

## تحليل مؤشرات القدرات التنافسية السياحية العالمية وأثرها على تنمية السياحة العربية البينية (دراسة ميدانية)

أ.د. ابراهيم بظاظو - كلية السياحة والفندقة في الجامعة الأردنية فرع العقبة i.bazazo@ju.edu.jo

د. رانية قدحات - كلية السياحة والفندقة في الجامعة الأردنية فرع العقبة r.qaddahat@ju.edu.jo

معلومات المقالة	الملخص
<b>الكلمات المفتاحية</b> الإستثمار السياحي ؛ مؤشر التنافسية العالمية ؛ الحرية الإقتصادية ؛ الإستثمار المستدام؛الميزة النسبية	تعكس مكونات البحث بمدخله المنهجي والإستراتيجي، مبدأ الشمولية والتكاملية لعملية تشخيص واقع مؤشرات القدرات التنافسية للتنمية السياحية في الوطن العربي، وفقا لمؤشر التنافسية العالمي لعام ٢٠١٩، علماً أنه تم استبعاد الفترة الاستثنائية المتمثلة بأحداث جائحة كورونا، بهدف الكشف عن مكامن الضعف والقوة للوصول إلى تنمية مستدامة للقطاع السياحي العربي، وقد جمع البحث بين النظرية والتطبيق، لما يشمله من إطار نظري يتناول واقع التنمية السياحية العربية، وتطبيق عملي يسهم بوضع إجراءات تنفيذية للنهوض بمختلف مكونات صناعة السياحة في الوطن العربي، مع التأكيد على عوامل الاستدامة ، مع الإشارة بوضوح إلى عدد من التقارير الدولية الصادرة عن منظمات اقتصادية مهتمة بالقطاع السياحي العالمي، والذي أدى إلى وضع تصور عام عن واقع تشخيص القطاع السياحي في الوطن العربي، مما أسهم في التعرف على أهم الإشكاليات التي تعاني منها، تمهيداً لوضع إجراءات تنفيذية عملية قابلة للتطبيق العملي، تسهم في علاج المشكلات التي تقف حجر عثرة أمام تطوير القطاع السياحي العربي، وتوصلت الدراسة إلى أهمية متابعة الدول العربية لتقارير التنافسية العالمية، والتي تشكل عنصراً هاماً في معالجة اشكاليات تطوير قطاعها السياحي وتنميته من خلال تعظيم نقاط القوة ومعالجة نقاط الضعف.

### ١. المقدمة :

يهدف تعميق مفهوم التنافسية في القطاع السياحي العربي، إلى دعم أجندة التنافسية العربية من خلال تقديم المشورة الموضوعية الهادفة والقائمة على أساس المعلومات، ومن واقع البيانات بخصوص الإصلاحات النظامية والتنظيمية والفرص المتاحة للنهوض بقطاعات الاقتصاد السياحي العربي وتطويرها؛ سعياً إلى تحقيق المزيد من الازدهار والرفاهية للمواطن العربي، إن تحسين أسس الاقتصاد الجزئي للتنافسية من خلال

المساعدة في إنشاء تجمعات ومدن سياحية عالية المستوى، فالتنافسية كأداة لتسهيل تنفيذ إجراءات التغيير من خلال تنظيم مننديات للحوار والمناقشة وتبادل الآراء والمقترحات بين القطاعين العام والخاص، ويعد موضوع مناخ الإستثمار من الموضوعات الهامة المرتبطة بالقدرة التنافسية في جذب الاستثمارات السياحية الأجنبية المباشرة، كمصدر أساسي لتمويل الاستثمارات في القطاعات الاقتصادية الإنتاجية والخدمية .

يسهم تحليل القدرة التنافسية للقطاع السياحي العربي الذي يصدر عن المنتدى الاقتصادي العالمي ومقره في جنيف سويسرا كل عامين، يبين فيه واقع القطاع السياحي في كافة دول العالم ومنها الدول العربية، وفقاً لمعايير متفق عليها دولياً، من خلال مصفوفة يتم فيها تحليل نقاط الضعف والقوة، ويبين تحليل تقرير عام 2019 حالة القطاع السياحي للدول العربية، وقد ضم هذا التقرير 140 دولة من جميع أنحاء العالم منها 14 دولة عربية حيث صدر أول تقرير من المنتدى الاقتصادي العالمي عام 2007 وشاركت به 10 دول عربية ثم في عام 2008 و 2009 شاركت به 14 دولة عربية وشاركت 15 دولة في تقرير 2011 و 13 دولة في تقرير عام 2013.

يقيس التقرير مجموعة من العوامل والسياسات التي تمكن من التنمية المستدامة لقطاع السفر والسياحة، ويقيس 140 اقتصاداً من خلال 14 محوراً يتفرع عنها 90 مؤشراً موزعة على 4 مؤشرات فرعية تشكل البيانات الإحصائية 70% منها بينما 30% من المؤشرات مصدرها استطلاع الرأي التنفيذي الصادر عن المنتدى الاقتصادي العالمي، ويعتمد التقرير على أربعة مؤشرات رئيسية تعتمد على البيئة التمكينية (Enabling Environment) وسياسة السفر والسياحية (Travel and Tourism Policy) والبنية التحتية (Infrastructure) والموارد الطبيعية والثقافية (Natural Cultural Resources) وحمل عنوان السفر والسياحة في نقطة تحول، كما يقيس التقرير هذه المؤشرات من 14 مؤشراً فرعياً تضم: بيئة العمل، والسلامة والأمن، والنظافة والصحة، والموارد البشرية وسوق العمل، وجاهزية تقنيات المعلومات والاتصالات، وتحديد أولويات السفر والسياحة، والانفتاح الدولي، وتنافسية الأسعار، والاستدامة البيئية، والبنية التحتية للنقل الجوي، والبنية التحتية الأرضية والموانئ، والبنية التحتية للخدمات السياحية، والموارد الطبيعية، والموارد الثقافية والسفر التجاري.

#### ١.١ مشكلة الدراسة:

تتضمن تنافسية القطاع السياحي العربي بتدعيم قدرة المؤسسات السياحية العربية على تحقيق مستويات عالية نسبياً في معامل الدخل (Factor Income)، ومعامل التوظيف (Factor Employment)، في ظل ظروف المنافسة الدولية، وهي أحد مجالات المعرفة الاقتصادية التي تقوم على تحليل الحقائق والسياسات التي تحدد قدرة القطاع السياحي العربي على خلق بيئة تضمن استمرارية النمو وتحقيق الاستدامة، وانحصرت مشكلة الدراسة في مناخ الاستثمار والتنمية السياحية والمرتكزة على مؤشرات تقارير

التنافسية العالمية، باعتبارها المدخل الحقيقي لجذب الاستثمارات والتنمية السياحية المستدامة، بهدف التوسع في القاعدة الإنتاجية والخدمية، ورفع معدل القيمة المضافة في القطاع السياحي العربي، وتعزيز السياحة العربية البينية.

