تحليل وقياس مؤشرات تنافسية القطاع السياحي في دول مختارة للمدة (2007-2019) باستخدام نماذج panel Data

المدرس المساعد . مصعب عبدالعالي ثامر الاستاذ الدكتور عدنان فرحان عبدالحسين

كلية الادارة والاقتصاد / قسم الاقتصاد

جامعة البصرة[1]

المستخلص :

يهدف البحث إلى بناء النماذج والطرائق المناسبة التي من خلالها يمكننا قياس جودة وتنافسية مؤشرات القطاع السياحي في الدول العربية المختارة للمدة(2007-2019) وذلك من خلال ترتيب هذه الدول في تقرير التنافسية السياحية الصادرة عن المنتدى الاقتصادي العالمي. إذ توصل البحث من خلال تحليل مؤشرات تنافسية القطاع السياحي لهذه الدول إلى أن دولة الأمارات العربية قد نجحت في تهيئة قطاعها السياحي بمؤشراته ومارست تأثيراً جيداً ومتقدماً في السوق الدولية من حيث الترتيب، وتأثيراً متوسطاً في كل من دولتي مصر وتونس. كما أن النموذج المناسب لقياس جودة هذه المؤشرات في هذه الدول هو نماذج Panel Data ومنه تم الحصول على أن المتغيرات الحقيقية التي تفسر جذب وتوافد السياح للدول المختارة هي (الموارد الطبيعية، الموارد الثقافية والتاريخية، الموارد البشرية وسوق العمل، جاهزية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، تنافسية الأسعار، الأمن والسلامة.

الكلمات الدالة: التنافسية السياحي،Panel Data ،نموذج الانحدار التجميعي، نموذج التأثيرات الثابتة، نموذج التأثيرات العشوائية.

[1] بحث مستل من أطروحة الدكتوراة الموسومة بـ (تحليل وقياس القدرة التنافسية للقطاع السياحي في دول عربية مختارة مع إمكانية الاستفادة منها في العراق)

Analyzing and measuring the competitiveness indicators of the tourism sector in selected countries for the period -2007) (2019using Data panel forms

Assistant teacher: Musab Abdul-Aali Thamer **Prof. Dr.: Adnan Farhan Abdul-Hussain**

College of Administration and Economics

University of Basra

Abstract :

The research aims to build the appropriate models and methods by which we can measure the quality and competitiveness of tourism sector indicators in the Arab countries selected for the duration (2007-2019) by ranking these countries in the World Economic Forum's Tourism Competitiveness Report. The research, through an analysis of the competitiveness indicators of the tourism sector of these countries, found that the Arab Emirates has succeeded in preparing its tourism sector with its indicators and has exerted a good and advanced influence in the international market, and an average impact in both Egypt and Tunisia. The appropriate model for measuring the quality of these indicators in these countries is data Panel models, from which it has been obtained that the real variables that explain the attraction and influx of tourists to the selected countries are all (natural resources, cultural and historical resources, human resources and the labour market, ICT readiness, competitive prices, security and safety.

Keywords: tourism competitiveness, panel data, aggregate regression model, fixed effects model, random effects model.

المقدمة :

لقد عرفت إقتصادات العديد من الدول سواء النامية منها أم المتقدمة قفزة إنتقالية نتيجة التحولات الإقتصادية العالمية الجديدة، هذه التحولات جعلت الدول تهتم أكثر بقطاع الخدمات كبديل من أجل تعويض الضعف أو النقص الحاصل في القطاع الصناعي أو الزراعي أو باقي القطاعات الأخرى، وبهذا تعد اليوم الخدمات أو مايسمى بالقطاع الثالث من أضخم القطاعات درأ للمال على إقتصادات الدول وخاصةً في مجاله السياحي. ومن هذا الأساس تسعى العديد من الدول السياحية التي من بينها الدول العربية إلى تفعيل تنافسية هذا القطاع بهدف تجاوز تشوهاتها الإقتصادية، فضلاً عن تحقيق معدلات نمو مرتفعة وتحقيق التكامل بين مختلف القطاعات ومن ثم تحقيق تنمية إقتصادية وإجتماعية والحفاظ على النظام البيئي. ولعل من أفضل التجارب الناجحة في هذا المجال دولة الإمارات العربية المتحدة التي تأتي في المقدمة من حيث الإنجازات السياحية، أيضا تُعد كل من دولتي مصر وتونس صاحبتا تميز في هذا القطاع, على الرغم من ابتعادهما من حيث الترتيب في مؤشرات التنافسية السياحية إلا أنهما من أكثر الدول اعتماداً على السياحة وتوجد بهما العديد من الاماكن الأثرية والطبيعية التي تُعد مناطق جذب للسياح. وبهذا ارتأى الباحث إلى تحليل جودة وقياس تنافسية الخدمات السياحية للقطاع السياحي في دول العينة (الإمارات,مصر,تونس), وذلك من خلال بناء نموذج دال على ذلك, فضلاً عن استعراض مراتبها في مؤشر تنافسية قطاع السياحة والسفر الذي يصدر عن المنتدى الاقتصادي العالمي وتقديم بعض التوصيات الخاصة بتعزيز مساهمة القطاع وتنافسيته في الدول محل الدراسة.

أهمية البحث:

تشخيص أهم مؤشرات تنافسية القطاع السياحي التي تفسر جذب وتوافد السياح لدول العينة.

مشكلة البحث: ينطلق البحث من طرح الاشكالية التالية:

تكمن مشكلة البحث في معرفة مدى تأثير مؤشرات تنافسية القطاع السياحي في دول العينة على (عدد السياح) باستخدام التحليل الاحصائي والقياسي لبيانات Panel Data .

هدف البحث:

1.استعراض ترتيب مؤشرات تنافسية قطاع السياحة والسفر الصادرة عن المنتدى الاقتصادي العالمي لدول العينة المتمثلة بـ(الإمارات, مصر, تونس).

2. بناء نموذج احصائي لمؤشرات تنافسية القطاع السياحي في عينة من الدول بدلالة عدد السياح.

فرضية البحث: لدراسة الاشكالية تم الاعتماد على الفرضية التالية:

توجد علاقة ذات تأثير جوهري بين مؤشرات تنافسية القطاع السياحي كمتغيرات مستقلة وعدد السياح خلال مدة البحث.

الحدود الزمنية للبحث: يغطي البحث المدة الزمنية (2007-2019)، وذلك لأن عام2007 هو بداية صدور أول تقرير للمنتدى الاقتصادي العالمي للتنافسية السياحية.

عينة البحث: تشتمل عينة البحث على كل من دول(الإمارات، مصر، تونس)، ويعود السبب في الاختيار إلى أن هذه الدول حصلت على مراتب جيدة عربياً وعالمياً في بعضٍ من مؤشراتها التنافسية، وتم الحصول على البيانات المستخدمة في البحث من التقارير الدولية الصادرة عن المنتدى الاقتصادي العالمي منذ عام2007 الذي شهد أول تقرير لتنافسية السفر والسياحة، كما اعتمدت تقارير منظمة السياحة العالمية، فضلاً عن بيانات البنك الدولي.

منهجية البحث:

تمت الدراسة بالاعتماد على: المنهج الوصفي والتحليلي والكمي، اذ يتعلق المنهج الوصفي بالإطار النظري من خلال تغطية كل ما يتعلق بمفهوم التنافسية السياحية ومؤشرات قياسها، أما المنهج التحليلي إذ تم فيه تحليل واقع التنافسية السياحية في دول العينة, أما المنهج القياسي فيتم بالاعتماد على نماذج panel, بغية إغناء الدراسة والوصول إلى مؤشرات يمكن عدّها مؤثرة سياحياً في توافد عدد السياح.

هيكل البحث: ينقسم البحث إلى المحاور التالية:

1.الإطار النظري لتنافسية القطاع السياحي.

2.تحليل مؤشرات تنافسية القطاع السياحي لدول العينة ضمن مؤشر التنافسية السياحية.

3.قياس مؤشرات تنافسية القطاع السياحي لدول العينة.

