

العلاقة بين القدرة التنافسية للقطاع السياحي والابتكار في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا

د. أحمد عارف عساف
جامعة الزرقاء- الأردن

ملخص البحث:

تعتبر السياحة من أبرز الأنشطة الاقتصادية في الاقتصاد العالمي. فوفقاً للمجلس العالمي للسفر والسياحة (WEF، 2013)، فإن المساهمة الإجمالية للسياحة والسفر تبلغ 9٪ من الناتج المحلي الإجمالي العالمي في عام 2012، وهو ما يمثل حوالي 6 ترليون دولار، وكذلك ساهمت في توفير أكثر من 250 مليون وظيفة، وهي واحدة من أحد عشر من الأنشطة الاقتصادية توفيراً لإجمالي الوظائف في العالم. وفي الاقتصاد الأوسع بأكمله. إن تطور السياحة عبر التاريخ، وخاصة منذ منتصف الثمانينيات سلط الضوء على الابتكار باعتباره عاملاً حاسماً لوضع شركات السياحة من التنافسية الدولية، وعلى الرغم من وجود أدلة قوية على نحو متزايد حول أهمية الابتكار كقوة تنافسية لصناعة السياحة، فإن الدراسات التجريبية في مجال السياحة مع التركيز على المنافسة والابتكار تعتبر شحيحة. وعليه فإن الغرض من هذه الدراسة يتمثل بتقييم العلاقة بين التنافسية في السياحة والسفر والابتكار في السياحة والسفر (عدد الخطوط الجوية المدنية، عدد الفنادق العالمية، جودة الطعام، أسعار تأجير السيارات السياحية، عدد أماكن الترفيه والتسلية) في دول منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا. وقام الباحث بتحليل بيانات الدراسة المتعلقة بالمتغيرات من خلال استخدام معامل ارتباط سبيرمان (Spearman's rho). وأظهرت النتائج أن الدول الأكثر تنافسية على مؤشر التنافسية في السياحة والسفر هي ليست بالضرورة أن تكون الأكثر ابتكاراً. وهذا يعني أن مؤشرات الابتكار في السياحة التي اعتمدت عليها الدراسة (باستثناء مؤشر تأجير السيارات السياحية) لن تؤدي إلى زيادة مستوى تنافسية الدول قيد الدراسة سياحياً.

الكلمات المفتوحة: السياحة، التنافسية، الابتكار، دول منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا

Abstract:

Tourism is an important economic activity in world economy. According to the World Travel and Tourism Council (WEF, 2013), the total contribution of tourism and travel comprised 9% of global GDP in 2012, representing around 6.6 trillion US Dollars, and generated over 250 million jobs, one of the eleven economic activities of the world's total jobs. The evolution of tourism throughout history, and particularly since the mid-1980s highlights the innovation as a crucial factor for the international competitive position of tourism companies. Although the increasingly strong evidence about the importance of innovation as a competitive force to tourism industry, the empirical studies in the tourism field focusing competitiveness and innovation are scarce. Thus the present study is to assess the relationship between competitiveness

and innovation (the number of carrier in civil aviation, international hotel chains, standardized gastronomy, the rent-a-car business, and leisure parks) applied to the tourism industry in Middle East and North Africa Countries. The results showed that the most competitive countries on Competitiveness Index in the travel and tourism are not necessarily to be the most innovative. This means that innovation indicators in tourism, which was adopted by the study (except car rental index) will not lead to an increase in the level of countries in tourism competitiveness.

Key words: Tourism, competitiveness, innovation, Middle East and North Africa Countries.

