

واقع تنافسية قطاع السياحة والسفر لليمن دراسة تقييمية

The Competitiveness Reality of Yemen's Tourism and Travel Sector "Evaluation Study"

أستاذ مشارك. د. ابتهاح عوض أحمد محفوظ

جامعة عدن (اليمن)

ibtehalmahfood9@gmail.com

المخلص:	معلومات المقال
هدفت هذه الدراسة إلى تحليل وتقييم مؤشر تنافسية السياحة والسفر لليمن في الفترة 2013-2021، وذلك من خلال الكشف عن واقع تنافسية قطاع السياحة والسفر لليمن، وتبسيط الضوء على المؤشرات التي حققت مراتب متقدمة لتعزيزها، وتلك التي سجلت مراتب متأخرة لمعالجتها. ولتحقيق أهداف الدراسة تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج منها: حققت اليمن مراتب متقدمة في بعض المؤشرات الفرعية كتنافسية الأسعار وجميع متغيراته، والموارد الطبيعية ومعظم متغيراته، وعدد من المتغيرات في المؤشرات الأخرى، وحصلت على مراتب متأخرة في مؤشر تنافسية السياحة والسفر العالمي وجميع مؤشرات الرئسية ومعظم مؤشرات الفرعية، وفي ضوء تلك النتائج تم اقتراح عدد من التوصيات.	تاريخ الارسال: 2025/10 /23 تاريخ القبول: 2026/02/28 الكلمات المفتاحية: ✓ التنافسية؛ ✓ التنافسية - السياحية؛ ✓ السياحة
Abstract :	Article info
This study aimed to analyze and evaluate Yemen's Travel and Tourism Competitiveness Index (TTCI) for the period 2013-2021. By revealing the reality of Yemen's competitiveness in the tourism and travel sector, and highlighted indicators that achieved advanced rankings for strengthening, and those that achieved lower rankings for addressing them. To achieve the study's objectives, a descriptive analytical approach was used. The study reached a number of results including: Yemen achieved advanced rankings in some sub-indices, such as price competitiveness and all its variables, and natural resources whit most of its variables, and a number of variables in other indicators. It also achieved lower rankings in the Global Travel and Tourism Competitiveness Index whit all of its main indicators and most of its sub-indices. In light of these findings, a number of recommendations were proposed.	Received 23/10/2025 Accepted 28/02/2026 Keywords: ✓ Competitiveness; ✓ Tourism competitiveness; ✓ Tourism

باتت صناعة السياحة من أكبر الصناعات في الاقتصاد العالمي، لما لها من آثار متعددة اقتصادية واجتماعية وثقافية وبيئية، ما دفع العديد من الدول المتقدمة والنامية على حدٍ سواء إلى الاهتمام بها وجعلها ضمن أولويات استراتيجياتها التنموية، ويظهر ذلك بوضوح من خلال التطور الذي يشهده العالم في أعداد السياح الدوليين الذي بلغ (1.4) مليار، والعائدات السياحية الذي بلغت (1.6) ترليون دولار في عام 2024¹. لذلك اهتمت العديد من الدول بتنافسية قطاعها السياحي للحصول على أكبر حصة ممكنة من الأسواق السياحية الإقليمية والدولية، وذلك من خلال مؤشر تنافسية السياحة والسفر الصادر عن المنتدى الاقتصادي العالمي، حيث يعد هذا المؤشر أحد الأدوات التي تمكن الدول من تقييم أدائها النسبي مقارنة بغيرها، وقياس كافة العوامل والسياسات التي تمكنها من تحقيق التنمية المستدامة.

وبموجب استراتيجيات وخطط التنمية المتعاقبة في اليمن يعد قطاع السياحة أحد القطاعات الواعدة ليسهم بدور مهم في مستقبل التنمية في البلاد، حيث تتمتع اليمن بالعديد من المقومات السياحية بحكم الموقع والمناخ، وتنوع طوبوغرافية البلاد من سهول، وشواطئ، وجبال، ووديان، وصحاري، وتاريخ حافل بالحضارات المتعاقبة بما يسمح لها من عرض منتج سياحي متعدد الأنماط (تاريخي، ثقافي، ترفيهي، رياضي، علاجي، ديني، بيئي وغيره). إلا أن استمرار الصراع السياسي وحالة عدم الاستقرار الاقتصادي والأمني أدت إلى تدهور العديد من القطاعات الإنتاجية والخدمية ومنها القطاع السياحي.

مشكلة الدراسة:

يشهد القطاع السياحي كغيره من القطاعات الاقتصادية تزايداً في التنافسية الدولية، حيث سعت العديد من الدول إلى بذل جهود حثيثة لتطوير قطاعها السياحي، بل وعملت جاهدة على تعزيز وتطوير ما تمتلكه من موارد سياحية والتي قد تكون محدودة في البعض منها، وإكسابها القدرة على المنافسة الدولية، وتمتلك اليمن العديد من المقومات والموارد السياحية التي تؤهلها لخلق منتج سياحي متعدد الأشكال يلبي حاجة الطلب المتنامي والمتعدد لمختلف الأسواق السياحية المحلية والإقليمية والعالمية، وبناء على ما تقدم جاءت الدراسة الحالية للإجابة على السؤال الرئيس الآتي:

ما واقع تنافسية قطاع السياحة والسفر لليمن؟

أسئلة الدراسة:

تمثلت أسئلة الدراسة في الآتي:

1. ما المؤشرات التي يتضمنها مؤشر تنافسية السياحة والسفر العالمي؟
2. ما ترتيب اليمن في كافة المؤشرات الرئيسة والفرعية لمؤشر تنافسية السياحة والسفر خلال الفترة 2013-2021؟
3. ما المؤشرات التي حققت فيها اليمن مراتب متقدمة في مؤشر تنافسية السياحة والسفر خلال الفترة 2013-2021؟
4. ما المؤشرات التي سجلت فيها اليمن مراتب متأخرة في مؤشر تنافسية السياحة والسفر خلال الفترة 2013-2021؟
5. ما ترتيب اليمن في مؤشر تنافسية السياحة والسفر العالمي خلال الفترة 2013-2021؟

أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى:

1. تحليل وتقييم مؤشر تنافسية قطاع السياحة والسفر لليمن.
2. معرفة ترتيب اليمن في كافة مؤشرات تنافسية السياحة والسفر العالمي للفترة 2013 - 2021.

3. تسليط الضوء على المؤشرات التي حققت مراتب متقدمة (نقاط القوة) لتعزيزها، والمؤشرات التي سجلت مراتب متأخرة (نقاط الضعف) لمعالجتها.

4. اقتراح عدد من التوصيات لتحسين القدرة التنافسية لقطاع السياحة والسفر في اليمن.

أهمية الدراسة:

- تكمّن أهمية هذه الدراسة من خلال معالجتها لموضوع يلقي اهتماما كبيرا ضمن الانشغال الدولي، من منطلق أن مؤشر التنافسية العالمي أصبح يعكس صورة أي دولة وموقعها ضمن مستويات التقدم في جميع المجالات، كما تكمّن أهميتها في الآتي:
- قياس كافة العوامل والسياسات المحفزة لتطوير قطاع السياحة والسفر.
- تمكين صانعي السياسات ومتخذي القرارات من تقييم السياسات والبرامج والإجراءات التي انتهجتها الدولة.
- معرفة نقاط القوة لتعزيزها، ونقاط الضعف لمعالجتها.

منهج الدراسة:

للإجابة على أسئلة الدراسة تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي في عرض أهم أدبيات الدراسة، وتحليل بيانات مختلف المؤشرات الواردة في تقارير تنافسية السياحة والسفر الصادرة عن المنتدى الاقتصادي العالمي خلال الفترة 2013-2021.

حدود الدراسة:

- الحدود الزمنية: اقتصرّت الدراسة على الفترة الزمنية 2013-2021
- الحدود المكانية: دولة اليمن.
- الحدود الموضوعية: اقتصرّت الدراسة على تحليل وتقييم مؤشرات تنافسية السياحة والسفر.

هيكل الدراسة:

تم تقسيم الدراسة إلى مبحثين، هما:

المبحث الأول: التنافسية السياحية (المفهوم والمؤشرات).

المبحث الثاني: تحليل مؤشر تنافسية السياحة والسفر لليمن وتقييمه.

المبحث الأول: التنافسية السياحية (المفهوم والمؤشرات):

يُعدّ قطاع السياحة والسفر محرّكاً رئيسياً للتنمية الاقتصادية، والترابط العالمي، وسبل عيش بعض الفئات السكانية، وعلى هذا الأساس تبرز ضرورة الاهتمام بتنافسيته، التي يمكن من خلالها معرفة مدى اهتمام الدول بهذا القطاع، وتقييم مدى نجاح أو ضعف خططها وسياساتها، ومن ثم العمل على تعزيز نقاط القوة، ومعالجة نقاط الضعف بما يسهم في تعزيز تنافسيته والاستفادة من تأثيراته الإيجابية المباشرة وغير المباشرة على النشاط الاقتصادي في الدولة.

أولاً: مفهوم التنافسية السياحية:

يعد مصطلح التنافسية من المفاهيم الحديثة نسبياً، حيث ازداد الاهتمام به من طرف الدول الصناعية خاصة، ورجال الأعمال والشركات الكبرى مع اتساع ظاهرة العولمة الاقتصادية. فتزايد الرغبة والحاجة إلى الاستمرارية في التطور، والازدهار، وتحسين الأداء سواء على مستوى المؤسسات والقطاعات أو على مستوى الدول دفع إلى تزايد الاهتمام بمفهوم "التنافسية"، ويرتبط مفهوم التنافسية ارتباطاً وثيقاً ببيئة الأعمال المواتية التي تمكن الأنشطة الإنتاجية والخدمية من تحقيق مزايا تنافسية وتعزيزها على المستوى القومي،

وتهدف التنافسية بشكل عام إلى بيان مكان القوة والضعف في الدول، والتعرف على مستويات التحسين في المجالات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية.

وتبرز العديد من المفاهيم حول التنافسية، حيث عرفت بأنها " قدرة الدولة والمنشأة على توليد ثروة أكبر من منافسيها في الأسواق العالمية"².

وعرفت أيضا بأنها " استغلال المؤسسة لنقاط قوتها الداخلية في أداء الأنشطة الخاصة بها، بحيث تخلق قيمة لا يستطيع بقية المنافسون تحقيقها في أدائهم لأنشطتهم"³.

كما عرفت بأنها "الدرجة التي تستطيع بها دولة ما في ظل أسواق حرة وعادلة إنتاج السلع والخدمات التي تنجح في اختبار الأسواق الدولية، وفي الوقت نفسه المحافظة على توسيع الدخول الحقيقية لمواطنيها على المدى الطويل"⁴.

وهناك نوعين رئيسيين للميزة التنافسية هما⁵:

1. ميزة التكلفة الأقل:

وتعني أن المؤسسة تصنع وتسوق منتج أقل تكلفة بالمقارنة مع المؤسسات المنافسة، مما يؤدي في النهاية إلى تحقيق ربح أكبر.

2. ميزة تميز المنتج:

وتعني أن المؤسسة تقدم منتج متميز وفريد له قيمة مرتفعة (من وجهة نظر المستهلك)، وجودة أعلى، وخصائص خاصة للمنتج، وخدمات ما بعد البيع.

وتبرز أهمية الميزة التنافسية في العناصر الآتية⁶:

- تعطي مؤشرا قويا للمؤسسة لإحكام سيطرتها على حصة سوقية أكبر من منافسيها، وقد يعني ذلك سيطرة المؤسسة على زبائن أكثر مقارنة بالمنافسين.
- تعدّ أداة للمؤسسة تعتمد عليها لمواجهة المؤسسات المنافسة، من خلال قيامها بتنمية معرفتها التنافسية، وقدراتها على تلبية احتياجات الزبائن في المستقبل عن طريق خلق التقنيات، والمهارات الإنتاجية.
- تعتبر معيارا مهما لنجاح المؤسسات، تميزها عن غيرها من المؤسسات الأخرى، من حيث إيجاد نماذج مميزة جديدة يصعب على المنافسين تقليدها.
- تعتمد أكثر المؤسسات على التكنولوجيا لتحقيق المزايا التنافسية من أجل الاستمرار، ذلك بسبب التغيرات المستمرة في التكنولوجيا.

أما التنافسية السياحية بمفهومها العام فهي معياراً لتقييم الأداء النسبي للدول مقارنة بغيرها من دول العالم، وذلك للوقوف على جوانب القوة والضعف لها في مجال السياحة. مرجع

وقد عرفت منظمة السياحة العالمية على أنها " الزيادة والتحسين في الانتاج والسلع والخدمات بما يرضي أذواق المستهلكين، وقدرة الدولة على توليد موارد وإمكانات تتفوق بها على منافسيها في الاسواق العالمية"⁷.

وعرفت منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OCED) بأنها "قدرة الوجهة السياحية في تحسين جاذبيتها للمقيمين وغير المقيمين، وتقديم خدمات سياحية جذابة، وتتميز بالجودة والابتكار من أجل الحصول على حصص سوقية محلية وعالمية، مع ضمان استخدام الموارد المتاحة لدعم السياحة بكفاءة وبطريقة مستدامة"⁸.

كما عرفت بأنها " قدرة المؤسسات المنتمة للقطاع السياحي في دولة ما على تحقيق نجاح مستمر في الأسواق المحلية والدولية بالاعتماد على ما تملكه من موارد وقدرات دون الاعتماد على الدعم والحماية الحكومية"⁹.

واقع تنافسية قطاع السياحة والسفر لليمن "دراسة تقييمية"

وعرفت أيضا بأنها " تعظيم مستوى الإنتاج والقيمة المضافة في قطاع السياحة والسفر من خلال الاستثمارات في هذا القطاع، واختراق وتسويق البلد في عدد كبير من دول العالم، وتحويل الميزة النسبية إلى ميزة تنافسية، فضلا عن تقديم خدمات سياحية ذات مستوى جيد من التقنية والجودة يتماشى مع متطلبات العولمة " ¹⁰.

ومما سبق يمكن تعريف التنافسية السياحية بأنها قدرة الدولة على تقديم منتجات وخدمات سياحية تتفوق بها على منافسيها في الأسواق الدولية بما يلي حاجات المستهلكين بجودة عالية.