الدراسات السابقة

1. **دراسة(ساعد وعيساني،2015)**: تناولت الدراسة تقييم تنافسية قطاع السياحة في بلدان المغرب العربي دراسة مقارنة بين (الجزائر, تونس, المغرب), وقد ركزت الدراسة على الاهمية الكبيرة للمؤشرات الدولية السياحية من أجل تحسين تنافسية القطاع السياحي كونها تعد أداة في أيدي متخذي القرار من أجل تحسينه, وفي الأخير توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من بينها أن هناك تفاوتاً في ترتيب دول المغرب في تنافسية السياحة والسفر، ففي الوقت الذي تمكنت كل من تونس والمغرب من تحسين تنافسيتهما في هذه المؤشرات, بقيت الجزائر متأخرة في الترتيب.

2. **دراسة(الاغا،2016):** تناولت الدراسة تطور الخدمات السياحية لعينة من الدول النامية، بهدف التعرف على مفهوم السياحة وانواعها فضلاً عن أثرها في المتغيرات الاقتصادية، وتحليل الأثر الإجمالي الذي سيتركه ارتفاع القدرة التنافسية في هذا القطاع على إجمالي الناتج المحلي لدول العينة، وفي الأخير توصلت الدراسة في جانبها العملي إلى وجود أثر واضح لمؤشر التنافسية السياحية في اجمالي الناتج المحلي لدول العينة،إذ أن زيادة درجة التنافسية بمقدار(1%) يؤدي إلى ارتفاع إجمالي الناتج المحلي بمقدار(23.6) وحدة.

3. **دراسة(محسن,نهلة محمد والعراقي,محمد وجمال الدين,نانسي و ابو احمد,مصطفى,(2017))**: تناولت الدراسة الوضع التنافسي السياحي الدولي لمصر: دراسة تحليلية للبيئة الأساسية في مصر بهدف الوقوف على تقييم الوضع التنافسي السياحي في مصر ومستوى قطاع البنية التحتية وتأثيره على تنافسية القطاع السياحي, وتوصلت الدراسة إلى تراجع ترتيب مصر منذ عام2010 حتى عام 2016 نتيجة الاحداث السياسية التي تمر بها مصر والتي أثرت بشكل ملحوظ على أداء قطاعها السياحي وتنافسيته.

4. دراسة(خلوفي وكمال،2019): تناولت الدراسة القدرة التنافسية لقطاع السياحة والأسفار في الجزائر, بهدف الوقوف على أداء قطاعها السياحي, وتوصلت الدراسة إلى أن القدرة التنافسية لأي دولة تتجسد في أربعة مؤشرات رئيسة تتمثل بـ: البيئة التمكينية, الظروف والسياسات التمكينية, البنية التحتية, الموارد الطبيعية والثقافية. والجزائر تعد من الدول التي تتمتع بمقومات سياحية متنوعة, لكن ضعف البنية التحتية المرتبطة بالنشاط السياحي كان عائقاً أمام الدولة لتحقيق الاهداف المرجوة لهذا القطاع, وأوصت الدراسة في الأخير إلى السعي وراء تحقيق تكامل بين القدرات التنافسية السياحية لاسيما فيما يتعلق بالأمن والسلامة والصحة, والبنية التحتية وصولاً إلى الموارد الطبيعية والثقافية.

لكن مايميز هذه الدراسة عن الدراسات السابقة أنها من الدراسات القليلة إذا لم تكن الوحيدة التي تناولت مؤشرات التنافسية السياحية للمنتدى الاقتصادي العالمي من حيث ادخالها الجانب الكمي القياسي من خلال نماذج Data panelالتي يمكن قياس جودة وتنافسية القطاع السياحي لهذه الدول المتمثلة بـ(الإمارات,مصر,تونس) بهدف الحصول على مؤشرات يمكن الاستدلال بها كمؤشرات سياحية مؤثرة في عدد السياح.

المحور الأول : الإطار النظري لتنافسية القطاع السياحي

أولاً: التنافسية السياحية (المفهوم والمؤشرات)

1. مفهوم التنافسية السياحية

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

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

كما عرفتها المنظمة العالمية للسياحة على أنها الزيادة في الإنتاج والتحسين في نوعية السلع والخدمات بما يرضي أذواق المستهلكين (الحداد،3:2011). كما تعرف أيضاً على إنها قدرة المؤسسات المنتمية لقطاع السياحة في بلد ما على تحقيق نجاح وتميز مستمر في السوق الدولية دون الإعتماد على الدعم والحماية الحكومية، بالتالي فإن هذا ما يميز تلك الدول في هذا القطاع (جليلي وآخرون، 2008: 26).

والقطاع التنافسي هو الذي تكون مؤسساته قادرة على المنافسة سواء كانت هذه المنافسة داخلية ام منافسة دولية من خلال المحافظة على حصتها من السوق والعمل على تنميتها وتحقيق الأرباح. أيضاً تعرف على أنها قدرة الدولة على توليد ثروة وإمكانيات تتفوق بها على منافسيها في السوق الدولية من خلال دمج الأصول(الموارد الطبيعية) مع عملية التصنيع(كالبنية التحتية) ومن ثم تحويلها إلى نتائج إقتصادية(جليلي, وآخرون, 26:2011).

ومن ثم يمكن القول ان خطط تسويق وإستراتيجيات تعزيز هذا القطاع تتضمن بشكل أساسي الأسعار, الانطباع, نوعية الإدارة. إذ إن الكثير من الدول تمتلك الميزة النسبية سواء كانت الموارد الأولية للسياحة مثلا الطبيعة, التاريخ, التراث ,العلاقات التسويقية والثقافية, الفعاليات والمهرجانات, والأنشطة الآخرى. فضلاً عن أمتلاكها الميزة التنافسية(أي المصادر المساعدة كالبنية التحتية والتسهيلات الآخرى).

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

2. المؤشرات العالمية لقياس التنافسية السياحية

تعددت التقارير العالمية التي تناولت قياس التنافسية من خلال المؤشرات التي تغطي عدداً كبيراً من بلدان العالم، وسوف يتم التطرق إلى أهم هذه المؤشرات التي أهتمت بشكل مستقل بقياس التنافسية الدولية لقطاع السياحة والسفر وهو مؤشر التنافسية العالمي للسياحة والسفر(TTCI*)، يُعد هذا المؤشر عبارة عن دراسة تصدر من قبل المنتدى الإقتصادي العالمي(World Economic Forum (WEF, ضمن تقرير سنوي يطلق عليه(تقرير التنافسية العالمي للسياحة والسفر)،يمثل هذا التقرير معياراً لتقييم أداء القطاع السياحي لعدد كبير من دول العالم، وقد صدر أول تقرير من المنتدى الإقتصادي العالمي حول السياحة والسفر عام(2007) شاركت فيه(10) بلدان عربية، إذ يبين تحليل النتائج مدى تقدم أو تراجع مرتبة في تنافسية السياحة والسفر خلال السبع تقارير الماضية من عام2007 إلى عام2019 والمؤشرات والمتغيرات التي أدت الى التقدم أو التراجع في القطاع السياحي، من أجل الوقوف على نقاط القوة والضعف لها، ومن ثم يكون الهدف من إعداد هذا التقرير هو قياس وتحديد العوامل والسياسات التي تعمل على تطوير القطاع السياحي.

أهمية هذا التقرير تبرز في كونه يصنف الدول في مؤشرات تعبر عن مدى توفر البيئة الداعمة للسياحة من خلال الإجراءات والنظم والبنى التحتية والموارد البشرية والطبيعية وغيرها. إن المتتبع لتقارير القدرة التنافسية للسياحة والسفر سوف يجد اختلاف في تقسيمات مؤشرات هذه القدرة، إذ يلاحظ في تقارير الأعوام (2007-2013) ثلاثة مؤشرات رئيسة هي: الإطار التنظيمي والقانوني، البنية التحتية وبنية الأعمال، الموارد الطبيعة البشرية والثقافية(World Economic Forum, 2013:8)،أما بالنسبة للتقارير الأخرى التي صدرت بعد عام 2013 منها تقارير(2015, 2017, 2019), فإنها قسمت مؤشرات القدرة التنافسية للسياحة والسفر الى(4)مؤشرات رئيسة تتمثل بـ: البيئة التمكينية ,الظروف والسياسات التمكينية, البنية التحتية, الموارد الطبيعية والثقافية,و(14)مؤشراً فرعياً تتمثل بـ: بيئة الأعمال ,الأمن والسلامة, الصحة والنظافة ,الموارد البشرية وسوق العمل, تكنولوجيا المعلومات والاتصالات, تحديد اولويات السياحة والسفر ,الانفتاح الدولي, تنافسية الأسعار, الاستدامة البيئية ,البنية التحتية للنقل الجوي ,البنية التحتية للنقل البري والبحري, البنية التحتية للخدمات السياحة, الموارد الطبيعية, الموارد الثقافية (16, World Economic Forum, 2015).

