

سلسلة أوراق السياسات

20

رؤية مقترحة لتعزيز أداء القطاع السياحي في مصر

أ. د. نجلاء حرب سيد أحمد



رقم الإيداع: 2023/29797

ISBN: 978-977-87056-4-5

رئيس المعهد
أ.د. أشرف العربي

نائب رئيس المعهد
لشئون البحوث والدراسات العليا
أ.د. هالة أبوعلى

سلسلة أوراق السياسات

رؤية مقترحة لتعزيز أداء القطاع
السياحي في مصر

تأليف أ.د. نجلاء حرب سيد أحمد

معهد التخطيط القومي-تقاطع ش
صلاح سالم مع ش الطيران - مدينة
نصر-القاهرة

الآراء الواردة في هذه الورقة تعبر عن
رأي المؤلف ولا تعبر بالضرورة عن رأي
المعهد.

حقوق الطبع والنشر محفوظة لمعهد
التخطيط القومي، يحظر إعادة النشر أو
النسخ أو الاقتباس بأي صورة إلا بإذن كتابي
من معهد التخطيط القومي أو بالإشارة إلى
المصدر.



عن المؤلف

الملخص

أ.د. نجلاء حرب سيد أحمد

أستاذ الاقتصاد السياحي بجامعة الإسكندرية ومدير مركز العلاقات الاقتصادية الدولية بمعهد التخطيط القومي، وكيل كلية الاقتصاد والإدارة ونظم المعلومات ورئيس قسم التمويل والاستثمار بجامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا سابقاً، أستاذ زائر بالعديد من الجامعات المصرية والمؤسسات العسكرية، حاصلة على العديد من البرامج التدريبية المحلية والدولية في العديد من المجالات من بينها التخطيط الاستراتيجي والأمن القومي، والقيادة العليا، والتمكين السياسي والاقتصادي للمرأة، أشرفت على العديد من رسائل الماجستير والدكتوراه، مُحكِّم في عددٍ من المجلات العلمية، لها العديد من الأبحاث المنشورة في مجالات السياحة، والتمويل والاستثمار والتنمية المستدامة.

تمتلك مصر مقومات سياحية تنافسية يمكن أن تضعها ضمن قائمة أفضل المقاصد السياحية عالمياً. والواقع أن مصر لم تستغل هذه المقومات بشكل كافٍ بعد، كما تحتاج رؤية مصر 2030 في السياحة لإعادة النظر في ظل التغيرات التي طرأت على أوضاع السياحة العالمية عقب الازمات المتراكبة التي توالى على الصناعة خلال السنوات الماضية. تستهدف هذه الورقة تقديم رؤية لتعزيز أداء القطاع السياحي في مصر في إطار السياحة المستدامة ليصبح مقصداً سياحياً رائداً إقليمياً ودولياً، بما يُمكن من زيادة مساهمته في الاقتصاد المصري وتحسين أوضاع ميزان المدفوعات، وذلك من خلال تحليل أوضاع صناعة السياحة العالمية وتوجهاتها المستقبلية، وتحليل أوضاع القطاع السياحي في مصر ومؤشرات التعافي، وأوضاع تنافسية القطاع عالمياً وإقليمياً، وتحليل نقاط القوة والضعف والفرص والتحديات (SWOT)، وتحديد الأولويات من خلال طريقة اتخاذ القرارات متعددة المعايير (MCDA) باستخدام عملية التحليل الهرمي (AHP)، وصولاً إلى صياغة محاور الرؤية المقترحة.

وقد أوضحت نتائج تحليل SWOT-AHP أن نقاط الضعف تحتل الأولوية للاستهداف تليها نقاط القوة ثم الفرص والتحديات، وفيما يتعلق بالوزن النسبي الإجمالي للعناصر المختلفة جاء ضعف الانفتاح العالمي وضعف بيئة الأعمال في الأولوية، يليه الثروات التاريخية والثقافية والطبيعية، وضعف أطر حوكمة القطاع السياحي، وتوافر المقاصد السياحية للأربعة مواسم السياحية وتنوع أنماط السياحة، والزيادة المضطردة في أسواق الطلب السياحي عالمياً، وتباطؤ التحول الرقمي وضعف جاهزية بنية تكنولوجيا البيانات والمعلومات والاتصالات.

وعلى ضوء هذه النتائج تم صياغة السياسات والإجراءات اللازمة لتحقيق الرؤية المقترحة في إطار أربعة محاور أساسية:

- المحور الأول: تعزيز البيئة الداعمة لأداء القطاع السياحي،
- المحور الثاني: رفع كفاءة وفعالية جهود التسويق والترويج،
- المحور الثالث: سهولة الوصول،
- المحور الرابع: تحسين جودة المنتج السياحي في إطار ثلاثة محاور فرعية هي:

- عناصر الجذب الحضارية والثقافية والترفيهية،
- وكالات السفر والسياحة،
- وأخيراً عناصر الإقامة.

الفهرس

1	مقدمة
1	 1 صناعة السياحة العالمية .. تعافٍ سريع في ظل أزمات متراكبة
4	 2 التطورات المتوقعة في صناعة السياحة عالمياً... فرص في وقت التحديات
6	 3 قطاع السياحة في مصر... أزمات متتالية وتعافٍ أبطء من المنافسين
10	 4 الوضع التنافسي الحالي للقطاع السياحي المصري
12	 5 تحليل نقاط القوة والضعف والفرص والتحديات وتحديد الاولويات وفقا لنموذج SWOT-AHP
14	 6 محاور الرؤية المقترحة
14	 1-6 تعزيز بيئة التمكين لأداء القطاع السياحي في مصر
15	 2-6 زيادة كفاءة وفعالية جهود التسويق والترويج
17	 3-6 تسهيل الوصول
18	 4-6 تحسين جودة المنتج السياحي
19	الخاتمة
21	 قائمة المراجع

مقدمة

عقب عقدين متتاليين من النمو المستدام بلغ نحو 5% سنوياً خلال الفترة من (2000-2019)، شهدت صناعة السياحة والسفر عالمياً خلال العامين الماضيين أزمات متراكبة كانت هي الأصعب في تاريخها، حيث تكبد القطاع السياحي خسائر هائلة، فاقت بثلاثة أضعاف الخسائر الناتجة عن الأزمة الاقتصادية العالمية في عام 2009 (UNWTO, 2020). كانت البداية بأزمة جائحة كوفيد 19 وما نجم عنها من إغلاق شبه الكامل عالمياً في عام 2020، وما لبث القطاع يدخل في مرحلة التعافي وبدأت التوقعات في التحسن منذ أغسطس 2021، مع تزايد أعداد السائحين الدوليين بشكل ملحوظ مدفوعة بالطلب المكبوت خاصة من أسواق وسط وشرق أوروبا، حتي واجه القطاع صدمة أخرى أشد وطأة في فبراير 2022 من جراء الحرب الروسية الأوكرانية نتيجة لانخفاض أعداد السائحين الوافدين من هذين السوقين الرئيسيين، فضلاً عن ارتفاع المخاطر الاقتصادية عالمياً بشكل حاد مع ارتفاع معدلات التضخم بشكل غير مسبوق، مدعوماً بمزيج من ارتفاع أسعار الطاقة والغذاء والسلع الأساسية، ونقص العمالة واضطراب سلاسل الإمداد، وتراجع معدلات النمو في العديد من دول العالم، كما نتج عنها ارتباكاً سياسياً وتهديدات بإعادة تجزئة الاقتصاد العالمي إلى كتلتات جيوسياسية - بمعايير تجارية وتقنية مختلفة، وأنظمة دفع وعمليات احتياطية جديدة.

