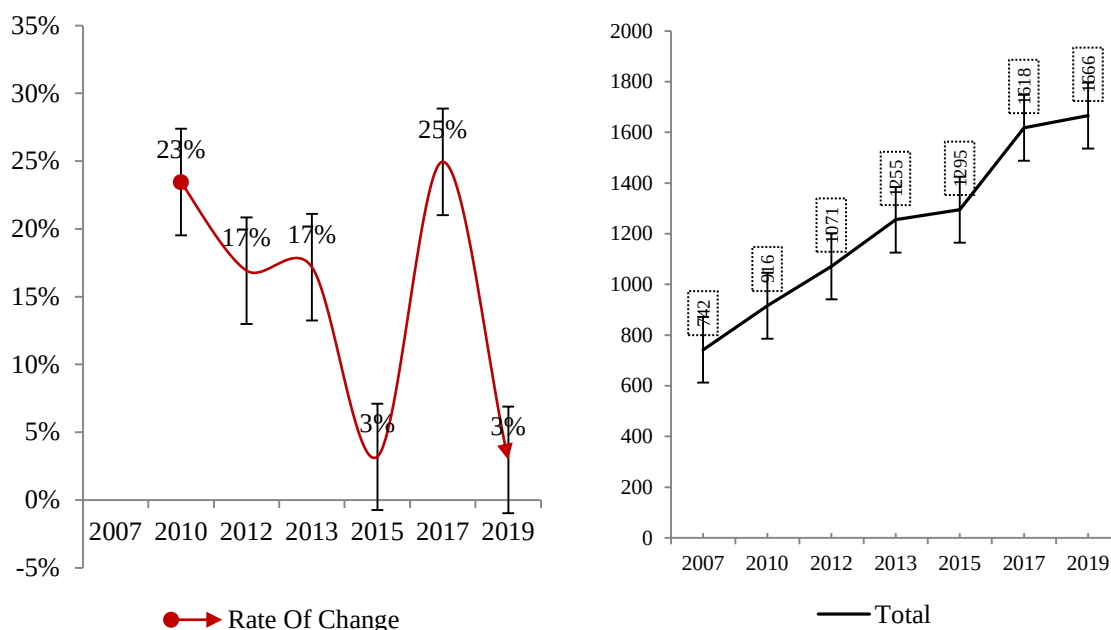
هناك العديد من المقومات التكميلية التي تؤثر بشكل رئيس في طبيعة التسهيلات السياحية

المقدمة للسياح الوافدين وتكون مصدر جذب لهما، ومن أهم هذه المقومات هي:

1- الفنادق: تُعد خدمات الايواء من المرافق السياحية أحد أهم عوامل الجذب السياحي في أي منطقة، وتلعب دوراً مهماً في تنشيط الحركة السياحية ونموها. ويوضح الشكل (52) تطور عدد المرافق السياحية ونسب التغير في العراق للمدة (2007-2019)، فبعد إن كان عددها (742) في عام 2007 ارتفع عددها ليصبح (916) فندقاً عام 2010، وبنسبة تغير بلغت نحو (23%)، وتطور هذا العدد حتى بلغ (1666) فندقاً عام 2019، وبنسبة تغير بلغت (3%) عن عام 2017، ومن ثم فإن نسبة التغير في عدد الفنادق خلال المدة (2007-2019) بلغت نحو (55%). ومن ثم هذا دليل واضح على امكانية ان يصبح دور النشاط السياحي كأحد الأنشطة التي من الممكن أن يعتمد عليها اقتصادياً، ولكن فيما لو كانت هناك إرادة حقيقية.

﴿ الفصل الثالث ﴾ تحليل واقع القطاع السياحي في العراق وقياس قدرته التنافسية

الشكل - 52- تطور عدد الفنادق والمجمعات السياحية في العراق للمدة (2019-2007)



المصدر: الشكل من عمل الباحث بالاعتماد على وزارة التخطيط، تقرير مسح الفنادق ومجمعات الايواء السياحي، سنوات مختلفة.

وكاتجاه عام فإن هذه المرافق السياحية تركزت بشكل كبير في كل من كربلاء المقدسة، النجف الأشرف، بغداد، البصرة، وهذا ما بينه الجدول (43) إذ بلغ عدد الفنادق والمجمعات السياحية (1666) فندقاً عام 2019، احتلت المرتبة الأولى محافظة كربلاء المقدسة بعدد فنادق بلغت (748) وبنسبة بلغت (44.90%) من إجمالي الفنادق الكلية، بسبب مكانتها الدينية وقبال الزائرين إليها من داخل وخارج العراق لتأدية مراسيم الزيارة، ثم تليها محافظة النجف الأشرف (386) فندقاً، وبنسبة بلغت (23.17%) من الإجمالي للسبب نفسه المذكور آنفاً، ثم محافظة بغداد (385) وبنسبة بلغت (23.11%) من الإجمالي بوصفها العاصمة وتوجد فيها المزارات لعدد من أئمة أهل البيت (عليهم السلام)، فيما جاءت محافظة البصرة بعدد فنادق بلغت نحو (53) وبنسبة بلغت (3.18%) من الإجمالي بسبب الموقع الجغرافي وحركة التجارة لنقل البضائع في موانئها إلى باقي المحافظات العراقية، فضلاً عن استقرار الحالة الأمنية فيها إلى حد ما. في حين تأتي في ذيل القائمة محافظة الانبار بأقل عدد فنادق بلغ (1) فندقاً، وبنسبة من الإجمالي بلغت نحو (0.06%). أما باقي المحافظات فلم تشكل غير نسب قليلة جداً.

﴿ الفصل الثالث ﴾ تحليل واقع القطاع السياحي في العراق وقياس قدرته التنافسية

جدول - 43 - عدد الفنادق والمجمعات السياحية ونسبتها المئوية في العراق لعام 2019

المحافظات	عدد الفنادق ومجمعات الايواء السياحي لعام 2019	النسبة(%) من إجمالي الفنادق
نينوى	7	0.40
كركوك	34	2.00
ديالى	2	0.12
الانبار	1	0.06
بغداد	385	23.11
بابل	7	0.42
كربلاء	748	44.90
واسط	9	0.54
صلاح الدين	3	0.18
النجف	386	23.17
القادسية	6	0.36
المثنى	6	0.36
ذي قار	10	0.60
ميسان	9	0.54
البصرة	53	3.18
Total	1666	

المصدر: وزارة التخطيط، الجهاز المركزي للإحصاء، مديرية إحصاء التجارة، تقرير مسح الفنادق ومجمعات الايواء السياحي، 2019.

اما بالنسبة إلى تصنيف الفنادق حسب الدرجة والقطاع، فإن عملية التصنيف تختلف من بلد لآخر ففي بعض البلدان كالولايات المتحدة يتم التصنيف حسب النجوم (5 نجوم إلى نجمة واحدة) في حين بعض البلدان تستخدم الحروف (a,b,c..)، أما في العراق فيتم التصنيف حسب الدرجة وعدد النجوم والتي تحدد من خلال مستوى خدمات وأثاث الفندق وكما موضح لنا في الجدول (44) من حيث التباين في أعداد الفنادق للأعوام (2007-2019).

الجدول - 44 - أعداد الفنادق في العراق حسب درجات التصنيف للمدة (2007-2019)

السنوات	ممتازة 5 Star	أولى 4 Star	ثانية 3 Star	ثالثة 2 Star	رابعة 1 Star	خامسة Popul ar	المجموع Total
2007	7	39	152	114	215	215	742
2010	9	30	198	201	175	303	916
2012	8	48	226	203	181	405	1071
2013	8	65	266	256	195	465	1255
2015	10	46	264	298	195	485	1295
2017	15	33	318	382	311	599	1618
2019	11	40	331	358	343	583	1666
نسبتها إلى المجموع عام 2019	0.7	2.4	19.9	21.5	20.6	35.0	100.0

المصدر: وزارة التخطيط، الجهاز المركزي للإحصاء، مديرية إحصاء التجارة، تقرير مسح الفنادق ومجمعات الايواء السياحي، سنوات مختلفة.

﴿ الفصل الثالث ﴾ تحليل واقع القطاع السياحي في العراق وقياس قدرته التنافسية

من خلال بيانات الجدول (44) نلاحظ عدم وجود توسع كبير في عدد الفنادق المصنفة سياحياً، تحديداً الفنادق الممتازة المصنفة بخمس نجومات، وفنادق الدرجة الأولى المصنفة بأربع نجومات، فبعد إن كانت كل منهما (7)، (39) فندقاً عام 2007، بلغت (11) و (40) فندقاً عام 2019، ومن ثم فقد شكلت كل منهما نسبة (0.7%) و (2.4%) على التوالي فقط من الفنادق لعام 2019.

نلاحظ أيضاً أن بقية الفنادق وبمختلف درجات تصنيفها في حالة زيادة مستمرة، باستثناء فنادق الدرجة الرابعة قد شهدت تذبذباً بين الزيادة والنقصان، فبعد أن كانت (215) فندقاً عام 2007 انخفضت في العام 2010 إلى (175) فندقاً، إلا أنها بعد ذلك أخذت بالتزايد حتى بلغت (343) فندقاً في العام 2019.

اما بالنسبة لتصنيف الفنادق حسب القطاع لعام 2019 فقد بلغت فنادق الدرجة الممتازة المصنفة (5 نجوم) (6) فنادق خاصة و (5) فنادق مختلطة، تركزت في محافظة بغداد بعدد (7) فنادق، تليها محافظة البصرة بعدد (3) فنادق، وجاءت محافظة كربلاء المقدسة بفندق واحد فقط. أما الفنادق المصنفة أولى (4 نجوم) فقد بلغت (39) فندقاً خاصاً و (1) فندق عام، في حين بلغت فنادق الدرجة الثانية المصنفة (3 نجوم) (331) فندقاً خاصاً فقط، أما المصنفة الدرجة الثالثة (نجمتان) بلغت (358) فندقاً خاصاً فقط، اما فنادق الدرجة الرابعة (نجمة واحدة) بلغت (343) فندقاً خاصاً، في حين كانت غالبية الفنادق في العراق هي من النوع الشعبي (أي ضمن الدرجة الخامسة) نحو (583) فندقاً خاصاً (الجهاز المركزي للإحصاء، تقرير مسح الفنادق ومجمعات الايواء السياحي، 2019: 7-12).

ومن ثم وتأسيساً على ماتقدم نلاحظ أن غالبية الفنادق السياحية حسب تصنيفها قطاعياً هي تابعة للقطاع الخاص.

2- الطاقة الفندقية: تتمثل هذه الطاقة في قدرة الفنادق الاستيعابية وكل المؤسسات المعدة لاستقبال السياح القادمين إلى الدولة السياحية المضيفة، ومن ثم تُعد من المؤشرات التي بواسطتها يمكن قياس مدى تقدم هذا القطاع في بلد معين. وما يمكن ملاحظته من بيانات الجدول (45) بأن الطاقة الفندقية بمعيار عدد الغرف لعام 2019 تتباين على مستوى محافظات البلد، إذ احتلت محافظة كربلاء المقدسة المرتبة الأولى بعدد الغرف البالغة (28320)، وشكلت نسبة بلغت (49.4%) من إجمالي عدد الغرف، تليها محافظة بغداد بعدد بلغت (12520) غرفة، وبنسبة بلغت (21.8%) من الإجمالي، اما محافظة النجف الأشرف فتأتي ثالثاً بعدد (11566) غرفة وبنسبة (20.2%) من الإجمالي، فيما احتلت بقية المحافظات

﴿ الفصل الثالث ﴾ تحليل واقع القطاع السياحي في العراق وقياس قدرته التنافسية

نسب منخفضة جداً مقارنةً بالمحافظات المذكورة آنفاً. أما بالنسبة لمعيار عدد الأسرة في الفنادق، فنلاحظ أيضاً على غرار الترتيب المذكور أن محافظة كربلاء تحتل المرتبة الأولى بعدد الأسرة البالغة (72173) سرير، وبنسبة شكلت (52.7%) من إجمالي عدد الأسرة في الدولة، تليها كل من بغداد والنجف بعدد (29749) و (27065) سرير على التوالي وبنسب شكلت نحو (21.7%)، (19.8%) من الإجمالي لعدد الأسرة.

الجدول-45 - تصنيف الفنادق حسب عدد الغرف والأسرة لعام 2019

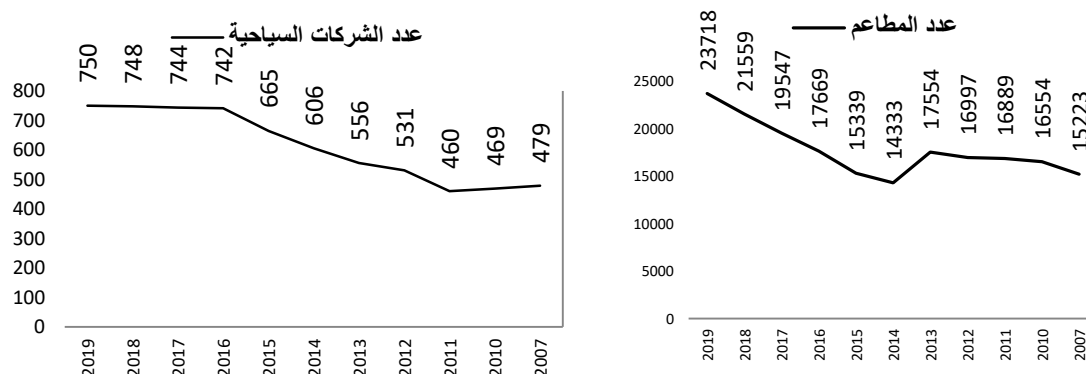
المحافظات	عدد الفنادق	عدد الغرف	النسبة % من إجمالي الغرف	عدد الأسرة	النسبة % من إجمالي الأسرة
نينوى	7	190	0.30	307	0.22
كركوك	34	845	1.50	1665	1.20
ديالى	2	24	0.04	59	0.04
الأنبار	1	-	-	15	0.01
بغداد	385	12520	21.80	29749	21.70
بابل	7	287	0.50	291	0.20
كربلاء	748	28320	49.40	72173	52.70
واسط	9	226	0.40	385	0.30
صلاح الدين	3	66	0.10	173	0.10
النجف	386	11566	20.20	27065	19.80
القادسية	6	140	0.20	249	0.20
المثنى	6	144	0.30	267	0.20
ذي قار	10	300	0.50	410	0.30
ميسان	9	182	0.30	345	0.30
البصرة	53	2523	4.40	3682	2.70
Total	1666	57333	100	136835	100

المصدر: وزارة التخطيط، الجهاز المركزي للإحصاء، مديرية إحصاء التجارة، تقرير مسح الفنادق ومجمعات الايواء السياحي، 2019.

3- عدد المطاعم وشركات السياحة: أما بالنسبة لاعداد المطاعم في العراق، فمن خلال بيانات الشكل (53) نلاحظ انها قد شهدت تزايداً كبيراً خلال الأعوام (2007-2019)، باستثناء عامي (2014-2015)، فبعد أن كانت (15223) مطعم في العام 2007، ارتفعت إلى (17554) مطعم عام 2013، بعدها انخفضت إلى (14333 و 15339) عامي (2014-2015) نتيجة ما مر به البلد من تدهور الأوضاع الأمنية بفعل الإرهاب، بعدها عاودت بالارتفاع نتيجة استقرار الوضع الأمني حتى وصلت إلى (23718) مطعم عام 2019. أما بالنسبة إلى نشاط شركات السياحة والسفر والذي تخدم السياح بتوفير الافواج السياحية المتنوعة والمنظمة حسب وجهة المقصد في محافظات العراق كافة، فنلاحظ انها في زيادة مستمرة للأعوام (2007-2019) بلغت (497) و (750) شركة سياحية على التوالي.

﴿ الفصل الثالث ﴾ تحليل واقع القطاع السياحي في العراق وقياس قدرته التنافسية

الشكل -53 - عدد المطاعم وشركات السياحة في العراق للمدة (2007-2019)



المصدر: الشكل من عمل الباحث بالاعتماد على: - هيئة السياحة، قسم التخطيط والمتابعة (2020) بغداد.

2-1-1-3: الطلب السياحي

يعرف الطلب السياحي عن المجموع الكلي لأعداد السياح الذين يصلون إلى منطقة المقصد السياحي ويستعملون مرافقها ويطلبون خدماتها سواء كانوا من مواطني البلد نفسه أو زواراً وافدين من بلدان أخرى (رسن، ومصعب، 2021: 145) إذ يُعد عدد السياح من المؤشرات المهمة التي تبين مدى تطور نشاط الحركة السياحية في البلد المعني، ولو نظرنا إلى الجدول (46) نلاحظ ما يأتي:

الجدول-46 - أعداد الوافدين للعراق للمدة (2007-2019) (مليون)

السنوات	عدد سياح العراق	عدد سياح العالم العربي	عدد سياح العالم	النسبة % (عدد سياح العراق من العالم العربي)
2007	1.26	69.4	934.6	1.8
2010	1.51	90	973.7	1.7
2011	1.51	76.6	1.013.0	2.0
2012	1.11	84.8	1.070.1	1.3
2013	1.22	85.1	1.122.9	1.4
2014	0.891	90.8	1.177.0	1.0
2015	0.906	88.1	1.227.8	1.0
2016	1.72	87.7	1.271.8	2.0
2017	2.81	94.1	1.363.3	3.0
2018	2.11	101.4	1.441.9	2.1
2019	2.23	102.1	1443.2	2.2

المصدر: منظمة السياحة العالمية (2020)، مجموعة بيانات إحصاءات السياحة، مدريد أسبانيا.

نلاحظ من خلال بيانات الجدول (46) التذبذب الحاصل في أعداد السياح الوافدين إلى العراق لغرض السياحة تبعاً للظروف السياسية والأمنية التي تمر بها الدولة، فقد بلغ هذا العدد نحو (1.26) مليون سائح عام 2007، لينخفض بشكل كبير إلى (0.891) و (0.906) ألف سائح للأعوام 2014، 2015 على التوالي نتيجة تدهور الحالة الأمنية للدولة خلال تلك المدة ودخول عصابات داعش الاجرامية، ثم عاد ليرتفع من جديد ليصل إلى (2.23) مليون سائح عام 2019 نتيجة استقرار حالة البلد الأمنية، وبنسبة بلغت (2.2%) من مجمل حركة السياحة الوافدة للدول العربية. ومن ثم يُعد نصيب

﴿ الفصل الثالث ﴾ تحليل واقع القطاع السياحي في العراق وقياس قدرته التنافسية

العراق من السياحة الوافدة ضئيلاً جداً مقارنةً بدول أخرى في المنطقة العربية مثل (الإمارات ،مصر ، تونس) كما وضحناها سابقاً للاعتبارات المذكورة آنفاً، لاسيما فيما يتعلق بالبنية الأساسية والفنادق، والأماكن الترفيهية التي لا تلبي مستوى الطلب عليها. أما بالنسبة للتصنيف حسب عدد النزلاء وجنسياتهم وليالي المبيت في الفنادق لعام 2019 فنلاحظ الآتي:

الجدول - 47- عدد السياح (النزلاء) حسب الجنسية في محافظات العراق عدا إقليم كردستان لعام 2019

المحافظات	عراقيون	النسبة %	عرب	النسبة %	أجانب	النسبة %	المجموع الكلي	النسبة %
نينوى	11504	0.30%	16	0.00%	22	0.00%	11542	0.19%
كركوك	72093	1.80%	0	0.00%	0	0.00%	72093	1.18%
ديالى	2784	0.10%	0	0.00%	0	0.00%	2784	0.05%
الأنبار	210	0.00%	0	0.00%	0	0.00%	210	0.00%
بغداد	2000000	52.90%	74979	19.16%	450346	25.11%	2595931	42.58%
بابل	19199	0.50%	143	0.04%	101	0.01%	19443	0.32%
كربلاء	943928	24.10%	254554	65.04%	731713	40.79%	1930195	31.66%
واسط	5910	0.20%	7	0.00%	30	0.00%	5947	0.10%
صلاح الدين	1738	0.00%	0	0.00%	0	0.00%	1738	0.03%
النجف	562769	14.40%	59453	15.19%	609986	34.01%	1232208	20.21%
القادسية	12828	0.30%	16	0.00%	61	0.00%	12905	0.21%
المثنى	6358	0.20%	61	0.02%	7	0.00%	6426	0.11%
ذي قار	20693	0.50%	0	0.00%	148	0.01%	20841	0.34%
ميسان	21065	0.50%	0	0.00%	0	0.00%	21065	0.35%
البصرة	160199	4.10%	2137	0.55%	1372	0.08%	163708	2.69%
Total	3841278	100%	391366	100%	1793786	100%	6097036	100%

المصدر: وزارة التخطيط، الجهاز المركزي للإحصاء، مديرية إحصاء التجارة، تقرير مسح الفنادق ومجمعات الايواء السياحي، 2019.

يوضح الجدول (47) أن أغلب النزلاء هم عراقيون مقارنةً بعدد السياح العرب والأجانب فقد بلغ عددهم الكلي نحو (3841278) نزلياً عراقياً في عام 2019، استحوذت محافظة بغداد على النسبة الأكبر البالغة نحو (52.9%) وبعدد بلغ (2000000) نزلي عراقي، تليها محافظة كربلاء المقدسة بعدد نزلاء بلغ نحو (943928) نزلي عراقي وبنسبة بلغت (24.1%) من اجمالي عدد النزلاء العراقيين، تأتي في المرتبة الثالثة محافظة النجف الأشرف بعدد نزلاء عراقيين بلغ (562769) وبنسبة شكلت (14.4%) من اجمالي النزلاء العراقيين، في حين لم تشكل النسب للمحافظات الأخرى ذات أهمية.

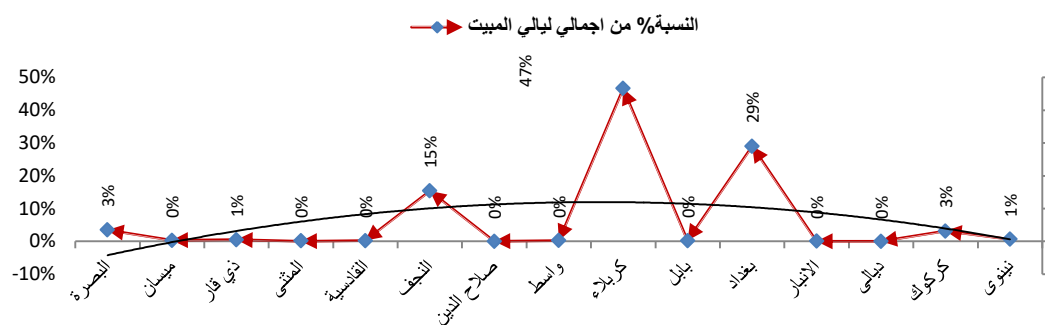
أما بالنسبة للنزلاء العرب فقد جاءت أولاً محافظة كربلاء المقدسة بنسبة بلغت نحو (65.0%) وبعدد بلغ نحو (254554) نزلياً عربياً، تليها محافظة بغداد بعدد نزلاء بلغ نحو (74979) نزلياً عربياً وبنسبة بلغت نحو (19.1%) من اجمالي عدد النزلاء العرب، تأتي في المرتبة الثالثة محافظة النجف الأشرف بعدد نزلاء عرب بلغ نحو (59453) وبنسبة شكلت (15.1%) من اجمالي النزلاء العرب. وكذلك الحال بالنسبة للنزلاء الأجانب، إذ استحوذت محافظة كربلاء على العدد الأكبر من النزلاء البالغ (731713) نزلياً وبنسبة بلغت (40.7%) من اجمالي النزلاء الأجانب، جاءت محافظة النجف الأشرف ثانياً بعدد بلغ (609986) نزلياً، وبنسبة بلغت نحو (34.01%) من اجمالي النزلاء الأجانب، تليها

﴿ الفصل الثالث ﴾ تحليل واقع القطاع السياحي في العراق وقياس قدرته التنافسية

ثالثاً محافظة بغداد بعدد بلغ نحو(450346) نزياً وبنسبة بلغت نحو(25.1%) من إجمالي النزلاء الأجانب.

أما بالنسبة لمؤشر لياالي المبيت في الفنادق، إذ نلاحظ من خلال بيانات الشكل(54) أن محافظة كربلاء تستحوذ أيضاً على أكبر نسبة مبيت مقارنةً بمحافظات البلد، إذ بلغت نحو(47%) من اجمالي لياالي المبيت في البلد، تليها كل من محافظتي بغداد والنجف الأشرف بنسب بلغت(29%)،(15%) من اجمالي لياالي المبيت.

الشكل - 54- مؤشر عدد لياالي المبيت في الفنادق في العراق لعام 2019(نسبة مئوية)



المصدر: الشكل من عمل الباحث بالاعتماد على: وزارة التخطيط، الجهاز المركزي للإحصاء، مديرية إحصاء التجارة، تقرير مسح الفنادق ومجمعات الايواء السياحي، 2019.

2-1-3: الأهمية الاقتصادية للقطاع السياحي في العراق

أولاً- مؤشر الإيرادات السياحية

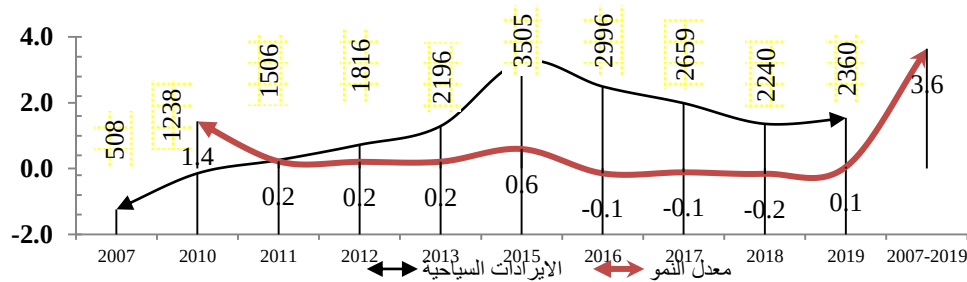
يبين هذا المؤشر كما بينا سابقاً حجم الإيرادات السياحية نتيجة ماينفقه السياح المواطنون والأجانب داخل البلد على شراء الخدمات السياحية وغير السياحية من الرسوم المتحصلة منهم في المطارات، الموانئ والمنافذ الحدودية وأجور النقل، والفنادق والمطاعم، وتأشيرات المرور وغيرها من النشاطات الأخرى خلال عام. وعليه فإن المسوحات المتوافرة في الجهاز المركزي العراقي للإحصاء وتكنولوجيا المعلومات حول هذه الإيرادات أعلاه بشكل عام هي للأسف غير متوافرة باستثناء نشاط واحد هو إيرادات الفنادق والمطاعم، إذ أن التشابك والتداخل بين القطاع السياحي والقطاعات الاقتصادية الأخرى أدى إلى جعل ملكية المرافق التي تقدم الخدمات السياحية في العراق والإيرادات المتأتية منها تعود إلى قطاعات أخرى ليست ضمن ملكية القطاع السياحي على سبيل المثال لا الحصر المدن الدينية السياحية المتمثلة بكل من(كربلاء المقدسة، النجف الأشرف، بغداد، سامراء)تعود ملكيتها إلى دائرة الأوقاف الدينية،ومن ثم فإن الإيرادات المتحققة منها ذات الطابع السياحي تكون

﴿ الفصل الثالث ﴾ تحليل واقع القطاع السياحي في العراق وقياس قدرته التنافسية

عائديتها إلى قطاعات أخرى ولا تدخل ضمن حسابات القطاع السياحي، ومن الأمثلة الأخرى أيضاً الحدائق والمتنزهات الموجودة والتي من أهمها (متنزه الزوراء، المدينة المائية، مدينة أرض السندباد) تعود ملكيتها إلى أمانة بغداد، أيضاً المتاحف الموجودة والتي منها (متحف التاريخ الطبيعي والمتحف البغدادي) تعود ملكيتها إلى وزارة الثقافة، أيضاً دخل نشاط شركات السفر والسياحة يدخل ضمن حسابات النقل والاتصالات، أيضاً أنشطة النقل البحري وسكك الحديد لا يوجد ما يؤثر على استخدام هذه الطرق لأغراض نقل السياح ومن ثم لا توجد إيرادات للنقل السياحي (ناصر، 2020: 249).

بالنتيجة نلاحظ أن إيرادات هذه المقاصد السياحية لا تدخل ضمن إيرادات النشاط السياحي ومن ثم لا يتم احتسابها ولهذا مانجده اليوم في بيانات الجهاز المركزي للإحصاء، الباب السادس عشر هو فقط مؤشر نشاط الفنادق ومجمعات الإيواء السياحي وهذا ما سيعتمده الباحث في معرفة حجم تطور هذه الإيرادات من خلال بيانات الشكل (55)، إذ نلاحظ أن مجموع الإيرادات المستحصلة من النشاط السياحي الفنادق في البلد خلال مدة الدراسة قد ارتفعت من (508) مليون دولار عام 2007، إلى (2360) مليون دولار عام 2019 بمعدل نمو مقداره (3.6%) مقارنةً بعام 2007.

الشكل - 55 - الإيرادات السياحية ومعدل نموها في العراق للمدة (2007-2019) (مليون دولار)



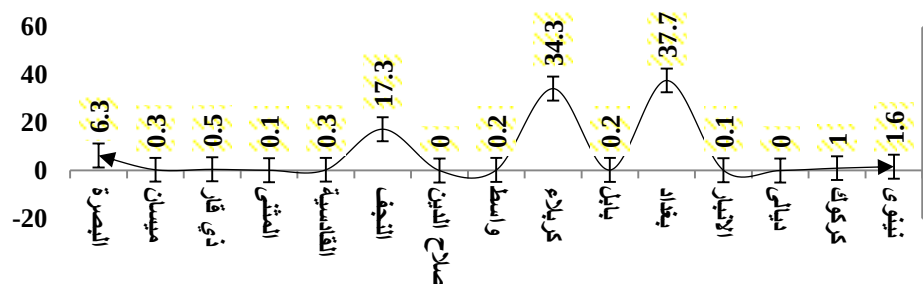
المصدر: الشكل من عمل الباحث بالاعتماد على: وزارة التخطيط، الجهاز المركزي للإحصاء، مديرية إحصاء التجارة، تقرير مسح الفنادق ومجمعات الإيواء السياحي، سنوات مختلفة.

أما بالنسبة لحجم هذه الإيرادات السياحية حسب المحافظات العراقية، فنلاحظ من خلال بيانات الشكل (56) أن أعلى نسبة من هذه الإيرادات استحوذت عليها محافظة بغداد من إجمالي إيرادات السياحة في البلد، إذ شكلت نحو (37.7%)، تليها محافظة كربلاء المقدسة بالمرتبة الثانية بنسبة بلغت نحو (34.3%)، على الرغم من أنها كانت الأولى في عدد السياح، هذا يدل على أن إنفاق السائح في مدينة بغداد أعلى من إنفاقه في المحافظات الأخرى، جاءت محافظة النجف الأشرف ثالثاً من حيث الترتيب بنسبة بلغت نحو (17.3%) من إجمالي الإيرادات.

خلاصة ما ذكر، تمتاز المحافظات الثلاثة بالحصة الأكبر من حيث الإيرادات وأعداد السياح مقارنةً ببقية المحافظات الأخرى التي لم تشكل نسب ذات أهمية اقتصادية.

﴿ الفصل الثالث ﴾ تحليل واقع القطاع السياحي في العراق وقياس قدرته التنافسية

الشكل -56 - الأهمية النسبية للإيرادات السياحية حسب المحافظات العراقية لعام 2019



المصدر: الشكل من عمل الباحث بالاعتماد على وزارة التخطيط، الجهاز المركزي للإحصاء، مديرية إحصاء التجارة، تقرير مسح الفنادق ومجمعات الايواء السياحي، 2019.

ثانياً - مؤشر إسهام القطاع السياحي في الناتج المحلي الإجمالي

شهد الاقتصاد العراقي خلال مدة الدراسة ولاسيما الناتج المحلي الاجمالي العديد من التذبذبات بين الارتفاعات والانخفاضات في قطاعاته الاقتصادية، وقبل أن يتم تقدير إسهام القطاع السياحي في GDP ينبغي أولاً معرفة الأهمية النسبية للقطاعات الاقتصادية في تكوينه خلال المدة (2007-2019)، ومن خلال بيانات الجدول (48) يمكن تثبيت الملاحظات الآتي:

جدول -48 - الأهمية النسبية للقطاعات الرئيسية في الناتج المحلي الإجمالي في العراق للمدة (2007 - 2019)

السنوات	الزراعة والغابات والصيد	التعدين والمقالع	الصناعة التحويلية	الكهرباء والماء	البناء والتشييد	النقل والمواصلات والبرق	تجارة الجملة والمفرد والفنادق وما شابه	المال والتأمين وخدمات العقار	خدمات التنمية الاجتماعية والشخصية	المجموع حسب الأنشطة
2007	4.9	52.9	1.6	0.87	4.4	6.5	6.2	9.7	12.8	100
2008	4.3	60.3	0.9	0.71	2.5	3.8	3.4	10.4	13.7	100
2009	3.9	54.3	2.1	0.96	4.3	5.6	6.7	9	13.1	100
2010	4.2	51.6	2.1	0.92	6.3	5.7	7.5	8.6	13.1	100
2011	4.5	52	2	0.97	5.8	5.4	7.7	8.5	13.2	100
2012	3.7	51.5	1.8	1	7.4	6.3	8.8	7.3	12.2	100
2013	4.2	49.5	1.5	1.07	8.7	7.2	8.5	7.2	12.1	100
2014	4.2	51.5	1.2	1.19	8.3	7.6	8.4	6.6	11.1	100
2015	2.5	59	0.9	1.17	5.1	7.6	8.2	4.9	10.6	100
2016	2.2	64.5	0.9	1.07	4.1	7.3	6.4	4.6	9.1	100
2017	1.9	64.1	1.2	0.96	2.9	8	6.6	5	9.4	100
2018	1.7	63.9	1.0	1.0	2.5	8.4	6.8	5.1	9.5	100
2019	1.4	63.8	0.9	1.1	2.2	8.9	7.1	5.2	9.6	100
المتوسط	3.7	55.6	1.5	0.99	5.4	6.4	7.1	7.4	11.8	100

المصدر: وزارة التخطيط والتعاون الانمائي في العراق، الحسابات القومية ، بغداد، سنوات مختلفة، وصفحات متفرقة.
 نلاحظ أنَّ القطاع الزراعي يعاني من نسبة إسهام ضعيفة طيلة مدة الدراسة، إذ كانت متذبذبة بين الارتفاع والانخفاض بين أدنى مستوى لها (1.4%) عام 2019 وأعلى مستوى لها (4.9%) عام 2007، بمتوسط نسبة بلغت (3.6%) للمدة (2019-2007) والسبب غياب الرؤية الصائبة لحجم مشكلة التدهور الحاصل في الانتاج الزراعي، وتجسيد الحلول بسياسات غير قابلة للتنفيذ من أجل النهوض به، فضلاً

﴿ الفصل الثالث ﴾ تحليل واقع القطاع السياحي في العراق وقياس قدرته التنافسية

عن المنافسة الخارجية من البلدان المجاورة، وغيرها من الأسباب المتمثلة بتدهور شبكات الري والبزل والاعتماد على طرائق تقليدية في الزراعة وانتشار الأمراض والأوبئة.

يعاني قطاع الصناعة التحويلية من نسبة إسهام ضعيفة على امتداد السلسلة الزمنية التي لم تتجاوز (2.1%)، وبمتوسط نسبة بلغت (1.5%) خلال المدة (2007-2019)، مما يوضح التراجع الكبير لهذا القطاع بسبب الإهمال وتوقف عدد كبير من المصانع الحكومية والخاصة بسبب الأوضاع الأمنية غير المستقرة، وعدم توافر الكهرباء، والتقاعد الحاصل في البنية التحتية، والمنافسة الخارجية، فضلاً عن انخفاض حجم الموازنة الاستثمارية.

أما قطاع التعدين والاستخراج فإنه يشكل النسبة الأكبر المكونة للنتاج المحلي الإجمالي بمتوسط نسبة بلغت (55.6%) خلال مدة الدراسة، ومن ثم نلاحظ توجه الحكومة نحو هذا القطاع بوصفه المصدر الوحيد القادر على تمويل نفقاتها الجارية والاستثمارية، وأن جميع خطط التنمية والسياسات التي تم وضعها تبنت في فلسفتها التنموية تصدر هذا القطاع سلم أولويات التنمية بوصفه مصدر تمويلها، الأمر الذي يظهر هيمنته على بنية الناتج المحلي الإجمالي.