* Travel and Tourism Competitiveness Index

المحور الثاني تحليل مؤشرات تنافسية القطاع السياحي لدول العينة ضمن مؤشر التنافسية السياحية

من خلال هذا المحور سوف يتم تحليل جودة وتنافسية الخدمات السياحية وفقاً لمنهجية المنتدى الاقتصادي العالمي للسياحة والسفر. إذ من خلال هذه المنهجية سوف يتم استعمال الرتب المتعلقة بدول العينة (الإمارات، مصر، تونس)من أجل المقارنة كما في الجدول (1)الذي يوضح ترتيب هذه الدول ضمن مؤشر التنافسية الكلي للمدة(2007-2019).

جدول(1)

- نتائج ترتيب المؤشر الكلي للتنافسية السياحية والسفر خلال المدة (2007-2019)

الدولة	2007	2009	2011	2013	2015	2017	2019
الإمارات	18	33	30	28	24	29	33
مصر	58	63	75	85	83	74	65
تونس	34	44	47	.	79	87	85

Source:Uppink, L., Soshkin, M., Fisher, M., & Weinberg, N. (2007-2013). The Travel & Tourism Competitiveness Report. In World Economic Forum: Geneva, Switzerland .different pages

من خلال نتائج الجدول(1) الذي يعرض المؤشر الكلي للتنافسية خلال المدة البحثية نلاحظ أن دولة الإمارات العربية احتلت المرتبة الأولى بين دول العينة في تقارير التنافسية أنفا وحصولها على مراتب متقدمة دولياً, فقد حلت في المرتبة(18) من مجموع(124) دولة في تقرير2007, بعد ذلك بدأت بالتراجع حتى حلت في المرتبة(33) دوليا من مجموع(141) دولة في تقرير عام 2019.إذ يحتل القطاع السياحي في دولة الإمارات أهمية كبيرة جداً اقتصادياً إذ بلغ عدد السياح(7.1) ملايين سائح عام 2007, ليصل إلى(27.1) ملايين سائح عام2019, كما ازدادت الإيرادات السياحية خلال المدة نفسها من(6.07)مليار دولار عام2007,إلى(38.41)مليار دولار عام 2019(منظمة السياحة العالمية،2020).

أما دولة تونس فنلاحظ أنها حلت في المرتبة(2) بين دول العينة لغاية عام2015، باستثناء عام 2013 تم اقصاؤها من الترتيب لعدم توافر معطيات واضحة وذات مصداقية حول مناخ الاستثمار والسياسات الاقتصادية المثبتة من قبل الحكومة، أما في عامي(2017, 2019) فقد حلت في المرتبة الثالثة بين دول العينة وسجلت تصنيف(87)،(85) عالمياً على التوالي. بلغ عدد السياح في دولة تونس نحو(6.7) ملايين سائح عام2007، ثم ارتفع ليصل إلى(9.4) ملايين سائح عام 2019، أما حجم الإيرادات فقد بلغ(3.251) مليار دولار عام2007، ثم انخفض إلى(2.321) مليار دولار عام2019 وهذا نتيجة ما تعرضت إليه من سلسلة الأعمال الإرهابية التي راح ضحيتها عشرات السياح الأجانب خلال العامين 2015 و2017 (منظمة السياحة العالمية،2020).

أما عن مصر فنلاحظ انها موجودة في المرتبة الثالثة بين دول العينة لغاية عام 2015 بعدها في تقرير(2017-2019) فقد حلت في المرتبة الثانية بين دول العينة والمرتبة(74),(65)عالمياً على التوالي ، بلغ عدد السياح في مصر نحو(10.6) ملايين سائح عام2007، ثم ارتفع ليصل إلى (13.01) مليون سائح عام 2019، أما حجم الإيرادات بلغ(9.15) مليار دولار عام 2007، ثم ارتفع إلى(13.01) مليار دولار عام2019(منظمة السياحة العالمية،2020).ومن ثم من خلال هذا الترتيب نلاحظ أن دولة الإمارات كانت ذات تأثير عالٍ من حيث الترتيب عالمياً في حين كانت كل من مصر وتونس ذات تأثير متوسط، وللتوضيح أكثر عن مؤشر التنافسية السياحية نقوم بتحليل المؤشرات الفرعية المكونة له للمدة (2015-2019) كما يلي:

اولاً- **مؤشر البيئة التمكينية**: يركز هذا المؤشر على خمسة مؤشرات فرعية تتمثل بـ:بيئة الاعمال، الأمن والسلامة، الصحة والنظافة، الموارد البشرية وسوق العمل، تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، كما مبين في الجدول(2) لعام2019، نجد أن دولة الإمارات العربية حازت على المرتبة الأولى عربياً، والترتيب(17) دولياً من بين(140)دولة, فيما حلت تونس ثانياً بترتيب(78)دولياً, جاءت مصر ثالثاً وبترتيب (86) دولياً.

جدول (2)

ترتيب الدول المختارة في المؤشر الرئيس الأول: البيئة التمكينية

الدولة	نتيجة المؤشر ككل لعام 2019	بيئة الاعمال			الأمن والسلامة			الصحة والنظافة			الموارد البشرية وسوق العمل			تكنولوجيا المعلومات والاتصالات		
		2015	2017	2019	2015	2017	2019	2015	2017	2019	2015	2017	2019	2015	2017	2019
الإمارات	17	4	5	9	3	2	7	69	63	66	22	23	26	16	15	4
مصر	**86**	95	78	75	136	130	112	64	68	90	##	68	89	80	89	68
تونس	**78**	71	66	69	98	102	90	76	75	80	87	113	101	76	73	80

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

ثانياً- مؤشر سياسات السياحة والسفر والظروف التمكينية: يركز هذا المؤشر على اربعة مؤشرات فرعية تتمثل بـ(تحديد أولويات السياحة والسفر، الانفتاح الدولي، تنافسية الأسعار، الاستدامة البيئية), ومن خلال بيانات الجدول(3)نجد أن جمهورية مصر حازت على المرتبة الأولى عربياً، والترتيب(45) دولياً, فيما حلت تونس ثانياً والترتيب(57) دولياً، جاءت دولة الإمارات العربية ثالثاً وبترتيب(73) دولياً، ومن ثم نلاحظ ابتعاد دولة الإمارات من حيث الترتيب في مجال هذا المؤشر.

جدول (3)

ترتيب الدول المختارة في المؤشر الرئيس الثاني: البيئة التمكينية السياسات والظروف التمكينية

الدولة	نتيجة المؤشر ككل لعام 2019	تحديد اولويات السياحة والسفر			الانفتاح الدولي			تنافسية الأسعار			الاستدامة البيئية		
		2015	2017	2019	2015	2017	2019	2015	2017	2019	2015	2017	2019
الإمارات	73	39	31	71	85	75	83	85	75	83	41	40	41
مصر	45	69	37	31	115	102	124	2	2	3	77	67	31
تونس	57	44	48	45	103	90	106	7	9	12	59	89	46

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

ثالثاً- مؤشر البنية التحتية: يركز هذا المؤشر على ثلاثة مؤشرات فرعية تتمثل بـ(البنية التحتية للنقل الجوي، البنية التحتية للنقل البري والبحري، البنية التحتية للخدمات السياحية). نجد في نتائج هذا المؤشر لعام2019، أن دولة الإمارات تمتلك بنية تحتية جيدة وحصولها على المرتبة (13) دولياً في نتيجة المؤشر ككل، أما في مؤشر النقل الجوي فنلاحظ تصدرها المرتبة(4) عالمياً. فيما حلت ثانياً جمهورية مصر والترتيب (76) دولياً, جاءت تونس ثالثاً بين دول العينة وبترتيب(84) عالمياً.