ويمثل قطاع السياحة أهمية كبيرة للاقتصاد المصري ليس فقط لمساهمته في الناتج المحلي الإجمالي، والتي بلغت نحو 8.5% في عام 2019، ولكن أيضاً لمساهمته في تحسين أوضاع ميزان المدفوعات (حيث يعد ثالث أكبر مصدر للدخل الأجنبي للبلاد بعد الصادرات السلعية وتحويلات المصريين العاملين بالخارج، ويسهم بنحو 26.2% من إيرادات مصر من الصادرات)، كما يسهم قطاع السياحة في خلق فرص عمل مباشرة وغير مباشرة، ويُقدَّر عدد العاملين فيه بنحو 9.3% من إجمالي قوة العمل (WTTC, 2022).

ولقد واجه قطاع السياحة المصري أزمات متتالية بعد عام 2010 ارتبطت بالأوضاع الداخلية، ومع اقترابه من استعادة معدلاته المتحققة مسبقاً في عام 2019، واجه الازمات العالمية المتتالية التي حالت دون مواصلته لمعدلات التعافي واستدامة النمو. والواقع أن قطاع السياحة في مصر لم يحظ بحصة من سوق السياحة العالمي تتناسب مع مقوماتها السياحية، والتي يمكن أن تؤهلها للوصول إلى قائمة أكبر المقاصد السياحية عالمياً. وانطلاقاً من تنوع عناصر المنتج السياحي وامتلاك مصر العديد من المميزات الاحتكارية والتنافسية، وضعف مساهمة القطاع السياحي في الاقتصاد المصري، والتي لم تتجاوز 90 مليار دولار خلال الفترة فيما بين 2010-2021، والدور الذي يمكن أن يلعبه في دعم إيرادات النقد الأجنبي في ظل فجوة التمويل الحالية، تأتي هذه الورقة العلمية كمحاولة لوضع رؤية استراتيجية لتعزيز أداء قطاع السياحة في مصر وفقاً لمبادئ السياحة المستدامة وتعزيز الهوية لمصر كمقصد سياحي رائد إقليمياً وعالمياً.

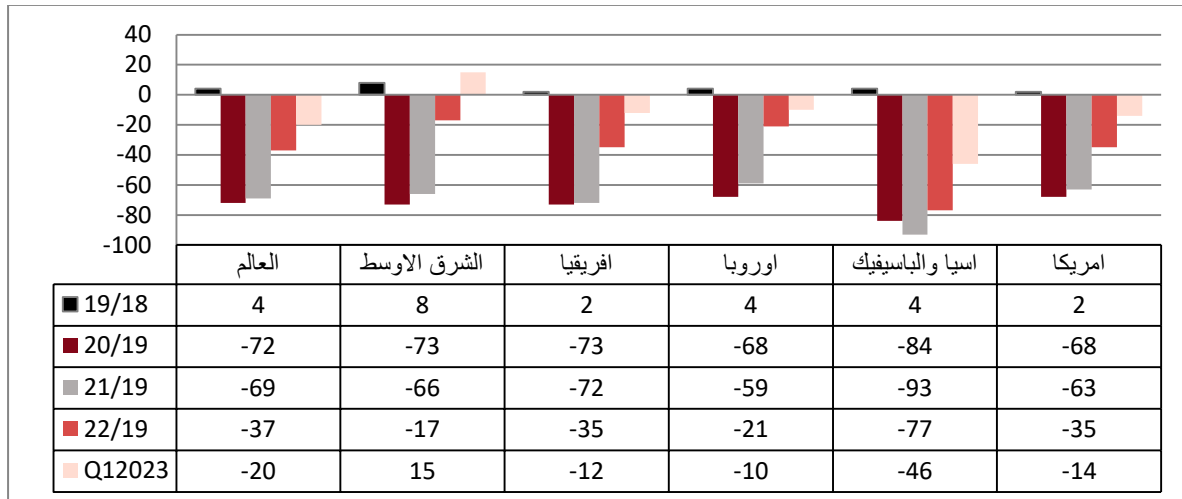
1 صناعة السياحة العالمية .. تعافٍ سريع في ظل أزمات متراكبة

وفقاً لبيانات عام 2019، قبل هذه الأزمات، كان قطاع السياحة والسفر أحد أكبر قطاعات الاقتصاد العالمي بما يمثل 10.3% من الناتج المحلي الإجمالي العالمي (9.6 تريليون دولار أمريكي بما يشمل التأثيرات المباشرة وغير المباشرة والمحفزة)، وبلغ إنفاق السائحين الدوليين نحو 1.5 تريليون دولار، بما يمثل نحو 6.8% من إجمالي الصادرات، بينما بلغت نسبة العمالة في القطاع 10.3% من إجمالي الوظائف عالمياً. ثم جاء عام 2020 بالخسائر الأكبر للقطاع حيث انخفضت الإيرادات السياحية بنحو 62.7%، بينما انخفضت أعداد السائحين الدوليين بما يمثل 72.1% (UNWTO, 2023 a).

وخلال عام 2021 ومع انحسار ظروف الوباء شهدت صناعة السياحة تحسناً في الأداء، وعادت النمو بشكل مضطرد، وبدأت بالدخول في مرحلة التعافي. وبالنظر لأعداد السائحين الدوليين يلاحظ أنها بدأت في التزايد منذ أغسطس 2021 بشكل ملحوظ مدفوعة بالطلب المكبوت من أسواق وسط وشرق أوروبا، حيث تزايدت أعداد السائحين بنسبة بلغت 11.2% مقارنة بالعام السابق واستعاد القطاع نحو 31% من مستويات ما قبل الجائحة، وكانت أوروبا هي الأسرع في التعافي بمعدل نمو بلغ 26%، وبنسبة تعاف بلغت 41%، تلتها منطقة الشرق الأوسط (التي قادت معدلات النمو في عام 2019 بمعدل 8% أي ضعف المعدل العالمي)، بمعدل نمو بلغ 24.4% عن العام السابق، ونسبة تعاف بلغت 33%، وأدى استمرار الإغلاق في الصين إلى أن تأتي منطقة آسيا والباسيفيك في آخر مؤشرات التعافي، UNWTO, (2023a) (شكل رقم 1).

