

المؤشرات السياحية في دول المينا حسب تقرير التنافسية العالمي 2019.

Tourism indicators in MENA countries according to the Global Competitiveness Report 2019.



مختار عريس

جامعة مستغانم، الجزائر arismokhtar@hotmail.com

عبد الغني العربي

جامعة تسمسيلت، الجزائر، larabi4891@gmail.com

تاريخ الإرسال: 2022/01/15 تاريخ القبول: 2022/04/14 تاريخ النشر: 2022/07/01

ملخص:

في هذه الدراسة، قمنا باقتراح بعض الإجراءات الضرورية لإنعاش قطاع السياحة. حيث توصلنا إلى أن قطاع السياحة في دول شمال إفريقيا والشرق الأوسط، لازال في مؤخرة الأولويات، في سياسات أغلب الدول العربية. والتي تعتبر بعضها من بين الدول التي تحتل المراتب الأولى في الترتيب العالمي، في بعض المؤشرات، كما تحتل المراتب الأخيرة في مؤشرات أخرى، في قطاع السياحة. الذي تمحورت حوله هذه الدراسة، من خلال إبراز محددات تنافسية السياحة والسفر، وفق تقرير التنافسية العالمي 2019. لدول الشرق الأوسط وشمال إفريقيا (المينا). وقد اعتمدنا على المنهج الاستنباطي، من خلال الوصف والتحليل.

الكلمات المفتاحية: قطاع السياحة؛ محدد التنافسية؛ تقرير التنافسية العالمي؛ دول المينا.

Abstract:

In this study, we have proposed some necessary actions to revive the tourism sector. We found that the tourism sector in the countries of North Africa and the Middle East remains at the top of the priorities in the policies of most Arab countries. Some of them are among the countries that occupy the first places in the world ranking, in some indicators, and also occupy the last places in other indicators, in the tourism sector. This study focused on highlighting the determinants of Tourism and travel competitiveness, according to the Global Competitiveness Report 2019. For the Middle East and North Africa (MENA) countries. We have relied on the deductive method, through description and analysis.

Key words: tourism sector; competitiveness locator; Global Competitiveness Report; MENA countries.

مقدمة:

يمر العالم في الفترة الأخيرة بجائحة فيروس كورونا المستجد، الذي أثر على الاقتصادات الكلية عامة، وعلى الأنشطة الاقتصادية خاصة. ومنها قطاع السياحة والأسفار. نتيجة القيود المفروضة على وجهات السفر، إضافة إلى قيام عدد كبير من الدول بإلغاء رحلات الطيران للحد من تفشي الفيروس، وهو ما أدى إلى تراجع كبير لأنشطة السياحة والسفر. ومن المتوقع وفق تقديرات منظمة السياحة العالمية التي تستند إلى ثلاث فرضيات محتملة لأثر الفيروس، تراجع ناتج قطاع السياحة بنسبة تتراوح ما بين 60 و 80 في المائة خلال عام 2021 (إسماعيل و قاسم 2020).

حيث تعد السياحة واحدة من أهم مصادر الدخل في الاقتصاد الوطني، للعديد من الدول العربية. وتمثل أحد أهم مكونات الصادرات الخدمية، ذات التأثير الكبير في ميزان المدفوعات. كما أنها تعد من الأنشطة التي تساهم بفعالية في زيادة الناتج المحلي الإجمالي، وزيادة إيرادات النقد الأجنبي. وتمثل السياحة صناعة متطورة ومتعددة الاتجاهات والتشابكات، مع مجمل الأنشطة الاقتصادية والاجتماعية، سواء بشكل مباشر، أو غير مباشر.

ومن هنا ارتأينا أن نتناول هذا القطاع من خلال هذه الدراسة، التي تطرقنا فيها إلى تحليل وتقييم مؤشرات السياحة والسفر في دول المينا، وفق تقرير التنافسية العالمي في السياحة لسنة 2019. بغرض توضيح الرؤية حول هذا القطاع، وإيجاد الحلول اللازمة لترقية قطاع السياحة، وتنميته وتطويره، لما له من عائدات إيجابية على الاقتصاد الوطني الجزائري. ونظراً لأهمية هذا القطاع، فإنه يعتبر كمحور أساسي في تقارير التنافسية العالمية، التي يصدرها منتدى الاقتصاد العالمي كل سنة. حيث تقوم المنظمة العربية للسياحة بإصدار تقرير كل سنتين، يتعلق بتحليل التنافسية العربية في السياحة والأسفار. وهو ما نركز عليه في دراستنا هذه. من خلال المؤشرات والبيانات الواردة في التقرير الصادر بسنة 2019.

ضم هذا التقرير 140 دول حول العالم، منها 14 دولة عربية من بين دول منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا (MENA). وتم اعتماد 04 مؤشرات رئيسية، و14 مؤشراً فرعياً لقياس تنافسية السياحة دولياً. وسنحاول في هذه الدراسة التطرق إلى نتائج وترتيب الدول العربية في تقرير تنافسية السياحة والسفر، بتحليل كل مؤشر.

وعليه، سنحاول الإجابة على الإشكالية التالي:

ما هي وضعية التنافسية السياحية في دول المينا حسب تقرير التنافسية العالمية للسياحة لسنة 2019؟

وللإجابة على هذه الإشكالية، سنتطرق إلى الإجابة على التساؤلات التالية:

- ما المقصود بالسياحة والتنافسية السياحية؟ وما تأثيرها على الاقتصاد الوطني؟

- ما هي المؤشرات المعتمدة في التنافسية السياحية؟ وما موقع قطاع السياحة في دول المينا؟

وللإجابة على ما سبق، وجب علينا التحقق من الفرضيات التالية:

- يعتبر القطاع السياحي من أهم ركائز النمو الاقتصادي في دول المينا.

- الاستراتيجيات السياحية المعتمدة في دول المينا، تساهم في تحسين تنافسية القطاع السياحي بها. ومن خلال هذه الدراسة، فإننا نهدف إلى:
- توضيح أهمية دور قطاع السياحة في الاقتصاد.
- تحليل مؤشرات التنافسية السياحية في دول المينا، وإبراز نقاط القوة والضعف بها.
- معرفة الترتيب الراهن لدول المينا، ضمن مؤشرات التنافسية السياحية.