جدول (4)

ترتيب الدول المختارة في المؤشر الرئيس الثالث: البنية التحتية

الدولة	نتيجة المؤشر ككل لعام 2019	البنية التحتية للنقل الجوي			البنية التحتية للنقل البري والبحري			البنية التحتية للخدمات السياحية	
		2015	2017	2019	2015	2015	2017	2019	2017
الإمارات	13	3	3	4	20	19	31	26	27
مصر	76	63	59	55	103	82	64	89	93
تونس	84	77	85	82	94	95	99	61	69

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

رابعاً- مؤشر الموارد الطبيعية والثقافية: يركز هذا المؤشر على مؤشرين فرعيين هما (الموارد الطبيعية ، الموارد الثقافية).ومن خلال نتائج الجدول(5) نلاحظ تصدر مصر بين دول العينة والمرتبة(33) عالمياً في نتيجة المؤشر ككل, والمرتبة(22) عالمياً من حيث مؤشر الموارد الثقافية، وهذا من حيث عدد المواقع الأثرية التي تعد تراثاً إنسانياً عالمياً البالغ عددها(7) مواقع، تليها دولة الإمارات في المرتبة (75) عالمياً, فيما حلت دولة تونس في المرتبة(100) عالمياً.

جدول (5)

ترتيب الدول المختارة في المؤشر الرئيس الرابع: الموارد الثقافية والتاريخية

الدولة	نتيجة المؤشر ككل لعام 2019	الموارد الطبيعية			الموارد الثقافية		
		2015	2017	2019	2015	2017	2019
الإمارات	33	95	91	103	53	50	40
مصر	75	100	97	69	53	50	40
تونس	100	105	94	9	70	83	90

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

المحور الثالث قياس مؤشرات تنافسية القطاع السياحي لدول العينة

بغية إغناء الدراسة والوصول إلى مؤشرات يمكن إعتمادها كدليل سياحي إحصائي مؤثر، سيتم الاستعانة بأساليب تجميع بيانات السلاسل الزمنية والمقطعية panel data التي من خلالها يمكننا قياس علاقة جودة وتنافسية مؤشرات القطاع السياحي لدول العينة(الإمارات، مصر، تونس) بهدف بيان أثر هذه المؤشرات التي تم تناولها وعدها متغيرات مستقلة على عدد السياح كمتغير تابع من خلال نماذج panel data في اشكاله الرئيسة الثلاثة التي هي نموذج الانحدار التجميعي، نموذج التأثيرات الثابتة، نموذج التأثيرات العشوائية.

الإطار النظري لتحليل بيانات السلاسل الزمنية:

أولاً- بيانات السلاسل الزمنية (المفهوم، ونماذج القياس):

تعرف بيانات السلاسل الزمنية المقطعية على أنها مجموعة البيانات التي تجمع بين خصائص كل من البيانات المقطعية والسلاسل الزمنية، البيانات المقطعية تصف سلوك عدد من الوحدات أو المفردات المقطعية عند مدة زمنية واحدة، في حين تصف بيانات السلسلة الزمنية سلوك مفردة واحدة خلال فترة زمنية معينة. بمعنى يقصد ببيانات(panel)المشاهدات المقطعية مثل(أسر، شركات، دول..) المرصودة عبر مدة زمنية معينة، أي دمج البيانات المقطعية مع الزمن في آن واحد. تضم الصياغة الأساسية لنماذج البيانات الطولية(panel) والمقدمة في العام1993 من قبل W.Green , ثلاثة نماذج ممكنة تبعاً لاختلاف الأثر الفردي لكل وحدة مقطعية (ai) الذي يفترض أن يكون هذا الأثر ثابتاً عبر الزمن وخاصةً بكل وحدة مقطعية, ليكن لدينا(n) من المشاهدات المقطعية مقاسة في(t) من المدة الزمنية وعليه فإن نموذج البيانات الطولية يأخذ الصيغة التالية(Greene, 2012: 249):

$$Yit = B0,i + \sum_{i=1}^{k} BjXj(it) + \varepsilon it \qquad \begin{matrix} ,i = 1,2,3, \dots n \\ t = 1,2,3 \dots T \end{matrix}$$

حيث إن: Xit و Yit :تمثل المشاهدات الخاصة بكل وحدة مقطعية **ai** خلال الزمن **t** .أما εit : المتغير العشوائي الذي يمثل بقية المتغيرات التي لم يتضمنها النموذج التي تتغير بين الوحدات المقطعية عبر الزمن. ومن هنا تأتي نماذج البيانات الطولية في ثلاثة اشكال رئيسة يمكن تشكيلها تبعاً لاختلاف الأثر الفردي لكل وحدة مقطعية ai وكالآتي(Blatagi,2005,11):

1. إذا كان الأثر الفردي ai هو نفسه من أجل جميع الوحدات المقطعية فإن النموذج هو نموذج الانحدار التجميعي(Pooled OLS regression) يعني هذا النموذج أن مجاميع البيانات المقطعية (دول، أو منشآت..إلخ) ككتلة واحدة دون الأخذ بعين الاعتبار الفروقات والاختلافات الممكنة ما بينهما، أي أن الحد العشوائي متساوٍ عند كل البيانات المقطعية. يُعد هذا النموذج من أبسط نماذج البيانات الطولية، إذ تكون فيه جميع المعاملات (B0،i،B0) ثابتة لجميع الفترات الزمنية أي يهمل تأثير الزمن, وعليه صيغة هذا النموذج تكون كالآتي:

$$\mathbf{Yit = B0 + \sum_{i=1}^{k} BjXj(it) + \varepsilon it \quad , i = 1,2,3,\dots n \quad t = 1,2,3 \dots . T}$$

حيث أن: $\mathbf{E(\varepsilon_{it})=0}$, $\mathbf{Var(\varepsilon_{it})=\alpha_{\varepsilon}^{2}}$

يقدر هذا النموذج من خلال طريقة المربعات الصغرى الاعتيادية بحجم مشاهدات (**T×N**).

2. أما إذا كان هناك اختلاف في الأثر الفردي **ai** عبر الوحدات المقطعية فإن النموذج يتجزأ إلى نموذجين أساسين هما:

أ. نموذج التأثيرات الثابتة(Fixed Effect Model) (السياح, شروق وأخرون,2021: 217): يأخذ هذا النموذج بعين الاعتبار سلوك كل مجموعة بيانات مقطعية على حدة من خلال جعل معلمة القطع (B0)تتفاوت من مجموعة إلى أخرى مع بقاء معاملات الميل(B_i) ثابتة لكل مجموعة بيانات مقطعية, ومن ثم سوف نتعامل مع حالة عدم التجانس في التباين بين المجاميع, وعليه يتخذ هذا النموذج الصيغة التالية:

$$Yit = B0,i + \sum_{i=1}^{k} BjXj(it) + \varepsilon it \quad , i = 1,2,3,\dots n \quad t = 1,2,3 \dots . T$$

حيث أن: $\mathbf{E(\varepsilon_{it})=0}$, $\mathbf{Var(\varepsilon_{it})=\alpha_{\varepsilon}^{2}}$

Xit و Yit تمثل المشاهدات الخاصة بكل حدة مقطعية **ai** خلال الزمن**t** .أما εit فتمثل بقية المتغيرات المهملة في النموذج التي تتغير بين الوحدات المقطعية عبر الزمن. إن مصطلح التأثيرات الثابتة يقصد به أن قيمة المعلمة(B0) لكل مجموعة بيانات مقطعية لا تتغير خلال الزمن, التغير يكون فقط في مجاميع البيانات المقطعية(دول،أو منشآت..إلخ) لغرض تقدير معلمات النموذج في المعادلة أعلاه والسماح لمعلمة القطع(B0) بالتغير في المجاميع المقطعية عادةً ما تستخدم متغيرات وهمية بقدر(N-1) لكي يتم تجنب التعددية الخطية التامة, ثم تستخدم طريقة المربعات الصغرى الاعتيادية. ومن ثم يتم إعادة صياغة المعادلة ليصبح الشكل النهائي للنموذج كالآتي:

$$\boldsymbol{Yit = \alpha i + \sum_{d=2}^{k} \alpha d\ Dd + \sum_{i=1}^{k} Bj\ Xj\ (it) + \varepsilon i,t \quad , i = 1,2,3,\dots n \quad t = 1,2,3 \dots . T}$$

حيث يمثل المقدار $\sum_{d=2}^{n} \alpha d\ dD$ التغير في المجاميع المقطعية لمعلمة القطع (B0).

