

## تحليل التنافسية السياحية لدولة الإمارات العربية المتحدة وفقاً لمؤشر

المنتدى الاقتصادي العالمي (دافوس) خلال المدة (٢٠١٥-٢٠١٩)\*

م.م مصعب عبدالعالي ثامر حسين أ.د. عدنان فرحان عبدالحسين

جامعة البصرة

جامعة البصرة

كلية الإدارة والاقتصاد

كلية الإدارة والاقتصاد القرنة

adnan352000@yahoo.com

musababd1980@gmail.com

### المستخلص:

لقد أصبحت السياحة صناعة عالمية تتميز بحركة سريعة على المستوى الوطني والعالمي، الأمر الذي جعلها تحظى بإهتمام العديد من دول العالم لتحقيق مردودات مالية كبيرة، وبهذا فقد حاولنا في هذه الدراسة تحليل القدرة التنافسية للقطاع السياحي في دولة الإمارات العربية ومدى تنافسيتها عالمياً. إذ تكون هيكل البحث من من مقدمة وثلاثة محاور، تناول المحور الأول التنافسية السياحية (المفهوم والمؤشرات)، أما المحور الثاني تحدث عن الأهمية الاقتصادية للسياحة في دولة الإمارات العربية، فيما تناول المحور الثالث تحليل مؤشرات تنافسية القطاع السياحي في دولة الإمارات ضمن مؤشر التنافسية السياحية الصادر عن المنتدى الاقتصادي العالمي للمدة (٢٠١٥-٢٠١٩). إذ توصلت الدراسة أن دولة الإمارات العربية تمتلك قدرة تنافسية عالية في كل من مؤشر بيئة العمل، والأمن والسلامة، والموارد البشرية وسوق العمل، وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، والبنية التحتية للنقل الجوي، والبنية التحتية للخدمات السياحية، والبنية التحتية للنقل البري والبحري، والاستدامة البيئية، مما يعني إثبات فرضية الدراسة التي تنص على أن ارتفاع مستوى محددات القدرة التنافسية للقطاع السياحي في دولة الإمارات العربية قد أدى إلى ارتفاع مؤشرات القدرة التنافسية لها مقارنةً بالدول العربية والعالمية.

**الكلمات الدالة:** التنافسية السياحية، القطاع السياحي الإماراتي، مؤشر البيئة التمكينية، مؤشر السياسات والظروف التمكينية، مؤشر البنية التحتية، مؤشر الموارد الطبيعية والثقافية.

\* بحث مستل عن اطروحة الدكتوراه الموسومة (تحليل وقياس القدرة التنافسية للقطاع السياحي في دول عربية مختارة مع إمكانية الاستفادة منها في العراق) العائدة للباحث م.م مصعب عبدالعالي ثامر

## **Analysis of the tourism competitiveness of the United Arab Emirates according to the index of the World Economic Forum (Davos) during the period (2015-2019)**

Assistant teacher: Musab Abdul-Aali Thamer Hussain

Prof. Dr.: Adnan Farhan Abdul-Hussain Al-Jourani

**University of Basra/College of Administration and Economics**

### **Abstract**

Tourism has become a global industry characterized by rapid movement at the national and global level, which made it gain the attention of many countries of the world to achieve great financial returns. Thus, we have tried in this study to analyze the competitiveness of the tourism sector in the United Arab Emirates and the extent of its global competitiveness. From an introduction and three axes, the first axis dealt with tourism competitiveness (concept and indicators), while the second axis talked about the economic importance of tourism in the United Arab Emirates, while the third axis dealt with the analysis of competitive indicators of the tourism sector in the UAE within the tourism competitiveness index issued by the World Economic Forum For the period (2015-2019). The study found that the United Arab Emirates has a highly competitive ability in the work environment index, security and safety, human resources and the labor market, information and communication technology, air transport infrastructure, tourism services infrastructure, land and sea transport infrastructure, and environmental sustainability. It means to prove the hypothesis of the study, which states that the high level of determinants of competitiveness of the tourism sector in the United Arab Emirates has led to the improvement of its competitiveness indicators compared to Arab and international countries.

## مقدمة

تعد التنافسية السياحية بمفهومها العام معياراً لتقييم الأداء النسبي للدول مقارنةً بغيرها من الدول الأخرى، وذلك من أجل الوقوف على جوانب القوة والضعف لها في مجال السياحة. وعليه تم التركيز على تجربة دولة الإمارات العربية التي تعد نموذجاً ناجحاً في مجال قطاعها السياحي التي تمكنت من الانتقال التدريجي من الاقتصاد القائم على النفط إلى اقتصاد متنوع تساهم فيه قطاعات الإنتاج والخدمات غير النفطية بنسب إسهام جيدة في الناتج المحلي الإجمالي، ومن بين هذه القطاعات القطاع السياحي الذي شهد تطوراً كبيراً وأصبح من أهم موارد الدخل الوطني، فأبدت اهتماماً كبيراً بهذا القطاع من خلال بنية تحتية متطورة وبيئة أعمال جيدة استطاعت استقطاب العديد من الاستثمارات ومستوى تكنولوجي متقدم وغيرها من المؤشرات الأخرى التي ارتقت بها دولياً واستطاعت أن تكون الدولة الأكثر جذباً للسياح عربياً وعالمياً.

## أهمية البحث:

تتجلى أهمية البحث في تسليط الضوء على وضع القدرة التنافسية للقطاع السياحي الإماراتي، ومعرفة مكامن القوة التي يتميز فيها.

## مشكلة البحث:

ما الوضع التنافسي للقطاع السياحي في دولة الإمارات العربية في ضوء مؤشرات التنافسية السياحية الصادرة من قبل المنتدى الاقتصادي العالمي للسياحة والسفر؟

## هدف البحث: يهدف البحث إلى تحقيق مايلي:

١. توصيف المؤشرات الرئيسية لدولة الإمارات العربية المتحدة في تقرير التنافسية العالمية للسياحة والسفر للمدة (٢٠١٥-٢٠١٩).

٢. القيام بدراسة تحليلية وصفية للارقام التي تعكس منجزات دولة الإمارات العربية في قطاعها السياحي خلال فترة البحث.

### **فرضية البحث**

وللإجابة على تساؤل الإشكالية وضعنا الفرضية التالية: إن ارتفاع مستوى محددات القدرة التنافسية للقطاع السياحي في دولة الإمارات العربية قد أدى إلى ارتفاع مؤشرات القدرة التنافسية لها مقارنةً بالدول العربية والعالمية.

**الحدود الزمنية للبحث :** يغطي البحث المدة الزمنية (٢٠١٥-٢٠١٩) كونها المدة التي حصل فيها إعادة توزيع المعايير المعتمدة على أربعة مؤشرات رئيسة هي) مؤشر البيئة التمكينية، مؤشر السياسات والظروف التمكينية، مؤشر البنية التحتية، مؤشر الموارد الطبيعية والتاريخية) بدلاً من ثلاثة مؤشرات كما كانت في تقارير كل من (٢٠٠٧، ٢٠٠٩، ٢٠١١، ٢٠١٣).

### **نطاق البحث:**

يشتمل مجتمع البحث دولة الإمارات العربية، ويعود السبب في الاختيار إلى أنها حصلت على مراتب جيدة عربياً وعالمياً في البعض من مؤشرات التنافسية، وتم الحصول على البيانات المستخدمة في البحث من التقارير الدولية الصادرة عن المنتدى الاقتصادي العالمي، كما اعتمدت تقارير منظمة السياحة العالمية، فضلاً عن بيانات البنك الدولي، والبيانات المحلية الخاصة بدولة الإمارات.

**منهجية البحث:** تمت الدراسة بالاعتماد على: المنهج الوصفي والتحليلي، إذ يتعلق المنهج الوصفي بالإطار النظري من خلال تغطية ما يتعلق بمفهوم التنافسية والتنافسية السياحية، ومؤشرات قياسها، أما المنهج التحليلي فيتعلق بالجانب التطبيقي للدراسة من خلال تحليل واقع التنافسية السياحية في دولة الإمارات.

### **هيكل البحث:** ينقسم البحث إلى المحاور التالية:

المحور الأول: التنافسية السياحية (المفهوم والمؤشرات).

المحور الثاني: الأهمية الاقتصادية للسياحة في دولة الإمارات العربية.

المحور الثالث: تحليل مؤشرات تنافسية القطاع السياحي لدولة الإمارات ضمن مؤشر التنافسية السياحية.

## المحور الأول (١-١): التنافسية السياحية (المفهوم، والمؤشرات)

### أولاً: مفهوم التنافسية السياحية

أن التعاريف المقدمة لمصطلح التنافسية السياحية تختلف باختلاف الهيئات والمنظمات وباختلاف مستوياتها، كما وأصبحت التنافسية السياحية في الأونة الأخيرة أمراً حتمياً نتيجة تزايد الاتجاه نحو العولمة (Globalisation) ليس على مستوى صناع السياحة فحسب بل أصبحت ملحة تثير إهتمام البلدان المتقدمة والنامية على حد سواء. عرفت التنافسية السياحية وفقاً للمنظمة العالمية للسياحة والسفر على إنها الزيادة في الإنتاج والتحسين في نوعية السلع والخدمات بما يرضي أذواق المستهلكين (الحداد، ٢٠١١: ٣). كما عرفت التنافسية السياحية وفقاً لمنهجية المنتدى الاقتصادي العالمي للسياحة والسفر على أنها تعظيم مستوى الإنتاج والقيمة المضافة في قطاع السياحة والسفر من خلال الاستثمارات في هذا القطاع، واختراق وتسويق البلد في عدد كبير من دول العالم وتحويل الميزة النسبية إلى ميزة تنافسية، فضلاً عن تقديم خدمات سياحية ذات مستوى جيد من التقنية والجودة يتماشى مع متطلبات العولمة (كافي، ٢٠١٦، ١٥). كما تعرف أيضاً على أنها قدرة المؤسسات المنتمية لقطاع السياحة في بلد ما على تحقيق نجاح وتميز مستمر في السوق الدولية من غير الإعتماد على الدعم والحماية الحكومية، بالتالي هذا ما يميز تلك الدول في هذا القطاع (جليلي، وآخرون، ٢٠٠٨: ٢٦).

