

الموارد التراثية والثقافية للدولة المصرية كداعم لصناعة السياحة والسفر Heritage and cultural resources of Egypt as a support for the Tourism and Travel Industry

أ.م.د/ أسماء مصطفى الشامي

أستاذ مساعد بقسم الهندسة المعمارية – جامعة المنوفية.

Assist. Prof. Dr. Asma Mustafa Al-Shamy

Assistant Professor, Department of Architectural Engineering - Menoufia University.

ams_egy@yahoo.com

ملخص البحث:

السياحة ظاهرة بشرية مركبة ، لتعدد عناصرها وتباين نتائجها فهي إستثمار لموارد البيئة الطبيعية والثقافية والتراثية لإيجاد منتج سياحي، تُعرف السياحة بأنها صناعة عنقودية متعددة الأبعاد ولها نشاطات كثيرة ومتنوعة تسهم كل منها في خدمة السائح، ولا بد من التعاون والتنسيق فيما بينها، ويعتمد تقرير المنتدى الإقتصادي العالمي في تقييمه لأداء صناعة السياحة والسفر على أربعة مجموعات رئيسية وهي :

- البيئة التمكينية وبيئة الأعمال.

- السياسة السياحية وشروط التمكين.

- البنية التحتية للدولة .

- الموارد الطبيعية والثقافية.

تتمثل المشكلة البحثية في أنه برغم إمتلاك الدولة المصرية للموارد التراثية والثقافية إلا أن تقييم أداء صناعة السياحة والسفر دولياً لا يتناسب مع قيمة هذه الموارد، وتتمثل أهمية هذه الورقة البحثية في إلقاء الضوء على تقييم أداء صناعة السياحة والسفر للدولة المصرية عالمياً وإقليمياً بشكل عام وبشكل خاص على الموارد التراثية والثقافية بهدف دعم صناعة السياحة والسفر للدولة المصرية، وذلك من خلال الخطوات الآتية:

- تقييم أداء صناعة السياحة والسفر للدولة المصرية.

- تقييم وتحليل الموارد الثقافية والتراثية للدولة المصرية دولياً وإقليمياً.

- إقتراح سياسات للتعامل مع الموارد الثقافية والتراثية بهدف دعم صناعة السياحة والسفر للدولة المصرية.

- النتائج و التوصيات.

الكلمات المفتاحية :

الموارد التراثية والثقافية - الدولة المصرية - صناعة السياحة والسفر.

Abstract:

Tourism is a complex human phenomenon, due to the multiplicity of its elements and the variation of its results, as it is an investment of the natural, cultural and heritage environment resources to create a tourism product. Tourism is known as a multidimensional cluster industry and has many and varied activities, each of which contributes to serving the tourists, and cooperation and coordination between them must be adopted, and the report of the World Economic Forum is approved in the evaluation of the performance of **the tourism and travel industry on four main groups:**

1- Enabling Environment.

- 2- T&T Policy and Enabling Conditions.
- 3- T&T Policy and Enabling Conditions.
- 4- Natural and Cultural Resources.

Research problem is that despite the Egypt's possession of heritage and cultural resources, the evaluation of the performance of the tourism and travel industry internationally is not commensurate with the value of these resources, and the importance of this research paper is to shed light on the evaluation of the performance of the tourism and travel industry of Egypt globally and regionally in general and in particular on Heritage and cultural resources in order to support the tourism and travel industry of Egypt, through the following steps:

- Evaluating the performance of the tourism and travel industry for Egypt.
- Analyzing the state of the cultural and heritage resources of Egypt, internationally and regionally.
- To propose policies for dealing with cultural and heritage resources in order to support the tourism and travel industry of Egypt.
- Recommendations results.

key words:

Heritage and cultural resources - Egypt - Tourism and travel industry.

مقدمة البحث :

صناعة السياحة والسفر من أهم مصادر الدخل القومي للدولة المصرية، حيث يمكن إعتبارها صناعة عنقودية ومحورية تقوم على صناعات متعددة، توفر فرص عمل بشكل مباشر في الصناعة نفسها وبشكل غير مباشر في الصناعات الأخرى ذات العلاقة بها والمكملة لها، وبالتالي المساعدة في الحد من البطالة، وجلب رؤوس الأموال المحلية والعالمية لتحقيق عوائد مالية للدولة المصرية سواء بالعملة المحلية أو العملة الصعبة، فقد وجدت الكثير من دول العالم في صناعة السياحة والسفر بديلاً إستراتيجياً لإستغلال مواردها بكل أنواعها (طبيعية، تراثية، ثقافية، وغيرها) سياحياً وما لها من دور أساسي في التنمية الإقتصادية والإجتماعية.

أصبحت من أهم الصناعات التي تحظى باهتمام كل دول العالم سواء المتقدمة أو النامية ويظهر ذلك في الإحصائيات التي توضح أهمية صناعة السياحة والسفر بالنسبة للإقتصاد العالمي، مما جعلها محل العديد من الدراسات والأبحاث والتقارير لدراسة وسائل تطويرها، وسبل تحسين تقديم الخدمات السياحية، وخلق الأسواق السياحية الجديدة، وإستغلال عناصر الجذب السياحي وأهمها الموارد التراثية والثقافية، وقد أصبح التحدي الرئيسي الذي يواجه الدول والمشروعات عالمياً وإقليمياً هو كيفية دعم صناعة السياحة والسفر والمحافظة عليها لمواكبة هذه التطورات والتغيرات، وقد أستحوذت كل من صناعة السياحة والسفر، والموارد التراثية والثقافية على إهتمام رجال الاعمال، وصناع السياحة في كل من الدول النامية والمتقدمة، حيث أضحى إكتساب القدرة التنافسية من الدعائم والمرتكزات التي تقوم عليها أي صناعة بهدف تحقيق الأفضلية من خلال الإستحواذ على حصة أكبر من السوق العالمي.

تواجه صناعة السياحة والسفر عالمياً العديد من التحديات نتيجة إحتدام المنافسة وظهور أقطاب وأنماط سياحية جديدة حيث كشف عنها تقرير المنتدى الإقتصادي العالمي لسنة 2019 " السياحة والسفر في نقطة تحول " حيث أن الدول الأولى في التقرير تمتلك البيئة الأكثر جاذبية لتطوير صناعة السياحة والسفر.

إشكالية البحث :

تتمثل إشكالية البحث في أنه برغم إمتلاك الدولة المصرية للموارد التراثية والثقافية إلا أن تقييم أداء صناعة السياحة والسفر لها لا يتناسب مع قيمة هذه الموارد والمقومات، وذلك من خلال تقرير المنتدى الاقتصادي العالمي لتقييم أداء الصناعة من خلال مجموعات من المتغيرات الرئيسية والفرعية، حيث يقيس التقرير مدى جاذبية الدولة وإهتمامها بالصناعة وتحديد المستوى الفعلي لها، وبالتالي المساعدة في تحديد أسلوب وسياسات التعامل مع المتغيرات المختلفة وخاصة الموارد التراثية والثقافية في محاولة لدعم صناعة السياحة والسفر.

أهمية البحث:

تتمثل أهمية هذا البحث في إلقاء الضوء على وضع صناعة السياحة والسفر للدولة المصرية في تقرير المنتدى الاقتصادي العالمي لتقييم أداء صناعة السياحة والسفر بشكل عام وبشكل خاص على الموارد التراثية والثقافية، وذلك في محاولة لدعم الصناعة من خلال التركيز على تقييم أداء الموارد الثقافية والتراثية للدولة المصرية دولياً وإقليمياً، لما لها من تأثير مباشر على الصناعة، وعلى المجتمع المصري، لما يمثله هذا الأمر من إهتماماً لكل من: العاملين والمهتمين بصناعة السياحة والسفر، والمسؤولين عن صياغة الخطط القومية والأقليمية في الدولة المصرية، والأكاديمين.

أهداف البحث:

يتمثل الهدف الأساسي للبحث في إقتراح سياسات للتعامل مع الموارد الثقافية والتراثية بهدف دعم صناعة السياحة والسفر للدولة المصرية، بما يمكن الدولة المصرية من المنافسة في سوق صناعة السياحة والسفر لإستقطاب وجذب المزيد من الطلب السياحي العالمي والإقليمي على مصر، من خلال تحقيق مجموعة من الأهداف الثانوية كما يلي:

- دراسة وتقييم صناعة السياحة والسفر للدولة المصرية.
- دراسة وتقييم وضع الموارد الثقافية والتراثية للدولة المصرية.

منهج البحث:

يعتمد البحث على مجموعة من المناهج البحثية التي تم تطبيقها والإستناد إليها للوصول إلى هدف البحث حيث تم الإستناد على كل من: المنهج الوصفي، المنهج التحليلي، المنهج التحليلي المقارن.

البحث:**1- صناعة السياحة والسفر في الدولة المصرية:**

تعتبر السياحة نشاطاً إنتاجياً لما لها من تأثيرات على كل من المستويات الاقتصادية، والإجتماعية، والثقافية، وغيرها من خلال تعزيز معدلات النمو الاقتصادي، رفع مستويات الدخل، والناتج القومي، وتحفيز الإستثمارات للقطاع الخاص في البنية التحتية، والخدمات السياحية بالإضافة إلى كونها مرتكزاً للحفاظ على الموروثات الثقافية والتراثية للمجتمعات، وتعتبر حلقة الإتصال بين الشعوب، والحضارات، ومن أهم سبل تعزيز الترابط الإنساني، والثقافي، الإفتتاح على الآخر، وعلى الحضارات الإنسانية.

السياحة والسفر صناعة تشتمل على المؤسسات العامة والخاصة، التي تشترك في تطوير، وإنتاج وتسويق المنتجات والخدمات إستجابة لمتطلبات وإحتياجات السوق السياحي، قد لاقت صناعة السياحة إنتشاراً في السنوات الأخيرة من القرن الماضي حيث أن عدد السائحين الدوليين قد وصل إلى 1,5 مليار سائح تقريباً (تحديداً 1461 مليون سائح للعام 2019) على مستوى العالم بنسبة نمو 4% عن العام السابق 2018، والتي تعتبر أبطاً بمقارنتها بالمعدلات الإستثنائية لعام 2018 والتي كانت 7% للعام 2017 حيث كانت 6%.

جدول (1) تطور السياحة الدولية من عام 1950 الى عام 2019

العام	1950	1960	1970	1980	1990	2000	2005	2008	2010	2011	2012	2019
عدد السائحين بالمليون	25	69	166	286	459	673	805	924	1046	982	1.31 مليار	1.5 مليار

المصدر: www.globalpolicy.org/component/article.html

أظهرت تقارير منظمة السياحة العالمية عن السياحة الدولية، أن منطقة الشرق الأوسط تصدرت نسبة النمو في حركة السياحة العالمية للعام 2019 وقد وصلت نسبة النمو بها إلى 8%، تليها منطقة آسيا والمحيط الهادئ بنسبة 5%، ثم أوروبا بنسبة 4% ومثلها أفريقيا بنفس النسبة 4% في حين نسبة النمو الأمريكتين 2% فقط. (1)

تطور عدد السياح في العالم من 287 مليون سائح عام 1982 إلى 362.3 مليون سائح عام 1987 ثم إلى 503 مليون سائح عام 1992، ثم وصل إلى 758 مليون سائح في عام 2002، زاد عدد السياح طبقاً للجدول رقم (1) إلى 924 مليون عام 2008، وقد تعدى حاجز المليار سائح عام 2012 ثم وصل إلى 1.386 مليار سائح عام 2017 ثم إلى 1.680 مليار سائح عام 2022 بمعدل زيادة قدرة 2.24% سنوياً.

تقدمت مصر على دول الشرق الأوسط من حيث نسبة النمو، وقد بلغت 21% مقارنة بالعام السابق 2018، حيث بلغ عدد السائحين 13,6 مليون سائح، تلتها تركيا بنسبة نمو 14% عن عام 2018، وبعده السائحين 52 مليون سائح، وفي الإمارات العربية المتحدة بلغت نسبة النمو 9,4% وعدد السائحين 16,7 مليون سائح، المركز الرابع للمملكة العربية السعودية بنسبة نمو 7,8% وعدد 16,6 مليون سائح تشمل "الحج والعمرة"، المغرب في المركز الخامس وسجلت نمو 6,4% وعدد السائحين 13,3 مليون سائح، وتونس في المركز السادس سجلت نسبة نمو 13,6% وعدد السائحين 9,5 مليون. (2)

بنهاية عام 2017 تخطى عدد السائحين في مصر حاجز 8.3 مليون سائح (الجهاز المركزي للتعبئة والإحصاء)، بنسبة زيادة قدرها 44% مقارنة بعام 2016، حيث بلغ عدد السياح 5.3 ملايين سائحاً ووصل حجم إيرادات السياحة تقريباً لـ 7.2 مليار دولار بنهاية العام، بعد تراجعها في السنوات السابقة بسبب بعض الحوادث (تحطم طائرة ركاب روسية في سيناء عام 2015) إذ بعدها حظرت روسيا وبريطانيا وغيرها من الدول سفر سائحيها إلى مصر مما أسفر عن خسائر في صناعة السياحة والسفر للدولة المصرية قدرت بحوالي 4 ملايين دولار يومياً، مما أدى إلى خروج ما يقرب من مليون سائح من مصر إلى جانب إلغاء الرحلات وإنخفاض إشغال الفنادق والقرى السياحية مما قد تسبب في خسائر يمكن تقديرها بمليار ونصف المليار جنيه، حيث تعرف صناعة السياحة والسفر بأنها صناعة حساسة للأزمات بأنواعها.

تشكل صناعة السياحة والسفر ما يقارب 12% من الناتج المحلي للدولة المصرية، وتساهم بنسبة كبيرة في ميزان المدفوعات كما توّظف حوالي 12% من القوى العاملة، وتستطيع صناعة السياحة والسفر أن توفر فرص عمل كما يلي: (3)

- 1- 12.6% من قوة العمل المصرية بشكل مباشر.
- 2- إجمالي فرص عمل تزيد عن 3 مليون منهم 1.4 مليون فرصة عمل مباشرة.
- 3- يتولد لكل غرفة فندقية جديدة ما بين 1.7 إلى 2 فرصة عمل مباشرة، وفرصة عمل واحدة غير مباشرة.
- 4- حوالي 250 ألف فرصة عمل في أنشطة غير رسمية مرتبطة بقطاع الفنادق والمطاعم 0.4% من قوة العمل.