تعتمد مؤشرات التنافسية العالمية في منهجيتها على تصنيف الدول المشاركة بحسب وضعها في مراحل النمو والتطور الاقتصادي المختلفة، حيث يفترض التقرير أن المحركات (Drivers) التي تؤدي للتنافسية تختلف باختلاف مراحل النمو وهي: مرحلة الاقتصاد المعتمد على الموارد الطبيعية، ومرحلة الاقتصاد المعتمد على الكفاءة والفعالية، ومرحلة الاقتصاد المعتمد على المعرفة والابتكار، ولكل مرحلة لها المحاور التي تقيس أداء الدولة تبعاً لها كما يأتي:

١. محور المؤسسات (Institutions)
٢. محور البنية التحتية (Infrastructure)
٣. محور مدى الاستقرار على مستوى الاقتصاد الكلي (Macroeconomic Stability)
٤. محور الصحة والتعليم الأساسي (Health and Primary Education).

#### ١.٢ أسئلة الدراسة

- أ- ما المعطيات الأساسية التي يجب توفرها لتهيئة تنمية سياحية مستدامة في الوطن العربي.
- ب- ما العلاقة السببية بين واقع السياحة العربية ومؤشرات القدرات التنافسية العالمية.
- ج- ما علاقة الارتباط بين القدرة التنافسية لأقطار الوطن العربي واتجاهات حجم الحركة السياحية الدولية والبينية بين الوطن العربي.

#### ١.٣ مبررات الدراسة

استندت الدراسة إلى عدة مبررات تبرز مدى الحاجة لمثل هذه البحوث في النهوض بالقطاع السياحي العربي، وتعزيز السياحة العربية البينية بين الدول العربية؛ وذلك لقلّة الدراسات التي تناولت التقييم العام للسياسات العامة للتنمية السياحية في الوطن العربي، مع الإشارة بوضوح إلى البرامج التنفيذية الخاصة بالتطوير المستدام لخلق منتج سياحي عربي نام . من هذا المنطلق تأتي أهمية هذا البحث كمحاولة في استثمار كافة المقومات السياحية الطبيعية والبشرية التي حباها الله إلى الوطن العربي لتستطيع أن تلحق بركاب الأقاليم السياحية المتقدمة، وتأخذ نصيبها من تطور سوق السياحة العالمية، من خلال التركيز على مؤشرات التنافسية العالمية.

#### ١.٤ أهداف الدراسة

- أ- بيان أهم مؤشرات القدرات التنافسية في مناخ الاستثمار السياحي العربي في ظل العولمة الاقتصادية .
- ب- التعرف على طبيعة العلاقة النسبية بين محددات التنمية السياحية والقدرة التنافسية لأقطار الوطن العربي على الواقع السياحي وترتيبه (رقمياً) ضمن التسلسل العام لدول العالم.
- ج- تشخيص واقع القطاع السياحي العربي بناءً على مؤشرات القدرة التنافسية .

## ١.٥ منهج الدراسة:

تعتمد الدراسة على منهج التحليل الوصفي، في تحديد مفاهيم معايير التنافسية السياحية العالمية والميزة النسبية، ومعطيات مناخ الاستثمار التي أقرها المنتدى الاقتصادي العالمي ( World Economic Forum) في جنيف من خلال تقرير التنافسية العالمي لعام 2017-2019 والذي يقدم كل عامين ومنذ عام 1979 بإصداره وذلك ضمن سياق دراسة تنافسية الدول والعوامل التي تؤثر في التنمية الاقتصادية المستدامة وتحقيق الازدهار الاقتصادي، حيث يعتبر هذا التقرير أداة مهمة لصانعي القرار من القطاعين العام والخاص في تلك الدول بهدف عمل المقارنات مع مختلف الاقتصاديات الإقليمية والعالمية خاصة عند رسم السياسات الاقتصادية في مختلف الميادين.

تهتم الدراسة بإبراز طريقة المقارنة، التي تركز على إجراء المقارنات بين الدول العربية حسب المؤشرات الفرعية لتقرير التنافسية العالمية، بهدف الوصول إلى حكم يتعلق بتشخيص واقع صناعة السياحة في الوطن العربي خلال الفترة 2017-2019، ويرتبط الحكم هنا باستخلاص عناصر التشابه والتباين بين عناصر الظاهرة المدروسة، وتختلف أشكال المقارنة ويتباين مضمونها تبعاً لاختلاف الموضوعات التي تطرقت لها الدراسة، فاستخدمت المقارنة الكيفية و الكمية بين أقطار الوطن العربي.

## ٢. الدراسات السابقة

تتصف الدراسات السابقة التي تناولت موضوع مؤشرات القدرات التنافسية للاستثمار السياحي وفقاً لمؤشر التنافسية العالمي بندرتها على المستوى الدولي والعربي، فمعظم الدراسات التي تناولت الموضوع ركزت على عوامل اقتصادية واجتماعية في القطاع السياحي، دون التطرق إلى معطيات ومكونات تقارير التنافسية العالمية التي تصدر كل عامين، ومدى تأثيرها على الخطط التنموية التي تقود إلى استثمار وتخطيط وتسويق سياحي مستدام، ومن تلك الدراسات التي قدمها (Algieri, B., Aquino, A., & Succurro, M. (2021)). حيث تطرق معالجتهم لموضوع أثر تقارير التنافسية العالمية على معطيات الاستثمار السياحي في أوروبا، حيث تطرق الباحثين إلى ديناميكيات عناصر ومؤشرات تقارير التنافسية العالمية، وأكدوا دور التقارير الدولية في التأثير على حجم النمو في الاستثمارات السياحية والنمو السياحي، كما تطرقوا إلى إعادة النظر في كافة الخطط التنموية التي لم تأخذ بعين الاعتبار متغيرات وعناصر ومؤشرات تقارير التنافسية العالمية.

ناقش كل من فريوند ومارون (Freund, C., and T. Moran (2020))، ولي وآخرون (Lee, C., et al (2018)) ولاكنر وملنوفنك (Lakner, C. and B. Milanovic) دور مؤشرات ومعطيات تقارير التنافسية الدولية كأحد أهم عناصر الاستثمار والتنمية السياحية المستدامة، ومدى التغيرات التي تؤثر في اتخاذ القرار في عملية اختيار الوجهات السياحية، وأثر معطيات ومؤشرات الأداء في إحداث التنمية السياحية المستدامة في المجتمعات المحلية، وأكد هؤلاء أنه في ضوء التزايد المستمر في الأنشطة السياحية في القرن الحالي، وتوجه العديد من الدول نحو صناعة السياحة سيؤدي إلى تعقيدات متباينة في فهم مؤشرات البيئة النسبية والتنافسية في الاستثمار السياحي، خاصة في الدول النامية، بينما تطرق آخرون إلى أهمية فهم معطيات