واستمرت أعداد السائحين الدوليين في النمو والتعافي بوتيرة أسرع خلال عام 2022، رغم الصراع بين روسيا وأوكرانيا، ووفقاً لأحدث البيانات الصادرة عن منظمة السياحة العالمية، تزايدت أعداد السائحين الدوليين لنحو 900 مليون، بما يمثل نمواً بنسبة 102% عن عام 2021 وتعافيا بنسبة 63% لمستويات ما قبل الجائحة. وشهدت المناطق مستويات متباينة من الزيادة في أعداد السائحين الدوليين، وشهدت منطقة الشرق الأوسط أقوى معدل للتعافي، حيث ارتفع عدد الوافدين بنسبة 144%، واستعادت نحو 83% من أعداد ما قبل الوباء (أي أقل بنسبة 17%)، ودعم هذه الزيادة الكبيرة استضافة أحداث عالمية كبرى مثل أكسبو دبي 2020، وكأس العالم لكرة القدم في قطر، وكذلك تدفقات الحج والعمرة للمملكة العربية السعودية (UNWTO, 2023a). وخلال الربع الأول من عام 2023، نجحت منطقة الشرق الأوسط في التعاف الكامل بزيادة بلغت 15% عن مستويات 2019 (UNWTO, 2023b).

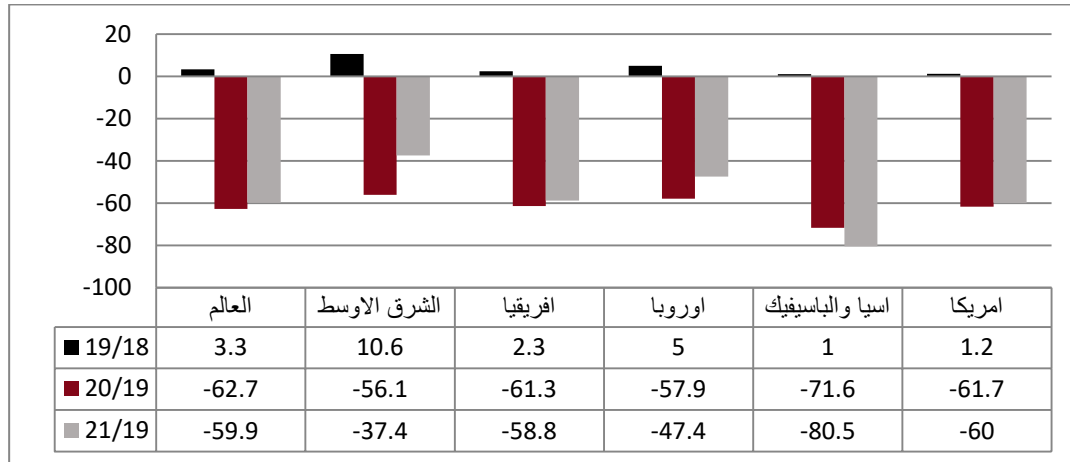
شكل رقم (1)
معدلات التعافي في أعداد السائحين الدوليين (%)



المصدر: UNWTO, 2023a

كما شهدت الإيرادات السياحية نمواً ملحوظاً فاق النمو في أعداد السائحين في بعض المناطق، ووفقاً لتقديرات عام 2021 بلغ معدل نمو الإيرادات السياحية عالمياً 8%، ليستعيد نحو 40% من مستويات عام 2019. وقد قادت منطقة الشرق الأوسط والنمو والتعافي (التي كانت تقود معدلات النمو في عام 2019 بنحو ثلاثة أضعاف معدل النمو العالمي)، بمعدل نمو بلغ 42%، بما يفوق معدل النمو في أعداد السائحين، وحقت أعلى معدلات التعافي حيث استعادت نحو 63% من مستويات ما قبل الجائحة (شكل رقم 2).

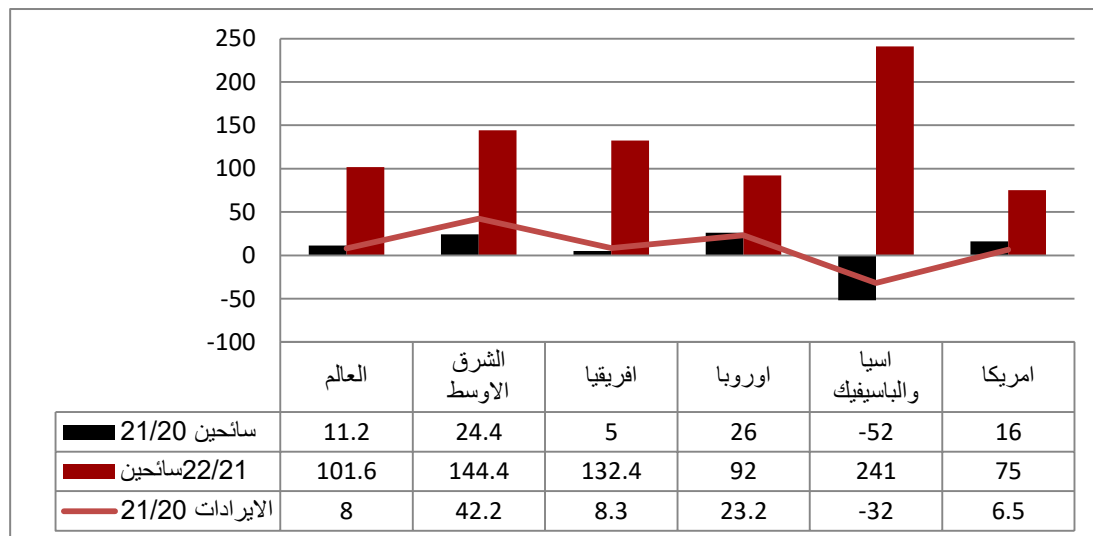
شكل رقم (2)
معدلات تعافي إيرادات السياحة الدولية (%)



المصدر: UNWTO, 2023a

واستمر نمو الإيرادات في عام 2022 بوتيرة أسرع من معدل نمو أعداد السائحين الدوليين، وبدأت الإيرادات السياحية في استعادة معدلاتها السابقة المتحققة قبل الأزمة خلال الأشهر العشرة الأولى من العام، ووفقاً لتقديرات منظمة السياحة العالمية سجلت العديد من المقاصد حالة التعافي الكامل في عام 2022، جاء في مقدمتها تركيا (40%). وقد جاء النمو الكبير في الإيرادات عالمياً مدعوماً بالعديد من العوامل من بينها الارتفاع الملحوظ في متوسط الإنفاق لكل رحلة، وزيادة فترات الإقامة المرتبطة بسياسات العمل عن بعد وما أتاحت من إمكانية الرحلات الطويلة، مع ارتفاع تكاليف السفر بسبب معدلات التضخم العالية (شكل رقم 3).