مقدمة:

تعتبر السياحة من أبرز الأنشطة الاقتصادية في الاقتصاد العالمي. فوفقا للمجلس العالمي للسفر والسياحة (WEF، 2013)، فإن المساهمة الإجمالية للسياحة والسفر تبلغ 9٪ من الناتج المحلي الإجمالي العالمي في عام 2012، وهو ما يمثل حوالي 6 ترليون دولار، وكذلك ساهمت في توفير أكثر من 250 مليون وظيفة، وهي واحدة من أحد عشر من الأنشطة الاقتصادية توفيراً لإجمالي الوظائف في العالم. وفي الاقتصاد الأوسع بأكمله، في عام 2012 تفوقت هذه الصناعة المتنامية بشكل أسرع من غيرها من الصناعات مثل الصناعات التحويلية والخدمات المالية والتجزئة. لذا، فإن السياحة والسفر تعتبر "القطاع الرئيسي للعديد من الاقتصادات الناشئة والمتقدمة (WEF، 2013)" يعتبر الابتكار في الاقتصاد الحديث عاملاً أساسياً للقدرة التنافسية للشركات. حيث أن السياحة أحد الصناعات الواعدة في العالم، لذلك لا بد من فهم مساهمة الابتكار في القدرة التنافسية في هذا القطاع. وعليه تهدف هذه الدراسة إلى معالجة سؤالين عميين هما: هل الدول السياحية الأكثر تنافسية هي الأكثر ابتكاراً؟ أي فئة من الابتكارات تساهم أكثر من غيرها في القدرة التنافسية للبلدان في قطاع السياحة؟

وعلى الرغم وجود أدلة قوية على نحو متزايد حول أهمية الابتكار كقوة تنافسية لصناعة السياحة، فإن الدراسات التجريبية في مجال السياحة مع التركيز على المنافسة والابتكار تعتبر شحيحة. ففي جانب كبير منه هو نتيجة لعدة أسباب كما تم الإشارة إليها في الدراسات السابقة منها: الفرق بين صناعة السياحة والصناعات الأخرى في الاقتصاد والمشاكل المنهجية المحددة من النماذج والقيود المفروضة على الموارد العامة على أساس قواعد البيانات الثانوية (Camison & Monfort، 2012، Lopez، وآخرون، 2009) وعليه فمن المتوقع أن تساهم هذه الدراسة في فهم أفضل للعلاقة بين التنافسية والابتكار وتطبيقها على صناعة السياحة.

التنافسية في السياحة والابتكار

يمكن أن ينظر إلى القدرة التنافسية إلى منظورين. وجهة نظر الاقتصاد الجزئي، على مستوى الشركات أو الصناعات التي يمكن تعريفها بأنها قدرة شركة واحدة أو قطاع واحد، يتطور بطريقة مستدامة بعلاقة ناجحة مع نظامها الإيكولوجي. على هذا المستوى يستند مفهوم التنافسية في قدرة الشركات على المنافسة، في النمو، وأن يكون مريح على نحو مستدام. أما وجهة نظر الاقتصاد الكلي وعلى مستوى الدول أو المناطق، يرتبط ارتباطاً وثيقاً بالإنتاجية.

كتعريف عام للقدرة التنافسية فإن (Fagerberg، 1988) حدد القدرة التنافسية باعتبارها قدرة البلد على زيادة مستوى معيشة مواطنيها من خلال النمو المستدام في الدخل وفرص العمل، دون التضحية بميزان المدفوعات. برنامج OECD حدد القدرة التنافسية بأنها "الدرجة التي،

في ظل ظروف السوق المفتوحة، يمكن لبلد أن تنتج السلع والخدمات التي تلبى اختبار المنافسة الأجنبية مع الحفاظ في نفس الوقت على توسيع الدخل المحليز (OECD، 1992). القدرة التنافسية هي مفهوم نسبي وديناميكي، وتتطوي على مكونات ديناميكية، والذي يجد المعنى لها عند إدراجها ضمن سياق البيئة وعندما تتعلق ب فترة زمنية معينة (Pereira وآخرون 2010، 2007). في حين أن الإنتاجية في بلد ما يحدد قدرته على الحفاظ على مستوى عال من الدخل والقدرة التنافسية وهي واحدة من العوامل الرئيسية لشرح إمكانات النمو في الاقتصاد (Sala-i-Martin وآخرون، 2011).

