



# مجلة البحوث المالية والتجارية

## المجلد (26) – العدد الأول – يناير 2025



تقييم تنافسية القطاع السياحي في مصر خلال الفترة (2024-2007)

**Evaluating the competitiveness of the tourism sector in  
Egypt during the period (2007-2024)**

د/ حماده محمد عبدالله قاسم

مدرس بقسم الاقتصاد

كلية التجارة – جامعة جنوب الوادي

2024-09-29	تاريخ الإرسال
2024-10-20	تاريخ القبول
رابط المجلة: <a href="https://jsst.journals.ekb.eg/">https://jsst.journals.ekb.eg/</a>	



## ملخص:

يهدف هذا البحث إلى إلقاء الضوء على تنافسية قطاع السياحة المصري مقارنة بإمكانياته السياحية، التعرف على مؤشر تنمية السياحة والسفر (TTDI) الصادر عن المنتدى الاقتصادي العالمي (WEF) كألية لقياس التنافسية السياحية. كذلك تقييم تنافسية قطاع السياحة المصري خلال الفترة (2007-2024) وفق منهجية المنتدى الاقتصادي العالمي (WEF) لقياس وتقييم تنافسية النشاط السياحي، للتعرف على نقاط القوة والضعف بالنسبة لتنافسيته وكيفية تعزيزها.

وفي هذا السياق، تعد مصر من أبرز الدول السياحية على خريطة السياحة العالمية. ومع ذلك، اتسم مؤشر تنمية السياحة والسفر لقطاع السياحة المصري بالتذبذب في مستوي تنافسيته عالمياً وإقليمياً، حيث تتقدم وتراجع مصر في مرتبتها بين الحين والآخر، مما جعل أداءها أقل من المتوسط العالمي في معظم المؤشرات الفرعية لمؤشر (TTDI) التي بدورها تمثل أبرز محددات العرض السياحي. فقد حققت مصر المرتبة 51 عام 2021، وهو أكبر تقدم حققته مصر في مركزها التنافسي عالمياً من مجموع 117 دولة. كما حققت المرتبة 5 أيضاً عام 2021، وهو أكبر تقدم حققته مصر في مركزها التنافسي إقليمياً من مجموع 12 دولة علي مدار الفترة المذكورة. لذلك، شهدت تنافسية قطاع السياحة المصري حالة من التراجع، رغم الثبات النسبي لتنافسية قطاع السياحة بأبرز منافسي مصر بالمجال السياحي (الامارات، السعودية، قطر، تركيا).

وفي المجمل، تتمتع مصر بجاذبية سياحية كنتيجة لارتفاع تنافسيته في الأسعار وتوفر الموارد الثقافية وألوية قطاع السياحة في السياسات الحكومية. ومع ذلك، تواجه بعض التحديات نتيجة تراجع تنافسيته فيما يخص البنية التحتية والمواصلات، البيئة التمكينية، مخاوف تتعلق بالسلامة والأمن، الانفتاح الدولي، التأثير الاقتصادي والاجتماعي للقطاع السياحي. وبالتالي، لا يزال هناك حاجة إلى بذل مزيد من الجهود للتغلب على المنافسين واللاحق بركب الدول المتقدمة سياحياً مثل الولايات المتحدة ودول أوروبا وآسيا.

## الكلمات المفتاحية:

السياحة، التنافسية السياحية، أهمية السياحة، مؤشرات التنافسية السياحية، التنافسية السياحية في مصر.

## **Abstract:**

**This research aims to shed light on the competitiveness of the Egyptian tourism sector compared to its tourism potential, and to identify the Travel and Tourism Development Index (TTDI) issued by the World Economic Forum (WEF) as a mechanism for measuring tourism competitiveness. Also, evaluating the competitiveness of the Egyptian tourism sector during the period (2007-2024) according to the World Economic Forum (WEF) methodology for measuring and evaluating the competitiveness of tourism activity, to identify the strengths and weaknesses of its competitiveness and how to enhance them.**

**In this context, Egypt is one of the most prominent tourist countries on the global tourism map. However, the Travel and Tourism Development Index for the Egyptian tourism sector was characterized by fluctuations in its level of competitiveness globally and regionally, as Egypt advances and declines in its rank from time to time, making its performance lower than the global average in most of the sub-indices of the (TTDI) Which in turn represents the most important determinants of the tourism supply. Egypt achieved rank 51 in 2021, which is the largest progress achieved by Egypt in its global competitive position out of a total of 117 countries. It also achieved rank 5 in 2021, which is the largest progress Egypt has achieved in its regional competitive position out of a total of 12 countries over the aforementioned period. Therefore, the competitiveness of the Egyptian tourism sector has witnessed a state of decline, despite the relative stability of the competitiveness of the tourism sector with Egypt's most prominent competitors in the tourism field (The UAE, Saudi Arabia, Qatar, Turkey).**

**In general, Egypt enjoys tourist attraction as a result of its high price competitiveness, availability of cultural resources, and the priority of the tourism sector in government policies. However, it faces some challenges as a result of its declining competitiveness in terms of infrastructure and transportation, the enabling environment, safety and security concerns, international openness, and the economic and social impact of the tourism sector. Therefore, there is still more efforts are still needed to overcome competitors and catch up with developed tourism countries such as the United States, European countries and Asia.**

## **Key words:**

**Tourism, tourism competitiveness, the importance of tourism, tourism competitiveness indicators, tourism competitiveness in Egypt.**



## – مقدمة:

لقد أصبح قطاع الخدمات القطاع الاقتصادي الأكثر أهمية، سواء من حيث حصته في الناتج المحلي الإجمالي أو العمالة. ففي الوقت الحاضر، يشتق حوالي ثلث الناتج المحلي الإجمالي العالمي من الخدمات. وعلاوة على ذلك، يحتاج قطاع الخدمات إلى مستوى أقل من الميكنة ومستوى أعلى من رأس المال البشري (كثيف العمل) مقارنة بقطاعي الزراعة والصناعة (كثيفاً رأس المال)، مما يقلل من فرص العمل بهما. وبالنسبة للدول النامية – ومنها مصر – أدت شروط التجارة الدولية في المواد الأولية سواء الزراعية أو الصناعية إلى جانب مستويات الحماية الاقتصادية المرتفعة في مواجهة صناعات هذه الدول إلى تعظيم دور قطاع الخدمات وعلى رأسها السياحة. لذلك يبرز قطاع السياحة كأحد أهم قطاعات الاقتصاد العالمي وكمورد محتمل للتنمية الاقتصادية لدى كثير من الدول، خاصة النامية منها.

وبالتالي، يمثل قطاع السياحة واحد من أكثر القطاعات توفيراً لفرص العمل المباشرة وغير المباشرة (الحد من مشكلة البطالة)، كما يعد أحد أهم الصادرات الخدمية (توفير النقد الأجنبي)، يعمل على جذب الاستثمارات الأجنبية، يساعد على تنمية القطاعات الاقتصادية الأخرى المنتجة المرتبطة بالسياحة. وكل ذلك، يجعل هذا القطاع وسيلة ناجحة لتحفيز النشاط الاقتصادي ومصدراً هاماً للدخل لتطوير الدول الأقل نمواً (Gurrieri, Lorizio and Stramaglia, 2014).

وفي الوقت الحاضر، اهتمت المؤسسات الدولية بإعداد تقارير ومؤشرات عن مستوى تنافسية الدول في مجالات اقتصادية عديدة، ومنها مجال السياحة والسفر، حيث يبين مؤشر تنمية تنافسية السياحة والسفر (TTDI) – الصادر عن المنتدى الاقتصادي العالمي بدافوس (WEF) – القوة الاقتصادية التي يمثلها قطاع السياحة لكل دولة، حيث أصبح هذا القطاع صناعة قائمة بذاتها تعتمد عليها كثير من اقتصاديات دول العالم كمصدر رئيسي لدخلها. كما تخضع صناعة السياحة للمنافسة التامة والطلب عليها دولي وليس فقط محلي. لذا، تسعى معظم الدول لتعزيز تنافسياتها وصورتها السياحية في السوق السياحي لجذب السائحين.

وفي هذا السياق، تتمتع الدول العربية عموماً ومصر خصوصاً بمقومات عديدة في المجال السياحي، مما يؤدي لتنوع المنتج السياحي بها. ونظراً للأهمية الاقتصادية التي يمثلها قطاع السياحة في الاقتصاد المصري، تهتم مصر بتعزيز تنافسية هذا القطاع باستمرار، حيث تسعى للاستحواذ على مكانة متميزة في الأسواق الإقليمية والعالمية التي تتسم بالمنافسة الشديدة.

## - أهمية البحث:

تبع أهمية هذا البحث من الأهمية الاقتصادية الكبيرة التي يستحوذ عليها قطاع السياحة كقطاع اقتصادي متفوق عالمياً ومساهمته في العملية التنموية على مستوى الاقتصاد العالمي بشكل عام، بالإضافة إلى أهميته في الاقتصاد المصري بشكل خاص وإمكانية مساهمته الكبيرة كقطاع قائد في العملية التنموية على مستوى الاقتصاد القومي، حيث: يشكل الدخل السياحي أحد أهم المصادر الرئيسية للدخل القومي في مصر، السياحة صناعة كثيفة العمالة، تساعد على تحسين وضع ميزان المدفوعات، ترتبط السياحة بعلاقات تشابكية أمامية وخلفية مع عديد من الأنشطة الاقتصادية الأخرى. وفي المجمل، يستمد هذا البحث أهميته في ظل اهتمام مصر باستعادة مكانتها كمقصد سياحي جاذب للسائحين الدوليين، مما يلقي الضوء على أهمية تناول التصنيف السياحي الصادر عن المؤسسات الدولية الذي يعد من أهم العوامل التي تقود توجهات السائحين على المستوى العالمي.

## - مراجعة الدراسات السابقة:

تعددت الدراسات التي تناولت القطاع السياحي في مصر بجوانبه المختلفة، خاصة خلال الفترة (1998-2024)، ومن أبرز هذه الدراسات ما يلي:

### 1- دراسة (السيد محمد محمد مرسى، 1998):

هذه الدراسة بعنوان " دور قطاع السياحة في توفير موارد النقد الأجنبي في الاقتصاد المصري ". هدفت هذه الدراسة لتحديد مدى دور قطاع السياحة في توفير موارد النقد الأجنبي في الاقتصاد المصري، سد فجوة العجز في النقد الأجنبي بعد انخفاض عوائد كل من البترول وقناة السويس وتحويلات العاملين بالخارج وتدهور حصيلة الصادرات السلعية المصرية نظراً للتنافس الشديد بينها وبين المنتجات العالمية التي تتميز بجودة عالمية وأسعار منخفضة عجزت المنتجات المصرية من الوصول إليها، وكل ذلك أدى إلى انخفاض حصيلة الدولة من العملات الأجنبية. ولقد خلصت الدراسة إلى أن صناعة السياحة تلعب دوراً هاماً في المساهمة بعمليات التنمية الاقتصادية والاجتماعية، حيث يمكن من خلالها توفير موارد النقد الأجنبي اللازمة لاستيراد السلع الاستهلاكية والاستثمارية اللازمة لتنفيذ خطط التنمية الاقتصادية والاجتماعية.

### 2- دراسة (أميرة محمد عبد السميع عمارة، 2002):

هذه الدراسة بعنوان " تحليل القدرة التنافسية للقطاع السياحي المصري ". حاولت الدراسة التعرف على اسباب وجود فجوة ضخمة بين امكانيات مصر السياحية والوضع التنافسي للسياحة المصرية في السوق العالمية. وذلك من خلال تطبيق تحليل porter للميزة التنافسية على



السياحة المصرية. وفي سبيل تحقيق هدفها تعرضت الدراسة لبعض مفاهيم وطرق قياس الميزة التنافسية مع التركيز على مفهوم porter، وعرضت الأهمية النسبية للسياحة المصرية على المستوى القومي والإقليمي والعالمي، كما استعرضت أهم خصائص الطلب والعرض السياحي في مصر. ولقد خلصت هذه الدراسة من خلال تحليل محددات الميزة التنافسية للسياحة المصرية وفقاً لتحليل porter أنه يوجد عديد من مواطن الضعف في التجمع العنقودي السياحي في مصر، ثم أوضحت كيف يمكن للحكومة والقطاع الخاص زيادة القدرة التنافسية للسياحة المصرية.

### 3- دراسة (مريم محمد على محمد ، 2005):

هذه الدراسة بعنوان " الأثار الناتجة عن المتغيرات الاقتصادية الدولية المعاصرة على قطاع السياحة في الاقتصاد المصري". ولقد استهدفت هذه الدراسة تحليل أثر تحويل الاتفاقية العامة للتعريفات والتجارة إلى منظمة التجارة العالمية (WTO) اعتباراً من شهر يناير عام 1995 على الاقتصاد الدولي بصفة عامة وعلى اقتصاديات الدول النامية ومنها الدول العربية ومصر بصفة خاصة، حيث أولت الدولة قطاع السياحة أهمية كبيرة نظراً لما يحققه هذا القطاع من أهداف يتوقف عليها معدل النمو الاقتصادي والاجتماعي. وقد خلصت هذه الدراسة إلى التركيز على الارتقاء بالقدرة التنافسية لقطاع السياحة المصري في الأسواق العالمية عبر الرقابة على المنشأة السياحية للتأكد من مستوى الجودة المقدمة للسائحين. كذلك ضرورة الاهتمام بالمتغيرات الدولية والمحلية. بالإضافة لضرورة توفر المرونة والاستقرار والمتابعة والرقابة واستقرار التشريعات المتعلقة بالنشاط السياحي، مما يشجع على زيادة الاستثمارات السياحية وزيادة الطلب السياحي في مصر.

### 4- دراسة (مركز المعلومات ودعم واتخاذ القرار ، 2006):

هذه الدراسة بعنوان " أثر اتفاقية تحرير التجارة في الخدمات على قطاع السياحة المصري". ولقد استهدفت هذه الدراسة التعرف على الآثار المختلفة الناتجة عن تطبيق اتفاقية تحرير التجارة (الجات)، سارية النفاذ منذ عام 1995. وقد اهتمت الدراسة بتحليل أهمية قطاع السياحة ضمن قطاع الخدمات المصرية، مع بيان الالتزامات المصرية والدولية الواردة في الاتفاقية، أهم التحديات التي يواجهها قطاع السياحة المصري وكيفية التغلب عليها. ولقد خلصت الدراسة إلى أن هذه الاتفاقية تعد إطاراً مساعداً لزيادة تنافسية قطاع السياحة المصري، حيث جذبت استثمارات أجنبية لقطاع السياحة، فهي لم تقيد نسبة مساهمة رأس المال الأجنبي بنسبة 49% إلا في محافظتي شمال وجنوب سيناء، كما أنها حددت نسبة العمالة الأجنبية داخل المنشأة السياحية الواحدة - شاملة الفروع- بنسبة 10%.

5- دراسة (نغم حمدي حامد احمد لطيف، 2010):

هذه الدراسة بعنوان " دور قطاع السياحة في توفير فرص العمل في مصر ". ولقد استهدفت هذه الدراسة تحليل مساهمة قطاع السياحة المصري في توفير فرص العمل خلال الفترة (1991 - 2007)، مقارنة هذه المساهمة ببعض القطاعات الاقتصادية في مصر وكذلك ببعض الدول السياحية. كما هدفت لاستعراض مساهمة هذا القطاع في توفير فرص العمل في عينة من الدول السياحية وعلاقة ذلك بحجم الاستثمار السياحي والطلب السياحي الدولي على كل منها، توضيح تأثير بعض العوامل المحددة للعمالة السياحة خلال الفترة المذكورة، وقد استخدم لذلك الأسلوب القياسي للوقوف على مدى تأثير العمالة السياحية بهذه العوامل. ولقد خلصت هذه الدراسة إلى أن قطاع السياحة المصري رغم أنه لم يحرز مركزاً متقدماً من حيث مساهمته في توفير فرص العمل سواء على المستوى المحلي أو على مستوى دول العينة خلال فترة الدراسة، إلا أنه قطاع جاذب للعمالة فضلاً عن أن العمالة السياحية في مصر تتأثر جوهرياً بقوة بالعوامل التي تم اختيارها لقياس مدى تأثير هذه العمالة بها.

6- دراسة (مي محمد ياسر محمد نبيل، 2010):

هذه الدراسة بعنوان " تأثير الأزمات على قطاع السياحة في مصر خلال الفترة من 1992 حتى 2009". تقدم هذه الدراسة محاولة للتعرف على ماهية الأزمات التي تؤثر على قطاع السياحة بشكل مباشر في مصر ومقارنتها بتجارب أخرى مثل (بالي وتايلاند)، وكيفية تعامل وزارة السياحة والقطاع الخاص مع تلك الأزمات المختلفة. ولقد خلصت الدراسة إلى مجموعة من الدروس المستفادة من التجارب الدولية المعاصرة في مجال مواجهة الأزمات المؤثرة على قطاع السياحة وكيفية إدارتها والحد من سلبياتها.

7- دراسة (نهلة محمد محسن ومحمد عراقي ابراهيم وآخرون، 2017):

هذه الدراسة بعنوان " الوضع التنافسي السياحي الدولي لمصر: دراسة تحليلية للبنية الأساسية في مصر ". تستهدف هذه الدراسة البحث في أسباب تراجع مصر عالمياً في التنافسية السياحية وتأثير البنية التحتية (قطاع المياه الشرب والصحي وقطاع الكهرباء والطاقة) على ذلك. وتهدف الدراسة إلى تقييم مستوى قطاع البنية التحتية وتأثيره على التنافسية السياحية. وتوصلت الدراسة إلى تراجع ترتيب مصر منذ عام 2010 حتى عام 2016 نتيجة الأحداث السياسية التي مرت بها مصر والتي أثرت بشكل ملحوظ على أداء قطاعها السياحي وتنافسيته. ووجود ارتباط بين القدرة التنافسية والبنية التحتية وبين الصورة الذهنية للمقصد السياحي، كما أن معظم الشركات السياحية ترى انه لا تتوافر البنية الأساسية بما يتناسب مع احتياجات السائح.



8- دراسة (صندوق النقد العربي، 2020):

هذه الدراسة بعنوان " أثر قطاع السياحة على النمو الاقتصادي في الدول العربية". تستهدف هذه الدراسة بشكل أساسي رصد الأهمية الاقتصادية لقطاع السياحة في الدول العربية من خلال تقدير نموذج كمي باستخدام السلاسل الزمنية المقطعية لـ 16 دولة عربية خلال الفترة (1995-2018) لقياس أثر الإنفاق على قطاع السياحة والعائدات السياحية على النمو الاقتصادي. ولقد توصلت الدراسة إلى تأكيد الأثر الإيجابي لكل من العائدات من السياحة والإنفاق السياحي على معدلات النمو الاقتصادي في الدول العربية، حيث تساهم كل زيادة بواقع 1% في العائدات على السياحة لرفع معدلات النمو الاقتصادية للدول العربية بنحو 0.36%، فيما تؤدي زيادة مماثلة في مستويات الإنفاق السياحي في الدول العربية إلى زيادة معدل النمو بنحو 0.28% . كذلك قدمت عدد من التوصيات لتحسين أداء قطاع السياحة في الدول العربية.

9- دراسة (محمود محمد بكري، سوزان بكري حسن، 2020):

هذه الدراسة بعنوان " تنشيط الحركة السياحية الوافدة إلى مصر من سوق الدول الإسكندنافية ". تهدف هذه الدراسة إلى تحليل الحركة السياحية الوافدة إلى مصر من سوق الدول الإسكندنافية (ثالث أكبر سوق سياحية مصدرة للسائحين في أوروبا)، تحليل أسباب ضعف الإقبال السياحي من هذه الدول لمصر، التعرف على كيفية جذب سائحي هذه الدول. ولقد توصلت الدراسة إلى أنه يظهر جلياً في الدول الإسكندنافية ارتفاع نسبة من هم في سن 65 عاماً وأكثر ( 20% من إجمالي عدد السكان). وهذا سيساعد علي تقديم حملات تنشيطية موجهة لهم عبر وسائل التواصل الاجتماعي، عرض الوسائل والتسهيلات المقدمة في المناطق السياحية المصرية.

10- دراسة (داليا عبد الله محمود، فاروق عبد النبي حسنين، 2021):

هذه الدراسة بعنوان " دور القطاع السياحي في مواجهة ظاهرة البطالة: دراسة حالة على محافظة الفيوم". هدفت هذه الدراسة لتحديد محفزات ومعوقات نمو القطاع السياحي ودوره في القضاء على مشكلة البطالة، وقد استخدمت الدراسة المنهج الوصفي لاختبار فرضيات الدراسة وتحقيق أهدافها بالاعتماد على استمارة استبيان. وتوصلت الدراسة إلى أنه على الرغم من إمكانيات محافظة الفيوم كنقطة جذب سياحي، فإن أعداد السياح الذين تستقبلهم حالياً لا يتناسب مع إمكانياتها السياحية، حيث تقتصر غالباً على سياحة اليوم الواحد. لذا، يجب العمل على زيادة دور القطاع السياحي في جذب الاستثمارات التي تحد من ظاهرتي البطالة والفقر، عبر إدارة المناطق الأثرية والتاريخية بمحافظة الفيوم بشكل مستدام، مما يشجع على إقامة المشروعات السياحية الصغيرة والمتوسطة، مما يعمل على زيادة نسب التشغيل بالمحافظة.



**11- دراسة (رانيا محمد عبد الحميد علي، 2021):**

هذه الدراسة بعنوان " الاستثمارات السياحية ومساهمتها في الدخل القومي لمصر ". وقد هدفت هذه الدراسة لقياس أثر الاستثمارات السياحية على التنمية الاقتصادية بمصر خلال الفترة (1980-2016)، استعراض الوضع الراهن لقطاع السياحة المصري آنذاك. ولقد توصلت الدراسة إلى أنه زيادة الاستثمارات السياحية تؤدي لخلق مزيد من فرص العمل المباشر وغير المباشر، زيادة الدخل القومي، تحسين مستوى المعيشة. لذا، من الضروري تكثيف الجهود التسويقية لقطاع السياحة عبر المشاركة بالتجمعات والمؤتمرات الإقليمية والدولية المتعلقة بالتعاون الاقتصادي، إعلام سوق رأس المال الدولية بكل ما من شأنه تنشيط الاستثمار بمصر.

**12- دراسة (عادل محمد عبد المنعم مكي، وليد رزق بدر وآخرون، 2021):**

هذه الدراسة بعنوان " دور السياحة الرياضية في توجه الأفراد إلى مصر كمقصد سياحي ". هدفت الدراسة إلى محاولة التعرف على فلسفة السياحة الرياضية داخل مصر، دورها في توجيه الأفراد إلى مصر كمقصد سياحي باستخدام المنهج الوصفي. وتوصلت لعدة نتائج منها: أن أكثر الرياضات التي تشكل دافعا أساسيا لممارستها في مصر بشكل أفضل هي على الترتيب النزاهات البحرية - الجولف - الغوص - الاستجمام على الشواطئ - السباحة. كما أنه يمكن الاهتمام بنمط السياحة الرياضية لجذب أكبر عدد من السائحين عبر إعداد وتجهيز الأماكن الخلوية وتوفير وسائل التسلية والترفيه بمختلف الأماكن السياحية. فقد تبين أنه أعلى إسهامات السياحة الرياضية لدى السائحين الذكور الوافدين إلى مصر، هي: التمتع بممارسة الرياضة في أحضان الطبيعة، مصاحبة الأسرة، التسلية والترفيه، الهروب من ضغوط الحياة - الدوافع الثقافية.

**13- دراسة (أسماء عبد الرؤوف خلف عبد الموجود، 2022):**

هذه الدراسة بعنوان " تأثير التغيرات المناخية على التنمية السياحية المستدامة بمدينة الغردقة ". هدفت الدراسة للتعرف على ظاهرة التغيرات المناخية والعوامل المؤدية لحدوثها، تناول الخصائص المناخية لمدينة الغردقة وتقييم أثر هذه التغيرات على التنمية السياحية المستدامة بالمنطقة، معتمدة في ذلك على المنهج الوصفي التحليلي عبر تصميم وتوزيع استمارات الاستبيان على عينة من مسؤولي جهاز شؤون البيئة ، مسؤولين بالهيئة العامة للأرصاد الجوية، ومسؤولين بوزارة السياحة والآثار بمدينة الغردقة، حيث بلغ عددهم 120 مبحوثاً. وقد توصلت الدراسة إلى أنه هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين أسباب وتأثير التغيرات المناخية على التنمية السياحية بالمدينة والمخاطر الأساسية التي تتعرض لها المدينة وتأثيرها على التنمية السياحية المستدامة. بيان دور مصر لمواجهة هذه التغيرات عبر تطوير البنية التحتية لمواجهة تأثيراتها والحد من مخاطرها، فضلاً عن بناء وتفعيل برامج المساعدات الدولية المالية والفنية ونقل التكنولوجيا.



14- دراسة (محمد عباس علي إبراهيم، 2022):

هذه الدراسة بعنوان "محددات الطلب الأوروبي على السياحة في مصر". وهدفت الدراسة إلى التعرف على معلمات محدّدات الطلب الأوروبي على السياحة في مصر وتقديرها باستخدام بيانات سلاسل زمنية مقطعية مدمجة سنوية للفترة (1991-2016)، عبر نموذج الآثار الثابتة بمنهجية الانحدار غير المرتبط ظاهريًا. وقد خلصت الدراسة إلى أنه في الأجل الطويل توجد علاقة معنوية بين الطلب السياحي الأوروبي كمتغير تابع وكل من (متوسط نصيب الفرد من الدخل الحقيقي لدول المنشأ، الأسعار النسبية بين مصر والدول الأوروبية، أسعار الدولة المنافسة، وتأثير الزيارات المتكررة، تأثير أحداث 25 يناير 2011، تأثير حادث سقوط الطائرة الروسية عام 2015، عدد السكان). هناك حاجة لتكثيف التسويق السياحي بالدول الأوروبية ذات المتوسط المرتفع لنصيب الفرد من الدخل، مع الاهتمام بمتغير سعر الرحلات السياحية بمصر وبالدول المنافسة لها سياحيًا، لما لهما من تأثير على تدفقات السياحة الأوروبية.