البيئة التنافسية المؤثرة على التنمية السياحية والمستندة إلى تقارير التنافسية العالمية، مما ينعكس إيجاباً على تحقيق المزايا التنافسية والنسبية في صناعة السياحة والسفر وخاصة في الدول النامية. تشير المناقشة السابقة لأدبيات الدراسة، أن عناصر ومؤشرات تقارير التنافسية العالمية والصادرة عن المؤسسات الدولية والهيئات الأممية تؤثر على التنمية بشكل عام والتنمية السياحية بشكل خاص، كما أشارت تلك الأدبيات إلى عدد من الإيجابيات الناجمة عن فهم مكونات وعناصر تقارير التنافسية العالمية في قطاع الخدمات الأساسية، ونمو حجم الاستثمار السياحي والحركة السياحية، والأمن السياحي، وتأتي هذه الدراسة استكمالاً للدراسات السابقة، في محاولة الكشف عن العلاقة بين مؤشرات تقارير التنافسية العالمية، وحجم الاستثمارات السياحية والتنمية المستدامة والسياحة البيئية في الوطن العربي، من خلال المدخل الشمولي لكافة عناصر الموضوع المشار إليه.

### 3. الإطار المكاني والزمني للدراسة:

يتمثل الإطار المكاني للدراسة بدراسة كافة الأقطار العربية المشاركة في تقارير التنافسية العالمية الصادرة عن المنتدى الإقتصادي العالمي ومنظمة السياحة العالمية وعددها 12 دولة عربية كما يتضح بالشكل (1) الإمارات، قطر، عُمان، البحرين، مصر، المغرب، السعودية، الأردن، تونس، الكويت، لبنان، الجزائر، اليمن، أما باقي الدول العربية لا يتوفر مؤشرات لها على مقياس التنافسية العالمية للظروف الأمنية والسياسية بهذه الدول، وتعتمد الدراسة في إطارها المكاني على تحليل تقرير التنافسية العالمي لعام 2019 وعام 2017، والذي يصدر كل عامين، كما تشير أن تقرير عام 2021 لم يصدر بسبب الظروف الإستثنائية لجائحة كورونا.

#### منطقة الدراسة



المصدر: إعداد الباحثين 2022 باستخدام برمجية ARCGIS10.0

الشكل (1): منطقة الدراسة

## ٤. أهمية صناعة السياحة في الوطن العربي

تمثل السياحة أحد أهم الظواهر الاقتصادية والاجتماعية في القرن الحادي والعشرين، وتحثل السياحة بوصفها قطاعاً إنتاجياً موقعاً مهماً في عالمنا المعاصر، كما يعد قطاع السياحة أسرع القطاعات الاقتصادية من حيث النمو المطرد، وتشير إحصاءات منظمة السياحة العالمية ((World Tourism Organization (WTO)) إلى أن عوائد السياحة على المستوى العالمي زادت بمعدل متوسط بلغ (٥٤%) خلال الفترة الممتدة ما بين الأعوام (٢٠٠٩-٢٠١٩) لتصل إلى 1,481 بليون دولار عام ٢٠١٩، وفي نفس الفترة زاد عدد السياح بمعدل سنوي بلغ (7.8%) ليصل إلى 1,460 مليون سائح، حيث تتوقع منظمة السياحة العالمية التابعة للأمم المتحدة (UNWTO) في ما يتعلق في الاتجاهات السياحية طويلة الاجل، أن يصل عدد الوافدين الأجانب إلى ما يقرب من ١.٨ مليار سائح بحلول عام ٢٠٣٠ (WTO.2021).

وعلى صعيد الناتج المحلي الإجمالي العالمي فإن صناعة السفر والسياحة بلغت نسبته (١٠.٤%) أي ما نسبته (٩.٢) تريليون دولار أمريكي في عام ٢٠١٩، فيما بلغ حجم صادرات السياحة الدولية (١.٧) تريليون دولار لنفس السنة (٦.٨% من إجمالي الصادرات، ٢٧.٤% من الصادرات العالمية للخدمات). (WTTC.2020) ويقدر مستوى التوظيف في اقتصاد السفر والسياحة بـ 334 مليون فرصة عمل، بما نسبته (١٠.٦%) من إجمالي التوظيف؛ ويشكل ذلك وظيفة واحدة من بين كل عشرة وظائف على مستوى العالم، وبحسب توقعات المجلس العالمي للسفر والسياحة سترتفع النسبة إلى ٤٢٥ مليون فرصة عمل بحلول عام ٢٠٣٠ (WTO.2021).

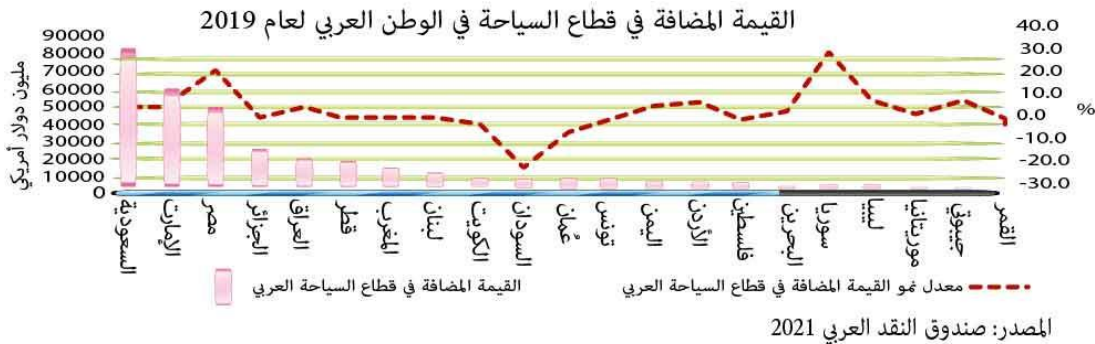
بلغت نسبة مساهمة قطاع السياحة والسفر في الدول العربية بالناتج المحلي الإجمالي في عام ٢٠١٩ حوالي ١١.٤%، وتتمثل الأهمية الاجتماعية والاقتصادية للسياحة The Social Importance of Tourism في تحسين الأحوال المعيشية للسكان من خلال زيادة الدخل وفرص العمل، كما أنها تشجع على دمج المجتمعات المحلية (Community Integration) وتوسيع مشاركة السكان في الأنشطة السياحية، وفي عملية التخطيط السياحي بحيث يتم توسيع إسهامات المجتمعات المحلية (Community Participation) في عمليتي التخطيط والتنمية السياحية، لذلك بدأت العديد من الدول العربية تنظر إلى القطاع السياحي كرافعة اقتصادية مهمة وتضع القطاع السياحي ضمن أولويات التنمية الوطنية كما يتضح بالجدول (١) والذي يبين تنافسية القطاع السياحي ضمن المؤشر العالمي في هذا المجال، إلا أن هناك دولاً عربية أخرى لم تعطي القطاع السياحي أولوية ضمن برامج التنمية القطاعية لديها كما يتضح بالجدول (١).