### ثانياً: المؤشرات العالمية لقياس التنافسية السياحية

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

هو مؤشر التنافسية العالمى للسياحة والسفر (TTCI)، إذ يُعد عبارة عن دراسة تصدر من قبل المنتدى الإقتصادى العالمى (WEF) World Economic Forum، ضمن تقرير سنوى يطلق عليه (تقرير التنافسية العالمى للسياحة والسفر) ىمئل هذا التقرير معياراً لتقىيم الأداء للدول مقارنةً بغيرها من دول العالم، إذ صدر أول تقرير عن المنتدى الإقتصادى العالمى حول السياحة والسفر عام (٢٠٠٧) وشاركت فىه (١٠) بلدان عربية ىبىن من خلاله تحليل النتائج مدى تقدم أو تراجع مرتبة الدولة فى تنافسية السياحة والسفر، والمؤشرات والمتغىرات التى أدت إلى التقدم أو التراجع فى القطاع السياحى، من أجل الوقوف على نقاط القوة والضعف لهذه الدول فى قطاعها السياحى، بالتالى يكون الهدف من إعداد هذا التقرير هو قىاس وتحدد العوامل والسىاسات التى تعمل على تطوير القطاع السياحى. وىعتمد التقرير فى قىاسه وتحليله للتنافسية السياحية على نوعىن من البىانات هى ( Calderwood 2019:86):

- أ - البىانات الكمية (Quantitative Data): وهى البىانات التى ىتم الحصول عليها من خلال النشرات الإحصائية المحلية والدولية المنشورة.
- ب - البىانات النوعية (Qualitative Data): وهى البىانات التى ىتم الحصول عليها من خلال المسح الميدانى (Opinion Survey) الذى ىعتمد على آراء وملاحظات رجال الأعمال وصناع القرار فى الدول المشاركة وىتم اختىارهم بناء على أسس معينة تحدد من قبل المنتدى.

تبرز أهمية هذا التقرير فى كونه ىصنف الدول فى مؤشرات تعبر عن مدى توفر البىئة الداعمة للسياحة من خلال الإجراءات والنظم والبنى التحتية والموارد البشرية والطبىعية وغيرها. إن المتتبع لتقارير القدرة التنافسية للسياحة والسفر سوف ىجد اختلاف فى تقسىمات مؤشرات هذه القدرة، إذ نلاحظ فى تقارير الأعوام (٢٠٠٧-٢٠٠٧)

## تحليل التنافسية السياحية لدولة الامارات العربية المتحدة وفقاً لمؤشر المنتدى الاقتصادي العالمي (دافوس)

٢٠١٣) ثلاثة مؤشرات رئيسية هي: الإطار التنظيمي والقانوني، البنية التحتية وبنية الأعمال، الموارد الطبيعية البشرية والثقافية وكما موضح في الشكل (١).

شكل ١- هيكل مؤشرات القدرة التنافسية للسياحة والسفر حسب التقرير العالمي (٢٠٠٧-٢٠١٣)

الموارد الطبيعية، البشرية، الثقافية	البنية التحتية وبيئة الأعمال	الأطر التنظيمي والقانوني
<ul style="list-style-type: none"> <li>الموارد البشرية</li> <li>الإفتاح على السياحة الوطنية</li> <li>الموارد الطبيعية</li> <li>الموارد الثقافية</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>البنية الأساسية للنقل البري</li> <li>البنية التحتية للسياحة</li> <li>البنية الأساسية للاتصالات والمعلومات</li> <li>تنافسية الأسعار</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>سلسلة الموانئ والتعليقات</li> <li>الأمن والسلامة</li> <li>معيار الصحة والسلامة</li> <li>أولويات السياحة والسفر</li> </ul>

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

أما بالنسبة للتقارير الأخرى التي صدرت بعد عام ٢٠١٣ منها تقارير (٢٠١٥، ٢٠١٧، ٢٠١٩)، فإنها قسمت مؤشرات القدرة التنافسية للسياحة والسفر إلى (٤) مؤشرات رئيسية و (١٤) مؤشر فرعي كما هو مبين في الشكل أدناه:

شكل ٢- هيكل مؤشرات القدرة التنافسية للسياحة والسفر حسب التقرير العالمي للعام ٢٠١٥

البنية التحتية	السياحة والظروف السكنية	الموارد الطبيعية والثقافية	البنية التحتية
<ul style="list-style-type: none"> <li>بنية النقل</li> <li>السلامة والأمن</li> <li>النظافة والصحة</li> <li>الموارد البشرية وسوق العمل</li> <li>المعاملة كالتجربة للمدن والاتصالات</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>تجديد أولويات السفر والسياحة</li> <li>الإفتاح الدولي</li> <li>القدرة التنافسية السعوية</li> <li>الاستدامة البيئية</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>الموارد الطبيعية</li> <li>الموارد الثقافية</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>البنية الأساسية للنقل البري والبحري</li> <li>البنية التحتية للنقل الجوي</li> <li>البنية التحتية للخدمات السياحية</li> </ul>

Source: World Economic Forum,(2017) Report The Travel & Tourism Competitiveness, Geneva , P16.

بالتالي من خلال هيكل مؤشرات القدرة التنافسية للسياحة والسفر كما في الشكل أعلاه قام المنتدى الاقتصادي العالمي بتحديد أهم محددات القدرة التنافسية للقطاع السياحي من خلال (١٤) عموداً اطلق عليها بالأعمدة الاربعة عشر للتنافسية السياحية (The 14 Pillars of Competitiveness) وهذه الأعمدة هي (Calderwood,2019:86-89):

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

**العمود الثاني- الأمن والسلامة:**تعد كل من السلامة والأمن ركيزة اساسية في تحديد القدرة التنافسية في قطاع السياحة أو التنافسية الدولية, فالمستثمر والسائح يريدان بدايةً أن يكون الأمن والسلامة في البلد سواء كان للسياحة أو للاستثمار,بالتالي هي تأخذ بنظر الاعتبار إنتشار الجريمة والعنف,وكذلك الإرهاب,وإلى أي مدى يمكن الاعتماد على أجهزة الشرطة في توفير الحماية من الجريمة.

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

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

**العمود الخامس- جاهزية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات:**يتم من خلال هذا العمود تحديد نقاط قوة وضعف الدول في مجال جاهزية تكنولوجيا المعلومات



والاتصالات، وكذلك تقييم مدى تقدمها في هذا الاتجاه التي تعد من الضروريات لراحة السائح.

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

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

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

**العمود التاسع- الاستدامة البيئية:** إن تعزيز الاستدامة البيئية هي ميزة تنافسية مهمة في ضمان جاذبية البلد في المستقبل من أجل توفير موقعاً جذاباً وسياحياً، بالتالي يأخذ هذا العمود بنظر الاعتبار موارد الغابات، وتقييم حالة المياه، وضغط الصيد الساحلي، وأولويات التنمية المستدامة في استراتيجيات الحكومة.

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

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

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

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

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

وعلى الرغم من وصفنا للأعمدة الأربعة عشر بشكل منفصل إلا أننا فعلنا ذلك لأغراض توضيحية فقط ، وهذا يجب أن لا يحجب حقيقة أن هذه العوامل ليست

## تحليل التنافسية السياحية لدولة الإمارات العربية المتحدة وفقاً لمؤشر المنتدى الاقتصادي العالمي (دافوس)

مستقلة، فهذه العوامل متعلقة بعضها ببعض الآخر، فضلاً عن أن بعضها يعزز البعض الآخر، فمثلاً لا يمكن وجود بيئة عمل (العمود الأول) مواتية للشركات للقيام بالاعمال التجارية وتشجيع الاستثمار بدون وجود الأمن والسلامة (العمود الثاني)، أو في غياب بنية تحتية شاملة ومتطورة.

### المحور الثاني (١-٢): الأهمية الاقتصادية للسياحة في دولة الإمارات العربية

قبل التعرف على مؤشرات تنافسية القطاع السياحي في دولة الإمارات العربية وفق تقارير المنتدى الاقتصادي العالمي للسياحة والسفر ينبغي أولاً الحديث عن بعض المؤشرات الكمية لهذا القطاع كعدد السائحين، وحجم الإيرادات السياحية ومدى إسهام هذه الإيرادات في الناتج المحلي الإجمالي وفي توفير فرص العمل، وكالاتي:

جدول - ١- المؤشرات الكمية للقطاع السياحي في دولة الإمارات العربية (٢٠١٥-٢٠١٩)

عدد السياح (مليون سائح)		الإيرادات السياحية (مليار دولار)		إسهام السياحة المباشرة في (GDP) %		حجم العمالة (%)	
2019	٢٠١٥	2019	٢٠١٥	2019	٢٠١٥	2019	٢٠١٥
27,1	17,4	38,4	17,48	9,12	٤,٨٨	٤,٧	11,1

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

أسبانيا.

من خلال بيانات الجدول أعلاه نلاحظ أن عدد السياح في دولة الإمارات العربية بلغ نحو (١٧,٤) مليون سائح عام ٢٠١٥ ليصل إلى (٢٧,١) مليون سائح عام ٢٠١٩. بالتالي يمكن ارجاع هذه الزيادة في أعداد السياح إلى الاهتمام الكبير الذي توليه هذه الدولة بهذا القطاع، وامتلاكها لمقومات سياحية جذابة، وقيامها باستثمارات سياحية كبيرة في مشاريع البنية التحتية التي جعلتها تحتل صدارة المقاصد السياحية العربية والعالمية، التي بلغت نحو (٧,٦) مليار دولار عام ٢٠١٩، وبنسبة بلغت (٨,١%) من إجمالي الاستثمارات الكلية، وهذا ناتج بفعل جهود الحكومة الاتحادية المتعلقة بتهيئة البيئة الاستثمارية للقطاع السياحي التي كانت العامل

الأساسي في جذب المزيد من الحركة السياحية(الهيئة الاتحادية للتنافسية والاحصاء, ٢٠٢٠, تبويب السياحة).

اما بالنسبة إلى حجم الايرادات السياحية في دولة الإمارات العربية بلغت نحو(١٧,٤٨) مليار دولار عام ٢٠١٥ لتصل إلى(٣٨,٤)مليار دولار عام ٢٠١٩, بنسبة بلغت(٣٥,٦%) من مجمل حجم الإيرادات السياحة للدول العربية. إذ كشف مؤشر(Mastercard Destination) أن إمارة دبي سجلت أعلى مستوى من انفاق السواح عالمياً لعام٢٠١٩ نحو(٣٠,٨٢) مليار دولار من مجموع الحجم الإجمالي للإيرادات السياحية في دولة الإمارات لنفس العام Global Destination Cities (Index,2019:4-8).بالتالي ماحققته دولة الإمارات يمثل أرقاماً لا يستهان بها, الأمر الذي يعكس قوة الجذب السياحي للأشخاص نحو هذه الدولة العربية.

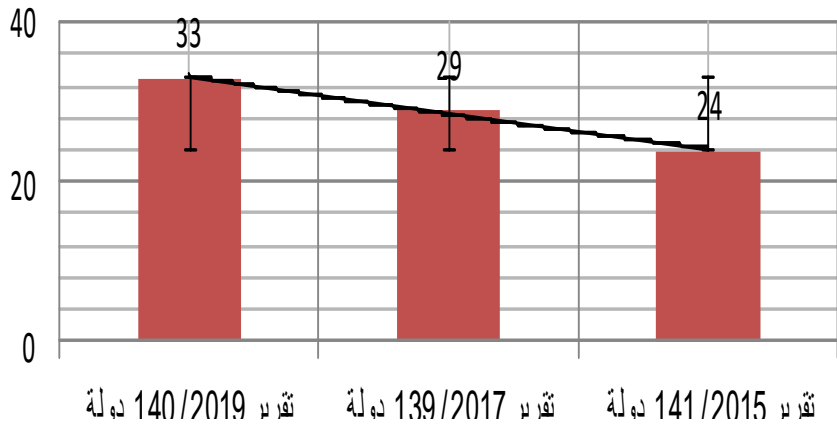
أما إسهام السياحة المباشرة في الناتج المحلي الاجمالي بلغت نحو(٤,٨٨%) عام٢٠١٥, بعدها حققت تطوراً كبيراً ومستمراً خلال مدة الدراسة إلى أن شكلت(٩,١٢%) عام ٢٠١٩ , بالتالي إن زيادة مردودية إسهام قطاع السياحة في(GDP) تعني أن دولة الإمارات العربية قد نجحت في وضع القطاع السياحي كأحد أبرز ركائز سياسات تنويع مصادر الدخل.