ثانياً: مؤشر التنافسية السياحية:

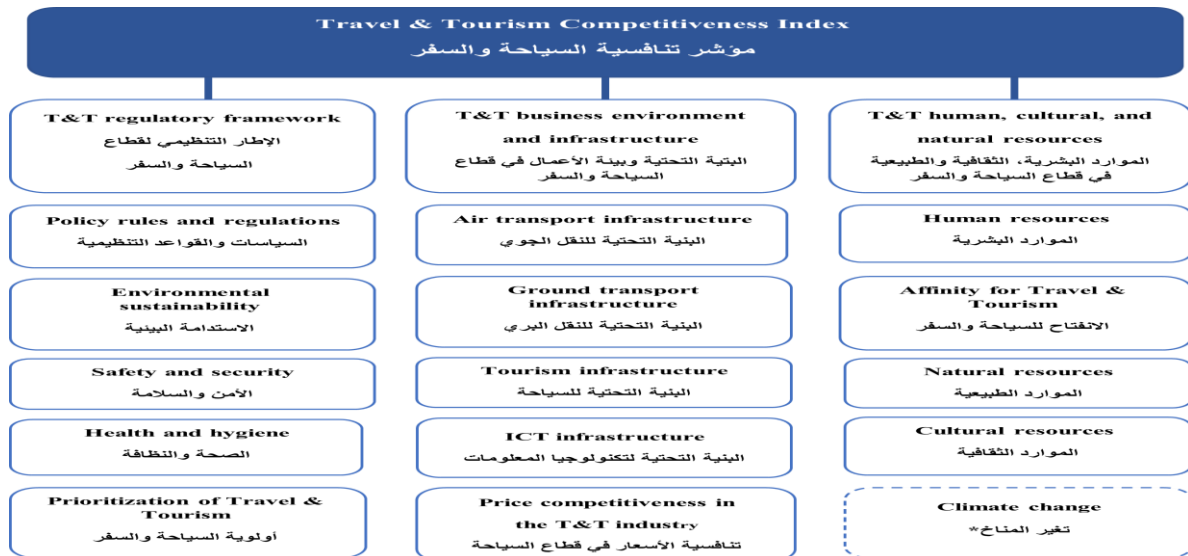
يعد مؤشر تنافسية السياحة والسفر الصادر عن المنتدى الاقتصادي العالمي "World Economic Forum" أحد الأدوات التي تمكن من تقييم الأداء النسبي للدول والمقارنة فيما بينها للتعرف على جوانب القوة والضعف، وهو يقيس مجموعة العوامل والسياسات التي تُمكن التنمية المستدامة لقطاع السياحة والسفر والتي تُسهم بدورها في تنمية الدولة وزيادة قدرتها التنافسية. كما يُتيح الفرصة لقطاع السياحة والسفر الكشف عن التحديات التي تواجه تنافسية قطاع السياحة والسفر أمام صانعي السياسات الوطنية. وقد صدر أول تقرير من المنتدى الاقتصادي العالمي حول مؤشر تنافسية السياحة والسفر عام 2007، وينشر هذا التقرير كل عامين، وتتراوح الدرجات الإجمالية من (1-7)، حيث يُمثل الرقم (7) النتيجة الأكثر استحساناً ¹¹.

وتجدر الإشارة هنا إلى أن هذا التقرير شهد تغييرات وتعديلات متعددة منذ بدء إصداره في عام 2007 وحتى الوقت الحالي، ويمكن توضيح تلك التغييرات والتعديلات على النحو المبين أدناه.

1. مؤشر تنافسية السياحة والسفر (TTCI) للفترة (2007-2013):

يعتمد مؤشر تنافسية السياحة والسفر (TTCI) للفترة 2007-2013 على ثلاثة مؤشرات رئيسة، يتفرع منها (14) مؤشر والعديد من المتغيرات بلغت (79) متغير، التي من شأنها تُسهّل وتُحفّز تنافسية قطاع السياحة والسفر ¹²، والشكل التالي يوضح ذلك.

شكل (1): مؤشر تنافسية السياحة والسفر للفترة (2007-2013)



المصدر: World Economic Forum (2013). The Travel & Tourism Competitiveness Report 2013, Geneva, p8.

يلخص الشكل (1) هيكل المؤشر العام لتنافسية السياحة والسفر، موضحاً كيفية توزيع المؤشرات الفرعية الأربعة عشر ضمن المؤشرات الرئيسية الثلاثة*، وتبرز تركيبة هذا المؤشر كما يلي¹³:

1.1. الإطار التنظيمي للسياحة والسفر: يُركّز هذا المؤشر على العناصر المتعلقة بالسياسات التي تقع عموماً تحت إشراف الحكومة، التي من خلالها يتبين:

- مدى ترحيب الدولة بالملكية الأجنبية والاستثمار الأجنبي المباشر وتسهيلهما، ومدى حماية حقوق الملكية، والوقت والتكلفة اللازمين لتأسيس الأعمال.
 - مدى صعوبة دخول الزوار إلى الدولة بسبب متطلبات التأشيرة.
 - مدى صرامة اللوائح البيئية الحكومية في كل دولة، ومدى إعطاء الحكومات الأولوية للتنمية المستدامة لقطاع السياحة والسفر في اقتصاداتها.
 - مدى إمكانية الاعتماد على خدمات الشرطة لتوفير الحماية من الجريمة، بالإضافة إلى معدل حوادث المرور في الدولة.
 - الحصول على مياه شرب وخدمات صرف صحي مُحسّنة لراحة المسافرين وصحتهم، وضمان حصولهم على الرعاية المناسبة.
 - مدى اهتمام الدولة بقطاع السياحة والسفر، وانعكاس ذلك في أولويات ميزانيتها، وتوجيه الأموال اللازمة إلى مشاريع التنمية الأساسية لقطاع السياحة والسفر، وجذب المزيد من الاستثمارات الخاصة إلى هذا القطاع. وكذلك جهود الحكومة الرامية إلى جمع بيانات السياحة والسفر وإتاحتها في الوقت المناسب، وإطلاق حملات تسويقية عالية الجودة للوجهات.
- 2.1. البنية التحتية وبيئة الأعمال للسياحة والسفر:** يُركّز هذا المؤشر على مدى توفر البنية التحتية الجيدة لقطاع السياحة والسفر من خلال الآتي:

- سهولة الوصول من وإلى البلدان، بالإضافة إلى سهولة التنقل إلى وجهات داخل البلدان.
- جودة الطرق، والسكك الحديدية، والموانئ.
- مدى توفير شبكة النقل الوطنية ككل لوسائل نقل فعالة وسهلة الوصول إلى مراكز الأعمال الرئيسية، والمعالم السياحية.
- مدى توفر البنية التحتية العامة للسياحة في كل بلد (عدد غرف الفنادق، وجود شركات تأجير السيارات، توافر أجهزة الصراف الآلي... إلخ).
- مدى انتشار تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.
- مدى استخدام ووصول الشركات والأفراد إلى الخدمات الإلكترونية الأساسية للعمل في قطاع السياحة والسفر.
- مدى ارتفاع أو انخفاض تكلفة السلع والخدمات في الدولة مقارنةً بمثيلاتها في الدول الأخرى، بالإضافة إلى ضرائب تذاكر الطيران والضرائب التي قد تُفرض على المسافرين ورسوم المطار، ومستويات أسعار الوقود، والتكلفة النسبية للإقامة الفندقية.

3.1. الموارد البشرية والثقافية والطبيعية للسياحة والسفر: يشير هذا المؤشر إلى مدى تطور الموارد البشرية، ومدى توفر المواقع الطبيعية والثقافية التي تبرز القدرات السياحية للدولة، ويأخذ هذا المؤشر في الاعتبار ما يلي:

* بحسب ما جاء في تقرير تنافسية السياحة والسفر لعام 2013 يُظهر الشكل مؤشر فرعي افتراضي خامس عشر يتعلق بتغير المناخ، وعلى الرغم من أهمية هذا المؤشر لمستقبل قطاع السياحة والسفر، إلا أن قيود البيانات والصعوبات المتعلقة بقياس جوانب مختلفة من هذه الظاهرة حالت من تضمين هذا المفهوم في الحساب، وسيتم تضمينه مستقبلاً عند توفر بيانات موثوقة.

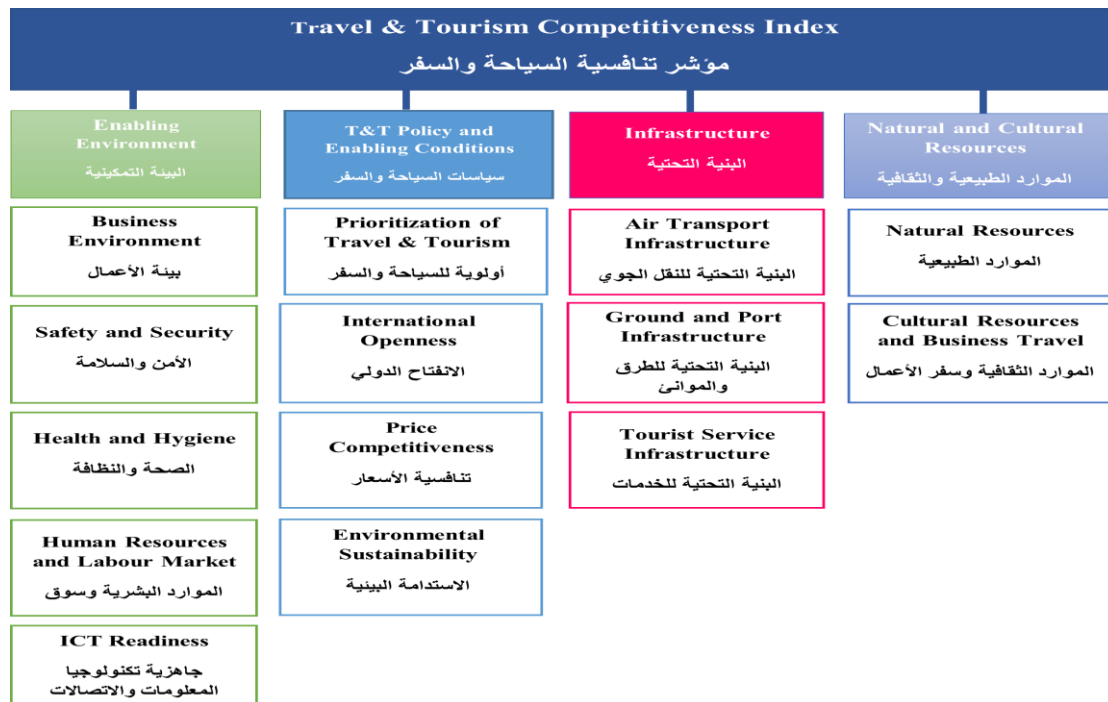
واقع تنافسية قطاع السياحة والسفر لليمن "دراسة تقييمية"

- مستويات الصحة، والتعليم، والتدريب للموارد البشرية (القوى العاملة).
- مشاركة القطاع الخاص في تطوير الموارد البشرية، بما في ذلك توافر خدمات التدريب المتخصصة ومدى تدريب الشركات للموظفين في الدولة.
- مدى انفتاح البلد، والمجتمع على السياحة، والزوار الأجانب.
- مدى انفتاح السياحة (نفقات وإيرادات السياحة كنسبة مئوية من الناتج المحلي الإجمالي)، لمعرفة مدى أهمية السياحة بالنسبة لحجم الدولة.
- إمكانية الوصول إلى الموارد الطبيعية، بما في ذلك عدد مواقع التراث العالمي الطبيعية لليونسكو، ونسبة المناطق المحمية وطنياً.
- إمكانية الوصول إلى الموارد الثقافية، بما في ذلك عدد مواقع التراث العالمي الثقافي لليونسكو، وسعة الملاعب الرياضية، وعدد المعارض والمؤتمرات الدولية في الدولة، بالإضافة إلى مقياس لصادراتها من الصناعات الإبداعية، والذي يُشير إلى ثرائها الثقافي.

2. مؤشر تنافسية السياحة والسفر (TTCI) للفترة (2015-2019):

أصدر المنتدى الاقتصادي العالمي تقريره لعام 2015 متضمناً تحديث ومراجعة لمؤشر تنافسية السياحة والسفر، تمثلت في إعادة تنظيم المؤشرات السابقة في أربعة مؤشرات رئيسة بدلاً من ثلاثة، بينما لا تزال الدوافع الرئيسية للمؤشرات الفرعية الـ (14) لتنافسية السياحة والسفر دون تغيير من الناحية النظرية، وتعتمد المنهجية الجديدة على مجموعة أوسع من المتغيرات (90 متغيراً بدلاً من 79)، وتحسّن في توزيع المتغيرات لتشكيل هيكل أكثر دقة. ولضمان تحديث المنهجية والاستجابة بشكل أفضل لاحتياجات السياسات، سلّطت المراجعة الضوء على عدد من مجالات التحسين، والتي طُبِّقت في هيكل المؤشر الجديد، الموضح في الشكل (2) ¹⁴.

شكل (2): مؤشر تنافسية السياحة والسفر للفترة (2015-2019)



المصدر: World Economic Forum (2015). The Travel & Tourism Competitiveness Report 2015, Geneva, P4.

3. مؤشر تطوير السياحة والسفر (TTDI) للفترة (2021-2024):

أُطلق مؤشر تطوير السياحة والسفر (TTDI) لأول مرة عام 2022 -متضمنًا بيانات عام 2021- وهو يُقيّم مجموعة العوامل والسياسات التي تُمكن من تحقيق تنمية مستدامة ومرنة لقطاع السياحة والسفر، مما يُسهم بدوره في تنمية الدولة. ويُعدّ هذا المؤشر تطورًا مباشرًا لمؤشر تنافسية السياحة والسفر (TTCI) الذي يُنشر كل عامين منذ عام 2007. ومن خلال إتاحة المقارنة بين الدول وقياس تقدمها في مُحركات تنمية السياحة والسفر، يُسهم المؤشر في توجيه السياسات وقرارات الاستثمار المتعلقة بتطوير أعمال السياحة والسفر والقطاع ككل. كما يُقدم رؤىً فريدة حول نقاط القوة والمجالات التي تحتاج إلى تحسين في كل دولة، لدعم جهودها الرامية إلى تعزيز النمو طويل الأجل لقطاع السياحة والسفر لديها بطريقة مستدامة ومرنة. كما تم تحسين إطار عمل ومنهجية مؤشر (TTDI) للحد من تحيز المؤشر وتحسين مرونة الاستخدام¹⁵. يتألف المؤشر من (5) مؤشرات رئيسية، ويتفرع منها (17) مؤشر، و (112) متغيرًا، موزعة على المؤشرات الفرعية. وتُعدّ مؤشرات الموارد غير الترفيهية، والمرونة الاجتماعية والاقتصادية، والطلب على السياحة والسفر، جميعها جديدة عند مقارنة إصدارات (TTCI) السابقة مع (TTDI) الجديدة، وعلى الرغم من هذه التغييرات لا يزال مؤشر (TTCI) ومؤشر (TTDI) متقاربين للغاية، والشكل (3) يوضح مكونات المؤشر (TTDI)¹⁶.