محددات القدرة التنافسية كثيرة ومعقدة. ولترتيب القدرة التنافسية للبلدان، فان تقرير مؤشر التنافسية العالمي يقدم مؤشر (GCI)، الذي أعده المنتدى الاقتصادي العالمي (WEF) التقط هذا البعد من خلال توفير المتوسط المرجح لعناصر كثيرة مختلفة، كل منها يعكس جانبا واحدا من الواقع المعقد لما نسميه القدرة التنافسية. كل هذه المكونات صنفت في 12 ركيزة من ركائز التنافسية الاقتصادية (تقرير التنافسية العالمية 2011-2012).

الابتكار هو عامل أساسي مهم للتنافسية. وفقا (Denton، 1999) فان الابتكار هو محور للتنافسية، وضروري للشركات وللدول على حد سواء.

ووفقا ل (Pereira وآخرون 2013) فان الاتحاد الأوروبي يسعى باستمرار لتعزيز القدرة التنافسية الدولية من خلال استخدام الأصول غير الملموسة مثل الابتكار والعلم وروح المبادرة. تطوير اقتصاد الاتحاد الأوروبي كاقصاد قائم على المعرفة يسلط الضوء على المعرفة والابتكار كمواضيع مركزية، لأن هذه هي العوامل هي العوامل الرئيسية للتنمية الاقتصادية، وجنبا إلى جنب مع المكونات الأخرى، فإنها يمكن أن تتحول إلى ميزة تنافسية قوية لأي دولة.

ووفقا لدليل أوصلو (OECD، 2005) فان الابتكار هو "تنفيذ فكرة جديدة أو تحسن كبير في المنتج (خدمة أو منتج)، أو عملية، وهي طريقة جديدة للتسويق، أو أسلوب تنظيمي جديد في الممارسات التجارية، وتنظيم مكان العمل أو العلاقات الخارجية".

ووفقا لـ (Hall and Williams، 2008) فإنه يمكن وصف الابتكار من خلال أشكاله والتي تشير إلى نوع الابتكار، ومداه، الذي يميز آثاره على مختلف المستويات: العالم، المستوى الوطني أو الإقليمي أو القطاعي.

إن ضغوط الابتكار تعتبر محرك للتنافسية، والتي يتم تطبيقها على شركات السياحة من أجل خلق ميزة تنافسية (Mei وآخرون، 2012)، (Williams & Shaw، 2011)، وزيادة الإنتاجية وإدخال منتجات وخدمات جديدة وتحسين جودة الخدمات (Carlisle وآخرون، 2013)، (OECD، 2012)، (Weiermair، 2006)، ومن جانب آخر فان التنافسية للشركات السياحية العالمية تعتمد على الابتكار أيضا.

التطبيق على قطاع السياحة

يلعب الابتكار دورا متزايدا في الخدمات (Aldebert وآخرون، 2011) (Miles، 2005)، وأهمية خاصة بالنسبة لصناعة السياحة (Hjalager، 2002)، (Aldebert وآخرون، 2011). إن تطور السياحة عبر التاريخ، وخاصة منذ منتصف الثمانينيات سلت الضوء على الابتكار باعتباره عاملا حاسما لوضع شركات السياحة من التنافسية الدولية (Camisón & Monfort، 2003)، (Hjalager، 2002)، (Ritchie & Crouch، 2000).

يفيد بعض الباحثين مثل (Camisón & Monfort، 2003)، (Miles، 2005) بأن الابتكار في صناعة الخدمات (بسبب خصائصه)، لا تتبع نفس أنماط الابتكار في الصناعة التحويلية. وفقا لتصنيف خدمات ميوزو (Miozzo and Soete، 2001) فان قطاعي السياحة من "