أما حجم العمالة في القطاع السياحي نلاحظ أنها في تطور مستمر في دولة الإمارات العربية المتحدة, إذا بلغت نحو(٢٨٧) ألف وبنسبة(٤,٧%) من حجم العمالة الكلية في العام ٢٠١٥, فيما بلغت نحو (٧٤٥,٢) ألف فرصة عمل, وبنسبة(١١,١%) من مجمل حجم العمالة عام٢٠١٩(word bank ,2020, without a page).

## المحور الثالث (١-٢): تحليل مؤشرات تنافسية قطاع السياحة والسفر في دولة الإمارات

سنحاول من خلال هذا المحور أن نعطي تحليلاً للموقع التنافسي في القطاع السياحي لدولة الإمارات العربية المتحدة سواء من خلال المؤشر الكلي أو من خلال المؤشرات الرئيسية والفرعية المكونة لهذا المؤشر للمدة (٢٠١٥-٢٠١٩)، لكن قبل البدء نوضح تطور ترتيبها في المؤشر الكلي للمدة (٢٠١٥-٢٠١٩) من خلال الشكل (١). إذ نلاحظ أن دولة الإمارات حققت تقدماً كبيراً خلال مدة البحث سواء المرتبة (٢٤) عالمياً من مجموع (١٤١) دولة في تقرير ٢٠١٥، والمرتبة (٢٩) عالمياً من مجموع (١٣٩) في تقرير ٢٠١٧، فضلاً عن المرتبة (٣٣) عالمياً من مجموع (١٤٠) دولة في تقرير ٢٠١٩.

شكل - ٣ - المؤشر الكلي لتنافسية قطاع السياحة والسفر لدولة الإمارات العربية (٢٠١٥-٢٠١٩)

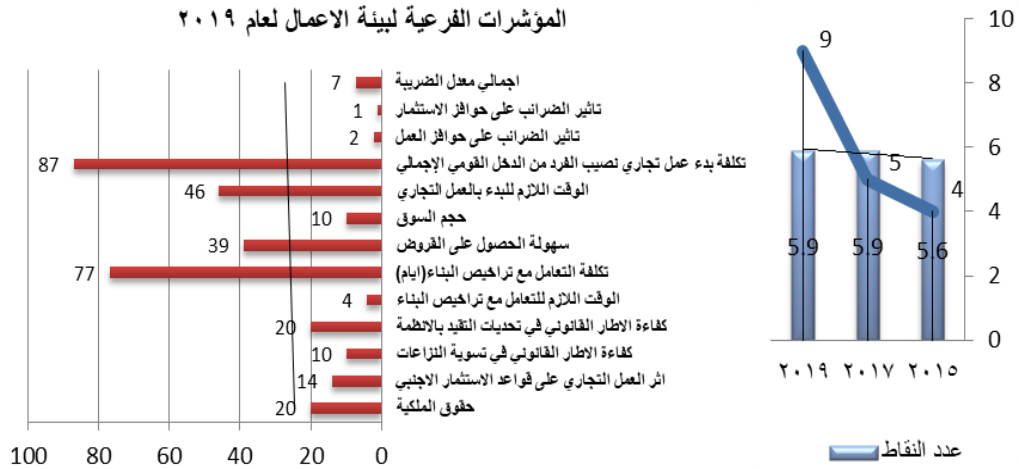


Source: Uppink, L., Soshkin, M., Fisher, M., & Weinberg, N. (2015-2019). *The Travel & Tourism Competitiveness Report*. In World Economic Forum: Geneva, Switzerland.

أولاً- مؤشر البيئة التمكينية: يعكس هذا المؤشر الرئيسي مجموعة من المؤشرات الفرعية وتتمثل في:

١. مؤشر بيئة العمل: يتحرك ترتيب المؤشر صعوداً وهبوطاً حول خط اتجاه عام صاعد. إذ نلاحظ بأن دولة الإمارات العربية احتلت ترتيباً متقدماً جداً في مجال هذا المؤشر بحصولها على المرتبة (٤) من مجموع (١٤١) دولة في تقرير (٢٠١٥)، فيما حلت في المرتبة (٥) في تقرير (٢٠١٧) من مجموع (١٣٦) دولة، والمرتبة (٩) في تقرير ٢٠١٩ من مجموع (١٤٠) دولة، بالتالي هذا يبين أن بيئة الأعمال في دولة الإمارات هي بيئة جاذبة لمختلف أشكال الاستثمار.

الشكل-٤ - مؤشر بيئة الأعمال لدولة الإمارات العربية للمدة (٢٠١٥-٢٠١٩)



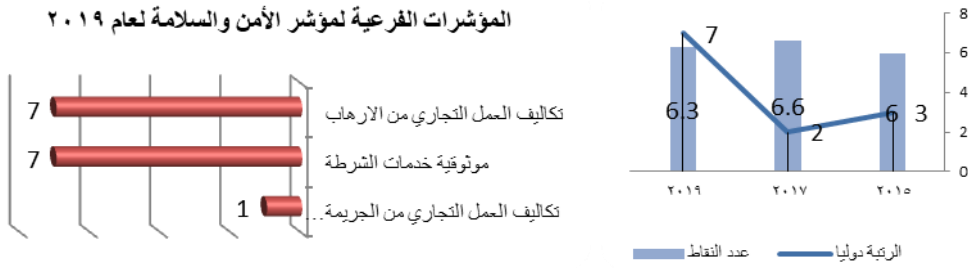
Source:Uppink, L., Soshkin, M., Fisher, M., & Weinberg, N. (2015-2019). The Travel & Tourism Competitiveness Report. In World Economic Forum: Geneva, Switzerland.p.different pages.

ينقسم هذا المؤشر إلى مجموعة من المؤشرات الفرعية كما في تقرير ٢٠١٩. احتلت دولة الإمارات المرتبة (٢٠) دولياً، بعدد قيم بلغت (٥,٧) في مؤشر حقوق الملكية الدولية لعام ٢٠١٩ الذي تم إنشائه على أساس استطلاعات مسح الرأي. كما احتلت المرتبة (١٠) دولياً في مؤشر كفاءة الإطار القانوني في تسوية النزاعات التي تعد مرتبة متقدمة جداً، كما حصلت على المرتبة (٤) دولياً في مؤشر الوقت اللازم للحصول على تراخيص البناء، إذ يبلغ عدد الإجراءات التي يحتاجها المستثمر لاستخراج هذه التراخيص (٨) إجراءات يتطلب إنجازها (٤٩) يوم، مقارنة (٩) إجراءات تستغرق (١٠٥) يوم في المملكة المتحدة. كما حصلت على المرتبة (٤٦) في مؤشر بدء العمل التجاري، إذ بلغ عدد الإجراءات نحو (٦) إجراءات تتطلب (٦) يوم بينما هي (٣) إجراءات تنجز في (٢) يوم في سنغافورة التي جاءت في المرتبة الأولى دولياً (World Bank Group, Doing Business, 2019:242). كما حصلت دولة الإمارات على المرتبة (٣٩) دولياً في مؤشر سهولة الحصول على القروض، إذ بلغت نسبة القروض المقدمة إلى القطاع الخاص من الناتج المحلي الإجمالي في عام ٢٠١٩ نحو (٧٧,٥٧%) وهي نسبة مرتفعة تعكس مدى سهولة الحصول على القروض، ومدى إسهام المصارف في تطور قطاعها المالي (World Bank, 2020). كما حلت في المرتبة (١٠) دولياً من حيث مؤشر حجم السوق وهذا ما نلاحظه من حيث نمو حجم التجارة الخارجية غير النفطية إذ ارتفعت من (٢٨٨,١) مليار دولار عام ٢٠١٥ إلى (٤٣٦,٤) مليار دولار عام ٢٠١٩، وقد جاء هذا الارتفاع نتيجة زيادة الصادرات غير النفطية نحو (٨٣,٣) مليار دولار خلال نفس الفترة (التقرير الاقتصادي السنوي، ٢٠١٩: ٣٠). كما تصدرت دولة الإمارات المرتبة الأولى عالمياً في مؤشر تأثير الضرائب على حوافز الاستثمار، والمرتبة (٢) في مؤشر تأثير الضرائب على حوافز العمل، فيما حلت في المرتبة (٧) في مؤشر إجمالي معدل الضريبة، وبهذا فقد صنفت من أقل دول العالم فرصاً للضرائب. إذ أن

الخطوات التي قامت بها تعد منسجمة بشكل كبير على تحفيز الإستثمار فيها، من خلال تأسيس نظام التسجيل والدفع للضرائب عبر الانترنت، وبالتالي تدفع الشركات الضرائب المترتبة عليها اربع مرات في السنة وسطياً، وتحتاج إلى (١٢) ساعة سنوياً في تسجيل الضرائب وإعدادها ودفعها وتشكل كمية الضرائب الإجمالية التي يتم دفعها نحو (١٥%) من ارباح الشركات (الهيئة الاتحادية للتنافسية والاحصاء، ارقام الإمارات، ٢٠١٩: ٣٣).

٢. مؤشرا الأمان والسلامة: يتحرك ترتيب المؤشر صعوداً وهبوطاً حول خط اتجاه عام صاعد. إذ احتلت دولة الإمارات العربية في هذا المؤشر المرتبة (٣) و (٢) في الأعوام (٢٠١٥، ٢٠١٧)، أما في تقرير (٢٠١٩) فقد تراجعت قليلاً وحصولها على المرتبة (٧) دولياً من مجموع (١٤٠) دولة.

الشكل - ٥ - مؤشرا الأمان والسلامة لدولة الإمارات العربية للمدة (٢٠١٥-٢٠١٩)



Source: Uppink, L., Soshkin, M., Fisher, M., & Weinberg, N. (2015-2019). The Travel & Tourism Competitiveness Report. In World Economic Forum: Geneva, Switzerland. p. different pages..