أما فيما يخص النشاطات الأخرى كقطاع الكهرباء والماء إذ بلغ متوسط مدة الدراسة (0.99%)، قطاع البناء والتشييد نحو (5.4%)، قطاع النقل والمواصلات بمتوسط بلغ (6.4%)، قطاع المال والتأمين وخدمات العقار بمتوسط بلغ نحو (7.4%)، قطاع خدمات التنمية الاجتماعية والشخصية بمتوسط بلغ نحو (11.8%).

أما قطاع تجارة الجملة والمفرد والفنادق فكان متوسط إسهامه في الناتج المحلي الإجمالي نحو (7.1%) خلال مدة الدراسة، ومن ثم نلاحظ أن القيمة الحقيقية للنشاط السياحي مدمجة مع أنشطة أخرى (تجارة الجملة والمفرد)، لذلك سوف يلجأ الباحث وكما بين سابقاً إلى تقدير إسهام هذا القطاع في GDP في العراق من خلال الاعتماد على تقدير إسهام أنشطة الفنادق والمطاعم في GDP وذلك بوصفهما النشاطين المتمثلين لقطاع السياحة في الحسابات القومية التي تصدرها وزارة التخطيط العراقية، ولهذا يجب الأخذ في الاعتبار عدم دقة تمثيل هذين النشاطين للأنشطة السياحية كافة في القطاع السياحي العراقي، وذلك لقيام السياح بالانفاق على خدمات أخرى خارج نشاط الفنادق والمطاعم من خلال انفاق السائح على خدمات أخرى سواء الخدمات الترفيهية، خدمات النقل، خدمات انفاق السائح داخل القطاعات الاقتصادية غير السياحية مثل قطاع تجارة الجملة والمفرد، المواصلات،.. إلخ.

بلغت نسبة إسهام نشاط الفنادق والمطاعم في GDP نحو (0.2%) من إجمالي الناتج المحلي الإجمالي في عام 2007، أما في العام 2019 فكانت نحو (0.1%)، وبهذا نلاحظ أن نسب الإسهام كانت

﴿ الفصل الثالث ﴾ تحليل واقع القطاع السياحي في العراق وقياس قدرته التنافسية

ضعيفة جداً وليست ذات أهمية تذكر خلال مدة الدراسة. ومن ثم فإن هذا الضعف في مردودية هذا القطاع ومحدودية إسهامه تعود أساساً إلى أن السياحة في العراق تشكل في معظمها سياحة دينية، ومن ثم فإن انفاق السائح الديني عادةً ما يكون اقل لأسباب تتعلق بفترة دخولهم وطبيعة المناسبات الدينية، إذ تتراوح مدة بقاء السياح المحليين في محافظة كربلاء المقدسة بين يوم أو يومين، أما السياح العرب والأجانب من (3-7) أيام على التوالي (علي، 2018، 83)، وإعفاء المرافقين من دفع الرسوم "تبلغ منح السمة السياحية والزيارة الدينية للوافدين على وفق الموافقات الخاصة بشركات السياحة الدينية كمجاميع حصراً" مبلغ قدره (30) دولاراً وإستيفاء (40) دولاراً عن السمة الاعتيادية^(*) و(100) دولار عن منح السمة المتعددة^(**) (الوقائع العراقية، 2017، 5-6).

الجدول - 49- نسب إسهام الإيرادات السياحية في الناتج المحلي الإجمالي سنوات مختارة (مليار دولار)

السنوات	الناتج المحلي الإجمالي	الإيرادات السياحية	الأهمية النسبية % للإيرادات السياحية من (GDP)
2007	72.486	0.123	0.2
2010	117.138	0.150	0.1
2015	157.015	0.350	0.2
2019	205.230	0.236	0.1

المصدر: - صندوق النقد العربي. التقرير الاقتصادي العربي الموحد (2008، 2020)، أبو ظبي، الإمارات، صفحات مختلفة .
- البنك المركزي العراقي: النشرة الإحصائية السنوية (2007-2019)، مؤشرات الأسعار، بغداد: دائرة الإحصاء والأبحاث: صفحات متفرقة.

ثالثاً - مؤشر ميزان المدفوعات السياحي

تعد السياحة إحدى المعاملات غير المنظورة في ميزان المدفوعات التي تسهم في تحسينه من تدفق رؤوس الأموال الأجنبية المستثمرة في المشروعات السياحية (العرض السياحي)، أو الإيرادات السياحية المتمثلة بـ (الإقامة في الفنادق، انفاق السائح.. إلخ). وبفحص وضعية ميزان السياحة والسفر العراقي من خلال بيانات الجدول (50) نلاحظ أن ميزان السياحة شهد عجزاً دائماً خلال المدة (2007-2019)، بسبب الإيرادات المتحققة من السياحة الوافدة التي شكلت نسب (5.5%)، (14.4%)، (17.9%)، (10.5%)، (6.5%)، (9.0%) للأعوام (2007-2019) على التوالي التي كانت اقل من مدفوعات السياحة العكسية (أي قيمة الاستيرادات السياحية مقدار ما ينفق في الخارج أكثر) التي شكلت نسب بلغت (26.5%)، (32.3%)، (43.4%)، (42.4%)، (46.3%)، (46.3%) للمدة المذكورة أنفاً نفسها على

(*) تخول حاملها دخول أراضي جمهورية العراق مرة واحدة خلال (60) يوماً من تاريخ منحها والإقامة فيها للمدة المذكورة.
(**) للمدير العام أو من يخوله والسفير منح سمة دخول لسفرة واحدة أو متعددة السفرات تخول حاملها دخول أراضي جمهورية العراق خلال (3) أشهر من تاريخ إصدارها ولعدة سفرات قابلة للتمديد عملاً بمبدأ المعاملة بالمثل، وتصدر على وفق تعليمات يصدرها الوزير وكما يلي: أ. سمة دخول متعددة السفرات لمدة (3) أشهر. ب. سمة دخول متعددة السفرات لمدة (6) أشهر. ج. سمة دخول متعددة السفرات لمدة سنة واحدة.

﴿ الفصل الثالث ﴾ تحليل واقع القطاع السياحي في العراق وقياس قدرته التنافسية

التوالي، إذ بلغ عدد السياح القادمين إلى العراق سواء من العرب والأجانب نحو (2.23) مليون سائح في عام 2019، أغلبهم من الجنسية الإيرانية ومن ثم من الممكن القول أن اتفاق السائح الإيراني الذي يتميز بالانخفاض نتيجة سعر صرف العملة الإيرانية التي أصابها تذبذبات شديدة، فضلاً عن انخفاض المستوى المعاشي للسائح الإيراني وأن الشعب العراقي هو شعب مضياف يستقبل السياح الوافدين في المواسم الدينية وتوفير كل متطلبات الضيافة مجاناً هو يُعد أحد أسباب انخفاض إيرادات السياحة الوافدة.

أما بالنسبة إلى السياح المغادرين من العراق فقد بلغ (4.71) مليون مسافر عام 2019، وهذا بدوره يعكس ارتفاع السياحة العكسية الدولية في ظل تزايد أعداد المسافرين المغادرين (إحصاء نشاط النقل الجوي والقطاع الحكومي والعام، 2019: 3). إن هذا الارتفاع في حجم المدفوعات السياحية يرجع أساساً لعدة أسباب والتي من أهمها:

أ- سوء تسيير المرافق السياحية ونُدرة الخدمات التي يحتاجها السائح المحلي.
ب- ضعف المنتج السياحي في العراق وعدم قدرته على جذب السياح المحليين فضلاً عن السياح الأجانب.

ت- واقع البلد غير المستقر أمنياً، فضلاً عن غياب استراتيجية تسويقية حقيقية فعالة لتسويق المنتج السياحي العراقي داخل البلاد وخارجه.

الجدول - 50 - الميزان السياحي في العراق للمدة (2007-2019) (مليون دولار)

السنة	الصادرات السياحية المقبوضات	إجمالي الصادرات	نسبة الصادرات السياحية إلى إجمالي الصادرات	الاستيرادات السياحية ^٣ لمدفوعات	الاستيرادات	نسبة الاستيرادات السياحية/ إجمالي الاستيرادات	نسبة العجز أو الفائض
2007	28353	517636	5.5	98794	373,280	26.5	-70441
2015	62598	434415	14.4	126196	390,451	32.3	-63598
2016	72818	407591	17.9	148756	342,798	43.4	-75938
2017	60452	575511	10.5	164416	387,657	42.4	-103964
2018	55708	863599	6.5	180003	388,757	46.3	-124295
2019	73177	815852	9.0	228649	494,176	46.3	-155472

المصدر: البنك المركزي العراقي، التقارير الاقتصادية السنوية (2010-2019): إحصاء ميزان المدفوعات، بغداد: دائرة الإحصاء والأبحاث، صفحات متفرقة. *النسب المئوية اسخرجت من قبل الباحث.

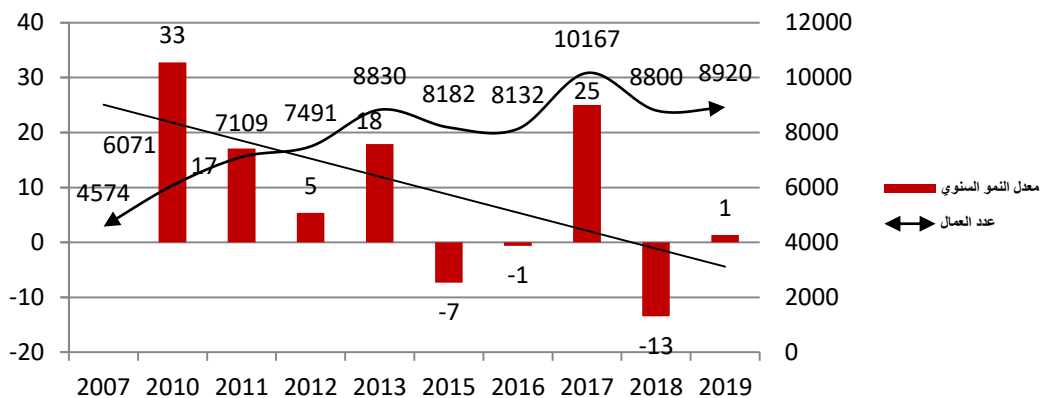
﴿ الفصل الثالث ﴾ تحليل واقع القطاع السياحي في العراق وقياس قدرته التنافسية

رابعاً - مؤشر إسهام السياحة في تشغيل الأيدي العاملة

يعد تشغيل الأيدي العاملة أحد المؤشرات أو المعايير المهمة في قياس مدى فاعلية القطاع السياحي، إذ يوفر هذا القطاع فرصاً كبيرة لتوظيف وتشغيل اليد العاملة المحلية بما يسهم في خفض معدلات البطالة وزيادة الدخل ولاسيما للطبقات ذات الدخل المنخفض، من خلال استقطاب العمالة بشكلها المباشر من خلال العمل في الفنادق أو المطاعم، مكاتب السياحة، أو بشكلها غير المباشر من خلال العمل في القطاعات التكميلية المساندة مثل الأعمال الإنشائية وما يتعلق بها من بنية تحتية وغير ذلك (ناشور، 2017: 393).

ومن خلال بيانات الشكل (57) الذي يوضح عدد العاملين في المنشآت الفندقية في العراق ومعدل نموها، نلاحظ أن أعداد العاملين بلغ (10167) عاملاً في العام 2017، بعد أن كان (4574) عاملاً في عام 2007، وبهذا نلاحظ أن هناك زيادة في عدد المشتغلين في هذا القطاع، ثم انخفض في عامي (2018، 2019) ليصل العدد إلى (8800) و (8920) عاملاً على التوالي. أيضاً نلاحظ أن المدة (2007-2019) قد شهدت تباين في معدلات النمو بين السالب والموجب آخرها العام 2019 إذ شهد معدل نمو موجباً بلغ نحو (1%) مقارنةً بعام 2018.

الشكل - 57 عدد العاملين في المنشآت الفندقية ومعدل نموها السنوي في العراق للمدة (2007-2019)



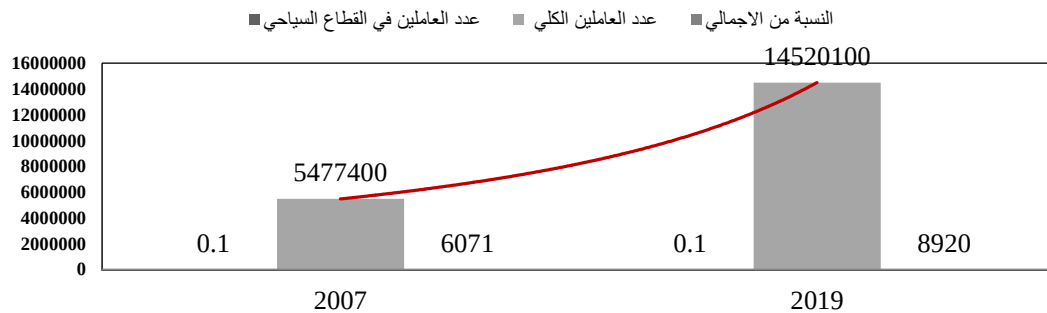
المصدر: الشكل من عمل الباحث بالاعتماد على وزارة التخطيط، الجهاز المركزي للإحصاء، مديرية إحصاء التجارة، تقرير مسح الفنادق ومجمعات الايواء السياحي، سنوات مختلفة.

أما بالنسبة لبيانات الشكل (58) للمدة (2019-2007) نلاحظ أن نسبة العاملين في السياحة من عدد العاملين الكلي في العراق كانت نحو (0.1%) خلال مدة الدراسة ، وإذا ما قارنا هذه الأعداد والنسب مع دولة مصر التي بلغت نحو (2.501) مليون فرصة عمل مباشرة ونسبة مئوية بلغت نحو (9.5%) من إجمالي العمالة المصرية (ينظر الفصل الثاني، الشكل (34))، ومن ثم يمكن القول أن

﴿ الفصل الثالث ﴾ تحليل واقع القطاع السياحي في العراق وقياس قدرته التنافسية

قطاع السياحة في العراق لم يرق بعد من حيث تشغيل الأيدي العاملة مقارنةً مع مستوى المقومات التي يزدهر بها البلد.

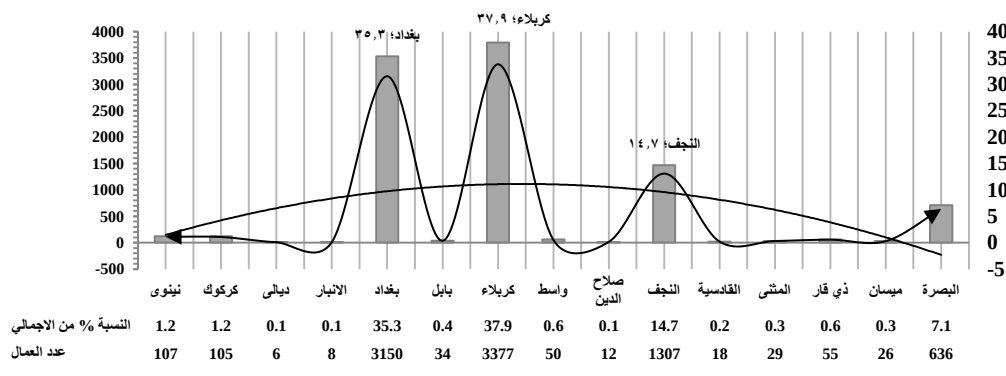
الشكل -58 عدد ونسب العاملين في السياحة من عدد العاملين الكلي في العراق (2010-2019)



المصدر: الشكل من عمل الباحث بالاعتماد على وزارة التخطيط، الجهاز المركزي للإحصاء، مديرية احصاء السكان والقوى العاملة (2007-2019)، صفحات مختلفة.

اما بيانات الشكل (59) فتبين أعداد العاملين في السياحة على مستوى المحافظات، إذ بلغ إجمالي عدد العاملين في العراق (8920) عاملاً في العام 2019، استحوذت محافظة كربلاء المقدسة على المرتبة الأولى في عدد عاملها البالغ (3377) عاملاً ونسبة بلغت (37.9%) من إجمالي العاملين في القطاع السياحي، جاءت ثانياً محافظة بغداد بعدد بلغ (3150) عاملاً، إذ شكلوا (35.3%) من الاجمالي في القطاع السياحي، أما محافظة النجف الأشرف فحصلت على المرتبة الثالثة بعدد عاملين بلغ نحو (1307) عمال، ونسبة (14.7%)، في حين محافظة البصرة لم تستحوذ على نسبة أكثر من (7.1%)، وبعدها عاملين بلغ نحو (636) عاملاً.

الشكل -59 - التوزيع الجغرافي لعدد العاملين في القطاع السياحي على مستوى المحافظات لعام 2019



المصدر: الشكل من عمل الباحث بالاعتماد على وزارة التخطيط، الجهاز المركزي للإحصاء، مديرية إحصاء التجارة، تقرير مسح الفنادق ومجمعات الإيواء السياحي، 2019.

(2-3) قياس القدرة التنافسية للقطاع السياحي في العراق للمدة

(2019-2015)

يُعد قطاع السياحة اليوم وكما تم توضيحه أحد البدائل المهمة بالنظر إلى العوائد المالية الكبيرة التي يوفرها في الأمدين المتوسط والبعيد، وفي الوقت الذي يحتل فيه قطاع السياحة مكانة مهمة جداً في بعض البلدان نجده في العراق على الرغم من تمتعه بمقومات تجعله من البلدان السياحية الرائدة سواء كانت هذه المقومات طبيعية أم تاريخية أم دينية لكن بقيت مكانته في السوق الدولي للسياحة ضعيفة جداً أو تكاد تكون معدومة وهذا يعود إلى: غياب الاحترافية في الميدان السياحي، وعدم توافر إدارة ذات فكر وتصور إستراتيجي يتميز بالابداع لإظهار النشاط السياحي على اقل تقدير ضمن مؤشرات القدرة التنافسية للبلدان العربية.

لذا ارتأى الباحث وضع أساس لقياس القدرة التنافسية للقطاع السياحي العراقي يعتمد عليه من يأتي خلفه لتوضيح مدى التطور الذي سيصيب القدرة التنافسية لهذا القطاع في السنوات القادمة ومن ثم تقييم هذا التطور ومدى فاعليته، ولهذا اختار الباحث كل من دول العينة (الإمارات، مصر، تونس) كدول مقارنة مع القطاع السياحي العراقي في عملية القياس، وتم تجميع البيانات وتنميطها من خلال نمطية المنتدى الاقتصادي العالمي للتنافسية القطاع السياحي وبحسب معادلات التنميط التالية باستخدام برنامج (Excel) (Calderwood, 2019: 86):

$$\text{المؤشر} = 6 \times \frac{(\text{قيمة البلد} - \text{أدنى قيمة})}{(\text{أعلى قيمة} - \text{أدنى قيمة})} + 1$$

المقياس هو من (1-7) إذ أن ارتفاع قيمة المؤشر يعني حالة إيجابية للقطاع وانخفاضه يُعد حالة سلبية للقطاع.

لكن في بعض المؤشرات فإن ارتفاع قيمة المؤشر يعني حالة سلبية للقطاع مثل مستويات أسعار الوقود، ولهذا فإن معادلة التنميط تصبح كالآتي:

$$\text{المؤشر} = 7 - \frac{(\text{قيمة البلد} - \text{أدنى قيمة})}{(\text{أعلى قيمة} - \text{أدنى قيمة})} \times 6$$

بحيث 1 و 7 مائزات تتوافق مع الأسوأ والأفضل. وبموجب هاتين المعادلتين فإنه يتم تحويل كل متغير إلى المجال نفسه بحيث تعطى أدنى قيمة للمؤشر الأولي المحتسب (1)، وأعلى قيمة (7)، ويتم تجميع متوسطات المؤشرات الأولية للحصول على المؤشرات الفرعية، ثم يتم تجميع المؤشرات الفرعية وأخذ متوسطها للحصول على العوامل الأساسية التي بدورها يتم تجميعها وأخذ المتوسط لها للوصول إلى مؤشر التنافسية الإجمالي.

﴿ الفصل الثالث ﴾ تحليل واقع القطاع السياحي في العراق وقياس قدرته التنافسية

ومن هذه المقدمة سيتم قياس محددات القدرة التنافسية للقطاع السياحي في العراق من أجل تحقيق الغاية المرجوة من البحث قدر الإمكان. وكما بينا سابقاً أن هناك (4) مؤشرات رئيسة للقدرة التنافسية المؤثرة في قطاع السياحة والسفر التي حددها المنتدى الاقتصادي العالمي للسياحة والسفر، وفصل التقرير العالمي هذه المؤشرات الرئيسية في (14) مؤشراً فرعياً، إذ يتم حسابها على أساس البيانات المستمدة من مسح الرأي (أي بالاعتماد على استبيان الرأي التنفيذي للمنتدى الاقتصادي العالمي)، فضلاً عن البيانات الكمية التابعة لمؤسسات رصينة وعلى درجة من الموثوقية وهذا ماسيعتمد عليه الباحث في قياس هذه المؤشرات في حين سيتم إهمال المؤشرات التي تخضع لبيانات الرأي التنفيذي. لكن قبل البدء بتوصيف المؤشرات التنافسية، نبدأ أولاً بتوضيح نتائج قياس المؤشر الكلي للقدرة التنافسية لقطاع السياحة والسفر العراقي، الذي تم قياسه من قبل الباحث لمتوسط المدة (2015-2019) من خلال الجدول (51).

جدول- 51- نتائج قياس مؤشر تنافسية القطاع السياحي الإجمالي للعراق ودول العينة لمتوسط المدة (2015-2019)

المؤشرات	Iraq	UAE	Egypt	Tunisia
مؤشر بيئة العمل	1.60	6.54	4.36	5.14
مؤشر الامن والسلامة	1.00	7.00	3.84	4.71
مؤشر الصحة والنظافة	2.2	6.4	5.0	4.9
مؤشر الموارد البشرية وسوق العمل	1.0	6.3	4.8	5.7
مؤشر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات	1.1	7.0	3.0	2.6
مؤشر تحديد اولويات الحكومة للسياحة والسفر	1.0	6.1	6.0	5.2
مؤشر الانفتاح الاقتصادي	1.00	5.20	4.66	4.97
مؤشر تنافسية الأسعار	4.4	2.4	6.9	5.0
مؤشر الاستدامة البيئية	4.0	5.4	3.5	5.3
مؤشرات البنية التحتية للنقل الجوي	1.00	5.80	4.50	2.12
مؤشر البنية التحتية للنقل البري والبحري	1.03	6.84	2.13	2.65
مؤشر البنية التحتية للخدمات السياحية	1.0	7.0	4.0	3.4
مؤشر الموارد الطبيعية	4.0	4.0	6.1	4.8
مؤشر الموارد الثقافية	4.4	3.7	5.5	3.2
مؤشر التنافسية الإجمالي	2.05	5.69	4.60	4.26
الترتيب	4	1	2	3

المصدر: الجدول من عمل الباحث اعتماداً على قيم جداول الملحق (2).

نلاحظ من خلال ما تم عرضه من نتائج ترتيب المؤشر الكلي للعراق ودول العينة كيف أن العراق احتل المراتب الأخيرة في معظم المؤشرات التي تم قياسها من قبل الباحث، ومن ثم تُعد هذه المراتب نتيجة طبيعية في ظل الواقع المتدني الذي يشهده الاقتصاد العراقي والقطاع السياحي بصورة خاصة وهذا يعود إلى: عدم وجود إستراتيجية واضحة المعالم والأهداف في المجال السياحي، فضلاً عن موقع السياحة في الاقتصاد الوطني، وغياب الاحترافية في الميدان السياحي لإظهاره على اقل تقدير ضمن مؤشرات القدرة التنافسية في التقارير الدولية.

﴿ الفصل الثالث ﴾ تحليل واقع القطاع السياحي في العراق وقياس قدرته التنافسية

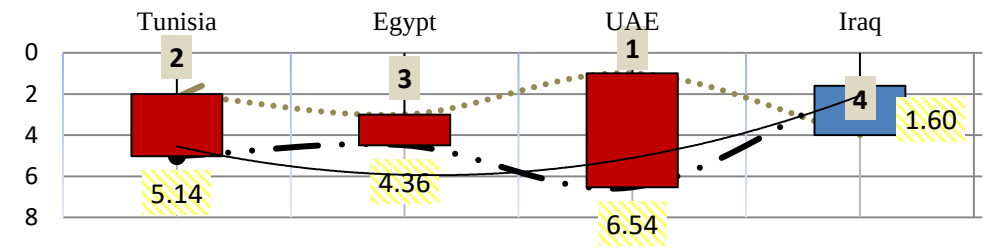
وسوف يتم تقسيم المؤشر الكلي للتنافسية السياحية إلى المؤشرات الرئيسية والفرعية التالية:

3-2-1: قياس مؤشر البيئة التمكينية:

ينطوي تحت هذا المؤشر مجموعة من المؤشرات الرئيسية والفرعية وتتمثل بالآتي:

أولاً- مؤشر بيئة العمل: احتل العراق المرتبة الأخيرة (رابعاً) بين دول العينة في المؤشر المعد من قبل الباحث للأعوام (2015-2019) بعدد قيم بلغت (1.60) نقطة، فيما حلت دولة الإمارات في المرتبة الأولى بعدد قيم (6.54) نقطة، بعدها كل من تونس ومصر بعدد قيم (5.14)، (4.36) نقطة على التوالي. ومن ثم هذا يبين ضعف المرتبة والنقاط التي حصل عليها العراق ضمن هذا المؤشر وهذا يعود إلى تدني نسبة الاستثمارات المحلية والأجنبية نتيجة لعوامل عديدة أهمها، عدم الاستقرار السياسي الذي عانى منه العراق نتيجة للحروب والحصار الاقتصادي، فضلاً عن عدم الاستقرار الأمني الذي شهدته بعد عام 2003 وغياب سلطة القانون مما أدى إلى وجود مناخ استثماري غير ملائم.

الشكل - 60 - قياس مؤشر بيئة الأعمال للعراق ودول العينة لمؤشر المدة (2015-2019)



المصدر: الشكل من عمل الباحث بالاعتماد على بيانات الجدول (51).

ينقسم هذا المؤشر إلى مجموعة من المؤشرات الفرعية منها ما اعتمد على بيانات مسح الرأي والتي تم اهمالها ومنها ما اعتمد على بيانات كمية تم قياسها وكما يبينها الجدول (52) للأعوام (2015-2019).

الجدول - 52 - قياس مؤشر بيئة الأعمال للعراق ودول العينة لمؤشر المدة (2015-2019)

Tunisia	Egypt	UAE	Iraq	مؤشر بيئة العمل/ المؤشرات الكمية
4.66	1.90	7.00	1.00	الوقت اللازم للتعامل مع تصاريح البناء (أيام)
4.75	7.00	6.00	1.00	تكلفة التعامل مع تصاريح البناء %
6.49	5.72	7.00	1.00	وقت بدء العمل (أيام)
7.00	6.34	5.35	1.00	تكلفة التعامل مع العمل التجاري %
1.00	3.01	7.00	4.62	اجمالي معدل الضريبة (% من الارباح التجارية)
6.91	2.21	6.79	1.00	مؤشر سهولة الحصول على القروض %
5.14	4.36	6.52	1.60	النقاط
2	3	1	4	الترتبة

المصدر: الجدول من عمل الباحث بالاعتماد على بيانات الملحق (2)، جدول (1).

﴿ الفصل الثالث ﴾ تحليل واقع القطاع السياحي في العراق وقياس قدرته التنافسية

مؤشر الوقت اللازم للتعامل مع تصاريح البناء (أيام): يقيس هذا المؤشر متوسط المدة (بعدد الأيام) التي يشير الخبراء المحليون إلى أنها ضرورية من الناحية العملية للأعمال التجارية لبناء مشروع. تأخذ المدة في الاعتبار الإجراءات التالية: الحصول على جميع المستندات الخاصة بالمشروع ذات الصلة وتقديمها على سبيل المثال (مخططات البناء وخرائط الموقع، تعيين مشرفين أو مهندسين أو مفتشين خارجيين، الحصول على جميع الموافقات والتراخيص والتصاريح والشهادات اللازمة للموقع، إرسال جميع الإخطارات المطلوبة، وطلب واستلام كافة الفحوصات اللازمة وكافة إجراءات الحصول على توصيلات المياه والصرف الصحي، وغيرها من الإجراءات الأخرى. مثلما نلاحظ حصل العراق على المرتبة (4) بين دول العينة بعدد قيم (1.0) نقطة في التقرير (2015-2019)، إذ بلغ متوسط المدة للتعامل مع تصاريح البناء في العراق (162) يوماً، في حين كانت (49) يوماً في دولة الإمارات وهذا ما جعلها تحتل المرتبة الأولى تليها كل من تونس ومصر (93)، (145) يوماً على التوالي، ومن ثم إن تراجع هذا المؤشر سوف يضعف من الفرص الربحية للمستثمرين وضياح الكثير من الوقت نتيجة الروتين الإداري الذي سوف يواجهه المستثمر والذي قد يتطلب دفع الرشاوى والعمولات لغرض تنفيذ العقود وإكمال المعاملات.

مؤشر تكلفة التعامل مع تصاريح البناء (%): يقيس هذا المؤشر التكلفة المرتبطة بالإجراءات اللازمة للأعمال التجارية وتسجيل التكلفة كنسبة مئوية من قيمة العمل التجاري. حصل العراق على المرتبة الأخيرة بين دول العينة بعدد قيم (1.0) نقطة وبمتوسط نسبة مئوية (4.0%)، فيما احتلت دولة مصر المرتبة الأولى بعدد قيم (7.0) نقطة وبنسبة (1.6%)، تليها دولة الإمارات بعدد قيم بلغت (6.0) نقطة وبنسبة (2.0%)، فيما احتلت تونس ثالثاً بعدد قيم (4.75) نقطة وبنسبة (2.5%).

مؤشر وقت بدء العمل (أيام): يقيس هذا المؤشر متوسط المدة التي يشير محامو التأسيس أنها ضرورية لإكمال إجراءات بدء العمل مع الحد الأدنى من المتابعة مع المؤسسات الحكومية وبدون مدفوعات إضافية. حصل العراق على المرتبة الأخيرة بين دول العينة بعدد قيم (1.0) نقطة وبمتوسط عدد أيام (29.50) يوماً، فيما احتلت دولة الإمارات المرتبة الأولى بعدد قيم بلغت (7.0) نقطة وبمتوسط عدد أيام (6) أيام، تليها دولة تونس بعدد قيم (6.49) نقطة وبمتوسط (8) أيام، حلت مصر ثالثاً بعدد قيم (5.72) نقطة وبمتوسط (11) يوماً.

تكلفة التعامل مع العمل التجاري (نسبة مئوية): يقيس هذا المؤشر جميع الرسوم الرسمية للخدمات القانونية أو المهنية إذا كانت هذه الخدمات مطلوبة بموجب القانون، وتسجل هذه التكلفة كنسبة مئوية من الدخل القومي الإجمالي للفرد. أيضاً نلاحظ حصول العراق على المرتبة الأخيرة بعدد قيم (1.0) نقطة وبمتوسط نسبة مئوية بلغت (34.80%)، فيما احتلت تونس المرتبة الأولى بعدد قيم (7)

﴿ الفصل الثالث ﴾ تحليل واقع القطاع السياحي في العراق وقياس قدرته التنافسية

نقطة وبمتوسط نسبة (4.70%)، تليها كل من مصر والإمارات بعدد قيم (6.34)، (5.35) نقاط وبمتوسط نسب (8%)، (13.0%) على التوالي.

كما حل العراق أخيراً في مؤشر سهولة الحصول على القروض بعدد قيم (1.0) نقطة، إذ بلغ معدل الائتمان الممنوح للقطاع الخاص خلال المدة (2015-2019) نحو (18) مليار دولار وبنسبة مئوية بلغت (9.80%) من الناتج المحلي الإجمالي وهي نسبة منخفضة جداً تعكس مدى صعوبة الحصول على القروض، وإذا ما قارنا نسبة وحجم الائتمان المقدم مع دول العينة نجد أن دولة الإمارات بلغت (77.57%) بحجم ائتمان مقدم للقطاع الخاص بلغ (308) مليار دولار للمدة نفسها، مصر بنسبة (24.02%) بحجم ائتمان (73) مليار دولار (صندوق النقد العربي، 2020: 16). ومن ثم يمكن القول أن أحد أسباب صعوبة حصول القطاع الخاص على الائتمان في العراق هو ضعف مساهمة المصارف في تطوير قطاعها المالي، على الرغم من وجود كم من المصارف البالغ عددها (81)، مصرفاً منها (8) حكومي، و(24) مصرفاً اهلياً، و(28) مصرفاً إسلامياً، فضلاً عن (21) فرعاً لمصرف أجنبي، وتعد هذه النسبة هي الأعلى مقارنةً بعدد من دول المنطقة، إذ بلغ عدد المصارف في تركيا (43) مصرفاً، مصر (41) مصرفاً السعودية (31) مصرفاً، إيران (30) مصرفاً، الأردن (26) مصرفاً، فيما بلغ عدد المصارف المسجلة في دولة عظمى مثل بريطانيا (54) مصرفاً فقط (وكالة الصحافة المستقلة، 2020: 1). ومن ثم كان من المفترض أن يوازي هذا العدد من المصارف في العراق حجم نشاطها التجاري لكن يبدو أن ملف المصارف العراقية من الملفات الشائكة التي تحتاج إلى تفسير.

أما بالنسبة لمؤشر حجم السوق فقد أعتمد في تقارير المنتدى الاقتصادي العالمي على بيانات مسح الرأي ولهذا لم يستطع الباحث قياسه من خلال نمطية المنتدى لكن كان لابد من تحليل هذا المؤشر من خلال البيانات الكمية المحلية التي تبين حجم التجارة الخارجية والانكشاف الاقتصادي* من خلال بيانات الشكل (61) الذي يوضح أن متوسط حجم التجارة الخارجية للمدة (2007-2019) بلغت كمعدل (124,666) مليار دينار مع وجود النفط الخام، في حين بلغت كمعدل (51,064) مليار دينار بدون النفط، أما مؤشر الانكشاف الاقتصادي فكان كمعدل (61%) مع وجود النفط خلال المدة (2007-2019)، وسجل ارتفاعاً خلال العام 2008 بلغ (74%)، مما يعكس مستوى عالياً من التبعية والتأثر

$$DE = \sqrt{\sum_{i=1} \left(\frac{Xi+Mi}{GDP} \right)^2} \times 100$$

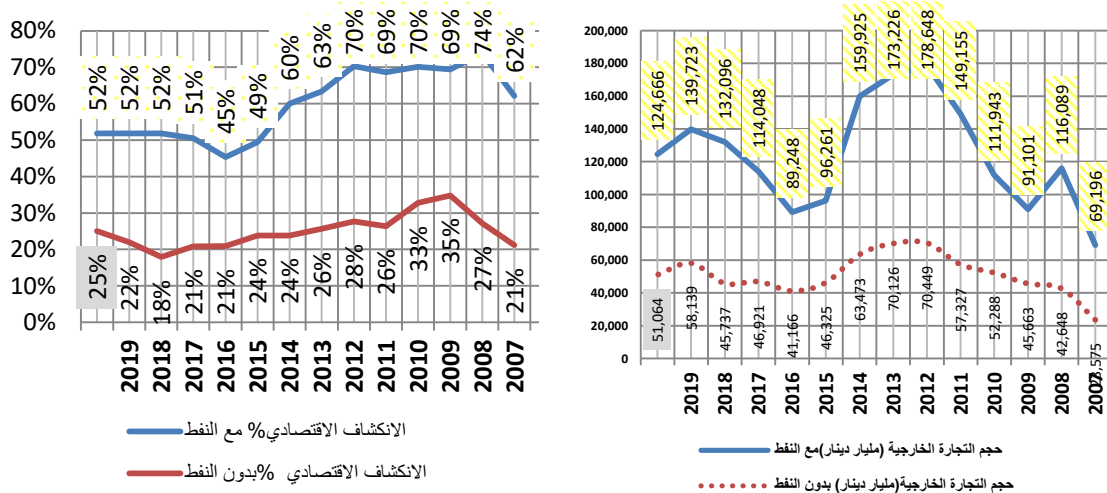
* يحسب مؤشر الانكشاف الاقتصادي على وفق الصيغة الآتية:

حيث إن (DE): تمثل الانكشاف الاقتصادي (Disclosing Economic)، (Xi) الصادرات، (Mi) تمثل الواردات. يبين هذا المؤشر مجموع الصادرات التي تباع للخارج مضافاً إليها ما يستورد من الخارج مقسوماً على الناتج المحلي الإجمالي، فإذا كان ما ينفق وما يستورد البلد من الخارج تمثل نسبة كبيرة فهذا يدل على اعتماد البلد على الخارج والخضوع للقوى المهيمنة على هذه الأسواق، للمزيد انظر: (رسن، ومصعب، 2021، 162).