شكل رقم (3)
معدل نمو أعداد السائحين الدوليين والإيرادات السياحية



المصدر: UNWTO, 2023b

2 التطورات المتوقعة في صناعة السياحة عالمياً... فرص في وقت التحديات

➤ نظرة متفائلة لنمو القطاع السياحي عالمياً

إذا كان عام 2022 هو عام الطلب المكبوت، والذي تزايد على بعض المقاصد السياحية بشكل غير مسبوق وجعل بعضها يفرض رسوماً للسياحة والضرائب للمساعدة في تقليل الازدحام (مثل مدينة البندقية الإيطالية وبعض جزرها)، فوفقاً لمنظمة السياحة العالمية سيكون عام 2023 عامًا للتعامل مع بعض الحقائق المعقدة التي تواجه صناعة السياحة عالمياً، بما في ذلك الوضع الاقتصادي العالمي، وعدم اليقين الجيوسياسي المستمر.

ووفقاً لاستبيان منظمة السياحة العالمية تستمر النظرة المتفائلة لنمو القطاع حتى في مواجهة التحديات المتنوعة، ويدعم ذلك رفع قيود السفر المتعلقة بكوفيد 19 مؤخراً في الصين، وهو أكبر سوق للسياحة الخارجية في العالم في عام 2019، والتدفق المتزايد من آسيا، والطلب القوي من أمريكا، والإنفاق القوي من أسواق الطلب السياحي التقليدية. ويتوقع 72% من خبراء منظمة السياحة العالمية أداءً سياحياً أفضل في عام 2023 مما كان عليه الحال في 2022، ومع ذلك يري 65% أن التعافي الكامل سوف يتأخر لما بعد عام 2023 وربما يمتد لما بعد عام 2024.

ووفقاً للتقديرات يظل الاتحاد الأوروبي هو أكبر الأسواق المصدرة للسائحين (بما يمثل 48% من إجمالي الطلب السياحي العالمي)، مع نمو كبير لأسواق آسيا والباسيفيك (26%)، أمريكا (17%)، أفريقيا (3%)، الشرق الأوسط (3%).

أما الأسواق الأكثر إنفاقاً على مستوى العالم فجاءت الصين في مقدمتها (أعلى معدل إنفاق يومي من هونج كونج)، تلتها الولايات المتحدة، وألمانيا، وفرنسا، ومن منطقة الشرق الأوسط جاءت الإمارات العربية، والمملكة العربية السعودية، وقطر، والكويت ضمن قائمة الأسواق الأكثر إنفاقاً.

ووفقاً لمنظمة السياحة العالمية فإن مستقبل كل مقصد يتم تحديده من خلال أساسيات - المنتج والأداء والسعر- مما يضع عبئاً كبيراً على المقاصد للمنافسة في إطار هذه المعادلة (UNWTO, 2023a).

➤ أغراض جديدة للسياحة والسفر

بالإضافة إلى الأنماط التقليدية للسياحة الترفيهية، وفقاً لتحليلات اتجاهات النمو في أغراض السفر والسياحة، تشهد بعض الأسواق معدلات نمو ملحوظة، أهمها سوق السياحة العلاجية التي تمثل سوقاً واعدًا، ومن المتوقع أن تنمو السياحة العلاجية خلال السنوات الخمس المقبلة بنسبة 10% سنوياً، ومع التعافي الاقتصادي تصل هذه النسبة إلى 20%، حيث يعد السفر الطبي إلى الخارج صناعة عالمية تقدر قيمتها بمئات المليارات من الدولارات (Research & Markets, 2023a).

تشير التحليلات أيضاً إلى زيادة الطلب على سياحة الاستشفاء والاسترخاء، ومن المتوقع أن ينمو سوق السياحة الاستشفائية بمعدل سنوي مركب قدره 9.5% في عام 2027 (Research & Markets, 2023b).

كما يتوقع بحلول عام 2030 أن يشهد سوق سياحة المغامرات معدل نمو سنوي مركب قدره 28.8% (Research & Markets, 2023c).

كما تعكس التحليلات تزايد الطلب على سفر الأعمال والمشاركة في المؤتمرات والأحداث المهنية الأخرى، ومن المتوقع أن يشهد السوق العالمي لتنظيم المعارض وقطاع المعارض التجارية معدل

نمو سنوي مركب يبلغ 15.1% و 14.5% على التوالي خلال الفترة من 2022 إلى 2030. كما تستمر الأحداث الرياضية في تحفيز السفر في عام 2023، وقد أعلنت كثير من المقاصد أنها تسعى لاستضافة أحداث رياضية لتكون دفعة للقطاع السياحي من بينها فرنسا التي تستهدف تحويل كأس العالم للرجبي إلى دفعة للسياحة بها (Research & Markets, 2023d).

كما يتوقع أن يشهد سوق السياحة الغذائية العالمي معدل نمو سنوي مركب قدره 17.44% خلال الفترة من 2022 إلى 2028 (Research & Markets, 2023e).

وأخيراً، تشير التقديرات إلى تزايد السياحة الفاخرة، بما يجعل الفنادق الفاخرة تبرز أكثر مما كانت عليه من قبل (EIU, 2023). ومن المتوقع أن ينمو سوق السفر الفاخر العالمي بمعدل نمو سنوي مركب قدره 11.03% حتى عام 2027 (Research & Markets, 2023f).

➤ **الإجازات الطويلة والعمل عن بعد**

لقد سمح التحول في سياسات العمل، الناجم عن الوباء، بمزيد من المرونة في مكان العمل. ونتيجة لذلك، من المتوقع أن يزداد ما يُطلق عليه "سحب الكمبيوتر المحمول" Laptop lugging وهو اتجاه المسافرين بغرض الترفيه لمد الرحلات بسبب القدرة على العمل عن بعد. وقد بدأت الفنادق في العديد من المقاصد وأماكن الإجازات بالتسويق لهذا السوق، وتقديم خصومات على الإقامة الطويلة، وتوفير تسهيلات الأعمال (انترنت سريع، مكاتب خدمات رجال أعمال)، فضلاً عن التسهيلات الأخرى من وجود حمامات سباحة، ومطاعم، ومراكز لياقة في الموقع حتى يمكن العمل في بيئة محفزة (Deloitte, 2023; Becky Pokora, 2023).