ينقسم هذا المؤشر إلى مجموعة من المؤشرات الفرعية كما في تقرير عام ٢٠١٩. حصلت الإمارات العربية على المرتبة الأولى دولياً ضمن مؤشر تكاليف العمل التجاري من الجريمة والعنف. كما حصلت على المرتبة (٧) دولياً في مؤشر تكاليف العمل التجاري من الإرهاب وجاء هذا التصنيف كون دولة الإمارات تُعد من الدول الأكثر أماناً في العالم. وبحسب تقرير مؤشر الإرهاب العالمي لعام ٢٠١٩ فقد جاءت الإمارات العربية بالمرتبة (١٣٠) من مجموع (١٦٣) دولة مع تصنيف تأثير



الإرهاب فيها على أنه منخفض جداً، وهذا ما يجعلها وجهة سياحية محبذة لدى الكثير من الزوار الأجانب، أيضاً خلال نفس العام (٢٠١٩) احتلت المركز الأول عربياً و(٣) دولياً بعدد قيم (٩٣) نقطة بحسب مؤشر (Global) للشعور بالأمن والأمان الذي يصنف دول العالم من حيث مستويات الأمن والأمان ومدى فعالية تطبيق القانون ومستويات انتشار الجرائم (Global Law and Order, 2019:12). بالتالي كل تلك النتائج تظهر كيف تتمسك دولة الإمارات بمبدأ شعب آمن وقضاء عادل، وهذا نتيجة مجموعة من السياسات التي تم اعتمادها التي منها (خليل، ٢٠١٥: ١٧٣):

أ - صادقت دولة الإمارات على اتفاقية الأمم المتحدة لمكافحة الجريمة المنظمة عبر الوطنية الموقعة في (Palermo) عام ٢٠٠٠ التي تساعد في تطبيق نظام المساعدة القانونية المتبادل بين الدول بشأن المحكوم عليهم والمتهمين وغيرها من الإجراءات القانونية.

ب - تنفيذ مبادرة البرج الذكي (٢٠١٧) لمراقبة حركة المرور والبحث عن العجلات المطلوبة، وتوفير معلومات عن حركة المرور لسائقي السيارات، تهدف هذه المبادرة إلى تقليل عدد وفيات الحوادث إلى النصف من (٦) إلى (٣) وفيات لكل (١٠٠) نسمة بحلول العام (٢٠٢١).

ت - وضع إطار عمل مشترك لمكافحة المخدرات يهدف إلى منع تهريب المخدرات واكتشاف عمليات التهريب مسبقاً. أيضاً توحيد النظم الجنائية من خلال توحيد السجلات الجنائية وقواعد البيانات الخاصة بالقطاعات ذات العلاقة. كما تم اطلاق نموذج الاستخبارات الوطنية (٢٠١٧) لرصد حالات الطوارئ المتعلقة بالحريق والسلامة العامة من خلال استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي (كيال، ٢٠٢١: ٧١).

٣. **الصحة والنظافة:** يتحرك ترتيب المؤشر صعوداً وهبوطاً حول خط اتجاه عام متذبذب، على الرغم من التقدم الكبير الذي حصلت عليه دولة الإمارات في

الكثير من مؤشرات التنافسية السياحية إلا أنها ماتزال في ترتيب متوسط عالمياً في هذا المجال، إذ نجد أن ترتيب الإمارات في تقرير (٢٠١٥) كان في المرتبة (٦٩) عالمياً، إلا أنها في عام ٢٠١٩ حصلت على المرتبة (٦٦) دولياً بعدد قيم (٥,٤) نقطة.

ايضاً ينقسم هذا المؤشر إلى مجموعة من المؤشرات الفرعية كما في تقرير ٢٠١٩. حصلت الإمارات العربية على المرتبة (٤٦) عالمياً في مؤشر كثافة الأطباء لكل (١٠٠٠) / شخص، إذ بلغ عدد الأطباء البشريين في القطاع الصحي الإماراتي عام ٢٠١٩ نحو (٢٤,٣٤٥) طبيب وبمعدل (٢,٤٥) طبيب لكل (١٠٠٠) من السكان. كما حلت الإمارات في مؤشر عدد الأسرة المرتبة (٦٥) عالمياً، إذ ارتفعت عدد الأسرة من (٦,٦٢٧) سرير عام ٢٠١٥ إلى (١٤,٩٣٦) سرير عام ٢٠١٩، منها (٧٨٨٦) سرير في المستشفيات الحكومية البالغ عددها (٤٥) مستشفى، وبمعدل الأسرة إلى السكان بلغ (٠,٨٠) سرير لكل (١٠٠٠) من السكان، و(٧٠٥٠) سرير في المستشفيات الخاصة البالغ عددها (١٠٠) مستشفى وبمعدل (٠,٧٢) سرير لكل (١٠٠٠) من السكان (الهيئة الاتحادية للتنافسية والاحصاء، ارقام الإمارات، ٢٠١٩: ١٩). كما حصلت الإمارات على المرتبة (٣٨) في مؤشر الوصول إلى مرافق صحية محسنة (% عدد السكان) والمرتبة الأولى عالمياً في كل من مؤشري (معدل الإصابة بالمalaria، انتشار فايروس نقص المناعة).

الشكل - ٦ - مؤشر النظافة والصحة لدولة الإمارات العربية للمدة (٢٠١٥-٢٠١٩)



Source: Uppink, L., Soshkin, M., Fisher, M., & Weinberg, N. (2015-2019). The Travel & Tourism Competitiveness Report. In World Economic Forum: Geneva, Switzerland. p.different pages..

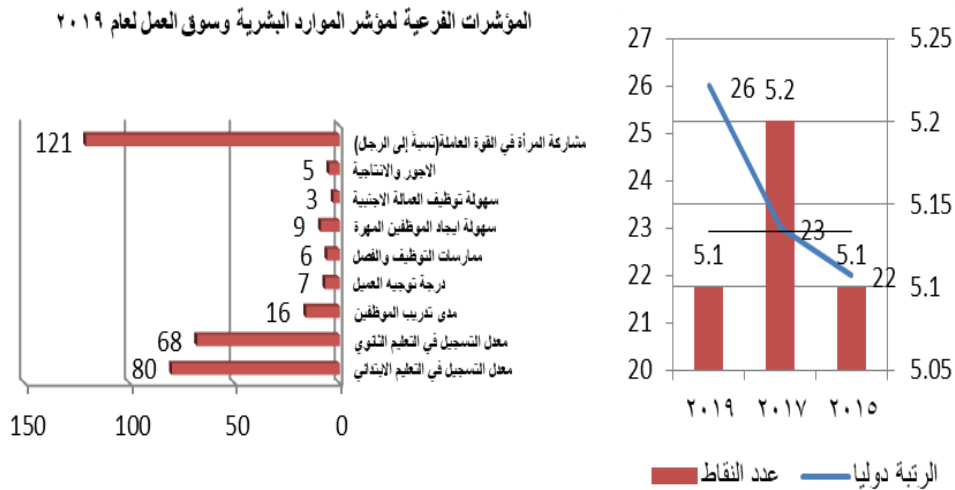
٤. الموارد البشرية وسوق العمل: يتحرك ترتيب المؤشر صعوداً هبوطاً حول خط اتجاه عام صاعد، إذ حلت دولة الإمارات في هذا المؤشر المرتبة (٢٢) في تقرير (٢٠١٥)، بعدها المرتبة (٢٣) في تقرير (٢٠١٧)، ثم حلت في المرتبة (٢٦) دولياً في تقرير (٢٠١٩) بعدد قيم بلغت (٥,١) نقطة.

ايضاً ينقسم هذا المؤشر إلى مجموعة من المؤشرات الفرعية كما في تقرير ٢٠١٩: حلت دولة الإمارات بمراتب متأخرة نوعاً ما في مؤشرات التعليم مقارنةً بقيت المؤشرات الأخرى، إذ حصلت على المرتبة (٨٠) دولياً في مؤشر معدل التسجيل في التعليم الابتدائي، بنسبة مئوية بلغت (٩٣,٤%) إلى عدد السكان، وهذا التراجع من حيث الترتيب عالمياً من الممكن ان يعود إلى انخفاض نسبة الوافدة إليها وانخفاض عدد السكان الاصليين، فقد قدرت العمالة الوافدة إلى دولة الإمارات بنثي السكان في حين أن نسبة السكان الاصليين تنخفض إلى (٣٠%) من جملة القاطنين في الدولة (الشراري، ٢٠١٩: ١٩). فيما حلت في المرتبة (٦٨) دولياً بمؤشر معدل التسجيل في التعليم الثانوي بنسبة بلغت (٩٢,٣%) إلى عدد السكان. وبالرغم من ابتعاد الإمارات قليلاً في هذا المؤشر إلا ان هذا لا ينفي أن هناك اهتماماً بهذا القطاع، إذ احتوى ترتيب افضل (١٠٠) جامعة عربية على (١٣) جامعة إماراتية لعام ٢٠١٩، في حين أحتوت لائحة أفضل ثلاثون جامعة في الشرق الأوسط وشمال أفريقيا على (٣) جامعات إماراتية للعام نفسه (Universities, T. 2019, without a page). أما على مستوى الانفاق على هذا القطاع فقد بلغت نسبة الانفاق على التعليم الحكومي نحو (٢٠%) من ميزانية الحكومة وهي نسبة أعلى من نظيرها في دول متقدمة مثل الولايات المتحدة الامريكية والمانيا وبريطانيا، وقد وجدت دبي مكانة لها ضمن افضل وجهات التعليم العالمية (word bank, 2020, without a page). كما حصلت على مرتبة متأخرة (١٢١) دولياً من خلال مؤشر

مشاركة المرأة في القوة العاملة، وبنسبة مئوية بلغت (٥٠,٥%) إلى السكان (التقرير الاقتصادي العربي الموحد, ٢٠٢٠, ٢٩٢-٣٠٠).

أما بخصوص مؤشرات العمل فقد حلت بالمرتبة (٣) دولياً في مؤشر سهولة توظيف العمالة الأجنبية الذي يبين مدى تقيد الدولة في اللوائح المتعلقة بتوظيف العمالة الأجنبية، بالتالي من خلال هذا المؤشر نلاحظ أن دولة الإمارات العربية هي دولة غير مقيدة إطلاقاً بتوظيف الأيدي العاملة الأجنبية. أما بخصوص مؤشر تدريب الموظفين وتطويرهم من قبل الشركات العاملین فيها فقد حلت في المرتبة (١٦) دولياً. وحلت بمراتب جيدة في كل من مؤشر سهولة إيجاد الموظفين المهرة بترتيب (٩) دولياً، وموشر الأجور والانتاجية المرتبة (٥) دولياً أي إلى أي مدى يرتبط الأجر بانتاجية العامل، فيما حلت بالمرتبة (٧) دولياً في مؤشر درجة توجه العميل الذي يبين مامدى جودة تعامل الشركات مع العملاء. كما حلت بدرجة متقدمة (٦) دولياً من خلال مؤشر ممارسات التوظيف والفصل بالتالي بقاء الموظف مرهون بانتاجيته.