5- يمثل العاملون بأجور 70% من فرص العمل، و30% من الفرص يعملون لحسابهم الخاص.

6- 40% من فرص العمل في الصناعة في خدمات الإقامة والطعام والمشروبات.

7- 60% من فرص العمل في الصناعة في الخدمات التنظيمية كالشركات ووكالات السياحة والسفر، وغيرها.

قد حققت صناعة السياحة والسفر أعلى مستوياتها بحوالي 12.6 مليار دولار في العام المالي 2018/2019، وقد كان من المتوقع إرتفاع الرقم ليكون ما بين الـ15 أو الـ16 مليار دولار بنهاية عام 2020 تزامناً مع أحداث وفعاليات سياحية مهمة في مصر كان في مقدمتها افتتاح المتحف المصري الكبير، يرجع ذلك إلى إستمرار حالة الإستقرار، وهو ما يعزز من جاذبية البلاد كوجهة سياحة، بلغ إجمالي السائحين عام 2019 نحو 13 مليوناً و26 ألف سائح، مقابل 11 مليوناً و346 ألف سائح عام 2018، سجلت ألمانيا أعلى نسبة نمو في عدد السياح الوافدين لمصر في 2019 ليرتفع عددهم إلى 2.5 مليون سائح مقارنة بـ707 آلاف في 2018.(4)

جدول (2) الإيرادات السياحية بالمليار دولار لمصر من عام 1982 إلى عام 2019.

2009	2008	2007	2006	2005	2000	1995	1990	1982	تاريخ البيان
10.48	10.82	8.18	7.23	6.43	4.3	2.3	1.6	0.3	الإيرادات السياحية بالمليار دولار
2019	2018	2017	2015	2014	2013	2012	2011	2010	تاريخ البيان
12.6	11.4	7.6	6.1	7.5	5.9	9.9	8.8	12.5	الإيرادات السياحية بالمليار دولار

المصدر: البنك المركزي (1982-2019) - التقرير السنوي المالي للسنوات - مصر .

كانت قد وصلت التوقعات بأن يتخطى عدد السياح الوافدين لمصر على مدار العام 2020 عدد 15 مليون سائح مقارنة بنحو 13.6 مليون سائح خلال 2019 بزيادة نسبتها نحو 15.38% ، وبذلك سيتخطى مستوى 2010 القياسي بنهاية هذا العام بسبب الجهود المبذولة خلال الفترة السابقة للنهوض بالسياحة، وقد زار مصر في فبراير 2020 ما يقرب من 900 ألف سائح بزيادة 4% عن نفس الفترة في العام السابق 2019 (5)، وقد بلغت الإيرادات حوالي 11 مليار دولار حتى 8 مارس 2020، مع منتصف مارس 2020 توقفت الحركة السياحية مع إنتشار الوباء بفيروس "كورونا" المستجد COVID-19 ، وما فرضه من حظر للطيران والسفر وسياسات للتباعد الإجتماعي في معظم دول العالم توقف حركة السياحة عالمياً وإقليمياً ومحلياً.

إن أزمة فيروس "كورونا" المستجد هي أزمة غير مسبوقه عالمياً فقد مر العالم بالعديد من الأزمات منها المالية والسياسية كالأزمة المالية العالمية في 2008 وقبلها أزمة الكساد الكبير في 1929، لكن أزمة كورونا أكثر شدة منهما لما لها من تداعيات كبيرة جداً، فهي لم تؤثر على صناعة بعينها أو مجتمع بعينه على حدة بل تأثرها ممتد على كل الصناعات الإنتاجية وكل المجتمعات، لما تسببت فيه من وقف لحركة الإنتاج على مستوى العالم من كل من جانبي العرض والطلب.

2- تقييم أداء صناعة السياحة والسفر:

إن السياحة والسفر صناعة إستراتيجية هامة لها مقومات وأدوات يجب أن تتوفر وتستغل على الوجه الأمثل ولها عوامل نجاح يجب الحفاظ عليها، وهي نقطة تحول إقتصادية هامة جداً نظراً لتأثيرها المباشر والغير مباشر على الصناعات والأنشطة الإقتصادية الأخرى، فصناعة السياحة تحتاج إلى الخدمات والمنتجات التي تقدمها القطاعات الإقتصادية المختلفة الأخرى مثل قطاع النقل بكافة أنواعه وقطاع الفنادق بمختلف مستوياتها، ومؤسسات تقديم الأطعمة والمشروبات، والمؤسسات الثقافية والترفيهية والبنوك ومؤسسات الدعاية والترويج السياحي وحتى المؤسسات الأمنية والعلاجية وغيرها، وهو ما يجعل صناعه السياحة تلعب دوراً هاماً في الدخل القومي للدول بطريقة مباشرة كدخل من الصناعة وغير مباشرة من العلاقات التشابكية لصناعة السياحة والسفر مع الصناعات الأخرى.

أدت توجهات إقتصاديات السوق العالمي والنظام الإقتصادي العالمي الجديد لظهور نظم العولمة في أوائل السبعينات بعد التطور المتسارع في تقنيات الإتصال وشبكاتها الدولية، في أواخر الثمانينات تلاها بزوغ مصطلح التنافسية على يد الاقتصادي الشهير مايكل بورتر porter بإختلاف نطاقه سواء الدولة أو الصناعة أو المؤسسة (العلاقة بين هذه النطاقات تكاملية)، والتنافسية هي ليست هدف في حد ذاتها لكنها وسيلة لتحليل أداء النطاق لرفع الكفاءة وحسن إستغلال الميزات التنافسية وصولاً لمبدأ التنافسية المستدامة، ولا بد من الإعتماد على هذا المبدأ في تحليل أداء الصناعة محل الدراسة، فيما يلي توضيح لنُطق إستخدام هذا المبدأ :

أولاً: التنافسية على نطاق الدولة :

- " أنها قدرة الدولة على زيادة حصتها في السوق من الصادرات، وتحقيق معدل نمو مرتفع ومستمر"، وبالتالي ينعكس ذلك على قدرة الدولة على زيادة حصتها بأعلى قدرة على تحقيق نمو مستدام. (6)
- "قدرة الدولة على خلق بيئة تنافسية تساعد في إستدامة المشاريع والأعمال في ضوء الإختلافات السياسية أو الإجتماعية والثقافية داخل الدولة". (7)
- " قدرة الدولة على إنتاج السلع والخدمات التي تقابل الأذواق في الأسواق العالمية، وفي نفس الوقت تحقيق مستوى معيشة متزايد لأفرادها على المدى الطويل". (8)
- وبالتالي فإن تنافسية الدولة تعكس قدرتها على إنتاج السلع والخدمات التي يمكن أن تُنافس في الأسواق العالمية، وما لها من مردود على الناتج الإقتصادي للدولة والدخل القومي لها، وبالتالي على مستوى المعيشة وجودة الحياه بها.

ثانياً: التنافسية على نطاق الصناعة:

- " قدرة مؤسسات صناعة معينة في الدولة على تحقيق نجاح مستدام في الأسواق الدولية دون الإعتماد على الدعم والحماية الحكومية، وبالتالي تتميز تلك الدولة في هذه الصناعة". (9)
- من ثم فإن الصناعة التي تتمتع مؤسساتها بالقدرة التنافسية تكون قادرة على المنافسة في الأسواق المحلية والعالمية.

ثالثاً: التنافسية على نطاق المؤسسة:

- " التنافسية تقاس بقدرة المؤسسة على تحقيق حصة سوقية أكبر نسبياً من منافسيها". (10)
- " الصمود أمام المنافسين بغرض تحقيق الأهداف من كل من ربحية ونمو وإستقرار وتوسع وإبتكار وتجديد". (11)
- " قدرة المؤسسة على تحقيق أداء متفوق أعلى من متوسط الأداء المحقق من طرف منافسيها، أما على المدى القصير فغالبا ما تعكس الصراع بين المنافسين للحصول على حصة سوقية أكبر". (12)

تكون المؤسسة تنافسية متى تمكنت من تحقيق نتائج جيدة بالنسبة لحصتها السوقية، فتنافسية المؤسسة تسمح لها بالصمود في السوق العالمي والمحلي، وتطوير موقعها التنافسي.

رابعاً: معايير مبدأ التنافسية :

- المعيار الأول: البيئة الداخلية للنطاق (الدولة، الصناعة، المؤسسة): السعر، الجودة، والتكلفة، وبناءً على ذلك فإن التنافسية هي تقديم منتج ذي جودة عالية وبسعر مقبول.

- المعيار الثاني: البيئة الخارجية السوق (المحلي، الدولي): تقاس التنافسية من خلال أداء الدولة أو الصناعة أو المؤسسة في السوق مقارنة بنظيرتها دولياً أو محلياً، بناءً على تقويم حصتها النسبية من السوق.

- المعيار الثالث: التنافسية كمبدأ: إعتبره محفز قوي يدفع نحو بدل المزيد من الجهد، بقصد التحسين المستدام للأداء على كل المستويات، ولذلك فلا بد أن يخضع الوضع التنافسي للتقويم ذاتي من قبل الدولة أو الصناعة أو المؤسسة.

1/2- مبدأ التنافسية لتقييم أداء صناعة السياحة والسفر :



شكل (1) نطاقات تحليل مبدأ التنافسية لتقييم أداء صناعة السياحة والسفر

كي يتكامل مبدأ التنافسية يجب أن يتضمن علاقات وظيفية بين كل نطاقات تحليل الوضع التنافسي لكل من أداء الدولة والصناعة والمؤسسات والمشروعات السياحية من التي تقع من ضمنها، والتي تتعامل معها في صورة تكتلات سياحية لمجموعات من المشروعات المرتبطة ببعضها بروابط إقتصادية إنتاجية، حيث يهدف إلى أن تؤدي وظائفها بكفاءة عالية من خلال دعم الروابط بين هذه النطاقات، وقد تبنت الكثير من الهيئات

والمنظمات الدولية مبدأ التنافسية لتقييم أداء المؤسسات والصناعات والدول منها الأمثلة التالية :

- تنافسية صناعة السياحة والسفر وفقاً لمنهجية المعهد الدولي للتنمية والإدارة " بكونها تعظيم القيمة المضافة ومستوى الإنتاجية في صناعة السياحة والسفر من خلال جذب الإستثمارات في صناعة السياحة والسفر، كفاءة عمليات وصول وعودة السياح، إختراق وتسويق البلد في عدد كبير من دول العالم وتحويل الميزة النسبية إلى ميزة تنافسية، وتقديم خدمات سياحية ذات مستوى عال من التقنية والجودة يتماشى مع متطلبات السوق العالمي.

- المنظمة العالمية للسياحة عرفت التنافسية السياحية باعتبارها "الزيادة في الإنتاج وتحسين مكانات تتفوق في نوعية السلع والخدمات بما يرضي أذواق المستهلكين" (13)، وتعرف أيضاً بأنها قدرة البلد على توليد موارد وإمكانات على منافسيها في الأسواق العالمية. (14)

- المنتدى الإقتصادي العالمي عرف مؤشر تنافسية السياحة والسفر (T&TCI) على أنه أداة مهمة لقياس وتفهم وضع صناعة السياحة والسفر وصولاً إلى الأهداف المرجوة من خلال قياس مدي تنافسية الدول في هذه الصناعة عن طريق قياس أدائها ضمن مكونات هذه الصناعة عالمياً.

2/2- مؤشر المنتدى الإقتصادي العالمي لتقييم أداء صناعة السياحة والسفر :المنتدى الإقتصادي العالمي منظمة دولية مستقلة غير هادفة للربح تسعى لتعزيز الواقع العالمي من خلال تمكين تفاعل قطاعات الأعمال، والسياسة، والقطاع الأكاديمي، والمفكرين وصناع القرار لتشكيل أجنداث عالمية وأجنداث للقطاعات الصناعية المختلفة، يقدم المؤشر أداة إستراتيجية واضحة وشاملة تسمح بقياس العوامل والسياسات المحفزة على تطوير صناعة السياحة والسفر في مختلف الدول، وقد تم حسابه باستخدام بيانات إحصائية تم تجميعها بالإضافة إلى بيانات مسحية حول إنطباعات المجلس التنفيذي للمنتدى الإقتصادي العالمي.

يستند في بياناته علي مصادر عامة ومؤسسات دولية للسياحة والسفر، خبراء السياحة والسفر، بيانات منظمات ومراكز أبحاث دولية من بينها الإتحاد الدولي للنقل الجوي، الإتحاد العالمي لصون الطبيعية، المنظمة العالمية للسياحة، المجلس العالمي للسفر والسياحة، نتائج إستطلاع الرأي للمديرين التنفيذيين، ونتائج مسوحات سنوية شاملة أجراها المنتدى الاقتصادي العالمي بالتعاون مع شبكة من المؤسسات الدولية الشريكة تعمل في الدول التي غطاها التقرير.