شكل (3): مؤشر تطوير السياحة والسفر للفترة (2021-2024)

Travel & Tourism Development Index مؤشر تطوير السياحة والسفر				
Enabling Environment البيئة التمكينية	Travel and Tourism Policy and Enabling Conditions سياسات السياحة والسفر والظروف التمكينية	Infrastructure البنية التحتية	Travel and Tourism Demand Drivers محركات الطلب على السياحة والسفر	Travel and Tourism Sustainability استدامة السياحة والسفر
Business Environment بيئة الأعمال	Prioritization of Travel and Tourism أولوية للسياحة والسفر	Air Transport Infrastructure البنية التحتية للنقل الجوي	Natural Resources الموارد الطبيعية	Environmental Sustainability الاستدامة البيئية
Safety and Security السلامة والأمن	International Openness الانفتاح الدولي	Ground and Port Infrastructure البنية التحتية للطرق	Cultural Resources الموارد الثقافية	Socioeconomic Resilience and Conditions المرونة والظروف
Health and Hygiene الصحة والنظافة	Price Competitiveness القدرة التنافسية للأسعار	Tourist Service Infrastructure البنية التحتية للخدمات السياحية	Non-Leisure Resources الموارد غير الترفيهية	Travel and Tourism Demand Pressure and Impact ضغط وتأثير الطلب على
Human Resources and Labour Market الموارد البشرية وسوق				
ICT Readiness جاهزية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات				

المصدر: World Economic Forum (2022). Travel & Tourism Development Index 2021, Geneva, p8.

يلخص الشكل (3) هيكل المؤشر العام لتطوير السياحة والسفر، موضحةً كيفية توزيع المؤشرات الفرعية السبعة عشر ضمن المؤشرات الفرعية الرئيسة الخمسة، وتبرز تركيبة هذا المؤشر كما يلي¹⁷:

أولاً: البيئة التمكينية: يحدد هذا المؤشر الظروف العامة اللازمة للعمل والاستثمار في بلد ما، ويتضمن خمسة مؤشرات فرعية هي: بيئة الأعمال التجارية ومدى وجود سياسات تشجع على الاستثمار في الدولة المعنية؛ والأمن والسلامة لتقييم المخاطر التي قد تواجه السكان المحليين أو السائحين الوافدين؛ والصحة والنظافة لقياس مدى توافر مقومات الصحة والنظافة وقدرة السائحين على الحصول للمساعدات والرعاية الصحية؛ والموارد البشرية وسوق العمل والتي تقيس مدى توافر الكفاءات والمهارات في سوق العمل ومرونته وتكافؤ الفرص فيه؛ وجاهزية الاقتصاد من حيث توفر واستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والخدمات الرقمية.

ثانياً: سياسات السياحة والسفر والظروف التمكينية: يشمل هذا المؤشر السياسات والجوانب الاستراتيجية التي تؤثر على قطاع السياحة والسفر، ويتضمن ثلاثة مؤشرات فرعية هي: أولوية قطاع السياحة والسفر في السياسات الحكومية؛ والانفتاح الدولي الذي يقيس مدى انفتاح الدولة على السياحة وتسهيلها للسفر على الحدود؛ وتنافسية الأسعار الذي يقيس تكلفة السفر أو العمل في الدولة.

ثالثاً: البنية التحتية: يقيس هذا المؤشر مدى توفر وجودة البنية التحتية لجميع وسائل النقل وإمكانية الوصول السهل للمسافرين محلياً ودولياً، وكذلك مدى توفر خدمات السياحة، ويتضمن ثلاثة مؤشرات فرعية هي: البنية التحتية للنقل الجوي؛ البنية التحتية للطرق والموانئ؛ والبنية التحتية للخدمات السياحية

رابعاً: محركات الطلب على السياحة والسفر: يركز هذا المؤشر على الأسباب الرئيسة للسفر إلى وجهة ما، حيث يتولى تقييم كافة الجوانب المرتبطة بالموارد الطبيعية والثقافية وكيفية تعزيزها، كما يقيم العوامل التي تحفز السفر التجاري وغير الترفيهي، ويتضمن ثلاثة مؤشرات هي: الموارد الطبيعية؛ الموارد الثقافية؛ والموارد غير الترفيهية.

خامساً: استدامة السياحة والسفر: يتناول هذا المؤشر تحديات ومخاطر الاستدامة الحالية والمستقبلية التي تواجه قطاع السياحة والسفر، ويحتوي على ثلاثة مؤشرات هي: الاستدامة البيئية، وتقيس استدامة الطاقة في القطاع والاستدامة العامة للبيئة الطبيعية للاقتصاد وحماية الموارد الطبيعية؛ والتأثير الاقتصادي والاجتماعي للسياحة والسفر وذلك من حيث المساهمة في توفير فرص عمل مرتفعة الأجر، والمساواة بين الجنسين في القوى العاملة؛ واستدامة الطلب على السياحة والسفر، وتقيس العوامل التي قد تشير إلى وجود مخاطر مرتبطة بالاحتفاظ، وتقلب الطلب واتجاهاته غير المستدامة الأخرى.

المبحث الثاني: تحليل مؤشر تنافسية السياحة والسفر لليمن وتقييمه:

نظراً لتزايد أهمية موضوع تنافسية قطاع السياحة والسفر، فإن هذا الجزء من الدراسة يحاول تسليط الضوء على واقع القدرة التنافسية لقطاع السياحة والسفر في اليمن من خلال تحليل المؤشرات والمتغيرات التي يتضمنها مؤشر تنافسية السياحة والسفر (TTCI)، ومؤشر تطوير السياحة والسفر (TTDI)، واستعراض ترتيبها.

وبسبب التغيرات والتعديلات المتعددة التي شهدتها مؤشر تنافسية السياحة والسفر العالمي بين مختلف التقارير الصادرة من المنتدى الاقتصادي العالمي بدءاً من إصداره في عام 2007 إلى آخر إصدار له في عام 2024، فإنه من غير الصحيح مقارنة نتائج التقارير الذي حصل فيها تغييرات وتعديلات مع نتائج التقارير السابقة¹⁸، لذلك سيتم تحليل النتائج على النحو الآتي:

أولاً: تحليل مؤشر تنافسية السياحة والسفر العالمي (TTCI) لليمن وتقييمه لعام 2013:

يتضمن مؤشر تطوير السياحة والسفر (TTCI) خمسة مؤشرات رئيسية، و(14) مؤشر فرعي، و(79) متغير **، وسيتم في هذا الجزء من الدراسة عرض وتحليل نتائج مؤشر تنافسية السياحة والسفر لعام 2013، وذلك لأن الإصدارات السابقة لهذا المؤشر لم تشمل دولة اليمن حيث بدأ إدراجها ضمن هذا المؤشر منذ عام 2013، وذلك على النحو المبين أدناه.

1. مؤشر الإطار التنظيمي:

يظهر هذا المؤشر مدى قوة ومرونة الأطر القانونية والتنظيمية في الدولة على تسهيل إقامة الأعمال، وحماية البيئة واستدامة مواردها، وتوفير السلامة والخدمات الصحية للسياح، ومدى اهتمامها بقطاع السياحة والسفر، وقد شهدت تنافسية السياحة والسفر لليمن على مستوى مؤشر الإطار التنظيمي بمختلف مكوناته المراتب والقيم التي يعكسها الجدول (1).

جدول (1): ترتيب اليمن في مؤشر "الإطار التنظيمي" لعام 2013

المؤشر	الترتيب	القيمة
الإطار التنظيمي <i>T&T regulatory framework</i>	140	2.8
السياسات والقواعد التنظيمية <i>Policy rules and regulations</i>	140	2.7
الاستدامة البيئية <i>Environmental sustainability</i>	131	3.8
السلامة والأمن <i>Safety and security</i>	139	3.0
الصحة والنظافة <i>Health and hygiene</i>	127	2.0
أولوية السياحة والسفر <i>Prioritization of Travel & Tourism</i>	137	2.6

المصدر: *World Economic Forum (2013). The Travel & Tourism Competitiveness*

Report 2013, Geneva, p361.

نلاحظ من الجدول (1) أن اليمن جاءت في المرتبة (140) في مؤشر الإطار التنظيمي لعام 2013، وهي المرتبة الأخيرة، وبقيمة بلغت (2.8)، وكان ذلك بسبب حصول جميع المؤشرات الفرعية التي تقع ضمن هذا المؤشر على مراتب متأخرة، وهي:

1.1. السياسات والقواعد التنظيمية: جاء هذا المؤشر في المرتبة الأخيرة (140) وبقيمة بلغت (2.7)، وذلك بسبب حصول

المتغيرات التي تقع ضمن هذا المؤشر على مراتب متأخرة كانتشار الملكية الأجنبية الذي جاء في المرتبة (139) وبقيمة بلغت (2.4)، وهي بعيدة كثيراً من المتوسط العالمي الذي بلغ (4.6)، وضعف حقوق الملكية الذي جاء في المرتبة (121) وبقيمة بلغت (3.3)، وهي أقل من المتوسط العالمي الذي بلغ (4.3)، وتأثير القواعد على الاستثمار الأجنبي المباشر الذي جاء في المرتبة (115)، وبقيمة بلغت (3.9)، وهي أقل من المتوسط العالمي الذي بلغ (4.5)، وشفافية صنع السياسات الحكومية الذي جاء في المرتبة (136)، وبقيمة بلغت (3.1)، وهي أقل من المتوسط العالمي الذي بلغ (4.3)، ومتطلبات الحصول على التأشيرة الذي جاء في المرتبة (133).

2.1. الاستدامة البيئية: جاء هذا المؤشر في مرتبة متأخرة (131)، وبقيمة بلغت (3.8)، وذلك بسبب حصول المتغيرات التي

تقع ضمن هذا المؤشر على مراتب متأخرة كصرامة التنظيم البيئي الذي جاء في مرتبة متأخرة جداً قبل الأخيرة (139)، وبقيمة بلغت (2.0)، وهي أقل كثيراً من المتوسط العالمي الذي بلغ (4.1)، وإنفاذ اللوائح البيئية الذي جاء كذلك في

** يستعرض ملحق (1) ترتيب وقيم كافة المتغيرات التي تقع ضمن جميع المؤشرات الفرعية لمؤشر تنافسية السياحة والسفر لليمن في عام 2013.

المرتبة قبل الأخيرة (139)، وبقية بلغت (1.8)، وهي أقل من المتوسط العالمي الذي بلغ (3.8)، واستدامة تطوير صناعة السياحة والسفر الذي جاء في المرتبة (137)، وبقية بلغت (2.5)، وهي أقل من المتوسط العالمي الذي بلغ (4.3)، وهذا ما يشير إلى تساهل الدولة في تنظيم وتنفيذ اللوائح البيئية، وضعف مراعاة القضايا المتعلقة بحماية البيئة والتنمية المستدامة.

3.1. السلامة والأمن: جاء هذا المؤشر في مرتبة متأخرة جدا (139)، وبقية بلغت (3.0)، ويعود ذلك لحصول المتغيرات التي تقع ضمن هذا المؤشر على مراتب متأخرة كموثوقية خدمات الشرطة الذي جاء في المرتبة (137)، وبقية بلغت (2.2)، وهي أقل من المتوسط العالمي الذي بلغ (4.3)، وتكاليف الأعمال الناجمة عن الجريمة والعنف الذي جاء في المرتبة (106)، وبقية بلغت (3.8) وهي أقل من المتوسط العالمي الذي بلغ (4.7)، وتكاليف الأعمال الناجمة عن الإرهاب الذي جاء في المرتبة (137)، وبقية بلغت (3.2)، وهي أقل من المتوسط العالمي الذي بلغ (5.4)، وهذا ما يشير إلى ضعف الاعتماد على أجهزة الشرطة في إنفاذ القانون والنظام، وارتفاع تكاليف الأعمال الناجمة عن الجريمة والعنف والإرهاب.

4.1. الصحة والنظافة: الذي جاء في المرتبة (127) وبقية بلغت (2.0)، وذلك بسبب حصول المتغيرات التي تقع ضمن هذا المؤشر على مراتب متأخرة ككثافة الأطباء الذي جاء في المرتبة (108)، والوصول إلى خدمات الصرف الصحي المحسنة الذي جاء في المرتبة (106)، والوصول إلى مياه الشرب المحسنة الذي جاء في المرتبة (132).

5.1. أولوية السياحة والسفر: جاء هذا المؤشر كذلك في مرتبة متأخرة (137)، وبقية متدنية (2.6)، حيث حصلت المتغيرات التابعة له على مراتب متأخرة كأولوية الحكومة لصناعة السياحة والسفر الذي جاء في المرتبة (130)، وبقية بلغت (3.9)، وهي أقل من المتوسط العالمي الذي بلغ (5.2)، والإنفاق الحكومي على السياحة والسفر الذي جاء في المرتبة (127)، وبقية متدنية جدا بلغت (1.2)، وفعالية التسويق والعلامات التجارية لجذب السياح الذي جاء في المرتبة (133)، وبقية بلغت (3.0)، وهي أقل من المتوسط العالمي الذي بلغ (4.4)، وهذا ما يشير إلى ضعف اهتمام الدولة بتطوير السياحة والسفر، وضعف فعالية حملات التسويق والترويج.

2. مؤشر البنية التحتية وبيئة الأعمال:

يشير هذا المؤشر إلى مدى تطور البنية التحتية بمختلف أنواعها لقطاع السياحة والسفر، وكذلك في مجال الاتصالات والمعلومات، والبنية التحتية العامة للسياحة ومدى قدرتها على تحقيق التنافسية السعرية عالميا، وقد جاءت تنافسية اليمن في مؤشر البنية التحتية وبيئة الأعمال على النحو المبين في الجدول (2).