الشكل ٧- مؤشر الموارد البشرية وسوق العمل لدولة الإمارات العربية للمدة (٢٠١٥-٢٠١٩)



Source: Uppink, L., Soshkin, M., Fisher, M., & Weinberg, N. (2015-2019). The Travel & Tourism Competitiveness Report. In World Economic Forum: Geneva, Switzerland. p.different pages

٥. جاهزية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات: يتحرك ترتيب المؤشر هبوطاً وصعوداً حول خط اتجاه عام هابط. إذ حصلت دولة الإمارات العربية في هذا المؤشر على المرتبة (١٦) دولياً في تقرير العام (٢٠١٥)، بعدها المرتبة (١٥) دولياً في تقرير (٢٠١٧)، أما في تقرير العام (٢٠١٩) فقد ارتقت بحصولها على المرتبة (٤) دولياً بعدد قيم بلغت نحو (٦,٤) نقطة.

شكل ٨ - مؤشر جاهزية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لدولة الإمارات العربية للمدة (٢٠١٥-٢٠١٩)



Source: Uppink, L., Soshkin, M., Fisher, M., & Weinberg, N. (2015-2019). The Travel & Tourism Competitiveness Report. In World Economic Forum: Geneva, Switzerland. p.different pages

تمتلك دولة الإمارات العربية واحدة من أكثر البنى التحتية لمجتمع المعلومات تطوراً في العالم وتتنوع من حيث عدد ومستوى الخدمات المقدمة وتطور معدل الزيادة في تغطية شبكات الهاتف النقال وحصولها على المرتبة الأولى دولياً في مجال هذا المؤشر، واشتراكات الهاتف الخليوي المتنقل (١٠٠/شخص) المرتبة (٣) دولياً، واشتراكات النطاق العريض الجوال (١٠٠/شخص) المرتبة (٥) دولياً، وغيرها من المؤشرات الفرعية الأخرى باستثناء مؤشر اشتراكات الانترنت ذات النطاق العريض الثابت (١٠٠/شخص)

وحصولها على المرتبة (٦٠) دولياً. ومن أهم الخطوات أو الأمثلة التي تم اتخاذها في هذا المجال هي (قفلول, ٢٠٢٠: ٣٠):

اطلقت إمارة أبو ظبي منصة (تم) التي تُعد نافذة شاملة تُقدم الخدمات الالكترونية إلى كافة المواطنين والزوار في الإمارة، مما يوفر الوقت والجهد ويسرع من دفع عجلة التنمية ودعم مسيرة التقدم، تتيح هذه المنصة إنجاز سلسلة متكاملة من الخدمات الحكومية عبر نقطة اتصال واحدة دون الحاجة إلى زيارة أي جهة حكومية، من أي مكان وفي أي وقت من خلال هذه المنصة، بمدة لا تتجاوز (٦) دقيقة، فيما بلغت نسبة رضا المتعاملين عن المنصة نحو (٩٣%). أيضاً تم انشاء منصة سداد ابو ظبي التي تعد منصة موحدة لجميع الخدمات الحكومية في الإمارة تتيح للمتعاملين سداد رسوم جميع الخدمات الحكومية رقمياً.

أما بالنسبة للتحويل الرقمي في إمارة دبي فقد انشأت العديد من المنصات التي منها (تطبيق دبي الآن) الذي يوفر منصة واحدة لكافة المعاملات الحكومية، أيضاً منصة (استثمر في دبي) التي تعد أول منصة رقمية موحدة لتأسيس الأعمال في الإمارة والتي توفر بضع دقائق لحصول المستثمر المحلي والاجنبي على تراخيص بناء هيئة تنظيم الاتصالات والحكومة الرقمية، التحويل الرقمي في دولة الإمارات العربية، ٢٠٢٠، ٧٤-٧٧). وبهذا فقد حققت دولة الإمارات العربية نسبة كبيرة من الحوكمة الذكية، من خلال تحويل نحو (٩٦,٣%) من الخدمات الحكومية الأكثر أهمية والبالغة نحو (٣٣٧ خدمات يومية) إلى خدمات ذكية، إذ يعد قطاع الخدمات الحكومية في دولة الإمارات القطاع الأكثر رقمته بعد تحول أكثر من (٤١) جهة حكومية نحو الخدمات الذكية.

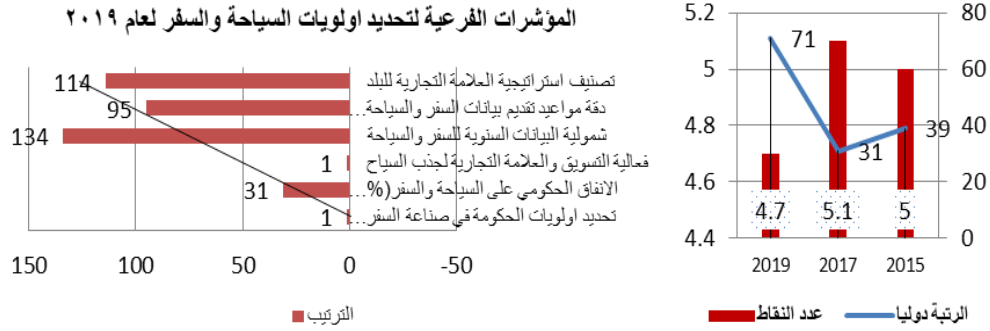
اما في المجال السياحي فقد كان إنشاء مشروع سيلكون بارك عام ٢٠١٤ كأول مدينة ذكية متكاملة ضمن خطة تحويل دبي إلى المدينة الأذكى في العالم لجذب سياحة الأعمال والسائحين ذوي الاهتمامات المتعددة (البوابة الالكترونية لدولة

الامارات, ٢٠١٨), كما تم اعتماد هيئة السياحة والثقافة في أبو ظبي ودبي على تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي في خدماتها في الترويج والتسويق للأحداث والفعاليات السياحية من خلال استخدام المنصات الرقمية, فضلاً عن التعاون مع قطاعات النقل لتقديم خدمات التاكسي الطائر والحجز الالكتروني في المترو, وتفعيل استخدام الهاتف الذكي في المطارات لتبسيط إجراءات السفر عبر المنافذ دون جوازات السفر من خلال تطبيق الكتروني خاص بالتعرف على الوجوه, فضلاً عن الاستخدام التفاعلي للمنصات الرقمية وتقنيات الواقع الافتراضي والواقع المعزز, وتحليل البيانات الضخمة التي تقيس ردود الفعل وتحللها للسائحين من خلال استخدام الذكاء الاصطناعي لمعرفة أسباب اختيار السائح للوجهات وتحسين تجربة السفر (علي, بن الطيب وآخرون, ٢٠١٩: ٥٠٢).

**ثانياً: مؤشر السياسات والظروف التمكينية للسياحة والسفر:** ينطوي تحت هذا المؤشر الرئيسي مجموعة من المؤشرات الفرعية وتتمثل بالآتي:

١. مؤشر تحديد اولويات السياحة والسفر: يتحرك ترتيب هذا المؤشر صعوداً وهبوطاً حول خط اتجاه عام متذبذب. إذ احتلت دولة الإمارات العربية في هذا المؤشر المرتبة (39) و (٣١) في الأعوام (٢٠١٥), (٢٠١٧) على التوالي, لكنها تراجعت إلى المرتبة (٧١) وبعدها قيم بلغت (٤,٧) نقطة في تقرير عام ٢٠١٩, وبالرغم من ابتعاد الإمارات في هذا المؤشر إلا ان هذا لا ينفي أن هناك اهتماماً بهذا القطاع خصوصاً حصولها على المراتب الأولى دولياً في البعض من مؤشرات الفرعية في تقرير ٢٠١٩.

## الشكل - ٩ - مؤشر تحديد اولويات السياحة والسفر لدولة الإمارات العربية للمدة (٢٠١٥-٢٠١٩)



Source: Uppink, L., Soshkin, M., Fisher, M., & Weinberg, N. (2015-2019). The Travel & Tourism Competitiveness Report. In World Economic Forum: Geneva, Switzerland.p.different pages.

حلت الإمارات المرتبة الأولى من حيث مؤشر تحديد اولويات الحكومة في صناعة السفر والسياحة. ايضاً حلت في المرتبة الأولى عالمياً من حيث مؤشر فعالية التسويق والعلامة التجارية لجذب السياح. كما حلت دولة الإمارات في المرتبة (٣١) من حيث مؤشر الإنفاق الحكومي على السياحة والسفر، إذ شكلت نسبة بلغت (٥,٠%) من موازنة الدولة الإماراتية لعام ٢٠١٩ (الهيئة الاتحادية للتنافسية والاحصاء، ارقام الإمارات، ٢٠٢٠: ١٩). اما باقي المؤشرات الأخرى فنلاحظ ابتعاد دولة الإمارات من حيث الترتيب الدولي، إذ حلت في المرتبة (١١٤) ضمن مؤشر تصنيف استراتيجي للعلامة التجارية للبلد، والمرتبة (١٣٤) ضمن مؤشر شمولية البيانات السنوية للسياحة والسفر، والمرتبة (٩٥) ضمن مؤشر دقة مواعيد تقديم بيانات السفر والسياحة.

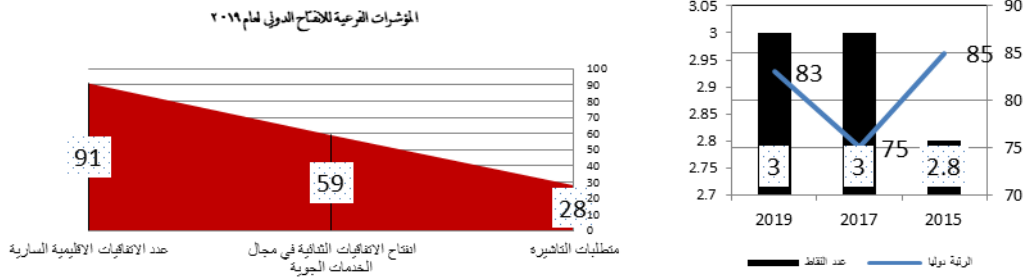
٢. الانفتاح الدولي: يتحرك ترتيب هذا المؤشر هبوطاً وصعوداً حول خط اتجاه عام متذبذب. إذ احتلت دولة الإمارات العربية في هذا المؤشر المرتبة (٨٥) في تقرير (٢٠١٥)، أما في تقرير (٢٠١٩) فقد تقدمت قليلاً وحصلها على



## تحليل التنافسية السياحية لدولة الامارات العربية المتحدة وفقاً لمؤشر المنتدى الاقتصادي العالمي (دافوس)

المرتبة (٨٣) دولياً، وهذا التأخر في الترتيب هو نتيجة ابتعاد مؤشرات الفرعية كما  
تقرير ٢٠١٩.