الفنادق والمطاعم" يعتبران من مستخدمي الابتكار التكنولوجي والتي يفرضها الموردون (المورد المسيطر)، بينما قطاعي النقل وخدمات السفر فانهم يعتبران من مستخدمي الشبكات المادية كثيفة النطاق. ولكن في وجهة نظر (Pavitt، 1984) و (Laursen and Foss، 2003) فان جميع قطاعات السياحة تعتبر ضمن " المورد المسيطر". وضمن هذه الطريقة في التفكير فان (Aldebert وآخرون، 2011) أشاروا إلى أن السياحة تعتبر واحدة من الدوافع الرئيسية لشبكة الإنترنت في الاقتصاد كمستخدم والناشر للابتكار التكنولوجي. وعلى الرغم من أن الابتكار قد أعتبر من خلال المؤسسات الحكومية غير مهم في صناعات الخدمات غير المعرفة مثل السياحة (Kotilainen، 2005)، (Mei وآخرون، 2012)، واستنادا إلى دراسات (Bieger، 2005)، (Hall and Williams، 2008)، (Hjalager، 2010)، (Nordin and Svensson، 2010)، (Pechlaner وآخرون، 2005)، (Volo، 2005) فقد تبين وجود زيادة في التركيز على الابتكار لتحقيق ميزة تنافسية في صناعة السياحة.

من الجانب الآخر، بالنظر إلى أن القدرة التنافسية يمكن تحقيقها من خلال الابتكار؛ بالتالي يصبح من الضروري الاعتماد عليها في تنمية البلدان (Hall & Williams، 2008)، (Mei، Arcodia & Ruhanen، 20012)، (Schumpeter، 1934). هذه العلاقة هي مهمة على المستوى المحلي والمستوى الدولي، لأن الابتكار هو "القوة الدافعة للنمو الاقتصادي، وخلق فرص العمل وتكوين الثروات الجماعي والرخاء (Mei وآخرون، 2012). من أهم الابتكارات في صناعة السياحة وفقا لـ (Hajaleger، 2010) هي ابتكارات المنتج أو الخدمة، والابتكارات العملية والابتكارات الإدارية، والابتكارات المؤسسية. وفي دراستهم للاتجاه الابتكارات في الشركات الإسبانية، وجد (Camisón and Monfort، 2013) أن اسبانيا هي من الدول السياحية الأكثر تنافسية في العالم، حيث تبين لهما بأنه من خلال قطاعي السياحة والضيافة، برزت الشركات التي لديها أنشطة عملية على الابتكار والابتكارات التنظيمية.

مشكلة الدراسة وأهدافها:

ان الغرض من هذه الدراسة يتمثل بتقييم العلاقة بين التنافسية في السياحة والسفر والابتكار في السياحة والسفر (عدد الخطوط الجوية المدنية، عدد الفنادق العالمية، جودة الطعام، أسعار تأجير السيارات السياحية، عدد أماكن الترفيه والتسليّة) في دول منطقة الشرق الأوسط وشمال افريقيا.

ويمكن تحقيق الغرض من هذه الدراسة من خلال الإجابة عن التساؤلات الآتية:

- هل يوجد علاقة بين التنافسية في السياحة والسفر وعدد الخطوط الجوية المدنية في دول منطقة الشرق الأوسط وشمال افريقيا
- هل يوجد علاقة بين التنافسية في السياحة والسفر وعدد الفنادق العالمية في دول منطقة الشرق الأوسط وشمال افريقيا
- هل يوجد علاقة بين التنافسية في السياحة والسفر وجودة الطعام في دول منطقة الشرق الأوسط وشمال افريقيا
- هل يوجد علاقة بين التنافسية في السياحة والسفر وأسعار تأجير السيارات السياحية في دول منطقة الشرق الأوسط وشمال افريقيا

هل يوجد علاقة بين التنافسية في السياحة والسفر وعدد أماكن الترفيه والتسلية في دول منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا
فرضيات الدراسة:

الفرضية الرئيسية: لا يوجد علاقة ذات دلالة احصائية بين التنافسية في السياحة والسفر والابتكار في السياحة والسفر والمتمثلة في (عدد الخطوط الجوية المدنية، عدد الفنادق العالمية، جودة الطعام، أسعار تأجير السيارات السياحية، عدد أماكن الترفيه والتسلية) في دول منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا.

الفرضية الفرعية الأولى: لا يوجد علاقة ذات دلالة احصائية بين التنافسية في السياحة والسفر وعدد الخطوط الجوية المدنية في دول منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا.

الفرضية الفرعية الثانية: لا يوجد علاقة ذات دلالة احصائية بين التنافسية في السياحة والسفر وعدد الفنادق العالمية في دول منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا.