جدول (2): ترتيب اليمن في مؤشر " البنية التحتية وبيئة الأعمال " لعام 2013

القيمة	الترتيب	المؤشر
2.9	110	<i>T&T business environment and infrastructure</i> البنية التحتية وبيئة الأعمال للسياحة والسفر
2.2	124	<i>Air transport infrastructure</i> البنية التحتية للنقل الجوي
2.8	115	<i>Ground transport infrastructure</i> البنية التحتية للنقل البري
2.3	107	<i>Tourism infrastructure</i> البنية التحتية للسياحة
1.9	122	<i>ICT infrastructure</i> البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات
5.3	10	<i>Price competitiveness in the T&T industry</i> تنافسية الأسعار في قطاع السياحة والسفر

المصدر: *World Economic Forum (2013). The Travel & Tourism Competitiveness Report 2013, Geneva, p361.*

نلاحظ من الجدول (2) أن اليمن جاءت في مؤشر البنية التحتية وبيئة الأعمال بالمرتبة (110) من بين (140) دولة، وبقية بلغت (2.9)، وهي مرتبة متأخرة، وذلك بسبب تخلف بنيتها التحتية وعدم توافرها مع المعايير الدولية، وقد سجلت معظم المؤشرات الفرعية التي تقع ضمن هذا المؤشر مراتب متأخرة، وهي:

1.2. البنية التحتية للنقل الجوي: الذي جاء في مرتبة متأخرة (124) وبقية بلغت (2.2)، ويعود ذلك إلى انخفاض جودة البنية التحتية للنقل الجوي الذي جاء في المرتبة (117)، وبقية بلغت (3.5)، وهي أقل من المتوسط العالمي الذي بلغ (4.6)، وقلة عدد الرحلات الجوية المغادرة الذي جاء في المرتبة (112)، وعدد شركات الطيران العاملة الذي جاء في المرتبة (101).

2.2. البنية التحتية للنقل البري: الذي جاء أيضا في مرتبة متأخرة (115) وبقية بلغت (2.8)، ويعود ذلك إلى انخفاض جودة الطرق الذي جاء في المرتبة (116)، وعدم توفر السكك الحديدية، وانخفاض جودة البنية التحتية للموانئ الذي جاء في المرتبة (126)، وبقية بلغت (3.0)، وهي أقل من المتوسط العالمي الذي بلغ (4.3)، وانخفاض جودة شبكة النقل البري الذي جاء في المرتبة (93)، وبقية بلغت (4.1)، وهي أقل من المتوسط العالمي الذي بلغ (4.5).

3.2. البنية التحتية للسياحة: الذي جاء في المرتبة (107)، وبقية بلغت (2.3)، حيث حصلت المتغيرات التي تقع ضمن هذا المؤشر على مراتب متدنية كعدد غرف الفنادق الذي جاء في المرتبة (114)، وعدد أجهزة الصراف الآلي التي تقبل بطاقات الائتمان فيزا الذي جاء في المرتبة (121)، في حين أن وجود شركات تأجير السيارات الكبرى جاء في مرتبة لأبأس بها (82)، وهذا ما يدل على انخفاض جودة البنية التحتية للخدمات السياحية.

4.2. البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات: الذي جاء في مرتبة متأخرة (122)، وبقية بلغت (1.9) ما يدل على ضعفها، حيث حصلت المتغيرات التي تقع ضمن هذا المؤشر على مراتب متدنية كاستخدام الإنترنت في المعاملات بين الشركات والمستهلكين الذي حصل على المرتبة (128)، وبقية بلغت (3.2)، وهي أقل من المتوسط العالمي الذي بلغ (4.5)، والأفراد الذين يستخدمون الإنترنت الذي حصل على المرتبة (107)، واشتراكات الهاتف المحمول الذي حصل على المرتبة (128)، في حين استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في المعاملات بين الشركات حصل على مرتبة لأبأس بها (88).

5.2. تنافسية الأسعار في قطاع السياحة والسفر: تعد اليمن واحدة من أكثر دول العالم تنافسية من حيث الأسعار حيث صنفت في المرتبة (10) من بين (140) دولة، وقيمة بلغت (5.3) ما يدل على التنافسية العالية للأسعار، حيث حصلت المتغيرات التي تقع ضمن هذا المؤشر على مراتب متقدمة كالتكلفة النسبية للوصول (ضرائب التذاكر ورسوم المطار) إلى خدمات النقل الجوي الدولي الذي جاء في المرتبة (36)، ونسبة معامل تحويل تعادل القوة الشرائية إلى سعر الصرف الرسمي الذي جاء في المرتبة (51)، ومستويات أسعار الوقود الذي جاء في المرتبة (8).

3. مؤشر الموارد البشرية، الثقافية والطبيعية:

تحتل الموارد البشرية أهمية كبيرة في تنافسية السياحة والسفر في أي دولة، حيث يشير هذا المؤشر إلى مدى كفاءة العاملين في صناعة السياحة والسفر، ومدى انفتاح المجتمع للسياحة والسفر، ومدى توفر الموارد الطبيعية والثقافية، والجدول (3) يوضح ترتيب اليمن في هذا المؤشر.

جدول (3): ترتيب اليمن في مؤشر "الموارد البشرية، الثقافية والطبيعية" لعام 2013

المؤشر	الترتيب	القيمة
الموارد البشرية، الثقافية والطبيعية <i>T&T human, cultural, and natural resources</i>	128	3.2
<i>Human resources</i> الموارد البشرية	119	3.9
الانفتاح للسياحة والسفر <i>Affinity for Travel & Tourism</i>	106	4.3
الموارد الطبيعية <i>Natural resources</i>	101	3.0
الموارد الثقافية <i>Cultural resources</i>	112	1.5

المصدر: World Economic Forum (2013). *The Travel & Tourism Competitiveness, Report 2013, Geneva, p36.1*

نلاحظ من الجدول (3) أن ترتيب اليمن في مؤشر الموارد البشرية، الثقافية والطبيعية جاء في المرتبة (128) من بين (140) دولة، وهي مرتبة متأخرة كثيراً، ويعود ذلك إلى حصول اليمن على مراتب متأخرة في المؤشرات الفرعية التي تقع ضمن هذا المؤشر، وهي:

الموارد البشرية: جاء هذا المؤشر في مرتبة متأخرة (119)، وقيمة بلغت (3.9) ما يشير إلى انخفاض كفاءة النظام التعليمي في تلبية احتياجات الاقتصاد التنافسي، حيث حصلت المتغيرات التي تقع ضمن هذا المؤشر على مراتب متدنية كمعدلي الالتحاق بالتعليم الابتدائي والثانوي اللذان جاءا في المرتابتان (125، 116) على التوالي، وجودة النظام التعليمي الذي جاء في المرتبة الأخيرة (140)، والتوفر المحلي لخدمات البحث والتدريب المتخصصة الذي جاء في مرتبة متأخرة جداً (137)، وقيمة (2.5)، وهي أقل من قيمة المتوسط العالمي الذي بلغ (4.2)، ومدى تدريب الموظفين الذي جاء في المرتبة (119)، من ناحية أخرى هناك سهولة في توظيف العمالة الأجنبية حيث جاء في مرتبة متقدمة (30)، وقيمة بلغت (4.6)، وهي أعلى من المتوسط العالمي الذي بلغ (4.1).

2.3. الانفتاح للسياحة والسفر: جاء في المرتبة (106) وبقيمة (4.3)، وذلك بسبب حصول بعض المتغيرات التي تقع ضمن هذا المؤشر على مراتب متدنية، كانفتاح السياحة الذي جاء في المرتبة (103)، ودرجة التوجه نحو العملاء الذي جاء بالمرتبة (106)، في حين أن موقف السكان تجاه الزوار الأجانب حصل على مرتبة متقدمة (18)، وهو ما يؤكد بأن المجتمع اليمني ودود ومضياف.

5.3. الموارد الطبيعية: جاء هذا المؤشر في المرتبة (101) وبقيمة بلغت (3.0)، وقد حصلت بعض المتغيرات التابعة له على مراتب متقدمة كعدد مواقع التراث العالمي الطبيعية الذي جاء في المرتبة (45)، وجودة البيئة الطبيعية الذي جاء في المرتبة 5.3 (50)، وبقيمة بلغت (4.9)، وهي أعلى من المتوسط العالمي الذي بلغ (4.4)، ما يدل على أن اليمن واحدة من أكثر بيئات العالم نقاءً، كما حصلت بعض المتغيرات على مراتب جيدة كالمناطق البحرية المحمية الذي جاء في المرتبة (73)، وإجمالي الأنواع المعروفة (الثدييات، الطيور، البرمائيات) الذي جاء في المرتبة (85)، في حين أن حماية البيئة الأرضية صنف 5.3 في مرتبة متأخرة جدا (132)، ما يدل على انخفاض نسبة حماية الأراضي المحمية في المناطق الحيوية.

4.3. الموارد الثقافية: جاء هذا المؤشر في المرتبة (115)، وبقيمة بلغت (2.8)، ويعود ذلك إلى حصول معظم المتغيرات التابعة له على مراتب متأخرة كعدد المعارض والمؤتمرات الدولية وصادرات الصناعات الإبداعية وسعة الملاعب الرياضية (134)، 105، 128) على التوالي، في حين أن عدد المواقع الثقافية المدرجة على قائمة التراث العالمي حصل على مرتبة جيدة (63) وذلك لوجود (4) مواقع في اليمن مدرجة على قائمة التراث العالمي.

ثانيا: تحليل مؤشر تنافسية السياحة والسفر العالمي (TTCI) لليمن وتقييمه خلال الفترة 2015 – 2019:

يتضمن مؤشر تنافسية السياحة والسفر (TTCI) للفترة 2015 – 2019 أربعة مؤشرات رئيسية، وسيتم في هذا الجزء من الدراسة عرض نتائج هذا المؤشر وتحليلها، وذلك على النحو المبين أدناه.

1. مؤشر البيئة التمكينية: يتضمن هذا المؤشر خمسة مؤشرات فرعية، ويمكن عرض هذه المؤشرات، وترتيبها كما هو موضح في الجدول والشكل (4).

جدول (4): ترتيب اليمن في مؤشر "البيئة التمكينية" خلال الفترة 2015 – 2019

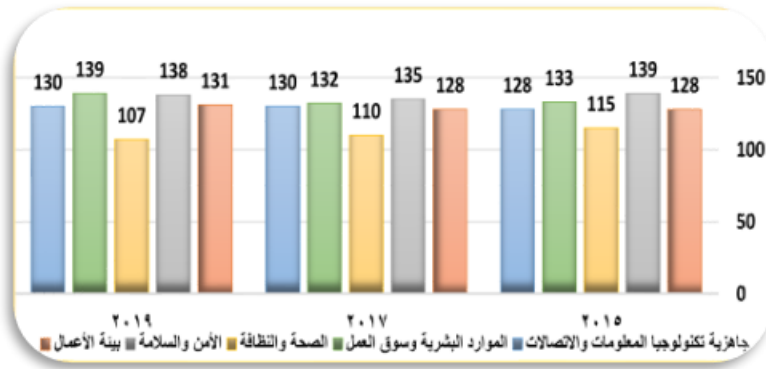
2019		2017		2015		المؤشر
المرتبة	القيمة	المرتبة	القيمة	المرتبة	القيمة	
137	3.2	-	-	140	3.2	البيئة التمكينية <i>Enabling Environment</i>
131	3.5	128	3.5	128	3.6	بيئة الأعمال <i>Business Environment</i>
138	3.2	135	2.8	139	2.9	الأمن والسلامة <i>Safety and Security</i>
107	4.1	110	3.9	115	3.8	الصحة والنظافة <i>Health and Hygiene</i>
139	3.0	132	3.2	133	3.3	الموارد البشرية وسوق العمل <i>Human Resources and Labour Market</i>
130	2.4	130	2.3	128	2.3	جاهزية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات <i>ICT Readiness</i>

المصدر: World Economic Forum (2015). The Travel & Tourism Competitiveness Report 2015, Geneva, p347.

World Economic Forum (2017). The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017, Geneva, p345.

World Economic Forum (2019). The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019, Geneva, p45.

شكل (4): ترتيب اليمن في مؤشرات "البيئة التمكينية" خلال الفترة 2015 – 2019



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على بيانات جدول (4).

نلاحظ من الجدول والشكل (4)، أن اليمن جاءت في مؤشر البيئة التمكينية في عام 2015 بالمرتبة (140) من بين (141) دولة أي قبل الأخيرة، وبقية بلغت (3.2)، وذلك استنادا إلى المؤشرات الفرعية التالية: بيئة الأعمال الذي جاء في المرتبة (128)، وبقية بلغت (3.6)، والسلامة والأمن الذي جاء في المرتبة (139)، وبقية بلغت (2.9)، والصحة والنظافة الذي جاء في المرتبة (115)، وبقية بلغت (3.8)، والموارد البشرية وسوق العمل الذي جاء في المرتبة (133)، وبقية بلغت (3.3)، وجاهزية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الذي جاء في المرتبة (128)، وبقية بلغت (2.3).

وفي عام 2017 نجد أن بعض المؤشرات الفرعية التي تقع ضمن مؤشر البيئة التمكينية سجلت تحسن طفيف، ح مقارنة بعام 2015، حيث نجدها فيما يتعلق ببيئة الأعمال صنفت في نفس المرتبة (128) وبقية أقل بلغت (3.5) ما يشير إلى عدم حدوث أي تحسن يذكر في بيئة الأعمال، والسلامة والأمن الذي تقدم (4 مراكز) إذ جاء في المرتبة (135) وبقية بلغت (2.8)، ما يشير إلى تحسن طفيف في مستوى السلامة والأمن إلا إنه يظل في مرتبة متأخرة جدا، كما شهدت الصحة والنظافة تقدما (5 مراكز) حيث احتلت المرتبة (110) إلا أنها أيضا مرتبة متدنية، وتقدمت الموارد البشرية وسوق العمل بمرتبة واحدة فقط إذ جاءت في المرتبة (132)، في حين أن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات سجلت تراجع (2 مراكز) حيث جاءت في المرتبة (130) وحقت نفس القيمة (2.3).