مؤشر تنافسية السياحة والسفر (T&TCI) مؤشر مركب يشتمل على مجموعات من المؤشرات الرئيسية تحوي بدورها مؤشرات ثانوية تضم مؤشرات فرعية تشكل في مجموعها مؤشر تنافسية السياحة والسفر وتمثل محاور لتقييم السياحة والسفر في دول العالم، ويتم دراسته وتطويره بشكل مستمر بناء على المتغيرات المستجدة عالمياً، وقد تم تطويره منذ نشأته في 2007 على مرحلتين حتى آخر تقرير صدر في 2019 كما يلي:

أولاً: تقييم أداء صناعة السفر والسياحة للسنوات من 2007 إلى 2013:

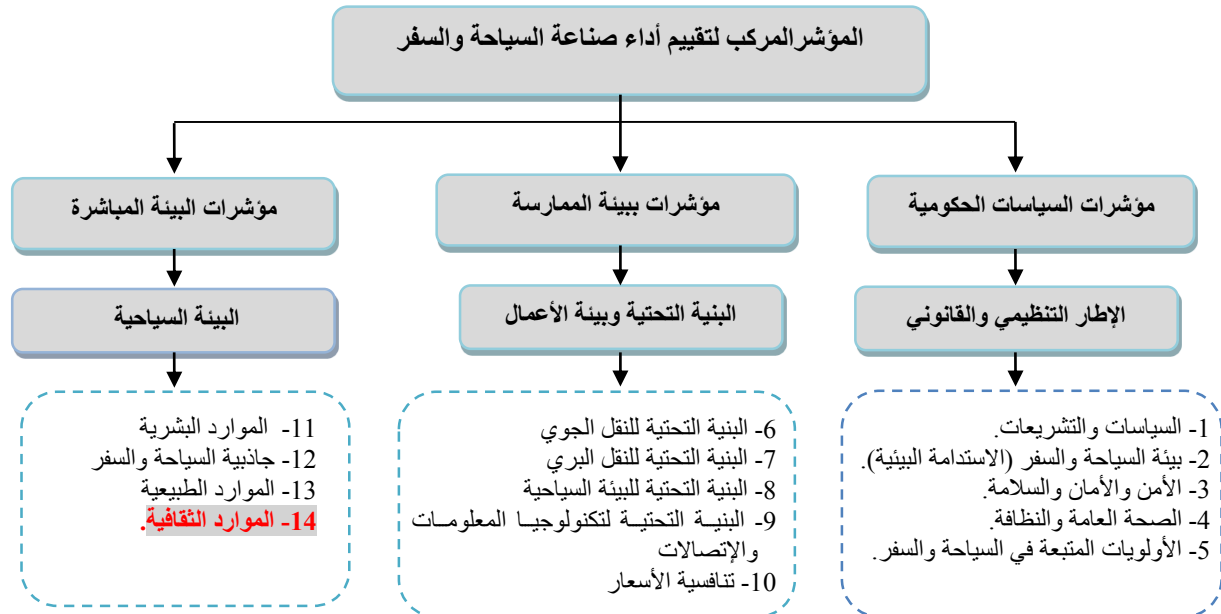
تم الإعتماد بداية من سنة 2007 حتى 2013 على منهجية تركز على ثلاثة مؤشرات رئيسية، إنبثقت منها 14 مؤشر فرعي والعديد من المتغيرات الثانوية بلغت 79 متغير، كما يتضح من الشكل (2)، والثلاثة مؤشرات الرئيسية هي :

1- متغيرات ذات صلة بالسياسات الحكومية المتبعة (الإطار التنظيمي والقانوني): يهتم هذا المؤشر بدراسة وتحليل السياسات القواعد والتعليمات المنظمة لصناعة السياحة والسفر، وكذا الاستدامة البيئية، السلامة والأمن، الصحة والنظافة وأولوية صناعة السياحة.

2- متغيرات ذات صلة ببيئة ممارسة صناعة السياحة والسفر (بيئة الأعمال والبنية التحتية): يتكون من البنية التحتية للنقل الجوي، البري والبحري، والبنية التحتية للخدمات السياحية، إلى جانب البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

3- متغيرات ذات صلة مباشرة بالبيئة السياحية (الموارد البشرية، الطبيعية والثقافية): يشمل الموارد البشرية، الطبيعية والموارد الثقافية، ومدى الإنفتاح على صناعة السياحة والسفر.

شكل (2) منهجية تركيب مؤشر تنافسية السياحة والسفر من 2007: 2013



المصدر: تقرير تنافسية السياحة والسفر – المنتدى الاقتصادي العالمي- جنيف - سويسرا - 2011 – ص 2.

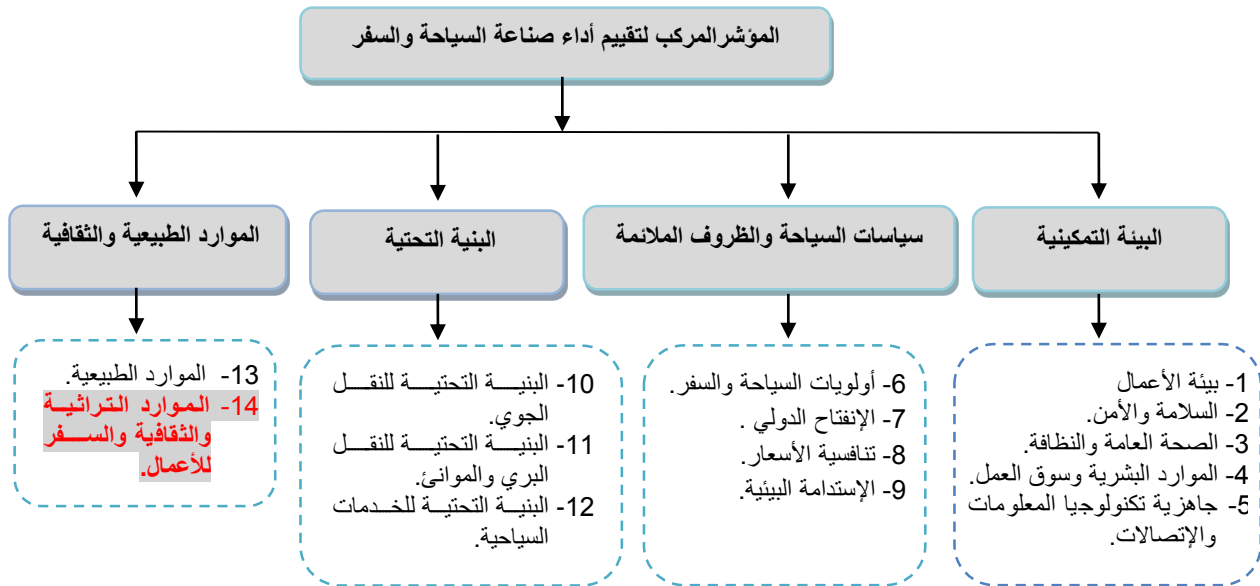
وقد تم التعامل مع الموارد الثقافية كمتغير فرعي ضمن متغيرات المجموعة الثالثة متغيرات البيئة السياحية.

ثانياً: تقييم أداء صناعة السياحة والسفر من 2015 إلى 2019:

شهد تقرير السنوات من 2015 إلى 2019 تغيرات جوهرية تمثلت في إعادة تنظيم المؤشرات السابقة في أربعة مؤشرات رئيسية بدلاً من ثلاثة، وعلى 14 مؤشراً فرعياً والتي بدورها تنقسم إلى مجموعة من المتغيرات تصل إلى 90 متغيراً ثانوياً، تتكون المؤشرات الرئيسية الأربعة من مجموعة من المؤشرات الفرعية التي تقيس وتقيم كل مؤشر، ويحدد متوسط النقاط التي تحصل عليها المؤشرات الفرعية بناء على نقاط كل مؤشر من المؤشرات الأربعة عشر، والأربع مجموعات كمايلي :

- **البيئة التمكينية:** تتمثل في بيئة الأعمال في مجال السياحة والسفر، الأمن والسلامة، الصحة والنظافة، الموارد البشرية وسوق العمل داخل لصناعة السياحة والسفر، وفي الأخير مدى جاهزية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.
- **السياسة السياحية وشروط التمكين:** يضم المؤشرات الفرعية الثلاثة تحديد أولويات للسياحة والسفر للدولة، الإنفتاح الدولي، تنافسية الأسعار.
- **البنية التحتية:** تتمثل في البنية التحتية في الدولة البنية التحتية للنقل الجوي، البنية التحتية للنقل البري والموانئ، وفي الأخير البنية التحتية للخدمات السياحية.
- **الموارد الطبيعية والثقافية:** يضم كل من مؤشري الموارد الطبيعية، الموارد التراثية والثقافية.

شكل (3) منهجية تركيب مؤشر تنافسية السياحة والسفر من 2015 إلى 2019



المصدر: تقرير تنافسية السياحة والسفر – المنتدى الإقتصادي العالمي- جنيف - سويسرا – 2015: 2017.

وقد تم التعامل مع الموارد الطبيعية والتراثية والثقافية كمتغير رئيسي بعد فصل متغير الموارد البشرية لتصبح مجموعة منفصلة لما تمثله من قيمة وزيادة وزنها النسبي عن التقارير السابقة من 2007 حتى 2013.

ثالثاً : المؤشرات الرئيسية والفرعية والثانوية المكونة لمؤشر تنافسية السياحة والسفر من 2015 إلى 2019 :

Subindex A: Enabling Environment

المجموعة الأولى: البيئة التمكينية :

Pillar 1: Business Environment

1- بيئة الأعمال

1.01 Property rights

1/1 - حقوق الملكية

1.02 Impact of rules on FDI	2 / 1- تأثير القواعد على الاستثمار الأجنبي المباشر
1.03 Efficiency of legal framework in settling disputes	3/1- كفاءة الإطار القانوني في تسوية المنازعات
1.04 Efficiency of legal framework in challenging regulations	4 / 1 - كفاءة الإطار القانوني في تحدي اللوائح
1.05 Time required to deal with construction permits	5/1- الوقت اللازم للتعامل مع تصاريح البناء
1.06 Cost to deal with construction permits	6/1- تكلفة التعامل مع تصاريح البناء
1.07 Extent of market dominance	7/1- مدى الهيمنة على السوق
1.08 Time required to start a business	8/1- الوقت اللازم لبدء عمل تجاري
1.09 Cost to start a business	9/1- تكلفة بدء عمل تجاري
1.10 Extent and effect of taxation on incentives to work	10/1- مدى وتأثير الضرائب على حوافز العمل
1.11 Extent and effect of taxation on incentives to invest	11/1- مدى وتأثير الضرائب على حوافز الاستثمار
1.12 Total tax rate	12/1- إجمالي معدل الضريبة

Pillar 2: Safety and Security

2- السلامة والأمن

2.01 Business costs of crime and violence	1/2- تكاليف الأعمال من الجريمة والعنف
2.02 Reliability of police services	2/2- موثوقية خدمات الشرطة
2.03 Business costs of terrorism	3/2- تكاليف الأعمال التجارية للإرهاب
2.04 Index of terrorism incidence	4/2- مؤشر وقوع الإرهاب
2.05 Homicide rate	5/2- معدل القتل

Pillar 3: Health and Hygiene

3- الصحة والنظافة

3.01 Physician density	1/3- كثافة الطب
3.02 Use of basic sanitation	2/3- استخدام الصرف الصحي الأساسي
3.03 Use of basic drinking water	3/3- استخدام مياه الشرب الأساسية
3.04 Hospital beds	4 / 3- أسرة المستشفى
3.05 HIV prevalence	5/3- انتشار فيروس نقص المناعة البشرية
3.06 Malaria incidence	6/3- معدل الإصابة بالمalaria

Pillar 4: Human Resources and Labour Market

4- الموارد البشرية وسوق العمل

Qualification of the labour force	تأهيل القوى العاملة
4.01 Primary education enrolment rate*	1/4- معدل الالتحاق بالتعليم الابتدائي

4.02 Secondary education enrolment rate*	2/4- معدل الالتحاق بالتعليم الثانوي
4.03 Extent of staff training	3/4- مدى تدريب الموظفين
4.04 Treatment of customers	4/4- معاملة العملاء
Labour market	
4.05 Hiring and firing practices	5/4- ممارسات التوظيف والطرء
4.06 Ease of finding skilled employees	6/4- سهولة العثور على موظفين مهرة
4.07 Ease of hiring foreign labour	7/4- سهولة تشغيل العمالة الأجنبية
4.08 Pay and productivity	8/4- الدفع والإنتاجية
4.09 Female labour force participation*	9/4- مشاركة الإناث في القوى العاملة

Pillar 5: ICT Readiness**5- جاهزية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات**

5.01 ICT use for business-to-business transactions	1/5- استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في المعاملات
5.02 Internet use for business-to-consumer transactions	2/5- استخدام الإنترنت للمعاملات بين الشركات والمستهلك
5.03 Individuals using the internet	3/5- الأفراد الذين يستخدمون الإنترنت
5.04 Broadband internet subscribers	4/5- مشتركو الإنترنت واسع النطاق
5.05 Mobile telephone subscriptions	5/5- اشتراكات الهاتف المحمول
5.06 Mobile broadband subscriptions	6/5- اشتراكات النطاق العريض المتنقل
5.07 Mobile network coverage	7/5- تغطية شبكة الهاتف المحمول
5.08 Quality of electricity supply	8/5- جودة التزويد بالكهرباء

Subindex B: T&T Policy and Enabling Conditions**المجموعة الثانية : سياسة T&T وشروط التمكين****Pillar 6: Prioritization of Travel & Tourism****6- تحديد أولويات السفر والسياحة**

6.01 Government prioritization of the T&T industry	1/6- تحديد أولويات الحكومة لصناعة T&T
6.02 T&T government expenditure	2/6- الإنفاق الحكومي T&T
6.03 Effectiveness of marketing to attract tourists	3/6- فعالية التسويق في جذب السياح
6.04 Comprehensiveness of annual T&T data	4/6- شمولية بيانات T&T السنوية
6.05 Timeliness of providing monthly/quarterly T&T data	5/6- توقيت تقديم بيانات T&T الشهرية / الفصلية
6.06 Country Brand Strategy rating	6/6- تصنيف إستراتيجية العلامة التجارية القطرية