15- دراسة (مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار، 2022):

هذه الدراسة بعنوان "آفاق السياحة المصرية في ظل التحول للجمهورية الجديدة". وقد تناولت هذه الدراسة السياحة المصرية بما تتميز به من تشابكات أمامية وخلفية وعلاقات متبادلة مع كثير من القطاعات الاقتصادية، كالقدرة على تدعيم سلاسل الإمداد بما يسهم في القضاء على الفقر والارتقاء بمنظومة التعليم والتدريب وتمكين النساء اقتصاديًا بتوفير فرص عمل ودخل، وأيضًا إتاحة وظائف للشباب وذوي الإعاقة والفئات المهمشة في المجتمع، إلى جانب الحفاظ على الموارد الطبيعية وتحفيز التفاعل الثقافي وتحقيق الشراكات المختلفة. لذا، هدفت لتوضيح معوقات تحقيق نمو سياحي مستدام، الركائز الأساسية للقدرات التنافسية لقطاع السياحة المصري، السياسات المطلوبة لإسهام السياحة بتحقيق أهداف التنمية المستدامة. وقد خلصت الدراسة إلى أنه احتلت مصر المرتبة 57 من بين 140 دولة عام 2019، لتحسن وتصبح في المرتبة 51 من بين 117 دولة في عام 2021 بمؤشر تنافسية السياحة والسفر العالمي.

16- دراسة (محمد محمد إبراهيم عيسى، 2023):

هذه الدراسة بعنوان "أهمية الميزة التنافسية للمثلث الذهبي وأثره على المقصد السياحي المصري". وقد هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مشروع المثلث الذهبي - منطقة اقتصادية جديدة تقع بين سفاجا والقصر وقنا تحديدًا في منطقة أبو طرطور بقنا- ومدى قدرته على تنمية المنطقة سياحيًا واقتصاديًا لرفع عجلة الاقتصاد المصري، وضع المثلث الذهبي على خريطة الاستثمار الدولية. وخلصت الدراسة إلى أنه هناك تحسن ملحوظ بمؤشرات التنافسية السياحية

ببعض الدول على رأسها مصر، تليها سلطنة عمان، دولة الكويت، تونس، الجزائر خلال عام 2019 مقارنة بعام 2017 . ووجهت الدراسة توصيات إلى كل من جهاز شؤون البيئة عن طريق تطبيق معايير حماية البيئة، الهيئة العامة للتنمية السياحية عبر وضع خطة تنمية شاملة، هيئة التنشيط السياحي عبر تعظيم دور المهرجانات كأداة للتسويق السياحي.

#### 17- دراسة (أحمد مصطفى أحمد البحيري، 2024):

هذه الدراسة بعنوان " تأثير التسويق الاستثماري المستدام على تنمية الميزة التنافسية للاقتصاد المصري بالتطبيق على قطاع السياحة بجمهورية مصر العربية ". ولقد هدفت هذه الدراسة إلى استكشاف العلاقة المتبادلة بين التسويق الاستثماري المستدام وتنمية الميزة التنافسية في الاقتصاد المصري، مع التركيز على قطاع السياحة بمصر، قياس العلاقة بين عناصر التسويق الاستثماري المستدام (القدرات التسويقية، المسؤولية الاجتماعية، الإبداع، جودة التواصل مع العملاء) وتنمية الميزة التنافسية لعدد من شركات السياحة. وقد خلصت الدراسة لارتفاع مستوى الخبرة العملية للمشاركين العاملين بشركات السياحة، كم أنه هناك علاقة قوية ذات دلالة إحصائية بين تقديرات التسويق الاستثماري المستدام وتنمية الميزة التنافسية للاقتصاد المصري.

#### التعليق على الدراسات السابقة:

يلاحظ من عرض الدراسات والأبحاث السابقة حول قطاع السياحة، أنه تم تناوله بعدة مجالات ومن عدة زوايا في الاقتصاد المصري، حيث يتمثل أهمها في الفكرة العامة التي تدور حول الأهمية النسبية لهذا القطاع في الاقتصاد القومي ودوره في توفير النقد الأجنبي وفرص العمل، ارتباطه بعدد من القطاعات الأخرى، معرفة المشكلات التي تواجهه، الاستثمارات السياحية، أثر قطاع السياحة على النمو الاقتصادي، أثر اتفاقية تحرير التجارة وغيرها من المتغيرات الاقتصادية الدولية المعاصرة على قطاع السياحة المصري، تأثير الأزمات المختلفة علي هذا القطاع وأخرها التغيرات المناخية، محددات الطلب على السياحة في مصر، استحداث أنواع جديدة للسياحة لجذب الحركة السياحية لمصر، تنافسية القطاع السياحي بمصر وكيفية تنميتها. وأخيراً، آفاق قطاع السياحة المصري المستقبلية. وعلي الرغم من ذلك، لم تتناول هذه الدراسات تنافسية القطاع السياحي كمشكلة اقتصادية في حد ذاتها وبشكل مفصل على مستوى الاقتصاد المصري، تقييمها وفقاً لمؤشر تنمية السياحة والسفر (TTDI) الصادر عن المنتدى الاقتصادي العالمي (WEF) بتقرير التنافسية السياحية خلال فترة زمنية متصلة (2007-2024) ولكل سنوات إصدار التقرير حتى الآن. وحتى الدراسات التي تناولت تنافسية القطاع السياحي المصري، تناولتها بشكل جزئي ولبعض المؤشرات الفرعية لمؤشر (TTDI) خلال فترة زمنية قصيرة وغير متصلة. وبالتالي، يتميز البحث الحالي عن غيره بتناوله تنافسية القطاع السياحي المصري بصورة شاملة ولفترة زمنية متصلة، مما يساعد على تقييمه بشكل موضوعي.



## – مشكلة البحث:

في المجال السياحي، تعد مصر واحدة من أغني مناطق العالم من حيث المقومات السياحية بأنواعها المختلفة (الحضارية والثقافية والدينية والعلاجية.... وغيرها)، حيث تمتلك لإمكانيات – مادية وبشرية وبيئية – عالية للنجاح والنمو. كذلك يحتل قطاع السياحة المصري أهمية كبيرة في الاقتصاد القومي. ويؤهل ذلك، مصر لأن تصبح بلداً سياحياً من الدرجة الأولى. ومع ذلك، فإن مساهمة القطاع السياحي المصري في النمو الاقتصادي والتكوين الرأسمالي يعتبر محدوداً مقارنة بما يمتلكه من مقومات تفوق أمثاله في دول أخرى، نظراً لما يواجهه من معوقات تحد من زيادة قدراته التنافسية عالمياً وإقليمياً في ظل تزايد التنافسية وتحدياتها التي تفرضها ظروف عولمة الاقتصاد وتحرير الأسواق.

ويعتبر موضوع القدرة التنافسية في القطاع السياحي وتحديد مدي نجاح أو فشل المنشآت السياحية في دولة ما، من أهم التحديات التي تواجه صناعة السياحة في معظم دول العالم ومنها مصر. لذلك تعمل الحكومة المصرية من خلال مؤسساتها المختلفة على تنمية السياسات والاجراءات الخاصة بتدعيم القدرات التنافسية للقطاع السياحي لأهميته في تعظيم المردود التنموي لهذا القطاع. ويمكن تتبع تطور الوضع التنافسي لقطاع السياحة المصري وفقاً لمؤشر تنافسية السياحة والسفر العام الصادر عن المنتدى الاقتصادي العالمي بدافوس من خلال الجدول التالي<sup>1</sup>:

جدول رقم (1): المؤشر العام لتنافسية السياحة والسفر في مصر عالمياً خلال الفترة (2007-2024)

السنة	2007	2009	2011	2013	2015	2017	2019	2021	2024
عدد الدول المشمولة في تقرير السنة	124	133	139	140	141	136	140	117	119
الترتيب	58	64	75	85	83	74	65	51	61

إعداد الباحث استناداً إلى المصدر التالي:

World Economic Forum (WEF). (Different years: 2007-2024). The travel and tourism competitiveness reports, Geneva: WEF.

ويلاحظ من الجدول السابق، ووفقاً لتقرير المنتدى الاقتصادي العالمي، أن الوضع التنافسي لقطاع السياحة المصري حسب مؤشر تنافسية السياحة والسفر على مدار سنوات التقرير (17 سنة حتى الآن)، اتجه نحو الانخفاض من المرتبة 58 عام 2007 حتى بلغ المرتبة 85 عام 2013. ويتبين من ذلك، أنه على مدار سبع سنوات من عمر التقرير المذكور، خسرت

<sup>1</sup> أصدر المنتدى الاقتصادي العالمي بدافوس (WEF) تقريره الأول عن تنافسية السياحة والسفر في عام 2007، لتقييم إنجازات دول العالم في هذا المجال حسب معايير محددة، والذي اعتاد إصداره كل سنتين، وصدر آخر تقرير له في هذا الصدد عام 2024م.

مصر 27 مركزاً في ترتيبها العالمي لتنافسية السياحة والسفر. وبدءاً من عام 2015، اتجه الوضع التنافسي لقطاع السياحة المصري نحو التحسن النسبي، حيث احتلت مصر المرتبة 83 من نفس العام. ومنذ عام 2017، اتجه هذا الوضع نحو الصعود التدريجي حتى بلغ المرتبة 51 عام 2021. وأخيراً، تراجعت مصر بمقدار 10 مراكز، حيث بلغت المرتبة 61 عام 2024. وبالتالي، تواجه مصر حالة من عدم الاستقرار في مكانتها التنافسية السياحية عالمياً، فتراجعت للخلف حيناً وتقدمت للأمام حيناً آخر، مما يعني أن هناك خللاً في الوضع التنافسي لقطاع السياحة المصري. لذا، يعاني قطاع السياحة المصري من عدة أوجه للضعف، يعكسها ترتيب مصر الدولي المتذبذب خلال الفترة المذكورة. والدليل على ذلك، أن التقارير والإحصاءات السياحية الرسمية تشير إلى تواضع العائد الاقتصادي لهذا القطاع مقارنة بإمكانياته، حيث يلاحظ وجود خلل بين العرض والطلب السياحي في مصر (عجز طلب)، مما يعني تواضع نصيب مصر من سوق السياحة الدولية. فعلى الرغم من المقومات الكبيرة التي تمتلكها مصر في قطاعها السياحي وتنوعه والتي تؤهلها لتحل مركز تنافسي متقدم على مستوى العالم، إلا أنها تعجز عن الحفاظ على وضع مستقر نسبياً في ترتيبها التنافسي عالمياً، وذلك على العكس من بعض الدول التي تحتفظ بمكانة شبه ثابتة من حيث الوضع التنافسي مثل فرنسا أو إسبانيا وغيرهما من الدول المجاورة لمصر، رغم قلة ما تمتلكه هذه الدول من مقومات سياحية مقارنة بمصر. لذلك تنطلق مشكلة البحث من الحاجة الملحة للإجابة عن التساؤل الرئيسي التالي:

ما مدى تنافسية قطاع السياحة المصري وفقاً لمؤشرات تنافسية السياحة والسفر الصادر عن المنتدى الاقتصادي العالمي خلال الفترة (2007-2024)؟

وينبثق من هذا التساؤل الرئيسي مجموعة من التساؤلات الفرعية التالية:

- (1) ما هي أهم محددات مفهوم السياحة والتنافسية السياحية؟
- (2) ما هي مؤشرات تنافسية قطاع السياحة والسفر الصادر عن المنتدى الاقتصادي العالمي؟
- (3) ما هي مرتبة تنافسية قطاع السياحة المصري عالمياً وإقليمياً وفقاً لمنهجية المنتدى الاقتصادي العالمي، أهم نقاط القوة والضعف لتنافسيته وكيفية تعزيزها؟

#### - أهداف البحث:

يهدف هذا البحث إلى التالي:

- (1) التعرف على ماهية مفهوم السياحة والتنافسية السياحية.
- (2) التعرف على مؤشرات التنافسية السياحية.
- (3) تقييم تنافسية قطاع السياحة المصري من خلال تحليل واقعه ومؤشرات تنافسيته.

#### - فرضية البحث:

يتمثل فرض البحث الرئيسي في الفرض التالي:

"أدى القصور ببعض محددات العرض السياحي لتراجع تنافسية قطاع السياحة المصري عالمياً وإقليمياً"



## – منهجية البحث:

من أجل تحقيق أهداف البحث وفرضيته، تم استخدام المنهج الاستنباطي فيما يتعلق بتناول مفهوم السياحة والتنافسية السياحية ومؤشرات قياسها. كما تم استخدام المنهج التحليلي الوصفي لدراسة واقع قطاع السياحة المصري من خلال عرض وتحليل بيانات عن أبرز مؤشراتته في مصر. كذلك تم استخدام المنهج الاستقرائي للوصول لحكم عام حول تنافسية قطاع السياحة المصري بتقييم أدائه وفق منهجية المنتدى الاقتصادي العالمي (WEF)<sup>2</sup>.

## – حدود البحث المكانية والزمنية:

الحدود المكانية: القطاع السياحي بمصر كإطار مكاني لدراسة قضية التنافسية السياحية. الحدود الزمنية: تناول البحث قضية التنافسية السياحية خلال الفترة (2007–2024)، حيث عام 2007 هو بداية صدور أول تقرير للمنتدى الاقتصادي العالمي بدافوس للتنافسية السياحية، الذي تناول تنافسية القطاع السياحي بمصر وغيرها من الدول وفق مؤشر (TTDI).

## – تقسيم البحث:

وتحقيقاً لأهداف البحث تم تقسيمه إلى المحاور التالية:

المحور الأول: ماهية السياحة (التعريف، الأنواع، الطبيعة، الأهمية):

أولاً: مفهوم السياحة وأنواعها.

ثانياً: طبيعة القطاع السياحي.

ثالثاً: الأهمية الاقتصادية للقطاع السياحي.

المحور الثاني: التنافسية الاقتصادية: التنافسية السياحية ومؤشراتها:

أولاً: التنافسية الاقتصادية (أهميتها، جذورها، ماهيتها، أنواعها).

ثانياً: تنافسية قطاع السياحة (ماهيتها، مؤشراتها).

المحور الثالث: القطاع السياحي المصري: واقعه وتنافسيته:

أولاً: واقع القطاع السياحي المصري: الأداء والأنواع.

ثانياً: تقييم تنافسية القطاع السياحي المصري.

ثالثاً: تعزيز القدرة التنافسية لقطاع السياحة المصري.

<sup>2</sup> تعتمد منهجية المنتدى الاقتصادي العالمي (WEF) لتقييم النشاط السياحي على مؤشر تنمية السياحة والسفر (TTDI)، حيث يقيم دولة ما من خلال منحها نقاط (قيم) تتراوح بين (1-7)، حيث 1 = الأسوأ و7 = الأفضل، ثم ينتهي بترتيبها تنازلياً (مراتب) من الأسوأ للأفضل (1 للمرتبة الأولى). وهو مؤشر مركب يتكون من خمسة مؤشرات رئيسية مرتبطة بقطاع السياحة، وهي (البنية التحتية، سياسة السياحة والسفر والظروف التمكينية، البنية التحتية والخدمات، موارد السفر والسياحة، استدامة السفر والسياحة)

## المحور الأول: ماهية السياحة (التعريف، الأنواع، الطبيعة، الأهمية):

### أولاً: تعريف السياحة وأنواعها:

يمكن النظر للسياحة عموماً علي إنها ظاهرة اقتصادية واجتماعية وحضارية تطورت عبر الزمن، وقد زادت اهميتها مع تطور وسائل الاتصال والمواصلات وتقارب الدول. وتتعدد مفاهيم النشاط السياحي تبعاً للجهة التي تقدم التعريف، حيث هناك عديد من المنظمات الدولية والإقليمية المهمة بهذا القطاع مثل الاتحاد الاوربي، منظمة السياحة العالمية التابعة للأمم المتحدة، المنظمة العربية للسياحة التابعة لجامعة الدول العربية وغيرها من المنظمات. ففي إطار الاتحاد الأوربي، يتضح أن السياحة هي نشاط اقتصادي رئيسي له تأثير إيجابي ذو نطاق واسع على النمو الاقتصادي والتوظيف في أوروبا. بينما تعرف منظمة السياحة العالمية، السياحة على أنها ظاهرة اجتماعية وثقافية واقتصادية ينطوي عليها حركة الناس (الزوار الدوليين) إلى دول أو أماكن خارج بينتهم المعتادة لأغراض مهنية أو شخصية أو تجارية، كما للسياحة بعض الأنشطة التي تتطلب الانفاق السياحي (World Tourism Organization (WTO), 2014).

ولقد أجمعت معظم تعريفات النشاط السياحي، على أنه ذلك النشاط الذي ينتج منه مجموعة العلاقات المادية وغير المادية التي تتحقق بسبب تغيير شخص ما (السائح) لمكان إقامته بصفة مؤقتة، لا تقل عن يوم ولا تزيد على سنة، سواء من خارج حدود الدولة أو من داخلها؛ لإشباع رغبات متعددة؛ مثل: الاستجمام، الراحة، الثقافة، المشاهدة، العلاج وغيرها؛ ولا يكون ذلك بهدف الحصول علي دخل (هدف غير ربحي)، وبما يؤدي إلى زيادة دخول الأفراد المقيمين في مكان الزيارة عن طريق إنفاق ذلك الشخص. لذا، يعبر القطاع السياحي عن مجموعة الأنشطة التي تتكامل مع بعضها في تقديم خدمة السياحة وهي الفنادق والمطاعم، النقل والمواصلات، التجارة والمال والتأمين، الثقافة.. الخ. وبالتالي، لا يكتمل تعريف السياحة إلا بتعريف السائح الذي يمثل محور هذا النشاط، فالسائح هو الفرد الذي يغادر مكان إقامته لمدة لا تقل عن يوم ولا تزيد على سنة لأغراض غير ربحية (عليوة، 2014).

كما يمكن تناول مفهوم السياحة اقتصادياً من خلال جانبي الطلب السياحي والعرض السياحي وهو ما يمثل السوق السياحية (مكان يلتقي فيه الطلب المقدم من السائحين بالعرض السياحي المقدم من قبل المؤسسات السياحية). بدولة ما، حيث (عبوي، 2016):

- الطلب السياحي: يتمثل في السائحين وهم عبارة عن الطاقة البشرية التي تستوعبها الدولة المضييفة صاحبة المعالم السياحية وفقاً لمتطلبات كل سائح.



- العرض السياحي: يتمثل في الدول التي تقدم خدمة السياحة لسائحيها بعرض كل ما لديها من إمكانيات طبيعية وبشرية وأخرى مساعدة في هذا المجال تتوافق مع طلبات السائحين بهدف خلق مناخ سياحي ناجح.

ويتميز كلاً من الطلب والعرض السياحي بمجموعة من الخصائص والمحددات<sup>3</sup>، التي تميزهما عن غيرهما والتي تحدد حجم ونوع كلاً منهما، وذلك كما يوضحه الجدول التالي:

جدول رقم (2): الخصائص والمحددات المميزة لكل من الطلب السياحي والعرض السياحي

الطلب السياحي	العرض السياحي
<ul style="list-style-type: none"> <li>- حساس نحو الظروف الاقتصادية والاجتماعية والسياسية.</li> <li>- مرن، حيث استجابته للتغير سريعة تبعاً للظروف المختلفة.</li> <li>- الموسمية: يتغير ويمعدلات متفاوتة بأوقات محددة بالدول لعدة أسباب منها تغير المناخ والمحددات تنظيمية والأمن بالدول المصدرة للخدمة السياحية.</li> <li>- التوسع: يزيد عالمياً اعتماداً على تقدم وسائل النقل والاتصالات وارتفاع مستوي المعيشة وزيادة أوقات الفراغ.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- نشاط كثيف عنصر العمل.</li> <li>- غير قابل للتخزين فهو مباشر وآني.</li> <li>- غير قابل للنقل، فالعرض السياحي ثابت والمستهلك (السائح) متحرك.</li> <li>- يخضع للمنافسة الكاملة، فهناك منافسة بين الدول لتسويق العرض السياحي.</li> <li>- قليل المرونة، حيث استجابته للتغير في الأسعار منخفضة خاصة وغير قابل للغير وفقاً لأذواق المستهلكين في الأجل القصير.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- الأسعار التي تمثل تكاليف السفر والإقامة.</li> <li>- زيادة الدخل القابل للإنفاق.</li> <li>- الصفات الديموغرافية المختلفة للسكان مثل: العمر، الجنس، الحالة الاجتماعية.</li> <li>- زيادة أوقات الفراغ، الاجازات مدفوعة الأجر.</li> <li>- تطور وسائل النقل والاتصالات.</li> <li>- المستوى التعليمي والثقافي.</li> <li>- الاستقرار السياسي والأمني للدول المضيفة.</li> <li>- سعر صرف العملة: انخفاض سعر صرف العملة المحلية يزيد القوة الشرائية للسائحين الدوليين ويزيد الطلب السياحي.</li> <li>- اجراءات الرحلة السياحية.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- الموارد السياحية: هي مزيج مركب من عدة مكونات طبيعية وبشرية وأخرى مساعدة التي تمثل امكانيات العرض السياحي.</li> <li>- تدفق رؤوس الأموال الأجنبية (الايرادات السياحية)</li> <li>- محددات تنظيمية: تأشيرات الدخول للدولة المضيفة.</li> <li>- التقنيات التكنولوجية: توفر مستوى تكنولوجي ملائم للنشاط السياحي بما يضمن تميزه.</li> <li>- المخطط التسويقي للنشاط السياحي.</li> <li>- المحددات الاجتماعية: الأمن، الصحة، الثقافة المجتمعية.</li> <li>- المحددات الاقتصادية: أسعار المنتج السياحي، أسعار منتجات بقطاعات مغذية للنشاط السياحي (تكاليف الانتاج).</li> <li>- الانفاق الحكومي على تطوير وتنمية القطاع السياحي.</li> <li>- البنية التحتية للنقل والمواصلات.</li> </ul>

إعداد الباحث، استناداً إلى المرجع التالي:

الروبي، نبيل. (2008). اقتصاديات السياحة. القاهرة: دار الثقافة الجامعية للطبع والنشر والتوزيع.

<sup>3</sup> محددات العرض يمثل جزء كبير منها المؤشرات الفرعية المكونة لمؤشر تنافسية السياحة والسفر (TTDI) الصادر عن المنتدى الاقتصادي العالمي عبر مراحل تطوره المختلفة.



وتتعدد أنواع السياحة وفقاً للهدف منها أو لنطاقها الجغرافي، فهي وفقاً للهدف من الرحلة في المجمل تعتبر سياحة ترفيهية، التي بدورها تنقسم إلى سياحة ثقافية وسياحة رياضية، بجانب السياحة العلاجية والدينية والتعليمية وسياحة المؤتمرات والمهرجانات. وبالتالي، تعتبر السياحة الترفيهية بأنواعها المختلفة هي الغرض الرئيسي من الزيارة في جميع مناطق العالم باستثناء الشرق الأوسط، حيث تسود زيارة الأصدقاء والأقارب (السياحة الاجتماعية) أو للأغراض الصحية أو الدينية. وفي هذا السياق، تتنوع المعالم السياحية تبعاً لأنواع السياحة وفقاً للهدف منها، فنجد منها معالم تخص كل نوع من أنواع السياحة سالفة الذكر. كما أنه هناك نوعين أساسيين من السياحة وفقاً لنطاقها الجغرافي (جنسية السائح) وذلك بغض النظر عن الهدف منها، هما (الزوجة، 1992):

- السياحة الخارجية: هي النشاط السياحي الذي يتم تبادل ما بين الدول عبر السفر من دولة لأخرى.
- السياحة الداخلية: هي النشاط السياحي الذي يتم داخل حدود الدولة بين مواطني الدولة ومدنها المختلفة، التي يوجد بها معالم سياحية تستحق الزيارة ولا يخرج عن نطاقها.

### ثانياً: طبيعة القطاع السياحي:

بوجه عام، يتسم قطاع السياحة (الطلب السياحي) بحساسيته العالية للأحداث والظروف غير العادية سواء كانت اقتصادية وسياسة وأمنية وصحية، التي قد تحدث عالمياً أو إقليمياً أو محلياً سواء في الدول النامية أو المتقدمة، ويتأثر هذا القطاع بالإيجاب أو السلب حسب طبيعة الحدث مما يؤثر على تنافسيته ومردوده الاقتصادي بعيد من الدول ومنها مصر، فبعضها يزيد الطلب السياحي والبعض الآخر يخفضه، مما يؤثر على أعداد السائحين الوافدين، الإيرادات السياحية<sup>4</sup> (عليوة، 2014).

ولقد واجه الاقتصاد المصري عديد من الصدمات الاقتصادية الداخلية والخارجية خلال فترة دراسة البحث، التي انعكست آثارها بشكل واضح على القطاعات الاقتصادية المختلفة، وخاصة قطاع السياحة، مما أثر على النشاط السياحي بمصر خلال الفترة (2007-2024). فعلى الرغم من الازدهار الملحوظ الذي شهده قطاع السياحة وتعاضم مساهمته في الاقتصاد، إلا أن الآثار السلبية الناتجة عن الصدمات المختلفة وتداعياتها أو الإيجابية عند مواجهتها، كان لها تأثير ملحوظ على قطاع السياحة المصري، مما أدى لانخفاض الطلب السياحي أو ارتفاعه، ومن ثم

<sup>4</sup> مثل: الاستقرار السياسي للبلد السياحي، ودرجة التقدم الاقتصادي أو درجة الامان التي يتعرض لها السائحون وعدم وجود اتجاهات عدائية نحوهم، وجود علاقات سياسية واقتصادية وتجارية بين الدول المستقبلة للسائحين والدول المصدرة للسياحة مما يزيد الطلب السياحي والعكس صحيح.