ب- نموذج التأثيرات العشوائية(Random Effect Model)(الثعلبي, وزعلان, 2018 :8): ويسمى ايضاً بنموذج مكونات التباين أو نموذج عناصر الخطأ(ECM) يتعامل هذا النموذج مع الآثار المقطعية والزمنية على أنها معلمات عشوائية وليست ثابتة, أي يفترض أن العينة المستخدمة في التطبيق مسحوبة بشكل عشوائي, مما يؤدي إلى أن تمثل معلمات انحدار النموذج العينة بأكملها. يعبر هذا النموذج عن الحالة التي تكون فيها الفروقات الفردية غير مرتبطة بقوة متغيرات النموذج, الأمر الذي يتطلب نمذجتها بتوزيع عشوائي بين الوحدات المقطعية, ومن ثم يبين هذا النموذج ما إذا كان الأثر الفردي غير المشاهد بين الدول يتضمن عناصر مرتبطة بمتغيرات النموذج وليس ما إذا كانت هذه الآثار عشوائية أم لا, ويأخذ هذا النموذج الصيغة التالية:

$$Yit= u+vi+\sum_{i=1}^{k} Bj\ Xj(it) + \varepsilon it \quad , i = 1,2,3 \dots n \quad t = 1,2,3 \dots . T$$

حيث أن: $\mathbf{Vt}$ تمثل حد الخطأ في مجموعة البيانات المقطعية i, اما ε_{it} فتمثل حد الخطأ العشوائي, إذ يضم ثلاثة مركبات تتمثل في الأثر الفردي $\boldsymbol{\alpha}_i$ وخصائص البعد الزمني $\mathbf{U_t}$ والمركبة الثالثة$\mathbf{u_{i,t}}$ تتممثل ببقية المتغيرات المهملة في النموذج التي تتغير بين الوحدات المقطعية وعبر الزمن, أي أن $\varepsilon_{i,t}=\boldsymbol{\alpha}_i+\mathbf{U}_t+\mathbf{U}_{i,t}$.يتم الاعتماد في تقدير نموذج التأثيرات العشوائية على طريقة المربعات الصغرى المعممة (GLS), كون مقدرات طريقة المربعات الصغرى الاعتيادية لهذا النموذج تكون غير كفوءة ولها اخطاء قياسية مما يؤثر في اختبار المعلمات.

ثانياً- اختيار النموذج الملائم لبيانات البانل

1. **اختبار chow test** :يقوم هذا الاختبار على الاختلاف الجوهري بين النموذج التجميعي والتأثيرات الثابتة, للتأكد من وجود تلك الآثار غير الملحوظة, بمعنى هل هناك اختلافات بين الدول، وعبر الفترات الزمنية للدراسة, فإذا أشار اختبار(chow) لملاءمة النموذج التجميعي للبيانات يتم التوقف عند هذه المرحلة, ويُعد النموذج التجميعي هو الأكثر ملاءمة، في حين إذا أشارت إحصائية chow إلى ملاءمة نموذج التأثيرات الثابتة على النموذج التجميعي يتم إجراء نموذج أخر(التاثيرات العشوائية) وبعدها إجراء اختبار هوسمان(Hausman)من أجل التفضيل بين نموذجي(التأثيرات الثابتة والعشوائية)، وتصاغ في هذا الاختبار الفرضيتان الاحصائيتان على النحو الآتي (Zulfikar ,2019:6):

H0=Select CE (P>0.05) **(نموذج الانحدار التجميعي مناسب)**

H1= Select FE (P<0.05) **(نموذج التأثير الثابت مناسب)**

2. **اختبار هوسمان(**Hausman Test**):** يقوم هذا النموذج على الاختلاف الجوهري بين التأثيرات الثابتة والعشوائية، على الرغم من أن نصوص التحليل القياسي تبين أن نموذج التأثيرات الثابتة هي الأكثر ملائمة للبيانات الطولية إلا أنهُ لا يمكن التأكد من ذلك إلا بعد استخدام اختبارHausman، وذلك لمعرفة أي من التأثيرات سواء كانت الثابتة ام العشوائية ملائمة في تقدير النموذج. ومن أجل تحديد أي من النموذجين يتم استعماله في الدراسة فإن فرضية العدم تستند إلى عدم وجود ذلك الارتباط وفي الحالة التي تكون فيها كل من المقدرات الثابتة والعشوائية متسقة، ولكن تكون مقدرة التأثيرات العشوائية هي الأكثر كفاءة، وبالعكس في ظل الفرضية البديلة(H1) فإن مقدرة التأثيرات الثابتة هي الأكثر كفاءة، وتصاغ الفرضيتان كالآتي (Hausman, 1978:1251):

H0=Select CE (P>0.05) (نموذج التأثيرات العشوائية هو المناسب)

H1= Select FE (P<0.05) (نموذج التأثير الثابت هو المناسب)

الإطار التطبيقي لتحليل بيانات البانل

أولاً. توصيف النموذج: يمكن توصيف النموذج من خلال تعريف متغيرات الدراسة على النحو التالي:

أ. المتغير التابعDependent variable متمثلاً بعدد السياح الوافدين للدول محل الدراسة (الإمارات, مصر, تونس)مقدرة بالملايين للمدة(2007-2019) ونرمز له بالرمز NT.

ب. المتغيرات المستقلة Independent variable: شملت ترتيب مؤشرات تنافسية السياحة والسفر في التقارير الصادرة عن المنتدى الاقتصادي العالمي كافة وكما في الجدول(6):

جدول(6)

المتغيرات المستغلة (Independent variable) لنموذج البحث

الرمز	الدلالة	الرمز	الدلالة
TTCI	الترتيب النهائي الكلي لدول العينة	SS	ترتيب دول العينة في مؤشر الأمن والسلامة
BE	ترتيب دول العينة في مؤشر بيئة العمل	HR	ترتيب دول العينة في مؤشر الموارد البشرية وسوق العمل
HH	ترتيب دول العينة في مؤشر الصحة والنظافة	PT&T	ترتيب دول العينة في مؤشر تحديد ولويات السياحة والسفر
ICT	ترتيب دول العينة في مؤشر جاهزية تكنولوجيا المعلومات	ES	ترتيب دول العينة في مؤشر الاستدامة البيئية
PC	ترتيب دول العينة في مؤشر تنافسية الأسعار	GPI	ترتيب دول العينة في مؤشر البنية التحتية للنقل البحري والأرضي
ATI	ترتيب الدول في مؤشر البنية التحتية للنقل الجوي	TSI	ترتيب دول العينة في مؤشر البنية التحتية السياحية
NR	ترتيب دول العينة في مؤشر الموارد الطبيعية	NC	ترتيب دول العينة في مؤشر الموارد الثقافية

المصدر: من إعداد الباحثين.

ثانياً. تحليل معاملات الارتباط البسيط بين المؤشرات

كما بينا سابقاً في تحليل مؤشرات تنافسية القطاع السياحي لدول العينة (الإمارات، مصر، تونس) أن عدد المؤشرات المرتبطة بالتنافسية السياحية هي (14) مؤشرا وهذا العدد أكبر من عدد سنوات مدة الدراسة(2007-2019), ومن ثم فهذا غير ممكن في التحليل الاحصائي, لذلك عمد الباحث إلى استعمال التحليل الاستقرائي من خلال تحليل معاملات الارتباط البسيط بين عدد السياح لدول العينة كمتغير تابع وبين ترتيب هذه الدول في مؤشرات التنافسية السياحية المعتمدة بموجب تقرير التنافسية السياحية الصادر عن المنتدى العالمي كمتغيرات مستقلة.

جدول (7)

معاملات الارتباط بين عدد السياح وترتيب الدول في مؤشرات التنافسية السياحية

Variables	All	Variables	All
TTCI	0.581862	PC	0.727692
BE	-0.417732	ES	-0.423942
SS	0.553638	ATI	-0.035409
HH	0.388514	GPI	-0.463100
HR	0.514314	TSI	-0.348912
ICT	0.530472	NR	0.520907
PTT	0.440211	NC	0.597274

المصدر: مخرجات البرنامج الأحصائي **Eviews9**

من خلال بيانات الجدول(7) نلاحظ أن بعضاً من هذه المؤشرات جاءت بمعاملات ارتباط ضعيفة وبذلك تم استبعادها من التحليل وهي(TSI,GPI,ATI,ES,PT&T ,HH, BE) واستبعاد التصنيف الكلي (TTCI) لأنه يضم ترتيبات كل المؤشرات فتم استبعاده من عملية القياس يبقى لدينا(6)مؤشرات للتنافسية السياحية التي لها ارتباط بسيط مع مؤشر عدد السياح التي ربما تكون ذو فائدة في عملية القياس.