Pillar 7: International Openness**الركيزة 7: الانفتاح الدولي**

7.01 Visa requirements	1/7- متطلبات التأشيرة
------------------------	-----------------------

7.02 Openness of bilateral Air Service Agreements 2/7- انفتاح اتفاقيات الخدمات الجوية الثنائية

7.03 Number of regional trade agreements in force 3/7- عدد اتفاقيات التجارة الإقليمية النافذة

Pillar 8: Price Competitiveness

8- تنافسية الأسعار

8.01 Ticket taxes and airport charges 1/8- ضرائب التذاكر ورسوم المطار

8.02 Hotel price index 2/8- مؤشر أسعار الفنادق

8.03 Purchasing power parity 3/8- تعادل القوة الشرائية

8.04 Fuel price levels 4/8- مستويات أسعار الوقود

Pillar 9: Environmental Sustainability

9- الاستدامة البيئية

9.01 Stringency of environmental regulations 1/9- تشدد اللوائح البيئية

9.02 Enforcement of environmental regulations 2/9- تطبيق اللوائح البيئية

9.03 Sustainability of travel and tourism industry development 3/9- استدامة تطوير صناعة السفر والسياحة

9.04 Particulate matter (2.5) concentration 4/9- الجسيمات (2.5) تركيز

9.05 Number of environmental treaty ratifications 5/9- عدد المصادقات على المعاهدات البيئية

9.06 Baseline water stress 6/9- الإجهاد المائي الأساسي

9.07 Threatened species 7/9- الأنواع المهددة

9.08 Forest cover change 8/9- تغيير الغطاء الحرجي

9.09 Wastewater treatment 9/9- معالجة مياه الصرف الصحي

9.10 Fish stock status 10/9- حالة المخزون السمكي

Subindex C: Infrastructure

المجموعة الثالثة: البنية التحتية

Pillar 10: Air Transport Infrastructure

10- البنية التحتية للنقل الجوي

10.01 Quality of air transport infrastructure 1/10- جودة البنية التحتية للنقل الجوي

10.02 Available seat kilometers, domestic 2/10- كيلومترات المقاعد المتاحة ، محلي

10.03 Available seat kilometers, international 3/10- كيلومترات المقاعد المتاحة ، دولية

10.04 Aircraft departures 4/10- مغادرة الطائرات

10.05 Airport density 5/10- كثافة المطار

10.06 Number of operating airlines 6/10- عدد شركات الطيران العاملة

Pillar 11: Ground and Port Infrastructure

11- البنية التحتية الأرضية والميناء

11.01 Quality of roads 1/11- جودة الطرق

11.02 Road density 2/11- كثافة الطريق

11.03 Paved road density	3/11- كثافة الطرق المعبدة
11.04 Quality of railroad infrastructure	4/11- جودة البنية التحتية للسكك الحديدية
11.05 Railroad density	5/11- كثافة السكك الحديدية
11.06 Quality of port infrastructure	6/11- جودة البنية التحتية للموانئ
11.07 Ground transport efficiency	7/11- كفاءة النقل البري
Pillar 12: Tourist Service Infrastructure	12- البنية التحتية للخدمات السياحية
12.01 Hotel rooms*	1/12- غرف فندقية
12.02 Quality of tourism infrastructure	2/12- جودة البنية التحتية السياحية
12.03 Presence of major car rental companies	3/12- وجود كبرى شركات تأجير السيارات
12.04 Automated teller machines per adult population	4/12- ماكينات الصرف الآلي لكل شخص بالغ
Subindex D: Natural and Cultural Resources	المجموعة الرابعة : الموارد الطبيعية والثقافية
Pillar 13: Natural Resources	13- الموارد الطبيعية
13.01 Number of World Heritage natural sites	1/13- عدد مواقع التراث العالمي الطبيعية
13.02 Total known species	2/13- مجموع الأنواع المعروفة
13.03 Total protected areas	3/13- إجمالي المناطق المحمية
13.04 Natural tourism digital demand	4/13- الطلب الرقمي للسياحة الطبيعية
13.05 Attractiveness of natural assets	5/13- جاذبية الأصول الطبيعية
Pillar 14: Cultural Resources and Business Travel	14- الموارد الثقافية وسفر الأعمال
14.01 No. of World Heritage cultural sites	1/14- عدد مواقع التراث العالمي الثقافية
14.02 No. of oral and intangible cultural heritage expressions	2/14- عدد أشكال التعبير عن التراث الثقافي الشفهي وغير المادي
14.03 No. of sports stadiums	3/14- عدد الملاعب الرياضية
14.04 No. of international association meetings	4/14- عدد اجتماعات الاتحاد الدولي
14.05 Cultural and entertainment tourism digital demand	5/14- الطلب الرقمي للسياحة الثقافية والترفيهية

3-الموارد التراثية والثقافية :

التراث في معاجم اللغة العربية (المحيط و الوسيط) هو ما ورثناه عن الأجداد، وأصلها من ورث، وليس هناك تعريف خاص ومحددًا، للتراث والتعريفات كثيرة ومنها يمكن تقسيم الموارد التراثية والثقافية إلى شقين أساسيين وهما :

أولاً: الموارد التراثية الثقافية المادية (Tangible Heritage Cultural): يشتمل التراث الثقافي المادي القطع

الأثرية والمعالم والمباني والأعمال واللوحات الفنية والزخارف... الخ ، ويمكن تقسيمه إلى ما يلي: (17)

- **التراث العمراني:** هو مجموع المباني والمنشآت والتشكيلات ونتاج العلاقات المركبة بين المباني والفراغات والمحتوي والبيئة التي إستمرت وأثبتت أصالتها في مواجهة التغيير المستمر والمتصل وأحيانا وغير المتواصل أحيانا وأكتسب القبول والاحترام.

- **التراث المعماري :** لا يقتصر على الآثار الهامة فقط ولكن يشمل أيضاً مجموعة من المباني الأقل أهمية في المدن القديمة والقري المميزة في بيئتها الطبيعية والتي هي من صنع الإنسان، وهو جزء لا يتجزأ ولا يفصل من التراث الثقافي والحضاري .

- **التراث الأثري :** أنه ذلك الجزء الذي يتضمن كل ما خلفه الوجود الانساني، والمناطق المرتبطة بالنشاط الإنساني والمنشآت المهجورة وبقايا المدن (تحت الأرض، وتحت الماء)، القطع الفنية والمعالم.

- **التراث الثقافي والطبيعي:** وهو مصدر مادي وإنساني يحكي التطور التاريخي، له دوراً هاماً في الحياة العصرية ويجب تسهيل إتصال الجمهور به مادياً وفكرياً وشعورياً.

ثانياً: التراث الثقافي غير المادي / غير الملموس (Intangible Cultural Heritage) : يعد التراث الثقافي الغير المادي جزء من الذاكرة الشعبية والوطنية والإنسانية ينبغى للمعنيين في كل بلد الإهتمام به وتوثيقه وحمايته من الضياع والنسيان، لأنه تراث روي أو معنوي يؤدي إهماله أو التهاون في حفظه إلى أن ينسى تدريجياً، ويفقد بذلك خصوصيته وهويته التراثية نظراً لغياب شرط التناقل جيل بعد جيل (18) ، وهناك تعريفات عديدة للتراث الثقافي غير المادي ومنها ما يلي:

1 - هو ما ينقل شفهيّاً أو يعبر عنه حركياً كاللغات واللهجات والعادات والتقاليد والطقوس والمعتقدات والممارسات الشعبية والإحتفالات والأعياد الشعبية والدينية والمهن والحرف والألعاب والأمثال والحكايات الشعبية والأشعار المنقولة شفهيّاً والغناء والموسيقى بأنواعه الريفية والبوية والعسكرية وفنون الإستعراض والرقص الشعبي. (19)

2- الممارسات والتصورات وأشكال التعبير والمعارف والمهارات، وما يرتبط بها من آلات وقطع ومصنوعات وأماكن ثقافية التي تعتبرها الجماعات وأحياناً الأفراد جزءاً من تراثهم الثقافي. (20)

لم يتوقف أمر الإهتمام بالتراث الثقافي الغير المادي/ الغير ملموس على مستوى الدول فقط، فلقد أبدت المنظمات العالمية كمنظمة اليونسكو إهتمامها بالحفاظ على التراث الغير المادي ففي عام 2003 أصدرت منظمة اليونسكو اتفاقية "صون التراث الثقافي الغير المادي"، بهدف تحديد مفهوم التراث وحث الدول الأعضاء بالمنظمة على إتخاذ التدابير الرامية لصونه وحمايته للأجيال القادمة وضمان إستدامته.

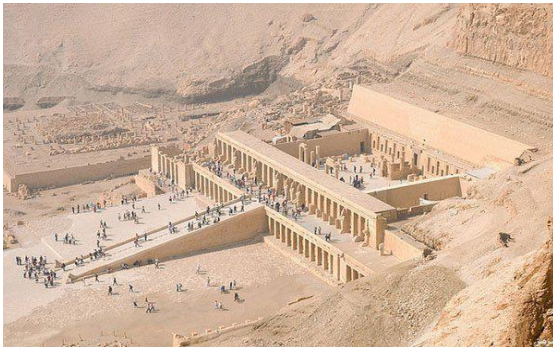
تمتلك الدولة المصرية موارد تراثية وثقافية عمرها آلاف السنين من التاريخ المسجل كانت مصر القديمة من أوائل الحضارات في الشرق الأوسط وأفريقيا، والعالم ولآلاف السنين حافظت الدولة المصرية على موروث تراثي وثقافي فريد من نوعه ومستقر، والذي أثر على الموروث الثقافي اللاحق في العالم، والحضارات المصرية المتعاقبة لما تتمتع به من شخصية منفردة وطابع خاص ومكانة كبرى جعلتها من أعظم مدن العالم، حيث تتواجد الحضارات الفرعونية، والرومانية، والقبطية، والإسلامية معاً في قلب مدينة القاهرة، إلى جانب إدراج منظمة اليونسكو للقاهرة كمدينة إبداعية عام 2017، ما يعد اعترافاً منها بالدور التاريخي والتميز للقاهرة، ويعد أيضاً إنتصاراً لمصر على الساحة الثقافية العالمية، تزامن ذلك مع ظهور مصطلح «سياحة التراث الثقافي»، والذي يتضمن أشكال التعبير الفني والثقافي في التراث المصري مثل الحفلات الموسيقية، والمعارض الفنية، والفنون التشكيلية، خاصة في حال تم ربطها بالمناطق التاريخية الدولة المصرية المتفردة.



صورة (2) منطقة دير القديسة كاترين - جنوب سيناء- أسفل جبل كاترين – مسجل كموقع تراث عالمي.



صورة (1) القاهرة الإسلامية - محافظة القاهرة - مسجل كموقع تراث عالمي.



صورة (4) منطقة طيبة - محافظة الأقصر - مسجل كموقع تراث عالمي.



صورة (3) منطقة الأهرام من الجيزة إلى دهشور- محافظة الجيزة - مسجل كموقع تراث عالمي.

إن التراث الثقافي للدولة المصرية غني وقوي، ولكن تم التركيز على الجزء المادي منه فقط ويشمل المباني، والآثار والتحف والمناظر الطبيعية، إلا أن هناك كذلك تراثاً غير مادي، وهو الإبداعات الثقافية التقليدية، والشعبية والتقاليد والعادات والموسيقى والرقص، وغيرها من الأنشطة الثقافية الأخرى والتي من شأنها جذب أعداد أكبر من السياحة الوافدة إلى مصر. إن الإهتمام بسياحة التراث الثقافي يساعد في زيادة التدفق السياحي إلى هذه الأماكن ومن ثم زيادة الدخل وخلق فرص عمل جديدة وزيادة الصادرات من التحف والحرف اليدوية بالإضافة إلى تشجيع الإستثمار المحلي والأجنبي في تلك المناطق.



صورة (6) رياضة التحطيب- صعيد مصر- تراث غير مادي



صورة (5) رقصة التنورة - تراث غير مادي.



صورة (8) الفرن الفلاحي - تراث غير مادي.



صورة (7) إحتفال السبوع- تراث غير مادي.

تأتى مصر فى مقدمة الدول التى تتوافر فيها العديد من مقومات سياحة التراث بكافة أنواعها الطبيعية والثقافية المادية واللامادية فى معظم المقاصد السياحية والذي يعتبر أداة لتنويع المنتج السياحي المصري من خلال تعظيم المنفعة من الموروثات الثقافية وموارد التراث بإعتبار أن السياحة هى حركة ديناميكية ترتبط بالجوانب الثقافية والحضارية للإنسان.

1/3- الموارد التراثية والثقافية فى تقرير تنافسية السياحة والسفر:

أولاً: الموارد التراثية والثقافية ضمن مكونات البيئة السياحية لصناعة السياحة والسفر (2007: 2013): يظهر فى هذه المجموعة من المتغيرات ذات الصلة بالبيئة المباشرة لصناعة السياحة والسفر دور كل من الموارد التراثية والثقافية، وتتكون من الاتي:

جدول (3) الموارد الثقافية والتراثية (2007: 2013)

Cultural Resources:	الموارد الثقافية :	14-
No. of World Heritage cultural sites	عدد مواقع التراث الثقافي العالمي	14-1
Sports stadiums	الإستادات الرياضية	14-2
No. of international fairs and exhibitions	عدد المعارض الدولية والإحتفالات	14-3
Creative industries exports	صادرات الصناعات الإبداعية	14-4

المصدر: الباحثة اعتماداً على تقارير تنافسية السياحة والسفر (2007: 2013) – المنتدى الإقتصادي العالمي – جنيف - سويسرا.