الفرضية الفرعية الثالثة: لا يوجد علاقة ذات دلالة احصائية بين التنافسية في السياحة والسفر وجودة الطعام في دول منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا.

الفرضية الفرعية الرابعة: لا يوجد علاقة ذات دلالة احصائية بين التنافسية في السياحة والسفر وأسعار تأجير السيارات السياحية في دول منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا.

الفرضية الفرعية الخامسة: لا يوجد علاقة ذات دلالة احصائية بين التنافسية في السياحة والسفر وعدد أماكن الترفيه والتسلية في دول منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا.

أداة الدراسة والتحليل الإحصائي:

اعتمدت الدراسة على مصادر البيانات الثانوية حيث قام الباحث بجمع البيانات الثانوية عن المؤسسات الدولية والاطلاع على الأدبيات والمراجع ذات العلاقة بموضوع الدراسة، إضافة إلى تقارير الرسمية الصادرة عن المنظمات ذات العلاقة تم التعرف على الدراسات السابقة المنشورة وغير المنشورة في الكتب والدوريات والرسائل الجامعية ومواقع الإنترنت.

لقد تم تحليل بيانات الدراسة المتعلقة بالمتغيرات من خلال استخدام برامج إحصائية مناسبة واستخدم برنامج الحزمة الإحصائية (SPSS) معامل ارتباط سبيرمان (Spearman's rho) لدراسة العلاقة بين المتغيرات.

مؤشرات الدراسة:

1. مؤشر التنافسية للسياحة والسفر

أن مؤشر التنافسية للسياحة والسفر يغطي 140 دولة ويستخدم مزيجا من البيانات من مصادر متاحة للجمهور، والسفر والسياحة والمؤسسات الدولية والخبراء. كما أنه يشتمل على نتائج استطلاع الرأي التنفيذي، وهو مسح سنوي شامل يجريه المنتدى الاقتصادي العالمي وشبكته من المعاهد الشريكة (معاهد البحوث ومنظمات اقتصادية) في الدول التي يغطيها التقرير، وأن المسح يوفر بيانات عن العديد من القضايا النوعية البيئية المؤسسية والتجارية. بالإضافة إلى ذلك، يتضمن التقرير مساهمات من خبراء الصناعة.

ومن المهم أن نوضح أن التقرير لا يناقش أعداد السائحين لكل دولة حتى لا يفهم خطأ، لكن التقرير يناقش قدرة الدولة علي تنويع منتجها السياحي وتحسين الخدمات المقدمة للسائح مع توافر المناخ الاستثماري الذي يجذب المستثمرين. ويعمل علي تسهيل إقامة المشروعات السياحية، وتحسين التشريعات والاستخدام الأمثل للموارد البشرية والطبيعية والمالية الموجودة لديها بهدف تحسين ورفاهية مواطنيها.

ويعتمد مؤشر قياس القدرة التنافسية للدولة علي3 مجموعات من المؤشرات الرئيسية هي أولا: الإطار التنظيمي، ويشمل السياسات واللوائح والتشريعات وثانيا: مناخ الأعمال والبنية التحتية. وثالثا: الموارد البشرية والطبيعية والثقافية.

ويندرج تحت هذه المجموعات الثلاث 41 بندا كل منها يتكون من عدد من المؤشرات الفرعية يصل عددها إلي57 مؤشرا، وتشمل هذه المؤشرات معظم النواحي المؤثرة في القطاع السياحي بشكل مباشر أو غير مباشر مثل أعداد الغرف الفندقية والمحميات الطبيعية وشبكات النقل البحري والجوي والجوي وقوانين البيئة، ومستوي التعليم والقوانين المنظمة للعلاقة بين صاحب العمل والعمال، والأمن والأمان والصحة والتنافسية في الأسعار والعمالة المدربة وتكنولوجيا المعلومات. والجدول رقم (1) يبين الترتيب العالمي ومجموع النقاط لكل دولة من دول الشرق الأوسط باستثناء سوريا واليمن وذلك بسبب عدم توفر البيانات لهما.