## الجدول (1): ترتيب أولويات السياحة والسفر

ترتيب أولويات السياحة والسفر		Prioritization of Travel & Tourism	
1	المغرب	26	4 تونس
2	مصر	31	5 لبنان
3	الأردن	32	6 عُمان
4	الإمارات	45	7 الإمارات
5	السعودية	51	8 السعودية
6	البحرين	68	9 البحرين
7	قطر	71	10 قطر
8	الكويت	84	11 الكويت
9	اليمن	122	12 اليمن
10		139	

المصدر: إعداد الباحثين بالاعتماد على بيانات The Travel and Tourism Competitiveness Report 2019

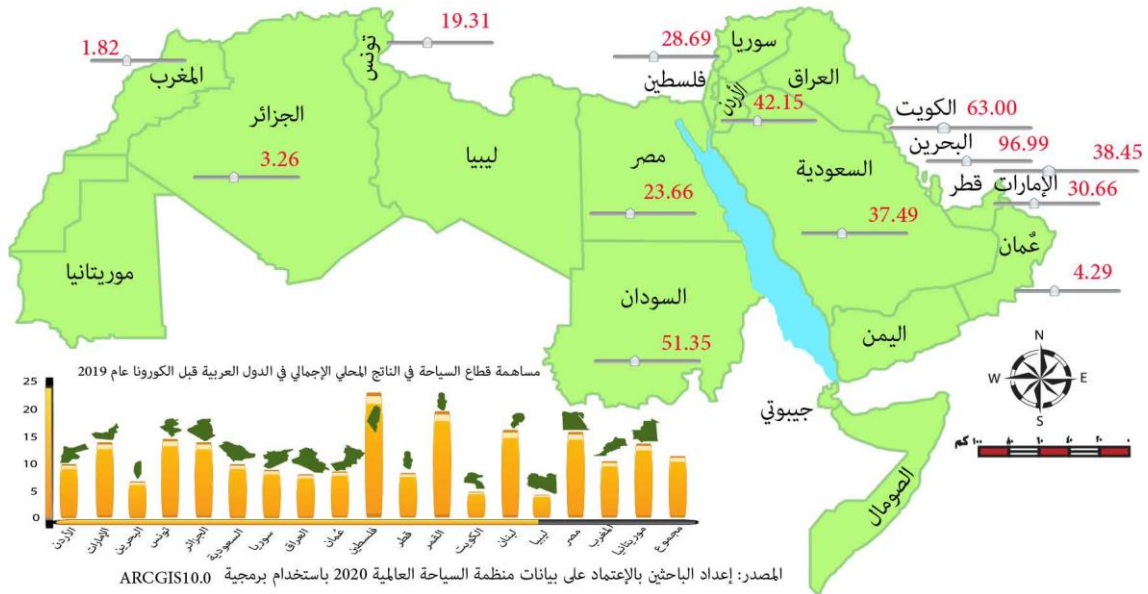
شهدت الفترة التي سبقت الفترة الإستثنائية التي تعرضت لها دول العالم، ومنها الدول العربية إلى جائحة كورونا، نمو وتطور في معدل الدخل السياحي ومدى مساهمته في الناتج المحلي الإجمالي، حيث وصل إلى حوالي 313.6 مليار دولار، وتصدرت السعودية المرتبة الأولى في عام 2019 فقد وصل إلى 79.05 مليار دولار يليها الإمارات 58.2 مليار دولار ومصر 48.3 مليار دولار كما يتضح بالشكل (2).



## الشكل (2): القيمة المضافة في قطاع السياحة في الوطن العربي لعام 2019

تشكل السياحة البنينية العربية عنصر هام في تدعيم أواصر التعاون السياحي العربي المشترك، فقد سجلت البحرين أكبر نسبة للسائحين العرب من إجمالي عدد السائحين الوافدين بنسبة بلغت 97.4 بالمائة خلال عام 2019، كما يتضح بالشكل (3) وتعتمد السياحة البنينية على الموقع الجغرافي وصلة الجوار بين الأقطار العربية.

## نسبة السياحة العربية البينية بين أقطار الوطن العربي لعام 2019



الشكل (3): نسبة السياحة العربية البينية بين أقطار الوطن العربي لعام 2019

تعد السعودية أكثر الدول العربية التي لديها من منشآت تعمل في صناعة السياحة والضيافة، حيث بلغ عدد المطاعم ٥٢ ألف منشأة، كما بلغ عدد شركات نقل الركاب حوالي ٥.٥ ألف شركة عام ٢٠١٩ إضافة إلى ذلك فقد بلغ عدد الفنادق ووكالات السفر والحجز بالسعودية حوال ٧.٦ ألف و ٢.٩ ألف على التوالي خلال عام ٢٠١٩، ونشير هنا إلى تقرير تنافسية القطاع السياحي العالمي والذي يبين ترتيب الدول العربية في البنية التحتية والفوقية الخاصة بالقطاع السياحي، كما يتضح بالجدول (٢).

الجدول (٢): مؤشر البنية التحتية في تقرير التنافسية العالمي لعام 2019

البنية التحتية	البنية التحتية	البنية التحتية	البنية التحتية
1 الإمارات	5 عُمان	9 الأردن	83
2 قطر	6 المغرب	10 تونس	84
3 البحرين	7 مصر	11 لبنان	86
4 السعودية	8 الكويت	12 الجزائر	115

المصدر: إعداد الباحثين The Travel and Tourism Competitiveness Report 2019

تعمل المنشآت العاملة في قطاع السياحة في الدول العربية على توفير عدد كبير من فرص العمل سواء بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، ففي الأردن يوفر قطاع السياحة حوالي ٠.٦ فرصة عمل بطريقة



غير مباشرة مقابل كل فرصة عمل واحدة أي ما يعادل 6 فرص غير مباشرة مقابل 10 فرص مباشرة وفي المغرب، فإن كل فرصة عمل مباشرة في قطاع السياحة يقابلها 1.0 فرصة عمل غير مباشرة، وعند الحديث عن مؤشر تنافسية كفاءة سوق العمل (Labor Market Efficiency) لعام 2019 فإنه يعتبر نقطة من نقاط الضعف المهمة التي تعيق من رفع تنافسية القطاع السياحي في بعض أقطار الوطن العربي، ويعزى ذلك إلى أن أغلب المؤشرات الفرعية المكونة لهذا المحور شهدت تراجعاً في بعض الدول العربية، كما يتضح بالجدول (3) بالإضافة إلى تدني مشاركة المرأة في القوى العاملة، ويعكس هذا المحور فعالية القوة العاملة ومدى توفر المدراء ذوي الخبرة والكفاءة ويقيم طبيعة أثر هجرة الكفاءات إلى الخارج على اقتصاد الدولة المحلي، كما أن هذا المحور يقيس مرونة سوق العمل في توجيه وتوزيع هذه القوى على كافة القطاعات الاقتصادية بالشكل الأمثل وبالطريقة التي تضمن أقصى إنتاجية ممكنة.