ثانياً: الموارد التراثية والثقافية ضمن مكونات الموارد الطبيعية والثقافية لصناعة السياحة والسفر (2015: 2019): يظهر فى هذه المجموعة من المتغيرات ذات الصلة بالبيئة المباشرة لصناعة السياحة والسفر دور كل من الموارد التراثية والثقافية، وتتكون من الاتي:

جدول (4) الموارد الثقافية والتراثية (2015: 2019)

Cultural Resources and Business Travel:	الموارد الثقافية والسفر للأعمال:	14-
No. of world Heritage cultural World sites.	عدد مواقع التراث الثقافي العالمي المسجلة	14-1
Oral and intangible culture heritage.	التراث الثقافي الشفوي وغير مادي	14-2
Sport stadiums (No. of large stadiums)	عدد الإستادات	14-3
No. of international association meetings	عدد الإجتماعات للإتحادات الدولية	14-4
Cultural and entertainment tourism digital demand	الطلب الرقمي على الثقافة والترفيه	14-5

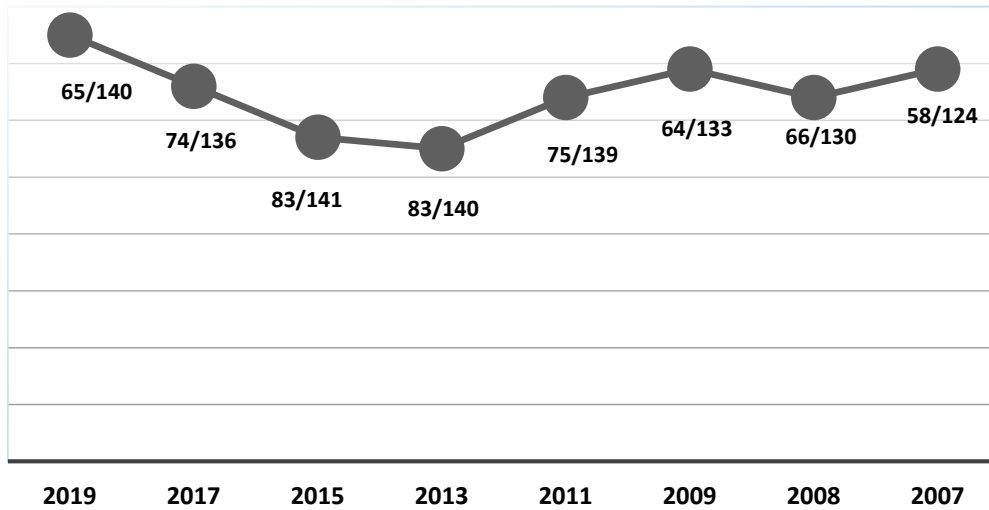
المصدر: الباحثة اعتماداً على تقارير تنافسية السياحة والسفر (2015: 2019) – المنتدى الإقتصادي العالمي – جنيف - سويسرا.

4- تقييم أداء صناعة السياحة والسفر للدولة المصرية 2019 :**1/4- تقييم أداء صناعة السياحة والسفر للدولة المصرية دولياً:**

يقيس هذا التقرير معايير تنافسية صناعة السياحة والسفر في 140 دولة حول العالم، ويأخذ في الاعتبار أطر السياسات التي تضعها الدول والتي من شأنها أن تساهم في تحقيق التنمية المستدامة في صناعة السياحة والسفر والتي تساهم بدورها في رفع تنافسية الدول.

تصدرت أسبانيا للمرة الثالثة على التوالي المرتبة الأولى عالمياً في المؤشر العام لتقييم تنافسية صناعة السياحة والسفر، تليها فرنسا في المرتبة الثانية، ألمانيا في المرتبة الثالثة، اليابان في المرتبة الرابعة للمرة الثانية على التوالي، بينما تقدمت الولايات المتحدة مركز واحد، وإحتلت المركز الخامس، وتراجعت المملكة المتحدة مركز واحد وأصبحت في المركز السادس، بينما إحتفظت كل من أستراليا وإيطاليا وكندا وسويسرا بالمراكز من السابع حتى العاشر.

حققت مصر مركز رابع أعلى نمو في أداء عالمياً في تقرير المنتدى الإقتصادي العالمي لتنافسية صناعة السياحة والسفر لعام 2019 ، حيث تقدمت مصر تسعة مراكز ليحتل صناعة السياحة والسفر المركز الـ65 عالمياً بعد أن كان يحتل المركز الـ74 في التقرير السابق 2017 ، مرتفعاً 9 مراكز عن ترتيب 2015 (المركز 83/141) مقارنة بتقرير 2013 (المركز 85 من 140 دولة)، ولكنه تراجع عشر مراكز عن تقرير 2011 (المركز 75 من 139 دولة)، حتى عام 2007 كان موقع الدولة المصرية أكثر تقدماً حيث أخذت المركز 58 من 124 ، كما يتضح من شكل (4)، جدول (5)، جدول (6).

شكل (4) أداء صناعة السياحة السفر لدولة المصرية دولياً (2007-2019)

المصدر: الباحثة اعتماداً على تقارير تنافسية السياحة والسفر (2007: 2019) – المنتدى الإقتصادي العالمي – جنيف -سويسرا.

جاء تقدم مصر في هذه المرتبة كنتيجة للنمو الملحوظ الذي حققته في 11 محوراً من المحاور الأربعة عشر المكونة لمؤشر تنافسية السياحة والسفر بالإضافة إلى تحسن أدائها في 6 من هذه المحاور بمعدلات تفوق الـ10%.

أشار التقرير إلى أن الحكومة المصرية تضع صناعة السياحة والسفر على رأس أولوياتها، ويتضح ذلك من المراكز التي حققتها صناعة السياحة والسفر للدولة المصرية كما يلي:

1- جهود للبناء على نقاط القوة هذه مع إعطاء أولوية أكبر لصناعة السياحة والسفر (من 37 إلى 31) من خلال زيادة الإنفاق الحكومي على الصناعة (قد تقدمت فيه مصر من المركز 22 إلى المركز 18).

2- تقدمت جاذبية الموارد الطبيعية من المركز 87 إلى المركز 44.

- 3- تقدمت مصر من المركز الـ60 إلى المركز الـ5 في إستراتيجية الترويج والتسويق السياحي.
- 4- الإستدامة البيئية في المرتبة 31 عالمياً بفضل المستويات المنخفضة من إزالة الغابات (المركز 13).
- 5- المؤشر الفرعي البيئة التمكينية (86) لتشجيع زيادة الإستثمار في صناعة السياحة والسفر.
- 6- إستدامة صناعة السياحة والسفر (المرتبة 53)، إستراتيجية العلامة التجارية السياحية من المركز الـ60 إلى الـ50.
- 7- تحسين الهواء (المرتبة 55)، البنية التحتية البرية والموانئ (64)، متوسط الإقليمي تلوث الهواء (62).
- 8- أصبحت الموارد الطبيعية أكثر جاذبية بسبب تحسينات الإنفاذ التنظيمي البيئي والصرامة (المرتبة 98)
- 9- القدرة التنافسية السعريّة (الثالثة) للسائحين الباحثين عن إجازات غير مكلفة.
- 10- ثاني أعلى تحسن في مؤشر السلامة والأمن في العالم، مما أدى إلى الصعود 18 مرتبة في المؤشر (إستقرار الدولة من أهم العوامل لكسب ثقة المسافرين إلى مصر، برغم الضغوط التي تم التعرض له في السنوات الأخيرة).
- 11- الموارد الطبيعية إتخذت المركز رقم 44، والمركز الـ53 في مؤشر إستدامة تطوير خدمات السفر والسياحة. إن الدولة المصرية تعد من أهم الوجهات السياحية التي تتمتع بالمقومات الطبيعية ومنها الشواطئ التي تعتبر مصدراً هاماً لإجتذاب السائحين خاصة في ظل التنافسية السعريّة للدولة المصرية، وقد أوضح التقرير بعض نقاط الضعف التي يجب العمل على تحسينها، والسعى إلى إحراز مراكز أكثر تقدماً كما يلي:
- 1- المرتبة 112 في السلامة والأمن، معدل الحوادث الإرهابية (المرتبة 135).
- 2- المركز الـ98 في مؤشر تنفيذ التشريعات البيئية.
- 3- متطلبات التأشيرة المتزايدة (من المرتبة 51 إلى المرتبة 123)، الإنفتاح دولياً (المرتبة 124 في العالم).

جدول (5) تطور أداء الدولة المصرية لصناعة السياحة والسفر (2007-2013)

2013	2011	2009	2008	2007	مؤشرات تقييم أداء صناعة السياحة و السفر
85	75	64	66	58	الترتيب الدولي
86	70	52	58	50	أولا : مؤشرات الإطار التنظيمي والقانوني
67	49	55	70	69	- السياسات والتشريعات
121	113	103	81	75	- الإستدامة البيئية
140	135	67	84	64	- الأمن والسلامة
57	56	64	86	69	- الصحة والنظافة
18	22	9	12	12	- أولويات السياحة والسفر
77	74	65	69	60	ثانيا : مؤشرات البنية التحتية وبيئة الأعمال
57	55	58	62	49	- البنية التحتية للنقل الجوي
96	76	79	75	58	- البنية التحتية للنقل البري
90	88	74	79	85	- البنية التحتية للسياحة
80	93	84	87	74	- البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات
4	5	1	2	5	- تنافسية أسعار السياحة والسفر

84	71	73	70	68	ثالثاً : مؤشرات الموارد البشرية والطبيعية والثقافية
105	93	83	82	69	- الموارد البشرية
60	29	20	31	85	- جاذبية السياحة والسفر
87	85	109	86	55	- المصادر الطبيعية
61	65	60	58	55	- المصادر الثقافية

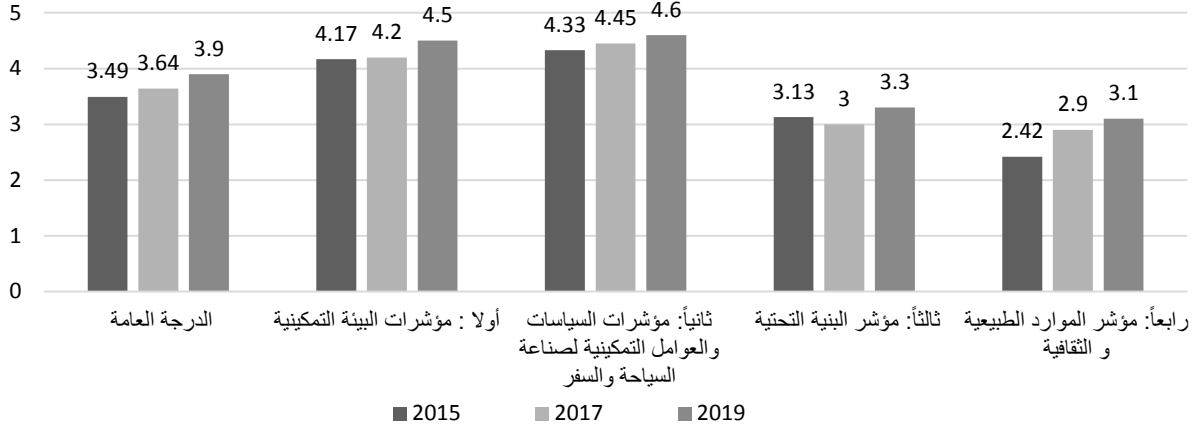
المصدر: الباحثة اعتماداً على تقارير تنافسية السياحة والسفر(2007: 2013) – المنتدى الإقتصادي العالمي – جنيف - سويسرا.

جدول (6) تطور أداء الدولة المصرية لصناعة السياحة والسفر (2015-2019)

2019	2017	2015	مؤشرات تقييم أداء صناعة السياحة والسفر
(65)3.9	(74)3.64	(83)3.49	الدرجة العامة (الترتيب)
(86)4.5	4.2	4.17	أولاً : مؤشرات البيئة التمكينية
4.4	4.3	4.11	- البيئة التمكينية
4.8	3.3	3.4	- الأمن والسلامة
5.0	5.4	5.4	- الصحة والنظافة
4.3	4.1	4.12	- الموارد البشرية وسوق العمل
4.3	3.9	3.8	- الجاهزية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات
(45)4.6	4.45	4.23	ثانياً: مؤشرات السياسات والعوامل التمكينية لصناعة السياحة والسفر
5.2	5.0	4.56	- تحديد أولويات السياحة والسفر
2.2	2.5	2.17	- الإنفتاح الدولي
5.6	6.2	6.19	- تنافسية الأسعار
4.7	4.1	3.99	- الإستدامة البيئية
(67)3.3	3.0	3.13	ثالثاً: مؤشر البنية التحتية :
3.3	2.9	2.93	- البنية التحتية للنقل الجوي
3.4	3.0	2.84	- البنية التحتية للنقل البري والبحري
3.2	3.2	3.6	- البنية التحتية للخدمات السياحية
(33)3.1	2.9	2.42	رابعاً: مؤشر الموارد الطبيعية و الثقافية
3	2.5	2.45	- الموارد الطبيعية
3.3	3.3	2.4	- الموارد الثقافية والسياحة الاعمال

المصدر: الباحثة اعتماداً على تقارير تنافسية السياحة والسفر(2015: 2019) – المنتدى الإقتصادي العالمي – جنيف - سويسرا.

شكل (5) أداء



المصدر: الباحثة اعتماداً على تقارير تنافسية السياحة والسفر(2015: 2019) – المنتدى الإقتصادي العالمي – جنيف - سويسرا.

2/4- تقييم أداء صناعة السياحة والسفر للدولة المصرية إقليمياً:

لتفهم وضع وأداء الدولة المصرية في صناعة السياحة والسفر لابد من إلقاء الضوء علي وضعها بالنسبة لدول محيطها الإقليمي، قد حدد المنتدى الإقتصادي العالمي وضع مصر في إقليم الشرق الأوسط وشمال أفريقيا Middle East and North Africa (MENA)، والذي يضم 14 دولة، تقع مصر في الترتيب السادس لدول إقليم الشرق الأوسط وشمال أفريقيا لتقرير 2019، مع التقدم من المركز العاشر من لدول إقليم الشرق الأوسط وشمال أفريقيا (2011)، تتلواها المملكة المغربية أما المركز الأول كان من نصيب دولة الإمارات العربية المتحدة، وأتخذت إسرائيل المركز الثاني، المملكة العربية السعودية والمملكة الأردنية الهاشمية في المركز الثامن والتاسع، كما يتضح من الجدول (7).

جدول (7) ترتيب دول إقليم الشرق الأوسط وشمال أفريقيا لتنافسية صناعة السياحة والسفر (2019)

الترتيب الإقليمي	دول الإقليم	الدرجة العامة 2019	الترتيب الدولي 2019	الترتيب الدولي 2017
1	الإمارات العربية المتحدة	4.4	33	29
2	قطر	4.1	51	47
3	إسرائيل	4.0	57	61
4	سلطنة عمان	4.0	58	66
5	مملكة البحرين	3.9	64	59
6	جمهورية مصر العربية	3.9	65	74
7	المملكة المغربية	3.9	66	65
8	المملكة الأردنية الهاشمية	3.6	84	62
9	المملكة العربية السعودية	3.6	69	63
10	تونس	3.5	85	87
11	إيران	3.4	89	93
12	الكويت	3.4	96	100

97	100	3.4	لبنان	13
119	116	3.1	الجزائر	14
136	140	2.4	اليمن	15

المصدر: الباحثة اعتماداً على تقرير تنافسية السياحة والسفر(2017-2019) - المنتدى الاقتصادي العالمي - جنيف - سويسرا .