وقد اعتمدنا في دراستنا هذه، على المنهج الاستنباطي، في الجانبين الوصفي والتحليلي، وذلك بالتطرق أولاً إلى المراجعات النظرية للسياحة. ثانياً، مساهمة قطاع السياحة في الاقتصاد العالمي. ثالثاً، مساهمة قطاع السياحة في الاقتصاد العربي. رابعاً، مؤشرات قياس التنافسية السياحية. خامساً وأخيراً، تحليل النتائج الرئيسية للتنافسية السياحية في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا.

1. السياحة، والمفاهيم المرتبطة بها

نتطرق في هذه النقطة إلى إبراز مفهوم أهم المصطلحات المتعلقة بالتنافسية عامة، والسياحة خاصة، وهي المتعلقة بالأساس النظرية التي بنيت عليه الدراسة. وهي على النحو التالي:

أ: تعريف السياحة

تعرف السياحة حسب منظمة السياحة العالمية بأنها: نشاطات الأفراد الذين يسافرون ويقضون في أماكن خارج المكان الدائم والمعتاد لإقامتهم، لفترة لا تتجاوز السنة لأجل الترفيه، والأعمال وأداء مهام أخرى. وانطلاقاً من هذا التعريف الواسع، تتضمن السياحة جميع النشاطات الاجتماعية والاقتصادية التي تتم بطريقة مباشرة أو غير مباشرة في إطار تأمين السلع والخدمات إلى السياح. في هذا الصدد، حددت منظمة السياحة العالمية 185 نشاطاً لعرض السلع. والتي لها روابط مهمة بقطاع السياحة (منظمة التعاون الإسلامي 2013).

وتتضمن هذه النشاطات الخدمات المقدمة من القطاعات المختلفة، مثل النقل، الاتصالات، الفنادق، مرافق الإقامة، الأغذية والمشروبات، والخدمات الثقافية والترفيهية، والصيرفة والمال، وخدمات الترويج والدعاية. فتعريفها بهذه الشبكة الواسعة من النشاطات الاجتماعية والاقتصادية والبنية التحتية المطلوبة لدعمها، فإنها تمثل واحدة من الصناعات العالمية الكبرى ومن الفئات المهمة للتجارة الدولية.

ب: تعريف التنافسية

مصطلح التنافسية ليس معرف بشكل واضح، إذ تتراوح بين مفهوم واضح يركز على تنافسية السعر والتجارة، وبين حزمة شاملة تتضمن النشاط الكلي للاقتصاد والمجتمع. حيث تعرفها منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OECD) على مستوى الاقتصاد الوطني بأنها: "الدرجة التي يتم وفقها وفي شروط سوق حرة وعادلة، إنتاج السلع والخدمات التي تواجه أذواق الأسواق الدولية، في الوقت الذي تحافظ فيه على التوسع، والدخول الحقيقية للشعب على المدى الطويل" (وديع 2003).

كما تعرف التنافسية بأنها: " المحرك الأول لاقتصاد السوق، والميكانيزم التام لتنظيم الاقتصاد، والديناميكية التي يتم من خلالها تحقيق أقصى ربح ممكن في ظل أقصى حرية" (Achoche Mohamed, 1997).

وتعرف أيضا بأنها " النظام المثالي المناسب للصراع، وروح المبادرة ومورد التطور والنمو" (Achoche, 1997).

ويعتبر التعريف الأشمل للتنافسية، هو تعريف المنتدى العالمي للاقتصاد، الذي يعرفها بأنها: "مجموعة من المؤسسات والسياسات والعوامل التي تحدد القدرة الإنتاجية للدولة" (مكتب دبي للتنافسية 2021).

ج: تعريف التنافسية السياحية

تعرف التنافسية السياحية حسب منظمة السياحة العالمية على أنها: " الزيادة في الإنتاج والتحسين في نوعية إنتاج السلع والخدمات، بما يرضي أذواق المستهلكين السياحيين. وقدرة الدولة على توليد موارد وامكانيات تتفوق بها على منافسيها في الأسواق العالمية" (الراجعي وآخرون 2017).

وهي أيضا: " قدرة الدولة على توليد ثروة وامكانيات، تتفوق بها على منافسيها في الأسواق العالمية، من خلال دمج الأصول مع عملية التصنيع، كالبنية التحتية. ومن ثم تحويلها إلى نتائج اقتصادية". كما تعرف أيضا على أنها: " قدرة المؤسسات المنتمة للقطاع السياحي في دولة ما على تحقيق نجاح مستمر في الأسواق المحلية والدولية، بالاعتماد على ما تمتلكه من موارد وقد ارت، دون الاعتماد على الدعم والحماية الحكومية ". ويمكن أن يكون القطاع السياحي تنافسيا إذا كان متوسط التكاليف للوحدة الواحدة المنتجة، أو الخدمة، تساوي أو أقل من مستواها لدى المنافسين في الدول الأخرى، إضافة إلى قدرة مؤسساته على التصدي للمنافسة، سواء المحلية أو الدولية. من خلال المحافظة على حصتها السوقية والعمل على تنميتها باستمرار وتحقيق الأرباح (شرفاوي وأوكيل 2017).

2. موقع قطاع السياحة في الاقتصاد العالمي

يعتبر قطاع السياحة من أهم القطاعات الاقتصادية على مستوى الاقتصاد العالمي وأكثرها ديناميكية، فهو يمثل أحد أهم القطاعات التي تساهم في الناتج المحلي الإجمالي. وتوفر النقد الأجنبي، وخلق فرص العمل. وهو ما يجعل القطاع أحد أهم الفرص المساندة لتحقيق أهداف التنمية المستدامة في العديد من الدول النامية. حيث بلغت نسبة مساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي الإجمالي العالمي حوالي 10.3% في عام 2019. تمثل نحو 8.9 تريليون دولار أمريكي، مقارنة بنحو 8.8 تريليون دولار أمريكي عام 2018 (المجلس العالمي للسفر والسياحة 2019).