﴿ الفصل الثالث ﴾ تحليل واقع القطاع السياحي في العراق وقياس قدرته التنافسية

بالتغيرات المتتالية من الخارج، أما درجة الانكشاف الاقتصادي بدون النفط فكانت كمعدل (25%) خلال مدة الدراسة الجزء الأكبر منها هو من جانب الاستيرادات بسبب استبعادنا صادرات النفط الخام العراقية ومن ثم تظهر هذه النسبة أيضاً التبعية وتتأثر بالأزمات والعوامل الخارجية.

الشكل - 61- مؤشرات حجم التجارة الخارجية والانكشاف الاقتصادي في العراق للمدة (2019-2007)



المصدر: الشكل من عمل الباحث اعتماداً على بيانات الملحق (3) جدول (1)، و(2).

مؤشر إجمالي معدل الضريبة: يقيس هذا المؤشر مدى تأثير الضرائب في حوافز العمل في الدولة، يعني إلى أي مدى تقلل الضرائب من الحافز على العمل، أيضاً تسجل كنسبة مئوية من الأرباح التجارية. حصل العراق على المرتبة الثانية بعدد نقاط (4.62) وبمتوسط نسبة (30.72%)، فيما حلت الإمارات أولاً بعدد قيم (7) نقاط وبمتوسط نسبة (11%)، والتي صنفت من أقل دول العالم فرضاً للضرائب الجبائية، كما جاءت مصر ثالثاً بعدد قيم (3.01) نقاط وبمتوسط نسبة (43.93%)، فيما حلت دولة تونس بالمرتبة الأخيرة بعدد قيم (1.0) نقطة وبمتوسط نسبة (60.35%). وفي دراسة عدت عن الضرائب في العراق من قبل الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية، إن النظام الضريبي في العراق تعثره الكثير من المشكلات التي منها (البنك الدولي، تقييم مناخ الاستثمار في العراق، 2012: 57):-

أ- لا يقدم إرشادات كافية بشأن متطلبات الامتثال، إذ يعطي موظفي إدارة الضرائب صلاحيات تقديرية واسعة مع اتساق التنفيذ.

ب- افتقار النظام إلى الحيادية وهو مفرط في التعقيد وعدم الدقة.

ت- ضعف القانون وعدم وحدته.

ث- لم يتم تصميمه بما يتناسب مع اقتصاد سوق لا مركزي حديث.

﴿ الفصل الثالث ﴾ تحليل واقع القطاع السياحي في العراق وقياس قدرته التنافسية

وإذا ما اخذنا ترتيب العراق في مؤشر سهولة الأعمال الذي يعد أحد التقارير الدولية لمجموعة البنك الدولي، نلاحظ أن ترتيب العراق جاء في المرتبة (177) من بين (190) دولة في عام 2019، إذ حصل على المرتبة (155) في مؤشر بدء المشروع التجاري، (103) مؤشر التعامل مع تراخيص البناء، (126) مؤشر الحصول على الكهرباء، (113) مؤشر تسجيل الملكية، (186) مؤشر الحصول على الائتمان، (125) حماية المستثمرين، (129) مؤشر دفع الضرائب، (181) مؤشر التجارة عبر الحدود، (143) مؤشر تنفيذ العقود ، (168) مؤشر اغلاق المشروع (World Bank, Doing business 178: 2019).

ومن ثم أسهم هذا الضعف في بيئة الاعمال في العراق إلى انخفاض حجم أرصدة الاستثمارات الأجنبية المباشرة التي لم تتخط (10) مليار دولار عام 2019 مشكلة حوالي (3%) من القيمة الإجمالية لأرصدة الاستثمار الأجنبي الوافد للعالم العربي للعام نفسه (المؤسسة العربية لضمان الإستثمار وائتمان الصادرات، 2020: 68). كما بلغ عدد مشروعات الإستثمار الأجنبي المباشر خلال المدة (2015-2019) نحو (115) مشروعاً يتم تنفيذها من قبل (96) شركة أجنبية وعربية، وتشير التقديرات بأن التكلفة الإستثمارية الإجمالية تبلغ (20.292) مليون دولار لتلك المشروعات، وجاءت كل من روسيا والإمارات والولايات المتحدة على التوالي في قائمة أهم الدول المستثمرة في العراق خلال المدة المذكورة انفاً، وتركزت الإستثمارات الواردة في كل من قطاع النفط والغاز (13,826) مليون دولار، القطاع العقاري (3,193) مليون دولار، البناء ومواد البناء (782) مليون دولار، الفنادق والسياحة (685) مليون دولار، المعادن (667) مليون دولار، الاتصالات (327) مليون دولار، الخدمات المالية (317) مليون دولار، التخزين (294) مليون دولار، خدمات الاعمال (117) مليون دولار، السيارات (84) مليون دولار (المؤسسة العربية لضمان الإستثمار وائتمان الصادرات، 2020، 70).

جدول - 53- أهم الدول المستثمرة في العراق للأعوام (2015-2019)

الدولة	التكلفة (مليون دولار)	عدد المشاريع	عدد الشركات
روسيا	8,966	7	4
الإمارات	4,865	18	14
الولايات المتحدة	2,102	13	11
هولندا	850	1	1
كندا	850	1	1
الهند	457	2	2
التشيك	450	1	1
الأردن	282	8	6
الفلبيين	230	2	2
الكويت	205	2	2
أخرى	1,035	60	52
المجموع	20,292	115	96

المصدر: المؤسسة العربية لضمان الإستثمار وائتمان الصادرات، تقرير مناخ الإستثمار في الدول العربية، 2019، ص 70.

﴿ الفصل الثالث ﴾ تحليل واقع القطاع السياحي في العراق وقياس قدرته التنافسية

ومن ثم فهذا الضعف من حيث ترتيب العراق دولياً في جميع التقارير الدولية، فضلاً عن ضعف حجم الاستثمار المباشر الداخل إلى العراق، ما يعني أحد أهم أسباب هذا التراجع هو نقشي ظاهرة الفساد في جميع أركان ومؤسسات الدولة العراقية، لما له من مخاطر على تنافسية الاقتصاد وتقليل ثقة المستثمرين بمصداقية الدولة المضيفة للاستثمارات، فقد بينت أحد الدراسات باستخدام مؤشر الدليل الدولي للمخاطر أن للفساد آثاراً سلبية في البيئة الاستثمارية والنمو الاقتصادي، فالتحليل الانحداري يبين أنه إذا كانت دولة ما في نقطة منتصف سلم قياس الفساد، وإذا تمكنت من تقليل آثار الفساد بنسبة (30%)، فإن هذا يؤدي إلى ارتفاع معدل الاستثمارات بنسبة (4%)، وإلى ارتفاع بمقدار نصف نقطة مئوية في المعدل السنوي لنمو حصة الفرد من الناتج المحلي الإجمالي (الصالح، 2006: 3)، وقد أثبتت هذه النتيجة مؤسسة الشفافية العالمية لمؤشر مدركات الفساد الذي يميز بين الدول من خلال مقدرتها على مكافحة الفساد، والجدول (54) يوضح ترتيب العراق عربياً وعالمياً في مؤشر الفساد.

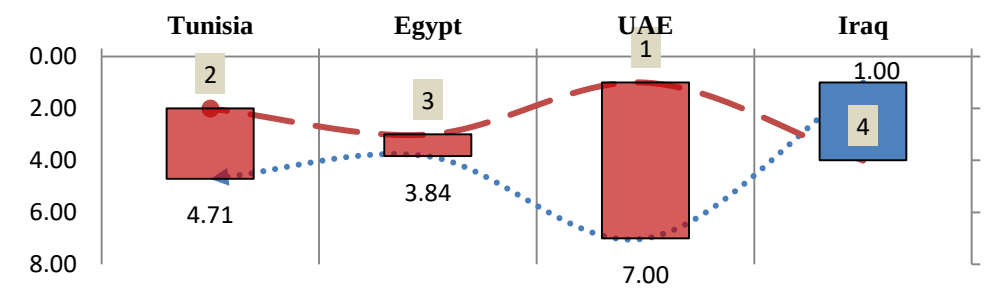
الجدول- 54- مؤشر مدركات الفساد في العراق مقارنة مع دول العالم للأعوام (2007-2019)

السنة	عدد البلدان المشاركة	تسلسل العراق على المستوى العالمي	تسلسل العراق على المستوى العربي	عدد البلدان العربية المشاركة
2007	180	178	16	17
2010	178	175	15	17
2015	167	161	15	17
2019	180	162	16	21

المصدر : منظمة الشفافية الدولية، مؤشر مدركات الفساد، على الموقع الإلكتروني www.trasparency.org

ثانياً- مؤشر الأمن والسلامة: من خلال بيانات الشكل (62) نلاحظ أن العراق احتل المرتبة الأخيرة (رابعاً) بين دول العينة في هذا المؤشر بعدد قيم بلغت (1.0) نقطة، فيما حلت دولة الإمارات المرتبة الأولى بعدد قيم (7.0) نقطة، وجاءت تونس ثانياً بعدد قيم (4.71) نقطة، تليها مصر بعدد قيم بلغت نحو (3.84) نقاط.

الشكل - 62- قياس مؤشر الأمن والسلامة للعراق ودول العينة لمتوسط المدة (2015-2019)



المصدر: الشكل من عمل الباحث بالاعتماد على بيانات الجدول (51).

﴿ الفصل الثالث ﴾ تحليل واقع القطاع السياحي في العراق وقياس قدرته التنافسية

وقد تم قياس هذا المؤشر من خلال مجموعة من المؤشرات الفرعية وكما يبينها الجدول (55) للأعوام (2015-2019) من حيث المرتبة والقيمة.

مؤشر وقوع الارهاب: تم إنشاء هذا المؤشر على أساس البيانات الواردة في قاعدة بيانات الإتحاد الوطني لدراسة الإرهاب والردود على الإرهاب (STAR). إذ يبين هذا المؤشر متوسط العدد الإجمالي للهجمات الإرهابية للدولة وإجمالي ضحايا الإرهاب (القتلى والجرحى). ومن خلال نتائج قياس بيانات الجدول (55) نلاحظ أن العراق حصل على المرتبة الأخيرة بعدد قيم (1.0) نقطة، إذ حلت ثلاثة دول عربية في قاعدة بيانات (START) ضمن قائمة الدول الأكثر ارباباً وهي العراق الذي حل ثانياً، وسوريا التي حلت رابعاً، واليمن التي حلت ثامناً (Global Terrorism Index, 2019:1).

مؤشر معدل جرائم القتل (لكل 100000 شخص): يقوم مكتب الأمم المتحدة المعني بالمخدرات والجريمة (UNODC) بجمع إحصائيات عن حوادث القتل في جميع أنحاء العالم، وجمع المعلومات من المصادر الوطنية وكذلك المؤسسات الدولية الأخرى مثل الإنتربول، ومنظمة الدول الأمريكية، واليونسيف، ومنظمة الصحة العالمية (WHO). ومثلما نلاحظ أيضاً حصول العراق على المرتبة الأخيرة بعدد قيم (1.0) نقطة وبمعدل جريمة قتل بلغ (12.04) لكل (100000 شخص)، فيما حلت دولة الإمارات أولاً بعدد قيم (7.00) نقطة، وبمعدل (0.70) لكل (100000 شخص)، تليها كل من تونس ومصر بعدد قيم (5.7) نقطة وبمعدل (3.10) و (3.20) لكل (100000 شخص).

ومن ثم أن طول الحدود البرية للعراق ووجوده في منطقة مشتتة بالأزمات السياسية والأمنية، وكذلك النشاط المتزايد للجماعات الإجرامية والحركات الإرهابية، فضلاً عن تفشي ظاهرة السلاح المنفلت، وعدم وجود الرادع القانوني الكافي وقصور التشريعات ودخول الكثير من المواد المخدرة التي تعد من أهم الأسباب المباشرة التي تؤدي إلى الإجرام وغيرها، كل هذه التحديات ستكون سبباً في عدم الاستقرار الأمني ومن ثم تراجع القدرة التنافسية للقطاع السياحي وجميع قطاعات الدولة.

الجدول-55 - قياس مؤشر الأمن والسلامة للعراق ودول العينة لمتوسط المدة (2015-2019)

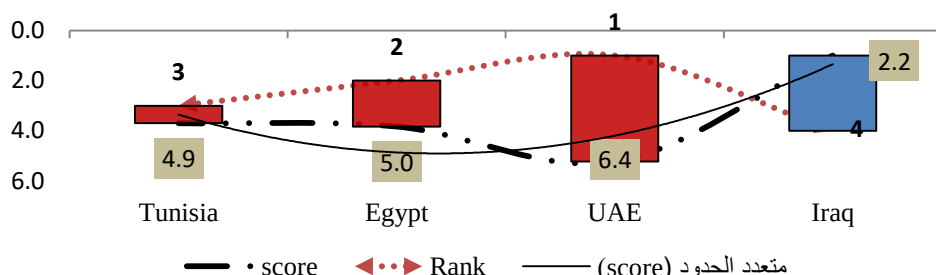
Tunisia	Egypt	UAE	Iraq	مؤشر السلامة والأمن / المؤشرات الكمية
3.7	2.0	7.0	1.0	مؤشر وقوع الارهاب (ترتيب)
5.7	5.7	7.0	1.0	معدل جرائم القتل (لكل 100000 شخص)
4.71	3.84	7.00	1.00	القيمة
2	3	1	4	الترتيب

المصدر: الجدول من عمل الباحث بالاعتماد على بيانات الملحق (2)، جدول (2).

﴿ الفصل الثالث ﴾ تحليل واقع القطاع السياحي في العراق وقياس قدرته التنافسية

ثالثاً- مؤشر الصحة والنظافة: نلاحظ من خلال بيانات الشكل (63) أن العراق حصل على المرتبة الأخيرة بين دول العينة بعدد قيم بلغت (1.0) نقطة، فيما حلت الإمارات أولاً بعدد قيم بلغت (5.2) نقاط، حلت مصر بالمرتبة الثانية بعدد قيم (3.8) نقاط، بعدها تونس بالمرتبة الثالثة بقيمة (3.7) نقاط.

الشكل - 63- قياس مؤشر الصحة والنظافة للعراق ودول العينة لمتوسط المدة (2015-2019)



المصدر: الشكل من عمل الباحث بالاعتماد على بيانات الجدول (51).

وقد تم قياس هذا المؤشر بالاعتماد على (5) متغيرات كمية كما في الجدول (56):

حصل العراق على المرتبة الأخيرة (4) بين دول العينة في مؤشر كثافة الأطباء لكل (1000/ شخص)، إذ بلغ عدد الأطباء البشريين في القطاع الصحي العراقي خلال متوسط المدة نحو (12522) طبيباً وبمعدل (0.3) طبيب لكل (1000) من السكان، كما بلغ إجمالي عدد هيئة التمريض (78588) ممرضاً وبمعدل (1.9) ممرض لكل (1000) من السكان (وزارة التخطيط، الجهاز المركزي للإحصاء، المجموعة الإحصائية (2018-2019)، الإحصاءات الصحية، الباب العاشر: 9-15).

ايضاً حل العراق أخيراً من حيث الترتيب في مؤشر عدد الأسرة البالغ عددها في المستشفيات خلال متوسط المدة (42782) سريراً، وبمعدل (0.11) سرير لكل (1000) من السكان، في حين جاءت تونس أولاً من حيث الترتيب بـ (21.0) سريراً لكل (1000) من السكان (وزارة التخطيط، الجهاز المركزي للإحصاء، المجموعة الإحصائية (2018-2019)، الإحصاءات الصحية، الباب العاشر: 9-15).

حصل العراق على المرتبة الأخيرة في مؤشر الوصول الى مرافق صحية محسنة (% عدد السكان)، بعدد قيم (1.0) نقطة ونسبة (%83.5) من إجمالي السكان، في حين جاءت الإمارات أولاً بعدد قيم (7.0) نقاط ونسبة (%99.0) من إجمالي عدد السكان، تليها كل من مصر وتونس بعدد نقاط (5.6)، (2.5)، ونسب (%94.5)، (%87.5) من إجمالي عدد السكان على التوالي.

ايضاً حل العراق أخيراً في مؤشر امكانية الحصول على مياه شرب محسنة (% عدد السكان)، بقيمة بلغت (1.0) نقطة، بمتوسط نسبة سكان بلغت (%85.0) من إجمالي عدد السكان، فيما جاءت في المرتبة الأولى كل من الإمارات ومصر بحصولهما على القيم نفسها (7.0) نقاط، ونسب (%99) من

﴿ الفصل الثالث ﴾ تحليل واقع القطاع السياحي في العراق وقياس قدرته التنافسية

إجمالي عدد السكان، فيما حلت تونس ثانياً بعدد نقاط (4.4) ونسبة (93.0%) من إجمالي عدد السكان. ومن ثم أن هذا الانخفاض في شبكات توزيع المياه الصالحة في العراق يعود إلى مجمل أسباب منها (المفوضية العليا لحقوق الانسان في العراق (2019)، الحقوق الاقتصادية والاجتماعية والثقافية: 172-173):
أ- انخفاض الواردات المائية لنهري دجلة والفرات وروافدهما من (54.69) م³ للسنة المائية (2015-2016)، إلى (33.20) م³ للسنة المائية (2017-2018).

ب- انخفاض الطاقة الفعلية لمحطات تحلية الماء (RO) من (30.4) ألف م³/يوم عام 2015، إلى (18) ألف م³/يوم عام 2018.

ت- تلوث المياه، إذ بينت نتائج الفحوصات المختبرية أن نسبة الفشل الجرثومي سجلت نحو (8%) في عام 2018، من نسبة الحد المسموح (5%)، ايضاً من خلال الفحوصات الفيزيائية لوحظ ارتفاع قيمة متغير الاملاح عن المحددات النافذة في أغلب المحافظات العراقية والتي منها محافظة (البصرة، ذي قار، المثنى) وغيرها من المحافظات الجنوبية والوسطى.

ث- زيادة نسبة الضائعات المائية من (23.3%) عام 2016، إلى (24.5%) عام 2017، (وزارة التخطيط، المجموعة الإحصائية السنوية 2018، الإحصاءات البيئية: 670).

مؤشر انتشار فايروس نقص المناعة المكتسبة (% البالغين من عدد السكان): يشير انتشار فيروس نقص المناعة البشرية (المكتسبة) إلى النسبة المئوية للأشخاص الذين تتراوح أعمارهم بين (15-49) عاماً المصابين بفيروس نقص المناعة البشرية في وقت معين، بغض النظر عن وقت حدوث العدوى. نلاحظ أن كل دول العينة حصلت على عدد قيم بلغت (7.0) نقاط، ونسبة (0.10%) من الأشخاص الذين تتراوح اعمارهم (15-49).

الجدول - 56 - قياس مؤشر الصحة والنظافة للعراق ودول العينة لمتوسط المدة (2015-2019)

Tunisia	Egypt	UAE	Iraq	مؤشر الصحة والنظافة/ المؤشرات الكمية
3.5	3.2	7.0	1.0	كثافة الاطباء (1000/شخص)
2.5	5.6	7.0	1.0	الوصول الى مرافق صحية محسنة (% عدد السكان)
4.4	7.0	7.0	1.0	امكانية الحصول على مياه شرب محسنة (% عدد السكان)
7.0	2.4	4.1	1.0	أسرة المستشفيات (10000 شخص)
7.0	7.0	7.0	7.0	امتشار فايروس نقص المناعة المكتسبة (% البالغين من عدد السكان)
4.9	5.0	6.4	2.2	القيمة
3	2	1	4	الترتيب

المصدر: الجدول من عمل الباحث بالاعتماد على بيانات الملحق (2)، جدول (3).

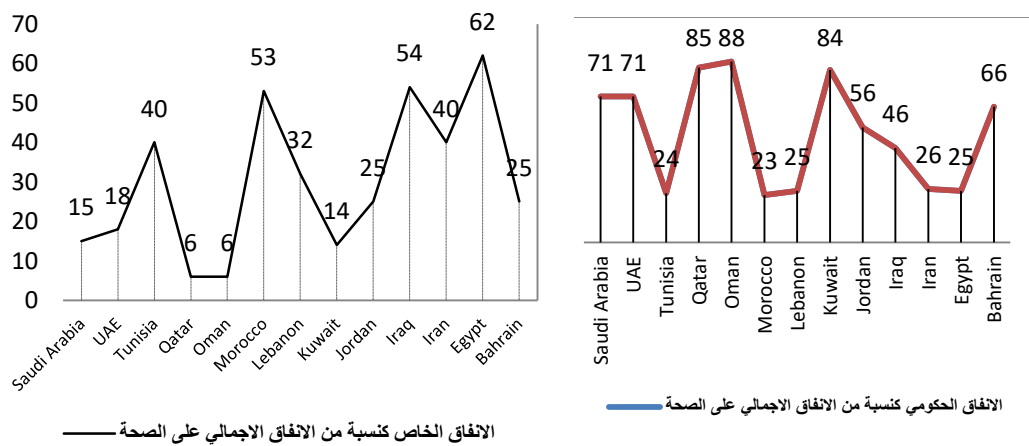
ولم يقتصر التراجع فقط في المؤشرات المذكورة انفا التي تضمنها تقرير التنافسية السياحية بل امتد ايضاً إلى باقي المؤشرات الأخرى التي تبين الحالة الصحية للدولة التي منها مؤشر متوسط العمر

﴿ الفصل الثالث ﴾ تحليل واقع القطاع السياحي في العراق وقياس قدرته التنافسية

المتوقع عند الولادة الذي بلغ (70.60) عاماً خلال المدة (2015-2019) في حين كان (77.96) عاماً في دولة الإمارات، تونس بلغ نحو (76.70) عاماً مصر بلغ (71.99) عاماً، ومن ثم نلاحظ العراق أقل دول العينة في مجال هذا المؤشر، أيضاً احتل العراق المرتبة الأخيرة في مؤشر معدل وفيات الأطفال الرضع (لكل 1000 مولود حي)، إذ بلغ نحو (21.80) طفلاً لكل 1000 مولود، الإمارات (6.40) مولود، مصر (17.30) طفلاً، تونس نحو (14.50) مولود (word bank, 2020, without a page).

وإذ ما أضفنا مؤشرين آخرين يتم اعتمادهما من قبل منظمة الصحة العالمية هما نسبة الانفاق الخاص من الانفاق الكلي على الصحة، فضلاً عن مؤشر نسبة الانفاق الحكومي من الانفاق الكلي على الصحة، واجرينا مقارنة بين العراق وبين بلدان أخرى ذات دخل عالٍ ومتوسط نلاحظ أن نسبة العراق في عام 2019 بلغت نحو (46%) من الحكومة و (54%) من القطاع الخاص، مما يعني بوضوح تحمل الأفراد العبء الأكبر مقارنةً ببلدان أخرى بلغت نسب إسهام الأفراد ضئيلة جداً مثل قطر وعمان نحو (6%)، الكويت (14%)، السعودية (15%)، مما يظهر بوضوح أثر سياسة التقشف في الواقع الصحي نتيجة الفساد المستشري في مفاصل هذا القطاع، فضلاً عن اعتماده على العوائد النفطية المتأتية من أسعار النفط، ومدى الانخفاض الحاصل في هذه الأسعار، كل هذه الأسباب وغيرها أصبح الفرد العراقي يتحمل الجزء الأكبر من عبء الانفاق الصحي.

الشكل - 64 - مقارنة الانفاق الصحي الحكومي والخاص كنسبة من الانفاق الإجمالي على الصحة مع مجموعة من دول مختارة (2019)

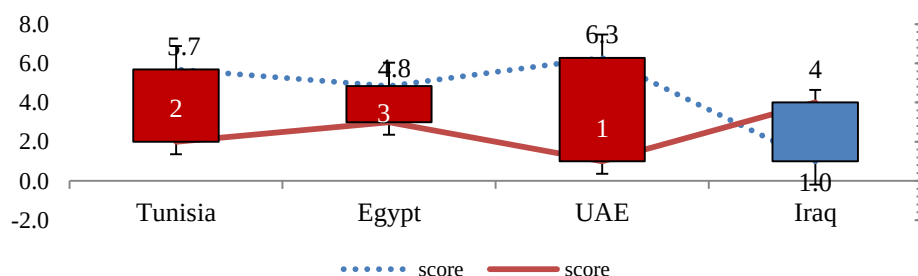


المصدر: الشكل من عمل الباحث بالاعتماد على: بيانات منظمة الصحة العالمية المنشورة على الموقع: (<http://apps.who.int/nha/database>) ، وبيانات دائرة التخطيط والموارد.

﴿ الفصل الثالث ﴾ تحليل واقع القطاع السياحي في العراق وقياس قدرته التنافسية

رابعاً - مؤشر الموارد البشرية وسوق العمل: احتل العراق المرتبة الأخيرة (رابعاً) بين دول العينة بعدد قيم (1.0) نقطة، فيما جاءت الإمارات أولاً بعدد قيم (6.3) نقطة، وجاءت تونس بالمرتبة الثانية بعدد قيم بلغت (5.7) نقطة، بعدها مصر ثالثاً نحو (4.8) نقطة.

الشكل - 65 - قياس مؤشر الموارد البشرية وسوق العمل للعراق ودول العينة لمتوسط المدة (2015-2019)



المصدر: الشكل من عمل الباحث بالاعتماد على بيانات الجدول (51).

يتم قياس هذا المؤشر بالاعتماد على (9) مؤشرات فرعية، منها (5) مؤشرات اعتمدت على بيانات مسح الرأي لا يمكن قياسها، و (4) مؤشرات اعتمدت على بيانات كمية تم قياسها من قبل الباحث وكالاتي:

الجدول - 57 - قياس مؤشر الموارد البشرية وسوق العمل للعراق ودول العينة لمتوسط المدة (2015-2019)

Tunisia	Egypt	UAE	Iraq	مؤشر الموارد البشرية وسوق العمل / المؤشرات الكمية
7.0	6.7	4.1	1	معدل الالتحاق بالتعليم الابتدائي (%)
6.0	5.6	7.0	1	معدل الالتحاق بالتعليم الثانوي (%)
4.4	3.3	7.0	1	مشاركة الإناث في القوى العاملة (%)
5.4	3.9	7.0	1	معدل الأمية للفئة العمرية (15 سنة فما فوق) %
5.7	4.8	6.3	1.0	المتوسط
2	3	1	4	الترتيب

المصدر: الجدول من عمل الباحث بالاعتماد على بيانات الملحق (2)، جدول (4).

حل العراق في المرتبة الأخيرة بين دول العينة من حيث مؤشر معدل الالتحاق بالتعليم الابتدائي (%) بعدد قيم (1.0) نقطة وبنسبة بلغت (87.7%) الى عدد السكان في سن الدراسة الرسمية، جاءت تونس في المرتبة الأولى بعدد قيم (7.0) نقطة وبنسبة (98.6%) بعدها مصر بعدد قيم (6.7) نقطة وبنسبة (98.0%) تليها دولة الإمارات بعدد قيم (4.1) نقطة وبنسبة (93.4%).

حل العراق في المرتبة الأخيرة بين دول العينة من حيث مؤشر معدل الالتحاق بالتعليم الثانوي (%)، بعدد قيم (1.0) نقطة، وبنسبة (66.5%) الى عدد السكان في سن الدراسة الثانوية، جاءت الإمارات

﴿ الفصل الثالث ﴾ تحليل واقع القطاع السياحي في العراق وقياس قدرته التنافسية

في المرتبة الأولى بعدد نقاط (7.0) ونسبة (92.3%) بعدها تونس بعدد نقاط (6.0) ونسبة (88.2%) ثم مصر بعدد قيم (5.6) نقطة ونسبة (86.1%).

مؤشر مشاركة الاناث في القوى العاملة (%)، يقيس هذا المؤشر النسبة المئوية للنساء اللواتي تتراوح أعمارهن بين (15-64) عاماً المشاركات في القوى العاملة مقسومة على نسبة الرجال الذين تتراوح أعمارهم بين (15-64) عاماً المشاركين في القوى العاملة. ايضاً حل العراق رابعاً في هذا المؤشر بعدد قيم بلغت (1.0) نقطة ونسبة (17.0%) إلى الرجال في القوى العاملة، وتصدرت الإمارات أولاً بعدد نقاط (7.0) ونسبة (50.5%)، حلت تونس ثانياً بعدد نقاط (4.4) ونسبة (35.9%) فيما جاءت مصر بالمرتبة الثالثة بعدد قيم (3.3) نقطة ونسبة بلغت (29.6%) إلى الرجال. ومن ثم أن تعليم المرأة اليوم بات أمراً ضرورياً كونه يؤثر في المستوى التعليمي وعلى صحة أفراد الأسرة، ويُعد مؤشراً على نوعية تكوين رأس المال البشري للأجيال القادمة، ومن ثم على القدرات التنافسية.

مؤشر معدل الأمية للفئة العمرية (15 فما فوق)، حصل العراق في مجال هذا المؤشر ايضاً على المرتبة الأخيرة بقيم بلغت (1.0) نقطة وبمتوسط معدل بلغ (49.9%)، في حين بلغت نسب الأمية في كل من الإمارات، مصر، وتونس نحو (6.2%)، (28.8%)، (18.2%) على التوالي.

وإذا ما اعتمدنا على مؤشرين آخرين يمكن من خلالهما معرفة كون التعليم له أولوية في توجهات الحكومة أم لا، وهما نسبة الانفاق على التعليم من إجمالي الناتج المحلي الإجمالي ونسبة الانفاق على التعليم من إجمالي النفقات العامة. إذ تتيح معرفة حجم الانفاق الحكومي الموجه للتعليم تقييم للأولوية التي توليها الحكومة لهذا القطاع بالنسبة للقطاعات العامة الأخرى، فضلاً عن التزام الحكومة بالاستثمار في تنمية رأس المال البشري. ويوضح الشكل (66) أن نسبة الانفاق على التعليم في العراق لوزارة التعليم العالي والتربية العراقية من الناتج المحلي الإجمالي خلال مدة الدراسة تراوحت بين (2%) كنسبة أدنى، و (5%) كنسبة أعلى، إذ تعكس النسبتان مستوى متدنياً من الاهتمام بهذا القطاع ولاسيما إذا ما تم مقارنتهما بدولة اقل قيمة من العراق من حيث حجم الناتج المحلي الإجمالي مثل تونس الذي استحوذ هذا القطاع على نسبة بلغت نحو (22.70%) في عام 2017، (ينظر إلى بيانات البنك الدولي).

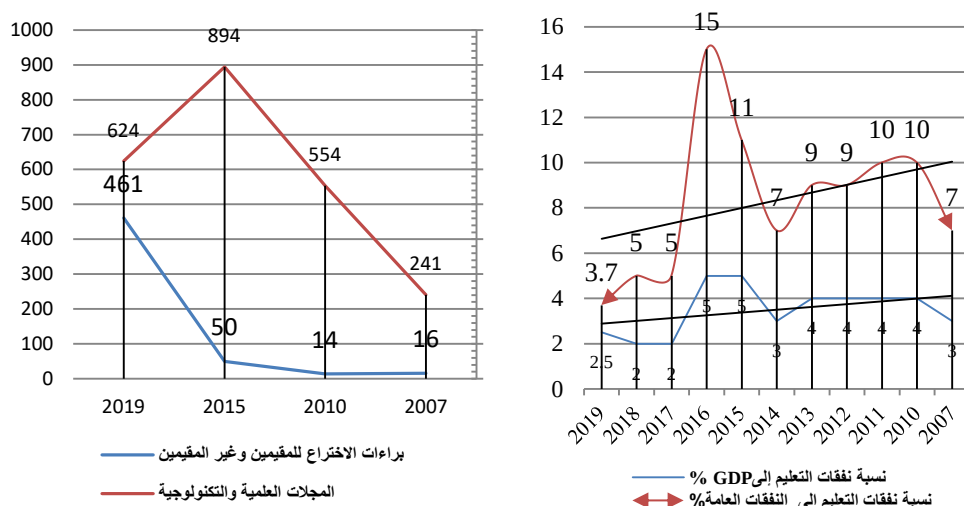
في حين تراوحت نسبتهما من إجمالي النفقات العامة بين (15%) كحد أعلى، و (3.7%) كحد أدنى عام 2019، إذ بلغت (3.04) مليارات دولار، من إجمالي الانفاق العام البالغ (91.26) مليار دولار، ومن ثم معظم هذه النسبة تُعد موازنة جارية في حين الموازنة الاستثمارية لاتشكل الكثير، ما يعني أن النسبة الأعلى تتفق كرواتب وأجور، أما المشروعات الاستثمارية فلا تحظى إلا بالقليل، ومن ثم إن ضعف التمويل يُعد أحد أهم الأسباب في ضعف البحث العلمي بشكل عام، وفي هذا السياق تمثل

﴿ الفصل الثالث ﴾ تحليل واقع القطاع السياحي في العراق وقياس قدرته التنافسية

براءات الاختراع المسجلة في وزارة التعليم العالي والبحث العلمي مؤشراً مهماً لمدى مشاركة التدريسيين عامةً في مجالات الابتكارات الجديدة. إذ نلاحظ من خلال بيانات الشكل ادناه إلى أن براءات الاختراع في العراق سجلت نحو (16) براءة اختراع عام 2007، وازداد إجمالي براءات الاختراع إلى (461) براءة اختراع عام 2019، ومن ثم في ظل وجود هذه الزيادة في الابتكارات العلمية يفترض ان تكون نسب الانفاق على البحث والتطوير بتخصيصات مالية جيدة لاستمرارية العطاء العلمي للمبتكرين والباحثين. أما المجالات العلمية التي تعد أحد أهم المقاييس المستخدمة في تقدير مستوى الإنتاج العلمي فنلاحظ انها أيضاً كانت في زيادة من (241) مجلة عام 2007 إلى (624) مجلة عام 2019، ايضاً في ظل هذه الزيادة من حيث الكم من المجالات العلمية والتكنولوجية نستنتج ان للباحثين القدرة على إنتاج بحوث اكاديمية، وان الساحة العلمية قد شهدت تنافساً بين الباحثين النشيطين في المجالات العلمية المدرجة في قواعد البيانات، ومن ثم وعلى وفق نظريتي (Mincer Jacob) عام (1958) ونظرية (Schultz Theodore) عام (1961)، أن رأس المال البشري يعد بمثابة أهمية الموارد المادية الأخرى، وأن الاستثمار في العنصر البشري هو كل إنفاق استثماري على التربية والتعليم، سوف يؤدي إلى زيادة الإنتاجية للفرد ومن ثم زيادة دخله ورفع مستوى معيشته (Barro & Baker , 1988 : 25).

الشكل -66 - نسبة الانفاق على التعليم من الناتج المحلي الاجمالي ومن إجمالي النفقات العامة ، وبراءات الاختراع

والمجلات العلمية في العراق للمدة (2019-2007)



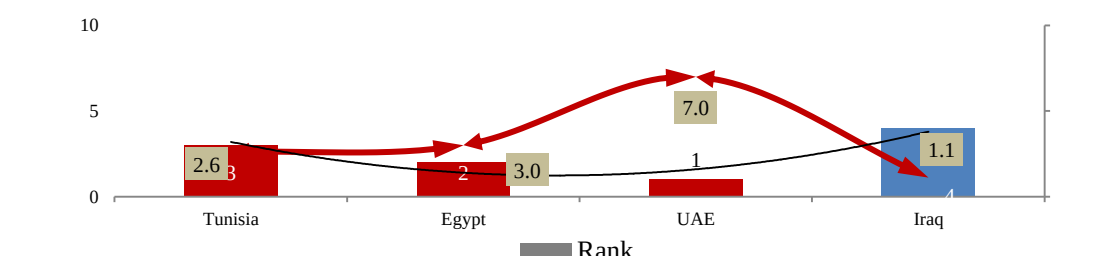
المصدر: الشكل من عمل الباحث بالاعتماد على: - وزارة المالية، دائرة المحاسبة، قسم التوحيد. - وزارة التخطيط، دائرة الحسابات القومية.