3/4- تقييم أداء صناعة السياحة والسفر للدولة المصرية عربياً:

تقع مصر في الترتيب الخامس عربياً من إجمالي 14 دولة دخلت التصنيف ضمن دول التقرير(مؤشر أداء صناعة السياحة والسفر)، وأخذت الإمارات العربية المتحدة المركز الأول عربياً، والـ 59 عالمياً والمملكة العربية السعودية في السابع عربياً والمركز الـ63، و مملكة البحرين في المركز الرابع عربياً والمركز الـ 59 عالمياً، والدولة اللبنانية في المركز العاشر عربياً لكنها في المركز الـ 97 عالمياً، الجمهورية اليمنية في المركز الأخير عربياً، كما يتضح من الجدول (10)، أما الدول التي لم تدخل التصنيف هي: العراق- اليمن - الصومال - السودان - جيبوتي - جزر القمر- فلسطين - مؤخراً تم إستبعاد كل من سوريا وليبيا (من إجمالي 22 دولة عربية).

جدول (10) ترتيب الدول العربية من حيث تنافسية السياحة والسفر(2017-2019)

الترتيب الدولي 2017	الترتيب الدولي 2019	الدرجة 2019	الدول العربية	الترتيب الإقليمي للدول العربية
29	33	4.4	الإمارات العربية المتحدة	1
47	51	4.1	قطر	2
66	58	4.0	سلطنة عمان	3
59	64	3.9	مملكة البحرين	4
74	65	3.9	جمهورية مصر العربية	5
65	66	3.9	المغرب	6
63	69	3.9	المملكة العربية السعودية	7
87	85	3.6	تونس	8
62	84	3.6	المملكة الأردنية الهاشمية	9
97	100	3.4	لبنان	10
100	96	3.4	الكويت	11
119	116	3.1	الجزائر	12
132	135	2.7	موريتانيا	13
136	140	2.4	اليمن	14

المصدر: الباحثة اعتماداً على تقرير تنافسية السياحة والسفر(2017-2019) - المنتدى الاقتصادي العالمي - جنيف - سويسرا .

5-تقييم أداء الموارد الثقافية والتراثية للدولة المصرية :

1/5- تحليل نتائج تقرير المنتدى الإقتصادي 2019:

تحتل مصر المرتبة 22 عالمياً لمؤشر الموارد الثقافية وسياحة الأعمال فهي تحتضن أشهر المعالم الأثرية مما جعل مصر دولة رائدة في مجال السياحة الثقافية في العالم، يمثل هذا المؤشر المجموعة الرابعة الرئيسية من مكونات مؤشر تنافسية السياحة والسفر لتقييم أداء صناعة السياحة والسفر 2019 ، وفيما يلي أهم النقاط التي أثرت في درجة هذا المؤشر:

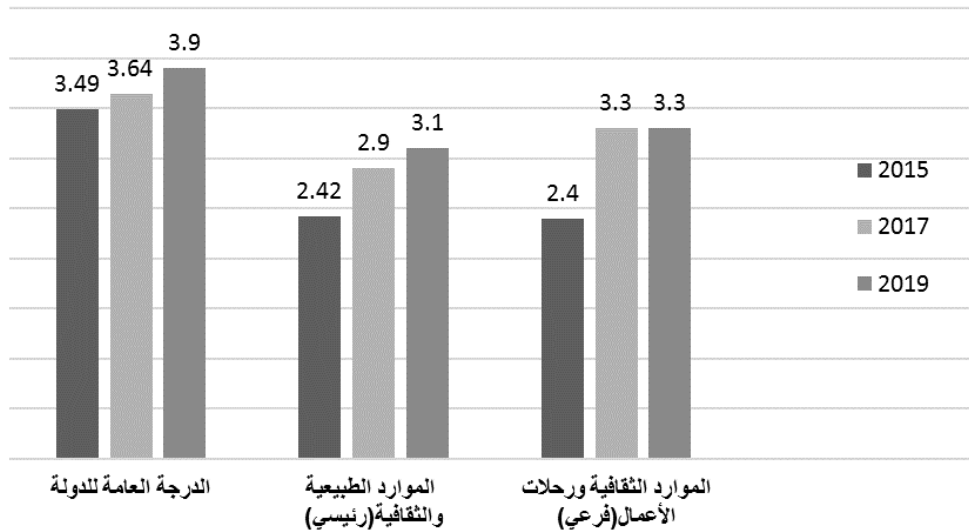
- 1- مصر في المركز الرابع فيما يتعلق بمعدلات البحث عن السياحة الثقافية فيها على الإنترنت.
- 2- المركز الـ (38) من حيث مواقع التراث العالمي الثقافي.
- 3- المركز الـ (29) الملاعب المناسبة لإقامة فعاليات رياضية وترفيهية.

جدول (7) تقييم أداء الموارد الثقافية والتراثية للدولة المصرية (2015 : 2019)

سنوات التقرير	2015	2017	2019
الدرجة العامة (الترتيب) (7-1)	(83)3.49	(74)3.64	(65)3.9
رابعاً: مؤشر الموارد الطبيعية والثقافية (7-1)	2.42	2.9	(33)3.1
14- مؤشر الموارد الثقافية ورحلات الأعمال (7-1)	(41)2.4	(22)3.3	(22)3.3
1- عدد مواقع التراث الثقافي العالمي المسجلة	6 (34)	6 (36)	6 (38)
2- عدد التراث الثقافي الشفوي والغيرمادي	1 (60)	2 (56)	3 (52)
3- عدد الإستادات	20 (22)	20 (22)	12 (29)
4- عدد الإجماعات للإتحادات الدولية	19 (70)	18 (72)	19 (70)
5- الطلب الرقمي على الثقافة والترفيه (1-100)	21 (33)	67 (8)	77 (4)

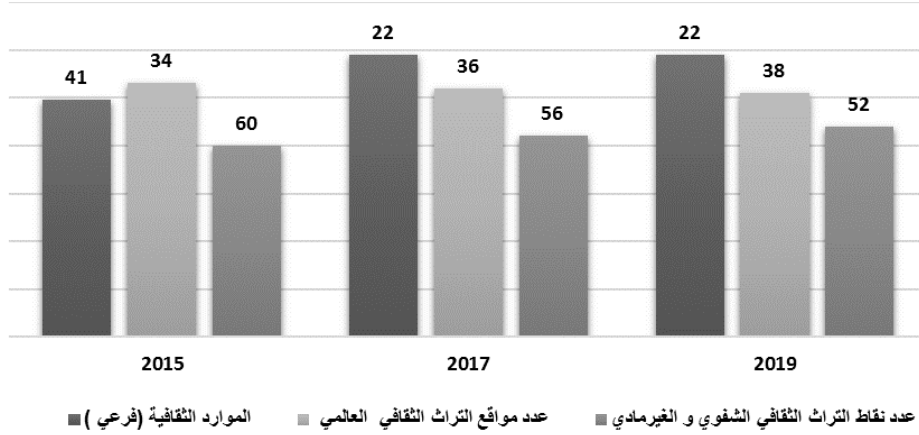
المصدر: الباحثة اعتماداً على تقرير تنافسية السياحة والسفر (2019) - المنتدى الإقتصادي العالمي - جنيف - سويسرا .

شكل (7) درجات أداء الموارد الثقافية والتراثية وعلاقتها بدرجات أداء صناعة السياحة والسفر للدولة المصرية (2015 : 2019)



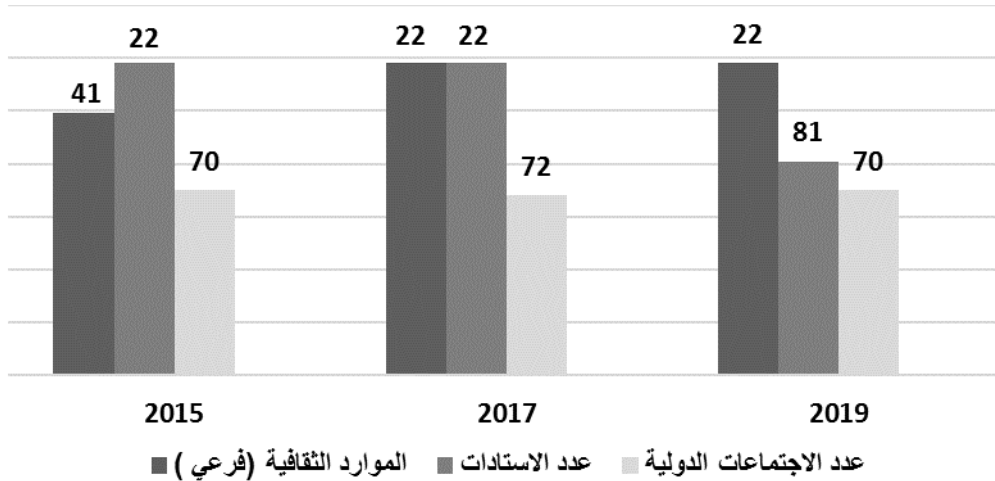
المصدر: الباحثة اعتماداً على تقرير تنافسية السياحة والسفر (2015 : 2019) - المنتدى الإقتصادي العالمي - جنيف - سويسرا .

شكل (8) العلاقة بين مؤشر الموارد الثقافية والتراثية الفرعي ومؤشرى عدد مواقع التراث الثقافي العالمي، وعدد نقاط التراث الثقافي الشفوي الثانويين (2015: 2019)



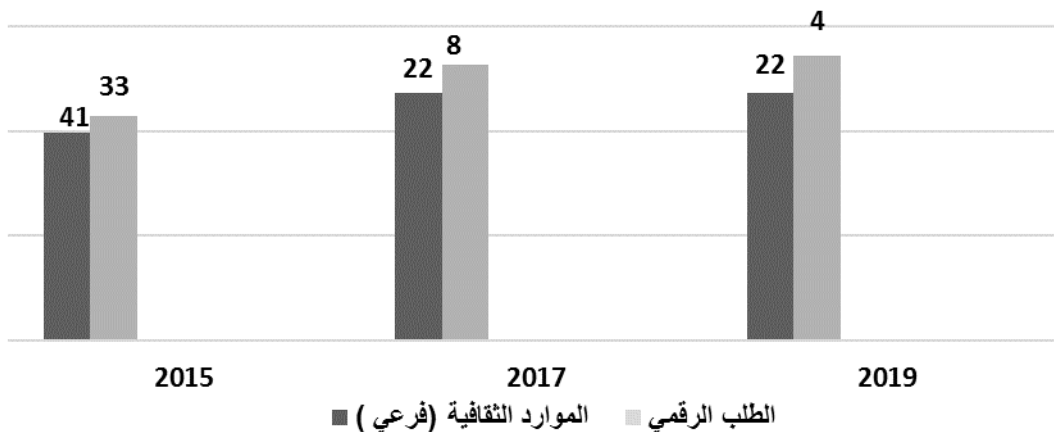
المصدر: الباحثة اعتماداً على تقرير تنافسية السياحة والسفر(2015 : 2019) - المنتدى الإقتصادي العالمي - جنيف - سويسرا .

شكل (9) العلاقة بين مؤشر الموارد الثقافية والتراثية ومؤشرى عدد الاستادات، والاحتفالات الدولية (2015: 2019)



المصدر: الباحثة اعتماداً على تقرير تنافسية السياحة والسفر(2015 : 2019) - المنتدى الإقتصادي العالمي - جنيف - سويسرا .

شكل (10) العلاقة بين مؤشر الموارد الثقافية والتراثية الفرعي، وعلاقته بمؤشر الطلب الرقمي الثانوي (2015: 2019)



المصدر: الباحثة اعتماداً على تقرير تنافسية السياحة والسفر(2015 : 2019) - المنتدى الإقتصادي العالمي - جنيف - سويسرا .

2/5- تأثير المؤشرات الثانوية للموارد الثقافية على أداء صناعة السياحة والسفر :

يتم استخدام وسائل التحليل الاحصائي لدراسة العلاقة بين أبعاد كيان ما أو ظاهرة ما من خلال تحليل البيانات الرقمية التي تصف أبعاد هذه الظاهرة ، وتقوم وسائل التحليل الاحصائي بعدة عمليات رياضية ومنطقية مركبة، لتقديم نتائج أكثر واقعية وأكثر دقة في التعبير عن الظاهرة محل الدراسة .

يتم استخدام الوسائل الاحصائية في تحديد مؤشرات الموارد الثقافية ذات التأثير على الدرجة العامة لأداء صناعة السياحة والسفر، وبإجراء التحليل الإحصائي "تحليل الانحدار *Regression Analysis*" لتحديد المؤشرات المؤثرة علي الدرجة العامة *General Score* للدولة بشأن أداء صناعة السياحة والسفر(المتغير التابع) من خلال دالة الإنحدار التي تحدد طبيعة واتجاه العلاقة ، ذلك بعد إجراءات التحليلات الاحصائية المبدئية لتحديد مدى صلاحية البيانات والمؤشرات والمتغيرات مثل: إختبار المعلمات الاحصائية *Statical Parameters* ، ولتوضيح مدى تبعية مؤشرات الدراسة للتوزيع الطبيعي تم إجراء كل من اختبار *Kolmogrov- Simirnov*، اختبار *Shapiro-Wilk* .