انخفاض أو ارتفاع أعداد السائحين الدوليين والائيرادات السياحية. وفيما يلي أهم الأحداث التي أثرت على النشاط السياحي بمصر خلال الفترة (2007-2024)، كما هو موضح بالجدول التالي:

جدول رقم (3): أبرز الأحداث المؤثرة على قطاع السياحة المصري خلال الفترة (2007-2024)

سنة	أبرز الأحداث المؤثرة	موقع الحدث
2007	أزمة ارتفاع أسعار المواد الغذائية	عالمياً
2008	الأزمة المالية العالمية، اختطاف عدد من السياح وطلب فدية	عالمياً ومحلياً
2011	أحداث 25 يناير بمصر	محلياً
2013	أحداث 30 يونيو 2013	محلياً
2014	حادث ارهابي بسانت كاترين، تفجير حافلة سياح كوريين بطابا	محلياً
2015	سرقة المتحف الروماني بالإسكندرية، تفجير انتحاري بالأقصر، سقوط طائرة روسية بسيناء ومقتل كل من عليها	محلياً
2016	انكماش عام بمستوي النشاط الاقتصادي بمصر، مقتل الطالب الايطالي (ريجيني)، اختطاف طائرة مصرية، قرار تحرير سعر صرف الجنيه المصري والتسعير وفقاً لآليات العرض والطلب، مبادرة دعم البنك المركزي المصري لقطاع السياحة ومدتها عدة مرات حتى عام 2019	محلياً
2018	أطلقت وزارة السياحة برنامج (الاصلاح الهيكلي لتطوير القطاع السياحي) مُستهدفاً رفع القدرة التنافسية للقطاع	محلياً
2019	ظهور فيروس (كوفيد-19)	عالمياً ومحلياً
2020	تفشي جائحة فيروس (كوفيد-19) وغلق المنشآت السياحية، الحرب الروسية-الأوكرانية	عالمياً ومحلياً
2021	الكشف عن المصل المضاد لفيروس (كوفيد-19)	عالمياً ومحلياً
2022	تعويم (تخفيض قيمة) الجنيه المصري مقابل العملات الأجنبية الأخرى مستهدفاً تطبيق نظام سعر صرف مرن.	محلياً

إعداد الباحث

### ثالثاً: الأهمية الاقتصادية للقطاع السياحي:

حالياً، يحتل القطاع السياحي أهمية بالغة من الناحية الاقتصادية، فقد أصبحت السياحة أحد أهم الصناعات في الاقتصاد العالمي، حيث تمثل صناعة السياحة نشاطاً اقتصادياً هاماً لها من آثار ايجابية على الرفاهية الاقتصادية من عدة نواحي. وبالتالي، يعتبر قطاع السياحة مساهماً هاماً في اقتصاديات عديد من الدول، لما له من آثار اقتصادية مباشرة وغير مباشرة. ويمكن الاستدلال على الأهمية الاقتصادية لهذا القطاع عالمياً ومحلياً، وذلك على النحو التالي:

## (أ) - الأهمية الاقتصادية لقطاع السياحة عالمياً:

لقد أشارت منظمة السياحة العالمية لأهمية السياحة كقطاع اقتصادي رائد في الاقتصاد العالمي، حيث يُعد أحد أسرع القطاعات الاقتصادية نمواً وتأثيراً في الاقتصاد العالمي. فعلى الرغم من تباطؤ الاقتصاد العالمي وتعرضه للصدمات<sup>5</sup>، استمر قطاع السياحة في الازدهار، حيث زادت أعداد السائحين الدوليين من 25 مليون سائح عام 1950 إلى 1460 مليون سائح في عام 2019، مما يعني زيادة الإيرادات السياحية وما يترتب على ذلك من مكاسب دولية للدول المضيفة على مستوي العالم<sup>6</sup> (World Tourism Organization (WTO), 2020).

وفي نهاية عام 2023، بلغ عدد السائحين الدوليين نحو 1.3 مليار سائح دولي بزيادة تقدر بنحو 88% مقارنة بمستويات ما قبل جائحة (كوفيد\_19) عام 2019. وقد تمتعت جميع المناطق بزيادة عدد الوافدين<sup>7</sup>. وتتميز السياحة بمرونة وتأثير معنوي على معظم الاقتصادات من حيث زيادة معدلات النمو والتنمية الاقتصادية للدول، حيث يمكن توضيح أهميتها عالمياً من خلال مساهمتها الاقتصادية، كما يلي:

- قدر الناتج المحلي الإجمالي المباشر للسياحة بنحو 3.3 تريليون دولار أمريكي، أي ما يعادل 3% من الناتج المحلي الإجمالي العالمي في الربع الأول من عام 2024.
- بلغت إيرادات السياحة الدولية نحو 1.4 تريليون دولار عام 2023، أي نحو 93% مما تحقق عام 2019<sup>8</sup>.
- بلغت إيرادات التصدير من السياحة الدولية (تضم الانفاق في وجهات السفر وتكاليف نقل الركاب) 1.7 مليار دولار أمريكي في جميع أنحاء العالم عام 2023.
- تتصف السياحة بأنها فئة تصدير عالمية خاصة مع ضعف إيرادات التصدير من السلع ببعض الدول، حيث تحتل المرتبة الرابعة بعد الوقود والمواد الكيميائية والمواد الغذائية، وتأتي قبل منتجات السيارات، وتحتل المرتبة الأولى في عديد من الدول النامية. لذا، تتمتع السياحة بقدرة كبيرة على تقليل العجز التجاري.
- تقدر مساهمة السياحة في العمالة بخلق واحدة من كل عشر وظائف من فرص العمل الجديدة حول العالم.

(<https://www.unwto.org/news/international-tourism-to-reach-pre-pandemic-levels>, 2024)

<sup>5</sup> صدمات مثل أزمة ارتفاع أسعار الغذاء عام 2007، الأزمة المالية العالمية عام 2008، وغيرها من الأزمات.... وصولاً لجائحة كورونا عام 2019.  
<sup>6</sup> على مدى العقود الماضية، شهدت السياحة توسعاً وتنوعاً مستمرين لتصبح واحدة من أكبر وأسرع القطاعات الاقتصادية نمواً في العالم، مدفوعاً بنمو الاقتصاد العالمي القوي نسبياً وتنامي الطبقات الوسطى والتحضر السريع في الاقتصادات الناشئة وتسهيل السفر والتأثيرات بأسعار معقولة والتطورات التكنولوجية.  
<sup>7</sup> وكانت الزيادة على النحو التالي:

- شهدت منطقة الشرق الأوسط نمواً بنسبة 22% مقارنة بعام 2019.  
- شهدت أوروبا - المنطقة الأكثر زيارة في العالم- نمواً بنسبة 94% مقارنة بعام 2019.  
- شهدت أفريقيا نمواً بنسبة 96% من زوارها قبل الجائحة، ووصلت النسبة في الأمريكتين إلى 90%  
- شهدت منطقة آسيا والمحيط الهادئ نمواً بنسبة 65% مقارنة بمستويات ما قبل الجائحة.  
<sup>8</sup> من الناحية النسبية فيما يخص توزيع معدلات نمو إيرادات السياحة الدولية وفقاً للأقاليم في عام 2019، كان الشرق الأوسط المنطقه الأسرع نمواً مع زيادة بنسبة 8% في الإيرادات، تليها أوروبا بنسبة 4%، ثم منطقة آسيا والمحيط الهادئ وأفريقيا بنسبة 1% لكل منها، والأمريكتين بنسبة صفر % .



وفي هذا الإطار، وكدليل على الأهمية الاقتصادية لصناعة السياحة عالمياً، فإنه من المتوقع استمرار ازدهار صناعة السياحة، مما يترتب عليه جني الفوائد الاقتصادية والاجتماعية من السياحة مثل زيادة المساهمة في الناتج المحلي العالمي وتوفير فرص عمل اضافية. لذلك، تحاول عديد من الدول زيادة القدرة التنافسية لقطاع السياحة بها، لزيادة حصتها من السياحة الدولية وتفعيل دور قطاع السياحة الاقتصادي المرجو.

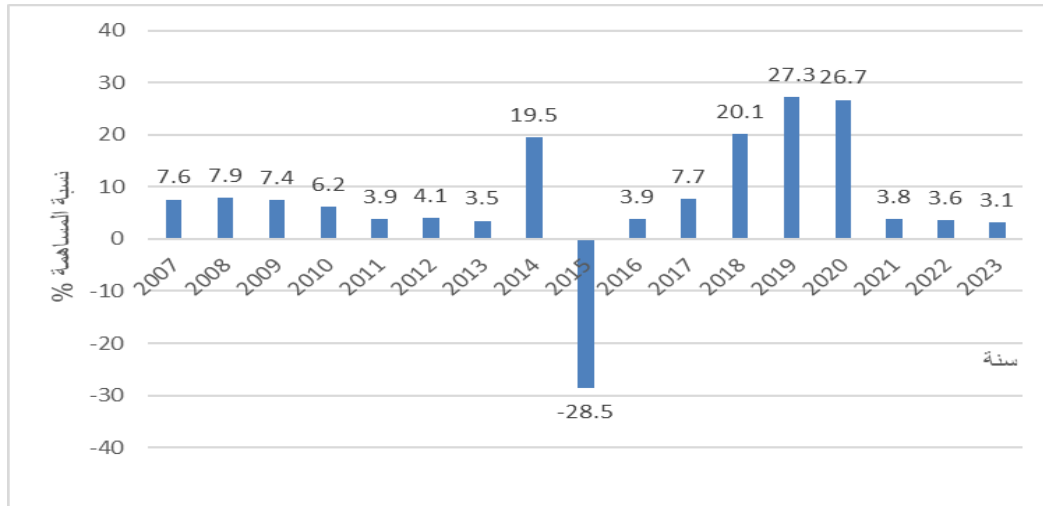
#### (ب) - الأهمية الاقتصادية لقطاع السياحة محلياً:

يحتل قطاع السياحة مكانة مهمة في البنية الاقتصادية لمصر ضمن قطاعات الخدمات الإنتاجية<sup>9</sup>، حيث يزيد من الناتج المحلي الإجمالي، كما يمثل مكوناً رئيسياً من مكونات الصادرات الخدمية التي تؤثر في ميزان المدفوعات، مما يرفع حصة الدولة من إيرادات النقد الأجنبي. ويسهم في خفض حدة البطالة من خلال توفير فرص عمل مباشرة وغير مباشرة. ويتضح ذلك من خلال عدة مؤشرات اقتصادية للنشاط السياحي على المستوى الكلي للاقتصاد المصري، أبرزها:

- نسبة مساهمة القطاع السياحي في الناتج المحلي الإجمالي.
- نسبة مساهمة القطاع السياحي في إجمالي الصادرات.
- نسبة مساهمة القطاع السياحي في الميزان التجاري.
- نسبة مساهمة القطاع السياحي في حصيله النقد الأجنبي.
- نسبة مساهمة القطاع السياحي في التوظيف.

ويمكن توضيح ذلك من خلال الأشكال البيانية التالية:

شكل رقم (1): نسبة مساهمة القطاع السياحي في الناتج المحلي الإجمالي خلال الفترة (2007-2023)



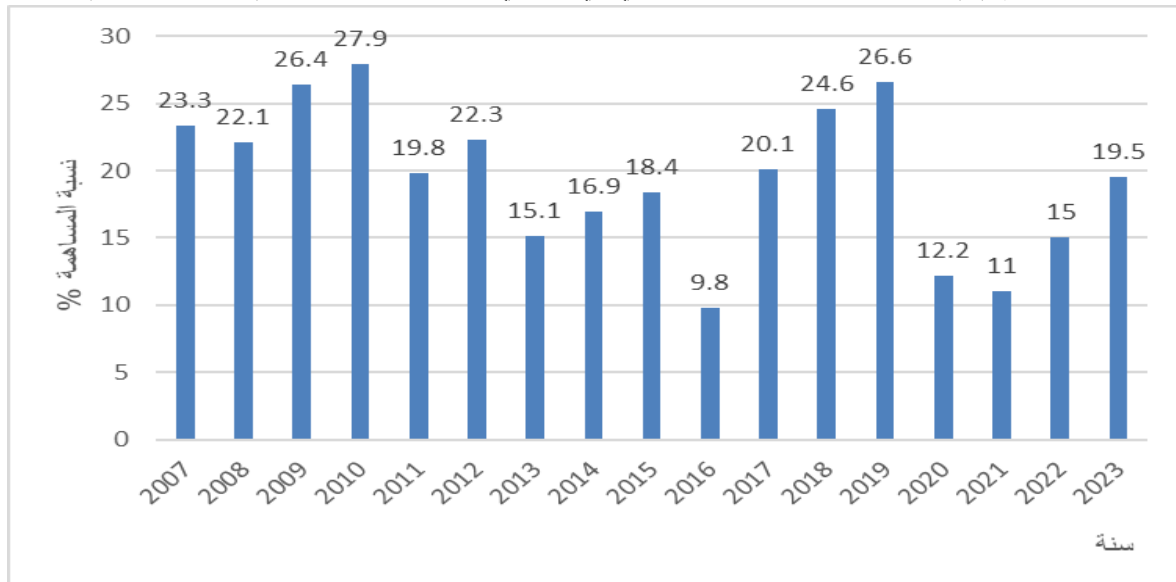
المصدر: من إعداد الباحث استناداً إلى بيانات:

البنك المركزي المصري: التقرير السنوي، أعداد مختلفة؛ الجهاز المركزي للتعبئة العامة والأحصاء: النشرة السنوية، أعداد مختلفة.

<sup>9</sup> تشمل قطاعات الخدمات الإنتاجية كل من: النقل والتخزين، الاتصالات، المعلومات، قناة السويس، تجارة الجملة والتجزئة، الوساطة المالية والتأمين والضمان الاجتماعي، والسياحة.

ويتضح الدور الاقتصادي لقطاع السياحة (الفنادق والمطاعم) كأحد القطاعات الرئيسية المشاركة في الناتج المحلي الإجمالي بمصر خلال الفترة (2007-2023)<sup>10</sup>، حيث تبين أن النسب المئوية السنوية لمساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي الإجمالي بشكل مباشر بمصر، كانت مستقرة نسبياً بين عام 2007 وعام 2010 بنسب تتراوح بين (6.2%-7.9%)، ثم ارتفعت تدريجياً لتبلغ نحو 19.5% عام 2014. ولم تنخفض مساهمته الموجبة عن 3.1% من إجمالي الناتج المحلي عام 2023، باستثناء عام 2015 والذي كانت مساهمته سلبية (-28.5%) متأثراً بحادث الطائرة الروسية والتفجير الانتحاري بالأقصر. كما بلغت نسبة مساهمة قطاع السياحة القصى نحو 27.3% عام 2019، بعد ارتفاعها تدريجياً خلال الفترة (2016-2019) كنتيجة لتنفيذ برنامج إصلاح وتطوير هيكلي شامل لقطاع السياحة ومبادرة البنك المركزي لدعم السياحة المستمرة من عام 2016 حتى عام 2019، مما أدى لنمو قطاع السياحة ومساهمته. وعلى الرغم من تذبذب مساهمة قطاع السياحة المباشرة (ارتفاعاً وانخفاضاً) في الناتج المحلي الإجمالي بمصر، إلا أن مساهمته وأثرها تتسم بأهمية نسبية مقارنة بقطاعات إنتاجية أخرى (مثل قطاع الزراعة وقطاع الصناعة). كما أنه مساهمته غير المباشرة، تزيد عن هذه النسب كثيراً؛ نظراً لتشابهه مع قطاعات اقتصادية أخرى.

شكل رقم (2): نسبة مساهمة القطاع السياحي في إجمالي الصادرات خلال الفترة (2007-2023)



المصدر: من إعداد الباحث استناداً إلى بيانات:

البنك المركزي المصري: التقرير السنوي، أعداد مختلفة؛ الجهاز المركزي للتعبئة العامة والأحصاء: النشرة السنوية، أعداد مختلفة.

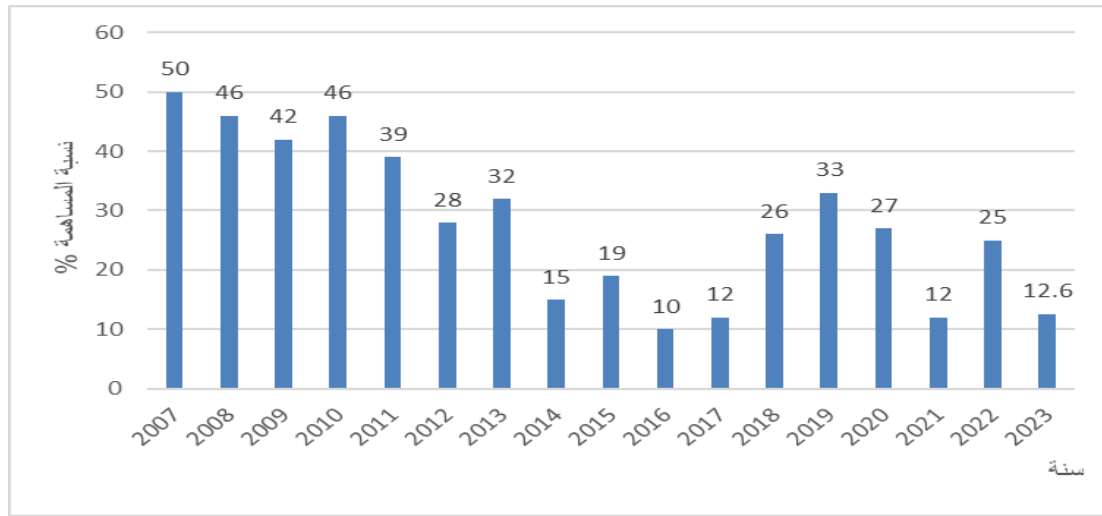
<sup>10</sup> يجب الإشارة إلى أن مساهمة القطاع السياحي في الناتج المحلي الإجمالي تحسب استناداً إلى إيرادات قطاع المطاعم والفنادق فقط، الأمر الذي يعني أن هناك إيرادات لا تدخل في تقدير مساهمة إيرادات النشاط السياحي في الناتج المحلي الإجمالي، ومن أمثلة ذلك الإيرادات المتحققة من السياحة الداخلية ومن ثم، فإن الإنفاق الجاري لقطاع كبير من السكان في مصر في المجال السياحي لا يدخل ضمن إيرادات هذا القطاع.



في حقيقة الأمر، تمثل إيرادات القطاع السياحي أبرز الصادرات الخدمية، التي لها الأثر الفعال في إجمالي الصادرات المصرية. ولقد تراوحت نسبة مساهمة الإيرادات السياحية في إجمالي قيمة الصادرات خلال الفترة (2007-2023) بين 9.8% كأدنى مستوى لها عام 2016 و 27.9% كأعلى مستوى لها عام 2010، حيث:

- تزايدت نسبة مساهمة القطاع السياحي في إجمالي الصادرات المصرية من 22.1% عام 2008 حتى بلغت أقصى نسبه لها 27.9% عام 2010 (عام الذروة).
- تذبذبت النسب انخفاضاً وصعوداً من عام 2011 حتى قاربت لأقصى نسبة لها محققة 26.6% عام 2019.
- عانت نسبة مساهمته من انخفاض ملحوظ خلال الأعوام 2020، 2021، 2022، بنسب بلغت نحو 12.2%، 11%، 15%، ثم عادت للارتفاع مرة أخرى عام 2023 بنسبة بلغت نحو 19.5%.

شكل رقم (3): نسبة مساهمة القطاع السياحي في الميزان التجاري خلال الفترة (2007-2023)



المصدر: من إعداد الباحث استناداً إلى بيانات:

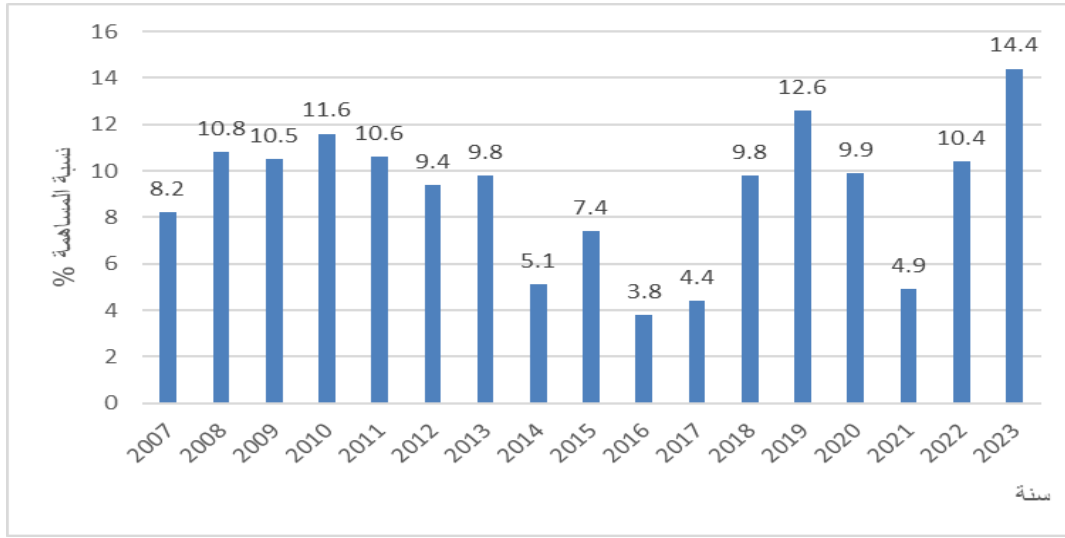
البنك المركزي المصري: التقرير السنوي، أعداد مختلفة؛ الجهاز المركزي للتعبئة العامة والأحساء: النشرة السنوية، أعداد مختلفة.

لا شك في أن النشاط السياحي له أثر إيجابي في الميزان التجاري، ناهيك عن ارتفاع مساهمته في متحصلات ميزان الخدمات بميزان المدفوعات بشكل مطرد<sup>11</sup>. ويتضح ذلك من خلال نسبة مساهمة القطاع السياحي في الميزان التجاري من خلال تتبع مساهمة الإيرادات السياحية في تمويل الواردات خلال الفترة (2007-2023)، حيث:

<sup>11</sup> يعتبر النشاط السياحي أحد مكونات حساب المعاملات الجارية الذي يتكون من رصيد الميزان السلعي، ورصيد ميزان الخدمات، وحساب التحركات الرأسمالية، وحساب المعاملات من جانب واحد في ميزان المدفوعات.

- ساهم قطاع السياحة في الميزان التجاري بنسب تراوحت من 50% عام 2007 كأعلى نسبة لها خلال الفترة المذكورة، ثم اتجهت نحو الانخفاض بشكل متذبذب حتى بلغت أدنى نسبة لها 10% عام 2016.
- عادت مساهمة القطاع السياحي في الميزان التجاري للارتفاع مرة أخرى عام 2017 بنسبة بلغت نحو 12%، ثم بلغت نحو 33% عام 2019 نتيجة تعافى القطاع السياحي المصري.
- اتجهت مساهمته نحو الانخفاض مرة أخرى من 27% عام 2020 نتيجة انتشار الجائحة حتى بلغت 12.6% عام 2023.

شكل رقم (4): نسبة مساهمة القطاع السياحي في حصيللة النقد الأجنبي خلال الفترة (2007-2023)



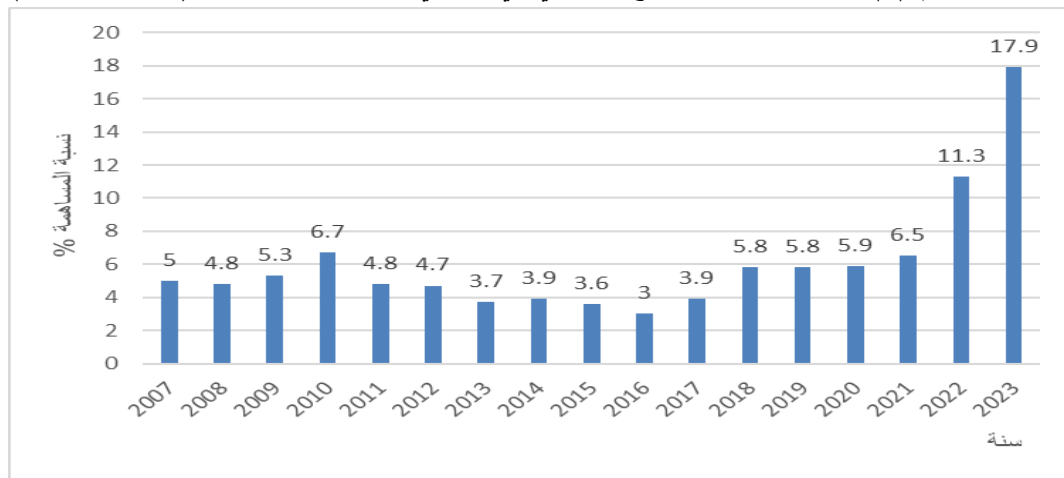
المصدر: من إعداد الباحث استناداً إلى بيانات:

البنك المركزي المصري: التقرير السنوي، أعداد مختلفة؛ الجهاز المركزي للتعبئة العامة والأحساء: النشرة السنوية، أعداد مختلفة.