الجدول رقم (1) مؤشر التنافسية للسياحة والسفر لدول الشرق الأوسط وشمال أفريقيا (2013)

الدولة	مجموع النقاط
الجمهورية اللبنانية	4.04
الجمهورية العراقية	4.34
المملكة الأردنية الهاشمية	4.18
الجمهورية الإيرانية	3.64
الجمهورية التركية	4.44
الكيان الاسرائيلي	4.34
المملكة العربية السعودية	4.17
الإمارات العربية المتحدة	4.68
مملكة البحرين	4.30
سلطنة عمان	4.29
دولة قطر	4.94
دولة الكويت	3.61
الجمهورية العربية المصرية	3.88
الجزائر	3.07
السودان	2.52
المغرب	4.03
تونس	4.20*
ليبيا	2.97*
موريتانيا	2.91

المصدر: منتدى الاقتصاد العالمي، تقرير مؤشر تنافسية السفر والسياحة (2013)
*تم تقديرها من قبل الباحث

2. مؤشرات الابتكار

ان أفضل الأدلة التجريبية من الأهمية الاقتصادية للابتكار كانت في الولايات المتحدة. أن جزءا هاما من الابتكارات الرئيسية للسياحة الحديثة "وجد في الولايات المتحدة الأمريكية (Keller,)

(Bieger، 2005)، ومن الأمثلة البارزة على هذه الأنواع انخفاض التكاليف في مجال الطيران المدني، وسلاسل الفنادق الدولية، وفن الطهو، وأعمال تأجير السيارات، والاماكن الترفيهية. وقد قام الباحث بالاعتماد على هذه المؤشرات لقياس القدرة الابتكارية لدول الشرق الأوسط. والجدول رقم (2) يبين مؤشرات الابتكار في قطاع السياحة.

الجدول رقم (2) مؤشرات الابتكار في قطاع السياحة لدول الشرق الأوسط وشمال افريقيا

الدولة	عدد الخطوط الجوية المدنية 2013	عدد الفنادق العالمية 2013	التصنيف العالمي لجودة الطعام (140 دولة) 2013	أسعار تأجير السيارات السياحية (دولار) لمدة أسبوع لسيارة اقتصادية 2015	عدد أماكن الترفيه والتسلية ذات المستوى العالمي 2014
الجمهورية اللبنانية	6	8	27	117	2
الجمهورية العراقية	5	11	95	176	1
المملكة الأردنية الهاشمية	6	33	51	123	1
الجمهورية الإيرانية	12	41	81	180	2
الجمهورية التركية	8	13	32	85	2
الكيان الاسرائيلي	3	12	23	146	1
المملكة العربية السعودية	5	4	71	175	3
الإمارات العربية المتحدة	16	27	65	114	13
مملكة البحرين	4	5	92	120	1
سلطنة عمان	2	4	99	426	1
دولة قطر	2	3	77	113	1
دولة الكويت	2	9	41	234	1
الجمهورية العربية المصرية	6	20	80	190	2
الجزائر	3	15	57	266	1
السودان	2	7	83	188	0
المغرب	4	5	64	113	1
تونس	5	8	52	160	1
ليبيا	5	3	85	315	1
موريتانيا	1	1	96	170	0

المصدر:

1. الخطوط الجوية: www.icao.int

2. الفنادق: www.wikipedia.com

2. جودة الطعام: *The best and worst countries in the word for eating, Buzz feed news*

3. أسعار تأجير السيارات: *Travel Supermarket (4-10/3/2015) www.travelsupermarket.com*

4. أماكن التسلية والترفيه: *The Theme park Guy, www.themeparkguy.com*

التحليل الوصفي للبيانات

للإجابة عن أسئلة الدراسة تم حساب معامل ارتباط سبيرمان (Spearman's rho) بين مجموع نقاط التنافسية والسياحة لدول الشرق الأوسط وشمال أفريقيا وكل من المؤشرات التي تضمنتها أسئلة الدراسة وقد أظهرت نتائج الدراسة ما يلي:

السؤال الأول: أظهرت قيمة معامل ارتباط سبيرمان عدم وجود علاقة بين عدد الخطوط الجوية المدنية في الدولة وبين مجموع النقاط التي حصلت عليها الدول في التنافسية والسفر حيث بلغت قيمة معامل الارتباط ($rs=281, p=243$) وهي غير دالة احصائيا عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$). وعليه نقبل الفرضية الاولى والتي تنص على عدم وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين التنافسية في السياحة والسفر وعدد الخطوط الجوية المدنية في دول منطقة الشرق الأوسط وشمال افريقيا.