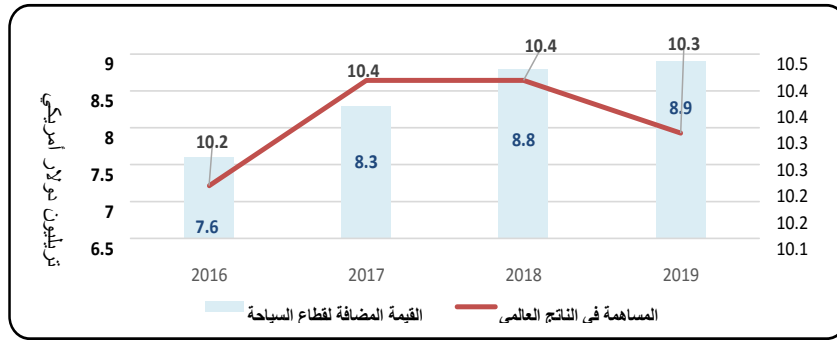
وقد عانى قطاع السياحة والسفر من خسارة تقارب 4.5 تريليون دولار أمريكي، لتصل إلى 4.7 تريليون دولار أمريكي في عام 2020، مع انخفاض المساهمة في الناتج المحلي الإجمالي بنسبة مذهلة بلغت 49.1% مقارنة بعام 2019؛ مع انخفاض الناتج المحلي الإجمالي بنسبة 3.7% للاقتصاد العالمي في عام 2020، مقارنة بعام 2019، وفي عام 2020، تم فقدان 62 مليون وظيفة، وهو ما يمثل انخفاضا بنسبة 18.5%. مما ترك 272 مليون موظف فقط في جميع أنحاء القطاع على مستوى العالم، مقارنة بـ 334 مليوناً في عام 2019. ولا يزال خطر فقدان الوظائف قائماً، حيث يتم حالياً دعم العديد من الوظائف من خلال خطط الاحتفاظ الحكومية، وساعات مخفضة.

"المؤشرات السياحية في دول المينا حسب تقرير التنافسية العالمي 2019" مختار عريس و عبد الغني العربي

وانخفض إنفاق الزوار المحليين بنسبة 45٪ عالمياً، بينما انخفض إنفاق الزوار الدوليين بنسبة غير مسبوقه بلغت 69.4 (المجلس العالمي للسفر والسياحة 2019).

من المتوقع ارتفاع مساهمة قطاع السياحة ليصل إلى حوالي 11.5% من الناتج المحلي الإجمالي العالمي، أي ما يعادل حوالي 13085 مليار دولار أمريكي في عام 2029 عالمياً، يمثل نصيب كل من الولايات المتحدة الأمريكية، الصين، اليابان، ألمانيا، والمملكة المتحدة حوالي 27% من الناتج المحلي الإجمالي العالمي لقطاع السفر والسياحة (المجلس العالمي للسفر والسياحة 2020).

الشكل رقم 1: عائدات قطاع السياحة العالمي والمساهمة في الناتج المحلي العالمي (2016-2019).



المصدر: منظمة السياحة العالمية، تقرير الأثر السياحي على الاقتصاد العالمي، أعداد مختلفة.

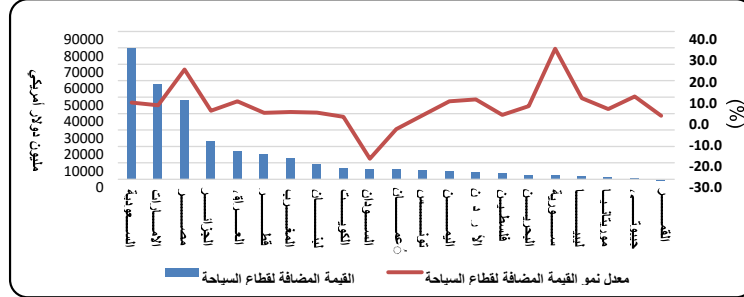
من خلال الشكل 1، نلاحظ أن قيمة المساهمة في الناتج العالمي الإجمالي انخفضت من 10.4 إلى 10.3 تريليون دولار، بين عامي 2018 و2019. بعدما كان 10.2 تريليون دولار في سنة 2016. على عكس القيمة المضافة لقطاع السياحة عالمياً، حيث ارتفعت من 7.6 تريليون دولار سنة 2016 إلى 8.9 تريليون دولار سنة 2019. بزيادة 10% مقارنة بعام 2018.

3. موقع قطاع السياحة في اقتصادات الدول العربية

شهد عام 2019 ارتفاع ناتج قطاع السياحة على مستوى الدول العربية، ليصل إلى حوالي 6.313 مليار دولار، مقارنة بنحو 5.281 مليار دولار محققة خلال عام 2018، مُسجلاً زيادة بلغت 2.2%. جاء ذلك كنتيجة أساسية لارتفاع عدد السواح الوافدين إلى الدول العربية، بنحو 9.2%. ليصل إلى 107 مليون سائح خلال عام 2019، مقارنة مع 104 مليون سائح في عام 2018. هذا، وقد سجل ناتج القطاع أعلى مستوى له في السعودية، حيث بلغ 5.79 مليار دولار في عام 2019، يليها كل من الإمارات ومصر بناتج للقطاع بلغ 2.58 مليار دولار، و3.48 مليار دولار في عام 2019 على التوالي.

من ناحية أخرى، سجل عدد من الدول العربية ارتفاعاً ملموساً لناتج قطاع السياحة خلال عام 2019، وقد جاء على رأسها مصر، بارتفاع لناتج القطاع بلغ 22%. كما ارتفع كذلك ناتج القطاع بنسبة تراوحت ما بين 8 و9% في كل من الأردن والجزائر وجيبوتي (صندوق النقد العربي، 2020). حسب ما يوضحه الشكل التالي:

"المؤشرات السياحية في دول المينا حسب تقرير التنافسية العالمي 2019" مختار عريس و عبد الغني العرابي



الشكل رقم 2: القيمة المضافة لقطاع السياحة في الدول العربية (2019).

المصدر: صندوق النقد العربي (2020). "قاعدة البيانات الاقتصادية". واستبيان دراسة "قياس الأثر الاقتصادي لقطاع السياحة في الدول العربية، ص 7.