في أواخر العقد الماضي، احتل قطاع السياحة مكانة متميزة على قائمة أهم مصادر النقد الأجنبي بمصر إلى جانب إيرادات قناة السويس وعائدات الصادرات وتحويلات المصريين العاملين بالخارج وصافي تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر، مما يسهم في زيادة رصيد الاحتياطيات الدولية ويحسن وضع ميزان المدفوعات وتمويل عملية التنمية الاقتصادية في مصر. فقد ساهم بنسبة 11.6% من حصيللة النقد الأجنبي عام 2010، ثم حقق مستويات تاريخية جديدة بنسب بلغت نحو 12.6%، 14.4% من الحصيللة خلال عامي 2019، 2023 على التوالي. وتستهدف مصر رفع معدل نمو إيرادات قطاعها السياحي بنسبة 20% سنوياً لتصل إلى 45 مليار دولار عام 2030.



شكل رقم (5): نسبة مساهمة القطاع السياحي في إجمالي الوظائف خلال الفترة (2007-2023)



المصدر: وزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية، تقرير متابعة الأداء الاقتصادي والاجتماعي، سنوات مختلفة.

يرتبط ويؤثر قطاع السياحة المصري في عدد كبير من الأنشطة الاقتصادية بروابط أمامية وخلفية، حيث ترتبط السياحة بنحو 70 صناعة وخدمة مغذية ومكملة للنشاط السياحي في مصر<sup>12</sup>، كما أن السياحة صناعة كثيفة العمالة. وبالتالي، تستطيع السياحة أن تستوعب العمالة ذات المستويات المختلفة من المهارة بشكل مباشر وغير مباشر (العاملين في: مجال الطيران، شريات السياحة، القرى والمنتجات السياحية، المرشدين السياحيين، محلات بيع الهدايا وغيرها، بالإضافة للعاملين بالقطاعات المرتبطة). وبالتالي، تتضح أهمية قطاع السياحة وقدرته على توفير فرص عمل وخفض نسبة البطالة مقارنة بكافة القطاعات الانتاجية الأخرى بالدولة، حيث ساهم هذا القطاع بنسب متفاوتة في إجمالي الوظائف في مصر خلال الفترة (2007-2023)، كان أقلها بنسبة 3% عام 2016 (نتيجة تأثره بالأحداث السلبية داخليا وخارجياً)، بينما كان أعلاها بنسب بلغت نحو 6.7%، 11.3%، 17.9% خلال أعوام 2010، 2022، 2023، على التوالي (نتيجة نمو هيكل العمل به وبالقطاعات المرتبطة وحالة الاستقرار بصفة عامة).

ومما سبق، يتضح أن السياحة تحظى بأهمية اقتصادية على المستوي العالمي والمحلي والفردى، حيث:

- على مستوي الاقتصاد العالمي: للسياحة تأثير معنوي على معظم الاقتصادات من حيث زيادة معدلات النمو والتنمية الاقتصادية للدول (زيادة كل من: الناتج المحلي الإجمالي، إيرادات التصدير، فرص العمل الجديدة وخفض معدل البطالة)، مما يترتب عليه جني الفوائد الاقتصادية والاجتماعية لكثير من الدول.

<sup>12</sup> لذا، يساعد تطوير صناعة السياحة على تنمية القطاعات الاقتصادية الأخرى المنتجة المرتبطة مثل: الزراعة، الصناعات اليدوية، صناعة الأغذية الزراعية، الصناعات التحويلية، التشييد والبناء.



- علي مستوي الاقتصاد المصري: لا يزال قطاع السياحة مصدراً هاماً للنقد الأجنبي ومساهمياً رئيسياً في الناتج المحلي الإجمالي والميزان التجاري وخلق فرص العمل. كما يرتبط هذا القطاع بعدد من الأنشطة الاقتصادية الأخرى. لذا، يحتل القطاع السياحي مكانة مهمة في هيكل الاقتصاد القومي المصري، حيث يمثل أحد أبرز مصادر النمو والتنمية بمصر عبر تأثيره الإيجابي المباشر وغير المباشر على عديد من المؤشرات الاقتصادية سالفة الذكر. وذلك على الرغم من الانخفاضات الأخيرة التي شهدتها مؤشرات القطاع السياحي المصري كنتيجة لعدد من التحديات المحلية والإقليمية والعالمية، فهي ليست من سمات أداء هذا القطاع بمصر<sup>13</sup>.

- علي مستوي الفرد: أصبحت السياحة مصدراً لشعور الانسان بالسعادة والرفاهية، مما يجعل الانسان قادراً على العطاء بكفاءة مرتفعة وأكثر إنتاجية في فترات لاحقة.

حاصل القول، شهد قطاع السياحة في مصر تحسناً ملحوظاً خلال السنوات الأخيرة، ومن المتوقع أن يشهد هذا القطاع المزيد من النمو وفقاً لتوقعات المجلس العالمي للسياحة والسفر من حيث مساهمته في الناتج المحلي الإجمالي وقدرته على توفير فرص عمل جديدة<sup>14</sup>.

### المحور الثاني: التنافسية الاقتصادية: التنافسية السياحية ومؤشراتها:

في الوقت الحالي، تعتبر ظاهرة التنافسية من أهم الظواهر التي تمثل تحدياً للدول المتقدمة والنامية على حد سواء. ففي أوائل ثمانينات القرن الماضي في عهد الرئيس الأمريكي (ريجان)، بدأ انتشار مصطلح التنافسية Competitiveness، حيث أشار بتكوين لجنة لبحث تنافسية الصناعات الأمريكية وتدهور تنافسيتها أمام الصناعات اليابانية. وفي الوقت الحالي، توسعت الدول في تطبيق هذا المفهوم بمعظم القطاعات الاقتصادية لزيادة كفاءتها، حيث تسعى معظم هذه الدول ومنها الدول النامية لتعزيز قدراتها التنافسية لتحظى بأكبر نصيب ممكن من مكاسب السوق الدولية.

<sup>13</sup> علي الرغم من أهمية القطاع السياحي في الاقتصاد المصري، يرى الباحث أن زيادة أهمية قطاع السياحة في مصر بالتزامن مع تدني أهمية القطاعات الإنتاجية وضعف مستواها مثل الصناعة والزراعة، قد يؤدي إلى زيادة اعتماد الاقتصاد المصري على الأنشطة غير الإنتاجية، مما قد يؤدي بدوره لهشاشة الاقتصاد القومي في مواجهة الأزمات، خاصة إذا كانت هذه الأنشطة شديدة التأثر بالتقلبات الداخلية والخارجية. فقطاع الزراعة يعاني من محدودية الرقعة الزراعية والموارد المائية كما أنه يحتاج لاستثمارات ضخمة لزيادة الانتاج أو الإنتاجية (التوسع الرأسي أو الأفقي). كذلك قطاع الصناعة غير متطور بالدرجة الكافية، حيث يعتمد على العالم الخارجي في كثير مما يحتاجه من موارد والآت وقطع غيار، حيث مازالت قطاعات التجميع تحتل مكانة كبيرة فيه.

<sup>14</sup> يتوقع المجلس العالمي للسياحة والسفر، أن ترتفع المساهمة المباشرة للسياحة في الناتج المحلي الإجمالي بنسبة 4.5% سنوياً في الفترة (2015-2025)، وزيادة مساهمتها الاجمالية في الناتج المحلي الإجمالي إلى 413 مليار جنيه عام 2025. كذلك من المتوقع زيادة مساهمة السياحة بطريقة مباشرة في توفير فرص العمل بنسبة 2% سنوياً، ما يعادل 1708000 وظيفة في عام 2025، وزيادة مساهمتها الاجمالية في توفير فرص العمل بنسبة 2.1% سنوياً، ما يعادل 3790000 وظيفة في عام 2025 (The World Travel and Tourism Council (WTTC), 2015).



أولاً: التنافسية الاقتصادية (أهميتها، جذورها، ماهيتها، أنواعها):

(أ) أهمية القدرة التنافسية:

من جانب، تعد القدرة التنافسية مؤشر إيجابي على تفوق المؤسسة على منافسيها بقطاع اقتصادي ما، نتيجة توفير بيئة تنافسية تتسم بكفاءة تخصيص الموارد وتحفيز الابتكار وتلبية رغبات المستهلكين بتقديم خدمة جيدة بسعر منخفض (تنافسي). ويساعد ذلك المؤسسة في الحصول على حصة سوقية أكبر داخلياً أو خارجياً، ومن ثم تحقيق زيادة مبيعاتها وأرباحها، مما يسمح لها بتحقيق معدلات أداء عالية ويجعلها أقل عرضة لهجمات المنافسين. لذلك، ترجع أهمية القدرة التنافسية لقدرتها على القضاء على إحدى أهم العقبات التي تعوق تحسين الكفاءة والإنتاجية، ألا وهي عقبة ضيق السوق المحلي، التي تمنع من الاستفادة من وفورات الحجم الكبير. ومن جانب آخر، يعاني الاقتصاد العالمي من منافسة شرسة على مستوى السوق الدولية لمواكبة ظاهرة العولمة (سياسات الانفتاح وتحرير الأسواق والاندماج في الاقتصاد العالمي)، بغرض الحصول على المنافع الاقتصادية وتحقيق التنمية الاقتصادية. وفي هذا السياق، تسعى غالبية الدول وعلى رأسها الدول النامية لتبني سياسات إصلاحية لإعادة تأهيل وهيكلية اقتصاداتها بهدف اكتساب مزايا اقتصادية – أي اختلافات اجتماعية وثقافية واقتصادية ومؤسسية وقانونية – لدعم قدرتها التنافسية أمام الدول المتنافسة في اقتصاد عالمي مفتوح أمام التجارة وتدفقات رؤوس الأموال. فهناك علاقة طردية بين التنافسية ورفاهية الأفراد، حيث تؤدي زيادة التنافسية في الأسواق الدولية لزيادة معدلات التنمية الاقتصادية من خلال زيادة معدلات النمو الاقتصادي وتحسين عملية توزيع الدخل (Croitoru, 2011).

لذلك، ترجع أهمية القدرة التنافسية لقدرتها على القضاء على الفقر. وبناءً عليه، فإن توفير البيئة التنافسية تعتبر وسيلة فعالة لضمان الاندماج في السوق العالمية، تحقيق الكفاءة الاقتصادية وتعزيز النمو الاقتصادي عبر تحسين الإنتاجية والارتقاء بمستوى نوعية الإنتاج ورفع مستوى الأداء، ومن ثم تعزيز التنمية الاقتصادية (الزيني، 2018).

(ب) جذور القدرة التنافسية وفقاً للأدبيات الاقتصادية:

لقد تطور مفهوم القدرة التنافسية بشكل رئيسي في النظريات المخصصة للتجارة الدولية، حيث أولت نظريات الفكر الاقتصادي اهتماماً خاصاً بهذا المفهوم. ففي سياق تحديد العناصر التي تؤدي لتوليد الميزة أو المنفعة الاقتصادية في علاقات التجارة الدولية، يمكن استعراض أهم نظريات التجارة الدولية في طريقها نحو مفهوم التنافسية بشكل موجز كما يلي:

وفقاً لنظرية المزايا المطلقة، أظهر (آدم سميث) عام 1776، أن التخصص وتقسيم العمل مقاساً بتكاليف الإنتاج يخلق ميزة اقتصادية مطلقة Absolute Advantage، هو الذي يمثل المولد الأساسي للميزة الاقتصادية في العلاقات الدولية. لذلك قدم (آدم سميث) تفسيراً لقيام التجارة الدولية على أساس اختلاف المزايا المطلقة اعتماداً على قانون النفقات أو التكاليف المطلقة، حيث كل دولة تتخصص في تلك السلعة التي تتمتع فيها بميزة مطلقة، ومن ثم تقوم بتصديرها وتستورد السلعة الأخرى. ولكن لا يغطي هذا التفسير إلا بعض الحالات (التجارة بين الدول المتقدمة والدول النامية) ويعجز عن تفسير البعض الآخر (التجارة بين الدول المتقدمة). (Elmslie, 2018).

وفي هذا السياق، طور (ديفيد ريكاردو) نظرية المزايا المطلقة، ثم صاغ نظرية المزايا النسبية عام 1817 - اعتماداً على قانون النفقات النسبية - التي توضح الأساس والمكاسب التي تقوم عليها التجارة الدولية. وقد بين (ديفيد ريكاردو) أن الدولة تكتسب ميزة اقتصادية نسبية comparative advantage من خلال تكاليف إنتاج نسبية أقل من تكاليف منافسيها. ويتم التبادل التجاري بين دولتين عندما تتخصص دولة في إنتاج السلع التي تنتجها بنفقات نسبية أقل من الدول الأخرى وتقوم بتصديرها لكي تستورد السلع التي تتمتع دول أخرى في الخارج بإنتاجها بنفقات نسبية أقل. وتتلخص أبرز العوامل التي تحدد اكتساب المزايا الاقتصادية النسبية بشكل أساسي في الآتي:

- مدخلات الموارد المادية والبشرية
- الجمع الفعال بينهما من خلال التكنولوجيا
- السياسة الاقتصادية والإطار القانوني
- ظروف السوق الحالية

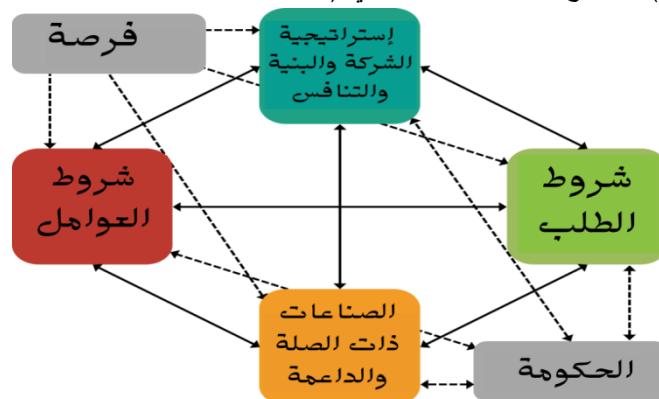
وفي إطار نظرية المزايا النسبية، تم تطوير عدة مؤشرات لدراسة التخصص الدولي (التجارة الدولية)، أهمها مؤشر المزايا النسبية الظاهرة (RCA) Revealed comparative advantages<sup>15</sup>، الذي يعتمد في حسابه على شدة توافر الموارد الطبيعية وعوامل الإنتاج (مزايا موروثية). ومع ذلك، فشلت أيضاً نظرية المزايا النسبية في تقديم تفسير لنجاح بعض الدول التي ليس لديها مزايا موروثية، كذلك فشلت في تفسير حالة فشل بعض الدول ممن لديها مزايا موروثية في تحقيق نمو كبير رغم الاستثمارات الكبيرة في رأس المال والبنية التحتية (Ruffin, 2002).

<sup>15</sup> الميزة النسبية الظاهرة (RCA): تعني مدى توفر مزايا بالدولة تساعد على إنتاج السلعة، كالظروف الطبيعية، والمناخية، والموارد الأولية والقوي العاملة، أي يعكس الكفاءة الاقتصادية للموارد الحقيقية، إلا أن هذه المزايا قد لا تساعد على المنافسة في الأسواق الخارجية، وقد يرجع ذلك إنخفاض الجودة أو ارتفاع التكلفة أو لعدم مطابقة المنتج للمواصفات القياسية التي تتطلبها الأسواق الخارجية.



وبالتالي، في إطار التأكيد على أهمية دور التجارة الدولية في استدامة النمو، بدأ البحث عن استحداث مزايا اقتصادية جديدة، تكون غير مرتبطة بشدة بتوافر الموارد الطبيعية وعوامل الانتاج (مزايا غير موروثية). لذا في ظل ظروف السوق الجديدة المرتبطة بالعلامة، تم تبني مفهوم التنافسية الذي يعتمد على عدة عوامل إضافية لتحقيق مزايا اقتصادية جديدة مكتسبة (مطورة أو مخترعة) للحفاظ على حصص عالية بالأسواق الدولية (التنافسية الدولية). ومن هذا المنظور، اقترح (مايكل بورتر) عام 1990 إطار الميزة التنافسية الذي يسمى بالإطار الماسي (The diamond framework) أو نظرية الميزة التنافسية الوطنية للصناعات كما هو موضح بالشكل التالي<sup>16</sup>، وهو إطار عمل بسيط لتقييم وضع أي مؤسسة أو دولة والقوى التنافسية الخاصة بها، مما يساعد على تحديد مصادر الميزة التنافسية بها والتي من خلالها تتمكن من تمييز منتجاتها عن منتجات المنافسين، ووضع خطة استراتيجية لتحقيق أهدافها، والنجاح في الأسواق الدولية، وتحقيق نمو طويل الأجل (Porter, 1990).

شكل رقم (6): نموذج مايكل بورتر الماسي (نظرية الميزة التنافسية الوطنية للصناعات)



Source: Porter, M. E. (March–April 1990). The Competitive Advantage of Nations. Harvard Business Review, 68 (2), pp. 73–93.

وفي هذا السياق، ركزت نظريات التجارة الدولية على العوامل الإضافية القادرة على توفير مزايا اقتصادية جديدة تتوافق مع ظروف السوق، حيث تحولت الميزة الاقتصادية المطلقة أو النسبية إلى ميزة تنافسية ناتجة عن الجمع بين سلسلة من العوامل الفعالة. ومن أبرز هذه العوامل يمكن ذكر ما يلي (Croitoru, 2011):

- رأس المال البشري.
- التقدم التكنولوجي.
- استقرار الاقتصاد الكلي.
- حوكمة الشركات.
- التشريع.
- أداء المؤسسات بشكل شفاف وفعال.
- قلة الفساد.
- التوجه نحو السوق.
- تحديد الشركات.
- ظروف الطلب.
- حجم السوق.

<sup>16</sup> يشير بورتر إلى أن قدرة أي مؤسسة على المنافسة في الأسواق الدولية تعتمد بشكل أساسي على مجموعة مترابطة من المحددات، وهي: إستراتيجية الشركة والبنية والتنافس (مزايا الموقع التي تمتلكها بعض الصناعات في دول مختلفة)، شروط العوامل (ظروف العمل)، شروط الطلب، الصناعات ذات الصلة والداعمة، دور الحكومة والفرصة (البنية الوطنية التي تولد فيها الشركات ويتعلمون كيفية المنافسة).

ومن أبرز استراتيجيات تحقيق الميزة التنافسية (Kirsty, 1993):

- استراتيجية تقليل التكلفة (Low-cost): تتم عبر تخفيض تكلفة الإنتاج والتشغيل والتوزيع، مما ينتج عنه بإنتاج وبيع المنتجات بتكلفة أقل (زيادة الهامش الربحي) مقارنة بالمنافسين، مما ينتج عنه قدرة أكبر على المنافسة.
- استراتيجية التميز (Differentiation): تتم عبر تركيز المؤسسة على تميّز المنتج بمزايا إضافية استناداً إلى أي قدرة تنظيمية مميزة تنافسية، رغم تقارب أو تساوي التكلفة مع المنافسين. هذا التميّز يساعدها على بيع المنتج بسعر أعلى مقارنة بالمنافسين (زيادة الهامش الربحي).

(ج) ماهية القدرة التنافسية:

لا يوجد اتفاق ثابت حول مفهوم التنافسية، حيث تتصف التنافسية بالديناميكية، فيتغير تعريفها باستمرار وفقاً لطبيعتها المتغيرة ووفقاً للكيان الذي تصفه، سواء على مستوى القطاعات أو الدول (الاقتصاد الكلي) أو المؤسسات أو الأفراد (الاقتصاد الجزئي). لذلك، تتنوع التعريفات المقدمة لهذا المصطلح على مستوى المؤسسة، القطاع الاقتصادي، الاقتصاد الكلي، حيث:

على مستوى المؤسسة: ينظر إلى القدرة التنافسية على أنها ظاهرة على مستوى المؤسسة، حيث المؤسسة تصبح قادرة على علي تحقيق ربح مستمر في الأسواق الدولية دون الاعتماد على الدعم الحكومي. ويتم ذلك، عندما تتمكن المؤسسة من خلق قيمة لعملائها نتيجة توفيرها منتج بسعر منخفض مقارنة بمنافسيها مع تحقيقها لنفس المنفعة أو منتج متميز بسعر مرتفع مقارنة بمنافسيها ولكنه يستحق (Porter, 1990).

على مستوى قطاع اقتصادي: تشير القدرة التنافسية إلى قدرة المؤسسات المنتمية لهذا القطاع في دولة ما على تحقيق ربح مستمر في الأسواق الدولية دون الاعتماد على الدعم الحكومي، أي أن تحقيق القدرة التنافسية في قطاع اقتصادي ما، لا يكون بسياسة الحماية وإنما بالمنافسة في السوق العالمي والابتكار (شمت، 2006).

لذا، القطاع التنافسي هو القطاع الذي تكون مؤسساته قادرة على مواجهة المنافسة خاصة الخارجية من خلال ارتفاع نصيبه من إجمالي الصادرات العالمية وتحقيق الأرباح وذلك عندما تكون إنتاجية عناصره أكبر من إنتاجية منافسيه (المعهد العربي للتخطيط، 2002).

لذلك، يمكن معرفة وتحليل القدرة التنافسية للقطاع بمقارنته بالقطاعات المنافسة بالدول الأخرى، حيث يمكن أن تقاس بمدى نمو الحصة السوقية له وتحقيق عائد أعلى مقارنة بباقي القطاعات



المنافسة. كما تقاس القدرة التنافسية للقطاع من حيث تفوقه على المنافسين في عديد من النواحي مثل الجودة الأفضل والمواصفات القياسية الأرقى، قدرة المنتجات على إشباع احتياجات السوق، التكنولوجيا المستخدمة وخدمات ما بعد البيع، الربحية الكلية للقطاع، الميزان التجاري للقطاع، محصلة الاستثمار الأجنبي المباشر (سليمان، 2010).

على مستوى الاقتصاد الكلي: وفقاً لتعريف المنتدى الاقتصادي العالمي، القدرة التنافسية هي مجموعة من المؤسسات والسياسات والعوامل التي تؤثر على مستوى الانتاجية في الاقتصاد، بما يرفع من معدلات عوائد الاستثمار في الاقتصاد، لتحقيق نمو مستدام وعالي على المدى الطويل. إذن، تشير القدرة التنافسية بشكل أساسي إلى القدرة الإنتاجية على المستوى الوطني لاقتصاد دولة ما، والتي تعد المحرك الرئيسي للقدرة التنافسية والنمو على المدى الطويل، ومن ثم تكون قادرة على رفع مستوى معيشة أفرادها (world economic forum "WEF", 2007).

لذلك، تتحقق القدرة التنافسية لدولة ما عند اكتساب هذه الدولة لميزة أو أكثر بمجال محدد أمام الدول المتنافسة في الاقتصاد العالمي، مما يمكنها من زيادة صادراتها في ظل التحديات التي تفرضها السوق العالمية. لذلك ترتبط هذه القدرة بتعزيز مختلف الاستراتيجيات المختلفة المتعلقة بالتكاليف والأسعار والإنتاج والتصدير لمختلف المنتجات (السلع والخدمات)، حيث تعد القدرة التنافسية للمنتجات السلعية والخدمية محصلة لعدة عوامل متداخلة ومتباينة في أنماطها وتأثيراتها (مصطفى، 2007).

وينضح من التعريفات السابقة، أن القدرة التنافسية تعبر عن قدرة مؤسسة ما على تقديم منتج (سلعة أو خدمة) بسعر أقل أو بجودة أعلى، مما يجعلها تحتل مكانة أفضل بالقطاع الذي تعمل به مقارنة بمنافسيها وتمتد هذه القدرة من المؤسسة إلى القطاع ومن ثم للاقتصاد ككل عند مقارنتها بمثيلاتها في الاقتصاد العالمي.

ويري الباحث، أن العلاقة بين التنافسية على مختلف المستويات (المؤسسة، القطاع الاقتصادي، الاقتصاد الكلي) هي علاقة تكاملية، حيث أن أحدها يؤدي إلى الآخر، فلا يمكن الوصول إلى تنافسية القطاع الاقتصادي في ظل غياب مؤسسات ذات قدرة تنافسية، كذلك لا يمكن الوصول إلى اقتصاد تنافسي على الصعيد الدولي في ظل غياب قطاعات ذات قدرة تنافسية. وبالتالي، عندما تمتلك دولة ما أنشطة اقتصادية مختلفة ذات ميزة تؤهلها للمنافسة على الصعيد الدولي، فإن هذه الدولة تستطيع تحقيق معدل مرتفع ومستمر لدخل الفرد، ومن ثم زيادة رفاهيته.

#### (د) أنواع القدرة التنافسية:

هناك عدة أنواع من القدرة التنافسية (السعرية وغير السعرية والمستدامة) التي يمكن تحقيقها للتمييز عن المنافسين، أهمها (الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، 2018):

- التنافسية السعرية: هي القدرة على توفير منتجات (سلعة أو خدمة) بتكلفة أقل مما توفره المؤسسات الأخرى المنافسة مع الحفاظ على معايير جودة مقبولة. ويمكن تحقيق ميزة التكلفة من خلال التحسين المستمر للكفاءة، تحقيق وفورات الحجم، وجود استراتيجية مبيعات ناجحة. إذن يمكن تحقيقها من خلال الإنتاج بتكلفة أقل من المنافسين.
- التنافسية غير السعرية: تعني القدرة على توفير منتجات (سلعة أو خدمة) ذات جودة عالية، بما يحقق رضي عملائها حتى وإن كان السعر مرتفع نسبياً مقارنة بأسعار المنافسين لأن الجودة تميز المنتج عن المنافسة. إذن يمكن تحقيقها من خلال تقديم منتجات ذات جودة عالية ومميزة مقارنة بالمنافسين.
- التنافسية المستدامة: تشير إلى القدرة على الحفاظ على ريادة السوق وتحقيق التفوق على المنافسين باستمرار في الأجل الطويل، حيث يمكن تحقيق هذه القدرة عبر مواكبة التغييرات في السوق أو الصناعة بالتركيز على عوامل مثل رأس المال البشري والإبداع والتطور التكنولوجي. إذن يمكن تحقيقها من خلال استمرارية التفوق على المنافسين في الأجل الطويل.