- وزارة التخطيط، الجهاز المركزي للقياس والسيطرة النوعية، مديرية براءات الاختراع والنماذج الصناعية.

﴿ الفصل الثالث ﴾ تحليل واقع القطاع السياحي في العراق وقياس قدرته التنافسية

خامساً- مؤشر جاهزية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات: احتل العراق المرتبة الأخيرة (رابعاً) بين دول العينة بعدد قيم (1.1) نقطة، فيما احتلت دولة الإمارات أولاً بقيم (7.0) نقطة، وجاءت مصر ثانياً بعدد قيم بلغت (3.0) نقطة، وجاءت تونس ثالثاً بعدد قيم (2.6) نقطة.

الشكل - 67 - قياس مؤشر جاهزية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات للعراق ودول العينة لمتوسط المدة (2015-2019)



المصدر: الشكل من عمل الباحث بالاعتماد على بيانات الجدول (51).

يرتكز هذا المؤشر على (8) مؤشرات فرعية منها (3) مؤشرات اعتمدت على بيانات مسح الرأي و (5) مؤشرات أعتمدت على بيانات كمية تم قياسها من قبل الباحث كما في الجدول (58) وكالاتي:

حل العراق أخيراً من حيث مؤشر الافراد الذين يستخدمون الانترنت كنسبة مئوية من السكان بعدد قيم (1.0) نقطة وبمتوسط نسبة بلغت (24.8%) من السكان. فيما حصلت الإمارات على المرتبة الأولى تليها كل من تونس ومصر بعدد قيم (7.0)، (3.1)، و (2.2) نقطة وبمتوسط نسب بلغت (91.2%)، (48.5%)، (37.8%) من السكان على التوالي.

أما من حيث مؤشر مشترك الانترنت ذي النطاق العريض (مشترك لكل 100 شخص) الذي يشير إلى إجمالي اشتراكات الانترنت ذات النطاق العريض الثابت (أي الاشتراكات في وصول عالي السرعة إلى الإنترنت العام) - اتصال IP / TCP - بسرعات نقل تساوي أو تزيد عن 256 كيلو بايت /ثانية). حصل العراق على المرتبة (4) بعدد قيم (1.0) نقطة وبمتوسط معدل (1.2) لكل (100 شخص)، فيما جاءت الإمارات أولاً بعدد قيم (7.0) نقطة وبمتوسط معدل (12.1)، تليها كل مصر وتونس بعدد نقاط (2.8) و (2.7) وبمتوسط معدل (4.5)، (4.3) لكل (100 شخص) على التوالي.

حل العراق أخيراً من حيث مؤشر اشتراكات الهاتف المحمول (مشترك لكل 100 شخص)، بعدد قيم (1.0) وبمتوسط معدل (95.3) لكل (100 شخص)، فيما جاءت الإمارات أولاً بقيم (7.0) نقطة وبمتوسط معدل (187.3) لكل (100 شخص)، تليها كل من تونس ومصر بقيم بلغت (3.3) و (2.0) نقطة، وبمتوسط معدل بلغ (129.9)، (111) لكل (100 شخص) على التوالي.

﴿ الفصل الثالث ﴾ تحليل واقع القطاع السياحي في العراق وقياس قدرته التنافسية

مؤشر اشتراكات النطاق العريض المتنقل (مشترك لكل 100 شخص): تشير اشتراكات النطاق العريض للأجهزة المحمولة إلى بطاقات SIM النشطة أو على شبكات CDMA، اتصالات تصل إلى الانترنت بسرعات نطاق عريض ثابتة تزيد على 512 كيلو بايت/ثانية، بما في ذلك التقنيات الخلوية مثل HSPA و EV-DO وما فوق. يتضمن ذلك الاتصالات المستخدمة في أي نوع من الأجهزة القادرة على الوصول إلى شبكات النطاق العريض للأجهزة المحمولة، بما في ذلك الهواتف الذكية ومودم USB ونقاط اتصال الجوال والأجهزة الأخرى المتصلة بالنطاق العريض المتنقل. حصل العراق على المرتبة (4) بعدد نقاط (1.0) وبمتوسط معدل (29.7) لكل (100 شخص)، فيما جاءت الإمارات أولاً بعدد نقاط (7.0) وبمتوسط معدل (130.7) لكل (100 شخص)، تليها كل من تونس ومصر بعدد نقاط (3.0) و (2.2) وبمتوسط معدل (62.6)، (50.7) لكل (100 شخص) على التوالي.

مؤشر تغطية شبكة الهاتف المحمول %: يقيس هذا المؤشر النسبة المئوية للسكان الموجودين في نطاق الإشارة الخلوية المتنقلة، بغض النظر عما إذا كانوا مشتركين أم لا، يتم حساب ذلك بقسمة عدد السكان في نطاق الإشارة الخلوية المتنقلة على إجمالي عدد السكان. حصل العراق على المرتبة الثالثة بعدد نقاط (1.6) وبمتوسط نسبة بلغت (99.1%) من السكان. فيما حصلت تونس على المرتبة الأخيرة، بـ (1.0) نقطة، وبمتوسط نسبة بلغت نحو (99.0%) من السكان.

الجدول - 58 - قياس مؤشر جاهزية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات للعراق ودول العينة لمتوسط المدة (2015-2019)

Tunisia	Egypt	UAE	Iraq	مؤشر جاهزية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات / المؤشرات الكمية
3.1	2.2	7.0	1.0	الأفراد الذين يستخدمون الانترنت % من السكان
2.7	2.8	7.0	1.0	مشتركو الانترنت ذو النطاق العريض (مشترك لكل 100 شخص)
3.3	2.0	7.0	1.0	اشتراكات الهاتف المحمول (مشترك لكل 100 شخص)
3.0	2.2	7.0	1.0	اشتراكات النطاق العريض المتنقل (مشترك لكل 100 شخص)
1.0	5.8	7.0	1.6	تغطية شبكة الهاتف المحمول %
2.6	3.0	7.0	1.1	القيمة
3	2	1	4	الترتيب

المصدر: الجدول من عمل الباحث بالاعتماد على بيانات الملحق (2)، جدول (5).

وإذا ما أخذنا مؤشر آخر لم يتضمنه التقرير وهو مؤشر الأمم المتحدة الذي يقيس مدى استعداد الدول لتبني تطبيقات الحكومة الالكترونية الذي يصدر كل عامين، أن ترتيب العراق جاء في المرتبة (155) من بين (193) دولة شملها المؤشر عام 2018، فيما احتلت كل من الإمارات وتونس ومصر المرتبة (21)، (80)، (114) عالمياً على التوالي (UN, 2018: 223-229)، فضلاً عن مؤشر الاقتصاد الرقمي العربي الذي قسم الدول العربية بناء على نتائج التقرير إلى ثلاث مجموعات، المجموعة الأولى هي الدول القائدة التي تعد دول جاذبة للاستثمار الدولي والتي يمكن مقارنة نتائجها مع الدول المتقدمة

﴿ الفصل الثالث ﴾ تحليل واقع القطاع السياحي في العراق وقياس قدرته التنافسية

رقمياً وهي (الإمارات، السعودية، البحرين، عمان، قطر)، أما المجموعة الثانية فهي الدول الواعدة رقمياً وتشتمل على سبعة دول (الكويت، مصر، الأردن، لبنان، المغرب، تونس، الجزائر) التي تتميز ببنية تحتية معرفية كافية للانطلاق، في حين جاء العراق في المجموعة الثالثة التي تضم (سوريا، موريتانيا، اليمن، السودان، جيبوتي، فلسطين، ليبيا، الصومال) التي تحتاج لمستويات مختلفة لاستكمال البنية التحتية الأساسية للاتصالات والوصول لخدمات الانترنت والأمن السيبراني (مؤشر الاقتصاد الرقمي العربي، 2020: 15-16).

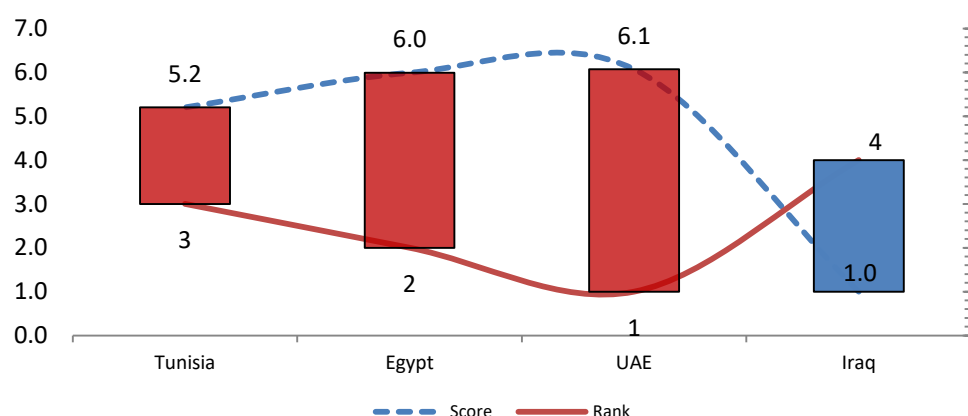
ومن ثم فإن هذا الترتيب المتأخر للعراق هو نتيجة ضعف البنية التحتية الأساسية في مجال الاتصالات، فضلاً عن اقتضائه استخدام حوسبة التطبيقات الحكومية على استخدام الحاسوب كآلة طباعة تتمتع بالعديد من الموصفات الجيدة لاستخراج الوثائق وإعداد الجداول الإحصائية وتخزينها، دون الالتفات إلى الميزات التي يوفرها استخدام الحاسوب والانترنت المتمثلة في تسهيل شؤون المواطنين وزيادة سرعة انجاز المعاملات وتقليل الروتين والفساد الإداري.

2-2-3: قياس مؤشر السياسات والظروف التمكينية للسياحة والسفر

ينطوي تحت هذا المؤشر مجموعة من المؤشرات الرئيسية والفرعية وتتمثل بالآتي:

أولاً- مؤشر تحديد أولويات السياحة والسفر: حصل العراق على المرتبة الأخيرة في مجال هذا المؤشر بين دول العينة بقيم بلغت (1.0) نقطة، فيما حلت أولاً دولة الإمارات بقيم بلغت (6.1) نقطة، جاءت في المرتبة الثانية دولة مصر بقيم بلغت (6.0) نقطة. تليها تونس بـ (5.2) نقطة.

الشكل - 68- قياس مؤشر تحديد أولويات السياحة والسفر للعراق ودول العينة لمتوسط المدة (2015-2019)



المصدر: الشكل من عمل الباحث اعتماداً على بيانات الجدول (51).

﴿ الفصل الثالث ﴾ تحليل واقع القطاع السياحي في العراق وقياس قدرته التنافسية

وفي مجال مؤشرات الفرعية كانت كالاتي:

مؤشر الانفاق الحكومي على السياحة والسفر من الانفاق العام: يبين هذا المؤشر نسبة الانفاق الحكومي المخصص لهذا القطاع مقارنةً بباقي القطاعات الأخرى. إذ حصل العراق على أقل قيمة بين دول العينة (1.0) نقطة وبمتوسط أنفاق بلغ (0.89%) من الموازنة الحكومية العراقية، في حين جاءت تونس أولاً بمتوسط انفاق بلغ (7.4%)، تليها كل من الإمارات، ومصر بقيم بلغت (6.08)، (5.0) نقطة وبمتوسط نسب إنفاق (6.8%)، (5.7%) على التوالي. ومن ثم يظهر جلياً عدم تولي العراق اهتماماً بالغاً بهذا القطاع من أجل رفع معدلات الجذب السياحي وتطوير قدرته التنافسية وهذا من خلال الضعف الحاصل في النفقات التي تخصصها الحكومة العراقية.

مؤشر تصنيف استراتيجية العلامة التجارية للدولة: تقوم شركة Bloom للأستشارات التجارية الدولية بنشر تقاريرها سنوياً لكل من التجارة والسياحة، إذ تضم نحو (193) دولة ومنطقة حول العالم من أجل قياس جاذبية العلامة التجارية لكل دولة من منظور سياحي، ومن ثم يُعد الأداء الاقتصادي للقطاع السياحي في أي بلد متغيراً رئيسياً في تصنيف العلامة التجارية القطرية لشركة Bloom سواء تم الحصول عليه عن قصد من خلال استراتيجية مصممة أم لا، وتستخدم أساليب خاصة مثل أداة الطلب الرقمي من خلال الطلب على الانترنت لدولة معينة من قبل الجمهور، فضلاً عن عائدات السياحة سنوياً، ومن ثم تقييم الأثر الاقتصادي الحالي للسياحة لدولة ما، وكذلك التنبؤ بنجاحها المستقبلي. أيضاً حصل العراق على المرتبة الأخيرة بقيم بلغت (1.0) نقطة، إذ جاء تصنيفه بحسب مؤشر Bloom Consulting (124) من بين (193) دولة خلال تقرير (2018-2019)، في حين حلت دولة مصر أولاً بقيم بلغت (7.0) نقطة، وبتصنيف (29) من بين (193) دولة، تأتي بعدها دولة الإمارات بقيم (6.05) نقطة وبتصنيف (44)، بعدها جاءت تونس بقيم (3.4) نقطة وبتصنيف (86).

الجدول - 59 - قياس مؤشر تحديد أولويات السياحة والسفر للعراق ودول العينة لمتوسط المدة (2015-2019)

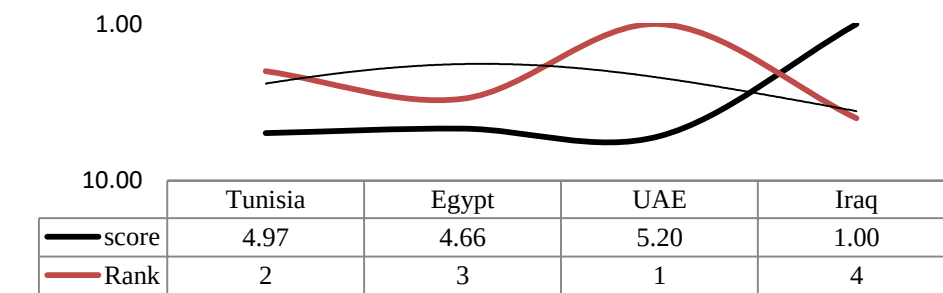
Tunisia	Egypt	UAE	Iraq	مؤشر تحديد أولويات الحكومة للسياحة والسفر / المؤشرات الكمية
7	5.0	6.08	1.0	الانفاق الحكومي على السياحة والسفر
3.4	7.0	6.05	1.0	تصنيف استراتيجية العلامة التجارية للبلد
5.2	6.0	6.1	1.0	القيمة
3	2	1	4	الترتيب

المصدر: الجدول من عمل الباحث بالاعتماد على بيانات الملحق (2)، جدول (6).

﴿ الفصل الثالث ﴾ تحليل واقع القطاع السياحي في العراق وقياس قدرته التنافسية

ثانياً- مؤشر الانفتاح الدولي: من خلال بيانات الشكل (69) نلاحظ على غرار بقية المؤشرات السابقة حصول العراق على المرتبة الأخيرة بقيم بلغت (1.00) نقطة، فيما حلت أولاً دولة الإمارات، تتبعها كل من تونس ومصر بقيم بلغت (5.20)، (4.97)، (4.66) نقطة على التوالي.

الشكل- 69- قياس مؤشر الانفتاح الدولي للعراق ودول العينة لمؤشر المدة (2015-2019)



المصدر: الشكل من عمل الباحث اعتماداً على بيانات الجدول (51).

وفي مجال مؤشرات الفرعية كانت نتائج القياس كما في الجدول (60) وكالاتي:

حصل العراق على المرتبة (4) بين دول العينة في مؤشر متطلبات التأشيرة، إذ جاء ترتيب جواز السفر العراقي وبحسب مؤشر (The Henley Passport) لعام 2019 في المرتبة ما قبل الأخيرة بتسلسل (106) من بين (107) دولة حول العالم بجواز يسمح لحامله بدخول (27) بلداً حول العالم بدون تأشيرة، في حين حلت اليابان أولاً ويمكن لحامل الجواز الياباني السفر إلى 190 دولة دون الحاجة إلى تأشيرة مسبقاً (Index.h.p.2019:5). كما حصل العراق على المرتبة (4) في مؤشر عدد الاتفاقيات في مجال الخدمات الجوية والتجارية السارية مع دول العالم بقيم (1.00) نقطة، وبعدد (2) اتفاقية. ومن خلال هذا القصور سواء في المتطلبات اللازمة للحصول على التأشيرة، أم في عدد الاتفاقيات في مجال الخدمات الجوية والتجارية واقتصارها على دول محددة، الأمر الذي سينعكس على الجذب السياحي للدولة.

جدول- 60- قياس مؤشر الانفتاح الدولي للعراق ودول العينة لمؤشر المدة (2015-2019)

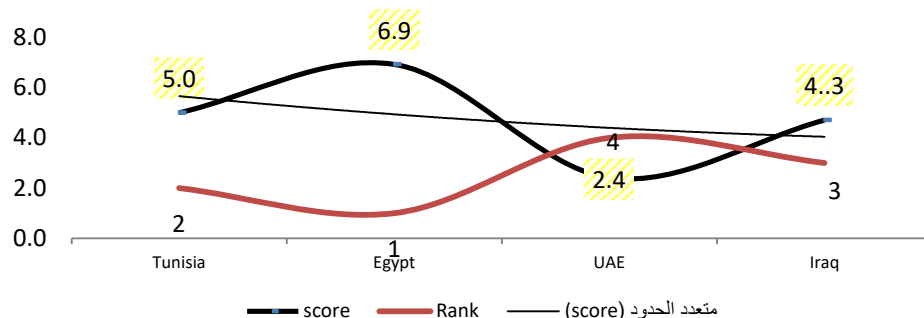
Tunisia	Egypt	UAE	Iraq	مؤشر الانفتاح الدولي / المؤشرات الكمية
2.95	2.31	7.00	1.00	متطلبات التأشيرة (دولة)
7.00	7.00	3.40	1.00	عدد اتفاقيات التجارة الاقليمية السارية
4.97	4.66	5.20	1.00	القيمة
2	3	1	4	الترتيب

المصدر: الجدول من عمل الباحث بالاعتماد على بيانات الملحق (2)، جدول (7).

﴿ الفصل الثالث ﴾ تحليل واقع القطاع السياحي في العراق وقياس قدرته التنافسية

ثالثاً- مؤشر تنافسية الأسعار: حصل العراق على المرتبة الثالثة من خلال هذا المؤشر بين دول العينة بقيم بلغت نحو (4.7) نقطة، فيما حلت دولة مصر في المرتبة الأولى بقيم بلغت (7.0) نقاط، وحلت بالمرتبة الثانية والرابعة كل من دولة تونس والإمارات بقيم بلغت (5.0) و (2.4) نقطة على التوالي.

الشكل - 70- قياس مؤشر تنافسية الأسعار للعراق ودول العينة لمتوسط المدة (2015-2019)



المصدر: الشكل من عمل الباحث اعتماداً على بيانات الجدول (51).

وتتطوي تحت هذا المؤشر مجموعة من المؤشرات الفرعية التي تم قياسها وكالاتي:

مؤشر أسعار الفنادق: حدد مجلس السياحة العالمي مجموعة من معايير الجودة للفنادق والتي تعد بمثابة مجموعة من الدلائل المادية وغير المادية التي يمكن أن تقدم صورة إيجابية عن ملموسية الخدمة المقدمة التي يمكن أن تسهم في جذب السائح وتحقيق الرضا، لذلك فإن أحد أهم هذه المعايير هو مؤشر أسعار الفنادق الذي يقيس متوسط السعر بالدولار الأمريكي للإقامة الفندقية من الدرجة الأولى في كل دولة، ويتم حسابه باستخدام متوسط سعر الغرفة الذي حققته فنادق الدرجة الأولى في كل دولة على مدى 12 شهراً للتخفيف من تأثير أي تقلبات موسمية. حصل العراق على المرتبة الثالثة بعد تونس ومصر بقيم بلغت (6.0) نقطة وبمتوسط معدل بلغ (110) دولاراً للإقامة الفندقية من الدرجة الأولى لليلة الواحدة، فيما حلت تونس أولاً بقيم بلغت (7.0) نقطة وبمتوسط معدل بلغ (78.9) دولار لليلة الواحدة، وجاءت مصر ثانياً بمتوسط معدل بلغ نحو (82.5) دولاراً لليلة الواحدة، أما دولة الإمارات فجاءت بمتوسط معدل بلغ (176) دولار لليلة الواحدة.

مؤشر تعادل القوة الشرائية: وهو مؤشر يستخدم لقياس توازن سعر الصرف بين عملتين وتحقيق المساواة بينهما، ومن ثم فهو عدد وحدات عملة البلد المطلوبة لشراء نفس الكميات من السلع والخدمات في السوق المحلية كما يشتريها بالدولار الأمريكي، ومن ثم فإن نسبة عامل تحويل تعادل القوة الشرائية إلى سعر الصرف في السوق هي حاصل قسمة عامل تحويل تعادل القوة الشرائية على سعر الصرف في السوق، تمكن هذه النسبة من مقارنة تكلفة مجموعة السلع التي تشكل إجمالي الناتج

﴿ الفصل الثالث ﴾ تحليل واقع القطاع السياحي في العراق وقياس قدرته التنافسية

المحلي في مختلف البلدان، ويتم حسابها كمتوسط سنوي على أساس المتوسطات الشهرية (وحدات العملة المحلية بالنسبة للدولار الأمريكي). حصل العراق على المرتبة الثانية بقيم بلغت (5.0) نقطة وبمتوسط عامل تحويل القدرة الشرائية بلغ نحو (0.5) فيما حصلت كل من دولة مصر وتونس على المرتبة الأولى بقيم بلغت (7.0) نقطة وبمتوسط عامل تحويل بلغ نحو (0.3) لكلتا الدولتين، فيما جاءت دولة الإمارات في المرتبة الأخيرة بمتوسط عامل تحويل بلغ نحو (0.6).

لقد شهد سعر الصرف العراقي تحسناً تدريجياً في قيمته منذ عام (2007) وحتى عام (2019)، اذ ارتفعت قيمة الدينار العراقي مقابل الدولار الأمريكي من (1475) دينار/دولار عام 2007 إلى (1196) دينار/دولار عام 2011، بعدها تراجع قليلاً إلى (1209) دينار/دولار عام 2019 (البنك المركزي العراقي، التقرير السنوي، 2019: صفحات متفرقة)، ومن ثم يمكن القول، إن استقرار أسعار الصرف في العراق هي من النوع الحرج ((Critical) كونها تعتمد على أسعار النفط الخام، وأن الأخير هو متغير خارجي يخضع لتقلبات السوق النفطية، فضلاً عن تنامي موجات الانفاق العام التي تعكس طلباً قوياً على الدولار ومن ثم تسبب تقلبات مفاجئة في سعر الصرف لذلك يبقى الاستقرار الذي سعت اليه السياسة النقدية عبر استقرار سعر الصرف وبوابتها المزادات اليومية رهينة تنوع إيرادات النقد الاجنبي، وهذا لا يحدث الا بتنوع بنية العراق الإنتاجية.

مؤشر مستويات أسعار الوقود (دولار أمريكي/لتر): يبين هذا المؤشر أسعار الوقود في محطات التعبئة، وقد تم تحول الأسعار من العملة المحلية إلى الدولار الأمريكي. حصل العراق على المرتبة الثالثة في هذا المؤشر بقيم (3.1) نقطة بين دول العينة وبمتوسط أسعار بلغ نحو (0.61) (دولار أمريكي / لتر)، فيما جاءت دولة مصر أولاً بقيم بلغت نحو (7.0) وبمتوسط أسعار بلغ (0.39) (دولار أمريكي/ لتر) بعدها جاءت الإمارات بمتوسط أسعار بلغ (0.49)، أما تونس فحلت أخيراً بمتوسط أسعار بلغ (0.73) (دولار أمريكي/ لتر).

الجدول - 61 - قياس مؤشر تنافسية الأسعار للعراق ودول العينة لمتوسط المدة (2015-2019)

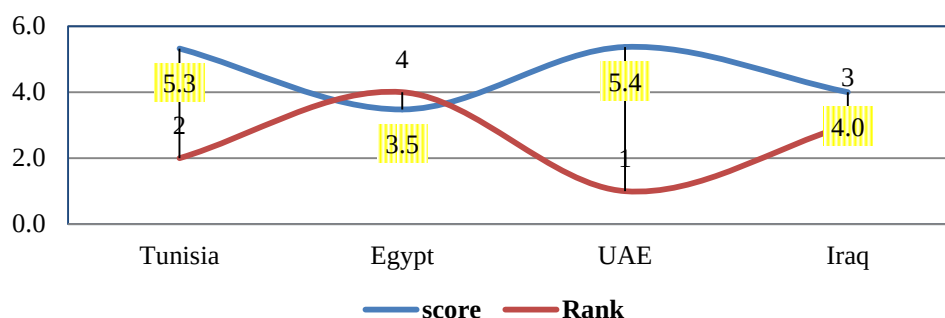
Tunisia	Egypt	UAE	Iraq	مؤشر تنافسية الأسعار / المؤشرات الكمية
7.0	6.8	1.0	5.1	مؤشر أسعار الفنادق
7.0	7.0	1.0	5.0	تعادل القوة الشرائية (عملة محلية مقابل دولار امريكي)
1.0	7.0	5.2	3.1	مستويات أسعار الوقود (دولار امريكي/ لتر)
5.0	6.9	2.4	4.4	القيمة
2	1	4	3	الترتيب

المصدر: الجدول من عمل الباحث بالاعتماد على بيانات الملحق (2)، جدول (8).

﴿ الفصل الثالث ﴾ تحليل واقع القطاع السياحي في العراق وقياس قدرته التنافسية

رابعاً - مؤشر الاستدامة البيئية: حصل العراق على المرتبة (3) في هذا المؤشر بعدد قيم بلغت (4.0) نقطة، فيما حلت دولة الإمارات أولاً بقيم بلغت (5.4) نقطة، وجاءت تونس ثانياً بقيم بلغت (5.3) نقطة، وجاءت في المرتبة الأخيرة مصر بحصولها على قيم بلغت (3.5) نقطة كما يبينها الشكل (71).

الشكل - 71 - قياس مؤشر الاستدامة البيئية للعراق ودول العينة لمتوسط المدة (2015-2019)



المصدر: الشكل من عمل الباحث اعتماداً على بيانات الجدول (51).

يضم هذا المؤشر مجموعة من المؤشرات الفرعية لقياسة كما مبين في الجدول (62) وكالاتي:

حل العراق أولاً في مؤشر الضغط على الموارد المائية، الذي يقيس إجمالي المسحوبات السنوية للمياه (المنزلية، الصناعية، الزراعية) في الدولة معبراً عنها كنسبة مئوية من إجمالي التدفق السنوي المتاح، بعدد قيم (7.0) نقاط وبمتوسط نسبة مئوية بلغت نحو (50%)، فيما جاءت في المرتبة الثانية تونس بقيم (6.8) وبمتوسط بنسبة مئوية (64%)، تليها مصر ثالثاً بقيم بلغت (6.2) نقاط، وبنسبة بلغت (101)، فيما حلت دولة الإمارات في المرتبة الأخيرة بقيم بلغت (1.0) نقطة وبمتوسط نسبة مرتفعة جداً بلغت (440%)، وكما بينا سابقاً أن دولة الإمارات تُعد من الدول ذات الندرة المائية للأسباب التي ذكرت انفاً.

وعلى الرغم من حصول العراق على المرتبة الأولى في مجال هذا المؤشر إلا أن ملامح أزمة المياه في العراق قد بدأت تظهر من خلال الجفاف كون معظم إيرادات العراق المائية من نهري دجلة والفرات تأتي من خارج حدوده الإقليمية، فضلاً عن الضعف الواضح في إدارة ملف الموارد المائية مع دول المنبع، إذ لدينا أكثر من (90) رافداً ومنبعاً ووادياً ونهراً ينبع من دولة إيران التي قامت بتحويل جميع هذه المنابع إلى داخل أراضيها (رسن، ومصعب، 2021: 132)، أما تركيا فلديها سد (أليسو) الذي يبنى على نهري دجلة والفرات المدعوم من قبل الاتحاد الأوروبي ويبعد عن الحدود العراقية السورية بأكثر من (100) كم والذي سيحول نهر دجلة إلى مبزل نفايات للدولة التركية، كما لديها أيضاً مشروع الكاب الذي

﴿ الفصل الثالث ﴾ تحليل واقع القطاع السياحي في العراق وقياس قدرته التنافسية

يتكون من (23) سداً عملاقاً شيد بدعم من الاتحاد الأوروبي الذي سينتهي العمل منه عام 2022 والذي سوف يكون تأثيره على الوضع المائي في العراق كالاتي (دهش، ومنى رزاق، 2020، 422):

1. أن كمية المياه التي اطلقتها تركيا عبر دجلة والفرات منذ بداية الألفية الثالثة لم تزيد عن (27) مليار متر³ سنوياً، الأمر الذي انعكس على مجمل الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية في العراق والحق ضرراً كبيراً في مجالات الصناعة والزراعة.

2. هذه المشروعات سوف توفر لتركيا أكثر من (100) مليار م³ سنوياً من مياه دجلة والفرات وبحدود (40-50%) من الإيراد المائي السنوي لنهر دجلة وبحدود (34%) من الإيراد المائي السنوي لنهر الفرات، كما انه سيتضاعف المستهلك من مياه الفرات عندما تستكمل مشروعاتها كافة وعندها سيتم التحكم بمياه الفرات بنسبة (80%).

3. كما اثرت راجعات المياه البالغة (30%) في تركيا على زيادة نسبة الملوحة في المجاري السفلى في العراق، إذ أشارت الدراسات أن نسبة الملوحة قد تجاوزت النسبة المقبولة (5.1%) في المياه الاروائية لاغراض الري وتعد هذه اثاراً سلبية على الاراضي والانتاج الزراعي مع ظهور بؤابر الاراضي الصبغة والبور.

4. ايضا التلوث الكبير نتيجة تأثير المرتجعات لأن الفضلات تعود إلى نهري دجلة والفرات بدون معالجة مباشرة من مجالات الري في الاراضي التركية، فضلاً عن عدم تدويرها وإعادة خلطها مع مياه الأنهر الأمر الذي تسبب في مشكلات صحية كبيرة في السكان.

حل العراق أخيراً في مؤشر أنواع الطيور المهددة بالانقراض وبمتوسط معدل بلغ نحو (17.00) نوع مهدد بالانقراض والتي من أهمها (الفلانكو، الحباري، البط الصدئي، نسر الوخمة، النسر الأسمر، الصقر الوحام، العقاب المنقط، عقاب السهول، منقار الخشب، البومة النسرية، املق البادية، البط الأبيض) (IUCN, 2019)، في حين سجلت الإمارات نحو (13.00) نوع، مصر (14.00) نوع، تونس (11.00) نوع مهدد بالانقراض.

جاء ترتيب العراق ثانياً في مؤشر أنواع الثدييات المهددة بالانقراض، بعدد قيم بلغت (4.0) نقطة، وبمتوسط معدل بلغ (13.00) نوع مهدد بالانقراض والتي من أهمها (القضاعة ذات الفراء الناعم التي تعد من الثدييات البرمائية التي لا تعيش في بقعة أخرى من العالم غير أهوار جنوب العراق ذات الطبيعة الساحرة ووفرة التنوع الأحيائي (IUCN, 2019) .

جاء ترتيب العراق أولاً في مؤشر أنواع الأسماك المهددة بالانقراض بعدد قيم بلغت نحو (7.0) نقطة، وبمتوسط معدل بلغ (19.00) نوع والتي من أبرزها سمك (البنّي، الكطان، الشبوط، الزبيدي) التي

﴿ الفصل الثالث ﴾ تحليل واقع القطاع السياحي في العراق وقياس قدرته التنافسية

تعد ضمن القائمة الحمراء الدولية (IUCN, 2019)، وهذا نتيجة الصيد الجائر فضلاً عن البيئة المائية وتلوثها نتيجة استخدام السموم والمتفجرات، فيما جاءت الإمارات ثانياً بمتوسط معدل بلغ (20.0) نوع، واحتلت مصر المرتبة الأخيرة بمتوسط معدل بلغ (58.00) نوع.

حل العراق أخيراً في مؤشر معالجة مياه الصرف الصحي بعدد قيم بلغت (1.0) نقطة، وبمتوسط نسبة مئوية بلغت (34%)، فيما حلت دولة الإمارات أولاً بمتوسط نسبة مئوية بلغت (70%). ومن ثم أن هذا الترتيب في معالجة شبكات الصرف الصحي يعود إلى مجمل أسباب والتي منها: قدم محطات الصرف الصحي، فضلاً عن قلة وحدات المعالجة المركزية (الصغيرة والمتوسطة) وعدم كفايتها من حيث افتقارها للمعالجة الكيميائية، انقطاع التيار الكهربائي عن محطات المعالجة، فضلاً عن حدوث تخسفات في شبكات نقل المجاري إلى المحطات ومن ثم اختلاطها بمياه الشرب (المفوضية العامة لحقوق الانسان في العراق، 2018: 177).

جدول - 62- قياس مؤشر الاستدامة البيئية للعراق ودول العينة لمتوسط المدة (2015-2019)

Tunisia	Egypt	UAE	Iraq	مؤشر الاستدامة البيئية / المؤشرات الكمية
6.8	6.2	1.0	7.0	الضغط على الموارد المائية
7.0	4.0	5.0	1.0	عدد انواع الطيور المهددة بالانقراض
3.4	1.0	7.0	4.0	عدد انواع الثدييات المهددة بالانقراض
3.9	1.0	6.8	7.0	عدد انواع الاسماك المهددة بالانقراض
5.5	5.2	7.0	1.0	معالجة مياه الصرف الصحي
5.3	3.5	5.4	4.0	القيمة
1	4	1	3	الترتيب

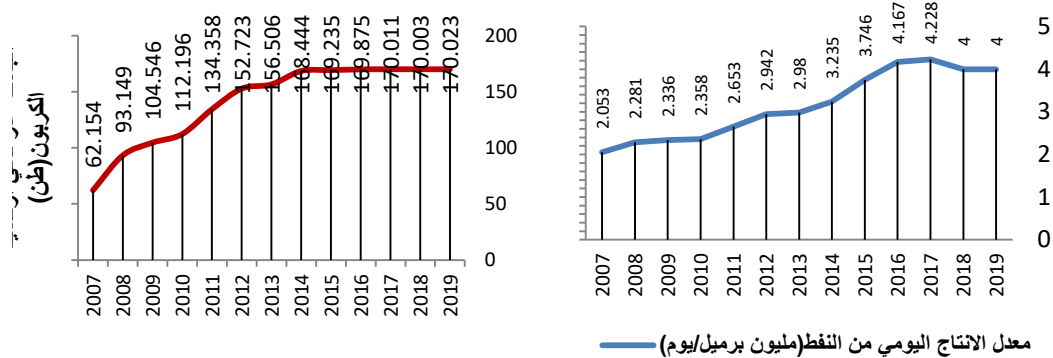
المصدر: الجدول من عمل الباحث بالاعتماد على بيانات الملحق (2)، جدول (9).