### الجدول (3): سوق العمل والموارد البشرية

سوق العمل والموارد البشرية Human Resources and Labour Market											
111	الأردن	10	99	7	المغرب	65	4	عُمان	26	1	الإمارات
116	لبنان	11	101	8	تونس	89	5	مصر	34	2	قطر
139	اليمن	12	102	9	الجزائر	91	6	الكويت	64	3	السعودية

المصدر: إعداد الباحثين بالاعتماد على بيانات The Travel and Tourism Competitiveness Report 2019

تبنت الدول العربية إجراءات ساهمت في تشجيع السياحة الداخلية والخارجية والانفتاح على العالم، حيث اتخذ العديد منها تدابير وسياسات تهدف إلى تحفيز السياحة إلى الدولة، أما بالنسبة للإجراءات والسياسات التي تبنتها الدول العربية لتشجيع السياحة الخارجية، فقد طبق عدد من الدول العربية استراتيجيات وسياسات لتشجيع السياحة الخارجية، بهدف تحفيز المزيد من السائحين من دول العالم للاستمتاع بزيارة الأماكن السياحية والترفيهية التي تتميز بها الدول العربية في هذا الشأن، كما الحال في مؤشر درجة الإنفتاح الدولي في تقرير التنافسية العالمي والذي يبين ترتيب الدول العربية في هذا المؤشر كما يتضح بالجدول (4).

### الجدول (4): الإنفتاح الدولي

الإنفتاح الدولي International Ooenness											
137	السعودية	10	110	7	لبنان	83	4	الإمارات	64	1	قطر
139	الجزائر	11	124	8	مصر	97	5	عُمان	68	2	الأردن
140	اليمن	12	129	9	الكويت	108	6	تونس	80	3	المغرب

المصدر: إعداد الباحثين بالاعتماد على بيانات The Travel and Tourism Competitiveness Report 2019

تظهر التأثيرات الاقتصادية للسياحة في الوطن العربي في توسيع مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي (GDP: Gross Domestic Product)، وزيادة الدخل والمقبوضات السياحية من العملات الصعبة الأجنبية (Foreign Exchange Earnings)، ودعم ميزان المدفوعات الذي يعكس الحسابات القومية للدول العربية، وزيادة إيرادات الدولة من الضرائب والرسوم، ورفع المستوى المعيشي للسكان من خلال زيادة الدخل السياحي، وتحسين الحياة المعيشية للسكان بواسطة دمج المجتمعات المحلية، وتوسيع مشاركتها ومكتسباتها من مشاريع وبرامج التنمية السياحية، والعمل على توسيع التأثيرات المضاعفة (Multiplied Effects) لقطاع السياحة على بقية القطاعات الاقتصادية من خلال تطوير العلاقات والتشابكات الاقتصادية بين السياحة والقطاعات الأخرى، كما يتضح بالشكل (3)

يتبين من ترتيب القطاع السياحي بالدول العربية في مؤشر التنافسية العالمي (Global Competitiveness Index) تراجع تنافسية بعض الدول العربية، وتقدم دول أخرى كما يتضح بالشكل (4)

المقارنة بين مؤشر التنافسية العالمي لقطاع السياحة والسفر في أقطار الوطن العربي للأعوام 2017/2019



الشكل (4): المقارنة بين مؤشر التنافسية العالمي لقطاع السياحة والسفر في أقطار الوطن العربي للأعوام

٢٠١٧/٢٠١٩.

المصدر: إعداد الباحثين بالاعتماد على تقرير التنافسية العالمي 2019، باستخدام ARCGIS10.0 إن الهدف من تعزيز تنافسية القطاع السياحي العربي تحويل الوطن العربي إلى مركز إقليمي وعالمي لرجال الأعمال والاستثمار وتعزيز السياحة البيئية، من خلال الاستمرار في العمل لوضع التنافسية السياحية كعنصر أساسي في برنامج الإصلاح الاقتصادي ورفع من أدائها، والعمل على وضع سياسات

اقتصادية من خلال مركز مستقل يعمل على إنشاء بحوث في المجالات التي تؤثر على طبيعة المنافسة السياحية في الوطن العربي للاستثمار، وتقديم المشورة بشأن إصلاحات اقتصادية في المجالات الحيوية التي تؤثر على البيئة الاستثمارية في القطاع السياحي، والتأثير على السياسات ذات الأهمية التي تؤثر على بيئة الاستثمار السياحي، ويبين الجدول (5) البيئة الاستثمارية في الأعمال السياحية في أقطار الوطن العربي.

الجدول (5): بيئة الأعمال الإستثمارية

بيئة الأعمال الإستثمارية Business Environment	
1	قطر 8
2	الإمارات 9
3	عُمان 19
4	السعودية 22
5	المغرب 38
6	الكويت 55
7	الأردن 56
8	تونس 68
9	مصر 70
10	لبنان 115
11	الجزائر 118
12	اليمن 131

المصدر: إعداد الباحثين بالاعتماد على بيانات The Travel and Tourism Competitiveness Report 2019 يجب تعزيز مفهوم التنافسية السياحية المستدامة والعمل على توطيد الاستثمارات المحلية وجذب الاستثمارات الأجنبية المباشرة، والعمل على قياس القدرة على المنافسة عالمياً بالاستناد إلى تقرير التنافسية الدولي GCR وإصدار مؤشر التنافسية المحلية على مستوى القطر العربي الذي يستند على مسح يجمع آراء المستثمرين والمساعدة في تسريع عجلة التنمية السياحية وخلق فرص العمل من خلال رفع قدرتها التنافسية وتعزيزها، ويوجد سلسلة من الإجراءات يمكن من خلالها تعميق مفهوم التنافسية في القطاع السياحي العربي، وذلك من خلال تفعيل المجلس العربي للتنافسية بمشاركة فاعلة للقطاع الخاص والعام، الأمر الذي من شأنه أن يؤدي إلى مراقبة كلفة الإجراءات والتشريعات المتعلقة بتطوير القطاع السياحي العربي وفق أفضل المعايير الدولية، ويمكن اقتراح عدد من الممارسات المتعلقة بزيادة القدرة التنافسية للقطاع السياحي العربي كما يأتي :

١. إعداد سياسات واستراتيجيات جديدة تتبنى المعايير العالمية لمؤشر التنافسية العالمي، وتعزيز البيئة القانونية والتشريعية لدعم تنافسية القطاع السياحي، وتحديث وتطوير منظومة قوانين السياحة والسفر بما يتواءم والتطورات العالمية في صناعة السياحة الحديثة، ويبين الجدول (٦) تنافسية الدول العربية في تسهيلات السفر والذي يوضح وجود الكثير من القيود في عمليات التنقل بين أقاليم الوطن العربي، وخاصة في مجال النقل الجوي، ويتضح من الشكل ترتيب تنافسية أقطار العالم العربي في مجال النقل الجوي.