#### ثانياً: تنافسية قطاع السياحة (ماهيتها، مؤشراتها):

##### (أ) ماهية تنافسية القطاع السياحي:

وفقاً للمنتدى الاقتصادي العالمي بدافوس (WEF)، يمكن تعريف تنافسية قطاع السياحة على إنها قدرة المؤسسات المنتمية لقطاع السياحة في دولة ما على تحقيق نجاح مستدام في الاسواق الدولية دون الاعتماد على دعم الحكومة وحمايتها، مما يؤدي لتمييز تلك الدول في ذلك القطاع. كما أنه هو القطاع الذي تكون مؤسساته قادرة على التصدي للمنافسة سواء المحلية أو الخارجية، بالحفاظ على حصته السوقية، والعمل على تنميتها باستمرار وتحقيق الأرباح مقارنة بمنافسيها في الأسواق العالمية (World Economic Forum (WEF), 2017).

ووفقاً لمنظمة السياحة العالمية (WTO)، يمكن تعريف تنافسية المقصد السياحي على أنها قدرة المقصد السياحي على استخدام موارده الطبيعية والثقافية والبشرية والمالية بكفاءة، لتطوير وتقديم منتج سياحي وخدمات سياحية عالية الجودة ومبتكرة وجذابة، بالإضافة إلى زيادة القيمة



المضافة لقطاع السياحة وتحسين وتنوع منتجات السوق السياحي لجذب السائحين من الداخل والخارج وزيادة المنفعة والعائد المتوقع بالنسبة للسائحين الدوليين والمجتمع المحلي بمنظور مستدام (World Tourism Organization (WTO), 2016).

ووفقاً لمنهجية المعهد الدولي للتنمية والإدارة (IMD)، تتحقق تنافسية القطاع السياحي من خلال تعظيم القيمة المضافة ومستوي الإنتاجية بهذا القطاع من خلال:

- تحويل الميزة النسبية إلى ميزة تنافسية.
- جذب الاستثمارات لقطاع السياحة.
- كفاءة عمليات وصول وعودة السياح.
- اختراق وتسويق الدولة سياحياً في عدد كبير من دول العالم.
- تقديم خدمات سياحية عالية الجودة تتماشى مع متطلبات العولمة.

( International Institute For Management Development (IMD), 2007)

وفي هذا السياق، تشير المفاهيم السابق ذكرها إلى أنه لا يختلف مفهوم تنافسية القطاع السياحي عن مفهوم تنافسية المؤسسة والقطاع والاقتصاد ككل، حيث تطور مفهوم الوجهة السياحية من مجرد مكان محدد يتمتع بالموارد السياحية إلى مجموعة من العوامل التي تضيف إلى تنافسية المنتج السياحي. ويعتبر مفهوم القدرة التنافسية امتداد لمفهوم الميزة النسبية، حيث تعد الميزة النسبية شرطاً ضرورياً ولكن ليس كافياً لتحقيق القدرة التنافسية. فمن ناحية، تتعلق الميزة النسبية بأشياء مثل المناخ والمناظر الطبيعية الجميلة والشواطئ الجذابة والحياة البرية وما إلى ذلك، وهي بذلك تمثل عوامل الجذب الطبيعية والثقافية والاجتماعية (العرض السياحي الأولي). ومن ناحية أخرى، تتعلق الميزة التنافسية بالبنية التحتية والفوقية السياحية، وجودة الإدارة، ومهارات القوى العاملة، والسياسة الحكومية وما إلى ذلك (العرض السياحي الثانوي)، وهي التي تمثل العوامل التنافسية التي يمكن إنتاجها وتحسينها من قبل المؤسسات السياحية أو السياسة الحكومية.

لذا، تشكل الموارد المتاحة لدولة ما (الوجهة السياحية) المزايا النسبية، بينما تمثل قدرة هذه الدولة على استخدام هذه الموارد بفعالية على المدى الطويل المزايا التنافسية. ويمكن أن يتم إهدار العرض السياحي الأولي (الميزة النسبية) في دولة ما، بسبب العرض السياحي الثانوي غير التنافسي للسياحة (الميزة التنافسية). وبالتالي، يعد تعزيز القدرة التنافسية لقطاع السياحة أمراً ضرورياً لنجاح تطوير السياحة واستدامتها، حيث ستحقق هذه القدرة عديد من الفوائد لهذا القطاع في ظل سياسات الانفتاح وتحرير الأسواق (Omerzel, 2006).



إذن، تشير تنافسية القطاع السياحي بدولة ما، إلى قدرة المؤسسات المنتمية لقطاع السياحة على تحقيق نجاح مستمر في الأسواق الدولية بدون الاعتماد على الدعم والحماية الحكومية، مما يؤدي لتميز القطاع السياحي بهذه الدولة. بمعنى آخر، تنافسية القطاع السياحي بدولة ما تعني مقدار ما تقدمه هذه الدولة من مزايا تجعلها متقدمة على غيرها داخل السوق السياحي محلياً ودولياً، حيث أن وجود قدر معين من التفاوت إيجاباً أو سلباً يحدد مدى المسافة التي تقطعها هذه الدولة داخل سوق التنافس السياحي تقدماً أو تأخراً. ويرى الباحث أنه في هذا السياق، تطورت السياحة من السياحة التقليدية (مفهوم الميزة النسبية) التي تعتمد على الموارد الطبيعية والبشرية إلى السياحة الحديثة (مفهوم الميزة التنافسية) التي تعتمد على الموارد المساعدة وكفاءة عناصر الانتاج والابتكار بالمنتج السياحي لتلبية رغبات جميع السائحين.

#### (ب) قياس تنافسية القطاع السياحي وفق منهجية المنتدى الاقتصادي العالمي:

في ظل التنافسية العالمية الشديدة للحصول على حصص في الأسواق السياحية الإقليمية والدولية، هناك عدة منظمات دولية أصدرت عديد من المؤشرات لقياس تنافسية القطاعات السياحية للدول حول العالم، بهدف تحديد نقاط القوة لتعزيزها ورصد نقاط الضعف لتصحيحها، مما يساعد على تحديد الدول التي تمثل مكاناً صالحاً للاستثمار في قطاع السفر والسياحة. ولقد أصدر المنتدى الاقتصادي العالمي بدافوس (World Economic Forum (WEF) مؤشراً لقياس تنافسية القطاع السياحي حول العالم<sup>17</sup>.

ويركز هذا المؤشر على ترتيب وتصنيف الدول تبعاً لتطور تنافسية قطاع السياحة بها. كما يهدف هذا المؤشر إلى توفير أداة واضحة وشاملة تسمح بقياس وتقييم وتتبع القدرة التنافسية والعوامل والسياسات المحددة لها بقطاع السياحة والسفر في مختلف الدول. كما يهدف المؤشر لخلق منافسة صحية في قطاع السياحة في مختلف الاقتصادات من خلال تصنيفها على أساس الأداء والجودة الشاملة والإمكانات المستقبلية والاستدامة طويلة المدى لقطاع السياحة في كل دولة. وفي إطار هذا المؤشر، يتم تصنيف الدول المشاركة في التقييم من حيث تنافسيتها في قطاع السياحة والسفر. ولقد مر هذا المؤشر في تطوره بمرحلتين حتى وقتنا الحالي، هما:

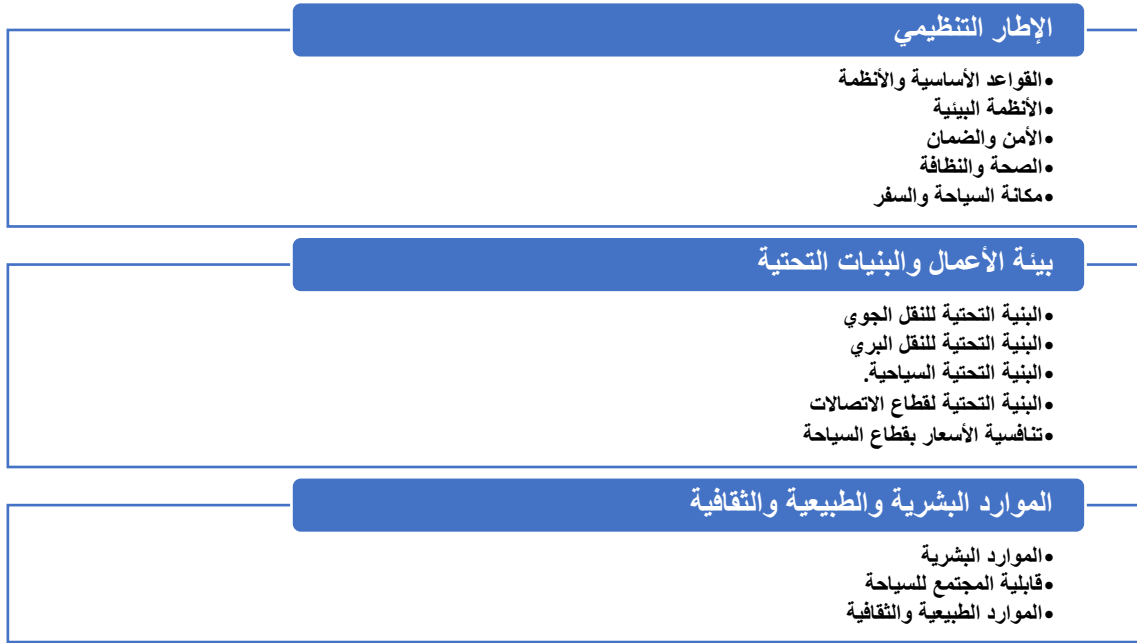
<sup>17</sup> يعد المنتدى الاقتصادي العالمي منظمة دولية مستقلة تسعى لتعزيز الواقع العالمي عبر تمكين تفاعل قطاعات الأعمال، والسياسية، والقطاع الأكاديمي، والمفكرين وصناع القرار لتشكيل أجندات عالمية وأجندات للقطاعات الصناعية. وتأسس المنتدى كمنظمة غير ربحية في عام 1971، ويقع مقره في مدينة جنيف السويسرية. ويقدم هذا المنتدى مجموعة من التقارير المتخصصة في قياس تنافسية اقتصاديات الدول بصفة عامة والتنافسية السياحية بصفة خاصة. ويصدر التقرير العالمي للتنافسية (مؤشر التنافسية العالمي)، حيث يضم هذا التقرير تقييم مفصل ومقارن للتنافسية دول العالم المختلفة بوجه عام في نواحي متنوعة. كما يصدر تقرير عن التنافسية السياحية - كل عامين - يبين فيه درجة الدول عالمياً ويحلل نقاط الضعف والقوة لقياس تنافسية قطاع السياحة حول العالم وهو (مؤشر تنافسية السياحة والسفر).



### المرحلة الأولى: منهجية مؤشر تنافسية السياحة والسفر خلال الفترة (2007 – 2021):

يتم قياس تنافسية قطاع السياحة في الدول المختلفة حول العالم من خلال مؤشر تنافسية السياحة والسفر (The Travel and Tourism Competitiveness Index (TTCI))، الذي يهدف إلى قياس العوامل والسياسات التي تجعل قطاع السياحة والسفر متطور وجذاب في هذه الدول. ويتكون هذا المؤشر من (3) مؤشرات رئيسية، كل منها يتكون بدوره من عدة مؤشرات فرعية (وهي تمثل عدداً من أهم محددات العرض السياحي)، تشكل في مجملها (13) مؤشر فرعي<sup>18</sup>. تمثل هذه المؤشرات في مجموعها ركائز القدرة التنافسية لقطاع السياحة والسفر. وتضم هذه المؤشرات معظم النواحي المؤثرة في القطاع السياحي بشكل مباشر وغير مباشرة والتي تشكل في مجملها هيكل مؤشر السياحة والسفر الذي يوضحه الشكل التالي:

شكل رقم (7): هيكل مؤشر تنافسية السياحة والسفر خلال الفترة (2007 – 2013)



إعداد الباحث استناداً إلى المصدر التالي:

World economic forum (WEF). (2007). the travel and tourism competitiveness report; Furthering the Process of Economic Development, Geneva: (WEF).

ويتضح من الشكل السابق، أنه وفقاً لمؤشر تنافسية السياحة والسفر (TTCI)، يتم تصنيف الدول بناءً على أهمية البيئة التنظيمية الداعمة للسياحة، المقرونة بوسائل نقل وبنية تحتية ذات مواصفات عالمية، مع التركيز على تعزيز الموارد البشرية والطبيعية، التي تهدف جميعها لدعم وتطوير قطاع السياحة والسفر.

<sup>18</sup> لقد صدر أول تقرير من المنتدى الاقتصادي العالمي لقياس تنافسية قطاع السياحة والسفر حول العالم للدول المشاركة عام 2007. ومنذ ذلك الوقت، تم تغيير بعض المسميات للمؤشرات التي كانت تستخدم في الأعوام الماضية، تطوير عديد من المؤشرات الأخرى التي يمكن من خلالها قياس التنافسية.

وبعد عام 2013، شهد مؤشر (TTCI) تغيرات وتعديلات عديدة في التقارير التالية، تمثلت في إعادة تنظيم المؤشرات السابقة في (4) مؤشرات رئيسية بدلاً من (3)، تشكل في مجملها (14) مؤشر فرعي بدلاً من (13) مؤشر. تشكل في مجملها هيكل مؤشر السياحة والسفر الذي يوضحه الشكل التالي:

شكل رقم (8): هيكل مؤشر تنافسية السياحة والسفر خلال الفترة (2015-2021)



إعداد الباحث استناداً إلى المصدر التالي:

World Economic Forum (WEF). (2015). the travel and tourism competitiveness report; Growing through Shocks, Geneva: (WEF).

وينضح من الشكل السابق، أنه وفقاً لمؤشر تنافسية السياحة والسفر (TTCI)، يتم تصنيف الدول بناءً على أهمية البيئة التمكينية الداعمة للسياحة، المقرونة بتطبيق سياسات السياحة والسفر، مدعومة بوسائل نقل وبنية تحتية ذات مواصفات عالمية، مع التركيز على تعزيز الموارد الثقافية والطبيعية، التي تهدف جميعها لدعم وتطوير قطاع السياحة والسفر.

**المرحلة الثانية: منهجية مؤشر تنافسية السياحة والسفر خلال الفترة (2022-2024):**

وبعد عام 2021، تم تغيير مسمى المؤشر من مؤشر تنافسية السياحة والسفر Travel and Tourism Competitiveness Index (TTCI) إلى مؤشر تنمية السياحة والسفر Travel and Tourism Development Index (TTDI). وقد شهد مؤشر (TTDI) إعادة تنظيم المؤشرات السابقة في (5) مؤشرات رئيسية بدلاً من (4)<sup>19</sup>، تشكل في مجملها (17) مؤشر فرعي بدلاً من (14) مؤشر. تشكل في مجملها هيكل مؤشر السياحة والسفر الذي يوضحه الشكل التالي:

<sup>19</sup> المؤشرات الرئيسية لمؤشر (TTDI):  
 - البيئة التمكينية: تشير للظروف العامة اللازمة للعمل والاستثمار في دولة ما.  
 - سياحة السياحة والسفر: تشير لجوانب إستراتيجية تؤثر على قطاع السياحة بشكل مباشر.  
 - البنية التحتية والخدمات: يشير لمدى توفر البنية التحتية المادية والخدمات السياحية وجودتها.  
 - موارد السفر والسياحة: يشير لأسباب السفر الرئيسية إلى الوجهة.  
 - استدامة السفر والسياحة: يشير لتحديات ومخاطر الاستدامة الحالية أو المحتملة التي تواجه قطاع السياحة.



شكل رقم (9): هيكل مؤشرات تنافسية السياحة والسفر خلال الفترة (2022-2024)



إعداد الباحث استناداً إلى المصدر التالي:

World Economic Forum (WEF). (2021). the travel and tourism competitiveness Index; Rebuilding for a Sustainable and Resilient Future, Geneva: (WEF).

ويتضح من الشكل السابق، أنه وفقاً لمؤشر تنمية السياحة والسفر (TTDI)، يتم تصنيف الدول بناءً على أهمية البيئة التمكينية الداعمة للسياحة، المقرونة بتطبيق سياسات السياحة والسفر، مدعومة بوسائل نقل وبنية تحتية ذات مواصفات عالمية، مع التركيز على تعزيز الموارد الثقافية والطبيعية، الاهتمام بتفعيل جانب الاستدامة لقطاع السياحة. ويهدف هذا المؤشر لقياس مجموعة العوامل والسياسات التي تتيح التنمية المستدامة والمرنة لقطاع السياحة والسفر. كما يوفر مؤشر (TTDI) نظرة عامة استراتيجية وشاملة لاقتصاد السياحة، بما في ذلك العوامل التمكينية الداخلية والخارجية لتطويره. علاوة على ذلك، يمكن صناع القرار من صياغة السياسات المناسبة على المستويات المحلية والوطنية والإقليمية والعالمية.

(<https://www.weforum.org/publications/travel-tourism-development-index>, 2024)

## المحور الثالث: القطاع السياحي المصري: واقعه وتنافسيته:

### أولاً: واقع القطاع السياحي المصري: الأداء والأنواع:

لقد بدأت السياحة في مصر في القرن التاسع عشر الميلادي، وتضمنت السياحة الداخلية والخارجية معاً. ومنذ بداية الثمانينات (الخطة الخمسية الأولى)، اتبعت مصر عديد من الاجراءات التي تستهدف تطوير قطاع السياحة والنهوض به<sup>20</sup>. فشجعت القطاع الخاص على الاستثمار في مجالات السياحة المختلفة وابرام اتفاقيات مع كثير من الدول الأجنبية والاستعانة بالخبرات الدولية لجذب شريحة أكبر من السياحة الدولية (هويدي، 2000).

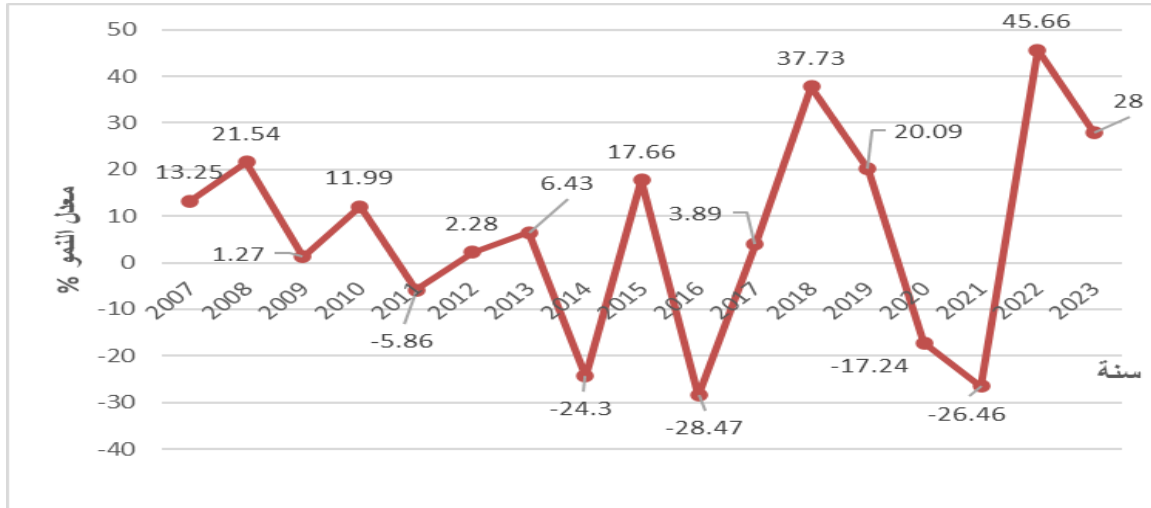
### (أ) أداء قطاع السياحة المصري:

يمكن الوقوف على أداء قطاع السياحة المصري من خلال عدة مؤشرات اقتصادية للنشاط السياحي، أبرزها:

- معدل النمو الحقيقي لقطاع السياحة.
- إجمالي قيمة الاستثمارات بقطاع السياحة.
- إجمالي عدد السائحين الوافدين إلى مصر.
- إجمالي عدد الليالي السياحية.
- إجمالي الإيرادات السياحية.

ويمكن توضيح ذلك من خلال الأشكال البيانية التالية:

شكل رقم (10): معدل النمو الحقيقي لقطاع السياحة خلال الفترة (2007 - 2023)



المصدر: اعداد الباحث استناداً لبيانات وزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية:

<https://mped.gov.eg/GrossDomestic>

<sup>20</sup> وقد اتخذ صانعي السياسات الاقتصادية في مصر مجموعة من الاجراءات من اجل النهوض بقطاع السياحة خلال الفترة (2006-2011) تمثلت في إصدار العديد من القوانين والقرارات التي تمنح قطاع السياحة المزيد من الحوافز والاعفاءات منها قانون المنشآت الفندقية وقرارات خاصة بالتعريف الجمركية وقرار انشاء هيئة تنشيط السياحة. وفي نوفمبر عام 2018، أطلقت وزارة السياحة برنامج (الاصلاح الهيكلي لتطوير القطاع السياحي) مستهدفاً رفع القدرة التنافسية للقطاع، استناداً على خمسة محاور رئيسية (الاصلاح المؤسسي -الاصلاح التشريعي - الترويج والتنشيط السياحي - البنية التحتية والاستثمار - مواكبة متغيرات صناعة السياحة عالمياً).

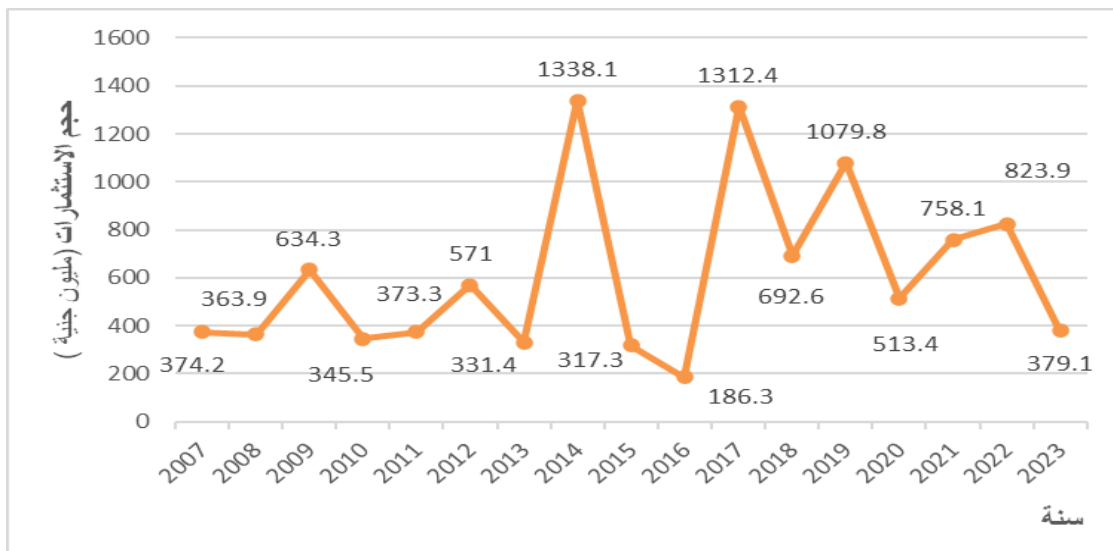


يمكن تسليط الضوء على واقع القطاع السياحي في مصر عبر تتبع معدل نمو النشاط السياحي خلال فترة الدراسة، حيث تنوعت معدلات نموه صعوداً وهبوطاً خلال الفترة (2007-2023)، حيث بلغ معدل نمو قطاع السياحة أقصاه عام 2022 عقب تعافي القطاع من أثر جائحة (كوفيد\_19) بنسبة بلغت نحو 45.66%. تلاه في ذلك، عام 2018 بمعدل نمو بلغ نحو 37.73%، عام 2023 بمعدل نمو بلغ نحو 28%، عام 2008 بمعدل نمو بلغ نحو 21.54%، وأخيراً عام 2019 بمعدل نمو بلغ نحو 20.9% كنتيجة لتطبيق برنامج (الإصلاح الهيكلي لتطوير القطاع السياحي).

وفي المقابل، تعرض القطاع السياحي في مصر لانخفاض معدلات نموه بشكل حاد خلال الفترة (2007-2023)، حيث شهدت نمواً سلبياً، ففي عام 2016 تراجع معدل نموه بنسبة بلغت نحو (- 28.47%) كنتيجة لعدة أحداث (أعلى نسبة تراجع)<sup>21</sup>. تلاه في ذلك، عام 2021 تراجع معدل نموه بنسبة بلغت نحو (- 26.46%) متأثراً بإجراءات الإغلاق لمواجهة تفشى جائحة (كوفيد-19) وتداعيات الحرب الروسية-الأوكرانية، عام 2014 بمعدل نمو بلغ نحو (- 24.3%) متأثراً بحادث إرهابي بسانت كاترين وتفجير حافلة سياح كوريين بطابا.