➤ **تعزيز دور التكنولوجيا**

وفقاً لأماديوس Amadeus، وهو مزود رئيسي لتكنولوجيا المعلومات لصناعة السياحة، يستمر التوسع في استخدام التكنولوجيا في الصناعة بعد الوباء، وتكون أكثر أهمية من أي وقت مضى في اتخاذ قرارات الرحلات، حيث يمكن أن يسهل الإنترنت العثور على الرحلات المتخصصة والأحداث المحلية، والمقارنة بين العروض والخدمات السياحية، كما أن منصات البث المباشر سوف يكون لها تأثير قوي على قرارات الرحلات، وقد أدركت بعض المقاصد أهمية هذا الاتجاه واتخذت خطوات إلى الأمام في هذا الشأن كما في حالة مدينة سول التي أعلنت عن إطلاق منصة ميتافيرس "Metaverse Seul" في عام 2023 (Metaverse Seul, 2023).

وتشير التقارير إلى الإقبال الواسع على أنظمة الدفع الرقمية، وخاصة في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا مثل "Google Pay, Apple Pay"، والتي اتجهت إلى توفير مزايا إضافية لمستخدميها من المسافرين مثل وجبات مجانية في استراحات المطارات Smart Destination (Travel & Technology, 2023). ومن المتوقع أن يشهد السوق العالمي لتقنيات السفر معدل نمو سنوي مركب قدره 8.8%، وأن يشهد كل من نظام التوزيع العالمي "Global Distribution System" (GDS) وقطاع حلول شركات الطيران والضيافة معدل نمو سنوي مركب قدره 7.9%، 11% على التوالي حتى 2030 (Research & Markets, 2023g).

وتشير التحليلات أيضاً، إلى تزايد دور الأفلام والمسلسلات المحلية في التأثير على قرارات الإجازات، فعلى سبيل المثال لعب ازدهار صناعة السينما الهندية دوراً مهماً في جذب السياح الهنود إلى دبي حيث عززت "بوليوود" رؤية دولة الإمارات مع الأفلام التي يجري تصويرها في دبي (الإمارات اليوم، 2016). كما أعلنت الحكومة التركية عن محفزات مالية للأفلام والمسلسلات

التركية بنسبة تصل إلى 30% من إجمالي تكلفة الانتاج، ويتم عرض هذه الأفلام خارج البلاد كأحد أدوات التسويق السياحي (Daily Sabah, 2022).

➤ سفر أكثر استدامة

في اتجاه إيجابي، غيّر الوباء في اهتمامات المسافرين، حيث تزايد إدراك السائحين للآثار السلبية للسفر وكيفية التخفيف منها، من خلال السفر بأمثلة أقل لتقليل بصمات الكربون الخاصة بهم ودعم المجتمعات والمنتجات المحلي على سبيل المثال. ولقد أدركت صناعة الفنادق ذلك وبدأت في توفير استئجار العناصر الضخمة مثل المعدات الرياضية وملابس التمرين Smart Destination (Travel & Technology, 2023). كما أوضحت الدراسات الاستقصائية المتعلقة بقرارات الشراء أن نحو 44% من المشترين للسلع والخدمات (بما يشمل السفر) يحرصون على التعامل مع شركات تعكس اهتماماً اجتماعياً وبيئياً (EIU, 2023).

➤ تحديات إضافية

وفقاً لـ دليويوت، تواجه صناعة السياحة تحديات إضافية خلال السنوات القادمة تتعلق بالتوظيف ونقص العمالة، وقضايا التكنولوجيا، والتحديات المستمرة في سلاسل التوريد (Deloitte, 2023).

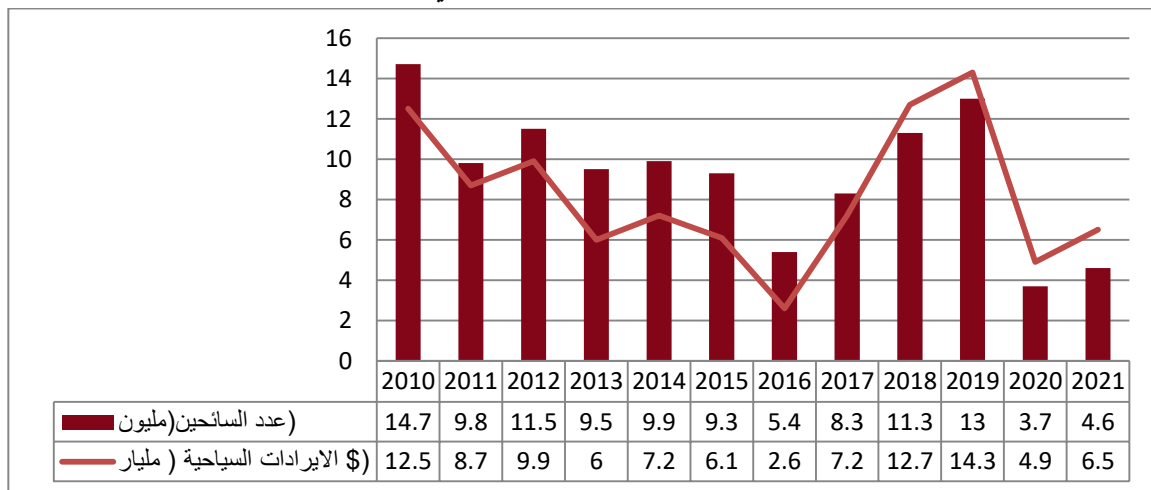
وأيضاً قد تضع بعض المؤسسات قيوداً على سفر الاعمال في ظل التحديات المتعلقة بالتكلفة مع ارتفاع أسعار تذاكر الطيران وانخفاض معدلات النمو (Trip Advisor, 2022).

3 قطاع السياحة في مصر.... أزمات متتالية وتعافٍ أبطء من المنافسين

شهد عام 2018 تعافياً للإيرادات السياحية في مصر واستعادة المعدلات المحققة في عام الذروة 2010، عقب انخفاضات استمرت سبع سنوات متتالية حتى عام 2017، وشهد عام 2019 تحقيق أعلى الإيرادات للسياحة المصرية (13 مليار دولار)، إلا أن أعداد السائحين ظلت أقل من المعدل المتحقق في عام 2010 (شكل رقم 4).