ثالثاً: تقدير النموذج المجمع أي دمج المقاطع العرضية مع السلاسل الزمنية (panel data) لدول العينة

يتم في هذه الفقرة تقدير النموذج المجمع لكل دول العينة باستخدام النماذج الثلاثة وهي نموذج الانحدار التجميعي (PEM), ونموذج التأثيرات الثابتة(FEM), ونموذج التأثيرات العشوائية(REM) كما يبينها الجدول(8) وكانت نتائج التقدير كالآتي:

1. نتائج تقدير نموذج الانحدار التجميعي Pooled Regression Model : حسب الجدول(8) يتم التعبير عن النموذج في المعادلة التالية:

NT=1964255+114924.4NC+52528.65NR+125695.9ICT+82315.01HR+208456.1PC+55308.09SS

في هذا النموذج نلاحظ أن كل المتغيرات ذات علاقة طردية(موجبة)مع عدد السياح إلا أن أغلبها غير معنوية(NR,ICT,SS). أن ما يعزز الثقة في هذا النموذج قيمة**R-squared** المبينة في الجدول التي بلغت (0.718234),تعني أن المتغيرات المستقلة للنموذج تفسر التنافسية بنسبة(71.82%) هي نسب معتبرة في حين العوامل الاخرى غير المدرجة في النموذج تفسر التنافسية بنسبة (28.18%).

جدول(8)

تقدير النموذج المجمع لكل دول العينة باستخدام النماذج الثلاثة

Variables	نتائج التقدير			
		PEF	FEM	REM
Nc	Coefficient	114924.4	175177	114924.4
	Prob	0.0133	0.0013	0.0009
Nr	Coefficient	52528.65	120998.1	52528.65
	Prob	0.1833	0.0253	0.0562
Ict	Coefficient	125695.9	211217.8	125695.9
	Prob	0.0911	0.0096	0.0173
Hr	Coefficient	82315.01	157005.1	82315.01
	Prob	0.0445	0.008	0.0055
Pc	Coefficient	208456.1	303231	208456.1
	Prob	0.0024	0.0008	0.0000
Ss	Coefficient	55308.09	98920.26	55308.09
	Prob	0.1025	0.0322	0.021
C	Coefficient	1964255	13614266	1964255
	Prob	0.7427	0.1047	0.6262
R-squared		0.718234	0.927193	0.718234
Adjusted R-squared		0.597478	0.817984	0.597478
prob(F-statistic)		0.002886	0.002627	0.002886

المصدر: مخرجات برنامج **Eviews9**

3

2. نتائج تقدير نموذج التأثيرات الثابتة Fixed Effect Model :حسب الجدول(8) يتم التعبير عن النموذج في المعادلة التالية:

NT=13614266+175177NC+120998.1NR+211217.8ICT+157005.1HR+3032311PC+98920.26SS

أيضا نلاحظ أن المتغيرات المستقلة لها علاقة طردية مع عدد السياح وجميعها ذات معنوية إحصائية. فضلاً عن أن قيمةR-squared المبينة في الجدول كانت جوهرية بلغت نحو (0.927193).

3.المفاضلة بين النموذجين: في هذه الخطوة يتم المفاضلة بين نموذجي الانحدار التجميعي (Pooled Regression)، ونموذج التأثير الثابت من خلال الاختبار أدناه:

أ. اختبار(**chow test**):إذ أشار الجدول(9) بناءً على اختبار(chow test) بملاءمة نموذج التأثيرات الثابتة، لأن قيم الاحتمالية prob هي اقل من مستوى المعنوية المعتمد(0.05)، فإنه تم رفض فرض العدم وقبول الفرض البديل الذي ينص على أن نموذج التأثيرات الثابتة هو النموذج المناسب.

جدول(9)

ملخص نتائج المفاضلة بين نموذج الانحدار التجميعي والثابت

Redundant Fixed Effects Tests			
Equation: Untitled			
Test period fixed effects			
Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Period F	3.826747	(6,8)	0.0422
Period Chi-square	28.41867	6	0.0001

المصدر: من إعداد الباحث باستخدام برنامج EViews9

4. تقدير نموذج التأثيرات العشوائية Random Effect Model : وحسب الجدول (8) يمكن التعبير عن النموذج من خلال المعادلة أدناه:

NT=1964255+114924.4NC+52528.651NR+125695.9ICT+82315.01HR+208456.1PC+55308.09SS

أ- تحديد أفضل نموذج: تم إجراء اختبار هوسمان(Hausman test)لاختيار أفضل نموذج بين التأثيرات الثابتة والتأثيرات العشوائية, وكانت النتائج على النحو التالي:

جدول(10)

نتائج اختبار هوسمان(Hausman Test)

Correlated Random Effects - Hausman Test			
Equation: Untitled			
Test period random effects			
Test Summary	**Chi-Sq. Statistic**	**Chi-Sq. d.f.**	**Prob.**
Period random	22.96048	6	0.0008

المصدر: مخرجات برنامج **Eviews9**

من خلال بيانات الجدول (10) يتضح أن قيمة(P-Value= 0.0008) أقل من مستوى المعنوية(0.05) ,ومن ثم يتم رفض الفرض العدمي الذي ينص على أن نموذج التأثيرات العشوائية هو المناسب, وقبول الفرض البديل القائل بمقبولية نموذج التأثيرات الثابتة. حسب ماتم توضيحه سابقاً فان نموذج الآثار الثابتة يبين العلاقة بين المتغيرات المستقلة ومؤشر عدد السياح على وفق المعادلة الرياضية السابقة:

NT=13614266+175177NC+120998.1NR+211217.8ICT+157005.1HR+3032311PC+98920.26SS

وبناءً على المعادلة المذكورة أُنفا نقيم النموذج على وفق الآتي:

يتضح من المعالم المقدرة لنموذج التأثيرات الثابتة الواردة في الجدول(8) أنه: كلما تقدم مؤشرا الموارد الطبيعية والثقافية بمرتبة واحدة سيحقق لنا(120998), و(175177) سائحاً على التوالي. أيضاً كلما تقدم مؤشر الموارد البشرية وسوق العمل بمرتبة واحدة سيحقق لنا(157005) سياح جدد. وإن تقدم مؤشر جاهزية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بمرتبة واحدة زاد توافد السياح نحو(211217) سائحاً جديداً. وبالنسبة لمؤشر تنافسية الأسعار فكلما تقدم بمرتبة واحدة زاد توافد السياح نحو(303231) سائحاً جديداً, ومنه تحقيق الميزة التنافسية لهذه الدول في السوق

الدولية. في حين مؤشر الأمن والسلامة كلما تقدم بمرتبة واحدة أدى ذلك إلى زيادة عدد السياح نحو(98920) سائحاً جديداً. ومن ثم يتضح لنا بالنسبة إلى معامل المؤشرات أنها كلها ذات اشارة موجبة أي علاقة طردية مع عدد السياح, فكلما تقدمت بمرتبة واحدة أدى ذلك إلى زيادة عدد السياح.

أما نتائج معامل التحديد R^2 واختبار F الواردة في الجدول(8) نجد أن قيمة معامل التحديد R^2=**0.**927193 فهذا يدل على جوهرية النموذج وانهُ ذو مغزى احصائي مهم. أما القيمة الاحتمالية لـ(F) فكانت(8.490022) وباحتمالية(0.002627) وهي أصغر من مستوى المعنوية(0.05),وهذا يعني أن الانحدار معنوي, ومن ثم توجد علاقة بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع مما يدل على معنوية النموذج ككل. في حين تقدر قيمة الحد الثابت C بـ(0.1047),أي إذا انعدمت كل المتغيرات المستقلة فإن قيمة التنافسية = 0.07 وهي نتيجة لعوامل ثابتة أخرى لم يتم إدراجها في النموذج.