وفيما يخص الاستثمار بقطاع السياحة<sup>22</sup>، بلغت قيمة الاستثمارات العامة المنفذة عام 2014 نحو 1338.1 مليون جنيه (أقصى قيمة)، تلاه في ذلك عام 2017 بقيمة بلغت نحو 1312.4 مليون جنيه، ثم عام 2019 بقيمة بلغت نحو 1079.8 مليون جنيه. وقد سجل بعد ذلك حجم الاستثمار السياحي انخفاض ملحوظ في الأعوام 2013، 2015، 2016 بقيم بلغت نحو 331.4، 186.3، 317.3 مليون جنيه على التوالي. وذلك كما يوضحه الشكل التالي:

شكل رقم (11): تطور إجمالي قيمة الاستثمارات العامة بقطاع السياحة خلال الفترة (2007-2023)



المصدر: اعداد الباحث استناداً لبيانات وزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية:

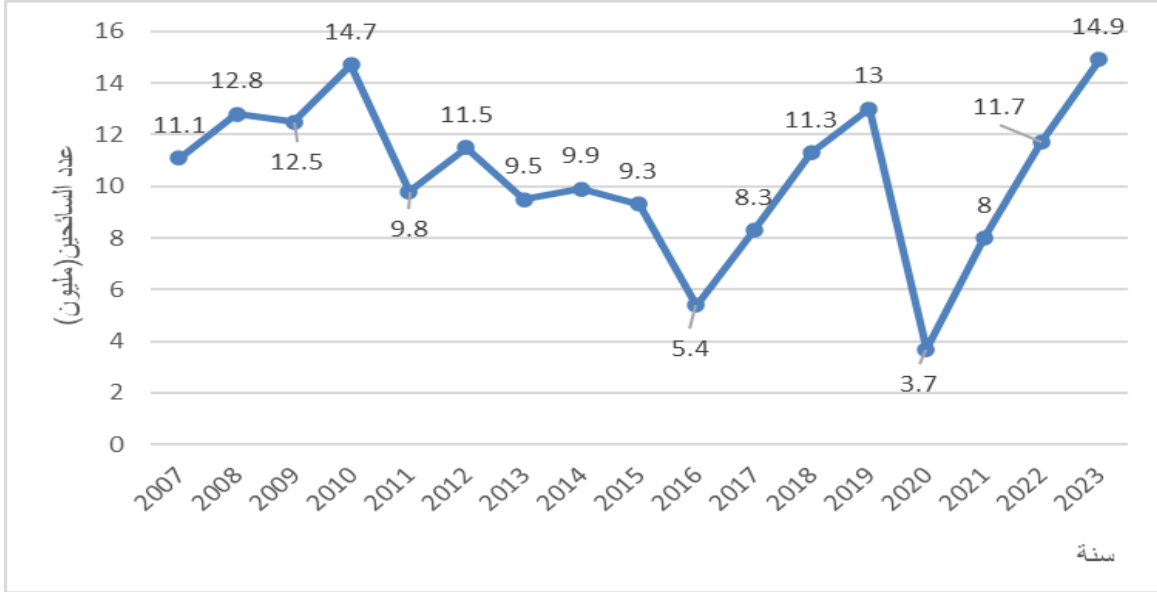
<https://mped.gov.eg/Investment>

<sup>21</sup> أبرزها انكماش مستوى النشاط الاقتصادي بمصر بشكل عام، مقتل الطالب الإيطالي (ريجيني)، اختطاف طائرة مصرية، مما تسبب بتراجع معدل نمو القطاع السياحي المصري، مما دفع البنك المركزي المصري لتقديم مبادرة دعم لقطاع السياحة ومدتها عدة مرات حتى عام 2019.

<sup>22</sup> هناك علاقة طردية تربط بين السياحة والاستثمار، فعلمنا زاد النشاط السياحي زاد حجم الاستثمارات.

ويري الباحث، أنه على الرغم من زيادة الاستثمار في القطاع السياحي خلال سنوات متفرقة على مدار فترة الدراسة بشكل عام، إلا أنه هناك عدد أكبر من السنوات قد شهدت انخفاضاً في حجم الاستثمارات، وقد يرجع ذلك إلى بعض العوامل مثل أحداث 25 يناير 2011 وعدم الاستقرار الأمني والأزمة المالية العالمية والضغط الاقتصادي التي تعرض لها الاقتصاد المصري في صورة انخفاض النشاط الاقتصادي عموماً والسياحي خصوصاً وجائحة (كوفيد\_19).

شكل رقم (12): تطور إجمالي عدد السائحين الوافدين إلى مصر خلال الفترة (2007 - 2023)



المصدر: اعداد الباحث استناداً لقاعدة بيانات البنك الدولي:

<https://data.albankaldawli.org/indicator/ST.INT.RCPT.CD?end=2020&locations=EG&start=2007>

لقد ارتفعت أعداد السائحين الدوليين إلى مصر بصورة مطردة، مما يدل على زيادة الطلب السياحي لمصر معظم الفترة (2007 - 2023) بشكل عام<sup>23</sup>. ومع ذلك، تتأثر صناعة السياحة بالأحداث السياسية والاقتصادية والطبيعية، حيث:

بلغ عدد السائحين القادمين الي مصر عام 2023 نحو 14.9 مليون سائح. لذا، يعتبر عام 2023 الأكبر استقبالاً للسياح محققاً رقماً قياسياً جديداً في حجم الحركة السياحية الوافدة إلى مصر (أعلى معدل للحركة عبر تاريخها السياحي نظراً لاستقرار الأوضاع بمصر عموماً)، متخطياً بذلك عام 2010 الذي بلغ عدد السائحين فيه نحو 14.7 مليون سائح (عام الذروة). ولكن اتجهت الاعداد نحو الانخفاض منذ عام 2011 كنتيجة لأحداث 2011 وعدم الاستقرار الأمني، أحداث 30 يونيو 2013. وقد كان عام 2020 الذي بلغ فيه عدد السائحين فيه نحو 3.7 مليون سائح (الأقل على الإطلاق) بسبب تفشي جائحة (كوفيد\_19) والحرب الروسية -

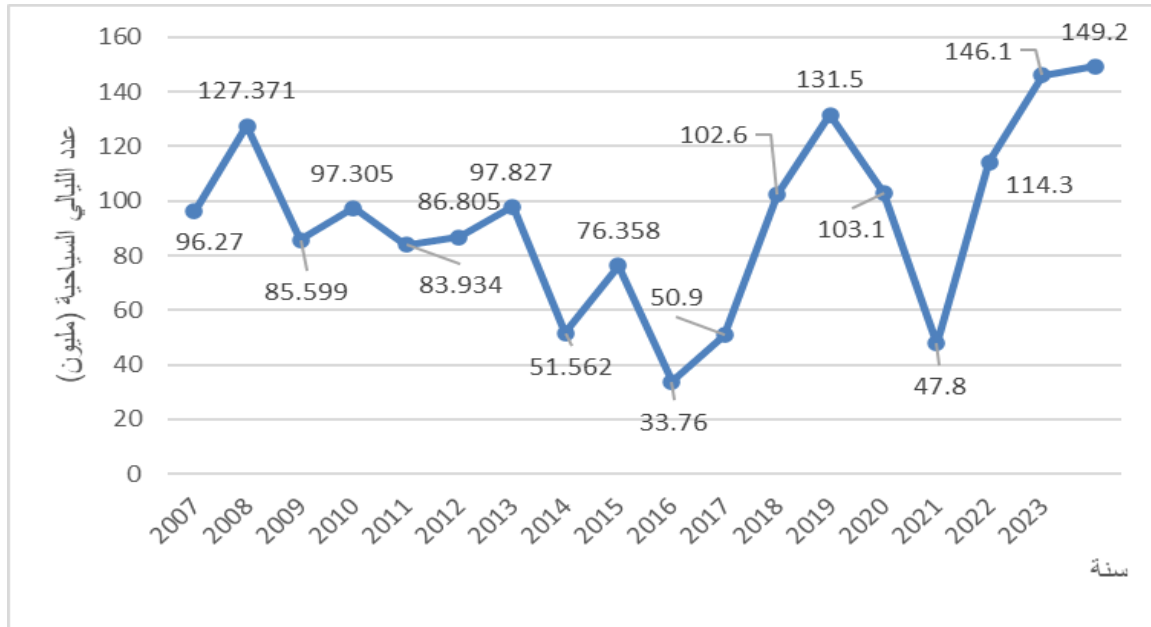
<sup>23</sup> تهدف الاستراتيجية الوطنية لتنمية قطاع السياحة المصري إلى الوصول لـ 30 مليون سائح وافد في عام 2028 وتحقيق إيرادات 30 مليار دولار، عبر زيادة نصيب مصر من حركة السياحة العالمية من 1.6% إلى 1.7% في نفس العام.



الأوكرانية وتداعياتها<sup>24</sup>، تلاه في الانخفاض عام 2016 الذي بلغ فيه عدد السائحين فيه نحو 5.4 مليون سائح نظراً لانخفاض النشاط الاقتصادي عمومًا والنشاط السياحي خصوصًا (حادث اختطاف الطائرة المصرية ومقتل الطالب الإيطالي). بعدها، عادت الأعداد للزيادة التدريجية منذ عام 2021 (اكتشاف مصل كوفيد-19).

وتعد أوروبا الغربية هي المصدر الأكبر للسياح القادمين إلى مصر، يليها أوروبا الشرقية ثم منطقة الشرق الأوسط وأفريقيا وتظل الولايات المتحدة والجنسيات الأخرى في ذيل تلك القائمة من حيث عدد الوافدين إلى مصر. ومن المتوقع أن يبلغ عدد السياح الوافدين لمصر عام 2024 نحو 16.5 مليون سائح. (2024, <https://mota.gov.eg/ar>)

شكل رقم (13): تطور إجمالي عدد الليالي السياحية خلال الفترة (2007 - 2023)



المصدر: اعداد الباحث استناداً لقاعدة بيانات البنك الدولي:

<https://data.albankaldawli.org/indicator/ST.INT.RCPT.CD?end=2020&locations=EG&start=2007>

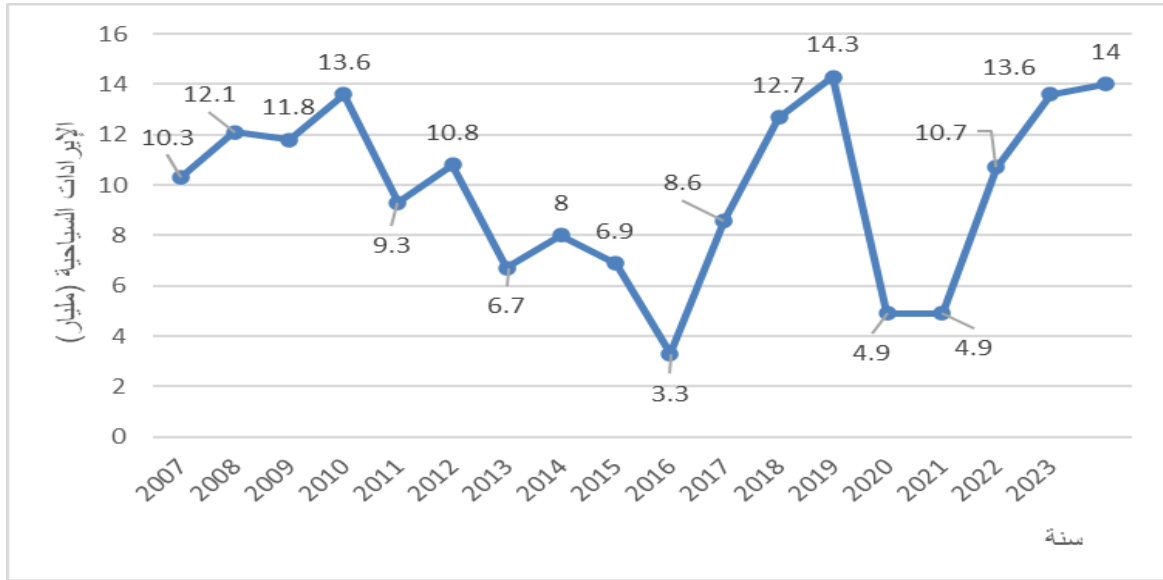
ويلاحظ تذبذب عدد الليالي السياحية في مصر صعوداً وهبوطاً خلال الفترة (2007 - 2023)، حسب أعداد السياح والأحداث الجارية خلال الفترة المذكورة، باستثناء أعوام 2010، 2019، 2023 شهدت ارتفاعاً ملحوظاً، حيث بلغت 127.371، 131.5، 149.2 مليون ليلة سياحية على التوالي. ويتضح من ذلك، أنه ارتفع عدد الليالي السياحية عام 2023، بما يفوق أعلى معدلاتها السابقة المحققة عام 2019. بينما شهدت أعوام 2011، 2013، 2016 انخفاضاً ملحوظاً، حيث بلغت 83.934، 51.562، 33.76 مليون ليلة سياحية على التوالي، بسبب الأحداث التي مرت بها مصر إلى جانب انخفاض تنافسية القطاع السياحي في عامي 2011، 2013.

<sup>24</sup> تمثل نسبة السائحين الروس والأوكرانيين نسبة مهمة في السياحة الوافدة لمصر.



وفيما يخص الإيرادات السياحية، يلاحظ تذبذب الإيرادات السياحية في مصر صعوداً وهبوطاً بشكل عام خلال الفترة (2007 – 2023)، باستثناء أعوام 2010، 2019، 2023 شهدت ارتفاعاً ملحوظاً، حيث بلغت 13.6، 14.3 (أعلى إيرادات) ، 14 مليار دولار على التوالي. ويتضح من ذلك، أنه أعلى الإيرادات تحققت عام 2019، بما يفوق أعلى معدلاتها السابقة المحققة عام 2010. بينما شهدت أعوام 2011، 2013، 2016 انخفاضاً ملحوظاً، حيث بلغت 9.3، 6.7، 3.3 مليار دولار على التوالي، بسبب الأحداث التي مرت بها مصر إلى جانب انخفاض تنافسية القطاع السياحي في هذه الأعوام. ويتضح ذلك من خلال الشكل البياني التالي:

شكل رقم (14): تطور إجمالي الإيرادات السياحية خلال الفترة (2007 – 2023)



المصدر: اعداد الباحث استناداً لقاعدة بيانات البنك الدولي:

<https://data.albankaldawli.org/indicator/ST.INT.RCPT.CD?end=2020&locations=EG&start=2007>

لذا، يوفر هذا القطاع الإيرادات السياحية الأولية التي ينتج عنها زيادة مضاعفة في الدخل القومي، والتي يتم توزيعها على عناصر الانتاج المساهمة في تقديم الخدمات السياحية، والتي بدورها تنفق هذه الإيرادات على السلع والخدمات مما يتسبب في توليد دخل جديد لمنتجات هذه السلع والخدمات وهو ما يعرف بمضاعف السياحة Tourism Multiplier.

### (ب) أنواع السياحة في مصر:

تعد مصر من أبرز الدول بسوق السياحة العالمية، حيث يمثل العرض السياحي أحد أهم عناصر السوق السياحية بمصر، الذي بدوره يمثل ركيزة التنمية السياحية. وفي سياق التنافسية السياحية، يمكن تقسيم العرض السياحي إلى العرض السياحي الأولي والعرض السياحي



الثانوي<sup>25</sup>. لذا، تقدم مصر مجموعة واسعة من مناطق الجذب السياحي نتيجة تنوع امكانيات العرض السياحي بها، وتتمثل أهم أنواع السياحة في مصر فيما يلي:

جدول رقم (4): أنواع السياحة التقليدية والمستحدثة في مصر

م	نوع السياحة	مقوماتها	أهم مناطقها
1	السياحة الثقافية	بها آثار تخص الحضارات القديمة مثل الحضارة الفرعونية واليونانية والرومانية والإسلامية والقبطية	تنتشر في كل ربوع مصر بالقاهرة الإسكندرية والإقصر وأسوان وصعيد مصر وسيناء والفيوم والوحدات
2	السياحة الشاطئية	شواطئ فريدة علي البحرين الأحمر والأبيض المتوسط تمتد لنحو 3000 كم	منطقة الساحل الشمالي- سيناء- منطقة البحر الأحمر- السياحة النيلية الترفيهية
3	السياحة الدينية	مزارات متعددة ذات أهمية دينية لمعابد وكنائس وأديرة ومساجد للأديان الثلاث اليهودية والمسيحية والإسلام	معظم محافظات مصر - رحلة العائلة المقدسة- شمال سيناء
4	السياحة العلاجية	مياه كبريتية ومعدينية ورمال دافئة وجو معتدل شتاءً	حلوان وأسوان والوادي الجديد وسيناء والعين السخنة والغردقة
5	سياحة المؤتمرات	موقع مصر الجغرافي ومكانتها السياسية، استضافة عشرات المؤتمرات الدولية سنوياً في المجالات السياسية والاقتصادية والثقافية والطبية والمهنية	مركز القاهرة الدولي للمؤتمرات - محافظة دمياط- محافظة
6	السياحة الرياضية	مناخ مصر المتميز وملاعب ذات مواصفات عالمية بمناطق سياحية فريدة في كل من الإقصر وشرم الشيخ ومدينة الغردقة، إقامة مسابقات على المستوى الاقليمي والدولي.	نادي الجزيرة للفروسية ، نادي الجولف ، نادي الصيد ، نوادي منطقة البحر الأحمر ونادي الرياضات البحرية بالغردقة وشرم الشيخ لدعم رياضات مثل كرة القدم، كرة اليد، الكرة الطائرة، الإسكواش، الفروسية، الجولف، الرياضات البحرية والصيد، البولننج.
7	سياحة المعارض والمهرجانات	إقامة عديد من المهرجانات، الاقبال الجماهيري الكبير، تطور العلاقات الدولية، الخصائص الوطنية الأصيلة، الصورة الحضارية	معرض القاهرة الدولي للكتاب، اوبرا عابدة، مهرجان القاهرة الدولي للأغنية الشعبية، مهرجان القاهرة السينمائي الدولي، مهرجان السياحة والتسوق، مهرجان تعامد الشمس لمعبد ابو سمبل، سوق القاهرة الدولي، المهرجان الدولي لصيد الأسماك في بورسعيد، المهرجان الدولي الأول للفروسية... وغيرها
8	السياحة البيئية	تتمتع مصر بنواحي بيئية فريدة شكلت بها عديد من المحميات الطبيعية	محمية أبو جالوم، محمية كهف وادي سنور، محمية الغابة المتحجرة، محمية وادي الريان، محمية بحيرة قارون.. وغيرها

المصدر: إعداد الباحث استناداً لموقع الهيئة العامة للاستعلامات:

<https://www.sis.gov.eg/section/7228/514?lang=ar>

<sup>25</sup> العرض السياحي الأولي: التي تمثل المزايا النسبية وتشمل الموارد المتاحة لدولة ما مثل العناصر الطبيعية كأشكال السطح والمناخ والحياة والغابات. العرض السياحي الثانوي: التي تمثل المزايا التنافسية وتمثل قدرة هذه الدولة على استخدام هذه الموارد بفعالية على المدى الطويل.

ويتبين من الجدول السابق، أن مصر تتميز بتنوع المنتج السياحي، حيث تعدد بها المناطق السياحية الخاصة بالسياحة التقليدية (ثقافية، شاطئية، دينية) أو السياحة المستحدثة (علاجية، مؤتمرات، رياضية، تسوق، بيئية....). لذلك، يتبين أنه أبرز امكانيات العرض السياحي بمصر بأنواعها المختلفة (الطبيعية والبشرية والمساعدة). تتمثل فيما يلي:

- امكانيات طبيعية: المناخ، الاختلاف في تضاريس الأرض، المياه بأنواعها، النباتات والحيوانات، المعالم الأثرية والتاريخية.
- امكانيات بشرية: وفرة الموارد البشرية ذات القدرات المختلفة.
- امكانيات مساعدة وتكميلية: جملة من المرافق والخدمات المكملة للمحددات الرئيسية الأخرى (الطبيعية والبشرية) مثل البنية التحتية التي تقدم مستلزمات الانتاج الاساسية لجميع القطاعات بما في ذلك قطاع السياحة (الماء والكهرباء والصرف الصحي، شبكات الطرق والمواصلات مثل المطارات الموانئ البحرية الطرق البرية، شبكة الاتصالات. بالإضافة للبنية الفوقية متمثلة في المشاريع السياحية التي تقدم خدماتها بشكل مباشر إلى السياح (الفنادق، القري والمنتجعات السياحية، المطاعم)

وبالتالي، مصر قادرة على المنافسة مع الوجهات العالمية بما تمتلكه من امكانيات سياحية، حيث لديها مواقع أثرية وتاريخية وشواطئ على البحرين الأبيض المتوسط والأحمر. وتضم مساحة شاسعة للصحراء الغربية عددًا من الواحات بها ينابيع حارة وينابيع معدنية وبحيرات مالحة التي تتميز بمياهها المعدنية والكبريتية وجوها الجاف الخالي من الرطوبة ورمالها الصالحة لعلاج عديد من الأمراض. وهو ما يمثل العرض السياحي الأولي. لذا، تتميز مصر بالسياحة التقليدية، وينبغي عليها تشجيع أنواع السياحة المستحدثة الأخرى.

كما تعمل مصر على تنمية بعض المناطق السياحية الأخرى، فقد تم إنشاء الهيئة العامة للتنمية السياحية عام 1991، بهدف تنمية ودعم وتحسين تنافسية القطاع السياحي المصري لمواكبة التطور الهائل في مجال التنمية السياحية على المستوى العالمي، حيث تم تبني استراتيجية لإقامة المناطق السياحية وتنميتها. وفي سياق عملية التنمية لهذه المناطق، يجب إمداد هذه المناطق بالبنية الفوقية متمثلة في طاقة الإسكان (الفندقية والسياحية)، وبمرافق البنية التحتية متمثلة في البنية الأساسية من خدمات ومرافق (محطات لتحلية المياه، الصرف الصحي، الطاقة، طرق النقل). وهو ما يمثل العرض السياحي الثانوي. ومن أهم مناطق التنمية السياحية الجديدة بمصر (البحر الأحمر، سيناء، العين السخنة، الساحل الشمالي الغربي، الصعيد)، وذلك كما يوضحه الجدول التالي:



جدول رقم (5): مناطق التنمية السياحية بمصر

م	منطقة	قطاع	عدد المراكز السياحية	المراكز السياحية
1	البحر الأحمر	الغردقة - سفاجا السياحي	9	مركز خليج الجمشة - مركز الجونة - مركز جنوب مجاويش - مركز سهل حشيش - مركز أبو المخادج - مركز شرم العرب - مركز شرم الناقاة - مركز أبو سومة - مركز شمال سفاجا
		القصير السياحي	8	مركز سفاجا القصير - مركز بئر آسل - مركز الشرم البحري - مركز مرسى وزر - مركز رأس طرومبى - مركز جبل الجزيرة - مركز مرسى شونى - مركز مرسى مورين
		مرسى علم السياحي	10	التابع الصغير - شجاء - رأس درى - شرم الفقيرى - رأس حنكوراب - شمال أبو الغصون - جنوب أبو الغصون - حماطة - وادى لحمى - رأس بناس
2	سيناء	شرم الشيخ السياحي	3	مركز نبق - مركز المنتزه - شرم الشيخ
		الطور - رأس محمد	3	رأس السبيل - شمال رأس الكنيسة - جنوب رأس الكنيسة
		طابا - نويبع السياحي	9	طابا - مقبلا والهميرا - الريفيرا - الحميرا - المحاشي الاعلى - المحاشي الأسفل - وادي المالحه - ام مريخة - دهب
		رأس سدر السياحي	6	مركز شمال عيون موسى - مركز جنوب عيون موسى - مركز راس دهيسة - مركز مطارمة - مركز النخيلة - مركز راس ملعب
		العريش	2	شرق العريش - غرب العريش
3	العين السخنة	العين السخنة السياحي	6	القطاع الأول - شمال أبو الدرج - جنوب أبو الدرج - الحورى - الجريفات - شمال الزعفرانة - جنوب الزعفرانه
4	الساحل الشمالي الغربي	الساحل الشمالي الغربي	-	رأس الحكمة
5	الصعيد	قطاع الفيوم السياحي	1	مركز شمال بحيرة قارون
		قطاع الأقصر السياحي	1	مركز الطود
		قطاع أسوان السياحي	4	جرف حسين - شمال خور توشكي - شمال ابو سمبل - جنوب أبو سمبل

المصدر: إعداد الباحث استناداً إلى الموقع الرسمي للهيئة العامة للتنمية السياحية:

<http://www.tda.gov.eg/TdaRegions/SectorsAR>

وفي هذا الإطار، تضم مصر 2257 موقع أثري (منهم 139 مفتوح للزيارة)، حيث يتركز معظمها في وادي النيل (القاهرة والأقصر وأسوان) ، 43 متحف آثار (منهم 33 مفتوح للزيارة) ، 2160 شركة سياحة، 1199 منشأة فندقية (منها 261 عائمة، 235 صديقة للبيئة) ، 479 مركز غوص وأنشطة بحرية، 16319 مركبة سياحية، 2407 محل للسلع سياحية، 1325 مطعم وكافتيريا سياحي. (https://mota.gov.eg/ar, 2024).

## ثانياً: تقييم تنافسية القطاع السياحي المصري:

لعل من أهم التحديات التي تواجه صناعة السياحة في معظم دول العالم ومن بينها مصر بروز التنافسية كحقيقة أساسية تحدد نجاح أو فشل المنشأة السياحية، ومن ثم أصبحت في موقف يتطلب منها العمل الجاد والمستمر لتعزيز قدرتها التنافسية. لذا، من خلال هذا المحور سيتم استعراض الموقف التنافسي لقطاع السياحة المصري من تحليل تنافسية وجودة الخدمات السياحية بمصر وفقاً لمؤشر التنافسية الصادر عن منتدى الاقتصاد العالمي (WEF)، الذي يوضح ترتيب تنافسية قطاع السياحة المصري عالمياً وإقليمياً، وذلك على النحو التالي:

### (أ) الترتيب العالمي:

جدول رقم (6): ترتيب قطاع السياحة المصري وفقاً للمؤشر العام لتنافسية السياحة والسفر عالمياً

خلال الفترة (2007-2024)

السنة	عدد دول العالم المشاركة في تقرير السنة	قيمة المؤشر <sup>26</sup>	الترتيب عالمياً	التغير في الترتيب السنوي	معدل التغير بالمركز التنافسي (%) <sup>27</sup>
2007	124	4.24	58	—	—
2009	133	4.09	64	- 6	-10.3
2011	139	3.96	75	- 11	-17.2
2013	140	3.88	85	-10	-13.3
2015	141	3.49	83	+ 2	+ 2.4
2017	136	3.64	74	+ 9	+ 10.8
2019	140	3.9	65	+ 9	+ 12.2
2021	117	4.2	51	+ 14	+ 21.5
2024	119	3.96	61	-10	-19.6

إعداد الباحث استناداً إلى:

World Economic Forum (WEF). (Different years: 2007-2024). The travel and tourism competitiveness reports, Geneva:(WEF).