السؤال الثاني: أظهرت قيمة معامل ارتباط سبيرمان عدم وجود علاقة بين عدد الفنادق العالمية في الدولة وبين مجموع النقاط التي حصلت عليها الدول في التنافسية والسفر حيث بلغت قيمة معامل الارتباط ($rs=143, p=558$) وهي غير دالة احصائيا عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$). وعليه نقبل الفرضية الفرعية الثانية والتي تنص على عدم وجود لا يوجد علاقة ذات دلالة احصائية بين التنافسية في السياحة والسفر وعدد الفنادق العالمية في دول منطقة الشرق الأوسط وشمال افريقيا.

السؤال الثالث: أظهرت قيمة معامل ارتباط سبيرمان عدم وجود علاقة بين جودة الطعام في الدولة وبين مجموع النقاط التي حصلت عليها الدول في التنافسية والسفر حيث بلغت قيمة معامل الارتباط ($rs=-0.200, p=0.411$) وهي غير دالة احصائيا عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$). وعليه نقبل الفرضية الفرعية الثالثة والتي تنص على عدم وجود لا يوجد علاقة ذات دلالة احصائية بين التنافسية في السياحة والسفر وجودة الطعام في دول منطقة الشرق الأوسط وشمال افريقيا.

السؤال الرابع: أظهرت قيمة معامل ارتباط سبيرمان وجود علاقة بين أسعار تأجير السيارات السياحية في الدولة وبين مجموع النقاط التي حصلت عليها الدول في التنافسية والسفر حيث بلغت قيمة معامل الارتباط ($rs=-0.603, p=006$) وهي دالة احصائيا عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$)، وقد كانت العلاقة بين أسعار تأجير السيارات السياحية والتنافسية والسفر علاقة عكسية فزيادة أسعار تأجير السيارات يقلل من احتمالية اختيار الدولة كوجهة للسياحة والسفر من قبل السواح. وعليه نرفض الفرضية الرابعة والتي تنص على عدم وجود لا يوجد علاقة ذات دلالة احصائية بين التنافسية في السياحة والسفر وأسعار تأجير السيارات السياحية في دول منطقة الشرق الأوسط وشمال افريقيا، ونقبل الفرضية البديلة والتي تفيد بوجود علاقة ذات دلالة احصائية بين التنافسية في السياحة والسفر وأسعار تأجير السيارات السياحية في دول منطقة الشرق الأوسط وشمال افريقيا.

السؤال الخامس: أظهرت قيمة معامل ارتباط سبيرمان عدم وجود علاقة بين عدد أماكن الترفيه والتسلية وبين مجموع النقاط التي حصلت عليها الدول في التنافسية والسفر حيث بلغت قيمة معامل الارتباط ($rs=375, p=113$) وهي غير دالة احصائيا عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$). وعليه نقبل الفرضية الفرعية الخامسة والتي تنص على عدم وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين التنافسية في السياحة والسفر وعدد أماكن الترفيه والتسلية في دول منطقة الشرق الأوسط وشمال افريقيا.

وعليه يتضح من النتائج عدم وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين التنافسية في السياحة والسفر والابتكار في السياحة والسفر والمتمثلة في (عدد الخطوط الجوية المدنية، عدد الفنادق العالمية، جودة الطعام، أسعار تأجير السيارات السياحية، عدد أماكن الترفيه والتسلية) في دول منطقة الشرق الأوسط وشمال افريقيا.