فيما يتعلق بمساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي الإجمالي على مستوى الدول العربية، فقد بلغت نحو 11.4%، خلال عام 2019. ولقد زادت الأهمية النسبية للقطاع، ليساهم بما يفوق 10% من الناتج المحلي الإجمالي في عدد من الدول العربية التي تعتبر وجهات سياحية عالمية، مثل السعودية، مصر والإمارات، علاوة على تونس، المغرب، الجزائر، جزر القمر، فلسطين، لبنان وموريتانيا. كما يوضحه الجدول التالي:

الجدول رقم 1: الأهمية النسبية لقطاع السياحة في الدول العربية من مجمل ناتج قطاع السياحة على مستوى الدول العربية (2018 و 2019)

معدل النمو (%) (2019-2018)	2019			2018			البلد
	نسبة المساهمة في إجمالي الناتج المحلي (%)	نسبة المساهمة في إجمالي السياحة العربية (%)	القيمة المضافة لقطاع السياحة (مليون د.أ)	نسبة المساهمة في إجمالي الناتج المحلي (%)	نسبة المساهمة في إجمالي السياحة العربية (%)	القيمة المضافة لقطاع السياحة (مليون د.أ)	
7.9	10.1	1.4	4.424	9.7	1.4	4.099	الأردن
5.1	13.9	18.8	58.179	13.4	19.0	55.346	الإمارات
4.8	6.7	0.8	2.577	6.5	0.8	2.460	البحرين
0.5	14.6	1.8	5.650	14.2	1.9	5.623	تونس
2.5	13.7	7.5	23.234	13.0	7.8	22.658	الجزائر
9.3	27.1	0.3	857	26.9	0.3	784	جيبوتي
6.4	10.0	25.6	79.449	9.5	25.6	74.709	السعودية
-20.2	16.5	2.0	6.234	16.3	2.7	7.807	السودان
31.9	8.5	0.7	2.307	8.3	0.6	1.749	سوريا
7.0	8.4	5.6	17.333	8.1	5.5	16.192	العراق
-6.2	8.2	2.0	6.220	8.4	2.3	6.632	عمان
0.5	23.0	1.3	3.925	24.0	1.3	3.904	فلسطين
1.6	8.3	4.9	15.166	7.8	5.1	14.929	قطر
0.2	19.7	0.1	235	19.6	0.1	234	جزر القمر
-0.3	5.0	2.2	6.763	4.8	2.3	6.783	الكويت
1.6	16.03	2.9	8.914	16.4	3.0	8.770	لبنان
8.5	4.6	0.6	2.009	3.6	0.6	1.851	ليبيا
22.0	15.9	15.6	48.299	15.8	13.6	39.587	مصر
2.0	10.8	4.1	12.661	10.5	4.3	12.417	المغرب
3.4	13.2	0.3	975	13.4	0.3	934	موريتانيا
7.0	19.5	1.5	4.783	19.5	1.5	4.472	اليمن

المصدر: صندوق النقد العربي (2020). "قاعدة البيانات الاقتصادية"، واستبيان دراسة "قياس الأثر الاقتصادي لقطاع السياحة في الدول العربية، ص 8.

من خلال الجدول، نجد أن الجزائر تحتل المرتبة العاشرة ضمن دول الشرق الأوسط وشمال إفريقيا (المينا). من حيث المساهمة في إجمالي الناتج المحلي. بنسبة 13.7%. مع نسبة نمو في قطاع السياحة تقدر بـ 2.5%. مقارنة بسنة 2018. وهذا راجع إلى السياسات المنتهجة في مجال تحسين قطاع السياحة بالجزائر. من خلال سياسات الإصلاحات المتبعة في العقد الأخير، للنهوض بالتنمية.

أما المرتبة الأولى عربيا، فتعود لدولة جيبوتي بحوالي 27.1% من إجمالي الناتج المحلي، بنمو قدره 9.3%. ثم تلتها في المرتبة الثانية، فلسطين، وبعدها جزر القمر، اليمن والسودان في المرتبة الخامسة. أما المراتب الأخيرة، فتعود للبحرين ثم الكويت، وأخيرا ليبيا بمعدل نمو 8.5%، ونسبة 4.6% من المساهمة في إجمالي الناتج المحلي.

أما فيما يخص القيمة المضافة لقطاع السياحة، فدولة موريتانيا احتلت المرتبة الأولى بمقدار 975 مليون دولار، وتلتها جيبوتي وجزر القمر، 857 و 235 مليون دولار على التوالي. ثم السعودية في المرتبة الرابعة بقيمة 79,469 مليون دولار، بفارق 155,531 مليون دولار عن جزر القمر. وتلتها الإمارات ثم مصر. وتأتي الجزائر في المرتبة السادسة بقيمة 23,234 مليون دولار، ثم العراق وقطر. وصولا إلى الرتبة 20 و 21، لسوريا وليبيا على التوالي، بقيمتي 2,307 و 2,009 مليون دولار. وعموما، فالجزائر تحتل الرتب الوسطى غالبا، من بين الدول العربية المشكلة لمنطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا.

4. مؤشرات قياس التنافسية السياحية في الدول العربية

تعتمد منهجية تصنيف السياحة العالمية عامة، والعربية خاصة على أربع مؤشرات رئيسية وهي:

1. البيئة التمكينية.