انطلاقاً من أهمية مؤشرات تنافسية السياحة والسفر، فإنه من الضروري متابعة تطور مؤشرات التنافسية لقطاع السياحة المصري. ويوضح الجدول السابق مدى تقدم أو تراجع مرتبة قطاع السياحة المصري في تنافسية السياحة والسفر عالمياً، حيث:

احتلت مصر المرتبة 58 من مجموع 124 دولة في تقرير عام 2007 بواقع 4.24 نقطة، ثم تراجعت من هذه المرتبة إلى مراتب متأخرة هي 64، 75، 85 على مدار ثلاث سنوات هي 2009، 2011، 2013 من مجموع 133، 139، 140 دولة بواقع 3.88، 3.96، 4.09

<sup>26</sup> تتراوح الدرجات الإجمالية لقيمة المؤشر العام لتنافسية (لتنمية) السياحة والسفر من 1 إلى 7 نقاط حيث 1 = الأسوأ و 7 = الأفضل.

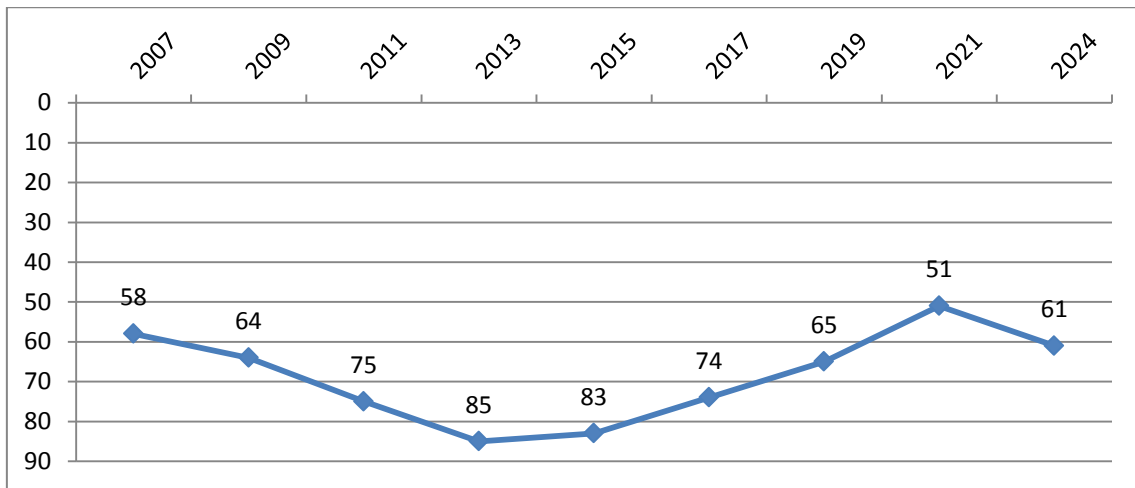
<sup>27</sup> العلامة (-) تدل على خسارة في المركز التنافسي، حيث تتراجع في مرتبتها السياحية.

العلامة (+) تدل على مكسب في المركز التنافسي، حيث تتقدم في مرتبتها السياحية.



نقطة على التوالي. فقد تراجع المركز التنافسي لقطاع السياحة المصري بنحو 6 مراكز عام 2009 عن التقرير السابق لعام 2007، واستمر في الانخفاض بنحو 11 مركز عام 2011 عن التقرير السابق لعام 2009، وهو أكبر تراجع حققته مصر في مركزها التنافسي. كذلك استمرت في التراجع بنحو 10 مراكز عام 2013 عن التقرير السابق لعام 2011. بعد ذلك، اتجهت مرتبة مصر للتحسن لتأخذ قيم 83، 74، 65، 51 على مدار أربع سنوات هي 2015، 2017، 2019، 2021 من مجموع 141، 136، 140، 117 دولة بواقع 3.49، 3.64، 3.9، 4.2 نقطة على التوالي. وتقدمت مصر بنحو 9 مراكز عام 2017 عن العام السابق 2015، ثم تقدمت بنحو 9 مراكز عام 2019 عن العام السابق 2017، وانتهت مصر بتحقيقها المرتبة 51 عام 2021 بتقدم 14 مركز، وهو أكبر تقدم حققته مصر في مركزها التنافسي. وأخيراً، تراجعت مصر للمرتبة 61 من مجموع 119 دولة بواقع 3.96 نقطة لتخسر نحو 10 مراكز عام 2024. ويمكن تلخيص الوضع التنافسي لقطاع السياحة المصري عالمياً من خلال الشكل التالي:

شكل رقم (15): تطور ترتيب تنافسية قطاع السياحة المصري عالمياً خلال الفترة (2007-2024)



إعداد الباحث استناداً إلى:

World Economic Forum (WEF). (Different years: 2007-2024). The travel and tourism competitiveness reports, Geneva:(WEF).

### (ب) الترتيب الإقليمي<sup>28</sup>:

يوضح الجدول التالي مدى تقدم أو تراجع مرتبة قطاع السياحة المصري في تنافسية السياحة والسفر إقليمياً ضمن مجموعة الدول المشاركة في تقرير التنافسية، وذلك كما يوضحه الجدول التالي:

<sup>28</sup> الترتيب الإقليمي يقصد به مجموعة دول الشرق الأوسط وشمال أفريقيا - حسب تعريف البنك الدولي - عددها 19 دولة، وهي: الإمارات والجزائر والبحرين ولبنان وليبيا ومصر وتركيا وإيران وقبرص والعراق وإسرائيل (فلسطين المحتلة) والأردن والكويت والمغرب واليمن وتونس وسلطنة عمان وسوريا وقطر والمملكة العربية السعودية.

جدول رقم (7): ترتيب قطاع السياحة المصري وفقاً للمؤشر العام لتنافسية السياحة والسفر إقليمياً خلال الفترة (2007-2024)

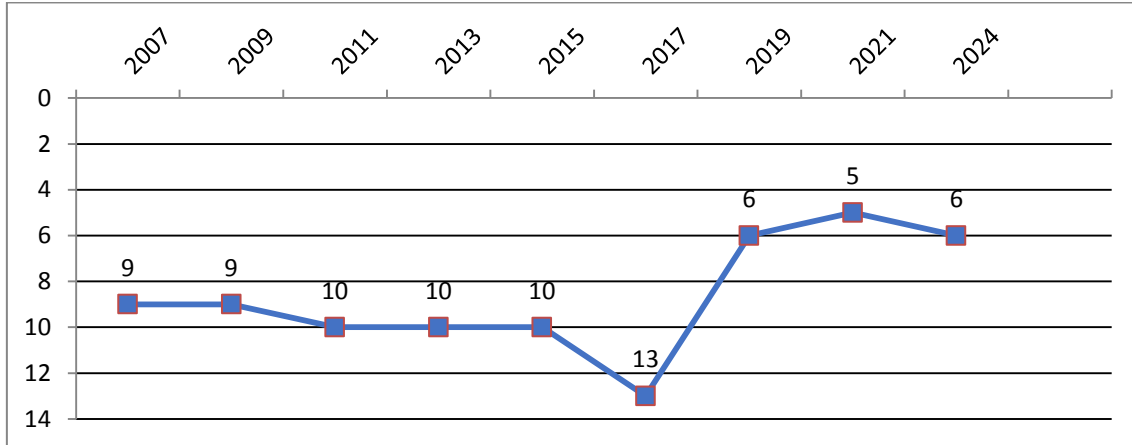
السنة	عدد الدول المشاركة في تقرير السنة	الترتيب الإقليمي	التغير في الترتيب السنوي	معدل التغير بالمركز التنافسي (%) <sup>29</sup>
2007	10	9	—	—
2009	14	9	0	0
2011	16	10	- 1	-11.1
2013	15	10	0	0
2015	16	10	0	0
2017	15	13	- 3	- 30
2019	15	6	+7	+ 53.8
2021	12	5	+1	+ 16.7
2024	14	6	- 1	-20

إعداد الباحث استناداً إلي:

World Economic Forum (WEF). (Different years: 2007-2024). The travel and tourism competitiveness reports, Geneva:(WEF).

ويمكن تلخيص الوضع التنافسي لقطاع السياحة المصري إقليمياً من خلال الشكل التالي:

شكل رقم (16): تطور ترتيب تنافسية قطاع السياحة المصري إقليمياً خلال الفترة (2007-2024)



إعداد الباحث استناداً إلي:

World Economic Forum (WEF). (Different years: 2007-2024). The travel and tourism competitiveness reports, Geneva:(WEF).

إقليمياً، نلاحظ أن مصر - بمنطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا وخاصة بين الدول العربية- حلت في المرتبة 9 من مجموع 10، 14 دولة عامي 2007 ، 2009 على التوالي. وقد

<sup>29</sup> العلامة (-) تدل على خسارة في المركز التنافسي، حيث تتراجع في مرتبتها السياحية. العلامة (+) تدل على مكسب في المركز التنافسي، حيث تتقدم في مرتبتها السياحية.



استقرت مصر عند المرتبة 10 مدار ثلاث سنوات هي 2011، 2013، 2015 من مجموع 16، 15، 16 دولة علي التوالي، حيث تراجع المركز التنافسي لقطاع السياحة المصري بنحو مركز واحد عن تقرير عامي 2007، 2009. وقد استمرت مصر في التراجع لتحتل المرتبة 13 عام 2017 من مجموع 15 دولة، وهو أكبر تراجع حققته مصر في مركزها التنافسي إقليمياً. بعد ذلك، اتجهت مرتبة مصر للتحسن لتأخذ قيم 6، 5 بتقدم 7، 8 مراكز من مجموع 15، 12 دولة عامي 2019، 2021 على التوالي، وهو أكبر تقدم حققته مصر في مركزها التنافسي. وأخيراً عام 2024، تراجعت مصر للمرتبة 6 من مجموع 14 دولة، حيث كان أداءها أقل من المتوسط العالمي في معظم المؤشرات الفرعية لمؤشر (TTDI). وقد سجلت أربعة دول فقط من مجموع 14 دولة في المنطقة أعلى من المتوسط العالمي وهي (الإمارات، السعودية، إسرائيل (فلسطين المحتلة)، قطر) (World Economic Forum (WEF), 2024).

ومن أهم ما يميز دول المنطقة ذات الدخل المرتفع<sup>30</sup>، وهي الأعلى من المتوسط العالمي في معظم المؤشرات الفرعية لمؤشر (TTDI)، هي: البنية التحتية الأفضل للسياحة والنقل مثل مراكز الطيران وشركات الطيران الرائدة، وجود الشركات الكبيرة ومراكز الأعمال المهمة التي تدعم البيئة التمكينية (سفر الأعمال وظروف العمل الأكثر ملاءمة ومستويات عالية من السلامة والأمن بين الأشخاص). ومن ناحية أخرى، تميل دول المنطقة ذات الدخل المتوسط بحديه الأعلى والأدنى بالمنطقة- ومنها مصر- إلى أن تكون أكثر قدرة على المنافسة من حيث الأسعار وتوفر الموارد الثقافية الأكثر جاذبية في المنطقة. ومع ذلك، تواجه هذه الدول تحديات بعمليات النقل والمواصلات تتراوح بين ظروف العمل الأقل ملاءمة إلى المخاوف المتعلقة بالسلامة والأمن والفجوات في البنية التحتية للنقل والسياحة.

ويتضح مما سبق، تذبذب ترتيب مصر عالمياً وإقليمياً في تقرير تنافسية السياحة والسفر خلال الفترة (2007-2024)، حيث:

- حلت مصر في مراتب متأخرة بين الدول العربية رغم امكانياتها السياحية)، مما يدل على تراجع تنافسية السياحة بمصر وسط إقليمها.
- هناك تحسن نسبي في مؤشرات التنافسية السياحية لمصر خلال الفترة (2019 - 2024) مقارنة بالفترة (2007-2017)، رغم ثبات تنافسية بعض الدول المجاورة، مما يدل على تذبذب القوة التنافسية الإقليمية لمصر مقارنة بمنافسيها الإقليميين.
- هناك فجوة كبيرة بين الترتيب الإقليمي لمصر وغيرها من الدول العربية الأخرى، مما يدل على ضعف القوة التنافسية الإقليمية لمصر كمقصد سياحي عند مقارنته بغيره من منافسيه كمقاصد سياحية إقليمية مثل (الإمارات، السعودية، قطر، تركيا... وغيرها).

<sup>30</sup> تصنيف دول المنطقة حسب الدخل لعام 2021 وفقاً لمؤشر تنمية السياحة والسفر، كما يلي:  
- دول المنطقة ذات الدخل المرتفع (\$12,696 أو أكثر) مثل (البحرين، الكويت، السعودية، الإمارات، قطر، إسرائيل)  
- دول المنطقة ذات الدخل المتوسط بحدده الأعلى (\$12,695-\$4,096) مثل (الأردن، لبنان، تركيا)  
- دول المنطقة ذات الدخل المتوسط بحدده الأدنى (\$4,095-\$1,046) مثل (مصر، المغرب)



- عالمياً، تبين أن أفضل مرتبة حققتها مصر كمقصد سياحي كانت 51 من مجموع 117 دولة عام 2021، بينما أسوأ مرتبة بلغت مصر كمقصد سياحي عالمي كانت 85 من مجموع 140 دولة عام 2013.
- إقليمياً، تبين أن أفضل مرتبة حققتها مصر كمقصد سياحي كانت 5 من مجموع 12 دولة عام 2021، بينما أسوأ مرتبة بلغت مصر كمقصد سياحي إقليمي كانت 13 من مجموع 15 دولة عام 2017.
- تغلب على تنافسية قطاع السياحة المصري حالة التراجع عالمياً وإقليمياً في معظم الفترة المذكورة.

### (ج) ترتيب قطاع السياحة المصري عام 2024:

وللوقوف على الوضع التنافسي لقطاع السياحة المصري وفقاً لمؤشر (TTDI) في أحدث تقرير لتنافسية السياحة والسفر عام 2024، يمكن تحليل ترتيب مصر تفصيلاً، كما يلي:

جدول رقم (8): ترتيب مصر في تقرير تنافسية السياحة والسفر عام 2024

المؤشرات الرئيسية	المؤشرات الفرعية	النقاط (7-1) <sup>31</sup>	مقارنة بالمتوسط العالمي
البيئة الداعمة	بيئة الأعمال التجارية	3.88	أقل من المتوسط
	الأمن والسلامة	5.37	أقل من المتوسط
	الصحة والنظافة	3.95	أقل من المتوسط
	الموارد البشرية وسوق العمل	3.43	أقل من المتوسط
	جاهزية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات	4.45	أقل من المتوسط
سياسات السياحة والسفر والظروف التمكينية	أولوية قطاع السفر والسياحة في السياسات الحكومية	5.87	أعلى من المتوسط
	الانفتاح الدولي	3.09	أقل من المتوسط
	تنافسية الأسعار في القطاع	6.11	أعلى من المتوسط
البنية التحتية	البنية التحتية للنقل الجوي	4.58	أعلى من المتوسط
	الموانئ والبنية التحتية الأرضية	3.85	متوسط
	البنية التحتية للخدمات السياحية	2.76	أقل من المتوسط
الموارد الطبيعية والثقافية	الموارد الطبيعية	3.11	متوسط
	الموارد الثقافية	3.18	أعلى من المتوسط
	الموارد غير الترفيهية	2.39	أقل من المتوسط
استدامة السياحة والسفر	الاستدامة البيئية	4.07	أقل من المتوسط
	التأثير الاقتصادي والاجتماعي للسياحة والسفر	2.27	أقل من المتوسط
	استدامة الطلب على السياحة والسفر	4.90	أعلى من المتوسط
<b>المجموع الكلي</b>		<b>3.96</b>	<b>أقل من المتوسط</b>

إعداد الباحث استناداً إلى:

World Economic Forum (WEF). (2024). the travel and tourism Development Index; Tourism is Back to Pre-Pandemic Levels, but Challenges Remain, Geneva:(WEF).

<sup>31</sup> يقوم مؤشر تنمية السياحة والسفر بتقييم كل دولة من خلال منحها نقاط تتراوح بين (7-1)، حيث 1 = الأسوأ و 7 = الأفضل.



عام 2024، احتلت مصر بحسب التقرير المركز 61 من 119 دولة على مستوى العالم، وجاءت في المركز 6 على مستوى منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا. وقد سجلت مصر في مؤشر تنمية السياحة والسفر الرئيسي (TTDI) 3.96 نقطة إجمالاً، وهي أقل من المتوسط العالمي بفارق طفيف. وكانت هذه النتيجة موزعة على أبرز المؤشرات الفرعية من حيث القوة والضعف ومقارنتها بالمتوسطات العالمية، حيث:

يتضح أن مصر سجلت نقاط أعلى من المتوسط العالمي في بعض المؤشرات الفرعية لمؤشر (TTDI) الرئيسي، وهي:

- مؤشر تنافسية الأسعار السياحية، حيث حصلت في هذا المؤشر على 6.11 نقطة، لتحتل المركز الثاني في قائمة الدول الأرخص كوجهة سياحية.
  - مؤشر أولوية قطاع السفر والسياحة في السياسات الحكومية، حيث حصلت في هذا المؤشر على 5.87 نقطة، لتحتل المركز 37 من 136 عالمياً في قائمة أفضل الدول اهتماماً بقطاع السياحة.
  - مؤشر استدامة الطلب على السياحة والسفر، حيث حصلت في هذا المؤشر على 4.9 نقطة نظراً لأن الازدحام بسبب السياحة لا يمثل مشكلة في مصر.
  - مؤشر البنية التحتية للنقل الجوي، حيث حصلت في هذا المؤشر على 4.58 نقطة، نتيجة بناء وتحديث المطارات.
  - مؤشر الموارد الثقافية، حيث حصلت في هذا المؤشر على 3.18 نقطة، نظراً للعدد الضخم من المواقع التراثية والأثرية التي تتميز بها مصر.
- كما يتضح أن مصر سجلت نقاط أقل من المتوسط العالمي في غالبية المؤشرات الفرعية لمؤشر (TTDI) الرئيسي، كما هو موضح بالجدول السابق، ومن أبرزها:

- مؤشر البيئة الداعمة فقد كانت أقل من المتوسط العالمي بكل مؤشرات الفرعية.
  - رغم منح الحكومة الأولوية لقطاع السياحة في سياساتها إلا أن الانفتاح الدولي فيه ضعيف، حيث حصلت في هذا المؤشر على 3.09 نقطة.
  - مؤشر التأثير الاقتصادي والاجتماعي للقطاع السياحي هي الأدنى من بين كل المؤشرات.
  - مؤشر الموارد غير الترفيهية، حيث حصلت في هذا المؤشر على 2.39 نقطة، بسبب عدم وجود مؤسسات تعليمية أو شركات يمكن أن تجعلها وجهة للسفر من أجلها.
- وفي المجمل، ووفقاً لتقارير التنافسية السياحية، تتمتع مصر بجاذبية سياحية كنتيجة لتقدمها في بعض المؤشرات الفرعية القائم عليها تقرير التنافسية السياحية. ومع ذلك، تواجه بعض التحديات نتيجة تراجعها في بعض المؤشرات الأخرى، كما يلي:

فمن جانب، أهم ما يميز السياحة بمصر ويدعم تنافسيتها خلال الفترة (2007-2024)، بسبب تقدمها في بعض المؤشرات الفرعية القائم عليها تقرير التنافسية السياحية، مثل:

- تنوع المنتج السياحي وتعدد أنواع السياحة.

- مصر رائدة عالمياً في مجال الموارد الثقافية، فهي تتمتع بكثرة المواقع التراثية والأثرية.
- التحسينات التي حققتها مصر في مجال الموارد الطبيعية خاصة مراعاة الاستدامة البيئية، فهي وجهة رئيسية للأنشطة القائمة على الطبيعة مثل المنتجعات الشاطئية.
- تتمتع بأسعار تنافسية، حيث الأسعار السياحية بمصر منخفضة بشكل عام مقارنة بالدول الأخرى، خاصة بأسعار الفنادق وتكاليف الوقود.
- مصر من أفضل الدول اهتماماً بقطاع السياحة، حيث تمنح الأولوية لسياسات السياحة والسفر.

ومن جانب آخر، أهم ما يعوق السياحة بمصر ويحد من تنافسيتها خلال نفس الفترة، بسبب تراجعها في بعض المؤشرات الفرعية القائم عليها تقرير التنافسية السياحية، مثل:

- الاضطرابات السياسية والصراع الإقليمي، مما يؤثر سلباً على صورة مصر عالمياً.
- ضعف عملية التسويق السياحي لمصر، مما يؤثر سلباً على جذب السائحين.
- ضعف البنية التحتية السياحية في مصر من حيث جودة الطرق وكفاءة النقل البري.
- انخفاض جاهزية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بقطاع السياحة.
- الانفتاح الدولي محدود نسبياً بسبب زيادة متطلبات الحصول على التأشيرة، فهي واحدة من أقل الدول انفتاحاً على المستوى الدولي.
- ضعف البيئة الداعمة بسبب عدم تقديم خدمات ملائمة للسائحين خاصة الصحية منها.
- انخفاض أداء السلامة والأمن.
- ضعف تدريب العمالة السياحية.

ومما سبق، تبين أن تراجع تنافسية قطاع السياحة المصري عالمياً وإقليمياً بسبب تراجع أداء مصر ببعض المؤشرات الفرعية لمؤشر تنمية السياحة والسفر (TTDI) مثل: بيئة الأعمال التجارية، الأمن والسلامة، جاهزية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، الانفتاح الدولي، البنية التحتية للخدمات السياحية، التأثير الاقتصادي والاجتماعي للسياحة والسفر، تدريب الموارد البشرية وسوق العمل. وهذه المؤشرات الفرعية تشكل في مجملها أبرز عناصر ومحددات العرض السياحي، خاصة المساعدة منها. وذلك وعلى الرغم من تقدمها ببعض المؤشرات الفرعية الأخرى وعلى رأسها انخفاض سعر المنتج السياحي المصري (التنافسية السعرية)، إلا أنه لا يؤدي ذلك إلى زيادة ملحوظة في حصة من السوق السياحية العالمية. وهو ما يثبت صحة فرضية البحث بأن تراجع الاهتمام ببعض محددات العرض السياحي بمصر أدى لتراجع تنافسية قطاع السياحة المصري، مما يعني أنه قد يتم إهدار جزء كبير من العرض السياحي الأولي (الميزة النسبية) بمصر بسبب تراجع العرض السياحي الثانوي (الميزة التنافسية).



### ثالثاً: تعزيز القدرة التنافسية لقطاع السياحة المصري:

لقد تبين من تقييم تنافسية قطاع السياحة المصري أنه هناك بعض العوامل التي تؤثر على تنافسيته منها ما هو إيجابي ومنها ما هو سلبي، وذلك على النحو التالي:

جدول رقم (9): أهم العوامل المؤثرة على تنافسية قطاع السياحة المصري

العوامل المؤثرة سلباً	العوامل المؤثرة إيجاباً
عدم كفاية وكفاءة البنية التحتية للخدمات السياحية بقطاعات مثل المياه والكهرباء وطرق النقل البري وبنية تكنولوجيا المعلومات.	وفرة موارد مصر الثقافية والطبيعية والبشرية، مما يعني تنوع الأسواق والأنماط السياحية
موسمية الحركة السياحية للمقصد السياحي المصري وضعف إجراءات الصحة والسلامة والخدمات الطبية المقدمة للسائحين.	تنافسية الأسعار، حيث تعد مصر ثاني أرخص وجهة سياحية عالمياً.
غياب رؤية شاملة وواضحة ومعلنة لتحقيق تنمية مستدامة للقطاع. غياب الوعي السياحي لدي طائفة كبيرة من الشعب المصري.	تعدد أنواع السياحة فمنها السياحة الترفيهية، الثقافية، الصحراوية، العلاجية، سياحة المؤتمرات. وغيرها مقارنة بالدول المنافسة.
تذبذب الأسعار مما يعوق المؤسسات العاملة بالقطاع عن وضع خطط مستقبلية.	اعتدال المناخ طوال العام وابتعاد مصر عن الكوارث الطبيعية مثل الزلازل والفيضانات.
عدم مهنية بعض العاملين بالقطاع للسائحين بسبب عدم توفر العمالة المدربة.	البنية التحتية للنقل الجوي، نتيجة بناء وتحديث المطارات
التسويق غير الكافي لمصر كمقصد سياحي عالمي وإقليمي، مع تفوق الدول المنافسة سياحياً لمصر في التخطيط التسويقي وذلك على الرغم من قلة ما تمتلكه من مقومات سياحية مقارنة بمصر.	اهتمام الدولة بتنمية قطاع السياحة واتخاذ سياسات داعمة له بشكل مستمر.
وجود عدد كبير من الدول المتنافسة عالمياً وإقليمياً مع مصر مثل الامارات، السعودية، تونس، المغرب، لبنان، الجزائر، الأردن، تركيا، اليونان، قبرص... وغيرها.	تخفيض سعر صرف الجنية المصري في مقابل العملات الدولية مقارنة بعملات الدول المنافسة الأخرى، مما سمح بانخفاض أسعار المنتجات السياحية بمصر مقارنة بهذه الدول.