وفي عام 2019، سجلت معظم المؤشرات الفرعية التي تقع ضمن مؤشر البيئة التمكينية تراجعا مقارنة بعام 2017، فبيئة الأعمال تراجعت (3 مراكز) إذ حصلت على المرتبة (131)، وبقية بلغت (3.5)، حيث أصبحت أكثر صعوبة وأقل انفتاحا على المنافسة والاستثمار الأجنبي، كما تراجعت السلامة والأمن أيضا (3 مراكز) لتصبح قريبة من القاع إذ حصلت على المرتبة (138) من بين (140) دولة، وبقية بلغت (3.2)، لتعكس تدني مستوى السلامة والأمن الذي أصبح يشكل التحدي الأكبر لقطاع السياحة والسفر في اليمن، وتراجعت الموارد البشرية وسوق العمل (7 مراكز) حيث حصلت على المرتبة (139)، في حين شهدت الصحة والنظافة تحسنا طفيفا إذ تقدمت (3 مراكز) وحصلت على المرتبة (107)، وبقية بلغت (4.1)، وظلت جاهزية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بنفس المرتبة (130).

2. مؤشر سياسات السياحة والسفر والظروف التمكينية:

يتضمن هذا المؤشر أربعة مؤشرات فرعية، وقد شهدت تنافسية اليمن في هذا المؤشر المراتب، والقيم الموضحة في الجدول

والشكل (5).

جدول (5): ترتيب اليمن في مؤشر " سياسات السياحة والسفر والظروف التمكينية"
خلال الفترة 2015 – 2019

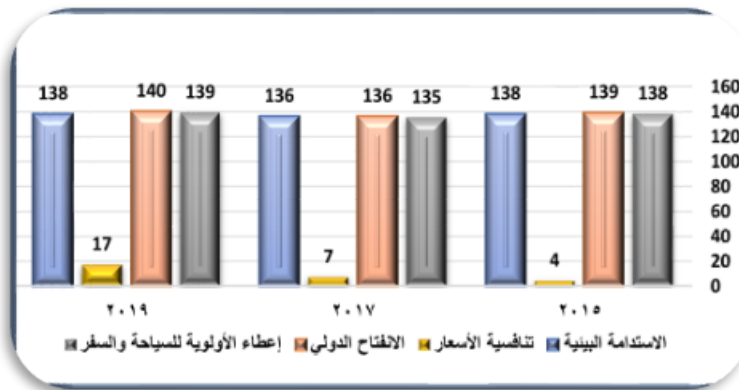
2019		2017		2015		المؤشر
المرتبة	القيمة	المرتبة	القيمة	المرتبة	القيمة	
139	3.2	-	-	138	3.3	سياسات السياحة والسفر والظروف التمكينية <i>T&T Policy and Enabling Conditions</i>
139	2.1	135	2.4	138	2.8	أولوية للسياحة والسفر <i>Prioritization of Travel & Tourism</i>
140	1.3	136	1.3	139	1.3	الانفتاح الدولي <i>International Openness</i>
17	6.0	7	6.0	4	6.0	تنافسية الأسعار <i>Price Competitiveness</i>
138	3.4	136	2.8	138	2.9	الاستدامة البيئية <i>Environmental Sustainability</i>

المصدر: World Economic Forum (2015). The Travel & Tourism Competitiveness Report 2015, Geneva, p347.

World Economic Forum (2017). The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017, Geneva, p345.

World Economic Forum (2019). The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019, Geneva, p45.

شكل (5): ترتيب اليمن في مؤشرات " سياسات السياحة والسفر والظروف التمكينية"
خلال الفترة 2015 – 2019



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على بيانات جدول (5).

يتبين من الجدول والشكل (5) أن اليمن جاءت في مؤشر سياسات السياحة والسفر والظروف التمكينية في عام 2015 بالمرتبة (138) من بين (141)، وبقيمة بلغت (3.3)، وهي نتيجة متأخرة جدا ولا تختلف عن المؤشر الرئيس الأول (البيئة التمكينية)، وجاءت هذه النتيجة بسبب حصول معظم المؤشرات الفرعية التي تقع ضمن هذا المؤشر على مراتب متأخرة كثيرا، وهي: مؤشر الأولوية للسياحة والسفر الذي جاء في المرتبة (138)، وبقيمة بلغت (2.8)، والانفتاح الدولي الذي جاء بالمرتبة (139)، وبقيمة متدنية كثيرا بلغت (1.3)، والاستدامة البيئية الذي حصل على المرتبة (138)، وبقيمة بلغت (2.9)، في حين حصل مؤشر تنافسية الأسعار على أفضل المراتب عالميا وهي المرتبة (4) وبقيمة مرتفعة جدا بلغت (6.0).

وفي عام 2017 شهدت تنافسية اليمن تحسنا طفيفا في العديد من المؤشرات الفرعية التي تقع ضمن مؤشر سياسات السياحة والسفر والظروف التمكينية مقارنة بعام 2015 حيث تقدمت في أولوية السياحة والسفر (3 مراكز) إذ جاءت في المرتبة (135) إلا أنها تعد مرتبة متأخرة كثيرا، وتراجعت قيمة المؤشر لتصل (2.4)، كما تقدمت في الانفتاح الدولي (3 مراكز) حيث صُنفت في المرتبة (136)، وقيمة مساوية لقيمة عام 2015 التي بلغت (1.3)، وكذا الحال للاستدامة البيئية التي تقدمت (2

مراكز) وجاءت في المرتبة (136)، وبقيمة بلغت (2.8)، في حين شهدت تنافسية الأسعار تراجعاً (3 مراكز) إذ صنفت في المرتبة (7)، ورغم ذلك تعد مرتبة متقدمة جداً إذ أنها حافظت على نفس القيمة (6.0).

وفي عام 2019 شهدت تنافسية اليمن في هذا المؤشر تراجعاً لتصبح في أسفل القائمة في معظم المؤشرات الفرعية التي تقع ضمن هذا المؤشر مقارنة بعام 2017، حيث تراجعت (4 مراكز) في أولوية السياحة والسفر إذ صنفت في المرتبة (139)، وبقيمة بلغت (2.1)، وتراجعت أيضاً (4 مراكز) في الانفتاح الدولي حيث جاءت في المرتبة الأخيرة (140)، وبقيمة متدنية بلغت (1.3)، كما تراجعت (2 مراكز) في الاستدامة البيئية إذ حصلت على المرتبة (138)، وبقيمة بلغت (3.4)، وتراجعت (10 مراكز) في تنافسيتها للأسعار حيث صنفت في المرتبة (17)، ورغم ذلك حافظت على نفس قيمة المؤشر للعامين السابقين (6.0).

3. مؤشر البنية التحتية:

يتضمن مؤشر البنية التحتية ثلاثة مؤشرات فرعية يمكن الاستناد عليها في دراسة وتحليل تنافسية اليمن في هذا المؤشر، والجدول والشكل (6) يوضحان ذلك.

جدول (6): ترتيب اليمن في مؤشر " البنية التحتية" خلال الفترة 2015 – 2019

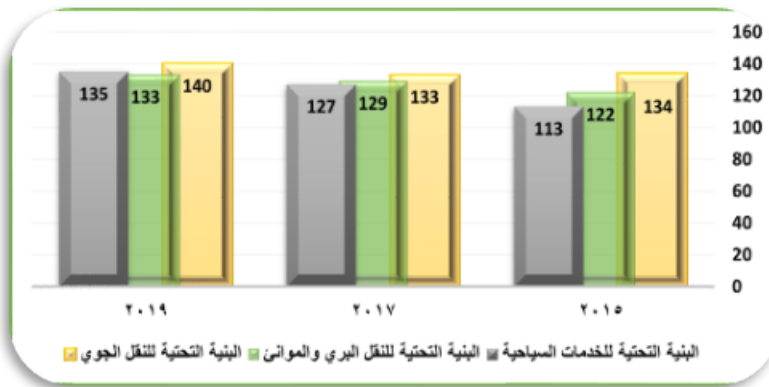
المؤشر	2015		2017		2019	
	المرتبة	القيمة	المرتبة	القيمة	المرتبة	القيمة
البنية التحتية	128	2.3	-	-	140	1.7
<i>Air Transport Infrastructure</i>	134	1.6	133	1.5	140	1.2
<i>Ground and Port Infrastructure</i>	122	2.6	129	2.0	133	2.0
<i>Tourist Service Infrastructure</i>	113	2.8	127	2.2	135	1.9

المصدر: World Economic Forum (2015). The Travel & Tourism Competitiveness Report 2015, Geneva, p347.

World Economic Forum (2017). The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017, Geneva, p345.

World Economic Forum (2019). The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019, Geneva, p45.

شكل (6): ترتيب اليمن في مؤشرات " البنية التحتية" خلال الفترة 2015 – 2019



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على بيانات جدول (6).

يتضح من الجدول والشكل (6) أن مؤشر تنافسية البنية التحتية للسياحة والسفر في اليمن قد شهد تراجعاً ملحوظاً خلال الفترة 2015 – 2019 حيث جاء بالمرتبة (128)، وبقيمة بلغت (2.3) في عام 2015، وتراجع (12 مركزاً) ليحتل المرتبة الأخيرة (140)، وبقيمة متدنية جداً بلغت (1.7) في عام 2019، حيث اتسمت البنية التحتية للمطارات والطرق والموانئ والخدمات السياحية بتدني جودتها، وذلك بسبب قلة الاستثمارات وعدم توفر الاستقرار واستمرار الصراع في اليمن، وقد سجلت

المؤشرات الفرعية التي تقع ضمن هذا المؤشر في عام 2015 المراتب التالية: البنية التحتية للنقل الجوي المرتبة (134)، وقيمة متدنية جدا بلغت (1.6)، والبنية التحتية للطرق والموانئ المرتبة (122)، وقيمة بلغت (2.6)، والبنية التحتية للخدمات السياحية المرتبة (113)، وقيمة بلغت (2.8).

وفي عام 2017 تقدمت البنية التحتية للنقل الجوي بمركز واحد فقط حيث صنفت في المرتبة (133)، وقيمة بلغت (1.5)، وهي أقل مما كانت عليه في عام 2015، في حين تراجعت البنية التحتية للطرق والموانئ (7 مراكز) إذ جاءت في المرتبة (129)، وقيمة بلغت (2.0)، كما تراجعت البنية التحتية للخدمات السياحية كثيرا (14 مركز) لتحتل المرتبة (127)، وقيمة بلغت (2.2) مقارنة بعام 2015.

وفي عام 2019 سجلت كافة المؤشرات الفرعية التابعة لمؤشر البنية التحتية تراجعا مقارنة بعام 2017 حيث جاءت في مراتب متأخرة جدا وقيم متدنية كثيرا، وذلك على النحو التالي: البنية التحتية للنقل الجوي المرتبة الأخيرة عالميا (140) بانخفاض (7 مراكز)، وقيمة متدنية للغاية بلغت (1.2)، أي أنها أصبحت أقل كفاءة مما ينبغي، وكذا الحال لكل من البنية التحتية للطرق والموانئ، والبنية التحتية للخدمات السياحية اللتان جاءتا بالمرتبتين (133، 135) بانخفاض (4، 8) مراكز على التوالي.

2. مؤشر الموارد الطبيعية والثقافية:

يتضمن مؤشر الموارد الطبيعية والثقافية مؤشرين فرعيين، هما: الموارد الطبيعية، والموارد الثقافية وسفر الأعمال، ويمكن إبراز واقع وترتيب اليمن في هذا المؤشر على النحو المبين في الجدول والشكل (7).

جدول (7): ترتيب اليمن في مؤشر "الموارد الطبيعية والثقافية" خلال الفترة 2015 – 2019

2019		2017		2015		المؤشر
القيمة	المرتبة	القيمة	المرتبة	القيمة	المرتبة	
1.6	133	–	–	1.7	123	الموارد الطبيعية والثقافية <i>Natural and Cultural Resources</i>
1.8	135	1.9	132	2.0	129	الموارد الطبيعية <i>Natural Resources</i>
1.3	100	1.3	111	1.5	89	الموارد الثقافية وسفر الأعمال <i>Cultural Resources and Business Travel</i>

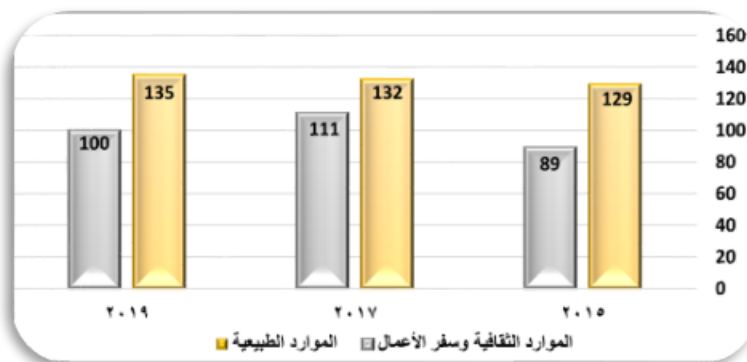
المصدر: World Economic Forum (2015). *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2015*, Geneva, p347.

World Economic Forum (2017). *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017*, Geneva, p345.

World Economic Forum (2019). *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019*, Geneva, p45.

شكل (7): ترتيب اليمن في مؤشرات "الموارد الطبيعية والثقافية"

خلال الفترة 2015 – 2019



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على بيانات جدول (7).

تزخر اليمن بالكثير من الموارد الطبيعية والثقافية، وعلى الرغم من ذلك إلا أن ترتيب اليمن في هذا المؤشر جاء في مراتب متأخرة خلال الفترة 2015-2019، حيث صنف في المرتبة (123)، وبقيمة متدنية كثيراً بلغت (1.7) في عام 2015، وفي عام 2019 تراجع (10 مراكز) حيث جاء في المرتبة (133) من بين (140) دولة، وبقيمة متدنية بلغت (1.6) مقارنة بعام 2015، وكان ذلك نتيجة لتراجع ترتيب المؤشر الفرعيان اللذان يقعان ضمن هذا المؤشر، حيث صنف مؤشر الموارد الطبيعية في المرتبة (129) وبقيمة بلغت (2.0) في عام 2015، وفي عامي 2015، 2019 تراجع ترتيب هذا المؤشر (3 مراكز)، حيث جاء في المرتبتان (132، 135)، وبقيم متدنية كثيراً بلغت (1.9، 1.8) على التوالي. أما بالنسبة لمؤشر الموارد الثقافية وسفر الأعمال فقد سجل تذبذب في ترتيبه خلال الفترة 2015-2019، حيث صنف في مرتبة لأبأس بها (89) في عام 2015، إلا أنه سجل تراجعاً ملحوظاً في عام 2017 حيث جاء في مرتبة متأخرة (111) بانخفاض كبير (22 مركز)، ثم عاد ليتقدم إلى المرتبة (100) في عام 2019، ومع ذلك لا تزال الموارد الثقافية والطبيعية غير مستغلة بشكل كاف حيث لم تتمكن اليمن من الاستفادة بفعالية من تراثها الثقافي ومواردها الطبيعية المتميزة لتحقيق النمو في القطاع السياحي.