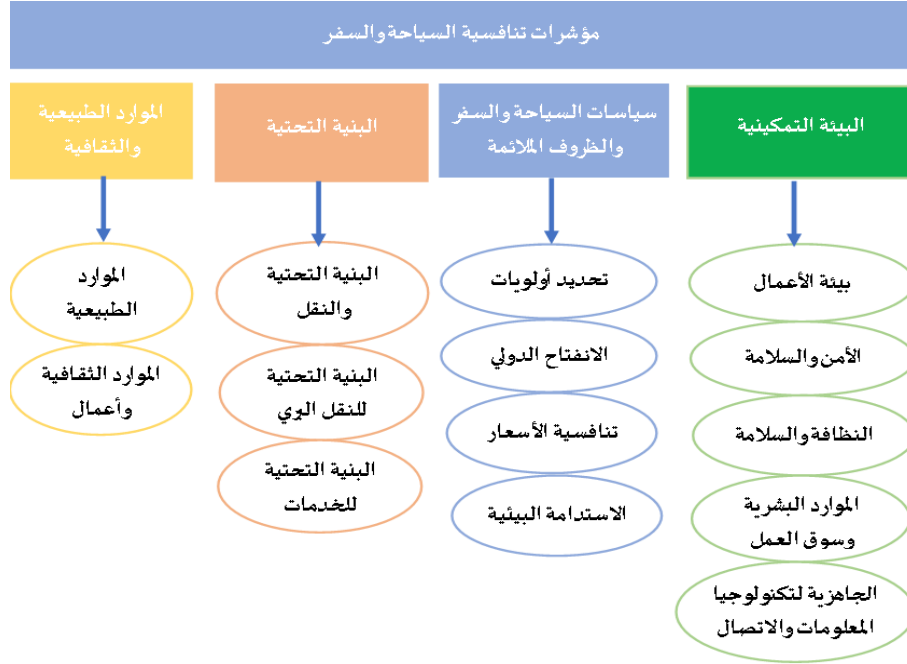
2. سياسات السياحة والسفر، والظروف الملائمة.

3. البنية التحتية.

4. الموارد الطبيعية والثقافية.

وتتفرع عن هذه المؤشرات الرئيسية أربعة عشر مؤشراً فرعية كما هو موضح في الشكل التالي:

الشكل 3: مؤشرات تنافسية السياحة والسفر وفق تقرير دافوس 2019.



المصدر: World economic forum: he Travel & Tourism Competitiveness Report 2019 Travel and Tourism at a Tipping Point, p 10.

5. تفسير وتحليل نتائج التنافسية السياحية في الدول العربية

أ: أهم السمات الإقليمية للمنطقة

من خلال نتائج التقرير، التي سنعرضها لاحقا، سنعرض أبرز وأهم النقاط التي تتميز بها منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا. والتي نلخصها كالآتي:

- منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا تتميز بالأداء المتنوع، لكنها أخذت في التراجع بالنسبة لمناطق أخرى من العالم، بسبب الافتقار إلى الانفتاح الدولي ومخاوف السلامة والأمن.
- تميزت بتحسين القدرة التنافسية منذ عام 2017، وخاصة في دول شمال إفريقيا، التي شهدت تحسينات في السلامة والأمن،
- ارتفاع ملموس في الانفتاح الدولي، الاستدامة البيئية وركائز البنية التحتية للنقل الجوي، مع كون تنافسية الأسعار هي الركيزة الأكثر تنافسية في المنطقة، مقارنة بالمتوسط العالمي.
- سجل تحسن في القدرة التنافسية للسياحة في الدول العربية، مع نمو مستمر في صناعة السياحة.

أما بالنسبة للمؤشرات الأساسية والفرعية، لقياس التنافسية السياحية العالمية، فإننا سنقوم بتحليلها فيما يلي.

ب: التحليل التفصيلي لنتائج التنافسية السياحية في الدول العربية

من خلال النتائج الموضحة في الجدولين المعروضين في الملاحق، فإن الجزائر تحتل المرتبة 13 عربيا، من بين 14 دولة عربية التي شملها التقرير، وهي المرتبة ما قبل الأخيرة التي تعود لدولة اليمن. كما تحتل الجزائر المرتبة 116 عالميا، سنة 2019، حيث تحسن ترتيبها بدرجتين، بعد ما كانت في المرتبة 118 سنة 2017. وبسبع دراجات عن سنة 2015 ذات الترتيب 123 عالميا. وتأتي الإمارات العربية المتحدة في المرتبة 33 عالميا، والأولى عربيا. وهي الدولة الأكثر تنافسية في المنطقة العربية.

وفيما يلي، نتطرق إلى التحليل التفصيلي للمؤشرات الأساسية للتنافسية السياحية العربية.

- تحتل قطر المرتبة الثامنة على مستوى العالم في مؤشر بيئة الأعمال، بسبب معدلات الضرائب المنخفضة، التي تخفض عبء العمل والاستثمار. مع توفر نظام قانوني وإدارة فعالين.
- تحتل إيران المرتبة الأولى (1) عالميا في مؤشر تنافسية الأسعار، بفضل ضرائب التذاكر، رسوم المطار، أسعار الوقود وقوة الشراء المرتفعة.
- تحتل عُمان المرتبة الثالثة (3) عالميا في مؤشر الأمن والسلامة، بسبب انخفاض معدلات القتل، انخفاض مستوى الجريمة.
- تحتل مصر المرتبة الواحد والثلاثين (31) عالميا في مؤشر الاستدامة البيئية، بفضل المستويات المنخفضة من إزالة الغابات، والتقليل من التلوث الإقليمي، واستدامة الصناعة السياحية والإجهاد المائي.
- تحتل الإمارات العربية المتحدة المرتبة الرابعة (4) عالميا في مؤشر الجاهزية التكنولوجية، بفضل بنيتها التحتية للنقل الجوي. والتغطية العالية للخطوط الجوية.
- تحتل البحرين المرتبة الرابعة عشر (14) عالميا في مؤشر البنية التحتية للنقل البري، بفضل الطرق المتعددة والمعبدة بكثافة.
- تحتل الإمارات العربية المتحدة المرتبة الرابعة (4) عالميا، في مؤشر الجاهزية لتكنولوجيا للمعلومات والاتصال، بفضل عدد كبير من اشتراكات الإنترنت المتنقلة، واشتراكات الإنترنت عبر الهاتف المحمول، والتغطية الجيدة لشبكة الاتصال.
- تحتل الإمارات العربية المتحدة المرتبة الثانية والعشرين (22) عالميا في مؤشر البنية التحتية للخدمات، بفضل وفرة الفنادق الجيدة، والاستقبال العالي للسواح، وجودة المرافق السياحية.
- تحتل المغرب المرتبة السادسة والعشرين (26) عالميا في مؤشر تحديد أولويات الصفر، بفضل أولوية الحكومة لقطاع السياحة، وتوافر البيانات لما فوق متوسط الفعالية الإقليمية في صناعة السياحة.