رابعاً: تقدير النموذج الفردي لكل دولة من دول العينة

يتم في هذه الفقرة من البحث تقدير نموذج الأثر الثابت لكل دولة بمفردها وكالآتي:

في نتائج تقدير نموذج أثر مؤشرات التنافسية السياحية المستقلة يلاحظ انه: كلما تقدم مؤشرا الموارد الطبيعية والثقافية بمرتبة واحدة سيحقق(**44818**) و(**127846**)سائح على التوالي. في حين مؤشر الأمن والسلامة كلما تقدم بمرتبة واحدة أدى ذلك إلى زيادة عدد السياح بنحو(**123213**) سائحاً جديداً، وبالنسبة لمؤشر تنافسية الأسعار فكلما تقدم بمرتبة واحدة زاد توافد السياح نحو(**41527**) سائحاً جديداً، وأن تقدم مؤشر جاهزية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بمرتبة واحدة زاد توافد السياح نحو (**217961**) سائحاً جديداً، أيضاً كلما تقدم مؤشر الموارد البشرية وسوق العمل بمرتبة واحدة سيحقق لنا(**27051**) سائحاً جديداً.

كما أن كل المتغيرات ذات علاقة طردية(موجبة) مع عدد السياح وذات دلالة معنوية، وأن ما يعزز الثقة في هذا النموذج جوهرية قيمة**R-squared** المبينة في الجدول التي بلغت (0.981765). وأن القيمة الاحتمالية**Prob(F-statistic)** بينت معنوية النموذج ككل.

جدول (11)

نتائج تقدير نموذج التأثيرات الثابتة لدولة الإمارات العربية

Dependent Variable: NT
Method: Panel Least Squares
Date: 12/17/21 Time: 18:43
Sample: 2007 2019
Periods included: 7
Cross-sections included: 3
Total panel (balanced) observations:21

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
NR	44818.35	14990.89	2.989706	0.0412
NC	127846.9	60872.2	2.100251	0.0480
ICT	217961.1	41554.45	5.245194	0.0000
HR	27051.38	13125.96	2.060907	0.0418
PC	41527.55	19011.54	2.184334	0.0499
SS	123213.4	51228.88	2.405154	0.0225
C	2181822.0	788203.7	2.768094	0.0487
	Effects Specification			
Cross-section fixed (dummy variables)				

R-squared	0.981765	Mean dependent var	4584128
Adjusted R-squared	0.976902	S.D. dependent var	7553140
S.E. of regression	1147928	Akaike info criterion	30.94399
Sum squared resid	3.95E+13	Schwarz criterion	31.32789
Log likelihood	-594.408	Hannan-Quinn criter.	31.08173
F-statistic	201.8956	Durbin-Watson stat	2.667736
Prob(F-statistic)	0.000000		

المصدر: مخرجات برنامج Eviews9

بلغت قيمة(D.W) نحو(2.66) وهي في منطقة القبول وهذا يؤكد خلو النموذج من مشكلة الارتباط الذاتي, أي انه يتم قبول فرضية العدم H0 ورفض الفرضية البديلة H1.

2. أما بالنسبة إلى النتائج الخاصة بجمهورية مصر فكانت كالآتي

جدول (12)

تائج تقدير نموذج التأثيرات الثابتة لجمهورية مصر

Dependent Variable: NT
Method: Panel Least Squares
Date: 12/17/21 Time: 09:52
Sample: 2007 2019
Periods included: 7
Cross-sections included: 3
Total panel (balanced) observations: 21

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
NR	614124.326	1993.837	308.0113	0.0000
NC	397708.9	1516.545	262.2467	0.0000
ICT	1650.5595	706.417	2.336523	0.0333
HR	2672.31084	1087.259	2.457842	0.0436
PC	664843.919	22999.25	28.90720	0.0000
SS	1840.3266	691.1594	2.662666	0.0433
C	174112.569	74561.11	2.335166	0.0433

Effects Specification

Cross-section fixed (dummy variables)

R-squared	0.999998	Mean dependent var	3361290
Adjusted R-squared	0.999997	S.D. dependent var	4965032
S.E. of regression	8826.911	Akaike info criterion	21.20817
Sum squared resid	2.34E+09	Schwarz criterion	21.59207
Log likelihood	-404.5594	Hannan-Quinn criter.	21.34591
F-statistic	1502862.0	Durbin-Watson stat	2.442779
Prob(F-statistic)	0.000000		

المصدر: مخرجات برنامج Eviews9

في نتائج تقدير نموذج أثر مؤشرات التنافسية السياحية المستقلة يلاحظ انه: كلما تقدم مؤشرا الموارد الطبيعية والثقافية بمرتبة واحدة سيحقق(614124.3) (397708.9) سائح على التوالي. في حين مؤشر الأمن والسلامة كلما تقدم بمرتبة واحدة أدى ذلك إلى زيادة عدد السياح نحو (1840.3) سائحاً جديداً، وبالنسبة لمؤشر تنافسية الأسعار فكلما تقدم بمرتبة واحدة زاد توافد السياح(664843.9) سائحاً جديداً، وأن تقدم مؤشر جاهزية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بمرتبة واحدة زاد توافد السياح نحو(1650.5) سائحاً جديداً, أيضاً كلما تقدم مؤشر الموارد البشرية وسوق العمل بمرتبة واحدة سيحقق زيادة مقدارها (2672.3) سائحاً جديداً.

كما أن كل المتغيرات ذات علاقة طردية(موجبة) مع عدد السياح وذات دلالة معنوية، وأن قيمةR-sequared المبينة في الجدول بلغت(0.999998). وأن القيمة الاحتمالية**Prob(F-statistic)** بينت معنوية النموذج ككل . بلغت قيمة(D.W) نحو(2.44) وهي في منطقة القبول وهذا يؤكد خلو النموذج من مشكلة الارتباط الذاتي, أي قبول فرضية العدم H0 ورفض الفرضية البديلة H1.

2. أما بالنسبة إلى النتائج الخاصة لدولة تونس فكانت كالآتي:

جدول (13)

نتائج تقدير نموذج التأثيرات الثابتة لدولة تونس

Dependent Variable: NT
Method: Panel Least Squares
Date: 12/17/21 Time: 19:35
Sample: 2007 2019
Periods included: 7
Cross-sections included: 3
Total panel (balanced) observations: 21

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
NR	150771.0	45684.63	3.300256	0.0021
NC	31996.38	7380.326	4.335361	0.0002
ICT	107420.6	45996.26	2.335421	0.0452
HR	175210.3	6765.815	25.89641	0.0000
SS	25277.11	12297.41	2.055483	0.0457
PC	861768.5	163732.2	5.263281	0.0000
C	1027457.2	473397.5	2.17039	0.0455
Effects Specification				
Cross-section fixed (dummy variables)				
R-squared	0.999949	Mean dependent var		2288413
Adjusted R-squared	0.999936	S.D. dependent var		3327078
S.E. of regression	26653.19	Akaike info criterion		23.41838
Sum squared resid	2.13E+10	Schwarz criterion		23.80228
Log likelihood	-447.6584	Hannan-Quinn criter.		23.55612
F-statistic	74011.50	Durbin-Watson stat		2.524613
Prob(F-statistic)	0.000000			

المصدر: مخرجات برنامج Eviews9

في نتائج تقدير نموذج أثر مؤشرات التنافسية السياحية المستقلة يلاحظ انه: كلما تقدم مؤشرا الموارد الطبيعية والثقافية بمرتبة واحدة سيحقق ارتفاعاً مقداره (150771.0),(31996.3) سائح على التوالي، في حين مؤشر الأمن والسلامة كلما تقدم بمرتبة واحدة أدى ذلك إلى زيادة عدد السياح نحو (25277.11) سائحاً جديداً، وبالنسبة لمؤشر تنافسية الأسعار فكلما تقدم بمرتبة واحدة زاد توافد السياح (861768.5) سائحاً جديداً، وأن تقدم مؤشر جاهزية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بمرتبة واحدة زاد توافد السياح نحو(107420.6) سائحاً جديداً, أيضاً كلما تقدم مؤشر الموارد البشرية وسوق العمل بمرتبة واحدة سيحقق لنا(175210.3)سائحاً جديداً.