من خلال دراسة العلاقة بين درجات المؤشرات الثانوية للمجموعة الرابعة والدرجة العامة، وقد تم التوصل الى دالة الإنحدار في صورتها العامة التالية :

$$\text{Score} = 0.343 + 0.203 X (4/14/1) + 0.016 X (14/4/2) + 0.062 X (4/14/4) + 0.001 X (4/14/3) + 0.018 X (4/14/5)$$

جدول (8) الخصائص الاحصائية لدالة الانحدار العامة للعلاقة بين درجات المؤشرات الثانوية المكونة للموارد الثقافية على أداء صناعة السياحة والسفر

ترتيب قوة التأثير	معنوية T	قيمة T المحسوبة	معامل Beta	الانحراف المعياري	معامل الانحدار	المؤشرات المؤثرة
-	0.083	1.745	-	0.197	0.343	الثابت <i>Constant</i>
1	0.000	6.258	0.269	0.033	0.203	عدد مواقع التراث الثقافي العالمي المسجلة <i>X(4/14/1)</i>
2	0.000	5.102	0.217	0.003	0.016	عدد التراث الثقافي الشفوي والغير مادي <i>X(4/14/2)</i>
3	0.000	4.972	0.172	0.000	0.062	عدد الإستادات <i>X(4/14/3)</i>
5	0.000	5.963	0.137	0.003	0.001	عدد الإجتماعات للإتحادات الدولية <i>X(4/14/4)</i>
4	0.000	4.901	0.141	0.000	0.018	الطلب الرقمي على الثقافة والترفيه (100-1) <i>X(4/14/5)</i>

المصدر : الباحثة من مخرجات التحليل الاحصائي ببرنامج SPSS.

Determination Coefficient	R2= 0.944	Significance of f	Sig f = 0.00
Computed f	F =217.742	Degree of freedom	d.f= (10, 128)

** معني 0.00 ان قيمة معنوية T تقترب من الصفر، علما بانه لا توجد معنوية صفر وهي دائما اقل من 5%

يتضح من الجدول (8) توافر الخصائص اللازمة للاعتماد علي الدالة الاحصائية في الاستنتاج والتفسير:

- هناك علاقة طردية بين مؤشر الدرجة العامة للدول بشأن أداء صناعة السياحة والسفر (كمؤشر تابع)، درجات المؤشرات الثانوية المكونة للمجموعة الرابعة (كمؤشرات مستقلة).

- لم يتم استبعاد اي مؤشر من المؤشرات المكونة لمجموعة الموارد الثقافية .

- تم ترتيب المؤشرات من حيث قوة التأثير كما بالجدول .

- كلما تحسن ترتيب الدولة بشأن مؤشرات الموارد الثقافية كلما ادي ذلك لتحسن الترتيب العام للدولة بشأن أداء صناعة السياحة والسفر.

3/5- تقييم أداء الموارد التراثية والثقافية للدولة المصرية إقليمياً:

تصدرت الدولة المصرية دول إقليم الشرق الأوسط وشمال أفريقيا في أداء الموارد الثقافية، والمكون من خمس مؤشرات ثانوية بدرجة أداء 3.3، تلتها دولة إيران، وقد جاءت إسرائيل في المركز الثامن ، سبقتها المملكة العربية السعودية في المركز السابع بأداء 1.9 درجة، واتخذت الكويت المركز الأخير إقليمياً بأداء 1.1 درجة كما يتضح من الجدول (9).

جدول (9) أداء الموارد التراثية والثقافية للدولة المصرية بالنسبة لدول إقليم الشرق الأوسط وأفريقيا (2019)

ترتيب المؤشر	دول الأقليم	الترتيب إقليمياً	الترتيب دولياً	الدرجة العامة	درجة المؤشر الفرعي
1	جمهورية مصر العربية	6	65	3.9	3.3
2	ايران	11	89	3.4	2.8
3	الإمارات العربية المتحدة	1	33	4.4	2.2
4	المغرب	7	66	3.9	2.2
5	سلطنة عمان	4	58	4.0	2.0
6	الجزائر	14	116	3.1	2.0
7	المملكة العربية السعودية	8	69	3.6	1.9
8	إسرائيل	3	57	4.0	1.7
9	قطر	2	51	4.1	1.4
10	تونس	10	85	3.5	1.4
11	لبنان	13	100	3.4	1.4
12	المملكة الاردنية الهاشمية	9	84	3.6	1.3
13	اليمن	15	140	2.4	1.3
14	مملكة البحرين	5	64	3.9	1.2
15	الكويت	12	96	3.4	1.1

المصدر: الباحثة اعتمادا على تقرير تنافسية السياحة والسفر(2019) - المنتدى الإقتصادي العالمي - جنيف - سويسرا .

4/5- تقييم الموارد الثقافية والتراثية للدولة المصرية عربياً:

تصدرت الدولة المصرية الدول العربية في مجال الموارد الثقافية، بأداء 3.3 درجة، تليها الإمارات العربية، أما السعودية فاتخذت المركز السادس، والمملكة الأردنية الهاشمية في المركز العاشر بدرجة أداء 1.3، وكان المركز الرابع عشر والأخير لدولة موريتانيا، كما يتضح من الجدول (11).

جدول (11) أداء الموارد التراثية والثقافية للدولة المصرية بالنسبة للدول العربية (2019)

ترتيب للمؤشر	الدول العربية	الترتيب عربياً	الترتيب دولياً	الدرجة	درجة المؤشر الفرعي
1	جمهورية مصر العربية	6	65	3.9	3.3
2	الإمارات العربية المتحدة	1	33	4.4	2.2
3	المغرب	7	66	3.9	2.2
4	سلطنة عمان	4	58	4.0	2.0
5	الجزائر	14	116	3.1	2.0
6	المملكة العربية السعودية	8	69	3.6	1.9
7	قطر	2	51	4.1	1.4
8	تونس	10	85	3.5	1.4
9	لبنان	13	100	3.4	1.4
10	المملكة الاردنية الهاشمية	9	84	3.6	1.3
11	اليمن	15	140	2.4	1.3
12	مملكة البحرين	5	64	3.9	1.2
13	الكويت	12	96	3.4	1.1
14	موريتانيا	2.4	140	136	1.0

المصدر: الباحثة اعتماداً على تقرير تنافسية السياحة والسفر (2019) - المنتدى الإقتصادي العالمي - جنيف - سويسرا .

6- السياسات المقترحة للتعامل مع الموارد التراثية والثقافية للدولة المصرية كداعم لصناعة السياحة والسفر:

الموارد التراثية والثقافية من أهم المقومات لإقامة صناعة سياحة وسفر قوية تتناسب مع قيمة ووضع الدولة المصرية التاريخي والمحوري دولياً وأقليمياً وبدراسة تقرير المنتدى الإقتصادي وبتقييم نقاط القوة والضعف وتتبع أداء المتغيرات المختلفة ذات الصلة المباشرة وغير مباشرة مع الموارد التراثية والثقافية، وفيما يلي إقتراح مجموعة من السياسات التي من شأنها الحفاظ والإحترام لقيمة ما تملكه الدولة المصرية من موارد ثقافية وتراثية :

1- تحديد مؤسسة إدارية خاصة بكل منطقة تراثية لجمع تكون مسؤولة عن رعاية شؤون كل منطقة من حيث كافة الموارد المالية (الدولة والقطاع الخاص)، وتوجيهها، في محاولة للإحياء العمراني والحفاظ على التراث الثقافي بنوعيه لكل منطقة.

- 2- التعاون بين كل من القطاع الخاص ووزارة السياحة ووزارة الآثار، ومنظمة اليونسكو، وعدد من الجهات المسؤولة بالدولة على تنظيم معارض فنية داخل الأماكن ذات الطابع التاريخي والأثري، لإلقاء الضوء عليها تلك الأماكن، مع الإهتمام بالفنون المعاصرة، توفير الموارد مالية لتجديد والعناية بالمناطق الأثرية (إرتباطاً بالنقطة السابقة).
- 3- التراث المصري غني حيث يمكن تحويل شوارع، ومناطق بأكملها ذات الطابع المعماري الفريد إلى متحف مفتوح.
- 4- تنظيم معارض فنية ومؤتمرات في الأماكن التاريخية والتراثية في كل ربوع الدولة المصرية، للحفاظ على تلك المناطق، وتطويرها، وإلقاء الضوء عليها لجذب المزيد من السائحين.
- 5- الاستفادة من بعض المباني التراثية وإعادة إستخدام بعضها كمؤسسات سياحية (فنادق، مطاعم، مراكز ثقافية،...)
- 6- ترويج وتسويق منتجات الحرف التراثية الموجودة بالمناطق التاريخية إلكترونياً، إقامة معارض وإحتفالات و مهرجانات دولية لها.
- 7- إقامة معارض لروائع الآثار الفرعونية القديمة، والترويج له بشكل واسع دولياً، نشر مفهوم السياحة الثقافية والترويج للمواقع الثقافية والتراثية .
- 8- تشجيع البرامج والمشاريع الوطنية الخاصة بالحفاظ على الموارد الثقافية والتراثية، تدشين حملة لرفع الوعي بالتراث الحضاري للدولة المصرية (إنتاج أفلام وثائقية، وإدماج الشباب في المجتمعات المحلية من خلال حملات توعوية).
- 9- عقد ورش فنية، ودورات تدريبية مكثفة لصغار الفنانين والدارسين، والمهتمين بالثقافة والتراث .
- 10- الاستفادة من التراث الثقافي في تعزيز الهوية والانتماء للمواطنين، وإعادة مكانة التراث الثقافي المصري في قلوب المصريين.
- 11- تبني إستراتيجيات عالمية للتوعية والتعريف بالقيمة الفعلية لمفردات التراث الثقافي المصري، والتأكيد على تكامل التراث المادي واللامادي.
- 12- إعتداد برامج تنفيذية مع الجهات المعنية لتحفيز المجتمعات للحفاظ على التراث المادي واللامادي.
- 13- إضافة مواضيع التراث الثقافي المادي واللامادي في المناهج التعليمية والأكاديمية، تعزيز دور المؤسسات الثقافية.
- 14- تعزيز ونشر مفهوم السياحة المستدامة من أجل التنمية في نطاقها الثقافي والتراثي المادي واللامادي.
- 15- الإستمرار والتطوير رؤية برنامج الإصلاح الهيكلي لتطوير صناعة السياحة والسفر، تحسين الصورة الذهنية بما يعكس الجهود التي تقوم بها وزارة السياحة لتغيير الصورة النمطية للسياحة في مصر لتكون أكثر حداثة وعصرية من خلال تحديث آليات التسويق والترويج عالمياً.

نتائج البحث:

- 1- رغم ما تتميز به مصر من تنوع في مواردها الطبيعية والثقافية والبشرية، إلا أن أداء صناعة السياحة والسفر السياحة قد لا تتناسب مع ما تمتلكه الدولة المصرية من مقومات لإقامة الصناعة بأعلى أداء، وذلك لعدة أسباب تتمثل أهمها في بيئة الأعمال السياحية الداخلية والخارجية، التي ما زالت في حاجة ماسة لمزيد من التحسين والتطوير، خاصة في ظل التحديات الاقتصادية سواء كانت سياسية أو اجتماعية أو بيئية.
- 2- الفترة من 2011 حتى 2015 تتابعت الأزمات على الدولة المصرية مما كان له أثر في الإستقرار السياسي وبالتالي على صناعة السياحة، ما له أكبر الأثر على تضائل الحركة السياحية الوافدة لمصر، ومن ثم التأثير السلبي على النمو الإقتصادي.

3- الفترة من 2017 حتى 2019 تقدمت مصر 9 مراكز عالمياً في أداء صناعة السياحة والسفر، نتيجة الخطة الاستراتيجية لوزارة السياحة القائمة على صياغة رؤية موحدة للصناعة مع كافة الأطراف ذات الصلة من حكومة وقطاع خاص من خلال برنامج الإصلاح الهيكلي لتطوير صناعة السياحة والسفر، والذي تركز على تحقيق تنمية سياحية مستدامة تتماشى مع الاتجاهات العالمية، من خلال صياغة وتنفيذ إصلاحات هيكلية تهدف إلى رفع القدرة التنافسية لصناعة السياحة والسفر للدولة المصرية دولياً، مما ساعد في إستعادة جزء من نصيب مصر من السياحة الدولية.

4- حققت مصر مركز رابع أعلى نمو في أداء عالمياً وفقاً لتقرير المنتدى الإقتصادي العالمي لعام 2019 ، حيث :

1. تقدمت مصر تسعة مراكز ليحتل صناعة السياحة والسفر المركز الـ 65 عالمياً.
 2. إعطاء أولوية أكبر لصناعة السياحة والسفر (من 37 إلى 31)
 3. زيادة الإنفاق الحكومي على الصناعة (قد تقدمت فيه مصر من المركز ٢٢ إلى المركز ١٨).
 4. تقدمت مصر من المركز الـ 60 إلى المركز الـ 5 في إستراتيجية الترويج والتسويق السياحي.
 5. الإستدامة البيئية في المرتبة 31 عالمياً بفضل المستويات المنخفضة من إزالة الغابات (المركز 13).
 6. أصبحت الموارد الطبيعية أكثر جاذبية بسبب تحسينات الإنفاذ التنظيمي البيئي والصرامة (المرتبة 98)
 7. القدرة التنافسية السعرية (الثالثة) للسائحين الباحثين عن إجازات غير مكلفة.
- 5- يمكن إيجاز أسباب الوضع الحالي لصناعة السياحة والسفر للدولة المصرية بناء على تقييم أداؤها دولياً وإقليمياً في الآتي:

1. انخفاض معدلات الرفاهية في ظل زيادة السكان .
 2. تأخر الحالة الصحية وضعف جودة التعليم، مما أضعف إجراءات الصحة والسلامة والأمن بالدولة المصرية.
 3. تأخر تنمية الموارد البشرية وعدم الارتقاء بالتعليم الفني والتدريب المهني للنهوض بعمالة صناعة السياحة .
 4. تأخر تحسين البنية التحتية والأساسية البرية والجوية والبحرية.
 5. تأخر تطبيق معايير الحوكمة، تنظيم لسوق العمل السياحي.
 6. ضعف ملائمة بيئة الأعمال، الإجراءات الروتينية التي تعرقل الإستثمار السياحي.
 7. عدم مرونة القوانين والتشريعات التي تعزز الأعمال مما أثر على غياب الإستثمار في المشروعات الصغيرة والمتوسطة المتاح تسويقها وإستغلالها سياحياً.
 8. تنافسية الأسعار رغم المركز المتقدم لمصر إلا أنه يمكن إعتبارها نقطة ضعف وليست ركيزة قوة .
 9. إستنزاف بعض الموارد الطبيعية بعدد من المحميات بالمحافظات السياحية.
 10. غياب الإستغلال الأمثل للموارد الثقافية والطبيعية وتعزيزها بخدمات سياحية.
- 6- تم إقتراح مجموعة من السياسات التي من شأنها الحفاظ والإحترام لقيمة ما تملكه الدولة المصرية من موارد ثقافية وتراثية بهدف دعم صناعة السياحة والسفر أهمها:

1. تحديد مؤسسة إدارية خاصة (الدولة والقطاع الخاص)، مسؤولة عن رعاية شؤون كل منطقة تراثية في محاولة للإحياء العمراني والحفاظ على التراث الثقافي بنوعيه لكل منطقة ، التعاون بين الجهات المسؤولة بالدولة .
2. تحويل شوارع ، ومناطق بأكملها ذات الطابع المعماري الفريد إلى متحف مفتوح.
3. ترويج وتسويق المنتجات الحرف التراثية الموجودة بالمناطق التاريخية إلكترونياً، إقامة معارض وإحتفالات و مهرجانات دولية لها.