شكل - ١٠ - مؤشر الانفتاح الدولي لدولة الإمارات العربية للمدة (٢٠١٥-٢٠١٩)

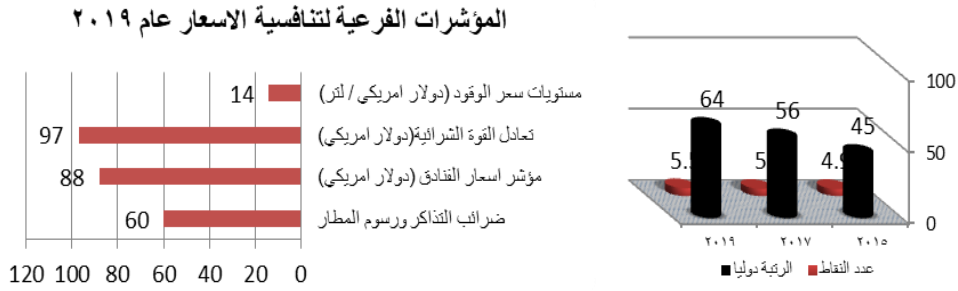


Source: Uppink, L., Soshkin, M., Fisher, M., & Weinberg, N. (2015-2019). *The Travel & Tourism Competitiveness Report*. In *World Economic Forum: Geneva, Switzerland*. p. different pages

اما في مجال مؤشرات الفرعية فقد حصلت دولة الإمارات العربية على  
المرتبة (٢٨) في مؤشر المتطلبات اللازمة للحصول على التأشيرة، وهذا راجع  
بالأساس إلى تسهيلات دولة الإمارات في إجراءات الحصول على التأشيرة بالدرجة  
الأولى، وبحسب بيانات مؤشر The Henley Passport 2019 الذي يُعد نظاماً تفاعلياً  
يختص بتصنيف قوة جوازات السفر جاءت الإمارات في المركز الأول عربياً  
والمركز (15) دولياً، إذ يمكن لحامل جواز السفر الإماراتي السفر إلى (172) دولة  
دون الحاجة إلى تأشيرة مسبقة، أما بالنسبة للسياح الوافدين لدولة الإمارات فانها  
قامت بإزالة قيود الحصول على تأشيرة السياحة، وسهلت الحصول عليها في  
الموانئ البرية والبحرية والجوية (The Henley Passport Index, 2019:5). كما

حصلت دولة الإمارات على المرتبة (٩١) في مؤشر عدد الاتفاقيات السارية، والمرتبة (٥٩) في مؤشر انفتاح الاتفاقيات الثنائية في مجال الخدمات الجوية. ٣. مؤشر تنافسية الأسعار: يتحرك ترتيب المؤشر صعوداً وهبوطاً حول خط اتجاه عام صاعد. إذ احتلت دولة الإمارات العربية في هذا المؤشر المرتبة (٤٥)، (٥٦) في تقرير (٢٠١٥)، (٢٠١٧)، على التوالي، أما في تقرير (٢٠١٩) فقد تراجعت بحصولها على المرتبة (٦٤) دولياً بعدد قيم بلغت (٥،٥) نقطة.

شكل ١١- مؤشر تنافسية الأسعار لدولة الإمارات العربية للمدة (٢٠١٥-٢٠١٩)



Source: Uppink, L., Soshkin, M., Fisher, M., & Weinberg, N. (2015-2019). The Travel & Tourism Competitiveness Report. In World Economic Forum: Geneva, Switzerland. p. different pages

ويدرج ضمن هذا المؤشر مجموعة من المؤشرات الفرعية منها مؤشر أسعار الفنادق الذي يبين معدل أسعار الفنادق ومقارنتها بما تقدمه من خدمات وفقاً لتصنيفاتها الذي حصلت على المرتبة (٨٨) دولياً في تقرير ٢٠١٩ التي تعد مرتبة متوسطة، وهذا راجع بالأساس إلى ارتفاع متوسط أسعار الفنادق في دولة الإمارات التي سجلت كمتوسط (١٧٦،٤) دولاراً لليلة الواحدة (٣٣٣: Global Competitiveness Report, 2019) وهذا الارتفاع في متوسط الأسعار ناتج بفعل مجموعة من الأسباب التي منها: بيئة الإمارات الجاذبة لمختلف الاستثمارات وبالتالي رجال الأعمال، اعتمادها على سياحة المؤتمرات، قلة المعروض من الغرف الفندقية مقارنةً

## تحليل التنافسية السياحية لدولة الامارات العربية المتحدة وفقاً لمؤشر المنتدى الاقتصادي العالمي (دافوس)

بحجم الطلب عليها، فضلاً عن الخدمات الجيدة المقدمة في هذه الفنادق. أما مؤشر تعادل القوة الشرائية فقد حلت بالمرتبة (٩٧) دولياً، ومؤشر ضرائب التذاكر ورسوم المطار بالمرتبة (٦٠) دولياً، ومؤشر مستويات سعر الوقود المرتبة (١٤) دولياً.

٤. **مؤشر الاستدامة البيئية:** يتحرك ترتيب المؤشر حول خط اتجاه عام ثابت، إذ احتلت الإمارات العربية المرتبة (٤١) عالمياً في تقرير ٢٠١٥، بعدها ارتقت مرتبة واحدة في تقرير ٢٠١٧، أما في تقرير ٢٠١٩ فقد حصلت على المرتبة (٤١) وبعدها قيم بلغت (٤,٥) نقطة. أيضاً يحتوي هذا المؤشر على مجموعة من المؤشرات الفرعية المتمثلة بـ: ارتقت دولة الإمارات بحصولها على المرتبة الأولى دولياً في مؤشر استدامة تنمية قطاع صناعة السياحة والسفر. كما حصلت على المرتبة (١٦) في كل من مؤشر تطبيق اللوائح البيئية، ومؤشر صرامة الانظمة البيئية، وكذلك مؤشر معالجة مياه الصرف الصحي. مازالت الإمارات تعاني من ضعف في كل من المؤشرات (الضغط على الموارد المائية، التصديق على المعاهدات البيئية، الأنواع المهددة بالانقراض) بحصولها على المراتب (١٢٤)، (٧٩)، (٦٥) دولياً على التوالي.

شكل - ١٢ - مؤشر الاستدامة البيئية لدولة الإمارات العربية للمدة (٢٠١٥-٢٠١٩)

### المؤشرات الفرعية : مؤشر الاستدامة البيئية ٢٠١٩

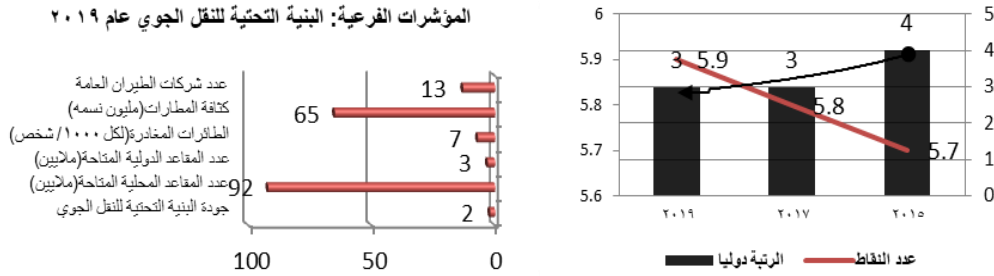


Source: Uppink, L., Soshkin, M., Fisher, M., & Weinberg, N. (2015-2019). *The Travel & Tourism Competitiveness Report*. In *World Economic Forum: Geneva, Switzerland*. p. different pages.

ثالثاً- **مؤشر البنية التحتية:** ينطوي تحت هذا المؤشر مجموعة من المؤشرات الفرعية وتتمثل بالآتي:

١. **مؤشر البنية التحتية للنقل الجوي:** يتحرك ترتيب المؤشر هبوطاً وصعوداً حول خط اتجاه عام هابط. إذ ارتقت الإمارات على مراتب متقدمة جداً من حيث هذا المؤشر وحصولها على المرتبة (٤) عالمياً في تقرير ٢٠١٥، والمرتبة (٣) في تقرير (٢٠١٧، ٢٠١٩) وبعدد قيم بلغت (٩، ٥، ٧) نقطة على التوالي.

شكل- ١٣- مؤشر البنية التحتية للنقل الجوي لدولة الإمارات العربية للمدة (٢٠١٥-٢٠١٩)



Source: Uppink, L., Soshkin, M., Fisher, M., & Weinberg, N. (2015-2019). The Travel & Tourism Competitiveness Report. In World Economic Forum: Geneva, Switzerland.p.different pages

اما مؤشرات الفرعية لعام ٢٠١٩ فقد حصلت على المرتبة (٢) في مؤشر جودة البنية التحتية للنقل الجوي، والمرتبة (٧) في مؤشر عدد الطائرات المغادرة، اما بالنسبة إلى عدد شركات الطيران، فقد حصلت الإمارات على المرتبة (١٣) دولياً، إذ تمتلك نحو (٤) شركات طيران هي (شركة طيران الإمارات، شركة الاتحاد للطيران، شركة فلاي دبي، والعربية للطيران) ولكل شركة مزايا منفصلة عن الأخرى، بينما يُعد طيران الإمارات من أبرزها واقدامها. تحتضن دولة الإمارات نحو (٨) مطارات دولية، اما بخصوص الطائرات فإنها تمتلك اسطولاً يحتوي (٢٦٥) طائرة وتسير رحلاتها إلى أكثر من (٢٢٠) وجهة ضمن أكثر من (٨٠) دولة في العالم (الهيئة الاتحادية للتنافسية والاحصاء، ٢٠١٩: ٤٢). وبهذا يعد قطاع النقل الجوي أحد أبرز

القطاعات الاقتصادية في دولة الإمارات العربية، كما يساهم نحو (١٥%) من إجمالي الناتج المحلي في الدولة، وتتصدر دولة الإمارات الدول العربية في الاستثمارات بقطاع الطيران، إذ تستحوذ على (٤٠%) من حجم قطاع الطيران في العالم العربي، كما اظهر التقرير السنوي لمجلس المطارات العالمي أن مطار دبي الدولي حافظ على مركزه للعام الخامس على التوالي بصفته أكبر مطار دولي في العالم من حيث أعداد المسافرين الدوليين بعد ان تعامل مع (١٢٨) مليون مسافر في العالم لعام ٢٠١٩، متفوقاً بذلك على كبرى مطارات العالم مثل مطار هيثرو (Heathrow) في لندن، (المجلس الوطني للإعلام الإماراتي، الكتاب السنوي، ٢٠١٩: ٥٢).