شكل رقم (4)

أعداد السائحين والإيرادات السياحية في مصر



المصدر: Fitch, 2023

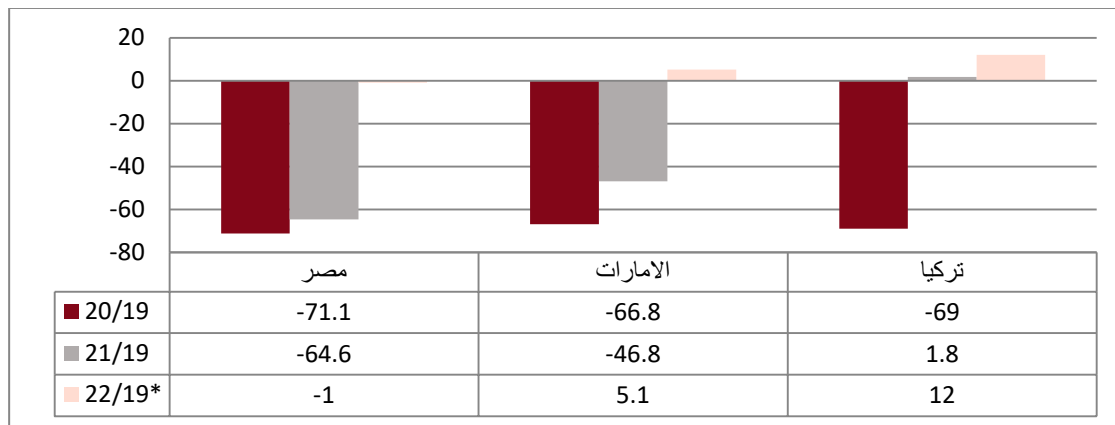
وبينما كان القطاع السياحي يستعد للتعافي التام وتسجيل أرقام غير مسبقة، جاءت أزمة كوفيد 2019، حيث حدث انخفاضاً كبيراً في أعداد السائحين الوافدين إلى مصر خلال عام 2020 (-71.8%)، متماشياً مع معدل الانخفاض العالمي، بينما جاء الانخفاض في الإيرادات السياحية (-65.8%) أعلى من معدلات الانخفاض في منطقة الشرق الأوسط.

وبالنظر إلى معدلات تعافي القطاع السياحي المصري، مقارنة بالمعدلات العالمية ومعدلات منطقة الشرق الأوسط والمنافسين ضمن قائمة أعلى 10 مقاصد من حيث الإيرادات (تركيا والإمارات)¹، فوفقاً لبيانات عام 2021 نلاحظ أن معدلات تعافي القطاع في مصر جاءت متماشية مع المعدلات العالمية ومعدلات منطقة الشرق الأوسط، إلا أنها جاءت أبطء مقارنة بالمعدلات المتحققة من الدول المنافسة، حيث حققت كل من تركيا والإمارات معدلات أسرع سواء فيما يتعلق بأعداد السائحين (تعاف بنسبة 59% و 53% على التوالي مقارنة بـ 35% في مصر)، أو الإيرادات السياحية (77% و 90% على التوالي و 69% في مصر).

ووفقاً للبيانات المتاحة لعام 2022، نجد أن التعافي التام في مصر سوف يتأخر لعام 2023، بينما سجلت كل من تركيا والإمارات معدلات فاقَت عام 2019 سواء فيما يتعلق بأعداد السائحين أو الإيرادات السياحية (شكل 5)، (UNWTO, 2023a) (شكل 6).

وتعكس الدراسات توقعات متفائلة لأداء القطاع السياحي على المدى المتوسط، حيث يُتوقع تعافي أعداد السائحين وإيرادات السياحة في عام 2023 (لتبلغ 13.9 مليون سائح و 14.4 مليار دولار)، وتستمر في الارتفاع حتى عام 2027 (لتسجل نحو 15.2 مليون سائح و 17.4 مليار دولار)، وهي بوجه عام أقل بكثير من أداء الأسواق المنافسة (Fitch, 2023).

شكل رقم (5)
معدلات التعافي في أعداد السائحين (%)

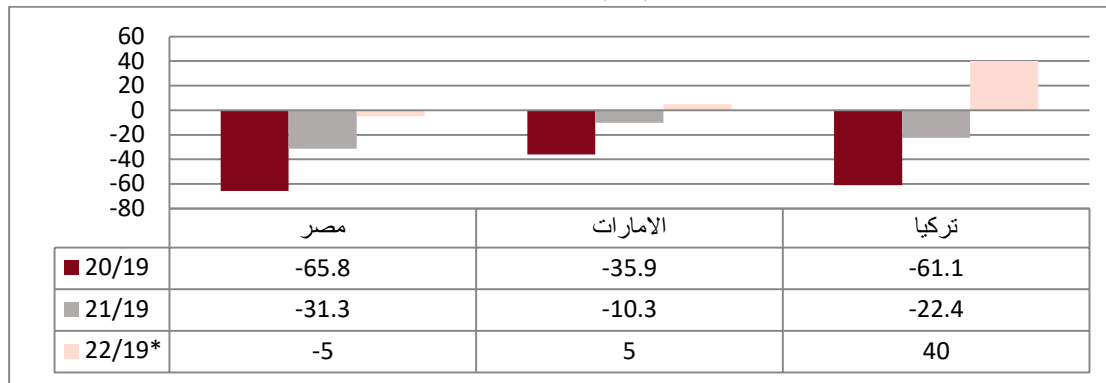


المصدر: UNWTO, 2023a - * وفقاً للبيانات الرسمية للدول

¹ تم اختيار كل من تركيا والإمارات كأساس للمقارنة لعدة أسباب أهمها الريادة السياحية الإقليمية للإمارات وبالتالي فهي معيار الأداء الإقليمي، تقارب الظروف الاقتصادية، وخصائص المنتج السياحي مع تركيا وكونها منافس أصيل لمصر، ونجاحهما في الصعود لقائمة أكبر 10 مقاصد عالمية من حيث الدخل السياحي.

² وفقاً للبيانات الرسمية لوزارة الثقافة والسياحة التركية، ومجلس الإمارات للسياحة، وتقارير منظمة السياحة العالمية، ووفقاً لبيان وزير السياحة في 15 مارس 2023، خلال الاجتماع مع رئيس مجلس الوزراء المصري، بلغ عدد السائحين الوافدين خلال عام 2022 نحو 11.7 مليون سائح، ووفقاً لبيانات البنك المركزي الرسمية بلغت الإيرادات السياحية 12.2 مليار دولار (إيكونومي بلس، 2023).