4. تشجيع البرامج والمشاريع الوطنية الخاصة للحفاظ على الموارد الثقافية والتراثية، تدشين حملة لرفع الوعي بالتراث الحضاري للدولة المصرية.

5. الاستمرار والتطوير رؤية برنامج الإصلاح الهيكلي لتطوير صناعة السياحة والسفر، تحسين الصورة الذهنية يعكس الجهود التي تقوم بها وزارة السياحة لتغيير الصورة النمطية للسياحة في مصر لتكون أكثر حداثة وعصرية من خلال تحديث آليات التسويق والترويج عالمياً.

توصيات البحث:

في ظل المتغيرات العالمية، وبناء على النتائج المستخلصة والتي تم التوصل إليها من البحث، ويمكن تحديد التوصيات والتي من شأنها دعم صناعة السياحة والسفر، ولابد من التعامل معها بنظرة أكثر شمولية، حيث تشترك أكثر من جهة في ذلك، لما له من إنعكاس مباشر على تنمية الدولة ككل، ويمكن إيجازها في الآتية :

أولاً : توصيات مباشرة للتعامل مع الموارد التراثية والثقافية كما يلي :

- 1- التسويق الإلكتروني، والترويج الفعال لموارد الدولة المصرية التراثية والثقافية داخلياً وخارجياً.
- 2- ضرورة فتح أسواق سياحية جديدة في عالمياً ومحلياً.
- 3- تنمية الأنماط السياحية المستحدثة خاصة السياحة التراثية بجانب الأنماط التقليدية.
- 4- إطلاق قنوات تليفزيونية سياحية داخلياً وخارجياً بمختلف اللغات، تتناول التعريف بموارد مصر التراثية والثقافية.
- 5- تكثيف كل الجهود في نشر الوعي السياحي لدى المجتمع بكل فئاته للإمام بأهمية صناعة السياحة والسفر.
- 6- تطوير المقاصد السياحية ذات الطابع التراثي المتفرد صاحبة الميزة التنافسية ، كمنطقة المنتزه بالإسكندرية ورشيد ومجمعات الأديان بالفسطاط وسانت كاترين، وغيرها.
- 7- ضرورة تفعيل وحدات إدارة الأزمة بالمقاصد السياحية التراثية بنوعها (المادي واللامادي) لمواجهة أية مخاطر أو أزمات قد تتعرض لها .
- 8- تعزيز السبل الأمنية وتيسير المواصلات اللازمة بالمقاصد السياحية التراثية بنوعها (المادي واللامادي).
- 9- بإفتتاح المتحف المصري الكبير من المتوقع أن يجذب أعداد أكثر من السائحين المنتظرين لهذا الحدث الضخم.
- 10- عودة عروض أوبرا عايدة وتنظيمها مرة أخرى.
- 11- الإهتمام بالسياحة الدينية ، مثل إحياء مسار رحلة العائلة المقدسة وما تمر به من مواقع تراثية وتوثيقها.

ثانياً : توصيات غير مباشرة ولكنها ذات تأثير على الموارد التراثية والثقافية كما يلي :

- 1- تنمية الأنماط السياحية المستحدثة مثل السياحة العلاجية والرياضية والمهرجانات والكهوف والمحميات والتسوق بجانب الأنماط التقليدية.
- 2- وضع إستراتيجية واضحة المعالم للإرتقاء بتنمية الموارد البشرية العاملة في صناعة السياحة والسفر.
- 3- الرقابة المتواصلة للتأكد من عدم مخالفة قواعد وضبط الأعمال المنظمة لصناعة السياحة والسفر.
- 4- تفعيل التأشيرة الإلكترونية للمساعد في سهولة الحصول على التأشيرة ودخول البلاد.
- 5- تحسين وتطوير البنية التحتية للنقل البري والجوى والبنية التحتية لتكنولوجيا الإتصالات والمعلومات.
- 6- زيادة عدد الغرف السياحية لدخول الخدمة لإستقبال أعداد أكبر من السائحين.
- 7- تجهيز وتشغيل المطارات الجديدة التي تساعد في تخفيف الضغط على المطارات القديمة.

المراجع العربية:

- (3) تقارير وزارة الإستثمار المصرية أعداد مختلفة حتى 2019- مصر.
- (3) taqarir wizarat al'istthmaralmsryt 'aedad mukhtalifat hataa 2019- Misr.
- (5) تقارير وزارة السياحة المصرية والهيئة العامة للاستعلامات.....أعداد مختلفة من 2010 إلى 2020 – مصر.
- (5) Taqarir wizarat alsiyahat almisriat walhayyat aleamat lilaistielamat.....'aedad mukhtalifat min 2010'iilaa 2020 - Misr.
- (6) نوير، طارق (2000) - " المزايا التنافسية للصناعات الكيماوية المصرية " - ورقة عمل مقدمة الي مؤتمر القدرات التنافسية للاقتصاد المصري: افاق المستقبل (6-5 نوفمبر 2000) – ص 96- مركز الدراسات وبحوث الدول النامية – كلية الاقتصاد والعلوم السياسية - جامعة القاهرة – مصر.
- (6) Nuir , Tariq (2000) - " almazaya altanafusiat lilsinaeat alkimawiat almisria " - waraqat eamal muqadimat 'iilay mutamar alqudrat altanafusiat lilaiqtisad almisri: afaq almustaqbal (5-6 nufimbir 2000) - s 96- mrkzaldirasat wabihawth alduwal alnamiat - kuliyyat alaiqtisad waleulum alsiyasiat - jamieat Alqahira - Misr.
- (8) صقر، عمر- (2002) - العولمة وقضايا اقتصادية معاصرة - ص: 92- الدار الجامعية -الإسكندرية - مصر.
- (8) Saqr, Omar- (2002) - aleawlamat waqadaya aiqtisadyt mueasirat - s: 92- aldaar aljamieayt - al'iiskndaryt - Misr.
- (9) عيسى، محمد عبد الشفيق – (2000م) - " القدرة التنافسية من منظور التطور التكنولوجي ، مع تركيز خاص علي الاستراتيجية الصناعية"- (ص590) - مصر المعاصرة – أعداد 459،460 / يوليو ، أكتوبر- مصر .
- (9) Eisa, Muhamad Abd Alshafie - (2000m) - " alqudrat altanafusiat min manzur altatawur altiknulujii , mae tarkiz khasin eali al'iistratijiati alsinnaeia" - (s590) - misr almueasirat - 'aedad 459,460 / yuliu , aktwbr- Misr
- (10) حسني ، محمود- (1997) – " الميزة التنافسية و مناهج قياسها مع التطبيق علي قطاع الخدمات في مصر (صناعة البرمجيات) " - المجلة العلمية للبحوث والدراسات التجارية – جامعة حلوان – كلية التجارة و إدارة الأعمال – العدد الثاني – مصر .
- (10) Husni , Mahmud- (1997) - " almyztaltnafusiat w manahij qiasiha mae altatbiq eali qitae alkhadamat fi misr (snaeat albarjmiaat) " - almajalat aleilmiat lilbihawth waldarasat altijariat - jamieat hulwan - kuliyyat altijarat w 'iidarat al'aemal - aleadad alththani - Misr.
- (11) النجار، فريد - (2000) - المنافسة والترويج التطبيقي: آليات الشركات لتحسين المراكز التنافسية، (ص: 11) مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية – مصر.
- (11) Alnajaru, Farayd - (2000) - almunafasat waltrwyj alttbyqy: aluyat alsharikat litahsayn almarakiz altnafsyat, (s: 11) muasasat shabab aljamieat, al'iiskindaryt - Misr.
- (12) عمارة، رياض السيد – (2001) - "القدرة التنافسية : المفهوم والتقدير مصر المعاصرة"- (ص399) ، العدد 461،462- يناير، ابريل- السنة الثانية والتسعون- القاهرة - مصر.
- (12) Eimara, Riyad Alsayd - (2001) - "alqidrat altanafusiat : almaffhum w altaqdir misr almeasr"- (s399) , aleadad 461,462- yanayir,abryl- alsanat alththaniat waltiseuna- alqahrt - Misr.
- (13) السعيد، هالة والجرف، مني - (2000) - " التنافسية والاقتصاد المصري " – (ص :3) مركز الدراسات وبحوث الدول النامية – كلية الاقتصاد والعلوم السياسية - جامعة القاهرة – مصر.
- (13) Alsayd, Hala ,Aljarf, Mona - (2000) - " altanafusiat walaiqtisad almisriu " - (s :3) markazaldirasat wabihawth alduwal alnamiat - kuliyyat alaiqtisad waleulum alsiyasiat - jamieat alqahirat - Misr.
- (14) المعهد العربي للتخطيط - (2006) - التقرير السنوي للتنافسية العربية – (ص: 136) - الكويت.
- (14) Almaehad alearabiu liltakhtit - (2006) - altaqrir alsanawiu liltanafusiat alearabiati - (s: 136) - Alkwait.

- (17) مكاوى ، مصطفى (2009) – " أهمية السياسة الابتكارية ودورها فى إدارة الموروث الثقافى وتنمية سياحة التراث " دراسة حالة: الإسكندرية - مصر"، مجلة اتحاد الجامعات العربية للسياحة والضيافة، المجلد السادس، العدد الأول - مصر. (17) Makawaa , Mustafaa (2009) - " 'ahamiyat alsiyasat alaibtikariat wadawraha fa 'iidarat almawruth althaqafaa watanmiat siahat alturath " dirasat halt: al'iiskandariat - msr", majalat aithadalijamieat alearabiat lilsiyahat waldiyafata, almujalid alssadis ,aleadad al'awal - Misr
- (18) بدوى، حسن رفعت (2014) - التراث غير المادى كأداة للنهوض بالسياحة المستدامة " دراسة حالة على حرف النسيج اليدوى بأخميم"- مجلة البحوث السياحية ، وزارة السياحة - مصر.
- (18) Bidwaa, Hasan Rafaeat (2014) - alturath ghyr almadaa ka'adat lilnuhud bialsiyahat almustadama " d arsat halat ealaa harf alnasij alyadwaa bi'akhamima"- majalat albihwth alsiyahiat , wizarat alsiyahat - Misr.
- (19) عليان، جمال (2005) - الحفاظ على التراث الثقافى : نحو مدرسة عربية للحفاظ على التراث الثقافى وإدارته - المجلس الوطنى للثقافة والفنون والاداب، عالم المعرفة - الكويت.
- (19) Aulyan, Gamal (2005) - alhifaz ealaa alturath althaqafaa : nahw madrasat earabiat lilhifaz ealaa alturath althaqafaa wa'iidaratih - almajlis alwutnaa lilthaqafat walfunun waladaab, ealam almaerifat - Alkwait.
- (20) مكاوى ، مصطفى (2009) - أهمية السياسة الابتكارية ودورها فى إدارة الموروث الثقافى وتنمية سياحة التراث " دراسة حالة: الإسكندرية- مصر"- مجلة إتحاد الجامعات العربية للسياحة والضيافة، المجلد السادس، العدد الأول – مصر. (20) Makawaa , Mustafaa (2009) - 'ahamiyat alsiyasat al'iibtikariat wadawruha fa 'iidarat almawruth althaqafaa watanmiat siahat alturath " dirasat halt:al'iiskandrit- masr"- majalat 'iithad aljamieat alearabiat lilsiyahat waldiyafati, almujalid alssadis ,aleadad al'awal - Misr.
- (21) معهد التخطيط القومي- (2019) «سياحة التراث الثقافى المستدامة.. مع التطبيق على القاهرة التاريخية» - مارس 2019 - مصر.
- (21) Maehad altakhtit alqwmly- (2019) 'syahat alturath althaqafii almustadamata.. mae altatbiq ealaa alqahrt altaarikhiat' - maris 2019 - Misr.
- (23) البنك المركزى (1982-2019) – التقرير السنوي المالى - مصر.
- (23) Albank almarkaziu (1982-2019) - altaqrrir alsanawiu almaliu -Misr.

المراجع الأجنبية:

- (1) , (2) Reports <http://www.worldtourismorganization.org>(9-2020)
- (2) ,(4) <http://www.worldtourismorganization.org/reports>(9-2020)
- (7) www.competitiveness.gov.org/arabic/files/IMD2019.pdf
- (15) Mustafa, M. (2011)- Potential of Sustaining Handcrafts as a Tourism Product in Jordan, (PP. 145-152), International Journal of Business and Social Science, 2(2), Jordan.
- (16) Snowdon , D. (2008) - Heritage Tourism in Australia : A guide For Historical Societies, Federation of Australian Historical Societies Inc., Australia.
- (22) <http://www.worldeconomicforum.org/index> (10-2020)
- (23) www.globalpolicy.org/component/article/109/27543.html