- تحتل المغرب المرتبة الثالثة والستين (63) عالميا في مؤشر الموارد الطبيعية. بفضل الدرجة التي تعتبر فيها الأصول الطبيعية سببا للساكنين الوافدين و الطلب الرقمي.
- تحتل قطر المرتبة الرابعة والستين (64) عالميا، في مؤشر الانفتاح الدول. بفضل الانخفاض الكبير في متطلبات التأشيرة.
- تحتل مصر المرتبة الثانية والعشرين (22) عالميا، في مؤشر الموارد الثقافية وأعمال السياحة. بفضل عدد العروض الرياضية العديدة، والطلب الثقافي والترفيهي الرقمي.

ج: خلاصة تحليل التنافسية السياحية في الدول العربية

التراث التاريخي والديني والخصائص الجغرافية، تخلق إمكانات للسياحة الطبيعية والثقافية الهامة. بينما تقترب بعض الدول من درجات أعلى من المتوسط العالمي للموارد الطبيعية، في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا، فقط مصر وإيران حصلتا على أعلى من ذلك في الموارد الثقافية. وعموما. تحسنت درجة المنطقة بأكملها في كلتا الحالتين.

هناك المزيد مما يتعين القيام به، لتوسيع حماية العادات والمواقع التراثية. علاوة على ذلك، فإن الطلب الرقمي على الموروث الطبيعي، الثقافي والترفيهي في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا، منخفضا إلى حد ما، مما يشير إلى وجود فجوات محتملة في مفاهيم التسويق والسياحة. كما أن أحد الأسباب المحتملة لهذه الفجوة، هو استمرار مخاوف السلامة والأمن. حيث تحتل منطقة المينا المرتبة الأربعين (40) الأدنى في حوادث الإرهاب، والثانية (2) من بين أسوأ عشرة (10) دول على مستوى العالم.

علاوة على ذلك، تميزت المنطقة بالتوترات الجيوسياسية، وعدم الاستقرار والصراع. كما تلعب المخاوف الأمنية أيضًا دورًا كبيرًا في الصناعة السياحية، في كون دول منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا، من أكثر الدول تقييدًا. عندما يتعلق الأمر بالانفتاح الدولي، حيث تقوم قطر وعمان والمغرب فقط، بإدخال تحسينات كبيرة. وبالتالي، غالبًا ما يواجه المسافرون عوائق عديدة عند زيارة المنطقة، في حين يتم خنق الطيران وقطاع السياحة والسفر بشكل عام.

بشكل أكثر إيجابية، بدأ الاستقرار والسلامة والأمن يؤول إلى التعافي في جميع أنحاء المنطقة، مما قلل بشكل طفيف مخاوف السفر. وأحد الأسباب الرئيسية لاستقطاب عدد الوافدين مؤخرًا. بما في ذلك زيادة التمويل الحكومي وحملات التسويق الأكثر فعالية لإعادة أو جذب زوار جدد. وتتمتع الاستدامة البيئية المعززة بشكل كبير أيضًا، بالقدرة على دفع أرباح الأصول الطبيعية. بالإضافة إلى ذلك، أصبحت الأسعار أكثر تنافسية بين دول المنطقة، مما أدى إلى تضخيم أكبر ميزة لمنطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا، مقارنة بالمتوسط العالمي. باعتبارها واحدة من المنتجين الرئيسيين للوقود في العالم، تضم منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا بعضًا من أقل أسعار الوقود في العالم، حيث تقدم بعض الحكومات الإعانات. علاوة على ذلك، توفر العديد من اقتصادات المنطقة للزوار قوة شرائية أكبر (خاصة مصر والجزائر وإيران وتونس)، والتي زادت بسبب انخفاض أسعار الصرف. ومع ذلك، فإن التخفيضات في ضرائب التذاكر ورسوم المطارات بالإضافة إلى أسعار الفنادق المنخفضة، هي التي دفعت بشكل أساسي القدرة التنافسية الإقليمية للأسعار في السنوات الأخيرة.

كما تحسنت البنية التحتية أيضاً، مع نمو واضح في عدد شركات الطيران وسعة الخطوط. على الرغم من هذه المكاسب، لا تزال البنية التحتية ذات المستوى العالمي مركزة بين الدول العربية في الخليج العربي. حيث تمكنت دول الخليج من استخدام ثروتها من الموارد الطبيعية وموقعها الجغرافي، المركزي والأمن النسبي لتطوير بنية تحتية عالمية المستوى في مجال السياحة، والتي تحددها المطارات عالية الجودة، الموانئ، الطرق والخدمات السياحية، وبعض شركات الطيران الرائدة في العالم. وتتناقض هذه الجهود بشكل صارخ مع بعض دول الشرق الأوسط الأخرى التي - بسبب نقص الاستثمار وعدم الاستقرار المستمر - لم تطور بنية تحتية تنافسية، خاصة فيما يتعلق بالنقل الجوي.

سجلت شمال إفريقيا درجات أقل من منطقة الشرق الأوسط، لكنها تظهر تحسناً أكبر بكثير في القدرة التنافسية الشاملة. وتتفوق المنطقة دون الإقليمية على الشرق الأوسط في خمس ركائز، وتتفوق على المتوسط العالمي بأربعة. كما أن شمال أفريقيا هي المنطقة الفرعية الأكثر تنافسية في العالم. مع وجود ثلاثة من أعضائها الأربعة من بين أقل 12 اقتصاداً تكلفه تم تغطيتها في التقرير. وأعظم ميزة لشمال إفريقيا نسبية للشرق الأوسط هي الموارد الطبيعية والثقافية - على الرغم من أنها لا تزال تتفوق على العالم في كل من الموارد الطبيعية والثقافة والأعمال التجارية. كما أن المنطقة دون الإقليمية هي الأفضل من حيث متوسط منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا في تحديد أولويات الصناعة السياحية والبيئية الاستدامة، وهي المجالات التي تحسنت فيها منذ عام 2017.