ثالثاً: تحليل مؤشر تطوير السياحة والسفر العالمي (TTDI) لليمن وتقييمه لعام 2021:

يتضمن مؤشر تطوير السياحة والسفر (TTDI) خمسة مؤشرات رئيسية، و(17) مؤشر فرعي، و(112) متغير ***، وسيتم في هذا الجزء من الدراسة عرض وتحليل نتائج هذا المؤشر لعام 2021، وذلك لأن التقرير الصادر من المنتدى الاقتصادي العالمي لهذا المؤشر لم يشمل دولة اليمن في عام 2024.

1. مؤشر البيئة التمكينية:

يتضمن هذا المؤشر خمسة مؤشرات فرعية، وقد جاء ترتيب اليمن ضمن هذا المؤشر كما هو موضح في الجدول (8).

جدول (8): ترتيب اليمن في مؤشر "البيئة التمكينية" لعام 2021

المؤشر	الترتيب	القيمة
البيئة التمكينية <i>Enabling Environment</i>	116	2.8
بيئة الأعمال <i>Business Environment</i>	114	2.7
السلامة والأمن <i>Safety and Security</i>	113	3.2
الصحة والنظافة <i>Health and Hygiene</i>	104	2.6
الموارد البشرية وسوق العمل <i>Human Resources and Labour Market</i>	115	2.8
جاهزية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات <i>ICT Readiness</i>	114	2.9

المصدر: World Economic Forum (2022). Travel & Tourism Development Index 2021،

<https://www.weforum.org/publications/travel-and-tourism-development-index-2021/explore-the-data/>

نلاحظ من الجدول (8) أن ترتيب اليمن في مؤشر البيئة التمكينية جاء بمرتبة متأخرة جداً (116) من بين (117) دولة، وبقيمة متدنية بلغت (2.8)، وكان ذلك بسبب حصول جميع المؤشرات الفرعية التي تقع ضمن هذا المؤشر على مراتب متأخرة، وهي:

1.1 بيئة الأعمال: صنفت اليمن في هذا المؤشر بالمرتبة (114) وبقيمة بلغت (2.7)، مما يدل على عدم توفر بيئة مواتية

للاستثمار، حيث حصلت جميع المتغيرات التي تقع ضمن هذا المؤشر على مراتب متأخرة، كنتأثير القواعد على الاستثمار

*** يستعرض ملحق (2) ترتيب وقيم كافة المتغيرات التي تقع ضمن جميع المؤشرات الفرعية لمؤشر تنافسية السياحة والسفر لليمن في عام 2021.

الأجنبي الذي جاء في المرتبة (115)، ومدى ضمان الحكومة لاستقرار السياسات الذي جاء في المرتبة (113)، وحقوق الملكية الذي صنف في المرتبة (112)، وسهولة الامتثال الضريبي الذي صنف في المرتبة (109)، ووصول الشركات الصغيرة والمتوسطة إلى التمويل الذي حصل على المرتبة (109).

2.1. **السلامة والأمن:** صنف اليمن في هذا المؤشر بالمرتبة (113) من بين (117) دولة، وبقيمة بلغت (2.7)، وكان ذلك نتيجة حصولها على مراتب متأخرة في كافة المتغيرات التي تقع ضمن هذا المؤشر، كتكاليف الأعمال للجريمة والعنف الذي جاء في المرتبة (108)، ومؤشر الإرهاب العالمي الذي جاء في المرتبة (112)، والعنف المنظم الذي حصل على المرتبة (116).

3.1. **الصحة والنظافة:** صنف اليمن في هذا المؤشر بالمرتبة (104)، وبقيمة متدنية بلغت (2.6)، وكان ذلك نتيجة حصولها على مراتب متأخرة في كافة المتغيرات التي تقع ضمن هذا المؤشر، كاستخدام مرافق الصرف الصحي الأساسية الذي حصل على المرتبة (102)، واستخدام مياه الشرب الأساسية الذي جاء في المرتبة (114)، وإمكانية الوصول إلى خدمات الرعاية الصحية الذي صنف في المرتبة الأخيرة (117).

4.1. **الموارد البشرية وسوق العمل:** صنف اليمن في هذا المؤشر بمرتبة متأخرة كثيرا (115)، وبقيمة متدنية بلغت (2.8)، وقد جاء مؤشر تأهيل القوى العاملة في المرتبة (114) حيث سجلت جميع المتغيرات التي تقع ضمن هذا المؤشر مراتب متدنية كقدرة النظام التعليمي على تلبية الاحتياجات الذي جاء في المرتبة (107)، ومدى تدريب الموظفين الذي صنف في المرتبة (111)، كما جاء مؤشر سوق العمل في المرتبة (109)، ومن أهم المتغيرات التي تقع ضمن هذا المؤشر سهولة العثور على موظفين مهرة في سوق العمل المحلي الذي حصل على المرتبة (81)، وإنتاجية العمل في الفنادق والمطاعم الذي جاء في المرتبة (90).

5.1. **جاهزية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات:** صنف اليمن في هذا المؤشر بمرتبة متأخرة جدا (114)، وبقيمة متدنية بلغت (2.9)، وذلك نتيجة حصول معظم المتغيرات التي تقع ضمن هذا المؤشر على مراتب متأخرة جدا، كاشتراكات الإنترنت عريض النطاق المتنقلة الذي جاء في المرتبة (116)، واستخدام المنصة الرقمية لتقديم الخدمات المالية، وخدمات الفنادق والمطاعم والأنشطة الترفيهية المرتبتان (117، 115) على التوالي، في حين جاء معدل تغطية شبكة الهاتف المحمول في مرتبة لأبأس بما (79).

2. مؤشر سياسات السياحة والسفر والظروف التمكينية:

يتضمن هذا المؤشر ثلاثة مؤشرات فرعية، ويمكن معرفة ترتيب اليمن ضمن هذا المؤشر من خلال الجدول (9).

جدول (9): ترتيب اليمن في مؤشر

" سياسات السياحة والسفر والظروف التمكينية " لعام 2021

المؤشر	المرتبة	القيمة
سياسات السياحة والسفر والظروف التمكينية <i>T&T Policy and Enabling Conditions</i>	103	3.6
أولوية السياحة والسفر <i>Prioritization of Travel & Tourism</i>	116	1.9
الانفتاح الدولي <i>International Openness</i>	89	2.7
تنافسية الأسعار <i>Price Competitiveness</i>	9	6.2

المصدر: World Economic Forum (2022). Travel & Tourism Development Index 2021,

<https://www.weforum.org/publications/travel-and-tourism-development-index-2021/explore-the-data/>

يتضح من الجدول (9) أن مؤشر سياسات السياحة والسفر والظروف التمكينية في اليمن جاء بالمرتبة (103) وبقيمة بلغت (3.6) في عام 2021، ويعود ذلك إلى حصول كافة المؤشرات التابعة له على مراتب متأخرة، وهي:

1.2. أولوية للسياحة والسفر: يشير هذا المؤشر إلى مدى اهتمام الحكومة بقطاع السياحة والسفر، وقد جاءت اليمن في هذا المؤشر بمرتبة متأخرة جدا (116) من بين (117) دولة، وبقيمة متدنية كثيرا بلغت (1.9)، وذلك نتيجة حصول جميع المتغيرات التي تقع ضمن هذا المؤشر على مراتب متأخرة، كنسبة الانفاق الحكومي على قطاع السياحة والسفر من ميزانية الحكومة الذي صنف في المرتبة (107)، ونسبة الاستثمار في قطاع السياحة والسفر من إجمالي الاستثمار الذي جاء في المرتبة (116)، وتوقيت تقديم بيانات السياحة والسفر الذي جاء بالمرتبة (113).

2.2. الانفتاح الدولي: جاء هذا المؤشر في المرتبة (89)، وقد جاءت معظم المتغيرات التي تقع ضمن هذا المؤشر بمراتب متأخرة جدا، كمتطلبات الحصول على التأشيرة الذي جاء في المرتبة (115)، وعدد اتفاقيات التجارة الإقليمية السارية الذي جاء في المرتبة (114)، وعدد اتفاقيات الخدمات الجوية الثنائية الذي حصل على المرتبة (106)، في حين جاءت درجة الانفتاح المالي للتدفق الحر لرأس المال للتجارة والاستثمار في خدمات السياحة والسفر بأفضل المراتب عالميا (1) ما عزز من مرتبة هذا المؤشر.

3.2. تنافسية الأسعار: يقيس هذا المؤشر مدى انخفاض التكاليف ذات العلاقة بالسياحة والسفر، وتتمتع اليمن بارتفاع قدرتها التنافسية للأسعار، وقد صنفت في هذا المؤشر بمرتبة متقدمة جدا (9)، وبقيمة مرتفعة جدا بلغت (6.2)، وذلك يعود لحصول معظم المتغيرات إن لم تكن جميعها على مراتب متقدمة، كضرائب التذاكر ورسوم المطار الذي حصل على المرتبة (8) ما يجعل الرحلات الجوية أقل تكلفة، ومستويات أسعار الوقود الذي صنف في المرتبة (19)، وأسعار الإيجار قصير الأجل الذي جاء في المرتبة (1) ما يجعل تكلفة الإقامة منخفضة.

3. مؤشر البنية التحتية:

يشير هذا المؤشر إلى مدى توفر البنية التحتية اللازمة للسياحة والسفر، وهو يتكون من ثلاثة مؤشرات فرعية، وقد جاء ترتيب اليمن في هذا المؤشر على النحو المبين في الجدول (10).

جدول (10): ترتيب اليمن في مؤشر "البنية التحتية" لعام 2021

المؤشر	المرتبة	القيمة
البنية التحتية <i>Infrastructure</i>	117	1.7
البنية التحتية للنقل الجوي <i>Air Transport Infrastructure</i>	117	1.2
البنية التحتية للطرق والموانئ <i>Ground and Port Infrastructure</i>	115	1.8
البنية التحتية للخدمات السياحية <i>Tourist Service Infrastructure</i>	113	1.9

المصدر: World Economic Forum (2022). Travel & Tourism Development Index 2021,

<https://www.weforum.org/publications/travel-and-tourism-development-index-2021/explore-the-data/>

من خلال الجدول (10) نلاحظ أن اليمن جاءت بالمرتبة الأخيرة في مؤشر البنية التحتية (117)، وبأدنى قيمة (1.7)، وكان ذلك بسبب حصول جميع المؤشرات الفرعية التي تقع ضمن هذا المؤشر على مراتب متأخرة، وهي:

1.3. البنية التحتية للنقل الجوي: جاء هذا المؤشر في المرتبة الأخيرة (117)، وبقيمة متدنية للغاية بلغت (1.2)، وكان ذلك نتيجة حصول جميع المتغيرات التي تقع ضمن هذا المؤشر على المرتبة الأخيرة تقريبا، كعدد الرحلات المتاحة أسبوعيا الذي جاء في المرتبة (117)، وكفاءة النقل الجوي الذي جاء في المرتبة (117)، ودرجة اتصال المطار الذي صنف في المرتبة (117)، وعدد شركات الطيران العاملة الذي حصل على المرتبة (116).

2.3. البنية التحتية للطرق والموانئ: حصل هذا المؤشر على مرتبة متأخرة جدا (115)، وبقيمة متدنية بلغت (1.8)، حيث حصلت المتغيرات التابعة لهذا المؤشر على مراتب متأخرة، كجودة الطرق الذي جاء في المرتبة (116)، وكفاءة خدمات النقل العام الذي حصل على المرتبة (112)، وكفاءة خدمات الموانئ البحرية الذي حصل على المرتبة (91).

3.3. البنية التحتية للخدمات السياحية: حصل هذا المؤشر كذلك على مرتبة متأخرة جدا (113)، وبقيمة متدنية بلغت (1.9)، حيث حصلت المتغيرات التابعة لهذا المؤشر على مراتب متأخرة، كخدمات السياحة التنافسية الذي حصل على المرتبة (117)، وعدد غرف الفنادق الذي صنف في المرتبة (98)، ووجود شركات تأجير السيارات الكبرى الذي جاء في المرتبة (89)، وأجهزة الصراف الآلي الذي حصل على المرتبة (108).

4. مؤشر محركات الطلب على السياحة والسفر:

يقيم هذا المؤشر الجوانب ذات العلاقة بدوافع الطلب على السياحة والسفر المرتبطة بالموارد الطبيعية، والثقافية وغير الترفيهية، ويمكن إبراز واقع وترتيب اليمن في هذا المؤشر من خلال الجدول (11).

جدول (11): ترتيب اليمن في مؤشر

" محركات الطلب على السياحة والسفر " لعام 2021

المؤشر	المرتبة	القيمة
محركات الطلب على السياحة والسفر <i>Demand Drivers T&T</i>	101	1.8
الموارد الطبيعية <i>Natural Resources</i>	74	2.2
الموارد الثقافية <i>Cultural Resources</i>	107	1.7
الموارد غير الترفيهية <i>Non-Leisure Resources</i>	94	1.4

المصدر: World Economic Forum (2022). Travel & Tourism Development Index 2021,

<https://www.weforum.org/publications/travel-and-tourism-development-index-2021/explore-the-data/>

يتبين من الجدول (11) أن اليمن صنفت في هذا المؤشر بالمرتبة (101) وبقيمة متدنية بلغت (1.8)، حيث حصلت المؤشرات الفرعية التي تقع ضمن هذا المؤشر على المراتب الآتية:

1.4. الموارد الطبيعية: جاء هذا المؤشر بمرتبة جيدة حيث صنف بالمرتبة (74)، وبقيمة بلغت (2.2)، وكان ذلك نتيجة حصول معظم المؤشرات التي تقع ضمن هذا المؤشر على مراتب متقدمة، كعدد مواقع التراث العالمي الطبيعية الذي صنف في المرتبة (50)، وعدد المناطق البيئية الأرضية ومناطق المياه العذبة الذي صنف في المرتبة (36)، وإجمالي الأنواع المعروفة الذي حصل على المرتبة (43)، في حين أن الطلب الرقمي على السياحة الطبيعية منخفض إذ جاء في المرتبة (108) ما يشير إلى وجود قصور كبير في التسويق عبر الانترنت.