وإذا ما أخذنا مؤشر آخر لم يتضمنه التقرير والذي يُعد أحد مؤشرات التنمية المستدامة ألا وهو مؤشر انبعاث غاز ثاني أكسيد الكربون (CO₂) الذي يؤثر في التوازن الإشعاعي للأرض وتغير المناخ من حيث ارتفاع درجات الحرارة لسطح الأرض، فضلاً عن تأثيراته الأخرى في الإنسان والحيوان والنبات، وأنه يُعد السبب الرئيس لظاهرة الاحتباس الحراري. إذ نلاحظ من خلال بيانات الشكل (72) أن معدل انبعاث غاز ثاني أكسيد الكربون في زيادة مطردة بحجم التلوث، فبعد أن كان (62156) كيلو طن عام 2007، أرتفع إلى (170023) كيلو طن عام 2019، إن هذا الازدياد جاء متناغماً مع زيادة انتاج النفط الخام وما نتج عنه من انبعاثات نتيجة الحرائق المصاحبة له، الأمر الذي وضع العراق في قائمة الدول الأعلى ارتفاعاً من حيث درجات الحرارة وخاصةً في المحافظات الجنوبية والتي من أكثرها حرارة محافظة البصرة التي تصل درجات الحرارة فيها (50) درجة صيفاً، ومن ثم أفقدته مزية

﴿ الفصل الثالث ﴾ تحليل واقع القطاع السياحي في العراق وقياس قدرته التنافسية

المناخ المعتدل المساعد على نمو النباتات ووجود المساحات الخضراء التي تعطي نظرة متطورة جداً للسياح اتجاه البلد ومن ثم رفع الجذب السياحي في الأخير .

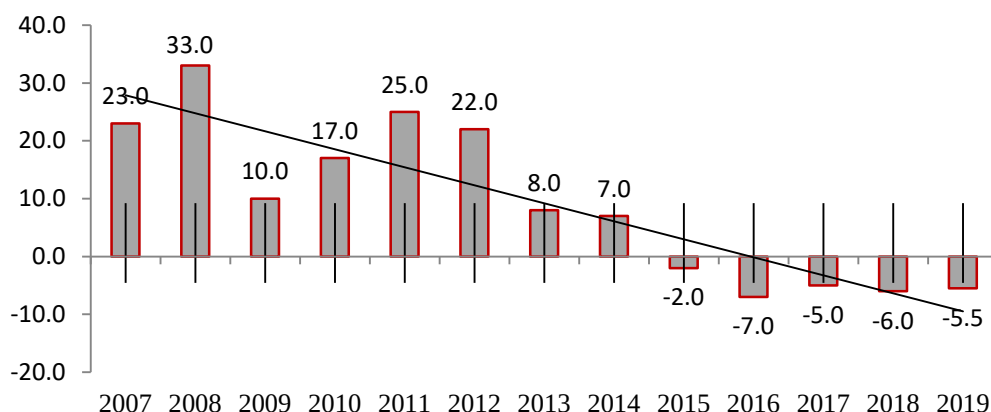
الشكل-72 - مؤشرا انبعاث ثاني أكسيد الكربون/ مؤشر معدل الانتاج اليومي من النفط الخام للمدة (2019-2007)



المصدر: - البنك الدولي، بيانات منشورة على الرابط : <https://data.worldbank.org/indicator>
- البنك المركزي العراقي، التقرير الاقتصادي ، سنوات مختلفة.

ايضاً مؤشر آخر وهو الادخارات الصافية المعدلة كنسبة من إجمالي الدخل القومي الذي من خلاله يتم فهم الكيفية التي تتغير بها ثروة البلد بمرور الوقت، إذ وضع هذا المؤشر من أجل فهم افاق تنمية البلد المستدامة، مستنداً إلى النظرية الاقتصادية الفائلة أن الادخار يساوي الاستثمار وأن الاستثمار يساوي التغير في الثروة، كما أنه يقيس استنزاف الأصول فوق الأرض وتحتها والغابات وأضرار التلوث فضلاً عن مؤشرات أخرى، ومن ثم من خلال بيانات الشكل (73) نلاحظ أن العراق خلال مدة الدراسة لم يحسن استخدام ثروته بالشكل الصحيح، وأنه بدأ باستنزافها مع بداية العام 2015 عندما بدأت قيم هذا المؤشر تصبح سالبة (أي انخفاض ثروة البلد)، وحتى حينما كان يحقق نسب موجبة لم تكن هذه النسب بالمستوى المطلوب، إذ أن أعلى نسبة وصلت إليه كانت نحو (33%)، ولهذا يفترض اليوم العمل على ضرورة مراجعة سياسات الاستثمار والعمل على الحد من استنزاف الموارد الناضبة ومعالجة التلوث.

الشكل-73 - الادخارات الصافية المعدلة من إجمالي الدخل القومي في العراق للمدة (2007-2019)

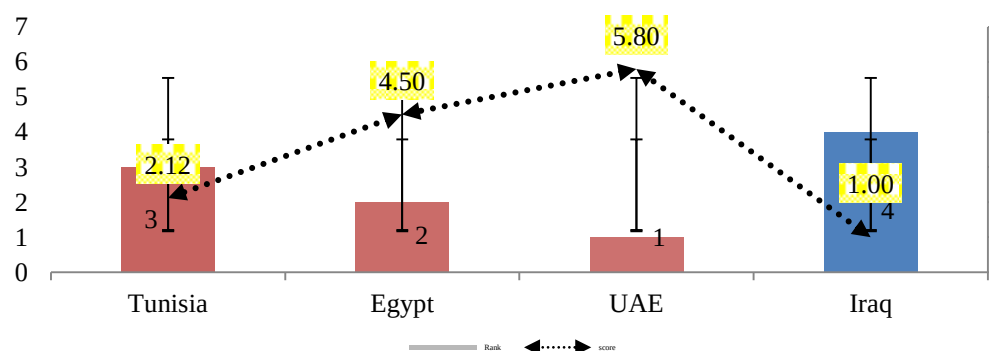


المصدر: الشكل من اعداد الباحث بالاعتماد على بيانات البنك الدولي: <https://data.worldbank.org/indicator>

3-2-3: قياس مؤشر البنية التحتية

أولاً- مؤشر البنية التحتية للنقل الجوي: احتل العراق المرتبة الأخيرة (4) في هذا المؤشر بقيمة (1.0) نقطة، مما يعني تدهوراً كبيراً في البنية التحتية للنقل الجوي، فقد خلف أكثر من عقدين من الحروب والحصار الاقتصادي في العراق والمهاترات السياسية والفساد الاقتصادي بنية تحتية متداعية ومختلة.

الشكل-74 - قياس مؤشر البنية التحتية للنقل الجوي للعراق ودول العينة لمتوسط المدة (2015-2019)



المصدر: الشكل من عمل الباحث اعتماداً على بيانات الجدول (51).

ومن خلال قياس المؤشرات الفرعية التي تنطوي تحت هذا المؤشر نلاحظ الآتي:

حصل العراق على المرتبة الأخيرة في مؤشر الطائرات القادمة من المطارات بقيمة (1.0) نقطة، وبمتوسط معدل (18498) طائرة قادمة، في حين حصلت الإمارات على المرتبة الأولى بقيمة (7.0) نقطة، وبمتوسط معدل لعدد الطائرات القادمة بلغ (325266) طائرة، مصر (138867) طائرة، تونس (37148) طائرة.

﴿الفصل الثالث﴾ تحليل واقع القطاع السياحي في العراق وقياس قدرته التنافسية

حصل العراق على المرتبة الأخيرة في مؤشر الطائرات المغادرة من المطارات بقيمة بلغت (1.0) نقطة، وبمتوسط معدل بلغ (18425) طائرة مغادرة، في حين حصلت الإمارات على المرتبة الأولى بقيمة (7.0) نقاط، وبمتوسط معدل (325239) طائرة مغادرة، مصر (138368) طائرة مغادرة، تونس (37155) طائرة مغادرة.

حصل العراق على المرتبة الأخيرة في مؤشر كثافة المطارات (عدد) بقيمة (1.0) نقطة وبعدها (6) مطارات، في حين جاءت مصر أولاً بعدد مطارات بلغت (11) مطاراً دولياً.

حصل العراق على المرتبة الأخيرة في مؤشر عدد شركات الطيران العامة نحو (21) شركة طيران، في حين جاءت الإمارات أولاً بعدد شركات طيران بلغت (106) شركات عامة.

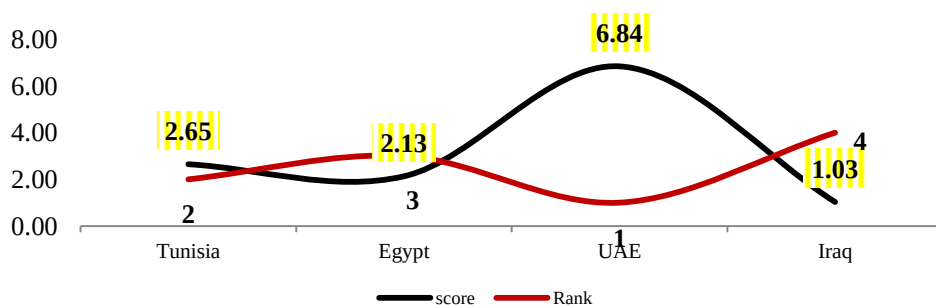
الجدول - 63 - قياس مؤشر البنية التحتية للنقل الجوي للعراق ودول العينة لمتوسط المدة (2015-2019)

Tunisia	Egypt	UAE	Iraq	مؤشر البنية التحتية للنقل الجوي / المؤشرات الكمية
1.36	3.35	7.00	1.00	الطائرات القادمة في المطارات
1.37	3.35	7.00	1.00	الطائرات المغادرة من المطارات
3.40	7.00	2.20	1.00	كثافة المطارات
2.34	4.32	7.00	1.00	عدد شركات الطيران العامة
2.12	4.50	5.80	1.00	القيمة
3	2	1	4	الترتيب

المصدر: الجدول من عمل الباحث بالاعتماد على بيانات الملحق (2)، جدول (10).

ثانياً - مؤشر البنية التحتية للنقل البري والبحري: من خلال بيانات الشكل (75) نلاحظ على غرار المؤشرات الأخرى حصول العراق على المرتبة الأخيرة بين دول العينة بقيمة بلغت (1.03) نقطة.

الشكل - 75 - قياس مؤشر البنية التحتية للنقل البري والبحري للعراق ودول العينة لمتوسط المدة (2015-2019)



المصدر: الشكل من عمل الباحث اعتماداً على بيانات الجدول (51).

تم قياس هذا المؤشر من خلال مجموعة من المؤشرات الفرعية كما موضح بالجدول (65) مع المراتب التي يحتلها العراق حسب كل مؤشر وكالاتي.

﴿ الفصل الثالث ﴾ تحليل واقع القطاع السياحي في العراق وقياس قدرته التنافسية

مؤشر كثافة الطرق% من إجمالي المساحة الكلية: يقاس هذا المؤشر من خلال نسبة طول إجمالي شبكة الطرق بالدولة إلى مساحة اليابسة الكلية فيها، إذ تشمل شبكة الطرق جميع الطرق في الدولة من (الطرق الرئيسية والثانوية وغيرها من الطرق الحضرية والريفية). حصل العراق في هذا المؤشر على المرتبة الأخيرة بقيمة (1.17) نقطة، وبنسبة بلغت (10.3%) من إجمالي المساحة الكلية، في حين نلاحظ الفجوة الكبيرة مع دولة الإمارات من حيث القيم التي بلغت (7.0) نقاط ومن حيث النسبة من إجمالي المساحة الكلية التي بلغت (94.7%).

حصل العراق على المرتبة الأخيرة في مؤشر جودة الطرق بقيمة (1.0) نقطة، فضلاً عن ضعف ارتباط طرق النقل بمواقع الجذب السياحي، ومن خلال دراسة قدمت من قبل المركز العربي لاستطلاع الرأي عن تقييم الأداء الحكومي حول تحسين مستوى الطرق في العراق، سجل فقرة سيء جداً بنسب بلغت (28%) عام 2015، و(24%) عام 2016، و(32%) عام 2017 (المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، التقارير السنوية (2015-2017): صفحات متفرقة).

أيضاً في دراسة قدمت من قبل ديوان الرقابة المالية من خلال تقرير تفصيلي عن تقييم الأداء الخاص في تطوير واقع قطاع النقل فيما يتعلق بطرق المرور السريعة والثانوية والجسور والمجسرات التي سعت وزارة النقل لتنفيذها خلال الأعوام (2012-2017) وكميات الطرق المنفذة كما يبينها الجدول (64)، إذ نلاحظ المستوى المتدني لنسب التنفيذ الخاصة بجميع فقرات الجدول والتي تراوحت بين (0-40%) ولجميع الأعوام، ومن ثم هذا لا يتلاءم مع واقع هذا القطاع والزيادة الكبيرة في أعداد السيارات الداخلة، وعدم وجود بدائل أخرى لطرق النقل والذي يمثل نقطة ضعف وتراجع في تنفيذ خطة الوزارة لاهدافها.

الجدول - 64 - نسب التنفيذ للطرق والجسور في العراق للأعوام (2012-2017)

(2) (1)	المجموع		2017		2016		2015		2014		2013		2012		القيمة	التفاصيل
	المخطط (2)	النفذ (1)	المخطط	النفذ	المخطط	النفذ	المخطط	النفذ	المخطط	النفذ	المخطط	النفذ	المخطط	النفذ		
1%	14	1286	0	600	0	248	0	282	14	40	0	116	0	0	كم	طرق مرور سريعة
40%	373	941	128	175	0	161	71	291	27	146	116	93	31	75	كم	طرق مرور شريانية
1%	29	4504	0	1108	0	788	0	541	0	775	29	807	0	485	كم	طرق رئيسية
12%	140	1148	0	185	5	225	18	273	36	104	12.5	246	68	115	كم	طرق ثانوية
20%	19	93	0	13	0	11	0	16	6	20	6	25	7	8	عدد	جسور كونكريتية
3%	1	29	0	4	0	4	1	7	0	6	0	8	0	0	عدد	مجسرات
0%	0	2	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	عدد	جسور حديدية

المصدر: جمهورية العراقو ديوان الرقابة المالية، (2019)، تقرير تفصيلي عن تقييم الاداء الخاص بسياسة النقل في تطوير واقع قطاع النقل في العراق، بغداد، ص 11.

﴿ الفصل الثالث ﴾ تحليل واقع القطاع السياحي في العراق وقياس قدرته التنافسية

كما حصل العراق على المرتبة الأخيرة في مؤشر اطوال السكك الحديدية كنسبة مئوية من اجمالي المساحة الكلية بقيم (1.0) نقطة وبنسبة بلغت (0.60%) من إجمالي المساحة الكلية، إذ بلغت أطوال خطوط سكك الحديد العراقية (2893) كم في عام 2019، منها (1697) كم خطوط رئيسية بنسبة شكلت (58.7%) من جميع اطوال خطوط السكك في العراق، فيما بلغت الخطوط الفرعية بطول (676) كم وبنسبة شكلت (23.4%) من جميع أطوال الخطوط لسكك الحديد، أما الخطوط المزدوجة فكانت بطول (520) كم وبنسبة بلغت (17.9%). فيما بلغ عدد قاطرات الديزل الموجودة نحو (375) قاطرة في العام 2019 منها (269) قاطرة رئيسية و (106) قاطرة مناقل، فيما بلغ عدد قاطرات الديزل العاملة للعام نفسه (42)، منها (24) قاطرة رئيسية، و (18) قاطرة مناقل (الجبوري، 2020: 124). اما بالنسبة إلى عدد مسافري سكك الحديد فقد ارتفع من (107) ألف مسافر عام 2007 إلى (529) ألف مسافر عام 2019، فيما انخفضت كمية البضائع المنقولة بأجر من (432) ألف طن عام 2007، إلى (356) ألف طن عام 2019 (الجهاز المركزي للإحصاء، إحصاءات النقل والاتصالات، 2019: 17) ومن ثم من خلال هذه القيم والنسب ومقارنةً مع دول العينة يعد قطاع سكك الحديد متخلفاً جداً يعاني من الإهمال الشديد، من حيث قدم القطارات المستخدمة سواء لنقل الركاب أم لنقل البضائع، وقدم سكك الحديد، وغياب التكنولوجيا الحديثة عن هذا القطاع بشكل شبه الكامل، لذا يفترض أن يولى هذا النشاط جانباً من الاهتمام، إذ أن البنية التحتية الأساسية باتت اليوم ضرورة ملحة لعملية التنمية الاقتصادية في البلد.

حصل العراق على المرتبة الأخيرة في مؤشر عدد حوادث الطرق بقيم (1.0) نقطة وبمتوسط عدد حوادث بلغت (10753) حادثاً، في حين جاءت الإمارات أولاً بأقل دول العينة (حوادث) بعدد (3712) حادثاً.

حصل العراق على المرتبة الأخيرة في كل من مؤشر عدد السفن القادمة في الموانئ وعدد السفن المغادرة من الموانئ بقيم (1.0) نقطة للمؤشرين وبمعدل متوسط (1836) سفينة قادمة، و (1284) سفينة مغادرة. في حين جاءت الإمارات أولاً في المؤشرين بقيم (7.0) وبمتوسط معدل بلغ (417579) سفينة قادمة، و (407916) سفينة مغادرة، اما مصر بلغت (13917) سفينة قادمة، و (13317) سفينة مغادرة، تونس كانت (10104) سفينة قادمة، و (10104) سفينة مغادرة. ومن ثم نلاحظ الحركة الضعيفة جداً للسفن القادمة والمغادرة للعراق مقارنةً مع دول العينة.

﴿ الفصل الثالث ﴾ تحليل واقع القطاع السياحي في العراق وقياس قدرته التنافسية

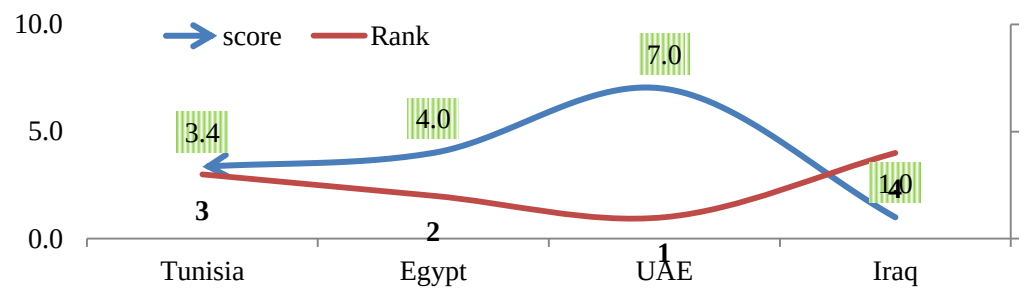
الجدول-65 - قياس مؤشر البنية التحتية للنقل البري والبحري للعراق ودول العينة لمُتوسط المدة (2015-2019)

Tunisia	Egypt	UAE	Iraq	مؤشر البنية التحتية للنقل البري والبحري / المؤشرات الكمية
1.28	1.00	7.00	1.17	كثافة الطرق % من إجمالي المساحة الكلية
1.35	2.94	7.00	1.00	جودة الطرق من (1-7)
7.00	3.54	6.06	1.00	اطول السكك الحديدية % من إجمالي المساحة الكلية
4.00	2.94	7.00	1.00	عدد حوادث الطرق
1.12	1.17	7.00	1.00	عدد السفن القادمة في الموانئ
1.13	1.19	7.00	1.00	عدد السفن المغادرة من الموانئ
2.65	2.13	6.84	1.03	القيمة
2	3	1	4	الترتيب

المصدر: الجدول من عمل الباحث بالاعتماد على بيانات الملحق (2)، جدول (11).

ثالثاً- مؤشر البنية التحتية للخدمات السياحية: حصل العراق على المرتبة الأخيرة في هذا المؤشر بـ (1.0) نقطة، فيما جاءت أولاً دولة الإمارات، تليها كل من مصر وتونس، بـ (7.0)، (4.0)، (3.4) نقطة على التوالي.

الشكل-76 - قياس مؤشر البنية التحتية للخدمات السياحية للعراق ودول العينة لمُتوسط المدة (2015-2019)



المصدر: الشكل من عمل الباحث اعتماداً على بيانات الجدول (51).

تتطوي تحت هذا المؤشر (4) مؤشرات فرعية (2) تم قياسهما، أما المؤشران الآخران فقد اعتمدوا على بيانات مسح الرأي ولهذا لم يتم قياسهما وكالاتي:

مؤشر عدد غرف الفنادق: يبين هذا المؤشر عدد غرف الفنادق لكل 100 شخص، حصل العراق على المرتبة الأخيرة بـ (1.0) وبمتوسط معدل عدد غرف بلغ نحو (0.5) لكل (100 شخص)، أما دولة الإمارات فقد جاءت بالمرتبة الأولى بـ (7.0) نقاط، وبمتوسط معدل عدد غرف (1.8) لكل (100 شخص)، تليها مصر (6.0) نقاط، وبمتوسط معدل عدد غرف (1.6) لكل (100 شخص)، بعدها كل من تونس بمتوسط معدل عدد غرف (1.1) لكل (100 شخص).

مؤشر ماكينات الصرف (العدد/1000 شخص): إذ تعد ماكينات الصرف الآلي أحد أجهزة الاتصال المحوسبة التي تتيح للمتعاملين مع أي مؤسسة مالية إجراء المعاملات المالية، ومن خلال

﴿ الفصل الثالث ﴾ تحليل واقع القطاع السياحي في العراق وقياس قدرته التنافسية

هذه الخدمات التي تقدمها المصارف يستطيع السائح من خلالها الولوج الى المعلومات المصرفية الخاصة به (كشف حساب، طلب رصيد، سحب نقدي) لتحصيل النقد بصورة سلسة ويسيره. ايضاً حصل العراق على المرتبة الأخيرة بـ (1.0) نقطة، وبمتوسط معدل لماكينات الصرف بلغ (2.97) لكل 1000 شخص، إذ تدعم ماكينات الصرف الآلي في العراق عمل بطاقات VISA, VISA ELECTRON, PLUS, (MASTER CARD MAESTRO, CIRRUS)، أما بالنسبة لدول العينة فقد حلت أولاً دولة الإمارات نحو (60.9) ماكينة لكل 1000 شخص.

الجدول - 66 - قياس مؤشر البنية التحتية للخدمات السياحية للعراق ودول العينة لمتوسط المدة (2015-2019)

Tunisia	Egypt	UAE	Iraq	مؤشر البنية التحتية للخدمات السياحية / المؤشرات الكمية
3.6	6.0	7.0	1.0	عدد غرف الفنادق (100 شخص)
3.1	2.0	7.0	1.0	ماكينات الصرف الآلي (العدد/ ألف شخص)
3.4	4.0	7.0	1.0	القيمة
3	2	1	4	الترتيب

المصدر: الجدول من عمل الباحث بالاعتماد على بيانات الملحق (2)، جدول (12).

وإذا ما أخذنا مؤشر آخر لم يتضمنه التقرير وهو مؤشر الطاقة الكهربائية في العراق والمستوى المنخفض لهذا القطاع، الذي يدل على تدني مستوى خدمات البنية التحتية ومالها من تأثير سيئ في النشاط السياحي والسياح الوافدين، فمن خلال بيانات الجدول (67) نلاحظ أن هناك عجزاً مزمناً في توريد هذه الطاقة، على الرغم من الزيادة النسبية في انتاج الطاقة الكهربائية من (5290.8) ميغا واط/ ساعة عام 2010 إلى (8003.9) ميغا واط /ساعة عام 2019، إلا أن هذه الزيادة لا تلبي حاجة العراق الفعلية التي تتراوح ما بين (27-30) ألف ميغا واط/ ساعة، ومن ثم تعد كمية الانتاج هذه غير كافية مقارنة بالنمو الكبير للطلب على الطاقة الكهربائية سنوياً، الأمر الذي أدى إلى تلبية إحتياج السكان النسبي فضلاً عن المؤسسات الحكومية عن طريق الاستيراد بسبب الفجوة ما بين الاستهلاك وانتاج الطاقة الكهربائية التي أدت إلى ارتفاع ساعات القطع صعوداً ونزولاً، فضلاً عن اعتماد السكان على مولدات الطاقة الكهربائية الأهلية، وتمثل معدل الاستيراد بما مقداره (774.8) ميكا واط/ ساعة عام 2010، أما في العام 2019 فقد وصل الاستيراد نحو (2179.3) ميغا واط/ ساعة من خلال الخططين الإيراني والتركي. أما حصة الفرد العراقي من الكهرباء فقد بلغت (0.00016) م و/ساعة عام 2010، وارتفعت إلى (0.00033) م و/س عام 2019، ومن ثم نلاحظ عدم تحقيق الارتفاع كما محدد في خطة

﴿ الفصل الثالث ﴾ تحليل واقع القطاع السياحي في العراق وقياس قدرته التنافسية

التنمية الوطنية (2013-2017) البالغة (3700) كيلو واط/ساعة (وزارة التخطيط، خطة التنمية الوطنية، ف1: 32). ومن ثم أن المشكلات الذاتية في الكهرباء تتلخص في الانتاج والنقل والتوزيع الناجمة عن قدم محطات التوليد، ومشكلات الصيانة والوقود، فضلاً عن المشكلة الرئيسية وهي الفساد الإداري والمالي باستنزاف الأموال المخصصة لهذا القطاع.

الجدول - 67 - كميات الانتاج والاستيراد من الكهرباء للمدة (2010-2019) (الف ميكا واط / ساعة)

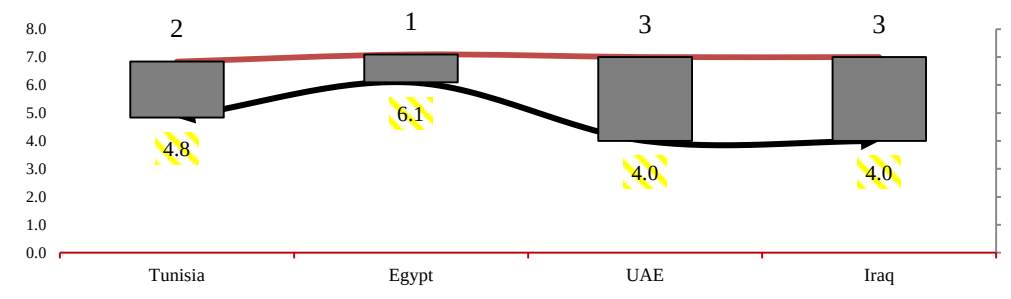
السنوات	كمية الكهرباء المستوردة (الف ميكا واط / ساعة)	كمية الكهرباء الاجمالية المولدة (الف ميكا واط / ساعة)	نصيب الفرد من الكهرباء (م و س)
2010	774.2	5290.8	0.00016
2011	723.5	5390.3	0.00024
2012	1017.03	6389.2	0.00016
2013	1220.1	5842.7	0.00024
2014	1225.0	6776.7	0.00026
2015	1310.42	6868.8	0.00028
2016	1196.49	8003.03	0.00028
2017	1364.4	8550.88	0.00030
2018	2241.8	8381.3	0.00032
2019	2141.1	8213.02	0.00033

المصدر: وزارة التخطيط، الجهاز المركزي للإحصاء، بغداد، العراق، المجموعة الإحصائية (2018-2019)، الباب السابع عشر، ص36.

4-2-3: قياس مؤشر الموارد الطبيعية والثقافية

أولاً - مؤشر الموارد الطبيعية: حصل العراق في هذا المؤشر على المرتبة الثالثة مناصفة مع دولة الإمارات بقيم بلغت (4.0) نقطة، فيما جاءت في المرتبة الأولى دولة مصر بقيمة بلغت (6.1) نقطة، جاءت ثانياً تونس بقيم (4.8) نقطة، كما في الشكل (77).

شكل - 77 - قياس مؤشر الموارد الطبيعية للعراق ودول العينة لمتوسط المدة (2015-2019)



المصدر: الشكل من عمل الباحث اعتماداً على بيانات الجدول (51).

﴿ الفصل الثالث ﴾ تحليل واقع القطاع السياحي في العراق وقياس قدرته التنافسية

ينطوي تحت هذا المؤشر (5) مؤشرات فرعية تم قياس المؤشرات الكمية منها كما يبينها الجدول (68):
 مؤشر عدد المواقع الطبيعية للتراث العالمي (عدد المواقع): يقيس هذا المؤشر تلك الممتلكات الطبيعية التي تعدها لجنة التراث العالمي ذات قيمة عالمية استثنائية. ارتقى العراق في هذا المؤشر بحصوله على قيم بلغت (7.0) نقطة مناصفةً مع كل من مصر وتونس، إذ حصلت على النقاط نفسها، إذ بلغ عدد المواقع الطبيعية في العراق نحو موقع واحد المتمثل في احوار جنوب العراق الذي اضيف في عام 2016 إلى قائمة اليونسكو للتراث العالمي الطبيعي.

مؤشر مجموع المناطق المحمية البرية والبحرية (%) من إجمالي المساحة الاقليمية: يقيس هذا المؤشر إجمالي الهكتارات من المناطق البرية والبحرية الخاضعة للحماية كحصة من إجمالي المساحة الإقليمية للبلاد. هنا تراجع ترتيب العراق وحصوله على المرتبة الأخيرة (1.0) نقطة، وبمتوسط نسبة مئوية بلغت (1.53%) من إجمالي المساحة الكلية، فيما جاءت أولاً دولة الإمارات بحصولها على (7.0) نقاط وبمتوسط نسبة بلغت (15.4%) من إجمالي المساحة الكلية، مصر بنسبة (11.2%)، وتونس نحو (5.4%).

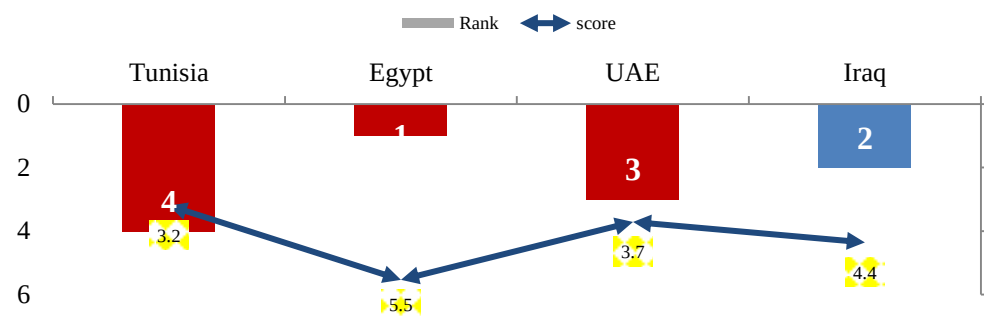
الجدول - 68 - قياس مؤشر الموارد الطبيعية للعراق ودول العينة لمتوسط المدة (2015-2019)

Tunisia	Egypt	UAE	Iraq	مؤشر الموارد الطبيعية / المؤشرات الكمية
7.0	7.0	1.0	7.0	عدد المواقع الطبيعية للتراث العالمي (عدد المواقع)
2.7	5.2	7.0	1.0	مجموع المناطق المحمية البرية والبحرية (%) من إجمالي المساحة الاقليمية
4.8	6.1	4.0	4.0	القيمة
2	1	3	3	الترتيب

المصدر: الجدول من عمل الباحث بالاعتماد على بيانات الملحق (2)، جدول (13).

ثانياً - مؤشر الموارد الثقافية: ارتقى العراق في هذا المؤشر بحصوله على المرتبة الثانية بعد مصر بقيم بلغت (4.4) نقاط، حلت الإمارات ثالثاً بقيم بلغت (3.7) نقاط، جاءت دولة تونس رابعاً بقيم بلغت (3.2) نقطة.

الشكل - 78 - قياس مؤشر الموارد الطبيعية للعراق ودول العينة لمتوسط المدة (2015-2019)



المصدر: الشكل من عمل الباحث بالاعتماد على بيانات الجدول (51).

تتطوي تحت هذا المؤشر (5) مؤشرات فرعية تم قياس المؤشرات الكمية منها كما يبينها الجدول (59):
مؤشر عدد مواقع التراث العالمي الثقافي (عدد المواقع): حصل العراق على المرتبة الثانية في هذا المؤشر بـ (5.0) نقاط بعدد مواقع بلغت (5) مواقع مسجلة في قائمة اليونسكو للتراث العالمي وهي: مملكة الحضر، أشور، مدينة سامراء الاثرية، قلعة أربيل، آثار بابل (صدخان، 2021: 422-423).
اما بالنسبة إلى دول العينة فقد حصلت كل من مصر وتونس على المرتبة الأولى بـ (7.0) نقاط لكل منهما، بعدد مواقع بلغت (7) لكل منهما، فيما جاءت الإمارات بعدد واحد موقع.

مؤشر عدد الملاعب الكبيرة: يقيس هذا المؤشر إجمالي عدد الملاعب الرياضية التي تزيد سعتها عن (20000) مقعداً أو أكبر والتي تُعد بمثابة دليل على قدرة الدولة على استضافة أحداث رياضية أو ترفيهية مهمة. ارتقى العراق أولاً في هذا المؤشر بعدد قيم بلغت (7.0) نقاط، إذ بلغ عدد الملاعب التي تزيد سعتها على 20 ألف متفرج (25) ملعباً، فيما جاءت مصر ثانياً بـ (5.4) نقاط وبعدد (20) ملعباً، وجاءت كل من الإمارات وتونس بعدد ملاعب بلغت (9)، (6) على التوالي.

مؤشر الطلب الرقمي على السياحة الثقافية: يقيس هذا المؤشر إجمالي حجم البحث عبر الإنترنت المتعلق بـ العلامات التجارية الثقافية التالية: المواقع التاريخية، السكان المحليين، التقاليد، المتاحف، الفنون المسرحية، السياحة الدينية، فن الطهو المحلي، المنتزهات الترفيهية، الأنشطة الترفيهية، الحياة الليلية والمناسبات الخاصة. حصل العراق على المرتبة الأخيرة في هذا المؤشر بعدد قيم بلغت (1.0) نقطة من خلال تصنيف شركة Bloom للعلامة التجارية وحصوله على المرتبة (143) من بين (191) دولة، فيما حصلت على المرتبة الأولى دولة مصر بترتيب (27)، تليها كل من الإمارات وتونس بترتيب (72)، (81) على التوالي.

﴿ الفصل الثالث ﴾ تحليل واقع القطاع السياحي في العراق وقياس قدرته التنافسية

مؤشر التراث الثقافي الشفهي وغير المادي: يقيس هذا المؤشر أشكال التعبير والمعرفة والمهارات فضلاً عن الأدوات والأشياء والمساحات الثقافية التي تعرف بها المجتمعات والتي تنتقل من جيل لآخر، تقوم اللجنة الحكومية الدولية للتراث الثقافي غير المادي بتقييم الترشيحات التي تقترحها الدول الأطراف في اتفاقية حماية التراث الثقافي غير المادي سنوياً وتقرر ما إذا كانت ستدرج هذه الممارسات الثقافية وأشكال التعبير عن التراث غير المادي في قوائم الاتفاقية أم لا. حصل العراق في هذا المؤشر على المرتبة الثانية بقيم بلغت (4.4) نقطة وبمعدل (4) من الممارسات التي تم إدراجها ضمن حماية التراث الثقافي غير المادي هي (يوم نيروز، المقام العراقي، النخيل، وتقديم خدمات الضيافة خلال زيارة عاشوراء). ومن ثم نلاحظ تم تمييز العراق دون غيره على أنه شعب مضياف فكرم الضيافة هي إحدى عاداتهم وتقاليدهم التي توارثوها من جيل لآخر وهذا ما نلاحظه وخاصةً في زيارة الأربعينية لاستشهاد الإمام الحسين (عليه السلام).

الجدول - 69- قياس مؤشر الموارد الثقافية للعراق ودول العينة لم توسط المدة (2015-2019)

مؤشر الموارد الثقافية / المؤشرات الكمية	Iraq	UAE	Egypt	Tunisia
عدد مواقع التراث العالمي الثقافي (عدد المواقع)	5.0	1.0	7.0	7.0
عدد الملاعب الكبيرة	7.0	1.8	5.4	1.0
الطلب الرقمي على السياحة الثقافية	1.0	5.1	7.0	3.8
التراث الثقافي الشفهي وغير المادي	4.4	7.0	2.7	1.0
القيمة	4.4	3.7	5.5	3.2
الترتيب	2	3	1	4

المصدر: الجدول من عمل الباحث بالاعتماد على بيانات الملحق (2)، جدول (14).