٢. مؤشر البنية التحتية للنقل البري والبحري: يتحرك ترتيب المؤشر صعوداً وهبوطاً حول خط اتجاه صاعد. ارتقت الإمارات المرتبة (٢٠) عالمياً في تقرير ٢٠١٥، والمرتبة (١٩) في تقرير (٢٠١٧) بعدها تراجعت إلى المرتبة (٣١) في تقرير (٢٠١٩)، وبعدد نقاط بلغت (٤,٥-٥,١) على التوالي. إذ يوجد على امتداد سواحل دولة الإمارات العربية أكثر من (٢٦) ميناء بحري أبرزها ميناء جبل علي في مدينة دبي التجارية الذي يعد من أهم وأشهر الموانئ على مستوى العالم، حيث حل بالمركز التاسع من بين (١٠٠) ميناء في العالم ضمن قائمة (لويدز)، تبلغ طاقته الاستيعابية ما يزيد على (١٩,٣) مليون حاوية، ويضم (١٨٠) خطاً ملاحياً، فضلاً عن توفيره لأكثر من (٨٠) خدمة أسبوعية بالتعاون مع (١٤٠) ميناء حول العالم (الهيئة الاتحادية للتنافسية والاحصاء، أرقام الإمارات، ٢٠٢٠: ٣٣). أما بالنسبة للنقل البري فقد حصلت على مراتب متقدمة جداً في مؤشرات الفرعية وهذا نتيجة امتلاك الدولة على أفضل شبكة طرق على مستوى العالم من القطارات المخصصة لنقل البضائع والركاب تتمثل في قطار الأتحاد وشبكة مترو دبي الآلية التي تضم أحدث أنظمة السكك الحديثة من حيث السرعة والخدمات المقدمة، وترتبط بشبكة واسعة من الحافلات العامة، كما تعد دولة الإمارات أول دولة في العالم استخدمت تقنية (أنظمة

هايبيرلوب) إذ تمتاز هذه الانظمة باستخدام المغناطيس لتخفيف وزن حجيرات داخل أنبوب مفرغ من الهواء، ما يخلق ظروف تسمح بنقل الأشخاص والبضائع بسرعات تصل إلى أكثر من (١١٠٠) كم في الساعة (المجلس الوطني للأعلام الإماراتي، الكتاب السنوي، ٢٠١٩: ٥٣).

شكل - ١٤ - مؤشر البنية التحتية للنقل البري والبحري لدولة الإمارات العربية للمدة (٢٠١٥-٢٠١٩)



Source: Uppink, L., Soshkin, M., Fisher, M., & Weinberg, N. (2015-2019). *The Travel & Tourism Competitiveness Report*. In *World Economic Forum: Geneva, Switzerland*. p. different pages.

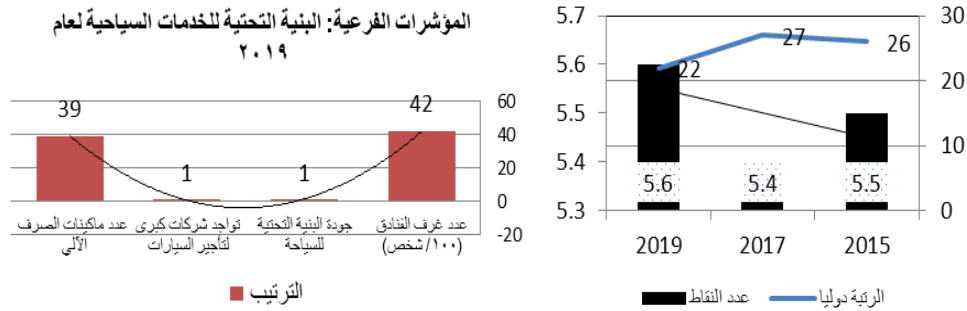
٣. مؤشر البنية التحتية للخدمات السياحية: يتحرك ترتيب المؤشر هبوطاً وصعوداً حول خط اتجاه هابط. إذ احتلت دولة الإمارات العربية المرتبة (٢٦) في تقرير ٢٠١٥، بعدها تراجعت إلى المرتبة (٢٧) عام ٢٠١٧، أما في تقرير عام ٢٠١٩ فقد ارتقت إلى المرتبة (٢٢) بعدد قيم بلغت (٥,٦) نقطة.

ومن البديهي أن وفرة المؤسسات الفندقية لإستقبال وإيواء الضيوف يؤثر على مستوى العرض السياحي وهذا ما نلاحظه في عدد الفنادق والزيادة المستمرة من سنة ٢٠١٥ إلى ٢٠١٩، إذ كان عددها (٥٢٢) فندقاً عام ٢٠١٥، بعد ذلك ارتفع عددها ليصل (١١٣٦) عام ٢٠١٩ منها (٢١٥) فندق من فئة (٥ نجوم)، (٢٣٦) من فئة (٤ نجوم)، (٣٥٤) من فئة (٣-١ نجوم)، (١٤٢) شقق مدنية فخمة، (١٨٩) شقق فندقية متوسطة المستوى، وكل هذا نتيجة الاهتمام بالقطاع السياحي وزيادة عدد السياح في

## تحليل التنافسية السياحية لدولة الامارات العربية المتحدة وفقاً لمؤشر المنتدى الاقتصادي العالمي (دافوس)

الإمارات العربية المتحدة. أما فيما يخص إجمالي إيرادات الفنادق بلغت (٥,٩) مليار دولار عام ٢٠١٥، منها (٢,٤) مليار دولار إيرادات المبيت و (٣٢١) مليون دولار إيرادات الطعام والشراب، فضلاً عن (٢١٥) مليون دولار إيرادات أخرى. أما في العام ٢٠١٩ فقد بلغت نحو (٨,٣) مليار دولار، منها (٤,٩) مليار دولار إيرادات المبيت، و (٣,١) مليار دولار إيرادات الطعام والشراب، و (٢١٥) مليون دولار إيرادات أخرى (منشورات الهيئة الاتحادية للتنافسية والإحصاء (٢٠١٩-٢٠١٥)).

شكل - ١٥ - مؤشر البنية التحتية للخدمات السياحية لدولة الإمارات العربية للمدة (٢٠١٥-٢٠١٩)



Source: Uppink, L., Soshkin, M., Fisher, M., & Weinberg, N. (2015-2019). The Travel & Tourism Competitiveness Report. In World Economic Forum: Geneva, Switzerland.p.different pages.

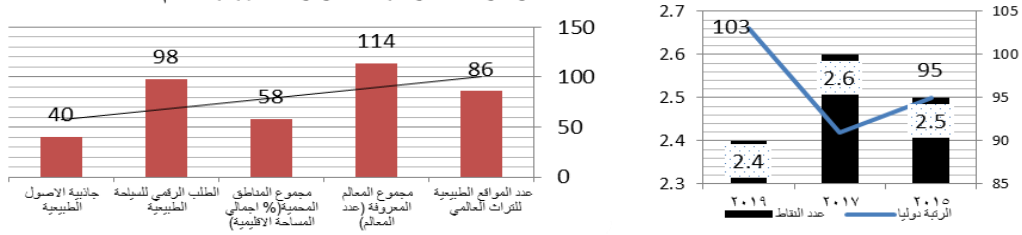
رابعاً - مؤشر الموارد الطبيعية والثقافية: ينطوي تحت هذا المؤشر الرئيسي

مجموعة من المؤشرات الفرعية وتتمثل بالآتي:

١. **الموارد الطبيعية:** يتحرك ترتيب هذا المؤشر صعوداً وهبوطاً حول خط اتجاه عام صاعد إذ نلاحظ ابتعاد دولة الإمارات العربية كثيراً في مجال هذا المؤشر، إذ حلت في المرتبة (٩٥) عالمياً في تقرير ٢٠١٥، بعدها حلت في المرتبة (٩١) في تقرير ٢٠١٧، أما في تقريرها الأخير فقد تراجعت (١٢) مركزاً وحصولها على

المرتبة (١٠٣) عالمياً وبعدها قيم (٢,٤) نقطة، وعلى الرغم من هذا الابتعاد ضمن الترتيب الدولي إلا أنها استطاعت كيفية استغلال ما متوفر لديها من موارد سواء كانت طبيعية أم ثقافية.

شكل -١٦- مؤشر الموارد الطبيعية لدولة الإمارات العربية للمدة (٢٠١٥-٢٠١٩)  
المؤشرات الفرعية: الموارد الطبيعية لعام ٢٠١٩



Source:Uppink, L., Soshkin, M., Fisher, M., & Weinberg, N. (2015-2019). The Travel & Tourism Competitiveness Report. In World Economic Forum: Geneva, Switzerland.p.different pages

أما من حيث مؤشرات الفرعية في تقرير ٢٠١٩ فقد حلت في المرتبة (٨٦) عالمياً من حيث مؤشر عدد المواقع الطبيعية للتراث العالمي، والمرتبة (١١٤) في مؤشر مجموع المعالم المعروفة، والمرتبة (٩٨) في مؤشر الطلب الرقمي للسياحة الرقمية، والمرتبة (٥٨) في مؤشر مجموع المناطق المحمية % من إجمالي المساحة الإقليمية، والمرتبة (٤٠) في مؤشر جاذبية الأصول الطبيعية. وعلى الرغم من تأخرها في هذه المؤشرات اعلاه مقارنة مع بقية المؤشرات الأخرى، إلا أن دولة الإمارات العربية تمتلك العديد من المقومات الطبيعية سواء كانت جبلية التي يقع معظمها في كل من إمارة الفجيرة ورأس الخيمة، والشارقة ومدينة العين في إمارة أبو ظبي والتي من أهمها جبل (حفيت) الذي يشكل النقطة الأعلى إرتفاعاً في إمارة أبو ظبي. ايضاً يوجد في المياه الإقليمية لدولة الإمارات العديد من الجزر والتي تُعد إمارة أبو ظبي وحدها تمتلك أكثر من (١٣٠) جزيرة. أيضاً استطاعت دولة الإمارات أن تستفيد من الطبيعة الصحراوية الموجودة، وأن تقوم بإنشاء قرى سياحية في البادية التي من أهمها منتجع (المها) الذي يبعد (٦٥)



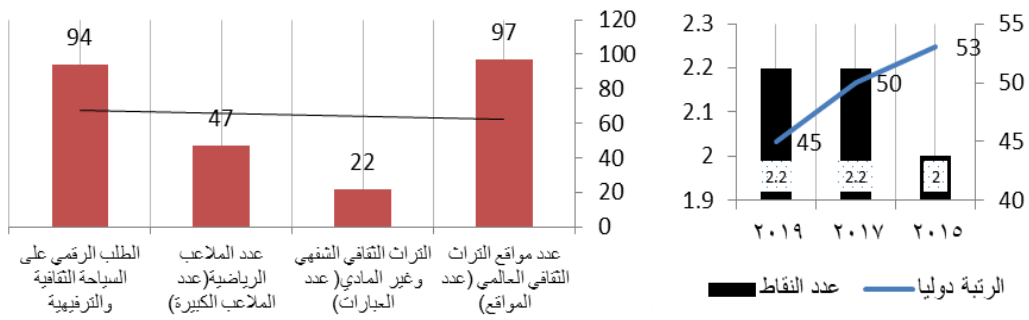
## تحليل التنافسية السياحية لدولة الإمارات العربية المتحدة وفقاً لمؤشر المنتدى الاقتصادي العالمي (دافوس)

كم عن مدينة دبي وقد تم تصميم هذا المنتج بطراز عربي جميل على هيئة بيوت عربية محاطة بأشجار النخيل وبرك السباحة بين الرمال (عبد الحميد، ٢٠١٤ : ١٤٨).

٢. **الموارد الثقافية:** يتحرك ترتيب هذا المؤشر هبوطاً وصعوداً حول خط اتجاه عام هابط. إذ احتلت دولة الإمارات العربية المرتبة (٥٣) في تقرير ٢٠١٥، بعدها حصلت على المرتبة (٥٠) في تقرير ٢٠١٧، أما في التقرير الأخير فقد ارتقت إلى المرتبة (٤٥) بعدد قيم بلغت (٢,٢) نقطة.