2.4. **الموارد الثقافية:** على الرغم من امتلاك اليمن لرصيد حضاري وتاريخي ضخم باعتبارها مهد أقدم الحضارات الإنسانية في العالم، وتميزها بثرات ثقافي وشعبي متنوع، وفن معماري وهندسي فريد ونادر إلا أنها صنفت في هذا المؤشر بمرتبة متأخرة إذ جاءت في المرتبة (107) من بين (117) دولة، وبقيمة متدنية بلغت (1.7)، حيث حصلت بعض المتغيرات التي تقع ضمن هذا المؤشر على مراتب متأخرة، كالطلب الرقمي على السياحة الثقافية والترفيهية الذي حصل على المرتبة (105)، ومدى توفر حماية كافية للتراث الثقافي المادي وغير المادي الذي حصل على المرتبة (110) ما يشير إلى تدني جهود حماية العادات والمواقع التراثية. في حين حصلت باقي المتغيرات على مراتب جيدة، كمواقع التراث الثقافي العالمي الذي صنف بالمرتبة (55)، وعدد أشكال التعبير الثقافي الشفهي وغير المادي الذي صنف بالمرتبة (69)، وعدد مدن اليونسكو الابداعية الذي صنف بالمرتبة (70).

3.4. **الموارد غير الترفيهية:** جاء هذا المؤشر بالمرتبة (94) وبقيمة بلغت (1.4)، حيث حصلت عدد من المتغيرات التي تقع ضمن هذا المؤشر على مراتب جيدة كوجود مواقع مقرات "Forbes" العالمية الذي جاء في المرتبة (58)، وعدد الجامعات الرائدة الذي جاء في المرتبة (74). والعدد الآخر حصل على مراتب متأخرة، كوجود المدن العالمية الذي حصل على المرتبة (96)، والطلب الرقمي على السياحة غير الترفيهية الذي حصل على المرتبة (108).

5. **مؤشر استدامة السياحة والسفر:**

يتناول هذا المؤشر التحديات التي تواجه السياحة والسفر، ويتضمن ثلاثة مؤشرات فرعية، وقد شهدت تنافسية اليمن في هذا المؤشر عام 2021 المراتب والقيم الموضحة في الجدول (12).

جدول (12): ترتيب اليمن في مؤشر

"استدامة السياحة والسفر" لعام 2021

المؤشر	المرتبة	القيمة
استدامة السياحة والسفر <i>Sustainability T&T</i>	117	3.1
الاستدامة البيئية <i>Environmental Sustainability</i>	117	2.9
المرونة والظروف الاجتماعية والاقتصادية <i>Socioeconomic Resilience and Conditions</i>	116	2.6
ضغط وتأثير الطلب على السياحة والسفر <i>Demand Pressure and Impact T&T</i>	84	3.7

المصدر: World Economic Forum (2022). Travel & Tourism Development Index 2021,

<https://www.weforum.org/publications/travel-and-tourism-development-index-2021/explore-the-data/>

يتضح من الجدول (12) أن تنافسية اليمن في مؤشر استدامة السياحة والسفر قد جاء بالمرتبة الأخيرة (117) وبقيمة بلغت (3.1) ما يشير إلى ضعف السياسات والعوامل المعززة للبيئة وحماية مواردها الطبيعية، وقد حصلت المؤشرات الفرعية التي تقع ضمن هذا المؤشر على المراتب الآتية:

1.5. **الاستدامة البيئية:** جاء هذا المؤشر بالمرتبة الأخيرة (117)، وبقيمة متدنية بلغت (2.9)، ويتضمن هذا المؤشر العديد من المتغيرات التي تقيس مدى اهتمام الدولة لمواردها البيئية، وجاءت أغلبها في مراتب متأخرة، نذكر منها: التعرض لتغير المناخ وإدارته الذي جاء في المرتبة (93)، والتلوث والظروف البيئية الذي جاء في المرتبة (116)، والحفاظ على الطبيعة الذي حصل على المرتبة (116).

2.5. المرونة والظروف الاجتماعية والاقتصادية: جاء هذا المؤشر بمرتبة متأخرة جدا (116) وبقيمة بلغت (2.6)، حيث حصلت عدد من المتغيرات التي تقع ضمن هذا المؤشر الفرعي على مراتب متأخرة، كنسبة العاطلين عن العمل والدراسة والتدريب الذي حصل على المرتبة (117)، وتكافؤ فرص العمل الذي حصل على المرتبة (115).

3.5. ضغط وتأثير الطلب على السياحة والسفر: جاء هذا المؤشر في مرتبة لأبأس بها (84)، وبقيمة بلغت (3.7)، حيث حصلت بعض المتغيرات التابعة لهذا المؤشر على مراتب متقدمة، كمدة الإقامة الوافدة الذي جاء في المرتبة (23)، وموسمية وصول السياح في موسم الذروة الذي صنف في أفضل مرتبة (1)، والبعض منها حصلت على مراتب متأخرة كجودة مراكز المدن الذي جاء في المرتبة (110)، والسياحة المتفرقة جغرافيا الذي جاء المرتبة (116).

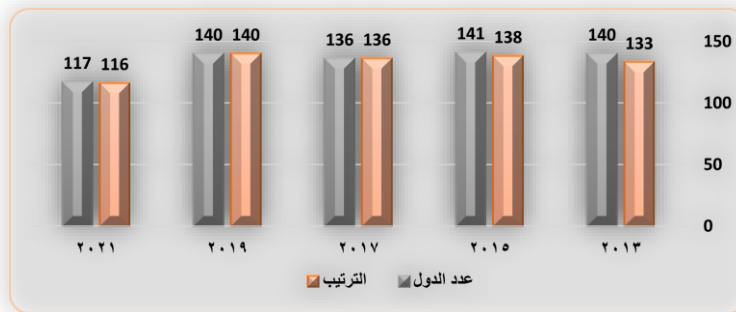
كما سبق استعراضه يتضح أن اليمن جاءت في مراتب متأخرة في جميع المؤشرات الرئيسة لمؤشر تنافسية السياحة والسفر العالمي ما انعكس سلبا على ترتيبها في هذا المؤشر كما هو موضح في الجدول (13) والشكل (8).

جدول (13): ترتيب اليمن في مؤشر تنافسية السياحة والسفر
خلال الفترة 2013 – 2021

العام	2013	2015	2017	2019	2021
الترتيب	133	138	136	140	116
القيمة	2.6	2.6	2.4	2.4	2.6
عدد الدول	140	141	136	140	117

المصدر: المنتدى الاقتصادي العالمي، تقارير تنافسية وتطوير السياحة والسفر للأعوام 2013، 2015، 2017، 2019، 2021، ص (10، 5، 9، 44، 13) على التوالي.

شكل (8): ترتيب اليمن في مؤشر تنافسية السياحة والسفر
خلال الفترة 2013 – 2021



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على البيانات الواردة في الجدول (13).

من خلال الجدول (13) والشكل (8) نلاحظ أن اليمن جاءت أسفل المؤشر العالمي لتنافسية السياحة والسفر خلال الفترة 2013 – 2021، حيث احتلت المرتبة (133) من بين (140) في عام 2013، والمرتبة (138) من بين (141) دولة، والمرتبتين الأخيرتين (136، 140) في عامي 2017، 2019 على التوالي، والمرتبة قبل الأخيرة (116) في عام 2021، وذلك نتيجة استمرار الصراع وعدم توفر الاستقرار السياسي والأمني والاقتصادي، ما أدى إلى ضعف تنافسية قطاع السياحة والسفر في اليمن، رغم أنها تمتلك العديد من الموارد الطبيعية والثقافية التي تؤهلها أن تكون سباقة في خلق منتج سياحي طبيعي، وحضاري،

وثقائي، وترفيهي، وعلاجي منافس وجذاب يلبي الطلب السياحي المحلي والأجنبي، ويمكنها من بناء قطاع سياحي مزدهر، وتحقيق مستوى عالي من التنافسية السياحية.

النتائج:

1. جاءت اليمن في أسفل المؤشر العالمي لتنافسية السياحة والسفر خلال الفترة 2013-2021، ما يعكس مدى الضعف الشديد لقطاع السياحة والسفر في اليمن.
2. تميزت اليمن بالتنافسية العالية للأسعار حيث حققت أفضل المراتب والقيم على المستوى العالمي، وحصول جميع المتغيرات التي تقع ضمن هذا المؤشر على نتائج مرتفعة جداً، كما تميزت اليمن بأنها واحدة من أكثر بيئات العالم نقاء حيث صنفت بمرتبة جيدة في المؤشر الفرعي الموارد الطبيعية، وحصلت معظم المتغيرات التي تقع ضمن هذا المؤشر على مراتب متقدمة نسبياً.
3. حققت اليمن مراتب متقدمة في العديد من المتغيرات التي تقع ضمن عدد من المؤشرات المختلفة كالانفتاح المالي، وموسمية الوصول، وموقف السكان تجاه الزوار الأجانب، وسهولة توظيف العمالة الأجنبية. كما صنفت في عدد آخر من المتغيرات بمراتب جيدة كعدد مواقع التراث الثقافي العالمي، وعدد مدن اليونسكو الإبداعية، وعدد الجامعات الرائدة.
4. سجلت اليمن مراتب متأخرة في جميع المؤشرات الرئيسة لمؤشر تنافسية السياحة والسفر العالمي خلال الفترة 2013-2021.
5. قصور وضعف شديد في تنافسية معظم المؤشرات الفرعية ومتغيراتها كبيئة الأعمال، والبنية التحتية بمختلف أشكالها وأنواعها، والصحة والأمن، وأولوية السياحة والسفر، والموارد البشرية، والاستدامة البيئية، ما يعكس ضعف السياسات ذات العلاقة بتلك المؤشرات.

التوصيات:

1. ضرورة إدراج القطاع السياحي ضمن أولويات السياسات التنموية، ووضع استراتيجيات وخطط سياحية متكاملة على مختلف الآجال (القصير، المتوسط، الطويل)، والتركيز على إعطاء الأولوية القصوى في مسارها التنموي لأهم المؤشرات وفق المعايير والمقاييس المعتمدة في حساب مؤشر التنافسية السياحية العالمية لتعزيز تنافسية قطاع السياحة والسفر في اليمن.
2. إشراك منظمات الأعمال وفتح المجال لها للولوج في كافة المجالات ذات العلاقة لتحسين وتعزيز تنافسية قطاع السياحة والسفر.
3. تهيئة قطاع أعمال، وظروف عمل مواتية وشاملة، والتوجه نحو الانفتاح على العالم الخارجي، والاستثمار في البنية التحتية بمختلف أنواعها وأشكالها، والحرص على تنفيذ ذلك ضمن المعايير الدولية.
4. حماية البيئة الطبيعية، والتراث الثقافي، وزيادة فعالية حملات التسويق والترويج، وتعزيز إدارة الطلب على السياحة، والاستثمار في التكنولوجيا الرقمية، وخدمات السياحة والسفر.
5. تحسين الصحة والأمن، وجودة التعليم، والتأهيل والتدريب في مجال السياحة، وتحقيق الاستدامة البيئية.
6. إنشاء هيئة وطنية لدراسة وتطوير تنافسية قطاع السياحة والسفر.

- ¹ محمد، عبد العزيز (2024). الاتحاد العربي للإعلام السياحي، قياس الأمم المتحدة يكشف عن انتعاش كبير في أعداد السياح الدوليين خلال 2024، متاح على: <https://arabutm.org>
- ² حاتم، سامي عفيفي (2005). الاتجاهات الحديثة في الاقتصاد الدولي والتجارة الدولية، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ص: 283.
- ³ القطب، محي الدين (2012). الخيار الاستراتيجي وأثره في تحقيق الميزة التنافسية، دار الحامد، الأردن، ص: 80.
- ⁴ بن جليلي، رياض (2009). سياسات تطوير القدرة التنافسية، سلسلة جسر التنمية، المعهد العربي للتخطيط، العدد (83)، الكويت، ص: 6.
- ⁵ خليل، نبيل مرسي (1996). الميزة التنافسية في مجال الأعمال، الدار الجامعية، مصر، ص: 85-86.
- ⁶ نجيب، مروان محمد (2011). دور المزيح التسويقي السياحي في تحقيق الميزة التنافسية، دار الكتب القانونية، مصر، ص: 67-68.
- ⁷ United Nations (2008). International Recommendations for Tourism Statistics 2008. Madrid, New York, Department of Economic and Social Affairs Statistics Division, p5.
- ⁸ Dupeyras, A. and MacCallum, N. (2013) Indicators for Measuring Competitiveness in Tourism: A Guidance Document, OECD Publishing, Paris, p14.
- ⁹ الراجحي، محسن عبد الله، والموسوي، صفاء عبد الجبار، وعادل، عيسى (2017). الميزة التنافسية في النشاط السياحي، دار الأيام للنشر والتوزيع، الأردن، ص: 123.
- ¹⁰ كافي، مصطفى (2006). صناعة السياحة كأحد الخيارات الاستراتيجية للتنمية الاقتصادية، دار الفرات، عمان، ص: 15.
- ¹¹ World Economic Forum (2017). The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017, Geneva, p4.
- ¹² World Economic Forum (2013). The Travel & Tourism Competitiveness Report 2013, Geneva, p8.
- ¹³ World Economic Forum (2013). ibid, p4,5,8.
- ¹⁴ World Economic Forum (2015). The Travel & Tourism Competitiveness Report 2015, Geneva, p6.
- ¹⁵ World Economic Forum (2024). The Travel & Tourism Competitiveness Report 2024, Geneva, p6.
- ¹⁶ World Economic Forum (2022). The Travel & Tourism Competitiveness Report 2022, Geneva, p8.
- ¹⁷ World Economic Forum (2022). ibid, P8.
- ¹⁸ World Economic Forum (2022). Ibid, p7.