3-2-5: قياس الفجوة التنافسية للقطاع السياحي العراقي ودول العينة

وبعد أن انتهينا من قياس مؤشرات تنافسية القطاع السياحي العراقي ينبغي معرفة قياس الفجوة التنافسية بين العراق ودول العينة من خلال (14) مؤشراً، على وفق الصيغة التالية (الجوراني، 2010، 219):

النسبة المئوية للفجوة =

$$\frac{\text{قيمة المؤشر لدولة المقارنة} - \text{قيمة المؤشر للبلد المعني}}{\text{قيمة المؤشر لدولة المقارنة}}$$

إذ يساعد حساب الفجوة التنافسية في تبين أي المؤشرات التي يجب الاهتمام بها أكثر والتي تشكل أولوية للاهتمام بها حسب كبر حجم الفجوة، وكما هو موضح في بيانات الجدول (70) نلاحظ الآتي:

﴿ الفصل الثالث ﴾ تحليل واقع القطاع السياحي في العراق وقياس قدرته التنافسية

- أن الفجوة بين العراق ودولة الإمارات كانت نحو (53%)، إذ نلاحظ أن حجم الفجوة كبير جداً في أغلب المؤشرات الكمية بنسب تجاوزت في أغلبها (65%) باستثناء مؤشر تنافسية الأسعار ومؤشر الموارد الثقافية كانت لصالح العراق، فضلاً عن تساوي الفجوة بين الدولتين في مؤشر الموارد الطبيعية.
- أما الفجوة الأكبر فكانت بين العراق وجمهورية مصر إذ بلغت نحو (55%)، إذ كانت الفجوة في جميع المؤشرات لصالح دولة مصر بنسب تجاوزت في أغلبها (50%) باستثناء المؤشرات (الطبيعية، الثقافية، تنافسية الأسعار) كانت الفجوة بنسب بلغت (32%، 34%، 20%) على التوالي في حين كانت الفجوة بين الدولتين في مؤشر الاستدامة البيئية لصالح العراق.
- أما الفجوة بين العراق ودولة تونس فكانت (50%) أيضاً تجاوزت الفجوة في أغلبها (50%) باستثناء المؤشرات (تنافسية الأسعار، الاستدامة البيئية، الموارد الطبيعية)، كانت الفجوة بنسب بلغت (6%، 25%، 17%) على التوالي في حين كانت الفجوة بين الدولتين في مؤشر الموارد الثقافية لصالح العراق. من هنا يتضح ضعف أداء القطاع السياحي العراقي مقارنةً باقتصادات دول العينة وهذا نتيجةً للظروف السياسية والاقتصادية التي مر بها العراق خلال مدة الدراسة أو المدة التي سبقت الدراسة والتي ما زال العراق يعاني منها، كل هذه المعطيات ألقت بظلالها على مؤشرات التنافسية ليحتل العراق المرتبة الأخيرة بين دول العينة مما يعني الحاجة إلى بذل جهود كبيرة ووضع سياسات عديدة من أجل رفع القدرة التنافسية السياحية والوصول إلى مصاف الدول العربية المجاورة على أقل تقدير.

الجدول - 70 - قياس الفجوة التنافسية بين العراق ودول العينة لمؤشرات تنافسية القطاع السياحي (نسبة مئوية)

المؤشرات	UAE	Egypt	Tunisia
مؤشر بيئة العمل	76	64	68
مؤشر الامن والسلامة	86	74	79
مؤشر الصحة والنظافة	66	56	55
مؤشر الموارد البشرية وسوق العمل	84	79	82
مؤشر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات	84	63	58
مؤشر تحديد اولويات الحكومة للسياحة والسفر	84	83	81
مؤشر الانفتاح الاقتصادي	81	79	80
مؤشر تنافسية الاسعار	-83	32	6
مؤشر الاستدامة البيئية	26	-14	25
مؤشرات البنية التحتية للنقل الجوي	83	78	53
مؤشر البنية التحتية للنقل البري والبحري	85	52	61
مؤشر البنية التحتية للخدمات السياحية	86	75	71
مؤشر الموارد الطبيعية	0	34	17
مؤشر الموارد الثقافية	-19	20	-38
الفجوة الإجمالية	53	55	50

المصدر: الجدول من إعداد الباحث اعتماداً على الأرقام الواردة في الجدول (51).

(3-4) السياسات المقترحة لتطوير القدرة التنافسية للقطاع السياحي في العراق في ضوء

تجارب الدول المختارة

استعرضنا في الفصل الثاني من الدراسة بعض الجوانب لتجارب دول العينة (الإمارات، مصر، تونس)، في تحليل مؤشرات قدراتها التنافسية في القطاع السياحي، ويحدونا الأمل في محاكاة هذه التجارب من خلال (التأسي بالصالح) لمحاولة الوصول لما وصلت إليه هذه الدول من نجاحات جيدة في هذا القطاع.

3-4-1: إمكانات افادة القطاع السياحي العراقي من تجربة دولة الإمارات العربية

احتلت دولة الإمارات العربية نتائج ايجابية لصالح قطاعها السياحي على صعيد مؤشرات التنافسية السياحية، إذ تتوفر في قطاعها السياحي كل مقومات النجاح من أطر قانونية وتشريعية ورصد لابعاد مهمة في البنية التحتية وبيئة الأعمال، فضلاً عن الاستقرار السياسي والأمني الذي تنعم به، وتوافر الموارد الطبيعية ولاسيما النفط الذي ساعدها كثيراً في توجيه جزء من إيراداته لتنمية وتطوير قطاعها السياحي، وعند إجراء المقارنة بين القطاع السياحي في الدولتين نجد حجم الفارق الكبير على الرغم من أوجه التشابه الكبير بينهما، إذ أن كلا الدولتين تعдан من الدول التي تتمتع بموارد نفطية كبيرة كان من الممكن للعراق استغلالها في تنمية وتطوير هذا القطاع، فضلاً عن التشابه الكبير في العادات والتقاليد الاجتماعية، إلا أن الفوارق السياسية لطبيعة أنظمة الحكم في البلدين زادت من حجم الفجوة والاختلاف بينهما، وإذا ما أريد للعراق ان يصل إلى ماوصلت إليه دولة الإمارات العربية، فيتطلب الاستفادة من تجربتها من خلال المؤشرات التي حصلت فيها على مراتب متقدمة جداً في مجال قطاعها السياحي وتطبيق بعض الإجراءات الناجحة التي تبنتها لأن فيها مواطن قوة وأهم هذه الإجراءات حسب المؤشرات هي ما يأتي:

1. مؤشر بيئة الاعمال:

أ- تخفيض عدد الإجراءات الإدارية اللازمة لبدء النشاط التجاري من حيث التكلفة والوقت، من خلال تفعيل عمل النافذة الواحدة.

ب- تقليل الإجراءات اللازمة من حيث التكلفة والوقت لاستخراج تراخيص البناء، من خلال توحيد الموافقات عن طريق تحديث نظم تقييم المناطق، فضلاً عن انشاء خرائط رقمية لتقسيمات المناطق، وعمل نظام الكتروني خاص بمعاملات تراخيص البناء.

﴿ الفصل الثالث ﴾ تحليل واقع القطاع السياحي في العراق وقياس قدرته التنافسية

ت- تخفيف تأثير الأعباء الضريبية والكمركية على ارباح الشركات التجارية المفروضة على واردات القطاع الخاص وصادراته، فضلاً عن تقديم كافة التسهيلات من حيث تقديم (القروض، السلف).

ث- تقديم حلول للمشكلات التي تواجه المستثمرين في مجال تهيئة مواقع استثمارية تفي بمتطلبات هذه المشروعات من خلال تسريع العمل في مجال تخطيط وإدارة وتخصيص الأراضي والمواقع اللازمة لايواء الاستثمارات وخاصة في القطاع السياحي، إذ إن هذا المطلوب يعد احد الركائز المهمة في جذب الاستثمارات للعراق، فضلاً عن توفير الضمانات للمستثمر المحلي والأجنبي من أجل تشجيع الاستثمار.

2. مؤشر الأمن والسلامة:

أ- السعي الجاد لإستقرار الوضع الأمني والسياسي، كونه يعد أحد الركائز المهمة بخلق بيئة جيدة للقطاع السياحي، وإن احراز تقدم على الصعيدين الأمني والسياسي سوف يجعل القطاع السياحي أكثر جذباً للسياح الوافدين، ومن أجل تحسين بيئة القطاع السياحي ينبغي على العراق العمل على إصلاح الوضع السياسي من خلال المشاركة السياسية على أسس مصالحة حقيقية وطنية، وبذل المزيد من الجهود لارساء الأمن في مختلف وجهات الدولة العراقية والأهم في ذلك سحب السلاح المنفلت وحصره بيد الدولة.

ب- اعتماد استراتيجية ملائمة لمكافحة الفساد المالي والإداري في الدولة، إذ إن تفشي ظاهرة الفساد المالي والإداري في الدولة العراقية أسهم بشكل كبير في تبديد معظم العوائد المالية المتأتية من إيرادات النفط الخام وعدم الاستفادة منها في تطوير القطاعات الصناعية والزراعية والخدمية لتوسيع القاعدة الإنتاجية لتنويع الناتج المحلي الإجمالي كما فعلت دولة الإمارات العربية، ومن ثم ينبغي تحجيم الفساد وحصره في اضيق نطاق من خلال القيام بمجموعة اصلاحات سواء كانت اقتصادية تتمثل بإصلاح الموازنة العامة وتبويبات الهدر المخصصة فيها، وإصلاح نظام العقود والمشتريات الحكومية، فضلاً عن اصلاح النظام الضريبي والكمركي، ايضاً القيام باصلاحات إدارية مثل إصلاح النظام المؤسسي ودعم أنظمة الحكومة الالكترونية.

3. مؤشر الصحة والنظافة: إن للنظام الصحي الفعال دور كبير في رفع الإنتاجية من خلال تطوير صحة الفرد المنتج، ومن ثم يمكن الاهتمام بهذا القطاع من خلال تقديم الرعاية الصحية كما فعلت الإمارات العربية من خلال مجموعة من الاستراتيجيات والتي منها الاستراتيجية الوطنية للابتكار، لذا ينبغي العمل من خلال الآتي:

- أ- توفير الخدمات الصحية الفعالة والكفوءة، مع الأخذ بعين الاعتبار التوزيع المتكافئ للخدمات الصحية بين مختلف مناطق الدولة، والتركيز على تقديم الخدمات وبناء البنى التحتية لهذا القطاع من مستشفيات ومراكز، فضلاً عن التركيز بشكل أكبر على تقديم الخدمات الوقائية والتعزيزية.
- ب- العمل على تخفيض نسبة وفيات الأطفال الرضع، والأمهات الحوامل، من خلال نشر الوعي الصحي بين الأمهات الحوامل، وتقديم الرعاية الصحية الجيدة للأمهات الحوامل والأطفال في مراكز تخصصية معدة لهذا الغرض ومنتشرة في معظم أنحاء الدولة.
- ت- توفير برامج التأهيل والتطوير للعاملين في هذا القطاع من خلال إقامة الدورات والمشاركة في الندوات والمؤتمرات العالمية بما يسهم في رفع مستوياتهم، ولا يتحقق ذلك كله إلا من خلال رفع نسبة الإنفاق على الصحة وتوفير الموارد المالية اللازمة لتطبيق ذلك وتتبعها وجود إرادة حقيقية مساندة لدعم القطاع الصحي.

4. مؤشر الموارد البشرية وسوق العمل:

- أ- زيادة نسب الإنفاق على مؤشرات التنمية البشرية والتي من أهمها النظام التعليمي من النفقات الحكومية الإجمالية بالشكل الذي يتناسب مع حجم هذا القطاع، بوصفها مؤشرات تهدف إلى تطوير الفرد وجعله فرداً منتجاً في المجتمع يتمتع بصحة جيدة.
- ب- اعطاء الأولوية في قطاع التعليم لاصلاح الانظمة والبنى التحتية من خلال بناء الجامعات والمعاهد والمدارس، فضلاً عن اعادة النظر في المناهج العلمية وتطويرها بشكل مستمر بما يتوافق والتطور العالمي.
- ت- إعادة هيكلة التعليم بكافة انواعه وذلك من خلال التركيز على تخريج أيدي عاملة مؤهلة يمكن استغلالها في سوق العمل من خلال الاهتمام بالتعليم المهني والتقني،ويقتضي هذا التوجه تشجيع الطلبة ذوي المستويات المتوسطة دراسياً للدخول إلى هذه الفروع بالقياس إلى فروع التعليم العام أو الجامعي، إذ ان أعداد الطلبة الملتحقين في المدارس المهنية قد انخفض بحدود النصف خلال مدة الدراسة من (21393) طلاب عام(2007-2008) إلى(12755) طالباً عام(2018-2019) (الجهاز المركزي للإحصاء، إحصاءات التعليم المهني، سنوات مختلفة ، صفحات متعددة)، ومن ثم نلاحظ عزوف الحجم الكبير من الطلبة للالتحاق بالتعليم المهني، وهنا لابد من الإشارة أن حجم التعليم المهني قبل مدة الدراسة وخلال فترة التسعينات كان بما يقارب(129986)طلاب(الطائي،2015: 47).
- ث- تطوير الجامعات ومراكز البحث العلمي من خلال تزويدها بالكوادر التدريسية ذات الكفاءة العالية، فضلاً عن فتح الكليات والأقسام لفروع المعرفة الحديثة وتزويدها بأحدث الإصدارات من الكتب والدوريات العلمية والاشتراك بالمواقع الالكترونية المزودة للمعارف، والتعاون مع الجامعات ومراكز

البحوث العالمية من أجل تطوير الهيآت التدريسية سواء من خلال الدورات التطويرية أم البحوث المشتركة وغيرها من السبل الكفيلة برفع مستوى أداء الهيآت التدريسية والبحثية.

ج- رفع مستوى التعليم والتدريب السياحي من خلال تطوير المناهج التعليمية، والاطلاع على التقنيات الحديثة في الدول الأخرى في مجال السياحة والتوسع في دراسة السياحة والفندقة من خلال استحداث هذا القسم في جميع المعاهد و الجامعات العراقية.

ح- بما أن صناعة السياحة تعتمد بشكل كبير على العنصر البشري، لذا ينبغي تنمية وتطوير قدرات العاملين في هذا القطاع من خلال زجهم ببرامج تدريبية متطورة داخل وخارج الدولة بأعلى مستويات الكفاءة، أيضاً ينبغي تأهيل العاملين في مجالات أخرى المرتبطة بهذا القطاع (بشكل غير مباشر) على سبيل المثال (العاملين في الشرطة السياحية، العاملين في إدارة الهجرة والجوازات، العاملين في مصلحة الكمارك،.. إلخ).

5. مؤشر جاهزية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات:

أ- العمل على تطوير البنية الأساسية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات من أجل اعطاء فرصة أوسع للاتصال بخدمات الانترنت من خلال زيادة طاقة مختلف الشبكات وزيادة سرعتها وكفاءتها في معالجة ونقل البيانات بمختلف أشكالها، وتقليل تكلفة استخدام الشبكات والهاتف عبر رفع المنافسة في قطاع الاتصالات وتشجيع القطاع الخاص للاستثمار في شبكة الهاتف الثابت، ولاسيما استخدام أشكال التمويل الحديثة لمشروعات البنية التقنية.

ب- العمل على إقامة شبكة من المواقع الالكترونية لجميع العاملين في القطاع السياحي سواء في مجال الفندقة، وكالات السفر وخطوط الطيران، والمرشدين السياحيين.

ت- العمل على خلق انماط جديدة من المؤسسات والهيآت الخاصة بتنشيط القطاع السياحي، والتي تعتمد في عملها على المواقع الالكترونية المقدمة على شبكات الأنترنت، فضلاً عن توفير الدعم الفني والمعلوماتي لهذه المواقع.

ث- تفعيل أنظمة الحجز الآلي من خلال الانترنت في حجز وشراء تذاكر الطيران، غرف الفنادق، الأمر الذي يتيح حرية أكبر للسائح في تحديد خط السير الذي يريده السائح، مكان جلوسه، نوع الوجبات الغذائية.

6. مؤشر الانفتاح الدولي: على الرغم من ابتعاد دولة الإمارات في مجال هذا المؤشر إلا انها حصلت على مرتبة متقدمة (28) عالمياً في أحد مؤشرات الفرعية (مؤشر المتطلبات اللازمة للحصول على التأشيرة) وهذا راجع بالأساس إلى تسهيل إجراءات الحصول عليها، في حين نجد تعقيد الإجراءات

﴿ الفصل الثالث ﴾ تحليل واقع القطاع السياحي في العراق وقياس قدرته التنافسية

ومتطلبات الحصول على التأشيرة في العراق وهذا ما عكسه الترتيب المتأخر عالمياً لذلك ينبغي الاستفادة من الإجراءات الإماراتية من خلال الآتي:

أ- الحد من القيود والإجراءات التعقيدية والتقليل منها قدر الإمكان عند تأشيرات الدخول وذلك من خلال تبسيط بعض الإجراءات بامكانية منح تأشيرة الدخول عند الحدود والمعابر ولاسيما للرحلات الجماعية.

ب- التنسيق مع السفارات الموجودة في بعض الدول بمنح تأشيرة الدخول الاضطرارية بسرعة ودون تعقيدات إدارية، إذ يمكن الحصول عليها مباشرةً من مكاتب السياحة والسفر، أو المعابر الحدودية، أو عند المطارات.

ت- إلغاء التعقيدات المتضمنة الفحص الطبي الذي يستغرق الكثير من الوقت وذلك من خلال مطالبة السائح بشهادة طبية صادرة من بلده قبل رحلته تؤكد سلامته من بعض الأمراض، فضلاً عن استخدام الاجهزة الطبية المتطورة وذات النتيجة الفورية ووضعها في المطارات والمعابر الحدودية.

ث- الانسجام الطبيعي في العلاقات الدولية والتعامل بمبدأ تبادل المصالح بين الدول وعدم الانصياع الكامل إلى دولة وترك دولة أخرى، ومن ثم يمكننا استقطاب ملايين السياح وتحقيق مكاسب كبيرة في مجال القطاع السياحي.

7. مؤشر البنية التحتية للنقل الجوي:

أ- تأهيل المطارات، فضلاً عن إنشاء مطارات جديدة في مناطق الجذب السياحي. وبما ان العراق تحتل فيه السياحة الدينية الحيز الأكبر والتي من أهمها مدينة كربلاء المقدسة من خلال الاسراع باكمال مطار كربلاء الدولي وافتتاحه الأمر الذي يسهم في زيادة الحركة السياحية بالمدينة.

ب- تخفيض أسعار خدمات الخطوط الجوية ،وتأشيرة الدخول، فضلاً عن حسن استقبال الزائرين، الأمر الذي يؤدي إلى زيادة عدد رحلات الطائرات القادمة والمغادرة من الدولة وإليها.

8. مؤشر البنية التحتية للنقل البري والبحري:

أ- التوسع في شبكات الطرق والموانئ والنقل النهري .

ب- تحديث منظومة سكك الحديد وتطويرها، ورفع طاقتها التشغيلية.

9. مؤشر البنية التحتية للخدمات السياحية

أ- المشاركة الفعلية للقطاعين العام والخاص في زيادة عدد الفنادق في الدولة.وكما لاحظنا من خلال دراستنا أن أحد نقاط الضعف في القطاع السياحي العراقي تكمن في قلة أعداد الفنادق ودرجات تصنيفها، وكما بينا سابقاً بلغ عدد الفنادق في عام 2019 نحو (1666) فندقاً، موزعة على مختلف المحافظات العراقية، شكلت فنادق الدرجة الممتازة (1%) فقط من مجموع الفنادق الكلية، في حين

﴿ الفصل الثالث ﴾ تحليل واقع القطاع السياحي في العراق وقياس قدرته التنافسية

شكلت فنادق الدرجة الأولى بنسبة (2.4%)، وفنادق الدرجة الثانية (20%)، والدرجة الثالثة بنسبة (21.4%)، والدرجة الرابعة (21.58%)، أما فنادق الدرجة الخامسة (الشعبية) فشكلت نسبة (35%). ومن ثم وعند النظر إلى أهم مدينتين هما (النجف الأشرف و كربلاء المقدسة) كنموذج للمدن السياحية في العراق نجد أنهما يمتلكان نقاط القوة باحتضانهما العتبات المقدسة، لكن أحد نقاط الضعف تكمن في قلة أعداد الفنادق وخصوصاً اوقات ذروة المناسبات الدينية، ولهذا ينبغي إعادة النظر في التخطيط العمراني للمنطقة الخاصة بالزائرين التي تضم المراكد المقدسة أو المناطق القريبة منها، و يجب أن تكون هناك بداية حقيقية فعلية للقطاع العام في زيادة أعداد الفنادق، إذ أن القطاع الخاص تبنى نسبة (99%) من هذه الفنادق ولهذا يجب أن تكون هناك مشاركة فعلية بين القطاعين، ايضاً يجب أن تكون هناك هيئة خاصة تشرف على تنظيم هذا النوع من السياحة سواء على مستوى الخدمات المقدمة في الفنادق، المطاعم، الأسعار المرتفعة ..إلخ.

ب- إنشاء محطات لإنتاج الكهرباء وتطوير البنية الأساسية في مجال توزيعها من أجل توفير الطاقة الكهربائية الحالية والمستقبلية.

ت- اتباع سياسة صحية ملائمة في تصريف المياه عبر شبكة من الأنابيب التي تستخرج المياه في جميع المدن السياحية.

ث- زيادة عدد ماكينات الصرف الآلي في المدن السياحية الأمر الذي يعطي للسائح حرية أكبر في التعاملات المالية.

ج- إقامة مدن صناعية في أنحاء البلاد المختلفة لما لهذه المدن من أهمية في دفع عجلة التنمية الصناعية.

10. مؤشر الموارد الطبيعية:

على الرغم من ابتعاد دولة الإمارات من حيث الترتيب عالمياً في هذا المؤشر إلا أنها استطاعت استغلال مامتوفر لديها من موارد طبيعية والتي من أهمها الجزر المائية، إذ تمتلك امارة أبو ظبي وحدها أكثر من (130) جزيرة مائية وايضاً الطبيعة الصحراوية من حيث بناء قرى سياحية في البادية استطاعت استقطاب العديد من السائحين، والعراق على غرار دولة الإمارات العربية يمتلك هذه المقومات، والتي من اهمها (الصحاري) الواقعة في الكثير من مدن العراق الوسطى والجنوبية، وإذا ما أريد عمل انموذج الواحات وتطبيقه في العراق من الممكن إختيار منطقة (عين تمر) التي تقع غرب مدينة كربلاء المقدسة لتوافر مقومات النجاح فيها كونها محاطة بالمقامات الاسلامية والفلاع والقصور مثل (قصر الأخضر)، العيون المعدنية التي تستخدم لأغراض صحية. ولهذا ينبغي أن يكون هناك

برنامج عمل متكامل من الحكومة والقطاع الخاص لعمل مثل هكذا مشروع الذي سوف يستقطب الكثير من السياح محلياً ودولياً فضلاً عن وجود العديد من المناطق الاخرى التي لم يتم التطرق إليها. أما المقوم الآخر الذي بالإمكان الاستفادة منه (الأهوار) الواقعة في مدن العراق الجنوبية (البصرة، ميسان، ذي قار) لما تحويه من مناظر طبيعية خلابة وأسماك وطيور ونباتات، من خلال الأخذ بعدة اعتبارات منها:

أ- إقامة الدور السياحية داخل أو بالقرب من هذه المسطحات المائية، من فنادق ومطاعم، ومراكز الاستراحة والمضاييف بشكل قرى سياحية بالاعتماد على المواد الأولية المتوافرة فيها من مادة (القصب).

ب- إقامة مراسي للزوارق في كافة المستلزمات الفنية والإدارية، فضلاً عن وضع شبكة من الطرق البرية الواصلة إلى الممرات المائية لتسهيل الجولات السياحية.

ت- إقامة المتاحف المتخصصة التي تبين طبيعة الحياة البرية والحيوانية والنباتية.

3-4-2: إمكانات افادة القطاع السياحي العراقي من تجرّبي جمهورية مصر العربية

ودولة تونس

من أوجه التشابه بين العراق ودولتي (مصر وتونس) هو امتلاكهما عمق تاريخي وحضاري يتمثل بالآثار القديمة لمدن وحضارات سادت العالم قديماً وحديثاً وغالباً ما تلجأ البلدان إلي التي تملك هكذا نوع من الآثار والحضارات وإلى إعادة بنائها بالشكل الذي يجذب السياح ويجعل منها مدن سياحية، وهذا ما عملت به الدولتان أن تحققاً شيئاً ليس بالقليل في مجال قطاعها السياحي سواء من حيث الواقع والأهمية الاقتصادية والحصول على مراتب جيدة في بعض مؤشرات التنافسية السياحية والتي تعد نقاط قوة في هذا القطاع، ولهذا يتطلب تطبيق بعض الإجراءات الناجحة التي تبنتها جمهورية مصر وتونس في هذه المؤشرات التي من أهمها ما يأتي:

1. مؤشر تحديد أولويات السياحة والسفر

أ- زيادة مستوى الانفاق الحكومي الذي خصصته الدولتان لدعم هذا القطاع والذي حصلتا من خلاله على المرتبة (38)، (19) عالمياً على التوالي، لذلك ينبغي على العراق تخصيص مبالغ كافية لهذا القطاع سواء لتطوير المنتج المحلي من خلال إحياء بعض الصناعات المعبرة عن المقومات السياحية داخل البلد، أم لإقامة المعارض والمهرجانات السياحية، أو من خلال تخصيص مبالغ كافية لميزانية الترويج السياحي.

ب- شمولية البيانات السنوية للسياحة والسفر ودقة مواعيد تقديمها، لذا يفترض على العراق الاهتمام بتوفير البيانات الاستثمارية بشكل عام والسياحة بشكل خاص، بصورة دورية ومستمرة وبدقة وموضوعية، خدمة للاستثمار والمستثمرين والباحثين.

2. مؤشر الاستدامة البيئية

أ- تحديث القوانين البيئية الخاصة بحماية البيئة البرية ومنع الصيد الجائر، والعراق على الرغم من وجود العديد من القوانين التي منها قانون حماية الحيوانات والطيور البرية ذو الرقم (21) لعام 1979، وقرار منع صيد الحيوانات البرية بوادي العراق رقم (1277) لعام 1978 وقرار مصادرة واسطة النقل المستعملة في الصيد رقم (100) لعام 1981، وقانون حماية البيئة وتحسينها رقم (27) لعام 2009 (البديري، 2014: 67)، وغيرها من القوانين الأخرى إلا أنها تعد قوانين ضعيفة وقديمة ولم تحدث وحددت المنع والتعدي على البيئة ولم تحدد نوع العقوبة والغرامات على المخالفين على البيئة ومكوناتها، لذا يقتضي تفعيل الدور الرقابي في بيئة الأهوار من خلال تفعيل الغرامات المالية الكبيرة ووضع قوانين صارمة تصل إلى السجن اتجاه المخالفين للبيئة.

3. مؤشر الموارد الثقافية

أ- وضع برنامج حكومي خاص بالقرى الأثرية والمباني التراثية من أجل المحافظة على هذا التراث العمراني وتطويره، من خلال تشجيع الشراكة بين القطاعين الخاص والعام في تنمية التراث العمراني وحمايته واستثماره سياحياً.

ب- أيضاً تشغيل الأيدي العاملة الموجودة في تلك المواقع، فضلاً عن أن تراعى معايير اختيار المباني أو القرى التراثية التي يجب أن تمول عن طريق (قدمها، أهميتها التاريخية، مدى تعرضها للضرر، شكلها المعماري، مامدى الاستفادة منها سياحياً).

ومن ثم يحدونا الأمل في محاكاة هذه التجارب من خلال التأسي بالصالح لمحاولة الوصول لما وصلت إليه هذه الدول من نجاحات جيدة في هذا القطاع.

الخلاصة

يحظى العراق بمقومات جذب سياحية (طبيعية وتاريخية، ودينية: والأخيرة تحتل الحيز الأكبر مقارنة مع الأنواع الأخرى)، إلا إن القطاع السياحي لم يرق إلى المستوى المطلوب ولا سيما من حيث انخفاض مساهمة الإيرادات السياحية في الناتج المحلي، والعجز في الميزان السياحي، وضعف مساهمة القطاع في تشغيل الأيدي العاملة.

أيضا لوحظ ضعف أداء القطاع السياحي العراقي مقارنةً باقتصادات دول العينة من خلال قياس القدرة التنافسية للقطاع من حيث القيم والترتيب على وفق نمطية المنتدى الاقتصادي العالمي للسياحة والسفر، وهذا نتيجةً للظروف السياسية والاقتصادية التي مر بها العراق خلال مدة الدراسة او المدة التي سبقت الدراسة والتي ما زال العراق يعاني منها، كل هذه المعطيات ألقت بظلالها على مؤشرات التنافسية ليحتل العراق المرتبة الأخيرة بين دول العينة مما يعني الحاجة إلى بذل جهود كبيرة ووضع سياسات عديدة من أجل رفع القدرة التنافسية السياحية والوصول إلى مصاف الدول العربية المجاورة على أقل تقدير.

الاستنتاجات والتوصيات

أولاً- الاستنتاجات

بناءً على ما تقدم توصلت الدراسة إلى عدد من الاستنتاجات:

1. حازت الإمارات على نقاط قوة في قدرتها التنافسية للقطاع السياحي تمثلت ببيئة العمل، الأمن والسلامة، الموارد البشرية وسوق العمل، تكنولوجيا المعلومات، البنية التحتية للنقل الجوي، البنية التحتية للخدمات السياحية، البنية التحتية للنقل البري والبحري، فيما حصلت على تقييمات متوسطة في كل من الصحة والنظافة، تحديد أولويات السياحة والسفر، الانفتاح الدولي، تنافسية الأسعار، الاستدامة البيئية، الموارد الثقافية وحصلت على تقييمات ضعيفة في مؤشر الموارد الطبيعية.
2. حازت مصر على نقاط قوة في قدرتها التنافسية للقطاع السياحي في بعض سنوات التقرير تمثلت في تحديد أولويات السياحة والسفر، تنافسية الأسعار، الاستدامة البيئية، الموارد الثقافية، فيما حصلت على نقاط متوسطة في كل من بيئة العمل، البنية التحتية للنقل الجوي، البنية التحتية للنقل البري والبحري، الموارد الطبيعية، جاهزية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وحصلت على تقييمات ضعيفة في كل من الأمن والسلامة، الانفتاح الدولي، الموارد البشرية وسوق العمل، والبنية التحتية للخدمات السياحية، الصحة والنظافة.
3. حازت تونس على نقاط قوة في قدرتها التنافسية للقطاع السياحي أيضاً في بعض سنوات التقرير تمثلت بتحديد أولويات السياحة والسفر، تنافسية الأسعار، الاستدامة البيئية، فيما حصلت على نقاط متوسطة في كل من بيئة العمل، البنية التحتية للنقل الجوي، جاهزية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، البنية التحتية للخدمات السياحية، الصحة والنظافة، وحصلت على تقييمات ضعيفة في كل من الأمن والسلامة، الموارد البشرية وسوق العمل، البنية التحتية للنقل البري والبحري، الانفتاح الدولي، الموارد الطبيعية والثقافية.
4. من خلال نموذج التأثيرات الثابتة تم الحصول على ان المتغيرات الحقيقية التي تفسر جذب السياح للدول محل الدراسة (الإمارات، مصر، تونس) هي (الموارد الطبيعية، الثقافية، الموارد البشرية وسوق العمل، تنافسية الأسعار، تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، الأمن والسلامة).
5. يتضح من خلال الدراسة أن تأثير القطاع السياحي في دعم الاقتصاد العراقي ضعيف جداً وغير ذي قيمة مقارنةً مع دول العينة ولا سيما في كل من تكوين الناتج المحلي الإجمالي، وميزان المدفوعات السياحي الذي شهد عجزاً دائماً خلال المدة محل الدراسة، نسبة إسهامه في إجمالي العمالة الكلية التي لم تتعد (0.3%).

6. ان واقع تقدير الإيرادات السياحية في العراق لا تشمل جميع الأنشطة الاقتصادية التي تكون القطاع السياحي والمتمثلة بأنشطة (شركات السفر والسياحة، النقل السياحي، الأنشطة الثقافية والرياضية والترفيهية).

7. احتل العراق المراتب الأخيرة في معظم المؤشرات التي تم قياسها من قبل الباحث، ومن ثم تُعد هذه المراتب نتيجة طبيعية في ظل الواقع المتدني الذي يشهده الاقتصاد العراقي والقطاع السياحي بصورة خاصة وهذا يعود إلى: عدم وجود إستراتيجية واضحة المعالم والأهداف في المجال السياحي، فضلاً عن موقع السياحة في الاقتصاد الوطني، وغياب الاحترافية في الميدان السياحي لإظهاره على اقل تقدير ضمن مؤشرات القدرة التنافسية في التقارير الدولية.

8. بلغت الفجوة التنافسية بين العراق ودولة الإمارات العربية حجماً كبيراً في معظم مؤشرات التنافسية السياحية وتجاوز حجم الفجوة نسبة (75%) من عشرة مؤشرات من أصل أربعة عشر مؤشراً أي أن العراق يعاني من ضعف شديد وفجوة كبيرة مانسبته (53%) من المؤشرات، وكانت أقل من (30%) في مؤشرين، فيما كانت لصالح العراق في مؤشرين فقط. أما الفجوة الأكبر فكانت بين العراق وجمهورية مصر إذ بلغت نحو (55%)، إذ كانت الفجوة في جميع المؤشرات لصالح دولة مصر بنسب تجاوزت في اغلبها (50%) باستثناء المؤشرات (الطبيعية، الثقافية، تنافسية الأسعار) كانت الفجوة بنسب بلغت (32%، 34%، 20%) على التوالي في حين كانت الفجوة بين الدولتين في مؤشر الاستدامة البيئية لصالح العراق. أما الفجوة بين العراق ودولة تونس فكانت (50%) أيضاً تجاوزت الفجوة في اغلبها (50%) باستثناء المؤشرات (تنافسية الأسعار، الاستدامة البيئية، الموارد الطبيعية)، كانت الفجوة بنسب بلغت (6%، 25%، 17%) على التوالي في حين كانت الفجوة بين الدولتين في مؤشر الموارد الثقافية لصالح العراق، مما يدل على حجم الجهد الكبير المطلوب بذله في ردم الفجوة.

9. أن طول الحدود البرية للعراق ووجوده في منطقة مشتعلة بالأزمات السياسية والأمنية، وكذلك النشاط المتزايد للجماعات الإجرامية والحركات الإرهابية، فضلاً عن تفشي ظاهرة السلاح المنفلت، وعدم وجود الرادع القانوني الكافي وقصور التشريعات ودخول الكثير من المواد المخدرة التي تعد من أهم الأسباب المباشرة التي تؤدي إلى الإضرار وغيرها، كل هذه التحديات ستكون سبباً في عدم الاستقرار الأمني ومن ثم تراجع القدرة التنافسية للقطاع السياحي وجميع قطاعات الدولة.

ثانياً- التوصيات

1. إنشاء هيئة مستقلة تعنى بتطوير القدرة التنافسية للقطاع السياحي العراقي، ووضع السياسات والاستراتيجيات الكفيلة بذلك، وتقوم بإصدار تقرير دوري يهتم بقياس وتقييم القدرة التنافسية السياحية للقطاع السياحي العراقي ومدى التطور الذي يصيبه، على أن يقود هذه الهيئة خبراء وعناصر كفوءة ذات مؤهلات وخبرة عالية.
2. الاهتمام بالبنية التحتية وتحسينها وجعل ذلك من أولويات الحكومة، وخاصةً تأهيل شبكات الطاقة الكهربائية وتطوير شبكات النقل البري والجوي والبحري والنهري، ويؤيد الباحث هنا إنشاء مجلس لاعمار البنية التحتية الخاصة بهذا القطاع يضم كوادرات ذات كفاءة عالية في مختلف المجالات. يتولى التنسيق بين مختلف وزارات الدولة واعداد الخطط اللازمة لذلك، ومتابعة تنفيذها.
3. المحافظة على المقومات السياحية بانواعها (الطبيعية والتاريخية والثقافية) مع إعادة تأهيلها وصيانتها على نحو دوري مع استغلال الموارد الطبيعية وترويجها عالمياً لجعلها إمكانات قوة منافسة في السوق السياحي العربي والعالمي مقترناً بتعزيز دور الإعلام في المؤسسات القائمة عليها في حال اعداد مسح دقيق وشامل لمناطق الجذب السياحي بوصفه دليلاً سياحياً.
4. توظيف إمكانات القطاع العام والخاص من أجل النهوض بمستوى العرض السياحي ولاسيما تطوير الفنادق على مختلف الدرجات لتتناسب مع كافة أنواع السياح والمطاعم كافة وغيرها.
5. العمل على سن كافة القوانين والتشريعات السياحية ولاسيما قانون (الاستثمار السياحي) بهدف ايجاد كل العوامل المحفزة والجاذبة لرأس المال الأجنبي، وتشجيعه ليسهم في تطوير ورفع كفاءة أداء هذا القطاع، والاستفادة من تجارب دول العينة التي خضعت اشواطاً كبيرة في هذا المجال ولاسيما تجربة الإمارات العربية.
6. ضرورة تكثيف الجهود لمعالجة الفساد المالي والإداري الذي يعد عائقاً كبيراً في عملية تطوير القدرة التنافسية الدولية وتنافسية القطاع السياحي العراقي.
7. توصي الدراسة مديرية الاحصاء في وزارة التخطيط بضرورة شمول كافة أنشطة القطاع السياحي في احتساب الإيرادات السياحية وعدم اعتماد نشاط الفنادق والمطاعم فقط كونه يمثل جزءاً من أنشطة القطاع السياحي.