من ناحية أخرى، فإن دول شمال إفريقيا لديها بنية تحتية متخلفة، على عكس بعض الدول في منطقة الشرق الأوسط الفرعية. على وجه الخصوص، تتخبط شمال إفريقيا عندما يتعلق الأمر بالبنية التحتية للخدمات السياحية، وقابلية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات. يُعزى معدل التحسن القوي في المنطقة دون الإقليمية إلى تعزيز السلامة والأمن، وسياسة السفر والسياحة الشاملة، والظروف التمكينية والنقل الجوي والبنية التحتية الأرضية. حيث زادت جميع الدول الأعضاء الأربعة في منطقة شمال إفريقيا الفرعية من درجاتها في مؤشرات السياحة والسفر، خلال عام 2017. حيث تحتل مصر (المرتبة 65 عالمياً) المرتبة الأولى في ترتيب دول شمال إفريقيا والشرق الأوسط. وتتمتع مصر بأسعار تنافسية (المرتبة الثالثة عالمياً)، ولديها أعلى درجة في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا للموارد الثقافية (المرتبة 22 عالمياً). وتشمل هذه ثاني أفضل تعزيز للسلامة والأمن في العالم (من 130 إلى 112). ويظهر المغرب (المرتبة 66 عالمياً) أبطأ تحسن في شمال إفريقيا في أداء مؤشرات التنافسية السياحية. حيث تأتي المغرب في المرتبة الثانية بعد مصر، عندما يتعلق الأمر بالقدرة التنافسية الشاملة، وتعتبر أعلى درجات التنافسية السياحية في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا، في الموارد الطبيعية (المرتبة 63 عالمياً)، وأفضل بيئة تمكينية في شمال إفريقيا (المرتبة 71 عالمياً)، والبنية التحتية (المرتبة 69 عالمياً). ومع ذلك، فإن تحسين أداء التنافسية السياحية يخفف من خلال تقليل السلامة والأمن (من 20 إلى 28)، والتي تظل أعلى بكثير من متوسط المنطقة دون الإقليمية، وتدهور مزيج من الموارد الطبيعية والثقافية (41 إلى 54).

أما الجزائر (المرتبة 116 عالمياً) صاحبة أقل عدد من النقاط في شمال إفريقيا، والتي مع ذلك تحسنت بمرتين على مستوى العالم. حيث تحتل البلاد مرتبة متدنية في بيئة الأعمال (المرتبة 118 عالمياً)، وأولويات السياحة والسفر (المرتبة 132 عالمياً). أما البنية التحتية للخدمات السياحية (المرتبة 136 عالمياً)، والاستدامة البيئية (المرتبة 133 عالمياً)، والموارد الطبيعية (المرتبة 126 عالمياً)، والانفتاح الدولي (المرتبة 139 عالمياً). وهي أكثر دول العالم تنافسية من حيث السعر (المرتبة 8 عالمياً).

الخاتمة

من خلال مؤشرات التنافسية للسياحة والسفر، وفق التقرير السنوي لمنتدى الاقتصاد العالمي (دافوس). التي تم التطرق إليها خلال سنة 2019، مقارنة بسنة 2017، لمنطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا، لاحظنا تباين واضح في أغلب المؤشرات التنافسية، خاصة دول الشرق الأوسط من جهة، ودول شمال إفريقيا من جهة. ومنها الجزائر، التي سجلت تدني واضح في ترتيبها العالمي في العديد من هذه المؤشرات. وهذه راجع للعديد من الأسباب، المتمثلة خاصة في عدم إعطاء الأولوية لقطاع السياحة ذو مردود هام، وأساسي في النمو الاقتصادي، والنتائج المحلي الإجمالي للبلاد. حيث يعتبر كبدل هام لقطاع المحروقات.

وكنتيجة لما توصلنا إليه في هذا البحث، فإن الجزائر ملزمة بالنقطة التالية:

- تعزيز التعاون المتعدد الأطراف وتوفير الدعم الفعال لإعادة تنشيط قطاع السياحة والسفر.
- إشراك جميع مستويات الحكومة والقطاع الخاص والمجتمع المدني في خطة عملية وقابلة للتنفيذ لإنعاش قطاع السياحة.
- تكثيف الدعم والتنسيق من أجل انتعاش أمن ومستدام لقطاع السياحة.
- تحسين جاذبية الجزائر كوجهة سياحية، من خلال تعزيز الجودة والتكيف مع ميولات المستهلك.
- دعم الاستثمار (المؤسسات الصغيرة والمتوسطة)، ومرافقة حاملي المشاريع السياحية.
- توفير مناخ استثماري معزز، يعمل على جلب الاستثمارات الأجنبية.
- توفير الإطار المؤسسي المتين والحديث.
- توفير البنية التحتية المتينة والعصرية، وتجديد اسطول النقل بأنواعه.
- العمل على توسيع الانفتاح الدولي، من خلال تسهيل منح التأشيرات لدخول الجزائر.
- إنشاء هيئة وطنية تختص بتنافسية السياحة والسفر.
- إعداد وتكثيف العمليات التواصلية والترويجية، وطنيا ودوليا.
- تعظيم استخدام التكنولوجيا في قطاع السياحة.

قائمة المصادر والمراجع:

1. محمد إسماعيل، جمال قاسم. (2020) أثر قطاع السياحة على النمو الاقتصادي في الدول العربية. دراسة اقتصادية. صندوق النقد الدولي. العدد 70.
2. منظمة التعاون الإسلامي، (2013). "السياحة الدولية في البلدان الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي: الآفاق والتحديات 2013". مركز الأبحاث سيسريك، تركيا. منظمة التعاون الإسلامي.
3. د. محمد عدنان وديع. (2003). القدرة التنافسية وقياسها. سلسلة دورية تعنى بقضايا التنمية في الأقطار العربية. العدد 24.
4. مكتب دبي للتنافسية. يوم 29-12-2021.
5. http://dco.gov.ae/page/ar/about_competitiveness
6. محسن عبد الله الراجعي وآخرون، الميزة التنافسية للنشاط السياحي، الطبعة الأولى، دار الأيام للنشر والتوزيع، الأردن، 2017.