أما من حيث مؤشرات الفرعية فقد حلت دولة الإمارات في المرتبة (٩٧) عالمياً من حيث مؤشر عدد مواقع التراث العالمي الثقافي، والمرتبة (٢٢) في مؤشر التراث الثقافي الشفهي وغير المادي، والمرتبة (٩٤) في مؤشر الطلب الرقمي على السياحة الثقافية والترفيهية، والمرتبة (٤٧) في مؤشر عدد الملاعب الرياضية التي تزيد سعتها على (٢٠) ألف متفرج. أيضاً تمتلك دولة الإمارات العربية في مجال هذا المؤشر العديد من المواقع الأثرية والتاريخية التي تقدر نحو (١٠٨) موقعاً، بلغ عدد المتاحف فيها (٣٤) متحفاً، بلغ عدد القطع الأثرية الموجودة في هذه المتاحف (١٥,١٨٢) قطعة أثرية، أما عدد زوار المتاحف فقط لنفس العام بلغ نحو (٣,٥٧٦,١٠٩) زائر، (الهيئة الاتحادية للتنافسية، الإمارات، ٢٠٢٠ : ٢٤).

شكل - ١٧ - مؤشر الموارد الثقافية لدولة الإمارات العربية للمدة (٢٠١٥-٢٠١٩)



Source: Uppink, L., Soshkin, M., Fisher, M., & Weinberg, N. (2015-2019). The Travel & Tourism Competitiveness Report. In World Economic Forum: Geneva, Switzerland. p. different pages

## الاستنتاجات والتوصيات

### الاستنتاجات (Conclusion)

١. من خلال هيكل مؤشرات القدرة التنافسية للسياحة والسفر للمنتدى الاقتصادي العالمي نلاحظ أنه قام بتحديد أهم محددات القدرة التنافسية للقطاع السياحي من خلال (١٤) عموداً اطلق عليها بالأعمدة الأربعة عشر للتنافسية السياحية (The 14 Pillars of Competitiveness) وهذه الأعمدة هي (بيئة العمل، السلامة والأمن، الصحة والنظافة، الموارد البشرية وسوق العمل، جاهزية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، تحديد أولويات السياحة والسفر، الانفتاح الدولي، تنافسية الأسعار، الاستدامة البيئية، البنية التحتية للنقل الجوي، البنية الأساسية للنقل البري والبحري، البنية التحتية للخدمات السياحية، الموارد الطبيعية، الموارد الثقافية).
٢. يساهم قطاع السياحة والسفر في دولة الإمارات العربية بنسبة قدرها (٩,١٢%) من الناتج المحلي الإجمالي، وكذا توفير مايفوق (٧٥٤,٢) ألف فرصة عمل وذلك بحسب تقرير الهيئة الاتحادية للتنافسية والاحصاء لعام ٢٠١٩.
٣. وجود مقومات سياحية طبيعية وثقافية وتاريخية، فضلاً عن المقومات العمرانية التي جعلت الإمارات تنهض بالقطاع السياحي.
٤. تمتلك دولة الإمارات العربية قدرة تنافسية عالية في كل من مؤشر بيئة العمل، الأمن والسلامة، الموارد البشرية وسوق العمل، تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، البنية التحتية للنقل الجوي، والبنية التحتية للخدمات السياحية، والبنية التحتية للنقل البري والبحري، والاستدامة البيئية، مما يعني إثبات فرضية الدراسة التي تنص على إن ارتفاع مستوى محددات القدرة التنافسية للقطاع السياحي في دولة الإمارات العربية قد أدى إلى ارتفاع مؤشرات القدرة التنافسية لها مقارنة بالدول العربية والعالمية.
٥. فيما تمتلك قدرة تنافسية متوسطة دولياً في كل من مؤشر الصحة والنظافة، وتحديد أولويات السياحة والسفر، والانفتاح الدولي، وتنافسية الأسعار، والموارد الثقافية. فيما حلت بقدرة تنافسية ضعيفة خلال مدة البحث في مؤشر الموارد الطبيعية.

## التوصيات (Recommendations)

١. ضرورة الاهتمام بركيزة البيئة التمكينية , إذ حصلت على المرتبة (١٧) دولياً في عام ٢٠١٩ , وإن هناك مؤشر من بين خمسة مؤشرات مازالت متأخرة فيه وهو: مؤشر الصحة والنظافة المرتبة (٦٦).

٢. ضرورة الاهتمام بركيزة السياسات والظروف التمكينية , إذ حصلت على المرتبة (٧٣) دولياً في عام ٢٠١٩ , وإن هناك ثلاثة مؤشرات من بين أربعة مؤشرات مازالت متأخرة فيها وهي: مؤشر تحديد اولويات السياحة والسفر المرتبة (٧١), مؤشر الانفتاح الدولي (٨٣), مؤشر تنافسية الاسعار (٦٤).

٣. ضرورة الاهتمام بركيزة الموارد الثقافية والتاريخية, إذ حصلت على المرتبة (٣٣) دولياً في عام ٢٠١٩ , وإن هناك مؤشر من بين مؤشرين مازالت متأخرة فيه وهو: مؤشر الموارد الطبيعية المرتبة (١٠٣).

٤. الاهتمام المتواصل بدعم القطاع السياحي من خلال وضع الاستراتيجيات اللازمة لتنمية وتطوير هذا القطاع , وجذب تدفقات أكبر من عدد لسياح.

## المصادر

### المصادر العربية

١. البوابة الالكترونية لدولة الإمارات, (٢٠١٨), "اداء دولة الإمارات", متاح على شبكة المعلومات الدولية, الانترنت:

<https://u.ae/ar-ae/about-the-uae/uae-competitiveness/the-un-egovernment-survey/uae-rank-in-egovernment-development-index-egdi-2018>

٢. جليلي, رياض, و عبد العظيم, عادل, وخضر, حسان, (٢٠٠٨), "السياحة في الدول العربية: مقوماتها ومكامن تنافسياتها", مجلة التنمية والسياسات الاقتصادية, المجلد (١٠), العدد يناير.

٣. الحداد, محمد محبوب, (٢٠١١), "تقييم تنافسية الصناعة السياحية في ليبيا كمصدر بديل للدخل في ظل تحرير تجارة الخدمات", الملتقى الدولي الرابع بعنوان: المنافسة والاستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات في الدول العربية, متاح على الموقع الالكتروني:

<http://labocolloque5.voila.net/106mohamedmahdjob.pdf>

٤. خليل, امام حسنين, (٢٠١٥), "التعاون القضائي الدولي لمواجهة الجريمة المنظمة: دراسة مقارنة بين الاتفاقية الدولية لمكافحة الجريمة المنظمة عبر الوطنية والقانون الإماراتي", مجلة روى استراتيجية, العدد (١١).

٥. الشراري, جمال صبيح, (٢٠١٩), "مقارنة التعليم الابتدائي بدول الخليج العربي", مجلة كلية التربية, العدد (١) أكتوبر.

٦. صلاح, عبد الحميد. (٢٠١٤). الامارات بين التاريخ والجغرافية , الاردن: اطلس للنشر والتوزيع.

٧. صندوق النقد العربي, (٢٠١٩), "التقرير الاقتصادي العربي الموحد لعام ٢٠١٩", أبو ظبي, الإمارات العربية.

٨. صندوق النقد العربي، (٢٠٢٠)، "التقرير الاقتصادي العربي الموحد لعام ٢٠٢٠"، أبو ظبي، الإمارات العربية.
٩. علي، بن الطيب، (٢٠١٩). "تطبيقات الذكاء الاصطناعي ودورها في تعزيز رقمنة المجتمعات والتحول نحو المدن الذكية بدولة الإمارات انموذجاً"، برلين: المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية.
١٠. قعلول، سفيان، والوليد، طلحة، (٢٠٢٠). الاقتصاد الرقمي في الدول العربية: الواقع والتحديات، صندوق النقد العربي، أبو ظبي. الإمارات.
١١. كافي، مصطفى يوسف، (٢٠٠٦)، "صناعة السياحة كأحد الخيارات الاستراتيجية للتنمية الاقتصادية"، عمان، دار الفرات للنشر والتوزيع.
١٢. كيال، مها، (٢٠٢١)، "التحديات الثقافية نحو بلوغ الهدف الخامس من أجندة التنمية المستدامة ٢٠٣٠"، مجلة التجديد العربي، العدد (١٣).
١٣. المجلس الوطني للإعلام الإماراتي، (٢٠١٩)، "الكتاب السنوي لعام ٢٠١٩"، الإمارات.
١٤. منظمة السياحة العالمية، (٢٠٢٠)، "مجموعة بيانات إحصاءات السياحة"، مدريد اسبانيا.
١٥. الهيئة الاتحادية للتنافسية والإحصاء، (٢٠١٩)، "ارقام الامارات"، الاصدار الثاني، الإمارات العربية.
١٦. الهيئة الاتحادية للتنافسية والإحصاء، (٢٠٢٠)، "ارقام الامارات"، الاصدار الأول، الإمارات العربية.

## المصادر الانكليزية :

1. Calderwood, L. U., & Soshkin, M. (2019). **The travel and tourism competitiveness report 2019**. World Economic Forum
2. Doing Business. (201٩). **Economy Profile 2016: United Arab Emirates**. 13 TH Edition, a World Bank group flagship report, World Bank group, USA, accessed at [http://www.iberglobal.com/files/2016/emiratos\\_db.pdf](http://www.iberglobal.com/files/2016/emiratos_db.pdf), on 1- 9-201٩.
3. Falk, R. (2019). **Global Law**. In The Oxford Handbook of Global Studies.
4. Index, H. P. (2019). H&P passport index. Henley Corporation, International Air Transport Association.
5. Robino, D. M. (2019). **Global Destination Cities Index 2019**. New York: Mastercard,p4-8
6. Robino, D. M. (2019). **Global Destination Cities Index 2019**. New York: Mastercard.
7. Schwab, K. (2019). **The global competitiveness report 2018-2019**. Geneva: World Economic Forum.
8. Top Universities, (2015). **QS University Ranking: Arab Region 2015**. accessed at : <http://www.topuniversities.com/university-rankings/arab-region->
9. Universities, T. (2019). **QS University Rankings: Arab Region 2019**. Quacquarelli Symonds.
10. Uppink, L., Soshkin, M., Fisher, M., & Weinberg, N. (2015-2019). **The Travel & Tourism Competitiveness Report**. In *World Economic Forum: Geneva, Switzerland.p.different pages*.
11. Word Bank. Data, Indicators( 20٢٠ )Washington. New york, [www.worldbank.org](http://www.worldbank.org)
12. World Bank data. (2019). **Doing business 2019 How to reform**. The World Bank.
13. World Economic Forum.(2013). **The global Competitiveness Report**. Oxford university :press.
14. World Economic Forum.(2015). **The global Competitiveness Report**. Oxford university :press.