الملاحق ملحق (1)

The Travel & Tourism Competitiveness Index of Yemen "2013" in detail

INDICATOR	SCORE	RANK
1st pillar: Policy rules and regulations 2.7..... 140		
1.01 Prevalence of foreign ownership 2.4 139		
1.02 Property rights 3.3 121		
1.03 Business impact of rules on FDI 3.9 115		
1.04 Visa requirements, no. of countries* 9.0 133		
1.05 Openness bilateral ASAs (0-38)* 4.0 131		
1.06 Transparency of government policymaking 3.1 136		
1.07 No. of days to start a business* 40 122		
1.08 Cost to start a business, % GNI/capita* 71.9 124		
1.09 GATS commitment restrictiveness (0-100)* n/a n/a		
2nd pillar: Environmental sustainability 3.8..... 131		
2.01 Stringency of environmental regulation 2.0 139		
2.02 Enforcement of environmental regulation 1.8 139		
2.03 Sustainability of T&T industry development 2.5 137		
2.04 Carbon dioxide emission, million tons/capita* 1.0 38		
2.05 Particulate matter concentration, µg/m³* 42.9 93		
2.06 Threatened species, %* 5.7 86		
2.07 Environm. treaty ratification (0-25)* 17 96		
3rd pillar: Safety and security 3.0..... 139		
3.01 Business costs of crime and violence 3.8 106		
3.02 Reliability of police services 2.2 137		
3.03 Road traffic accidents/100,000 pop.* 29.3 113		
3.04 Business costs of terrorism 3.2 137		
4th pillar: Health and hygiene 2.0..... 127		
4.01 Physician density/1,000 pop.* 0.3 108		
4.02 Access to improved sanitation, % pop.* 53.0 106		
4.03 Access to improved drinking water, % pop.* 55.0 132		
4.04 Hospital beds/10,000 pop.* 7.0 121		
5th pillar: Prioritization of Travel & Tourism 2.6..... 137		
5.01 Government prioritization of the T&T industry 3.9 130		
5.02 T&T gov't expenditure, % gov't budget* 1.2 127		
5.03 Effectiveness of marketing to attract tourists 3.0 133		
5.04 Comprehensiveness of T&T data (0-120)* 38.0 118		
5.05 Timeliness of T&T data (0-18)* 0.0 126		
6th pillar: Air transport infrastructure 2.2..... 124		
6.01 Quality of air transport infrastructure 3.5 117		
6.02 Airline seat kms/week, dom., millions* 5.6 54		
6.03 Airline seat kms/week, int'l, millions* 35.1 100		
6.04 Departures/1,000 pop.* 0.4 112		
6.05 Airport density/million pop.* 0.4 96		
6.06 No. of operating airlines* 12.5 101		
6.07 International air transport network 4.2 98		
7th pillar: Ground transport infrastructure 2.8..... 115		
7.01 Quality of roads 2.7 116		
7.02 Quality of railroad infrastructure n/a n/a		
7.03 Quality of port infrastructure 3.0 126		
7.04 Quality of ground transport network 4.1 93		
7.05 Road density/million pop.* 14.0 100		

INDICATOR	SCORE	RANK
8th pillar: Tourism infrastructure 2.3..... 107		
8.01 Hotel rooms/100 pop.* 0.1 114		
8.02 Presence of major car rental co. (1-7)* 4 82		
8.03 ATMs accepting Visa cards/million pop.* 13.9 121		
9th pillar: ICT infrastructure 1.9..... 122		
9.01 ICT use for B-to-B transactions 4.7 88		
9.02 ICT use for B-to-C transactions 3.2 128		
9.03 Individuals using the Internet, %* 14.9 107		
9.04 Fixed telephone lines/100 pop.* 4.3 108		
9.05 Broadband Internet subscribers/100 pop.* 0.4 108		
9.06 Mobile telephone subscriptions/100 pop.* 47.0 128		
9.07 Mobile broadband subscriptions/100 pop.* 0.1 123		
10th pillar: Price competitiveness in T&T ind. 5.3..... 10		
10.01 Ticket taxes and airport charges (0-100)* 86.3 36		
10.02 Purchasing power parity* 0.6 51		
10.04 Fuel price, US\$ cents/liter* 23.0 8		
10.03 Extent and effect of taxation 2.8 122		
10.05 Hotel price index, US\$* n/a n/a		
11th pillar: Human resources 3.9..... 119		
<i>Education and training</i> 2.9 133		
11.01 Primary education enrollment, net %* 77.6 125		
11.02 Secondary education enrollment, gross %* 44.1 116		
11.03 Quality of the educational system 1.8 140		
11.04 Local availability specialized research & training 2.5 137		
11.05 Extent of staff training 3.2 119		
<i>Availability of qualified labor</i> 4.9 91		
11.06 Hiring and firing practices 4.0 69		
11.07 Ease of hiring foreign labor 4.6 30		
11.08 HIV prevalence, % adult pop.* 0.2 52		
11.09 Business impact of HIV/AIDS 5.8 38		
11.10 Life expectancy, years* 65.5 109		
12th pillar: Affinity for Travel & Tourism 4.3..... 106		
12.01 Tourism openness, % of GDP* 2.9 103		
12.02 Attitude of population toward foreign visitors 6.6 18		
12.03 Extension of business trips recommended 4.6 117		
12.04 Degree of customer orientation 4.2 106		
13th pillar: Natural resources 3.0..... 101		
13.01 No. of World Heritage natural sites* 1 45		
13.02 Quality of the natural environment 4.9 50		
13.03 Total known species* 436 85		
13.04 Terrestrial biome protection (0-17%)* 0.6 132		
13.05 Marine protected areas, %* 0.2 73		
14th pillar: Cultural resources 1.5..... 112		
14.01 No. of World Heritage cultural sites* 4 63		
14.02 Sports stadiums, seats/million pop.* 3,830.7 128		
14.03 No. of int'l fairs and exhibitions* 0.0 134		
14.04 Creative industries exports, % of world total* 0.0 105		

ملحق (2)

The Travel & Tourism Competitiveness Index of Yemen "2021" in detail

Enabling Environment subindex, 1-7 (best)	116	2.8
Business Environment, 1-7 (best)	114	2.7
Property rights, 1-7 (best)	112	3.2
Impact of rules on FDI, 1-7 (best)	115	3.3
Efficiency of legal framework to settle disputes, 1-7 (best)	95	2.8
Efficiency of legal framework in challenging government actions, 1-7 (best)	105	2.4
Burden of government regulation, 1-7 (best)	91	3.1
Government ensuring policy stability, 1-7 (best)	113	2.3
Ease of complying to tax system, 1-7 (best)	109	2.7
SME access to finance, 1-7 (best)	109	3.0
Corruption Perceptions Index, 0-100 (best)	116	15.0
Safety and Security, 1-7 (best)	113	3.2
Business costs of crime and violence, 1-7 (best)	108	3.5
Reliability of police services, 1-7 (best)	104	3.1
Safety walking alone at night, 0-1 (best)	88	0.4
Homicide cases per 100,000 pop	93	6.8
Global Terrorism Index, 0-10 (worst)	112	7.6
Organized violence, deaths per 100,000 pop	116	11.6
Health and Hygiene, 1-7 (best)	104	2.6
Number of physician per 1,000 pop	94	0.5
Use of basic sanitation, % of pop	102	54.1
Use of basic drinking water, % of pop	114	60.7
Hospital beds density per 10,000 pop	102	7.1
Accessibility of healthcare services, 1-7 (best)	117	2.1
Communicable disease incidence per 100,000 pop	98	34,892.7
Human Resources and Labour Market, 1-7 (best)	115	2.8
Qualification of the Labour Force, 1-7 (best)	114	2.6
Mean years of schooling	114	3.2
Secondary education enrolment, gross %	105	51.6
Extent of staff training, 1-7 (best)	111	3.2
Education system's ability to meet needs, 1-7 (best)	107	2.8
Hiring and firing practices, 1-7 (best)	87	3.5
Labour Market, 1-7 (best)	109	3.0
Ease of finding skilled employees in local labour market, 1-7 (best)	81	4.0
Flexible working arrangements, 1-7 (best)	113	2.9
Labour productivity in hotels and restaurants, US\$ per pop	90	10,201.1
Labour productivity in transport, storage and communications, US\$ per pop	94	20,551.6
ICT readiness, 1-7 (best)	114	2.9
Individuals using Internet, % of pop	104	26.7
Broadband internet subscribers per 100 pop	99	1.4
Active mobile broadband Internet subscriptions per 100 pop	116	6.0
3G mobile network coverage rate, % of pop.	79	95.0
Use of digital platform for providing financial services, 1-7 (best)	117	2.9
Use of digital platforms for providing transportation and shipping, 1-7 (best)	115	2.7
Use of digital platform for providing hotels, restaurants and leisure activities services, 1-7 (best)	115	3.0
Power losses, % of domestic supply	102	20.9

T&T Policy and Enabling Conditions subindex, 1-7 (best) 103 3.6

Prioritization of Travel and Tourism, 1-7 (best) 116 1.9

T&T government expenditure, % gov't budget 107 1.2

Comprehensiveness of annual T&T data, 0-120 (best) 112 21.0

Timeliness of providing monthly/quarterly T&T data, 0-22.5 (best) 113 0.0

Country Brand Strategy rating, 0-100 (best) 110 38.3

T&T capital investment, % of total investment 116 0.5

International Openness, 1-7 (best) 89 2.7

Visa requirements, 0-100 (best) 115 2.0

Number of bilateral air service agreements 106 5.8

Number of regional trade agreements in force 114 1.0

Degree of financial openness, 0-1 (best) 1 1.0

Price Competitiveness, 1-7 (best) 9 6.2

Ticket taxes and airport charges, 0-100 (best) 8 95.1

Hotel price index, US\$ 1

Purchasing power parity, PPP\$ 60 0.4

Fuel price levels, US\$/litre 19 0.9

Short-term rental price, US\$ 1 10.7

Infrastructure subindex, 1-7 (best)

117 - 1.7 ↓

Demand Drivers subindex, 1-7 (best)

101 ↓ 1.8 ↑

Transport Infrastructure, 1-7 (best)

117 ↓ 1.2 ↓

Efficiency of air transport services, 1-7 (best)	i	117 ↓	1.7 ↓
Available seat kilometres per week, millions per pop	i	117 -	
Number of operating airlines	i	116 -	
Airport connectivity score	i	117 -	4.2 -

Land and Port Infrastructure, 1-7 (best)

115 ↓ 1.8 ↓

Quality of roads, 1-7 (best)	i	116 -	2.1 ↓
Road density, km/surface area	i	86 ↑	17.7 ↑
Efficiency of train services, 1-7 (best)	i	89 -	1.0 -
Railroad density, km/100 square km surface area	i	96 -	0.0 -
Efficiency of public transport services, 1-7 (best)	i	112 -	2.2 -
Adequate access to public transport, 1-7 (best)	i	112 -	3.0 -
Efficiency of seaport services, 1-7 (best)	i	91 ↑	2.1 ↓

Tourist Service Infrastructure, 1-7 (best)

113 ↑ 1.9 ↑

Hotel rooms, per 100 pop	i	98 ↓	0.1 -
Number of short-term rental listing, per 10,000 pop	i		
Presence of major car rental companies, 0-12 (best)	i	89 ↑	3.0 ↑
Automated teller machines, per 100,000 adults	i	108 -	6.4 -
Competitive tourism services, 1-7 (best)	i	117 -	3.3 -

Natural Resources, 1-7 (best)

74 ↓ 2.2 ↑

Number of World Heritage natural sites	i	50 ↓	1.0 -
Total known species	i	43 -	3,167.0
Total protected areas, km2	i	93 ↓	6,082.0
Natural tourism Digital Demand, 0-100 (best)	i	108 -	0.7 ↑
Number of terrestrial and freshwater ecoregions	i	36 -	14.0 -

Cultural Resources, 1-7 (best)

107 ↑ 1.7 ↑

Number of World Heritage cultural sites	i	55 -	3.0 -
Number of oral and intangible cultural expressions	i	69 ↑	2.0 ↑
Number of large sports stadiums	i	57 ↓	3.0 ↓
Cultural and entertainment tourism Digital Demand, 0-100 (best)	i	105 ↑	0.6 ↓
Number of UNESCO Creative Cities	i	70 ↓	0.0 -
Adequate protection for Tangible and intangible cultural heritage, 1-7 (best)	i	110 -	3.0 -

Non-Leisure Resources, 1-7 (best)

94 ↑ 1.4 ↑

Presence of Forbes Global 2000 HQ locations	i	58 ↑	0.0 -
Presence of global cities	i	96 -	0.1 -
Number of top universities	i	74 -	2.0 -
Non-leisure tourism Digital Demand, 0-100 (best)	i	108 -	0.1 ↑

T&T Sustainability subindex, 1-7 (best)		117	–	3.1	↑
Environmental Sustainability, 1-7 (best)		117	–	2.9	↓
Climate Change Exposure and Management, 1-7 (best)		93	↓	3.2	↓
Greenhouse gas emissions, tCO2e/pop		3	–	0.8	↓
Renewable energy, % of total energy consumption		104	↑	4.3	↑
Global Climate Risk Index		75	↓	67.8	↓
Investment in green energy and infrastructure, 1-7 (best)		114	–	1.7	–
Pollution & Environmental Conditions, 1-7 (best)		116	–	2.7	↓
Particulate matter (2.5) concentration (µg/m^3)		97	–	44.5	↓
Baseline water stress, 0-5 (worst)		102	–	4.0	–
Red List Index, 0-1 (best)		72	↓	0.8	↓
Forest cover loss, average % of baseline					
Wastewater treatment, %		102	–	0.0	–
Clean ocean water, 0-100 (best)		51	↓	53.5	↓
Preservation of Nature, 1-7 (best)		116	↓	2.9	↓
Environmental treaty ratification, 0-29 (best)		96	↓	19.0	–
Adequate protection for nature, 1-7 (best)		113	–	2.3	–
Oversight of production impact on the environment and nature, 1-7 (best)		114	–	2.5	–
Average proportion of key biodiversity areas covered by protected areas, %		92	–	22.5	–
Socioeconomic Resilience and Conditions, 1-7 (best)		116	↓	2.6	↓
Poverty rate, % of pop		38	↓	10.6	–
Social protection basic coverage, % of pop		66	↓	40.0	–
Social protection spending, % of GDP		52	↓	7.7	↓
NEET ratio, % of 15–24 year olds		117	–	44.4	–
Equal workforce opportunities, 1-7 (best)		115	–	2.9	–
Workers rights, 1-5+ (worst)					
Gender Inequality Index, 0-1 (worst)		115	–	0.8	↓
T&T Demand Pressure and Impact, 1-7 (best)		84	↑	3.7	↑
T&T GDP multiplier		88	–	1.5	↑
Inbound length of stay, days		23	↑	8.1	↑
Seasonality of int'l tourist arrivals, peak season % of total		1	–	0.0	–
Concentration of interest in cultural attractions, % of views		78	↑	66.5	↓
Concentration of interest in nature attractions, % of views					
Geographically dispersed tourism, 1-7 (best)		116	–	1.9	–
Quality of town and city centers, 1-7 (best)		110	–	3.0	–