المصادر العربية

أولاً: الكتب

1. الجوراني، عدنان فرحان. (2013). "القدرة التنافسية للدول العربية مع إشارة خاصة إلى العراق، دراسة تحليلية ومقارنة"، ط1، الإمارات: مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية.
2. الحوامدة، نبيل زعل والحميري، موفق عدنان. (2005). الجغرافيا السياحية في القرن الحادي والعشرون -منهج وأساليب وتحليل رؤية فكرية جديدة وتركيبية منهجية حديثة، ط1، الأردن: دار الحامد للنشر والتوزيع.
3. الخواجة، علا محمد. (2000). القدرة التنافسية لصناعة البرمجيات المصرية، ط1، القاهرة: مكتبة الشروق الدولية.
4. الراجعي، محسن عبدالله. (2016). الميزة التنافسية للنشاط السياحي، ط1، عمان، الأردن: دار الأيام للنشر والتوزيع.
5. رسن، سالم عبدالحسن و ثامر، مصعب عبدالعالي. (2021) تنمية الاقتصاد العراقي بين تقلبات العوائد النفطية وتنوع مصادر الدخل، ط1، عمان، الأردن: دار غيداء للنشر والتوزيع.
6. الزعبي، غازي محمود. (2009). البعد الاقتصادي للتنمية السياسية في الأردن، ط1، الأردن: عالم الكتب الحديث.
7. سامويلسون، بول ووليام، نورهاوس. (2001). الاقتصاد (ترجمة هشام عبد الله). الأردن: الدار الأهلية للنشر والتوزيع.
8. السعيد، عصام حسن. (2009). التسويق والترويج السياحي في الدول العربية، عمان: دار الراية للنشر والتوزيع.
9. صلاح، عبد الحميد. (2014). الإمارات بين التاريخ والجغرافية ، الأردن: اطلس للنشر والتوزيع.
10. عبد المحسن، وفيق محمد. (2001). التسويق وتدعيم القدرة التنافسية للتصدير، ط2، القاهرة: دار النهضة العربية.
11. عبدالله، محمد مرسي. (2013). قراءة حديثة في دولة الإمارات العربية المتحدة، ط1، الإمارات: مركز الدراسات والبحوث الاستراتيجية.
12. عبدالمالك، بركة. (2012). الادارة كمدخل لتدعيم القدرة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية، الجزائر: دار مسره للنشر.
13. العبيدي، عبد الجبار محمود. (2012). خرافة التنمية والتنمية البشرية المستدامة دراسات في اشكالية الاقتصادي، الأردن: دار الحامد للنشر والتوزيع.
14. القطامين، احمد عطاالله. (1996). التخطيط الاستراتيجي والإدارة الاستراتيجية، مفاهيم ونظريات وحالات تطبيقية، ط1، عمان، الأردن: دار المجدلاوي للنشر.
15. كافي، مصطفى يوسف. (2006). صناعة السياحة كأحد الخيارات الاستراتيجية للتنمية الاقتصادية، عمان: دار الفرات.
16. مجلس الوحدة الاقتصادية العربية. (2020). مؤشر الاقتصاد الرقمي العربي لعام 2020، ط1، الإمارات العربية.
17. المجلس الوطني للإعلام الإماراتي. (2019). الكتاب السنوي لعام 2019، الإمارات.
18. مكية، منال عبدالمعزم. (2000). السياحة تشريعات، ط1، الأردن: دار الصفاء للنشر.
19. مؤمن، محمد عمر. (2009). التخطيط السياحي، ط1، صنعاء: المكتب الجامعي الحديث.
20. الهيتي، صبري، (2002)، "جغرافية المدن"، ط1، الأردن: دار صفاء للطباعة والنشر.

ثانياً: البحوث والدوريات

1. أبو النصر، مجدي سيد أحمد. (2014). تحليل جغرافي للنقل السياحي الدولي في مصر، المجلة العراقية العربية، العدد (63)، المجلد (1).
2. الاغا، احمد طارق محمود. (2016). تطور الخدمات السياحية والسفر للاداء الاقتصادي لعينة من الدول النامية، مجلة الدراسات الاقليمية، العدد (2).
3. البديري، اسماعيل صعصاع. (2014). الاساليب القانونية لحماية البيئة من التلوث (دراسة مقارنة)، مجلة المحقق الحلي، للعلوم القانونية والسياسية، العدد الثاني.
4. بركات، نسرين والعلي، ناصر. (2000). مفهوم التنافسية والتجارب الناجحة في النفاذ الى الأسواق الدولية، بحث مشارك في ورشة عمل حول محددات القدرة التنافسية للأقطار العربية في الاسواق الدولية، المعهد العربي للتخطيط.
5. بن زاوي، محمد وسلاطين، هاجر. (2017). دور الانفاق العام على البنى التحتية في دعم الانتاج الفلاحي وتحقيق الأمن الغذائي دراسة مقطعية زمنية لعينة من الدول للفترة 2000-2013، مجلة ميلاف للبحوث والدراسات، الجزائر، العدد (5).
6. بن زاوي، محمد وسلاطين، هاجر. (2015). دعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من خلال الانفاق الاستثماري العام على البنى التحتية، مجلة البحوث الاقتصادية والمالية، الجزائر، العدد (3).
7. تشرشل، ونستون. (2020). رأي في ازمة سوق العمل المصري، المركز المصري للدراسات الاقتصادية، العدد (13).
8. الثعلبي، ساهرة وزعلان، ريسان عبد الأمير. (2018). أثر الصادرات في النمو الاقتصادي لدول مجلس التعاون الخليجي للمدة 1990-2014، دراسة قياسية، مجلة العلوم الادارية والاقتصادية.
9. الجبوري، شروق نعيم. (2020). تنمية النقل بالسكك الحديدية في العراق وفق التجربة اليابانية، مجلة مركز المستنصرية للدراسات العربية، المجلد (17)، العدد (70).
10. الجرف، منى طعيمة. (2002). مفهوم القدرة التنافسية ومحدداتها مسح مرجعي، سلسلة أوراق اقتصادية، مركز البحوث والدراسات الاقتصادية والمالية، جامعة القاهرة، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية العدد (19).
11. جلود، ميثاق خير الله. (2021). التطورات المعاصرة في مجتمع الإمارات المتحدة دراسة تاريخية، مجلة دراسات إقليمية، العدد (28).
12. جليلي، رياض وعبد العظيم، عادل وخضر، حسان. (2008). السياحة في الدول العربية: مقوماتها ومكامن تنافسيتها، مجلة التنمية والسياسات الاقتصادية، المجلد (10) العدد يناير.
13. حسن، عبد الله وعبد الحسين، ايمان. (2018). الخدمات السياحية في العراق وأثرها في تنوع الاقتصاد العراقي، مجلة البحوث الجغرافية، العدد (28).
14. الحمادي، علي مجيد. (2018). دور السياحة في استدامة التنمية وتدعيم التشابك الاقتصادي في العراق، مجلة العلوم الاقتصادية، المجلد (13)، العدد (50).
15. الخفاجي، عماد كاظم. (2017). التطور التاريخي والنوعي للتشريعات السياحية المنظمة للعمل السياحي في العراق، بحث مقدم الى كلية العلوم السياحية الجامعة المستنصرية.
16. خلوفي، سفيان وكمال، شريط. (2019). القدرة التنافسية لقطاع السياحة والاسفار في الجزائر، مجلة اقتصاديات الاعمال والتجارة، العدد (2).

17. خليل، امام حسنين. (2015). التعاون القضائي الدولي لمواجهة الجريمة المنظمة: دراسة مقارنة بين الاتفاقية الدولية لمكافحة الجريمة المنظمة عبر الوطنية والقانون الإماراتي، مجلة روى استراتيجية، العدد (11).
18. دهش، فاضل ويوسف، منى رزاق. (2020). دور السياسة المائية التركية في تقاوم أزمة المياه في العراق، مجلة الكويت للعلوم الاقتصادية والإدارية، المجلد (12)، العدد (38).
19. سدخان، احمد ميس. (2021). لائحة التراث العالمي ودورها في الاستدامة البيئية، مجلة الخليج العربي، المجلد (49)، العدد (1).
20. سلطان، عطية صلاح. (2009). تحسين القدرة التنافسية للمؤسسات العامة والخاصة وفقا لمعايير الاداء الاستراتيجي، ورقة عمل مقدمة في ندوة بعنوان: الادارة الاستراتيجية ودعم القدرات التنافسية للمؤسسات العربية العامة والخاصة، جامعة الشلف، يونيو، 2007م.
21. سلطة الادارة المشتركة، (2014)، "الاستدامة البيئية"، برنامج التعاون المشترك عبر الحدود في حوض البحر الابيض المتوسط، ايطاليا.
22. سليمان، ماهر حامد. (2022). الميزة النسبية للبنية التحتية لقطاع السياحة بالاقاليم التونسية دراسة في الجغرافية الاقتصادية، مجلة كلية الاداب جامعة الفيوم، المجلد (14)، العدد (1).
23. السياح، شروق والدبس، حمزة والأمير، ثائرة. (2021). قياس تأثير أعداد النخيل على معدلات إنتاج التمور باستخدام نماذج البيانات المقطعية panal Data، مجلة وارث العلمية، المجلد (3)، عدد خاص.
24. شاكر، صلاح. (2012). " الإرث التراثي العراقي المحفوظ والمسروق " مجلة اوروك، هيئة السياحة ، العدد الثالث والعشرون.
25. الشراري، جمال صبيح. (2019). مقارنة التعليم الابتدائي بدول الخليج العربي، مجلة كلية التربية، العدد (1) أكتوبر.
26. شراف، عقون وليلى، بوحديد. (2019). التجربة التونسية في صناعة السياحة، مجلة دراسات اقتصادية، المجلد (6)، العدد (1).
27. الشعباني، صالح ابراهيم يونس. (2012). اثر اعتماد انموذج التكلفة الشاملة لدورة حياة المنتج على خفض الكلف وتحسين العائد، مجلة جامعة كركوك للعلوم الاقتصادية والإدارية، المجلد (2)، العدد (2).
28. الصالح، صبحي. (2006). الفساد الإداري من منظور العولمة: الآثار المالية والاقتصادية، مجلة الإداري، مسقط، معهد الإدارة العامة، العدد (150).
29. طالب، عمر بن سليمان. (2017). الاستثمار السياحي في الإمارات العربية المتحدة لدعم الاقتصاد الوطني (2016-2017)، مجلة المعيار، جامعة الأمير عبدالقادر، قسطنطينية، العدد (20).
30. الظالمي، رشيد بان وطارق، غسان. (2015). اشكالية العلاقة بين التنمية الاقتصادية وعدم الاستقرار السياسي في البلاد النامية (العراق انموذجا)، مجلة المثلى للعلوم الادارية والاقتصادية، المجلد (5)، العدد (1).
31. عبد المعطي، غادة علي. (2019). التحول الرقمي في السياحة المصرية (المفهوم-التحديات-المتطلبات)، المجلة الدولية للتراث والسياحة والضيافة، جامعة الفيوم، المجلد (13)، العدد (2).
32. عبد المنعم، هبة وقعلول، سفيان. (2019). محددات مشاركة المرأة في القوة العاملة في الدول العربية، صندوق النقد العربي، العدد (48).
33. علي، احمد حسن. (2019). نحو استراتيجية لتطوير السياحة العراقية، مركز البيان للدراسات والتخطيط.

34. علي، بن الطيب. (2019). تطبيقات الذكاء الاصطناعي ودورها في تعزيز رقمنة المجتمعات والتحول نحو المدن الذكية، دولة الإمارات نموذجاً، برلين: المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية.
35. علي، أحمد حسن. (2018). نحو استراتيجية لتطوير السياحة العراقية، سلسلة إصدارات مركز البيان للدراسات والتخطيط، (حصار البيان)، تشرين الأول والثاني وكانون الأول.
36. عيساني، عامر وعيساني، ربيع. (2016). "التجربة السياحية (الجزائر - تونس) - دراسة تقييمية (2001-2014)، مجلة الاقتصاد الصناعي، العدد (10)، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية، جامعة باتنة.
37. العيسوي، أبراهيم. (2000). دور الدولة والتعاون العربي في رفع القدرة التنافسية، مجلة المستقبل العربي، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، العدد (254).
38. قطاف، فيروز وبزقوار، عبلة. (2017). مؤشرات ريادة القطاع السياحي في دولة الإمارات العربية، مجلة المقار للدراسات الاقتصادية، الجزائر، العدد (01).
39. قعلول، سفيان والوليد، طلحة. (2020). الاقتصاد الرقمي في الدول العربية: الواقع والتحديات، صندوق النقد العربي، أبو ظبي. الإمارات.
40. قورقيش، نصيرة. (2011). التنمية البشرية في الجزائر وافاقها في ظل برنامج التنمية 2010-2014، الاكاديمية للدراسات الاجتماعية والانسانية، المجلد (3)، العدد (2).
41. كيال، مها. (2021). التحديات الثقافية نحو بلوغ الهدف الخامس من أجندة التنمية المستدامة 2030. مجلة التجديد العربي، العدد (13).
42. ماجد، احمد. (2016). دراسة اقتصاد الإمارات مؤشرات ايجابية وريادة عالمية، (وزارة الاقتصاد، الإمارات).
43. مبارك، فاطمة. (2016). التنمية المستدامة اصلها ونشأتها، مجلة بيئة المدن الالكترونية، العدد (13).
44. محسن، نهلة محمد والعراقي، محمد وجمال الدين، نانسي وابو احمد، مصطفى. (2017). الوضع التنافسي السياحي الدولي لمصر: دراسة تحليلية للبنية الاساسية في مصر، المجلة الدولية للتراث والسياحة والضيافة، جامعة الفيوم، المجلد (11).
45. مخفي، أمين و دواح، عائشة. (2007). دراسات تهيئة جاذبية المواقع السياحية في ظل تطبيق وإدارة مفهوم التنمية السياحية المستدامة في الجزائر، دراسات حالة مدينة مستغانم، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم.
46. مراد، زايد. (2010). السياحة كصناعة في الاقتصاد الوطني وحالة الجزائر، الملتقى الدولي حول إقتصاديات السياحة ودورها في التنمية المستدامة، بسكرة.
47. المفوضية العليا لحقوق الانسان في العراق. (2016)، التقرير السنوي حول أوضاع حقوق الانسان في العراق لعام (2015)، الباب (1)، أوضاع حقوق الانسان في العراق.
48. مولاي، لخضر عبدالرزاق وعبد الحميد، بخاري. (2007). التكامل الاقتصادي العربي وتعزيز التنافسية الدولية، الملتقى الاقتصادي العربي الواقع والافاق، جامعة ورقلة.
49. ناشور، الهام خزل. (2017). مؤشرات اداء القطاع السياحي في العراق والسبل الكفيلة لتطويرها، مجلة الادارة والاقتصاد، العدد (113).
50. ناصر، ماجد حميد. (2020)، دراسة وتحليل احتساب الدخل السياحي في العراق، مجلة الادارة والاقتصاد، العدد (125).
51. وديع، محمد عدنان. (2003). القدرة التنافسية وقياسها، مجلة جسر التنمية، الكويت، العدد (24).

52. يوراي، ساعد وعيساني، عامر، (2015)، "تقييم تنافسية قطاع السفر والسياحة في بلدان المغرب العربي دراسة مقارنة بين الجزائر وتونس والمغرب، مجلة العلوم الانسانية، العدد (15).
53. يوسف، بركان وبصطاف، فوزية، (2016). التنمية السياحية المستدامة كبديل استراتيجي لاستغلال العوائد النفطية الجزائرية بالاستناد إلى التجربة الإماراتية، مجلة الباحث الاقتصادي، العدد (3).

ثالثاً: التقارير والنشرات

1. الأمانة العامة لجامعة الدول العربية. (2021). الدول العربية ارقام ومؤشرات، أبو ظبي العدد (8).
2. البنك الدولي. (2012). تقييم مناخ الاستثمار في العراق، 13 اذار.
3. البنك المركزي العراقي. (2019). التقرير السنوي.
4. البنك المركزي العراقي، التقارير الاقتصادية السنوية (2010-2019): إحصاء ميزان المدفوعات، بغداد: دائرة الإحصاء والأبحاث.
5. البنك المركزي المصري، التقرير السنوي (2018-2019).
6. جريدة الوقائع العراقية. (2012). قانون وزارة السياحة والآثار رقم (13) لسنة 2012، العدد (4232)، 12 اذار / 2012.
7. جمهورية العراق، ديوان الرقابة المالية. (2019). تقرير تفصيلي عن تقويم الاداء الخاص بسياسة النقل في تطوير واقع قطاع النقل في العراق.
8. جمهورية العراق، وزارة التخطيط والتعاون الإنمائي في العراق، الحسابات القومية، بغداد.
9. صندوق النقد العربي (2016). التقرير الاقتصادي العربي الموحد لعام 2016، أبو ظبي، الإمارات العربية.
10. صندوق النقد العربي (2019). التقرير الاقتصادي العربي الموحد لعام 2019، أبو ظبي، الإمارات العربية.
11. صندوق النقد العربي (2020). "التقرير الاقتصادي العربي الموحد لعام 2020، أبو ظبي، الإمارات العربية.
12. صندوق النقد العربي (2020). "تقرير التنافسية العربية لعام 2020، أبو ظبي، الإمارات العربية.
13. المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، التقارير السنوية. (2015-2017). تقييم الرأي العام لمؤسسات الدولة وأداء الحكومات، قطر.
14. المعهد العربي للتخطيط، (2003). تقرير التنافسية العربية الأول، الكويت.
15. المعهد العربي للتخطيط، (2012). تقرير التنافسية العربية لعام 2012، الكويت.
16. المفوضية العليا لحقوق الانسان في العراق. (2019). التقرير السنوي عن حالة حقوق الانسان في العراق لعام (2018)، الباب (2)، الحقوق المدنية والسياسية والباب (3)، الحقوق الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والباب (4)، حقوق الفئات الأكثر تضرراً والأقليات، بغداد.
17. منظمة الاغذية والزراعة للامم المتحدة. (2018). تونس دراسة وتحليل منظومة زيت الزيتون، دراسة مقدمة في اطار برنامج التعاون بين منظمة الاغذية والزراعة والبنك الأوروبي للإنشاء والتعمير.
18. منظمة السياحة العالمية. (2013). مجموعة بيانات إحصاءات السياحة.
19. منظمة السياحة العالمية. (2020). مجموعة بيانات إحصاءات السياحة.
20. المؤسسة العربية لضمان الإستثمار واثنان الصادات، تقرير مناخ الإستثمار في الدول العربية، 2019.
21. المؤسسة العربية لضمان الإستثمار. (2020). تقرير مناخ الإستثمار في الدول العربية لعام 2020، الكويت.
22. الهيئة الاتحادية للتنافسية والإحصاء. (2020). ارقام الإمارات، الاصدار الثاني، الإمارات العربية.

23. الهيئة الاتحادية للموارد البشرية الحكومي. (2019). نظام التدريب والتطوير لموظفي الحكومة الاتحادية، أبو ظبي، الإمارات.
24. هيئة تنظيم الاتصالات والحكومة الرقمية. (2020). التحول الرقمي في دولة الإمارات العربية، أبو ظبي. الإمارات.
25. وزارة الاقتصاد. (2019). التقرير الاقتصادي السنوي لعام 2019، الإمارات.
26. وزارة التخطيط، الجهاز المركزي للإحصاء. (2019). إحصاء نشاط سكك الحديد لسنة 2019، بغداد، العراق.
27. وزارة التخطيط، الجهاز المركزي للإحصاء، مديرية إحصاء التجارة، تقرير مسح الفنادق ومجمعات الايواء السياحي، 2019
28. وزارة التخطيط. (2019). إحصاء نشاط النقل الجوي في القطاع الحكومي والعام (2016- 2019)، بغداد: مديرية إحصاءات النقل والاتصالات.
29. وزارة المالية، دائرة المحاسبة، قسم التوحيد.
30. الوقائع العراقية، قانون الموازنة الاتحادية للسنوات المالية ((2015)، العدد (4352)، السنة (56) في 16/ شباط و (2016)، العدد (4394)، السنة (57) في 18 كانون الثاني و ((2017)، العدد (4430)، السنة (58) في 9 كانون الثاني و (2018)، العدد (4485)، السنة (59) في 2 نيسان، والوقائع العراقية (2017)، قانون إقامة الأجانب رقم (76) لسنة 2017، العدد (4466)، السنة التاسعة والخمسون، في 23 تشرين الأول.

رابعاً: الرسائل والاطاريح

1. أمين، كمبوش وحولية، يحي. (2017). كيفية ترقية المنتج السياحي الجزائري وخلق ميزة تنافسية للوجهة الجزائرية دراسة حالة وكالة السياحة والأسفار "غرب تور" عين تموشنت، رسالة ماجستير مقدمة الى المركز الجامعي بلحاج بوشعيب- عين تموشنت.
2. الجوراني، عدنان فرحان. (2010). تحليل القدرة التنافسية للإقتصادات العربية مع التركيز على قياس القدرة التنافسية للاقتصاد العراقي، اطروحة دكتوراه مقدمة الى جامعة البصرة، كلية الادارة والاقتصاد.
3. حداد، نرجس. (2009). نمو النشاط السياحي كمؤشر لقياس التنافسية دراسة حالة المؤسستين الفندقيتين الاوراسي والجزائر، رسالة ماجستير مقدمة إلى جامعة العربي التبسي، تبسه.
4. صليحة، عشي. (2005). الاثار التنموية للسياحة دراسة مقارنة بين الجزائر، تونس، والمغرب، رسالة ماجستير مقدمة إلى كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير جامعة باتنة.
5. كاظم، عبير علي. (2011). دور صناعة السياحة في تطوير اقتصادات بعض الدول النامية المختارة مع اشارة خاصة للعراق للمدة (1990-2009)، رسالة ماجستير مقدمة إلى مجلس كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة بغداد.

خامساً: الانترنت شبكة المعلومات الدولية

1. Unesco, World Heritage List, available, on, website: whc.unesco.org/en/list
2. ابراهيم، هيثم. (2016). أفضل 20 مدينة في مصر، متاح على الرابط الالكتروني: www.batuta.com
3. بيانات منظمة الصحة العالمية المنشورة على الموقع: (<http://apps.who.int/nha/database>).
4. الحداد، محمد محجوب. (2011). تقييم تنافسية الصناعة السياحة في ليبيا كمصدر بديل للدخل في ظل تحرير تجارة الخدمات، الملتقى الدولي الرابع بعنوان: المنافسة والاستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات في الدول العربية، متاح على الموقع الالكتروني: <http://labocolloque5.voila.net/106mohamedmahdjob.pdf>
5. الحيازي، ايمان. (2020). مقومات السياحة في مصر، متاح على الرابط الالكتروني: <https://mawdoo3.com>
6. عبد الحميد، راندا. (2021). السياحة في مصر، متاح على الرابط الالكتروني: <https://mqaall.com/search-tourism-egypt-pdf>

7. النوير، طارق.(بدون تاريخ). دور الحكومة الداعم للتأفسيّة"حالة مصر"، ورقة عمل متاحة على موقع المعهد العربي للتخطيط بالكويت www.ArAB-API.ORG.
8. وزارة العمل الإماراتية.(2014). **حظر العمل وقت الظهيرة**، متاح على الرابط الإلكتروني: <https://www.mol.gov.ae/molwebsite/ar/e>.
9. وكالة الصحافة المستقلة.(2020). **مقارنة احصائية بين عدد المصارف في العراق وبعض الدول**، دراسة متاحة على الرابط: <https://mustaqila.com>

South. Foreign references

1. Address The Long-Term Sustainability Of Tourist Interactions With Cetaceans". Higham, J. E., Bejder, L., & Lusseau, D. (2008). An Integrated And Adaptive Management Model To *Environmental Conservatio*.
2. Alaoui, A.(2006). **International Competitiveness: Strategies For French Companies**. France Editions.
3. Ali, S. (2012). **Compétitivité Économique: Quel Potentiel Pour l'Algérie**. (Doctoral Dissertation, Ecole Supérieure De Commerce).
4. Azzopardi, E. (2011). **The international competitiveness of Malta as a tourist destination** (Doctoral dissertation).
5. Berdo, S. (2015). **The integrated model of Dwyer and Kim as a tool to evaluate and rank the determinant attributes of a tourist destination competitiveness**. European Journal of Economics and Business Studies, 1(1), 27-30.
6. Blanke, J., & Chiesa, T. (Different years). **The travel & tourism competitiveness report**. In The World Economic Forum.
7. Blatagi, B., H., 2005, **Econometric Analysis of Panel Data**, 3rd ed., John Wiley & Sons, Ltd, West Sussex.
8. Bounfour, A. (1998). **Le Management Des Ressources Immatérielles: Maîtriser Les Nouveaux Leviers De L'avantage Compétitif**. Dunod.
9. Business, D. (2019). **Training for reform**. Dostupno na: https://www.doingbusiness.org/content/dam/doingBusiness/media/Annual-Reports/English/DB2019-report_web-version.
10. Calderwood, L. U., & Soshkin, M. (2019). **The travel and tourism competitiveness report 2019**. World Economic Forum.
11. Carpenter, Mason A., & Wm, Gerard Standers.(2009), " **Strategic Management A Dynamic Perspecting**. (2th Ed) .Person Prentice Hall: Newjersy.
12. Chasten, I., Badger, B. & Smith, E.(1999) . **Organizational Learning: Research Issue And Application In SMS Sector Firms**. International Behav.
13. Chuck, Y (Ed.)(1997). **International Tourism: A Global Perspective**. Wto Publications, Madrid.
14. Crouch, G. I. (2011). **Destination Competitiveness: An Analysis Of Determinant Attributes**. Journal Of Travel Research, 50(1).
15. David, L, Marianna, S. (2005). **International Cultural Tourism, Management Implications And Cases**. Elsevie.
16. Doing Business. (2019). **Economy Profile 2016: United Arab Emirates**. 13 TH Edition, a World Bank group flagship report, World Bank group, USA, accessed at http://www.iberglobal.com/files/2016/emiratos_db.pdf, on 1- 9-2019.
17. Dutta, S., Lanvin, B., & Wunsch-Vincent, S. .(2019). **Global Innovation Index 2017**. Cornell University.
18. Dwyer, L., & Kim, C. (2003). **Destination Competitiveness: Determinants And Indicators**. Current Issues In Tourism, 6(5).
19. Elliott, J. (1997). **Tourism: Politics And Public Sector Management**. Psychology Press.
20. Falk, R. (2019). **Global Law**. In The Oxford Handbook of Global Studies.
21. Frees, A, Kim, (2007) . **Longitudinal and Panel Data** . University Cambridge
22. Gartner, W, C, Lime, D, W., (2000). **Trends In Outdoor Recreation, Leisure And Tourism**. United Kingdom, Cabi Publishing,
23. Giroud, A., & Ivarsson, I. (2020). **World Investment Report 2020: International production beyond the pandemic**.
24. Global Terrorism Index .(2019). **Briefing Measuring The Impact Of Terrorism**.
25. Greene, W., H., (2012). **Econometrics Analysis**, 7th ed., Pearson Education, Inc., NJ.
26. Hamel, G., & Heene, A. (1994). **Competence-Based Competition**. Wiley& Sons . New York.

27. Hausman, J., (1978), **Specification Test in Econometrics**, , Vol.46.
28. Heath, E. T. (2003). **Towards a model to enhance destination competitiveness: A Southern African perspective.**
29. Heller, L. R., Lawson, R. A., Murphy, R. H., & Williamson, C. R. (2018). **Is human trafficking the dark side of economic freedom?**. *Defence and peace economics*, 29(4), 355-382.
30. Heller, L. R., Lawson, R. A., Murphy, R. H., & Williamson, C. R. (2020). **Is human trafficking the dark side of economic freedom?**. *Defence and peace economics*.
31. Higham, J. (2007). **Introduction to sport tourism destination analysis.** (pp. 33-40). Routledge.
32. Hitchens, D. M. (1999). **The Implications For Competitiveness Of Environmental Regulations For Peripheral Regions In The EU.** *Omega*, 27(1).
33. IMD,(2019).**World Competitiveness Yearbook 2019.** Geneva , Switzerland.
34. IMD,World Competitiveness Yearbook (2019), IMD , Geneva , Switzerland.
35. Index, G. T. (2016). **Measuring and Understanding the Impact of terrorism Sydney: IEP.**
36. Index, H. P. (2019). **H&P passport index.** Henley Corporation, International Air Transport Association.
37. International Institute for management and development.(2002). **world competitive.** year book. Switzerland.
38. IPMED. (2012) .**Tourism in Tunisia.** institute for economic forecasting of the Mediterranean world.
39. IUCN. (2019). **Guidelines for application of IUCN red list criteria at regional and national levels:** version 4.0.
40. Joint Research Centre-European Commission. (2008).**Handbook On Constructing Composite Indicators: Methodology And User Guide.** OECD Publishing.
41. Levy-Carciente, S. (2019). **International Property Rights Index 2019.** Edited by Lorenzo Montanari. Property Rights Alliance.
42. Macmillan, H., & Tampoe, M.(2000). **Strategic Management.** Oxford University Press.
43. Manai, A. (2018). **The origins of Tunisian tourism.** *Journal of Mediterranean Studies*, 27(1), 49-61.
44. Moon, H. C. (2000). *From Adam Smith to Michael Porter: evolution of competitiveness theory* (Vol. 2). World Scientific.
45. OECD,Industry Productivity.(1996).**International Compression And Measurement Issues.**Paris.
46. OECD. (2015).**The High Cost of Low Educational Performance.**OECD Publishing, Paris.
47. OPEC.(2020).**Annual Statistical Bulletin .**Vienna .Austria .
48. Organization of Economic co-operation and Development (OECD).(1992). **Trade and competition policies: comparing objectives and methods.** Paris.
49. Porter, M. E. (2008). **The Five Competitive Forces That Shape Strategy.**Harvard Business Review, 86(1), 25-40.
50. Porter, M. E., & Advantage, C. (1985). **Creating and sustaining superior performance. Competitive advantage,** 167, 167-206.
51. Porter, M.E.(1990). **The competitive advantage of nations.** (1th ed): Macmillan press.
52. Rahmafritia, F., Suryadi, K., Oktadiana, H., Putro, H. P. H., & Rosyidie, A. (2021). **Applying knowledge, social concern and perceived risk in planned behavior theory for tourism in the Covid-19 pandemic.** *Tourism Review.*
53. Robino, D. M. (2019). **Global Destination Cities Index 2019.** New York: Mastercard.
54. Rodgers, J. (2001) .**Travel And Tourism: Advanced.** Oxford, United Kingdom.
55. Rowe, A, Smith, J ,D, Borin, F,(2002). **Travel And Tourism, Standard Level.** Cambridge University Press.
56. Ryan, C., & Stewart, M. (2009). **Eco-tourism and luxury–the case of Al Maha, Dubai.** *Journal of Sustainable Tourism*, 17(3), 287-301.
57. Sala-i-Martin, X., Blanke, J., Hanouz, M. D., Geiger, T., Mia, I., & Paua, F. (2008). **The global competitiveness index: Prioritizing the economic policy agenda.***The global competitiveness report. 2009*, 3-41..
58. Saurabh, D,(2006).**Hospitality And Tourism Management.** Ntc Printers And Publishers, Delhi, India.
59. Schwab, K. (2019). **The global competitiveness report 2018-2019.** Geneva: World Economic Forum.
60. Shepherd, R,(1998). **Tourism Principles And Practices.** Longman Publications. New York.
61. Tinard, Y. (1994). **Le Tourisme: Économie Et Management.** Ediscience International.

62. Top Universities, (2015). **QS University Ranking: Arab Region 2015**. accessed at : <http://www.topuniversities.com/university-rankings/arab-region->
63. Transparency International(TI) .(2007-2019). **Corruption perception (CPI)**.
64. TTCL, C. I. (2013). **The travel & tourism competitiveness index 2013: Contributing to national growth and employment**. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2013,3.
65. TTCL, C. I. (2017). **The travel & tourism competitiveness index 2017: Paving the way for a more sustainable and inclusive future**. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017,3.
66. UN,(2018).**E-Government Survey 2018**. New York,United Nations.
67. United Nations, & World Tourism Organization. (1994). **.Recommendations On Tourism Statistics**.
68. United Nations.(2008). **International Standard Industrial Classifications Of All Economic Activities**. I.S.I.C, Statistical Papers, Series M No 4 Rev. 3. New York.
69. Universities, T. (2019). **QS University Rankings: Arab Region 2019**. Quacquarelli Symonds.
70. Van Zyl, C. R. (2006).**Intellectual Capital And Marketing Strategy Intersect For Increased Sustainable Competitive Advantage** .(Doctoral Dissertation, University Of Johannesburg).
71. Weed, M., & Bull, C. (2004). **Sports tourism: Participants, policy and providers**. Routledge.
72. Wheelen, T., & Hunger , D., (2012). **Strategic Management ,Concepts And Cases**. (7th Ed).Prentice-Hall ,Inc, United State Of America.
73. World Bank data. (2019). **Doing business 2019 How to reform**. The World Bank.
74. World Economic Forum,(1997) **.Report The Travel & Tourism Competitiveness**, Geneva.
75. World Economic Forum,(2007) **.Report The Travel & Tourism Competitiveness**, Geneva.
76. World Economic Forum,(2009) **.Report The Travel & Tourism Competitiveness**, Geneva.
77. World Economic Forum,(2011) **.Report The Travel & Tourism Competitiveness**, Geneva.
78. World Economic Forum,(2013) **.Report The Travel & Tourism Competitiveness**, Geneva.
79. World Economic Forum,(2015) **.Report The Travel & Tourism Competitiveness**, Geneva.
80. World Economic Forum,(2017) **.Report The Travel & Tourism Competitiveness**, Geneva.
81. World Economic Forum,(2019) **.Report The Travel & Tourism Competitiveness**, Geneva.
82. World Economic Forum.(2000). **The global Competitiveness Report**. Oxford university :press.
83. World Economic Forum.(2013). **The global Competitiveness Report**. Oxford university :press.
84. World Economic Forum.(2015). **The global Competitiveness Report**. Oxford university :press.
85. World Travel And Tourism Council. (2020). **Global Economic Impact & Trends**. July.
86. WTTC.(2002). **World Travel And Tourism Council Year 2001 TSA Research Summary And Highlight**. WTTC Publications, London.
87. Zaei, M. E., & Zaei, M. E. (2013). **The Impacts Of Tourism Industry On Host Community**. European Journal Of Tourism Hospitality And Research, 1(2), 12-21.
88. Zulfikar, R., & STp, M. M. (2019). **Estimation model and selection method of panel data regression: an overview of common effect, fixed effect, and random effect model**: Universitas Islam Kalimantan MAB Banjarmasin.