٢. تطوير وتحسين قطاع النقل السياحي العربي من خلال تخفيف الأنظمة المطبقة للسماح للنقل السياحي بالعمل داخل المواقع السياحية وفيما بينها، وتجهيزه بأحدث المعدات التكنولوجية في القطاع بالإضافة إلى تلبية احتياجات السياح من الأسواق المستهدفة، ويتضح هذا من الجدول (٦)

الجدول (٦): بيئة الخدمات السياحية وخدمات النقل الجوي

خدمات النقل الجوي Air Transport Infrastructure		بيئة الخدمات السياحية Tourist Service	
4	الإمارات	22	الإمارات
26	قطر	35	السعودية
35	السعودية	38	قطر
47	البحرين	53	البحرين
49	عُمان	68	تونس
55	مصر	71	عُمان
58	المغرب	75	لبنان
70	الأردن	81	الأردن
77	الكويت	95	مصر
80	لبنان	135	اليمن
82	تونس	136	الجزائر

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على بيانات The Travel and Tourism Competitiveness Report 2019

٣. تعزيز تنافسية الضرائب السياحية ورسوم التأشيرات، بالمقارنة مع الوجهات السياحية المنافسة عالمياً، وتحديث معايير الترخيص والتنظيم الخاصة بقطاع السياحة بما في ذلك متطلبات الشركات الناشئة، ومعيقات إنشاء الأعمال أو تنفيذها والتكاليف المفروضة على مؤسسات الأعمال السياحية.

٤. طرح جائزة التميز في الأعمال السياحية بناء على التنافسية العالمية للترويج لأفضل الممارسات وأساليب الإدارة في المنظمات السياحية ومكافأتها، بالتشاور مع ممثلي القطاع السياحي من أجل تحديد احتياجات دعم الأعمال التي تحتل الأولوية .

تصنف مختلف بلدان العالم وفقاً لمعايير محددة ، وعلى أساسها يتم ترتيب قدرة كل بلد في المنافسة السياحية رقمياً مقارنة بغيره من البلدان، ويلاحظ أن هناك علاقة ارتباط مباشرة بين ترتيب التنافسية وحجم تدفقات الاستثمار السياحي، وتتجلى الأهمية الاقتصادية للاستثمار، وعلاقته بالمتغيرات الاقتصادية من خلال الدور الذي يلعبه في مسار النشاط الاقتصادي وتطوره حركياً، ولاسيما وأنه وثيق الارتباط والصلة بصورة مباشرة وغير مباشرة، بمتغيرات الادخار والدخل والاستهلاك، ومستوى التشغيل والبطالة، ومعدل النمو، والتنمية الاقتصادية، ويتجه العالم خلال الفترة القادمة إلى الإهتمام بالصحة العامة والنظافة

والمناطق السياحية المفتوحة خاصة بعد الكورونا، ويظهر الجدول (٧) ترتيب أقطار العالم العربي حسب هذا المعيار.

الجدول (٧): الصحة والنظافة العامة

الصحة والنظافة العامة		Health and Hygien	
1	السعودية 53	9	تونس 80
2	الكويت 57	10	مصر 90
3	لبنان 61	11	المغرب 97
4	الإمارات 66	12	اليمن 107
		5	الأردن 67
		6	قطر 71
		7	عُمان 73
		8	الجزائر 76

المصدر: إعداد الباحثين بالاعتماد على بيانات The Travel and Tourism Competitiveness Report 2019

إن من أبرز معطيات التنمية السياحية في الوطن العربي اتساع رقعة تحرير تجارة الخدمات حول العالم بما فيها الخدمات السياحية، مما يفرض علينا المزيد من الانفتاح وتحرير القوانين والتشريعات، والوطن العربي فيه من المقومات السياحية الطبيعية والحضارية التي لا تتوافر في أي بقعة أخرى حول العالم، فالوطن العربي همزة الوصل بين كل القارات، ومهد الحضارات وتراث الديانات وتتنوع جغرافي فريد، ولكن تشير معايير التنافسية العالمية إلى عدم الإستثمار الأمل لهذه المقومات في بعض الدول كما يتضح بالجدول (٨).

## الجدول (8): مؤشرات تنافسية قطاع السياحة والسفر في الوطن العربي

مؤشرات تنافسية قطاع السياحة والسفر في الوطن العربي  
The Travel and Tourism Competitiveness Report 2019

المصادر الطبيعية Natural Resources		المصادر الثقافية Cultural Resources	
69	مصر	22	مصر
90	تونس	45	الإمارات
103	الإمارات	47	المغرب
108	عُمان	51	الجزائر
119	الأردن	54	عُمان
126	الجزائر	58	السعودية
130	لبنان	90	تونس
133	السعودية	92	قطر
135	اليمن	93	لبنان
136	قطر	101	الأردن
137	الكويت	127	الكويت

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على بيانات

The Travel and Tourism Competitiveness Report 2019

من المؤشرات الهامة وفق التنافسية العالمية Global Competitiveness، معيار الجاهزية التكنولوجية، والذي يعكس قدرة الدولة على النمو السياحي والوصول للأسواق العالمية، ويختص بقياس الأهمية النسبية لقطاع التكنولوجيا، الربط بشبكة الإنترنت، عدد أجهزة الحاسوب المستخدمة، كثافة استخدام خطوط الهاتف النقال، عدد الهواتف الثابتة لكل ألف شخص ويمنح وزن 50% من المؤشرات، كما يتضح بالجدول (9)، وتعتبر المملكة العربية السعودية في (المرتبة أداءها في ويمكن أن يعزى، من الاقتصادات الأكثر تمواً 63 عالمياً) واحدة أكثر إلى التحسن في الاهتمام في صناعة السياحة والسفر، وأصبحت بيئة الأعمال كثير من الأحيان انفتاحاً للمنافسة والاستثمار، أيضاً تعتبر الموارد الثقافية والتراث الحضاري عنصر قوة في السعودية حيث تم تسجيل تسعة مواقع للتراث الثقافي العالمي.

تحتل جمهورية مصر العربية المرتبة تحتل 75 على، والمملكة الأردنية الهاشمية 74 في الترتيب الدولي لتكنولوجيا المعلومات خطوات واسعة في تحسين جاهزيته حيث حققت المملكة الأردنية المستوى الدولي والاتصالات

## الجدول (٩) جاهزية تكنولوجيا الأعمال

جاهزية تكنولوجيا الأعمال ICT Readiness											
89	الجزائر	10	72	المغرب	7	46	عُمان	4	4	الإمارات	1
92	لبنان	11	80	تونس	8	50	السعودية	5	24	البحرين	2
130	اليمن	12	86	مصر	9	65	الأردن	6	39	الكويت	3

المصدر: إعداد الباحثين بالاعتماد على بيانات The Travel and Tourism Competitiveness Report 2019

يتبين من تحليل محور كفاءة الأسواق السلعية (Goods Market Efficiency) في مؤشر التنافسية العالمي لعام ٢٠١٩، تراجع العديد من الأقطار العربية وتقدم بعضها كما يتضح بالجدول (١٠) ويعود هذا حسب مؤشر عبء الإجراءات الجمركية والضرائب والسياسة السعرية من الجدير ذكره أن هذين المؤشرين مستمدان من نتائج مسح الآراء لقادة الرأي في القطاع الخاص في الوطن العربي من رجال أعمال ومدراء عامين.