شكل رقم (6)
معدلات التعافي في الإيرادات السياحية (%)



*وفقا للبيانات الرسمية بالدول

المصدر: UNWTO, 2023a

ويعرض جدول رقم (1) بعض مؤشرات الأداء الخاصة بالقطاع السياحي مقارنة بكل من تركيا والإمارات ونلاحظ ما يلي:

جدول رقم (1) بعض مؤشرات القطاع السياحي

الإمارات		تركيا		مصر		الدولة/ العام المؤشر
2021	2019	2021	2019	2021	2019	
10	19	4	6	26	34	الترتيب العالمي وفقا لأعداد السائحين
4	11	6	13	22	30	الترتيب العالمي وفقا للدخل السياحي
6.4	11.7	7.3	11	5.1	8.5	المساهمة الإجمالية في الناتج المحلي %
10.1	11.6	8.4	9.2	8.0	9.3	المساهمة الإجمالية في التوظيف %
4.6	9.0	9.8	16.6	12.2	26.2	النسبة من الصادرات %
67:33%	78:22%	62:38%	65:35%	38:62	59:41	الإنفاق المحلي: الإنفاق الدولي
23:77%	21:79%	7:93%	8:92%	12:88%	12:88%	السياحة الترفيهية : سياحة الأعمال
3001	1781	890	670	—	1000	الإنفاق / السائح \$
66.57	74	52.1	67.6	31.4	38.6	معدل الإشغال
193.12	183.19	848,663	795,297	138.53	163.32	عدد الغرف السياحية
السعودية/الهند/ الصين/ مصر/ عمان	الهند/ السعودية/ المملكة المتحدة/ الصين / عمان	روسيا/ ألمانيا/ أوكرانيا/ إيران/ بلغاريا	روسيا/ ألمانيا/ إيران/ بلغاريا/ جورجيا	ألمانيا/ السعودية ليبيا/ إيطاليا/ إسرائيل	ألمانيا/ السعودية المملكة المتحدة / إيطاليا/ ليبيا	أهم أسواق الطلب

المصدر: WTTC, 2022

- شهدت المقاصد الثلاثة تحسنا ملحوظا في الترتيب العالمي سواء فيما يتعلق بأعداد السائحين أو الدخل السياحي، حيث تقدمت مصر 8 مراكز وفقا للدخل السياحي، وانضمت تركيا لقائمة أعلى 10 مقاصد، بينما صعدت الإمارات لقائمة أعلى 5 مقاصد سياحية من حيث الدخل، ويعطى هذا التحسن مؤشرا جيدا لفرص نمو الدخل السياحي في مصر وانضمامها لقائمة أكبر المقاصد العالمية.
- بينما تعتمد تركيا على سياحة المجموعات، تعتمد الإمارات على السياحة الفاخرة ويبدو ذلك واضحا من خلال معدل الإنفاق/السائح الذي يبدو من أعلى المعدلات عالميا في حالة الإمارات.
- نسبة مساهمة القطاع السياحي في الناتج المحلي أعلى في الإمارات وتركيا، وفي مصر يشكل نسبة أعلى من حجم الصادرات بما يؤكد على أهميته كمصدر للعملة الأجنبية.
- يمثل الإنفاق السياحي الدولي الجزء الأعظم من الإنفاق السياحي في الإمارات وتركيا، ويلاحظ ارتفاع نسبة سياحة الأعمال في الإمارات واتجاهها للزيادة مع التعافي وهو أيضا ما يتوافق مع معدلات الإنفاق المرتفعة للرحلات بها، ونمط التنمية السياحية بها.

■ شهد عدد الغرف السياحية زيادة خلال عام 2021 في كل من تركيا والإمارات (53 ألف غرفة، و100 ألف غرفة إضافية على التوالي)، بينما شهد انخفاضاً بواقع 25 ألف غرفة في مصر، كما يلاحظ انخفاض معدل الإشغال في مصر بشكل ملحوظ.

■ من حيث أسواق الطلب، تركز تركيا على دول الجوار، بينما تركز الإمارات على الدول التي تشهد معدلات إنفاق متزايدة ومعدلات نمو اقتصادي متزايد وتتوافق مع نمط التنمية السياحية بها (مثل الهند والصين).

وجدير بالذكر، أنه في سبيل دعم تعافي القطاع السياحي، عملت وزارة الثقافة والسياحة في تركيا على تحديث الخطة السياحية ووضع أهداف جديدة لعام 2023، مع إعطاء الأولوية للاستدامة والقدرة التنافسية ودعم صلابة القطاع، وذلك بالتعاون مع أصحاب المصلحة المحليين والدوليين بما يشمل الوزارات والهيئات المحلية المرتبطة بالسياحة والاستدامة، وجمعية الأعمال TUSIAD، ومنظمة السياحة العالمية، والمجلس العالمي للسياحة المستدامة، والمنتدى الاقتصادي العالمي، وتمثلت أهم استراتيجيات السياحة التركية 2023 في التسويق للأقاليم وتنويع المنتجات السياحية، تنويع الجنسيات الزائرة للبلاد، والمشاركة مع القطاع الخاص (Public Private Participation (PPP، وقد استهدفت استراتيجية السياحة لعام 2023 وصول أعداد السائحين إلى 75 مليون سائح وتحقيق دخل سياحي بقيمة 65 مليار دولار (OECD, 2022).

كما شكّل مجلس الإمارات للسياحة خطة عمل مشتركة مع وزارة الاقتصاد وإدارات السياحة المحلية، لزيادة تدفق السائحين الدوليين، وزيادة حملات التسويق مع إعطاء الأولوية للأسواق الجديدة والواعدة، وتقديم تأشيرات سياحية طويلة الأجل ومتعددة الدخول. كما تم إطلاق الاستراتيجية الوطنية للسياحة 2031، والتي تستهدف رفع مكانة الدولة كأفضل هوية سياحية حول العالم، وترسيخ مكانتها كوجهة سياحية رائدة، ورفع مساهمة القطاع السياحي في الناتج المحلي الإجمالي للاقتصاد الوطني إلى 450 مليار درهم (122.5 مليار دولار)، بمعدل زيادة سنوية 27 مليار درهم (7.5 مليار دولار)، وجذب استثمارات جديدة بقيمة 100 مليار درهم (27 مليار دولار) للقطاع السياحي في الدولة، وجذب 40 مليون نزيل في المنشآت الفندقية. تشمل الاستراتيجية تنفيذ 25 مبادرة وسياسة، تقوم على 4 توجهات رئيسية وهي: تعزيز الهوية السياحية الوطنية، تطوير وتنويع المنتجات السياحية المتخصصة، بناء القدرات السياحية وتشجيع دخول الكوادر الوطنية للقطاع السياحي، زيادة الاستثمارات في مختلف القطاعات السياحية. وتأتي الاستراتيجية الوطنية للسياحة 2031 بالتعاون والتنسيق بين وزارة الاقتصاد ومختلف الهيئات والمؤسسات المحلية والاتحادية المعنية بقطاع السياحة، ومنها وزارة الخارجية والتعاون الدولي والهيئة الاتحادية للهوية والجنسية والجمارك وأمن المنافذ، ومصرف الإمارات العربية المتحدة المركزي، والهيئة العامة للطيران المدني، وشركات الطيران الإماراتية، ومنظمة السياحة العالمية، وعدد من الشركات العالمية والمركز الاتحادي للتنافسية والإحصاء (البوابة الإلكترونية لدولة الإمارات).