إعداد الباحث

عموماً، يمكن تحسين القدرة التنافسية لقطاع السياحة عند الوقوف على أهم العوامل التي تساهم في دعم النشاط السياحي وتقويتها والعوامل التي تضر به ومواجهتها، مما يزيد من تنافسية هذا القطاع. وفي هذا السياق، لا يزال هناك حاجة إلى بذل مزيد من الجهود للحاق بركب الدول المنافسة إقليمياً لمصر (الامارات، السعودية، قطر، تركيا) أو المتقدمة سياحياً مثل الولايات المتحدة ودول أوروبا وآسيا<sup>32</sup>. فهناك ضرورة ملحة للاهتمام بالعوامل المؤثرة إيجاباً وتنميتها والتي تمثل أهم عناصر القوة، ومواجهة العوامل المؤثرة سلباً ومعالجتها والتي تمثل أهم عناصر الضعف، لتطوير قطاع السياحة المصري ودعم تنافسيته عالمياً وإقليمياً.

<sup>32</sup> تحتل هذه الدول مراكز متقدمة في مؤشر تنمية السفر والسياحة، بسبب تمتعها بظروف تجارية مواتية، وسياسات السفر المفتوحة بين بعضها البعض، وتطور قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بها.

## نتائج البحث:

لقد سلط هذا البحث الضوء على تنافسية قطاع السياحة المصري مقارنة بإمكانياته السياحية، كيفية قياس التنافسية السياحية بواسطة مؤشر تنمية السياحة والسفر (TTDI) الصادر عن المنتدى الاقتصادي العالمي (WEF)، ثم تقييم تنافسية قطاع السياحة المصري بناءً على هذا المؤشر خلال الفترة (2007-2024)، لمعرفة نقاط القوة والضعف بالنسبة لتنافسيته وكيفية تعزيزها. وقد تبين أن تنافسية قطاع السياحة المصري تراجعت وفقاً لهذا المؤشر عالمياً وإقليمياً معظم الفترة المذكورة، بسبب انخفاض أداء هذا القطاع لأقل من المتوسط العالمي بمعظم المؤشرات الفرعية لمؤشر (TTDI)، مما يعني إهمال أبرز محددات العرض السياحي بمصر. وفي ضوء العرض والتحليل السابق، توصل البحث للنتائج التالية:

- السياحة ظاهرة اقتصادية اجتماعية، فقطاع السياحة من أسرع القطاعات الاقتصادية نمواً في العالم.
- القطاع السياحي هو مجموعة الأنشطة التي تتكامل مع بعضها في تقديم خدمة السياحة وهي الفنادق والمطاعم، النقل والمواصلات، التجارة والمال والتأمين، الثقافة.. الخ.
- السائح هو الفرد الذي يغادر مكان إقامته لمدة لا تقل عن يوم ولا تزيد على سنة لأغراض غير ربحية.
- السوق السياحية هي مكان يلتقي فيه الطلب السياحي المقدم من السائحين بالعرض السياحي المقدم من قبل المؤسسات السياحية.
- تطورت السياحة من السياحة التقليدية التي تعتمد على الموارد الطبيعية والبشرية (مفهوم الميزة النسبية) إلى السياحة الحديثة التي تعتمد على الموارد المساعدة وكفاءة عناصر الانتاج والابتكار بالمنتج السياحي (مفهوم الميزة التنافسية).
- طور (مايكل بورتر) إطاراً يحقق الميزة التنافسية من خلال استراتيجيتان هما: استراتيجية تقليل التكلفة (Low-cost)، استراتيجية التميز (Differentiation).
- تعد التنافسية المحرك الفعال لعملية التطور المستقبلي، حيث تمثل العامل الرئيسي للبقاء في عالم يعج بالمنافسات المتزايدة والتغيرات السريعة.
- يعد القطاع تنافسياً عندما تكون مؤسساته قادرة على التصدي للمنافسة محلياً وإقليمياً وعالمياً عبر المحافظة على حصتها السوقية والعمل على تنميتها باستمرار.
- تهيمن الدول المتقدمة على السوق السياحية بالعالم، إلا أنه الدول النامية والأكثر فقراً لديها إمكانات كامنة تؤهلها لتصبح قوي رائدة في مجال السياحة والسفر بعد تطويرها.
- يعد قطاع السياحة من أهم القطاعات التي لديها القدرة على دفع النمو الاقتصادي، ومن ثم التنمية الاقتصادية عموماً وفي مصر خصوصاً من خلال عدة متغيرات اقتصادية، أبرزها: كونه مصدر للنقد الأجنبي ومساهماً رئيسياً في الناتج المحلي الإجمالي والميزان التجاري وميزان المدفوعات وخلق فرص العمل.



- يعتبر مؤشر تنافسية السياحة والسفر (TTDI) من المؤشرات التي تبين القوة الاقتصادية التي يمثلها قطاع السياحة بالدول المختلفة على مستوى العالم.
- عالمياً، تبين أن أفضل مرتبة حققتها مصر كمقصد سياحي كانت 51 من مجموع 117 دولة عام 2021، بينما أسوأ مرتبة بلغت مصر كمقصد سياحي عالمي كانت 85 من مجموع 140 دولة عام 2013 على مدار الفترة المذكورة.
- إقليمياً، تبين أن أفضل مرتبة حققتها مصر كمقصد سياحي كانت 5 من مجموع 12 دولة عام 2021، بينما أسوأ مرتبة بلغت مصر كمقصد سياحي إقليمي كانت 13 من مجموع 15 دولة عام 2017 على مدار الفترة المذكورة.
- تتمتع مصر بجاذبية سياحية كنتيجة لارتفاع تنافسيتها في الأسعار وتوفر الموارد الثقافية وأولوية قطاع السياحة في السياسات الحكومية.
- تتميز مصر بتنوع المنتج السياحي، حيث تعدد بها المناطق السياحية الخاصة بالسياحة التقليدية (ثقافية، ترفيهية، دينية) أو السياحة المستحدثة (علاجية، مؤتمرات، رياضية، تسوق..).
- تواجه بعض التحديات بقطاعها السياحي نتيجة تراجع تنافسيتها فيما يخص البنية التحتية والمواصلات، البيئة التمكينية، مخاوف تتعلق بالسلامة والأمن، الانفتاح الدولي، التأثير الاقتصادي والاجتماعي للقطاع السياحي.
- على الرغم من أن مصر غنية بإمكانياتها السياحية وتتفوق بها على كثير من الدول الأخرى، مما قد يجعلها مقصداً سياحياً من الدرجة الأولى، إلا إنها تعاني من انخفاض نصيبها من إجمالي حركة السياحة الدولية بما لا يتوافق مع هذه الإمكانيات. لذلك، يعاني قطاع السياحة المصري من محدودية تنافسيته مقارنة بإمكانياته السياحية.
- تراجع النشاط السياحي في الاقتصاد المصري نتيجة حساسية قطاع السياحة للأحداث بشكل عام وحالة الاستقرار سواء الأمنية أو الاقتصادية بشكل خاص.
- شهدت تنافسية قطاع السياحة بأبرز الدول المنافسة لمصر بالمجال السياحي (الإمارات، السعودية، قطر، تركيا)، حالة من الثبات النسبي خاصة في آخر الفترة المذكورة.
- تفوق الدول المنافسة سياحياً لمصر في التخطيط التسويقي مما يمنحها ميزة تنافسية كبيرة نسبياً وذلك على الرغم من قلة ما تمتلكه هذه الدول من مقومات سياحية مقارنة بمصر.
- تعد عملية جذب السائحين من أهم التحديات التي تواجه دول العالم، وخاصة مصر، حيث يتعدد منافسيها إقليمياً وعالمياً.
- افتقار مصر إلى عملية تنظيمية محكمة شاملة لكيفية استغلال وتطوير موارد القطاع السياحي الطبيعية والبشرية والمساعدة بكفاءة، مما أضر بتنافسية قطاعها السياحي.
- لا يزال هناك حاجة إلى بذل مزيد من الجهود للتغلب على المنافسين واللاحق بركب الدول المتقدمة سياحياً مثل الولايات المتحدة ودول أوروبا وآسيا.

## توصيات البحث:

ووفقاً للنتائج السابقة، ولضرورة تحسين الوضع التنافسي لقطاع السياحة المصري لتعزيز مصر كمقصد سياحي عالمي وإقليمي حتى يستعيد قطاع السياحة مكانته كأحد أهم محركات الاقتصاد المصري ويتحقق الأمن الاقتصادي السياحي لاستدامة النشاط السياحي، هناك بعض التوصيات التي يقدمها هذا البحث، على النحو التالي:

- حتمية تحول اعتماد قطاع السياحة المصري من السياحة التقليدية (الميزة النسبية) إلى السياحة الحديثة (الميزة التنافسية) للمقصد السياحي المصري لتحقيق المردود الاقتصادي المرجو والاستدامة.
- ضرورة تشكيل لجنة خاصة بالتنافسية لدراسة كل المؤشرات الفرعية لمؤشر " تنمية السياحة والسفر " ووضع خطة عمل طويلة الأجل لتحسين هذه المؤشرات.
- يجب استهداف بقاء مصر ضمن ترتيب أول عشرة مقاصد سياحية على مستوى العالم.
- يجب تحسين العلاقات الدولية وتفعيل الاتفاقات السياحية لتشجع السياحة خاصة بن الدول العربية، لتحسين تنافسية مصر إقليمياً.
- العمل على توجيه السياسات الحكومية لتحسين بيئة الاستثمار السياحي، لتشجيع رؤوس الأموال الوطنية والأجنبية بما يخدم احتياجات واتجاهات الطلب السياحي العالمي.
- يجب تنمية الموارد البشرية العاملة بالقطاع السياحي وتحسين مهاراتهم بما يتوافق مع المتغيرات المعاصرة لصناعة السياحة.
- ضرورة انتهاز خطة تسويقية مدروسة ومكثفة لقطاع السياحة المصري، وذلك للترويج والدعاية لما تمتلكه مصر من مقومات سياحية جاذبة، لتحسين الصورة الذهنية للمقصد السياحي المصري.
- الحث على تطوير وتحسين إجراءات الصحة والسلامة والخدمات الطبية في أنحاء المقصد السياحي المصري.
- يجب على مسئولى القطاع السياحي المصري أن يقوموا بتطوير استراتيجيات السياسة السياحية المصرية لتدعيم وضعها التنافسي.
- ضرورة زيادة التوعية السياحية للمواطنين المصريين سواء من حيث معاملة السائحين معاملة طيبة أو من حيث توجيه أنظار المصريين إلى إمكانات بلدهم السياحية والترفيهية لاجتذابهم بدلاً من قضاء إجازاتهم في الخارج.
- يجب اعتماد خطة تنفيذية مقسمة لعدة مراحل (قصيرة، متوسطة، طويلة الأجل) لتنمية البنية التحتية (النقل والمواصلات والاتصالات والمستوى التكنولوجي...) والبنية الفوقية (طاقة الإيواء الفندقية والمطاعم...).
- ضرورة العمل على تسهيل اصدار تأشيرات السفر وإجراءات الرحلات السياحية.



## التوصيات الخاصة بالبحوث المستقبلية:

لقد أثار البحث الحالي عدداً من النقاط التي يوصي الباحث بدراستها في المستقبل، وهي:

- إعداد دراسات مستقبلية تضمن متغيرات مختلفة مثل رضا السائح، حجم المنفق علي التسويق الالكتروني، التي يتوقع أن تكون ذات أثر مهم علي التنافسية السياحية بمصر.
- دراسة العلاقة بين التنافسية السياحية وبعض الاتجاهات الاقتصادية الحديثة مثل الاقتصاد التشاركي وتطبيقاته بالقطاع السياحي.
- استخدام منهجيات مختلفة لتقييم تنافسية قطاع السياحة المصري للوقوف علي مدى تعبيرها عن واقع هذا القطاع.
- يمكن أن يمتد البحث ليشمل مقارنة التنافسية السياحية بمصر ودول سياحية مختلفة بغرض التعرف على أبرز محددات العرض السياحي التي تتميز بها هذه الدول.
- دراسة العلاقة بين متطلبات سوق العمل السياحي وخريجي المعاهد والكليات السياحية المتخصصة التي تشكل مصدر أساسي للموارد البشرية بقطاع السياحة.
- دراسة الأنواع المختلفة للسياحة الحديثة التي تعتمد على الابتكار بالمنتج السياحي.
- تقديم دراسات تهتم بتناول التحديات التي يواجهها قطاع السياحة المصري وتحد من تنافسيته، والعمل علي تقديم الحلول المبتكرة لذلك.



## مراجع البحث:

### أولاً: المراجع باللغة العربية:

- ابراهيم، محمد عباس علي. (أكتوبر 2022). محددات الطلب الأوروبي على السياحة في مصر. مجلة كلية الاقتصاد والعلوم السياسية. كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، جامعة القاهرة، 23 (4)، ص ص. 71-98.
- البحيري، أحمد مصطفى أحمد. (مارس 2024). تأثير التسويق الاستثماري المستدام على تنمية الميزة التنافسية للاقتصاد المصري بالتطبيق على قطاع السياحة بجمهورية مصر العربية. المجلة العلمية للبحوث الإدارية والمحاسبية والاقتصادية والقانونية. المعهد العالي للحاسب الآلي وإدارة الأعمال، دمياط، 2 (1)، ص ص. 126-159.
- بكري، محمود محمد ؛ حسن، سوزان بكري. (يونيو 2020). تنشيط الحركة السياحية الوافدة إلى مصر من سوق الدول الإسكندنافية. المجلة الدولية للتراث والسياحة والضيافة. كلية السياحة والفنادق، جامعة الفيوم، 14 (1)، ص ص. 43-71.
- الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء. (سبتمبر 2018). دراسة قياس تنافسية الصادرات القائمة على الصناعات الصغيرة في ضوء مبادرة البنك المركزي المصري. القاهرة: الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء.
- حسنين، جليلة حسن. (2006). دراسات في التنمية السياحية. الإسكندرية: دار الجامعية.
- الروبي، نبيل . (2008). اقتصاديات السياحة. القاهرة: دار الثقافة الجامعية للطبع والنشر والتوزيع.
- الزويكة، محمد خميس. (1992). صناعة السياحة: من المنظور الجغرافي. الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية.
- الزيني، أحمد فاروق محمد. (23-24 أبريل 2018). القدرة التنافسية للصادرات المصرية في ضوء المعايير البيئية ومتطلبات تحقيق التنمية المستدامة. المؤتمر العلمي الخامس: القانون والبيئة، كلية الحقوق، جامعة طنطا.
- عبد الموجود، أسماء عبد الرؤوف خلف. (ديسمبر 2022). تأثير التغيرات المناخية على التنمية السياحية المستدامة بمدينة الغردقة. المجلة الدولية للتراث والسياحة والضيافة . كلية السياحة والفنادق، جامعة الفيوم، 16 (2)، ص ص. 1-20.
- عبوي، زيد منير. (2016). مبادئ السياحة الحديثة. عمان: دار المعزز للنشر والتوزيع.
- علي، رانيا محمد عبد الحميد. (يوليو 2021). الاستثمارات السياحية ومساهمتها في الدخل القومي لمصر. مجلة كلية السياسة والاقتصاد. كلية السياسة والاقتصاد، جامعة السويس، 12 (11)، ص ص. 1-26.
- عمارة، اميرة محمد عبد السميع. (2002). تحليل القدرة التنافسية للقطاع السياحي المصري. رسالة ماجستير غير منشورة. كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، جامعة القاهرة.
- عوض الله، زينب حسين. (2004). الاقتصاد الدولي. الإسكندرية: دار الجامعة الجديدة للنشر.
- عيسى، محمد محمد إبراهيم. (يناير 2023). محد أهمية الميزة التنافسية للمثلث الذهبي وأثره على المقصد السياحي المصري . مجلة المعهد العالي للدراسات النوعية، الجيزة، 3 (2)، ص ص. 751-814.
- عليوة، زينب توفيق السيد. (2014). تقييم أثر النشاط السياحي في النمو الاقتصادي في مصر، مجلة بحوث اقتصادية عربية. الجمعية العربية للبحوث الاقتصادية. 23 (65)، ص ص. 68-94.
- السريتي، محمد أحمد. (2011). اقتصاديات التجارة الدولية. الإسكندرية: دار رؤية للطباعة والنشر والتوزيع.
- سليمان، محمد علي. (2010). دور التسويق السياحي الاستراتيجي في تعزيز القدرة التنافسية لإقليم شمال الصعيد. رسالة دكتوراه غير منشورة. كلية السياحة والفنادق، جامعة الفيوم.
- شمت، نيفين حسين. (ديسمبر 2006). نحو دعم القدرة التنافسية للصناعة المصرية، المجلة المصرية للتنمية والتخطيط. 14 (78)، ص ص. 74-112.
- صندوق النقد العربي. (أكتوبر 2020). دراسات اقتصادية: أثر قطاع السياحة على النمو الاقتصادي في الدول العربية. أبو ظبي: صندوق النقد العربي، (71)، ص ص. 1-28 .
- لطيف، نغم حمدي حامد احمد . (2010). دور قطاع السياحة في توفير فرص العمل في مصر خلال الفترة (1991-2007): دراسة تحليلية. رسالة ماجستير غير منشورة. كلية التجارة، جامعة الإسكندرية.



- محسن، نهلة محمد ؛ عراقي، محمد ابراهيم ؛ جمال الدين، نانسي محمد فوزي ؛ ابو حمد، مصطفى محمود. (2017). الوضع التنافسي السياحي الدولي لمصر: دراسة تحليلية للبنية الاساسية في مصر. المجلة الدولية للتراث والسياحة والضيافة . كلية السياحة والفنادق، جامعة الفيوم، 11 (1)، ص ص. 184-208.
- محمد، مريم محمد علي. (2005). الاثار الناتجة عن المتغيرات الاقتصادية الدولية المعاصرة على قطاع السياحة في الاقتصاد المصري. رسالة ماجستير غير منشورة. كلية التجارة، جامعة عين شمس.
- محمود ، داليا عبد الله ؛ حسانين ، فاروق عبد النبي ؛ محمد، سالي شريف. (يونيو 2021). دور القطاع السياحي في مواجهة ظاهرة البطالة: دراسة حالة على محافظة الفيوم. المجلة الدولية للتراث والسياحة والضيافة. كلية السياحة والفنادق، جامعة الفيوم، 15 (1)، ص ص. 226-245.
- مرسى، السيد محمد محمد. (1998). دور قطاع السياحة في توفير موارد النقد الاجنبي في الاقتصاد المصري. رسالة ماجستير غير منشورة. كلية التجارة، جامعة الزقازيق.
- مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار. (2006). أثر إتفاقية تحرير التجارة في الخدمات علي قطاع السياحة المصري. القاهرة: مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار.
- مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار. (سبتمبر 2022). سلسلة رؤى على طريق التنمية: آفاق السياحة المصرية في ظل التحول للجمهورية الجديدة. القاهرة: مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار. ص ص 1-42.
- مصطفى، محمد سمير. (2007). المعايير البيئية والقدرة التنافسية للصادرات المصرية، مجلة بحوث اقتصادية عربية. الجمعية العربية للبحوث الاقتصادية. 14 (40)، ص ص. 73-92.
- المعهد العربي للتخطيط. (2002). دور الحكومة الداعم للتنافسية : حالة مصر. الكويت: المعهد العربي للتخطيط.
- مكي، عادل محمد عبد المنعم ؛ بدر ، وليد رزق؛ فتحي، محمد حامد؛ عبدالشافي، إيمان أحمد. (مارس 2021). دور السياحة الرياضية في توجه الأفراد إلى مصر كمقصد سياحي. المجلة العلمية لعلوم التربية البدنية والرياضية المتخصصة. كلية التربية الرياضية، جامعة أسوان، 10 (3)، ص ص. 115-143.
- نبيل، مى محمد ياسر محمد . (2013). تأثير الازمات على قطاع السياحة فى مصر خلال الفترة من ١٩٩٢ حتى ٢٠٠٩. رسالة ماجستير غير منشورة. كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، جامعة القاهرة.
- هويدي، محمود محمود. (2000). مدخل لدراسة السياحة. الفيوم: دار ابن حنظل.

ثانياً: المراجع باللغة الإنجليزية:

- Croitoru, M. (2011). Tourism Competitiveness Index—An Empirical Analysis Romania vs. Bulgaria. Theoretical and Applied Economics, 9 (562), 155-172.
- Elmslie, B. (2018). Retrospectives: Adam Smith's Discovery of Trade Gravity. Journal of Economic Perspectives, American Economic Association, 32 (2), 209-222.
- Gurrieri, A. R; Lorizio, M; and Stramaglia, A. (2014). Entrepreneurship Networks in Italy, Springer Briefs in Business, Springer.
- International Institute for Management (IMD). (2007). World Competitiveness yearbook.
- Kirsty, H. (1993). European Competitiveness, Cambridge University Press.
- Omerzel, D. G. (2006). Managing Global Transitions; Competitiveness of Slovenia as a Tourist Destination, International Research Journal, 4 (2), 130-151.
- Porter, M. E.( March–April 1990). The Competitive Advantage of Nations. Harvard Business Review, 68 (2), 73–93.
- The World Travel and Tourism Council (WTTC). (2015). Travel and Tourism: Economic Impact in Egypt, London: WTTC.
- Ruffin, R. J. (2002). David Ricardo's Discovery of Comparative Advantage. History of Political Economy, Duke University Press, 34 (4), 727-748.
- United nations: World Tourism Organization (WTO). (January 2024). World Tourism Barometer: EXCERPT, 22 (1), 62-84.
- World Economic Forum (WEF). (2007). the travel and tourism competitiveness report; Furthering the Process of Economic Development, Geneva: WEF.
- World Economic Forum (WEF). (2008). the travel and tourism competitiveness report; Balancing Economic Development and Environmental Sustainability, Geneva: WEF.
- World Economic Forum (WEF). (2009). the travel and tourism competitiveness report; Managing in a Time of Turbulence, Geneva: WEF.
- World Economic Forum (WEF). (2011). the travel and tourism competitiveness report; Beyond the Downturn, Geneva: WEF.
- World Economic Forum (WEF). (2013). the travel and tourism competitiveness report; Reducing Barriers to Economic Growth and Job Creation, Geneva: WEF.
- World Economic Forum (WEF). (2015). the travel and tourism competitiveness report; Growing through Shocks, Geneva: WEF.
- World Economic Forum (WEF). (2017). the travel and tourism competitiveness report; Paving the Way for a More Sustainable and Inclusive Future, Geneva WEF.
- World Economic Forum (WEF). (2019). the travel and tourism competitiveness report; Travel and Tourism at a Tipping Point, Geneva WEF.
- World Economic Forum (WEF). (2021). the travel and tourism Development Index; Rebuilding for a Sustainable and Resilient Future, Geneva WEF.
- World Economic Forum (WEF). (2024). the travel and tourism Development Index; Tourism is Back to Pre-Pandemic Levels, but Challenges Remain, Geneva: WEF.
- world Economic forum (WEF). (2007). the Arab world Competitiveness: sustaining the growth momentum, Report. Geneva: WEF.
- world Economic forum (WEF). (2017). The Travel and Tourism Competitiveness: Paving the way for a more sustainable and inclusive future, Report. Geneva: WEF.
- World Tourism Organization (WTO). (2014). Glossary of tourism terms, Report. Madrid: WTO.
- World Tourism Organization (WTO). (2016). Committee on Tourism and Competitiveness: A Specialized Agency of the United Nations, Report. Madrid: WTO.
- World Tourism Organization (WTO). (2020). International Tourism Highlights, Report. Madrid: WTO.



### ثالثاً: المواقع الإلكترونية:

- الموقع الرسمي لوزارة السياحة المصرية، تم الاطلاع عليه في 2024/5/1:  
<https://mota.gov.eg/ar>
- الموقع الرسمي الهيئة المصرية العامة للتنشيط السياحي، تم الاطلاع عليه في 2024/5/7:  
<https://mota.gov.eg/ar>
- الموقع الرسمي الهيئة العامة للتنمية السياحية، تم الاطلاع عليه في 2024/5/7:  
<http://www.tda.gov.eg>
- الموقع الرسمي للبنك المركزي المصري، تم الاطلاع عليه في 2024/5/10:  
<http://www.cbe.org.eg>
- قاعدة بيانات الجهاز المركزي للتعبئة العامة والاحصاء، تم الاطلاع عليه في 2024/5/17:  
<http://www.capmas.gov.eg>
- الموقع الرسمي للهيئة العامة للاستعلامات، تم الاطلاع عليه في 2024/6/11:  
<http://www.sis.gov.eg>
- الموقع الرسمي لوزارة السياحة، تم الاطلاع عليه في 2024/6/13:  
<http://www.egypttourism.org>
- الموقع الرسمي للمفوضية الأوروبية، تم الاطلاع عليه في 2024/6/22:  
<http://eurlex.europa.eu>
- الموقع الرسمي للمنتدي الاقتصادي العالمي، تم الاطلاع عليه في 2024/7/5:  
<https://www.weforum.org/publications/travel-tourism-development-index-2024>
- الموقع الرسمي لمنظمة السياحة العالمية، تم الاطلاع عليه في 2024/7/16:  
<http://www.unwto.org>
- الموقع الرسمي لمنظمة التجارة العالمية، تم الاطلاع عليه في 2024/7/18:  
<http://www.wto.org>
- الموقع الرسمي لمجلس السياحة والسفر العالمي، تم الاطلاع عليه في 2024/7/18:  
<http://www.wttc.org>
- الموقع الرسمي لوزارة السياحة والاثار المصرية، تم الاطلاع عليه في 2024/8/15:  
<https://mota.gov.eg/ar>
- الموقع الرسمي لمنظمة السياحة العالمية، تم الاطلاع عليه في 2024/8/17:  
<https://www.unwto.org/news/international-tourism-to-reach-pre-pandemic-levels-in-2024>