## الجدول (١٠): مؤشرات تنافسية قطاع السياحة والسفر في الوطن العربي

مؤشرات تنافسية قطاع السياحة والسفر في الوطن العربي  
The Travel and Tourism Competitiveness Report 2019

البيئة المستدامة Environmental Sustainability		التنافسية السعرية Price Competitiveness	
31	مصر	3	مصر
41	الإمارات	12	تونس
44	المغرب	17	اليمن
46	تونس	18	قطر
54	قطر	21	السعودية
57	عُمان	28	البحرين
60	الأردن	31	عُمان
104	الكويت	46	المغرب
108	السعودية	50	الكويت
133	الجزائر	64	الإمارات
138	اليمن	83	الأردن

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على بيانات  
The Travel and Tourism Competitiveness Report 2019

حجم السوق (Market Size) في مؤشر التنافسية الدولية لعام ٢٠١٩ ومن الجدير ذكره هنا أن الحل الأمثل لأقطار الوطن العربي هو التوجه إلى الأسواق السياحية الغير تقليدية لتوسيع السوق أمام المنتج السياحي العربي، وذلك لمحدودية السوق المحلية لكل دولة على حدا، ويعكس هذا المحور مدى توافر المنافسة الصحية بين الشركات السياحية المحلية، كما يعكس دور الدولة في إيجاد التسهيلات السياحية حتى تتمكن المقومات السياحية من الوصول إلى الأسواق العالمية و تنافس نظيراتها من المواقع السياحية الأخرى، هذا بالإضافة إلى تسليط الضوء على طبيعة السياحة الداخلية وتطورها في الوطن العربي ، مع

الأخذ بعين الإعتبار هاجس الأمن السياحي ويتضح من خلال تحليل المؤشرات الأمنية الخاصة بالتنافسية وجود اختلافات واضحة بين الأقطار العربية حيث تعد سلطنة عمان والإمارات العربية المتحدة و السعودية وقطر من بين أكثر حيث تتباين الدول العربية في هذا ١٠ بلدان في العالم من الناحية الأمنية الجانب بشكل واضح كما يظهر بالجدول (١١).

#### الجدول (١١): الأمن السياحي

Safety and Security		الأمن السياحي	
1	عُمان	3	5
2	الإمارات	7	6
3	قطر	11	7
4	السعودية	23	8
9	الجزائر	53	9
10	تونس	90	10
11	مصر	112	11
12	لبنان	113	12
28	المغرب	28	5
32	البحرين	32	6
44	الكويت	44	7
48	الأردن	48	8

المصدر: إعداد الباحثين بالاعتماد على بيانات The Travel and Tourism Competitiveness Report 2019

#### ٥. النتائج والتوصيات

توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج التي تقضي إلى أن مناخ التنمية والاستثمار السياحي في الوطن العربي، وفقاً لمؤشرات تقرير التنافسية العالمي لعام ٢٠١٩ مما يتطلب توفير مجموعة من المحددات في ظل العولمة الاقتصادية القائمة على المنافسة الدولية لجذب الاستثمارات الأجنبية وتحقيق التنمية المستدامة وتعزيز السياحة البيئية، وهذه النتائج هي في حقيقة الأمر متداخلة مع توصيات الدراسة، حيث إن تحليل معايير التنافسية في أقطار العالم العربي ليست هدفاً في حد ذاته، وإنما هي وسيلة وأداة تنمية لرفع الكفاءة وتحقيق التحسين والتنافسية في صناعة السياحة في العالم العربي، بهدف تعظيم الإيجابيات ونقاط القوة في القطاع السياحي في كل دولة عربية ومعالجة الإشكاليات وجوانب الضعف في بعض أطراف صناعة السياحة مما يسهم في تبني السياسات والاستراتيجيات المستدامة في تطوير قطاع صناعة السياحة، وجعلها أداة لتوفير مستقبل أكثر استقراراً.

أصبح قياس تنافسية السياحة والسفر في الوطن العربي من المؤشرات الهامة التي تبين القوة الاقتصادية التي يمثلها قطاع صناعة السياحة والسفر في الوقت الحاضر؛ لما للقطاع السياحي من أهمية في توليد فرص العمل، والقضاء على البطالة، وتوفير العملات الصعبة، التي تسهم في دعم اقتصاديات الدول بشكل مباشر، لذا فإن تشخيص واقع القطاع السياحي العربي بالاعتماد على مؤشرات عالمية للتنافسية السياحية، والإستفادة من معاييرها حتى تتمكن من تحقيق التطور والنمو المستدام في صناعة السياحة والسفر، لما لها من آثار على النواحي الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والبيئية للمجتمعات



- إن تحليل معايير التنافسية في أقطار العالم العربي ليست هدفا في حد ذاته، وإنما هي وسيلة وأداة تنمية لرفع الكفاءة وتحقيق التحسين والتنافسية في صناعة السياحة في العالم العربي، بهدف تعظيم الإيجابيات ونقاط القوة في القطاع السياحي في كل دولة عربية ومعالجة الإشكاليات وجوانب الضعف في بعض أطراف صناعة السياحة مما يسهم في تبني السياسات والاستراتيجيات المستدامة في تطوير قطاع صناعة السياحة، وجعلها أداة لتوفير مستقبل أكثر استقراراً من أهم نتائج وتوصيات الدراسة ما يلي :
1. الاستقرار الاجتماعي والسياسي معتمداً على نظام سياسي مؤسسي واضح معززاً بسلطة القانون في ظل النظام الديمقراطي القائم على التعددية السياسية ومنظمات المجتمع المدني والتداول السلمي للسلطة.
  2. وجود بنية تشريعية وقضائية تتميز بالبساطة والوضوح وعدم التناقض في القوانين المتزامن مع قضاء عادل يمارس نشاطه بشفافية وسرعة في الفصل بين المتنازعين.
  3. توفير بنية أساسية ومعلوماتية متطورة، وتسهيل إجراءات تأسيس وتسجيل المشاريع الاستثمارية واختصار الخطوات البيروقراطية لكل ما يتعلق بالنشاط الاقتصادي، وتطوير مستوى التعليم والمهارات الفنية وتقنيات المعلومات لليد العاملة في مختلف المجالات سواءً كانت مهارات (إدارية- فنية- تقنية- تسويقية).
  4. تبين من النتائج أن هناك علاقات سببية مباشرة بين توفر محددات مناخ الاستثمار والقدرة التنافسية لأي بلد لجذب الاستثمارات الأجنبية المباشرة، أي أن البلدان التي تتميز بتوفر محددات مناخ الاستثمار تحصل على المراكز الأولى في التنافسية والعكس من ذلك البلدان التي تتسم بضعف محددات مناخ الاستثمار.