الملحق 1- المؤشرات الفرعية للتنافسية السياحة والسفر لدول العينة المختارة (الإمارات، مصر، تونس)

جدول 1- المؤشرات الفرعية للتنافسية السياحية لدولة الإمارات لعام 2019

الترتيب	مؤشر بيئة العمل	الترتبة	مؤشر الامن والسلامة	الترتيب
7	حقوق الملكية	24	تكاليف العمل التجاري من الجريمة والعنف	
15	اثر العمل التجاري على قواعد الاستثمار الاجنبي	26	مؤشر جودة خدمات الشرطة	
21			تكاليف العمل التجاري من الارهاب	
31		11	مؤشر وقوع الارهاب	
27			معدل جرائم القتل	
الترتيب	كفاءة الاطار القانوني في تحديثات التقيد بالانظمة	13	مؤشر النظافة والصحة	الترتيب
50	الوقت اللازم للتعامل مع تراخيص البناء	3	كثافة الاطباء(1000/ شخص)	
12	تكلفة التعامل مع تراخيص البناء(ايام)	73	الوصول على مرافق صحية محسنة(% عدد السكان)	
35	اجمالي معدل الضريبة	10	امكانية الحصول على مياه الشرب المحسنة(% عدد السكان)	
102	حجم السوق	16	أسرة المستشفيات(1000/ شخص)	
1	الوقت اللازم للبدء بالعمل التجاري	8	انتشار فيروس نقص المناعة المكتسبة (% البالغين من عدد السكان)	
1	تكلفة بدء عمل تجاري نصيب الفرد من الدخل القومي الاجمالي	111	معدل الاصابة بالملاريا (حالات / 100000 نسمة)	
الترتيب	تأثير الضرائب على حوافز العمل	5	مؤشر الموارد البشرية وسوق العمل	الترتيب
84	تأثير الضرائب على حوافز الاستثمار	1	معدل التسجيل في التعليم الابتدائي	
64			معدل التسجيل في التعليم الثانوي	
21	مؤشر سهولة الحصول على القروض	39	مدى تدريب الموظفين	
26	مؤشر جاهزية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات	الترتيب	درجة توجيه العميل	
6	استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في معاملات biz to biz	27	ممارسات التوظيف والفصل	
9	استخدام الانترنت في معاملات biz to - consumer	37	سهولة ايجاد الموظفين المهرة	
5	مستخدمو الانترنت(% عدد السكان)	11	سهولة توظيف العمالة الاجنبية	
7	اشتركاك الانترنت ذات النطاق العريض الثابت(100/ شخص)	29	الاجور والانتاجية	
127	اشتركاك الهاتف الخليوي المتنقل(100/ شخص)	2	مشاركة المرأة في القوة العاملة(نسبة إلى الرجال)	
الترتيب	اشتركاك النطاق العريض الجوال(100/ شخص)	1	الانفتاح الدولي	الترتيب
31	تغطية شبكة الهاتف النقال	1	متطلبات التأشيرة	
62	جودة امدادات الكهرباء	32	انفتاح الاتفاقيات الثنائية في مجال الخدمات الجوية	
99	مؤشر تحديد اولويات السياحة والسفر	الترتيب	عدد الاتفاقيات الاقليمية السارية	
الترتيب	تحديد اولويات الحكومة في صناعة السفر والسياحة	21	مؤشر تنافسية الاسعار	الترتيب
59	الاتفاق الحكومي على السياحة والسفر(% الميزانية الحكومية)	32	ضرائب التذاكر ورسوم المطار	
79	فعالية التسويق والعلامة التجارية لجذب السياح	8	مؤشر اسعار الفنادق (دولار امريكي)	
98	شمولية البيانات السنوية للسفر والسياحة	139	تبادل القوة الشرائية(دولار امريكي)	
18	دقة مواعيد تقديم بيانات السفر والسياحة الشهرية/ ربع سنوية	96	مستويات سعر الوقود (دولار امريكي / لتر)	
الترتيب	تصنيف استراتيجيات العلامة التجارية للبلد	126	مؤشر النقل الجوي	الترتيب
7	الاستدامة البيئية	الرتب	جودة البنية التحتية للنقل الجوي	
103	صرامة الانظمة البيئية	31	عدد المقاعد المحلية المتاحة(ملايين)	
4	تطبيق اللوائح البيئية	25	عدد المقاعد الدولية المتاحة(ملايين)	
6	استدامة تطوير صناعة السفر والسياحة	6	الطائرات المغادرة(لكل 1000 شخص)	
78	التصديق على المعاهدات البيئية	78	كثافة المطارات(مليون نسمة)	
20	الضغط على الموارد المائية	126	عدد شركات الطيران العامة	
الترتيب	الانواع المهددة بالانقراض(% مجموع الانواع)	75	مؤشر النقل البري والبحري	الترتيب
9	معالجة مياه الصرف الصحي	22	جودة الطرق	
123	البنية التحتية للخدمات السياحية	الترتيب	كثافة الطرق(% مجموع المساحة الاقليمية)	
84	عدد غرف الفنادق (100/ شخص)	21	كثافة الطرق المعبدة(% مجموع المساحة الاقليمية)	
9	جودة البنية التحتية للسياحة	7	جودة البنية التحتية للموانئ	
15	تواجد شركات كبرى لتأجير السيارات	1	كفاءة النقل البري	
الترتيب	عدد ماكينات الصرف الآلي	45	مؤشر الموارد الثقافية	الترتيب
97	مؤشر الموارد الطبيعية	الترتيب	عدد مواقع التراث الثقافي العالمي (عدد المواقع)	
21	عدد المواقع الطبيعية للتراث العالمي	91	التراث الثقافي الشفهي وغير المادي (عدد العبارات)	
38	مجموع المعالم المعروفة (عدد المعالم)	118	عدد الملاعب الرياضية(عدد الملاعب الكبيرة)	
116	مجموع المناطق المحمية(% اجمالي المساحة الاقليمية)	51	الطلب الرقمي على السياحة الثقافية والترفيهية	
	الطلب الرقمي للسياحة الطبيعية	122		
	جاذبية الاصول الطبيعية	63		

Source- World Economic Forum, Travel & Tourism Competitiveness Index 2019, Geneva, Available At:

[Http://Reports.Weforum.Org/Travel-And-Tourism-Competitiveness-Report-2019/Country-Profiles/#Economy=TUN](http://Reports.Weforum.Org/Travel-And-Tourism-Competitiveness-Report-2019/Country-Profiles/#Economy=TUN)

جدول -2- المؤشرات الفرعية للتنافسية السياحية لجمهورية مصر لعام 2019

الترتيب	مؤشر بيئة العمل	الترتبة	مؤشر الامن والسلامة	الترتيب
75	حقوق الملكية	51	تكاليف العمل التجاري من الجريمة والعنف	
51	اثر العمل التجاري على قواعد الاستثمار الاجنبي	118	موثوقية خدمات الشرطة	
112	كفاءة الاطار القانوني في تسوية النزاعات	64	تكاليف العمل التجاري من الارهاب	
135			مؤشر وقوع الارهاب	
67	كفاءة الاطار القانوني في تحديات التقيد بالانظمة	48	معدل جرائم القتل	
	الوقت اللازم للتعامل مع تراخيص البناء	93	مؤشر النظافة والصحة	الترتيب
	تكلفة التعامل مع تراخيص البناء (ايام)	49	كثافة الاطباء (1000/ شخص)	
	حجم السوق	47	الوصول على مرافق صحية محسنة (% عدد السكان)	
	الوقت اللازم للبدء بالعمل التجاري	65	امكانية الحصول على مياه الشرب المحسنة (% عدد السكان)	
	تكلفة بدء عمل تجاري نصيب الفرد من الدخل القومي الإجمالي	123	أسرة المستشفيات (1000/ شخص)	
	اجمالي معدل الضريبة	102	انتشار فيروس نقص المناعة المكتسبة (% البالغين من عدد السكان)	
	تأثير الضرائب على حوافز الاستثمار	68	معدل الإصابة بالمalaria (حالات / 100000 نسمة)	
	تأثير الضرائب على حوافز العمل	46	مؤشر الموارد البشرية وسوق العمل	الترتيب
	مؤشر سهولة الحصول على القروض	102	معدل التسجيل في التعليم الابتدائي	
	مؤشر جاهزية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات	الترتيب	معدل التسجيل في التعليم الثانوي	
	استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في معاملات biz to biz	48	مدى تدريب الموظفين	
	استخدام الانترنت في معاملات biz to - consumer	75	درجة توجيه العميل	
	مستخدمو الانترنت (% عدد السكان)	92	ممارسات التوظيف والفصل	
	اشتراكات الانترنت ذات النطاق العريض الثابت (100/ شخص)	88	سهولة ايجاد الموظفين المهرة	
	اشتراكات الهاتف الخليوي المتنقل (100/ شخص)	92	سهولة توظيف العمالة الاجنبية	
	اشتراكات النطاق العريض الجوال (100/ شخص)	95	الاجور والانتاجية	
	تغطية شبكة الهاتف النقال	47	مشاركة المرأة في القوة العاملة (نسبة إلى الرجال)	
	جودة امدادات الكهرباء	55	الانفتاح الدولي	الترتيب
	مؤشر تحديد اولويات السياحة والسفر	الترتيب	متطلبات التأشيرة	
	تحديد اولويات الحكومة في صناعة السفر والسياحة	86	انفتاح الاتفاقيات الثنائية في مجال الخدمات الجوية	
	الاتفاق الحكومي على السياحة والسفر (% الميزانية الحكومية)	18	عدد الاتفاقيات الإقليمية السارية	
	فعالية التسويق والعلامة التجارية لجذب السياح	106	مؤشر تنافسية الاسعار	الترتيب
	شمولية البيانات السنوية للسفر والسياحة	74	ضرائب التذاكر ورسوم المطار	
	دقة مواعيد تقديم بيانات السفر والسياحة الشهرية/ ربع سنوية	84	مؤشر اسعار الفنادق (دولار امريكي)	
	تصنيف استراتيجي العلامة التجارية للبلاد	5	تعادل القوة الشرائية (دولار امريكي)	
	الاستدامة البيئية	الرتب	مستويات سعر الوقود (دولار امريكي / لتر)	
	صرامة الانظمة البيئية	75	مؤشر النقل الجوي	الترتيب
	تطبيق اللوائح البيئية	109	جودة البنية التحتية للنقل الجوي	
	استدامة تطوير صناعة السفر والسياحة	53	عدد المقاعد المحلية المتاحة (ملايين)	
	التصديق على المعاهدات البيئية	78	عدد المقاعد الدولية المتاحة (ملايين)	
	الضغط على الموارد المائية	61	الطائرات المغادرة (لكل 1000/ شخص)	
	الانواع المهددة بالانقراض (% مجموع الانواع)	81	كثافة المطارات (مليون نسمة)	
	معالجة مياه الصرف الصحي	55	عدد شركات الطيران العامة	
	البنية التحتية للخدمات السياحية	الترتيب	مؤشر النقل البري والبحري	الترتيب
	عدد غرف الفنادق (100/ شخص)	101	جودة الطرق	
	جودة البنية التحتية للسياحة	41	كثافة الطرق (% مجموع المساحة الإقليمية)	
	تواجد شركات كبرى لتأجير السيارات	86	كثافة الطرق المعبدة (% مجموع المساحة الإقليمية)	
	عدد ماكينات الصرف الآلي	108	جودة البنية التحتية للموانئ	
	مؤشر الموارد الطبيعية	الترتيب	كفاءة النقل البري	
	عدد المواقع الطبيعية للتراث العالمي	50	مؤشر الموارد الثقافية	الترتيب
	مجموع المعالم المعروفة (عدد المعالم)	77	عدد مواقع التراث الثقافي العالمي (عدد المواقع)	
	مجموع المناطق المحمية (% اجمالي المساحة الإقليمية)	68	التراث الثقافي الشفهي وغير المادي (عدد العبارات)	
	الطلب الرقمي للسياحة الطبيعية	46	عدد الملاعب الرياضية (عدد الملاعب الكبيرة)	
	جاذبية الاصول الطبيعية	44	الطلب الرقمي على السياحة الثقافية والترفيهية	

Source- World Economic Forum, Travel & Tourism Competitiveness Index 2019, Geneva, Available At:

[Http://Reports.Weforum.Org/Travel-And-Tourism-Competitiveness-Report-2019/Country-Profiles/#Economy=TUN](http://Reports.Weforum.Org/Travel-And-Tourism-Competitiveness-Report-2019/Country-Profiles/#Economy=TUN)

جدول 3- المؤشرات الفرعية للتنافسية السياحية لدولة تونس لعام 2019

الترتيب	مؤشر بيئة العمل	الرتبة	مؤشر الامن والسلامة	الترتيب
86	حقوق الملكية	56	تكاليف العمل التجاري من الجريمة والعنف	
68	اثر العمل التجاري على قواعد الاستثمار الاجنبي	77	موثوقية خدمات الشرطة	
126	كفاءة الاطار القانوني في تسوية النزاعات	76	تكاليف العمل التجاري من الارهاب	
105			مؤشر وقوع الارهاب	
72	كفاءة الاطار القانوني في تحديات التقيد بالانظمة	53	معدل جرائم القتل	
			مؤشر النظافة والصحة	الترتيب
74	الوقت اللازم للتعامل مع تراخيص البناء	30	كثافة الاطباء(1000/ شخص)	
67	تكلفة التعامل مع تراخيص البناء(ايام)	108	الوصول على مرافق صحية محسنة(% عدد السكان)	
75	اجمالي معدل الضريبة	127	امكانية الحصول على مياه الشرب المحسنة(% عدد السكان)	
70	حجم السوق	79	اسرة المستشفيات(1000/ شخص))	
1	الوقت اللازم للبدء بالعمل التجاري	48	انتشار فايروس نقص المناعة المكتسبة (% البالغين من عدد السكان)	
1	تكلفة بدء عمل تجاري نصيب الفرد من الدخل القومي الإجمالي	56	معدل الاصابة بالمalaria (حالات / 100000 نسمة)	
			مؤشر الموارد البشرية وسوق العمل	الترتيب
	تأثير الضرائب على حوافز العمل	89	معدل التسجيل في التعليم الابتدائي	
	تأثير الضرائب على حوافز الاستثمار	62	معدل التسجيل في التعليم الثانوي	
	مؤشر سهولة الحصول على القروض	37	مدى تدريب الموظفين	
			مؤشر جاهزية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات	الترتيب
96	استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في معاملات biz to biz	118	درجة توجيه العميل	
129	استخدام الانترنت في معاملات biz to - consumer	116	ممارسات التوظيف والفصل	
66	مستخدمو الانترنت(% عدد السكان)	85	سهولة ايجاد الموظفين المهرة	
137	اشتركاك الانترنت ذات النطاق العريض الثابت(100/ شخص)	85	سهولة توظيف العمالة الاجنبية	
124	اشتركاك الهاتف الخليوي المتنقل(100/ شخص)	54	الاجور والانتاجية	
130	اشتركاك النطاق العريض الجوال(100/ شخص)	76	مشاركة المرأة في القوة العاملة(نسبة إلى الرجال)	
			الانفتاح الدولي	الترتيب
69	تغطية شبكة الهاتف النقال	70	متطلبات التأشيرة	
74	جودة امدادات الكهرباء	59	انفتاح الاتفاقيات الثنائية في مجال الخدمات الجوية	
77			عدد الاتفاقيات الاقليمية السارية	
	مؤشر تحديد اولويات السياحة والسفر	الترتيب	مؤشر تنافسية الاسعار	الترتيب
	تحديد اولويات الحكومة في صناعة السفر والسياحة	62	ضرائب التذاكر ورسوم المطار	
	الانفاق الحكومي على السياحة والسفر(% الميزانية الحكومية)	20	مؤشر اسعار الفنادق (دولار امريكي)	
	فعالية التسويق والعلامة التجارية لجذب السياح	90	تعادل القوة الشرائية(دولار امريكي)	
	شمولية البيانات السنوية للسفر والسياحة	87	مستويات سعر الوقود (دولار امريكي / لتر)	
	دقة مواعيد تقديم بيانات السفر والسياحة الشهرية/ ربع سنوية	8		
	تصنيف استراتيجية العلامة التجارية للبلاد	112	مؤشر النقل الجوي	الترتيب
	الاستدامة البيئية	الرتب	جودة البنية التحتية للنقل الجوي	
	صرامة الانظمة البيئية	77	عدد المقاعد المحلية المتاحة(ملايين)	
	تطبيق اللوائح البيئية	72	عدد المقاعد الدولية المتاحة(ملايين)	
	استدامة تطوير صناعة السفر والسياحة	87	الطائرات المغادرة(لكل 1000/ شخص)	
	التصديق على المعاهدات البيئية	68	كثافة المطارات(مليون نسمة)	
	الضغط على الموارد المائية	104	عدد شركات الطيران العامة	
	الانواع المهددة بالانقراض(% مجموع الانواع)	80	مؤشر النقل البري والبحري	الترتيب
	معالجة مياه الصرف الصحي	51	جودة الطرق	
	البنية التحتية للخدمات السياحية	الترتيب	كثافة الطرق(% مجموع المساحة الاقليمية)	
	عدد غرف الفنادق (100/ شخص)	41	كثافة الطرق المعبدة(% مجموع المساحة الاقليمية)	
	جودة البنية التحتية للسياحة	69	جودة البنية التحتية للموانئ	
	تواجد شركات كبرى لتأجير السيارات	70	كفاءة النقل البري	
	عدد ماكينات الصرف الآلي	96	مؤشر الموارد الثقافية	الترتيب
	مؤشر الموارد الطبيعية	الترتيب	عدد مواقع التراث الثقافي العالمي (عدد المواقع)	
	عدد المواقع الطبيعية للتراث العالمي	50	التراث الثقافي الشفهي وغير المادي(عدد العبارات)	
	مجموع المعالم المعروفة (عدد المعالم)	98	عدد الملاعب الرياضية(عدد الملاعب الكبيرة)	
	مجموع المناطق المحمية(% اجمالي المساحة الاقليمية)	99	عدد اجتماعات الجمعيات الدولية	
	الطلب الرقمي للسياحة الطبيعية	78	الطلب الرقمي على السياحة الثقافية والترفيهية	
	جاذبية الاصول الطبيعية	57		

Source- World Economic Forum, Travel & Tourism Competitiveness Index 2019, Geneva, Available At:

[Http://Reports.Weforum.Org/Travel-And-Tourism-Competitiveness-Report-2019/Country-Profiles/#Economy=TUN](http://Reports.Weforum.Org/Travel-And-Tourism-Competitiveness-Report-2019/Country-Profiles/#Economy=TUN)

الملحق-2- بيانات قياس تنافسية القطاع السياحي في العراق ودول العينة المختارة

الجدول - 1 - مؤشر بيئة الأعمال للعراق ودول العينة لمتوسط المدة (2015-2019)

Tunisia	Egypt	UAE	Iraq	مؤشر بيئة العمل/ المؤشرات الكمية
93	145	49	162	الوقت اللازم للتعامل مع تصاريح البناء (أيام)
2.5	1.6	2.0	4.0	تكلفة التعامل مع تصاريح البناء % من قيمة العمل التجاري
8.00	11.00	4.00	29.50	وقت بدء العمل (أيام)
4.70	8.00	13.00	34.80	تكلفة التعامل مع العمل التجاري % من الدخل القومي الاجمالي للفرد
60.35	43.93	11.30	30.72	اجمالي معدل الضريبة (% من الارباح التجارية)
79.00	24.02	77.57	9.80	مؤشر سهولة الحصول على القروض %

Source : World Bank/International Finance Corporation, Doing Business (2015-2019) Equal Opportunity for All,. Available <https://data.albankaldawli.org/>

- المؤسسة العربية لضمان الإستثمار وإئتمان الصادرات، تقارير مناخ الإستثمار في الدول العربية، للسنوات (2015-2019)، صفحات متعددة.

الجدول - 2 - مؤشر الأمن والسلامة للعراق ودول العينة لمتوسط المدة (2015-2019)

Tunisia	Egypt	UAE	Iraq	مؤشر السلامة والأمن/ المؤشرات الكمية
50	19	109	1	مؤشر وقوع الارهاب (ترتيب)
3.10	3.20	0.70	12.04	معدل جرائم القتل (لكل 100000 شخص)

Source : Index, G. T. (2019). Measuring the Impact of Terrorism. Sydney: Institute for Economics and Peace, Different pages.

- البنك الدولي، إحصاءات وبيانات، نقلاً عن الموقع الالكتروني: <https://data.albankaldawli.org/>

الجدول - 3 - مؤشر الصحة والنظافة للعراق ودول العينة لمتوسط المدة (2015-2019)

Tunisia	Egypt	UAE	Iraq	مؤشر الصحة والنظافة/ المؤشرات الكمية
1.2	1.1	2.5	0.3	كثافة الأطباء (1000/شخص)
87.5	94.5	99.0	83.5	الوصول الى مرافق صحية محسنة (% عدد السكان)
93.0	99.0	99.0	85.0	امكانية الحصول على مياه شرب محسنة (% عدد السكان)
21.0	5.0	11.0	1.3	أسرة المستشفيات (10000 شخص)
0.10	0.10	0.10	0.10	امتثال فايرس نقص المناعة المكتسبة (% البالغين من عدد السكان)

Source: The World Health Organization, Global Health Observatory Data Repository.

- البنك الدولي، إحصاءات وبيانات، نقلاً عن الموقع الالكتروني: <https://data.albankaldawli.org/>

الجدول- 4- مؤشر الموارد البشرية وسوق العمل للعراق ودول العينة لمتوسط المدة (2015-2019)

Tunisia	Egypt	UAE	Iraq	مؤشر الموارد البشرية وسوق العمل / المؤشرات الكمية
98.6	98.0	93.4	87.7	معدل الالتحاق بالتعليم الابتدائي (%)
88.2	86.1	92.3	66.5	معدل الالتحاق بالتعليم الثانوي (%)
35.9	29.6	50.5	17.0	مشاركة الاناث في القوى العاملة (%)
18.2	28.8	6.2	49.9	معدل الأمية للفترة العمرية (15 سنة فما فوق) %

المصدر: صندوق النقد العربي، التقرير الاقتصادي العربي الموحد، للسنوات (2015-2019)، صفحات متعددة.

الجدول- 5- مؤشر جاهزية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات للعراق ودول العينة لمتوسط المدة (2015-2019)

Tunisia	Egypt	UAE	Iraq	مؤشر جاهزية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات / المؤشرات الكمية
48.5	37.8	91.2	24.83	الافراد الذين يستخدمون الانترنت % من السكان
4.3	4.5	12.1	1.2	مشتركو الانترنت ذو النطاق العريض (مشترك لكل 100 شخص)
129.9	111	187.3	95..3	اشتراكات الهاتف المحمول (مشترك لكل 100 شخص)
62.6	50.7	130.9	29.7	اشتراكات النطاق العريض المتنقل (مشترك لكل 100 شخص)
99	99.8	100	99.1	تغطية شبكة الهاتف المحمول %

المصدر: الاتحاد الدولي للاتصالات، مؤشرات الاتصالات لكل دولة، من الموقع الالكتروني:

[Www.Itu.Int/ITU-D/ICTEYE/Indicators/Indicators.Asp](http://www.itu.int/ITU-D/ICTEYE/Indicators/Indicators.Asp)

الجدول - 6 - مؤشر تحديد أولويات السياحة والسفر للعراق ودول العينة لمتوسط المدة (2015-2019)

Tunisia	Egypt	UAE	Iraq	مؤشر تحديد أولويات الحزمة للسياحة والسفر / المؤشرات الكمية
7.4	5.7	6.8	0.89	الانفاق الحكومي على السياحة والسفر (%) من الموازنة
86	29	44	124	تصنيف استراتيجي العلامة التجارية للبلد (193-1 دولة)

Source :Bloom Consulting Country Brand Ranking, Tourism Edition. Available at http://www.bloom-consulting.com/pdf/rankings/Bloom_Consulting_Country_Brand_Ranking_Tourism.pdf

- جريدة الوقائع العراقية، قانون الموازنة الاتحادية للسنوات المالية (2015-2019).

الجدول-7- مؤشر الانفتاح الدولي للعراق ودول العينة لمتوسط المدة (2015-2019)

Tunisia	Egypt	UAE	Iraq	مؤشر الانفتاح الدولي / المؤشرات الكمية
76	60	178	27	متطلبات التأشيرة (دولة)
7	7	4	2	عدد اتفاقيات التجارة الاقليمية السارة

- Source :Index, H. P. (2019). H&P passport index.p 5.

- Source: World Trade Organization; Regional Trade Agreements Information System (RTA-IS) available at <http://rtais.wto.org/UI/PublicMaintainRTAHome.aspx>

الجدول-8 - مؤشر تنافسية الأسعار للعراق ودول العينة لمتوسط المدة (2015-2019)

Tunisia	Egypt	UAE	Iraq	مؤشر تنافسية الأسعار / المؤشرات الكمية
78.9	82.5	176	110	مؤشر اسعار الفنادق (دولار)
0.3	0.3	0.6	0.5	(تعادل القوة الشرائية) عملة محلية مقابل دولار امريكي
0.73	0.39	0.49	0.61	مستويات اسعار الوقود (دولار امريكي/ لتر)

Source: Deloitte-STR Global and Smith Travel Research Inc.

- البنك الدولي، إحصاءات وبيانات، نقلاً عن الموقع الإلكتروني: <https://data.albankaldawli.org/>

الجدول-9 - مؤشر الاستدامة البيئية للعراق ودول العينة لمتوسط المدة (2015-2019)

Tunisia	Egypt	UAE	Iraq	مؤشر الاستدامة البيئية / المؤشرات الكمية
64%	101%	440%	50%	الضغط على الموارد المائية %
11.00	14.00	13.00	17.00	انواع الطيور المهددة بالانقراض (عدد)
14.00	18.00	8.00	13.00	انواع الثدييات المهددة بالانقراض (عدد)
39.00	58.00	20.00	19.00	انواع الاسماك المهددة بالانقراض (عدد)
61	59.0	70	34.00	معالجة مياه الصرف الصحي %

Source: - World Resources Institute, Aqueduct(2017), available on: <http://www.wri.org/publication/aqueduct-water-stress-projections>

- IUCN. (2019). Guidelines for application of IUCN red list criteria at regional and national levels: version 4.0. البنك الدولي، إحصاءات وبيانات، نقلاً عن الموقع الإلكتروني: <https://data.albankaldawli.org/>

الجدول-10 - مؤشر البنية التحتية للنقل الجوي للعراق ودول العينة لمتوسط المدة (2015-2019)

Tunisia	Egypt	UAE	Iraq	مؤشر البنية التحتية للنقل الجوي / المؤشرات الكمية
37148	138867	325266	18498	الطائرات القادمة في المطارات (عدد)
37155	138368	325239	18425	الطائرات المغادرة من المطارات (عدد)
8	11	7	6	كثافة المطارات (عدد)
40	68	106	21	عدد شركات الطيران العامة

البنك الدولي، إحصاءات وبيانات، نقلاً عن الموقع الإلكتروني: <https://data.albankaldawli.org/>
صندوق النقد العربي، التقرير الاقتصادي العربي الموحد، للسنوات (2015-2019)، صفحات متعددة.

الجدول-11 - مؤشر البنية التحتية للنقل البري والبحري للعراق ودول العينة لمتوسط المدة (2015-2019)

Tunisia	Egypt	UAE	Iraq	مؤشر البنية التحتية للنقل البري والبحري / المؤشرات الكمية
11.8	18.7	94.7	10.3	كثافة الطرق % من اجمالي المساحة الكلية
3.3	4.2	6.5	3.1	جودة الطرق من (1-7)
0.84	0.70	0.80	0.60	اطول السكك الحديدية % من اجمالي المساحة الكلية
7227	8480	3712	10753	عدد حوادث الطرق (حادث)
10104	13917	417579	1836	عدد السفن القادمة في الموانئ (سفينة)
10104	13917	407916	1284	عدد السفن المغادرة من الموانئ (سفينة)

- البنك الدولي، إحصاءات وبيانات، نقلاً عن الموقع الإلكتروني: <https://data.albankaldawli.org/>

- صندوق النقد العربي، التقرير الاقتصادي العربي الموحد، للسنوات (2015-2019)، صفحات متعددة.

الجدول-12 - مؤشر البنية التحتية للخدمات السياحية للعراق ودول العينة لمتوسط المدة (2015-2019)

Tunisia	Egypt	UAE	Iraq	مؤشر البنية التحتية للخدمات السياحية / المؤشرات الكمية
1.1	1.6	1.8	0.5	عدد غرف الفنادق (100/شخص)
23	12.7	60.9	2.97	آلات الصرف (العدد/ ألف شخص)

- البنك الدولي، إحصاءات وبيانات، نقلاً عن الموقع الإلكتروني: [/https://data.albankaldawli.org](https://data.albankaldawli.org) Federal Competitiveness and Statistics Authority, United Arab Emirates .
- الدول العربية أرقام ومؤشرات، 2021، صفحات متعددة.
- وزارة التخطيط، الجهاز المركزي للإحصاء، مديرية إحصاء التجارة ، تقرير مسح الفنادق ومجمعات الايواء السياحي للسنوات 2015-2019

الجدول-13 - مؤشر الموارد الطبيعية للعراق ودول العينة لمتوسط المدة (2015-2019)

Tunisia	Egypt	UAE	Iraq	مؤشر الموارد الطبيعية / المؤشرات الكمية
1	1	0	1	عدد المواقع الطبيعية للتراث العالمي (عدد المواقع)
5.4	11.2	15.4	1.53	مجموع المناطق المحمية البرية والبحرية (% من إجمالي المساحة الإقليمية)

- Source:Uppink, L., Soshkin, M., Fisher, M., & Weinberg, N. (2015-2019). The Travel & Tourism Competitiveness Report. In World Economic Forum: Geneva, Switzerland
 - البنك الدولي، إحصاءات وبيانات، نقلاً عن الموقع الإلكتروني: [/https://data.albankaldawli.org](https://data.albankaldawli.org)
- الجدول-14 - مؤشر الموارد الثقافية للعراق ودول العينة لمتوسط المدة (2015-2019)

Tunisia	Egypt	UAE	Iraq	مؤشر الموارد الثقافية / المؤشرات الكمية
7	7	1	5	عدد مواقع التراث العالمي الثقافي (عدد المواقع)
6	20	9	25	عدد الملاعب الكبيرة (ملعب)
81	27	72	143	الطلب الرقمي على السياحة الثقافية (ترتيب من بين 193 دولة)
0.0	2.0	7.0	2.0	التراث الثقافي المادي وغير المادي

- البنك الدولي، إحصاءات وبيانات، نقلاً عن الموقع الإلكتروني: [/https://data.albankaldawli.org](https://data.albankaldawli.org)
- Uppink, L., Soshkin, M., Fisher, M., & Weinberg, N. (2015-2019). The Travel & Tourism Competitiveness Report. In World Economic Forum: Geneva, Switzerland
- unesco, **World Heritage Convention**, Available at: <https://whc.unesco.org/en/about/>

الملحق 3- مؤشرات حجم التجارة الخارجية والانكشاف الاقتصادي في العراق بوجود النفط وبدونه للمدة (2019-2007)

الجدول 1 - مؤشرات حجم التجارة الخارجية والانكشاف الاقتصادي في العراق بوجود النفط للمدة (2019-2007)

السنة	الناتج المحلي الاجمالي (1)	الصادرات (2)	الاستيرادات (3)	حجم التجارة الخارجية (مليار دينار مع النفط) (4)	وضع الميزان التجاري (5) (3-2)	الانكشاف الاقتصادي % مع النفط (6) (1/3+2)
2007	111,456	46,316	22,880	69,196	23,436	62%
2008	157,026	74,559	41,530	116,089	33,029	74%
2009	131,176	46,130	44,971	91,101	1,159	69%
2010	159,607	60,563	51,380	111,943	9,183	70%
2011	217,327	93,226	55,929	149,155	37,297	69%
2012	254,225	109,847	68,801	178,648	41,046	70%
2013	273,587	104,670	68,556	173,226	36,114	63%
2014	266,333	97,921	62,004	159,925	35,917	60%
2015	194,681	50,696	45,565	96,261	5,131	49%
2016	196,924	48,814	40,434	89,248	8,380	45%
2017	225,722	68,149	45,899	114,048	22,250	51%
2018	254,800	86,360	45,736	132,096	40,624	52%
2019	262,900	81,585	58,138	139,723	23,447	52%
المتوسط	168,352	74,526	50,140	124,666	24,386	61%

- الأعمدة (1)، (2)، (3)، (4)، وزارة التخطيط، الجهاز المركزي للإحصاء، المجموعة الإحصائية- اعداد متفرقة، البنك المركزي العراقي النشرة الإحصائية السنوية اعداد متفرقة.
- الأعمدة (5)، (6) من عمل الباحث بالاعتماد على الأعمدة الأخرى ضمن الملحق نفسه

الجدول 2 - مؤشرات حجم التجارة الخارجية والانكشاف الاقتصادي في العراق بدون النفط للمدة (2019-2007)

السنة	الناتج المحلي الاجمالي (1)	الصادرات (2)	الاستيرادات (3)	حجم التجارة الخارجية (مليار دينار بدون النفط) (4)	وضع الميزان التجاري (5) (3-2)	الانكشاف الاقتصادي % بدون النفط (6) (1/3+2)
2007	111,456	695	22,880	23,575	-22,185	21%
2008	157,026	1,118	41,530	42,648	-40,412	27%
2009	131,176	692	44,971	45,663	-44,279	35%
2010	159,607	908	51,380	52,288	-50,472	33%
2011	217,327	1,398	55,929	57,327	-54,531	26%
2012	254,225	1,648	68,801	70,449	-67,153	28%
2013	273,587	1,570	68,556	70,126	-66,986	26%
2014	266,333	1,469	62,004	63,473	-60,535	24%
2015	194,681	760	45,565	46,325	-44,805	24%
2016	196,924	732	40,434	41,166	-39,702	21%
2017	225,722	1,022	45,899	46,921	-44,877	21%
2018	254,800	1,261	45,736	45,737	-45,735	18%
2019	262,900	1,365	58,138	58,139	-58,137	22%
المتوسط	168,352	924	50,140	51,064	-49,216	25%

- الأعمدة (1)، (2)، (3)، (4)، وزارة التخطيط، الجهاز المركزي للإحصاء، المجموعة الإحصائية- اعداد متفرقة، البنك المركزي العراقي النشرة الإحصائية السنوية اعداد متفرقة.
- الأعمدة (5)، (6) من عمل الباحث بالاعتماد على الأعمدة الأخرى ضمن الملحق نفسه.



Abstract

Tourism has become a global industry characterized by a rapid movement at the national and global level, which made it receive the attention of many countries of the world to achieve great financial returns, and in this we tried in this study to analyze and measure the competitiveness of the tourism sector in each of the countries (Emirates, Egypt, Tunisia) And the extent of its competitiveness globally, By ranking these countries in the relevant international tourism indicators, which are included in the competitive travel and tourism reports issued by the World Economic Forum, as well as building a statistical model of competitive indicators for the tourism sector in the Arab countries selected to replace the number of tourists through panel data models. It was found by analyzing the experiences of these countries that the United Arab Emirates has succeeded in preparing its tourism sector with its indicators and has exerted a good and advanced influence in terms of ranking in the international market, and a medium influence in both the countries of Egypt and Tunisia. The results of the standard analysis through the fixed effects model showed that the real variables that explain the attraction and influx of tourists to the sample countries are (natural resources, cultural and historical resources, human resources and the labor market, ICT readiness, price competitiveness, security and safety).

As for Iraq, despite the fact that the tourism sector possesses important natural, religious and historical components, its position in the international tourism market was very weak, or almost non-existent. and Very high competitiveness Gap to (53%), (55%), (50%) with each of the Emirates, Egypt, Tunisia, respectively in the study indicators, and this decline in terms of ranking or number of points is the result of a very weak investment environment, and weakness in Providing tourism services, and the lack of infrastructure related to tourism activity, which was an obstacle to achieving the desired goals in this sector. Finally, the study recommended the need to support the tourism sector and set it among the priorities and seek to achieve integration between the competitive capabilities of tourism and travel, especially with regard to infrastructure, as well as security, safety, health and training of the human element, leading to environmental sustainability and preserving its natural and cultural resources.

The Republic of Iraq

Ministry of Higher Education and Scientific Research

University of Basrah / College of Administration and Economics



Analyzing And Measuring The Competitiveness Of The Tourism Sector In Selected Arab Countries With The Possibility Of Benefiting From It In Iraq

*A Dissertation Submitted to the College of Administration and
Economics University of Basrah as Partial Fulfillment
Of Requirements for Philosophy Doctor in Economics*

BY

Musab Abdulaali - Thamer Hussein

Supervised by

Prof. Dr: Adnan Farhan Abdulhussein Al-Jawareen

2022