"المؤشرات السياحية في دول المينا حسب تقرير التنافسية العالمي 2019" مختار عريس و عبد الغني العربي

7. عائشة شرفاوي، حميدة أوكيل: تنافسية القطاع السياحي الجزائري في ظل الاستراتيجية الجديدة لتطوير القطاع، الملتقى الوطني السابع حول مقومات وتحديات الاستثمار في القطاع السياحي في الجزائر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة البويرة، الجزائر، يومي 09 و10 جانفي 2017.
8. المجلس العالمي للسفر والسياحة. بتاريخ 29-12-2021. World Travel & Tourism Council, Economic Impact 2019.
9. المجلس العالمي للسفر والسياحة. المرجع السابق.
10. المجلس العالمي للسفر والسياحة، "Global Economic Impact & Trends"، World Travel and Tourism Council, "2020", July 2020.
11. صندوق النقد العربي، قاعدة البيانات الاقتصادية، قاعدة البيانات الاقتصادية"، واستبيان دراسة "قياس الأثر الاقتصادي لقطاع السياحة في الدول العربية، 2020.
12. Achoche Mohamed : contribution a l'analyse de la compétitivité d'une entreprise publique industrielle, Essai théorico-Empirique, le cas de BCR, mémoire de magistère, université Frhat Abbas, No publié, Stif, 1997,.
13. World economic forum : he Travel & Tourism Competitiveness Report 2019 Travel and Tourism at a Tipping Point.

الملاحق:

الجدول رقم 1: نتائج التنافسية السياحية العالمية للدول العربية في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا لسنة 2019 (ج 1).

الموارد الطبيعية والثقافية		البيئة التمكينية					الرتبة عالميا	البلد
الموارد الثقافية وأعمال السياحة (المتوسط العالمي 2.2)	الموارد الطبيعية (المتوسط العالمي 3.1)	الموارد البشرية وسوق العمل (المتوسط العالمي 4.5)	النظافة والسلامة (المتوسط العالمي 5.1)	الأمن والسلامة (المتوسط العالمي 5.3)	بيئة الأعمال (المتوسط العالمي 4.5)			
2.2	2.4	6.4	5.1	5.4	6.3	5.6	33	الإمارات
1.4	1.8	5.6	5.1	5.3	6.3	5.6	51	قطر
2.0	2.3	5.3	4.6	5.3	6.6	5.3	58	عمان
1.2	1.6	5.8	4.9	5.2	5.9	5.4	64	البحرين
1.9	1.9	4.6	5.7	5.2	6.0	5.2	69	السعودية
1.3	2.2	4.8	4.0	5.4	5.7	4.6	84	الأردن
2.8	2.4	5.5	4.1	5.0	5.4	3.9	89	إيران
1.1	1.8	4.3	4.3	5.6	5.8	4.7	96	الكويت
1.4	2.0	4.1	3.9	5.6	4.8	4.0	100	لبنان
1.3	1.8	2.4	3.0	5.4	3.2	5.3	140	اليمن
1.7	2.1	5.1	4.5	5.3	5.6	4.8		دول الشرق الأوسط
3.3	3.0	4.3	4.3	5.0	4.8	4.4	65	مصر
2.2	3.1	4.6	4.1	4.6	6.0	4.9	66	المغرب
1.4	2.6	4.4	4.1	5.2	5.2	4.4	85	تونس
2.0	2.1	4.2	4.1	5.2	5.6	3.9	116	الجزائر
2.2	2.7	4.4	4.2	5.0	5.4	4.4		دول شمال إفريقيا
1.8	2.2	4.9	4.4	5.2	5.5	4.9		دول المينا

"المؤشرات السياحية في دول المينا حسب تقرير التنافسية العالمي 2019" مختار عريس و عبد الغني العربي

المصدر: من إعداد الباحث، بالاعتماد على بيانات منتدى الاقتصاد العالمي (World economic forum , 2019). (2017).

الجدول رقم 2: نتائج التنافسية السياحية العالمية للدول العربية في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا لسنة 2019 (ج2).

البنية التحتية			سياسات السياحة والسفر والظروف الملائمة				الرتبة عالميا	البلد
البنية التحتية للخدمات (المتوسط العالمي 3.0)	البنية التحتية للنقل البري (المتوسط العالمي 3.5)	البنية التحتية والنقل (المتوسط العالمي 3.1)	الاستدامة البيئية (المتوسط العالمي 4.3)	تنافسية الأسعار (المتوسط العالمي 5.3)	الانفتاح الدولي (المتوسط العالمي 3.3)	تحديد أولويات السفر (المتوسط العالمي 4.6)		
5.6	4.5	5.7	4.5	5.5	3.0	4.7	الإمارات	
5.0	4.7	4.5	4.4	5.9	3.5	4.4	قطر	
4.1	4.4	3.4	4.4	5.7	2.8	4.7	عمان	
4.6	5.2	3.5	4.7	5.6	2.9	4.5	البحرين	
5.1	3.5	4.1	4.0	5.9	1.6	4.6	السعودية	
3.8	2.9	2.7	4.3	5.3	3.3	5.1	الأردن	
2.8	3.1	2.5	3.9	6.7	2.4	3.7	إيران	
3.9	3.3	2.6	4.0	5.6	1.9	3.6	الكويت	
4.0	2.8	2.5	4.1	5.5	2.5	5.0	لبنان	
1.9	2.0	1.2	3.4	6.0	1.3	2.1	اليمن	
4.2	3.7	3.3	4.1	5.6	2.5	4.3	دول الشرق الأوسط	
3.2	3.4	3.3	4.7	6.5	2.2	5.2	مصر	
3.9	3.5	3.2	4.5	5.6	3.1	5.2	المغرب	
4.1	2.8	2.5	4.4	6.1	2.6	5.0	تونس	
1.8	2.8	2.2	3.5	6.2	1.5	3.1	الجزائر	
3.3	3.1	2.8	4.3	6.1	3.1	4.6	دول شمال إفريقيا	
4.0	3.6	3.2	4.2	5.7	2.5	4.4	دول المينا	

المصدر: من إعداد الباحث، بالاعتماد على بيانات منتدى الاقتصاد العالمي (World economic forum , 2019). (2017).