#### 6. التوصيات

تتمحور التوصيات بالعمل على قياس القدرة على المنافسة عالمياً بالاستناد إلى تقرير التنافسية الدولي GCR وإصدار مؤشر التنافسية المحلية على مستوى القطر العربي الذي يستند على مسح يجمع آراء المستثمرين والمساعدة في تسريع عجلة التنمية السياحية وخلق فرص العمل من خلال رفع قدرتها التنافسية وتعزيزها، وتفعيل المجلس العربي للتنافسية بمشاركة فاعلة للقطاع الخاص والعام، الأمر الذي من شأنه أن يؤدي إلى مراقبة كلفة الإجراءات والتشريعات المتعلقة بتطوير القطاع السياحي العربي وفق أفضل المعايير الدولية

إعداد الأدلة الإجرائية للاستثمار بالمواقع السياحية العربية، وإعداد خرائط سياحية للوطن العربي تبين التوزيع الجغرافي للمواقع السياحية، حسب أنماط السياحة المعروفة دولياً ( البيئية ، العلاجية ، الدينية ، الثقافية... الخ ) ، وإنشاء شركات تنمية سياحية عربية مشتركة، والتنسيق مع المؤسسات المالية لتمويل المشاريع السياحية، وإعداد قاعدة بيانات للمواقع القابلة للنمو السياحي والشركات الاستثمارية بالمنشآت السياحية.

تفعيل دور مشترك بين الغرف التجارية والهيئات التنظيمية السياحية في الوطن العربي، من خلال دعم لمناخ الاستثمار السياحي بما ينعكس على سهولة إقامة المنشآت السياحية وإقامة ملتقى سنوي لعرض المشاريع السياحية، من خلال تقديم التسهيلات الجمركية للاستثمار السياحي، وتنسيق القوانين والأنظمة والتشريعات الخاصة بالاستثمار في قطاع السياحة، وإنشاء لجان عربية معنية بالسياحة والتنسيق بينها وبين الغرف الصناعية والتجارية ولجان السياحة في الوطن العربي، والعمل على مساواة المستثمرين السياحيين العرب والأجانب من حيث الحوافز التشجيعية.

### المراجع

- Algieri, B., Aquino, A., & Succurro, M. (2021). International competitive advantages in tourism: An eclectic view. *Tourism Management Perspectives*, 25, 41–52.
- Andrades, L., & Dimanche, F. (2019). Destination competitiveness and tourism development in Russia: Issues and challenges. *Tourism Management*, 62, 360–376.
- Bagheri, M., Shojaei, P., & Kiani, M. (2016). Explanation an interpretive structural model of travel and tourism competitiveness indicators (Case study: Fars province). *Tourism Planning and Development*, 5(18), 137–157.
- Balan, D., Balaure, V., & Veghes, C. (2019). Travel and tourism competitiveness of the world's top tourism destination: An exploratory assessment. *Annales Universitatis Apulensis Series Oeconomica*, 11(2), 979–987.
- Ballis, A., & Mavrotas, G. (2007). Freight village design using the multicriteria method PROMETHEE. *Operational Research an International Journal*, 7(2), 213–232.
- Bazleh, A. (2018). Explaining the geographical peace foundations in the Middle East (case Study: Iran, Turkey and Saudi Arabia). *Geopolitics Quarterly*, 13(47), 79–102.
- Boujelben, M. A. (2016). A unicriterion analysis based on the PROMETHEE principles for multicriteria ordered clustering. *Omega*. doi:10.1016/j.omega.
- Caterino, N., Iervolino, I., Manfredi, G., & Cosenza, E. (2008, October 12–17). A comparative analysis of decision making methods for the seismic retrofit of RC buildings. *The 14th world conference on earthquake*

- engineering, Beijing. Cavallaro, F., & Ciraolo, L. (2005). A multi-criteria approach to evaluate wind energy plants on an Italian island. *Energy Policy*, 33, 235–234.
- Kabir, G., & Sultana Sumi, R. (2014). Power substation location selection using fuzzy analytic hierarchy process and PROMETHEE: A case study from Bangladesh. *Energy XXX*, 1–14. Karimipour, Y., Rabie, H., & Ahamd
  - Nazmfar, H. (2012). An analysis of urban system with emphasis on entropy model (Case study: The cities of east Azerbaijan Province). *Indian Journal of Science and Technology*, 5(9), 3340–3344.
  - Nazmfar, H. (2017). Urban development predictions direction of using a combination GIS and Bayesian the probabilistic model (case study: Ardabil). *Human Geography Research Quarterly*, 49, 357–370.
  - Nazmfar, H., Alavi, S., Eshgi, A., & Feizizadeh, B. (2019). Vulnerability evaluation of urban buildings to various earthquake intensities: A case study of the municipal zone 9 of Tehran. *Human And Ecological Risk Assessment: An International Journal*. doi:10.1080/10807039.2018.1556086 Nikolic, D.



**Journal of Association of Arab Universities  
for Tourism and Hospitality (JAAUTH)**

journal homepage: <http://jaauth.journals.ekb.eg/>



**Analysis of indicators of global tourism competitiveness and their impact on the development of inter-Arab tourism (a field study)**

Prof. Ibrahim Bazazo – Faculty of Tourism and Hospitality – University of Jordan  
Aqaba branch i.bazazo@ju.edu.jo

Dr. Ranea Qaddhat – Faculty of Tourism and Hospitality – University of Jordan  
Aqaba branch r.qaddahat@ju.edu.jo

**ARTICLE INFO**

**ABSTRACT**

**Keywords:**

tourism investment,  
global competitiveness  
index, economic  
freedom, sustainable  
investment,  
comparative advantage

(JAAUTH)

**Vol. 22, Issue 3, (june  
2022),  
PP.191 –211.**

The components of the research, with its methodological and strategic approach, reflect the principle of comprehensiveness and complementarity of the process of diagnosing the reality of indicators of competitiveness for tourism development in the Arab world, according to the Global Competitiveness Index for 2019, knowing that the exceptional period represented by the events of the Corona pandemic was excluded, to reveal weaknesses and strengths to reach sustainable development for the tourism sector in the Arab world. The research combined theory and practice, as it includes a theoretical framework that deals with the reality of Arab tourism development, and a practical application that contributes to setting executive procedures for the advancement of the various components of the tourism industry in the Arab world, with an emphasis on sustainability factors, with a clear reference to several international reports issued by organizations An economist interested in the global

tourism sector, which led to the development of a general perception of the reality of diagnosing the tourism sector in the Arab world, which contributed to identifying the most important problems that it suffers from, in preparation for the development of practical operational procedures that can be implemented in practice, which contribute to treating the problems that stand as stumbling blocks in front of the development of the tourism sector in the Arab world. The study concluded the importance of Arab countries' follow-up to global competitiveness reports, which constitute an important element in addressing the problems of developing their tourism sector by maximizing strengths and addressing weaknesses.

---