فيما أعلن وزير السياحة في مصر أن وزارة السياحة والآثار، تُكثف حالياً جهودها بالتعاون مع أحد بيوت الخبرة العالمية للانتهاء من الاستراتيجية الوطنية للنهوض بالسياحة المصرية والمقرر إطلاقها خلال الربع الأول من عام 2023. وتستند هذه الاستراتيجية إلى 6 محاور رئيسية، أولها محور الإصلاح المؤسسي والتشريعي، أما المحور الثاني فهو خاص برفع القدرة التنافسية للمقصد السياحي المصري، ويتعلق المحور الثالث بالأهداف الاقتصادية (زيادة أعداد السائحين- وزيادة أعداد الليالي السياحية- ومعدلات الإنفاق السياحي- واستهداف شرائح ذات إنفاق أعلى من السائحين)، ويركز المحور الرابع على تعزيز المشاركة الاجتماعية ورفع كفاءة الموارد البشرية، ويتناول المحور الخامس تعظيم الاستفادة من الوسائل التكنولوجية، أما المحور السادس والأخير فيركز على الحفاظ على التوازن البيئي واستدامة النشاط السياحي والآثري، وتستهدف الوصول إلى 30 مليون سائح بحلول عام 2030 (جريدة الشروق، 2022).

4 الوضع التنافسي الحالي للقطاع السياحي المصري

يمكن تحديد الوضع التنافسي الحالي من خلال مؤشر تنمية السياحة والسفر (2022) الصادر عن المنتدى الاقتصادي العالمي بعنوان "إعادة البناء من أجل مستقبل مستدام وقادر على الصمود"³، والذي يمثل أداة قياس مرجعية استراتيجية للأعمال والحكومات والمنظمات الدولية لتطوير قطاع السياحة والسفر، ويستند المؤشر إلى عدد من المعايير والمؤشرات الفرعية التي تمثل العوامل والسياسات الداعمة لنمو واستدامة وصلابة القطاع السياحي بما يعزز مساهمته في التنمية الاقتصادية والاجتماعية، ويتكون المؤشر من خمسة معايير أساسية (تشمل بيئة التمكين، سياسات التمكين الخاصة بقطاع السياحة والسفر، البنية التحتية، محركات الطلب السياحي، واستدامة السفر والسياحة)، يندرج تحتها 17 ركيزة، و112 مؤشرًا فرعياً موزعة بين الركائز المختلفة. وتعتمد منهجية هذا التقرير على استبيان موجه للمديرين التنفيذيين في القطاع السياحي، وفق مقياس من 1-7 حيث يمثل 7 الوضع الأفضل، وتضمن التقرير هذا العام 117 دولة. ويوضح جدول رقم (2) الوضع التنافسي لمصر مقارنة بالمستوى العالمي للدولة الأولى في المؤشر (اليابان) والمستوى الإقليمي والمنافس (الإمارات، وتركيا) (WEF, 2022).

ومن خلال الترتيب على المستوى الدولي يظهر تراجع تنافسية قطاع السياحة المصري مقارنة بالمستوى العالمي، والإقليمي بالرغم من المقومات السياحية المتعددة والتي يمكن أن تؤهله لوضع تنافسي أفضل. وتأتي العديد من معايير تنافسية القطاع السياحي في مصر أقل من المعدل العالمي وكذلك من المنافسين، كما في كل من مؤشر البيئة الداعمة، بيئة العمل، الأمن والسلامة، الصحة والنظافة، الموارد البشرية، بنية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، الانفتاح الدولي، البنية الأساسية للنقل الجوي، الموارد غير الترفيهية، الخدمات السياحية، ضغوط وتأثيرات الطلب على السياحة والسفر). بينما تأتي مؤشرات أولويات السفر والسياحة، وتنافسية الاسعار أعلى من كل من المستوى العالمي والإقليمي، ويأتي مؤشر الموارد الطبيعية والموارد الثقافية والنقل البري والبحري أعلى من المؤشر الإقليمي، كما هو موضح بالجدول رقم (2).

جدول رقم (2)

مؤشرات تنافسية قطاع السياحة في مصر

الدولة	الترتيب على المستوى الدولي من 117	بيئة التمكين					سياسات التمكين لقطاع السياحة والسفر			البنية التحتية			محركات الطلب السياحي			استدامة السفر والسياحة			
		بنية العمل	الأمن والسلامة	الصحة والنظافة	الموارد البشرية	المعلومات تكنولوجيا	أولويات السياحة والسفر	الانفتاح الدولي	تنافسية الاسعار	النقل الجوي	والبحري	النقل البرى	الخدمات السياحية	الموارد الطبيعية	الموارد الثقافية	الترفيهية	الموارد غير	الاستدامة البيئية والاجتماعية	صلاية الظروف السفر
اليابان	1	5	6.1	6.1	4.8	5.8	4.3	4.7	4.2	5.6	6.3	5.4	4.9	6.4	6.2	4.3	1.7	4.3	4.3
تركيا	45	3.8	4.8	4.8	4.4	5.2	4.4	3.4	6	5	4	4.2	2.8	4.4	4.1	3.6	3.7	3.5	
الإمارات	25	5.4	6.5	4.9	5.5	6.1	3.8	4.8	5.1	6.3	3.8	4.4	1.8	3.1	3.4	4	4	4.1	
مصر	51	4.4	5.5	4	4.4	4.9	5.6	2.6	6.2	4.1	4	2.9	3.1	3.6	2.6	4.2	3.9	4.5	

المصدر: WEF, 2022

³ يصدر المنتدى الاقتصادي العالمي (World Economic Forum (WEF ما يسمى بتقرير تنافسية السياحة والسفر (Travel and Tourism (TTCR) Competitiveness Report بين دول العالم منذ عام 2007 حتى عام 2017 ، وهو التقرير الذي يقوم برصد ومتابعة التغيرات التي تحدث في اقتصاد الدول بما يؤهلها لتوفير بيئة سياحية مناسبة للسائح والمستثمر، حيث يقيس دليل تنافسية السياحة والسفر العوامل التي تجعل الدولة قادرة على تنمية هذا القطاع لجذب المزيد من السائحين ومدى قدرتها على تنويع منتجاتها السياحي ، ووفقا لظروف كوفيد 19 تم تعديل مسمى التقرير في عام 2020 ليكون تنمية قطاع السياحة والسفر (Travel and Tourism Development Report (TTDR ويتسع لإضافة بعض المؤشرات الخاصة بالصلاية والاستدامة.