كما أن كل المتغيرات ذات علاقة طردية(موجبة)مع عدد السياح وذات دلالة معنوية, وأن قيمةR-sequared المبينة في الجدول بلغت(0.999949).وأن القيمة الاحتمالية**Prob(F-statistic)** بينت معنوية النموذج ككل. بلغت قيمة(D.W) نحو(2.52) وهي في منطقة القبول وهذا يؤكد خلو النموذج من مشكلة الارتباط الذاتي, أي قبول فرضية العدم H0 ورفض الفرضية البديلة H1.

الاستنتاجات والتوصيات

أولاً: الاستنتاجات

1. تختلف تنافسية القطاع السياحي من دولة عربية إلى أخرى حسب مقوماتها السياحية وجودة الخدمات ودرجة الاهتمام المقدمة في هذا القطاع. إذ تمكنت دولة الإمارات العربية من الارتقاء بتنافسيتها عالمياً والحصول على مراتب متقدمة جداً، وهذا راجع لمجمل اهتمامها بمؤشرات هذا القطاع ،في حين نلاحظ دولتي تونس ومصر مازالتا ذات تأثير متوسط عالمياً من حيث الترتيب بالرغم من امتلاكهما الكثير من مقومات النجاح.

2.بينت النتائج عند استخدام نماذج البيانات الطولية الثلاثة، نموذج الانحدار التجميعي، نموذج التأثيرات الثابتة، نموذج التأثيرات العشوائية، أن نموذج التأثيرات الثابتة هو النموذج الافضل.

3.من نتائج نموذج التأثيرات الثابتة وجدنا هناك تأثير طردي لمؤشرات تنافسية القطاع السياحي ككل.

4. من خلال نموذج التأثيرات الثابتة تم الحصول على ان المتغيرات الحقيقية التي تفسر جذب السياح للدول محل الدراسة هي(الموارد الطبيعية ,الثقافية ,الموارد البشرية وسوق العمل, تنافسية الأسعار, تكنولوجيا المعلومات والاتصالات, الأمن والسلامة) مما يعني أثبات فرضية الدراسة التي تنص (وجود تأثير معنوي طردي لمؤشرات التنافسية السياحية في عدد السياح).

ثانياً: التوصيات

1. على الدول محل الدراسة العمل على تطوير المؤشرات ذات الترتيب المتوسط والضعيف عالمياً من أجل الحصول على مركز أفضل في التنافسية العالمية في التقارير اللاحقة.

2.الاهتمام المتواصل بدعم القطاع السياحي من خلال وضع الاستراتيجيات اللازمة لتنمية وتطوير هذا القطاع، وجذب تدفقات أكبر من عدد السياح.

3.ينبغي على الدول التي تعمل على السياحة كمورد اساسي لها أن تقود حملة للاهتمام بالموارد البشرية، والبنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات، وتعزيز تنافسية الأسعار، والحفاظ على الموارد الطبيعية والثقافية، والحفاظ على أمن واستقرار البلد من أجل تعزيز قدراتها التنافسية في السوق السياحية.

4. الاستفادة من النموذج الذي توصلت إلية الدراسة وتطويره إلى نماذج أكثر تطوراً من خلال الاعتماد على بيانات لفترات زمنية أطول.

المصادر

المصادر العربية

1. الاغا، احمد طارق.(2016). **تطور الخدمات السياحية والسفر والاداء الاقتصادي لعينة من الدول النامية**، مجلة الدراسات الإقليمية، العدد (13).
2. الحلفي, هادي عبدالواحد جياد وعلاوي, كامل,(2019), **تقييم العوامل الرئيسة في دعم التنافسية في دول عربية مختارة(2001-2015)**, مجلة الاقتصادي الخليجي ,جامعة البصرة, المجلد (35), العدد(40).
3. خلف, مريم خير الله,(2011), **السياحة في المملكة العربية السعودية دراسة في الجغرافية السياحية**, مجلة الاقتصادي الخليجي, العدد(20).
4. بوراوي ساعد، عيساني، عامر.(2015). **تقييم تنافسية قطاع السفر والسياحة في بلدان المغرب العربي دراسة مقارنة بين الجزائر وتونس، المغرب**، مجلة العلوم الإنسانية، الجزائر، المجلد(15)، العدد(1).
5. الثعلبي، ساهرة وزعلان، ريسان عبد عبدالامام(2018). **أثر الصادرات في النمو الاقتصادي لدول مجلس التعاون الخليجي للمدة 1990-2014: دراسة قياسية**، مجلة العلوم الادارية والاقتصادية، المجلد(12)، العدد(1).
6. جليلي، رياض وعبد العظيم، عادل وخضر، حسان(2008). **السياحة في الدول العربية: مقوماتها ومكامن تنافسيتها**، مجلة التنمية والسياسات الاقتصادية، المجلد (10) العدد يناير.
7. زعلان, ريسان عبدالامام, ومحمد , احمد هشام , وعلي عبدالزهرة,(2020), **استعمال اسلوب** panel data **لقياس اثر بعض العوامل على الامان المصرفي(دراسة تطبيقية على عينة من المصارف التجارية في العراق)**, مجلة الادارة والاقتصاد, المجلد(9), العدد(35).
8. الشمري, سلام منعم, (2020), **تحليل محددات القدرة التنافسية لقطاع الصناعة التحويلية في العراق**, مجلة العلوم الاقتصادية , جامعة البصرة , كلية الادارة والاقتصاد, المجلد(15), العدد(57).
9. جعفر , اقبال جاسم,(2018), السياحة الالكترونية واثرها في تطور صناعة السفر والسياحة تجربة دولة الامارات العربية المتحدة (دراسة مقارنة), مجلة الخليج العربي, جامعة البصرة, المجلد(46) , العدد(3-4).
10. الحداد، محمد محجوب.(2011). **تقيم تنافسية الصناعة السياحة في ليبيا كمصدر بديل للدخل في ظل تحرير تجارة الخدمات**، الملتقى الدولي الرابع بعنوان: المنافسة والاستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات في الدول العربية.
11. خلوفي, سفيان وكمال, شريط.(2019). **القدرة التنافسية لقطاع السياحة والسفر في الجزائر**, مجلة اقتصاديات الأعمال والتجارة , المجلد(4), العدد(2).
12. السياح، شروق والدبس، حمزة والأمير، ثائرة(2021). **قياس تأثير أعداد النخيل على معدلات إنتاج التمور بأستخدام نماذج البيانات المقطعية panal data**، مجلة وارث العلمية، المجلد(3)، عدد خاص.
13. كافي، مصطفى.(2006). **صناعة السياحة كأحد الخيارات الاستراتيجية للتنمية الاقتصادية**، عمان: دار الفرات.
14. محسن,نهلة محمد والعراقي,محمد وجمال الدين,نانسي وابو احمد,مصطفى,(2017). **الوضع التنافسي السياحي لمصر: دراسة تحليلة للبنية الاساسية في مصر**, المجلة الدولية للتراث والسياحة, كلية السياحة والفنادق, الفيوم, المجلد (11), العدد (1/1).

15. منظمة السياحة العالمية.(2020). **مجوعة بيانات إحصاءات السياحة**، مدريد اسبانيا.

المصادر الانكليزية

1. Blatagi, B., H., (2005). **Econometric Analysis of Panel Data**, 3rd ed., John Wiley & Sons, Ltd, West Sussex.

2.Greene, W., H., (2012). **Econometrics Analysis, 7th ed., Pearson Education**, Inc., NJ.

3. Hausman, J., (1978). **Specification Test in Econometrics** ,Econometrica, Vol.46.

4. World Economic Forum (2007). **Report The Travel & Tourism competitiveness**, Geneva.

5.World Economic Forum (2009). **Report The Travel & Tourism competitiveness**, Geneva.

6.World Economic Forum (2011). **Report The Travel & Tourism competitiveness**, Geneva

7.World Economic Forum (2013). **Report The Travel & Tourism competitiveness,** Geneva.

8.World Economic Forum (2015), **Report The Travel & Tourism competitiveness,** Geneva.

9.World Economic Forum (2017), **Report The Travel & Tourism competitiveness,** Geneva.

10.World Economic Forum (2019), **Report The Travel & Tourism competitiveness,** Geneva.

11. Zulfikar, R., & STp, M. M. (2019). **Estimation model and selection method of panel data regression: an overview of common effect, fixed effect, and random effect model**: Universitas Islam Kalimantan MAB Banjarmasin.