Correlations

		مجموع النقاط
Spearman's rho	عدد الخطوط الجوية المدنية 2013	Correlation Coefficient .281 Sig. (2-tailed) .243 N 19
	عدد الفنادق العالمية 2013	Correlation Coefficient .143 Sig. (2-tailed) .558 N 19
	التصنيف العالمي لجودة الطعام (140 دولة) 2013	Correlation Coefficient -.200 Sig. (2-tailed) .411 N 19
أسعار تأجير السيارات السياحية (دولار) لمدة أسبوع لسيارة اقتصادية 2015		Correlation Coefficient -.603** Sig. (2-tailed) .006 N 19
	عدد أماكن الترفيه والتسلية ذات المستوى العالمي 2014	Correlation Coefficient .375 Sig. (2-tailed) .113 N 19

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

إستنتاجات الدراسة والتوصيات:

هدفت الدراسة إلى معالجة سؤالين عاميين هما: هل الدول السياحية الأكثر تنافسية هي الأكثر ابتكاراً؟ أي فئة من الابتكارات تساهم أكثر من غيرها في القدرة التنافسية للبلدان في قطاع السياحة؟ وعلى الرغم وجود أدلة قوية على نحو متزايد حول أهمية الابتكار كقوة تنافسية لصناعة السياحة، فإن هذه الدراسة أظهرت أن الدول الأكثر تنافسية على مؤشر التنافسية في السياحة والسفر هي ليست بالضرورة أن تكون الأكثر ابتكاراً. وهذا يعني أن مؤشرات الابتكار في السياحة التي اعتمدت عليها الدراسة (باستثناء مؤشر تأجير السيارات السياحية) لن تؤدي إلى زيادة مستوى تنافسية الدول قيد الدراسة سياحياً، وهذه النتيجة تتفق مع آراء كل من (2003 Miles، 2005 Camisón & Monfort).

وعليه توصي الدراسة دول منطقة الشرق الأوسط وشمال افريقيا بالتركيز على مؤشرات أخرى غير المؤشرات التي تناولتها هذه الدراسة لزيادة قدرتها التنافسية في قطاع السياحة والسفر. كما توصي الدراسة الباحثين بتناول مؤشرات أخرى ذات دلالة ابتكارية لمعرفة العلاقة بينها وبين تنافسية قطاع السياحة والسفر في دول منطقة الشرق الأوسط وشمال افريقيا.

References

- Aldebert, B., Dang, R. & Longhi, C. (2011), "Innovation in the tourism industry: the case of Tourism@", *Tourism Management*, 32, pp. 1204-1213.
- Camisón, C. & Monfort-Mir, V.M. (2012), "Measuring innovation in tourism from the Schumpeterian and the dynamic-capabilities perspectives", *Tourism Management*, 33, pp.776-789.
- Carlisle, Sheena, Kunc, Martin, Jones, Eleri & Tiffin, Scott. (2013), "Supporting innovation for tourism development through multi-stakeholder approaches : experiences from Africa". *Tourism Management*, 35 . pp. 59-69.
- Denton, D. Keith, (1999) "Gaining competitiveness through innovation", *European Journal of Innovation Management*, Vol. 2 (2), pp.82 - 85
- Fagerberg, J. (1988), "International Competitiveness," *The Economic Journal*, Vol. 98, No. 2, pp. 355–374.
- Hall, C. M. & Williams, A. M. (2008), *Tourism and Innovation*, Routledge, London
- Hjalager, A. (2002), "Repairing innovation defectiveness in tourism", *Tourism Management*, 23(5), pp.465- 474.
- Hjalager, A. (2010), „A Review of Innovation Research in Tourism", *Tourism Management*, 31, pp.1-12.
- Kotilainen, H. (2005), "Best practices in innovation tourism", *Technology Review*, Vol 177.
- Laursen, K. and N.J. Foss (2003), 'New HRM Practices, Complementarities, and the Impact on Innovation Performance', *Cambridge Journal of Economics*, Vol 27(2), pp. 243-263.
- López-Fernández, M. C., Serrano-Bedia, A. M., & Gómez-López, R. (2009). La decisión de innovar de las empresas turísticas: un análisis empírico de la industria hostelera. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 15(3), pp.173-186.
- Mei, X.Y., Arcodia, C. & Ruhanen, L. (2012). "Towards tourism innovation: A critical review of public policies at the national level", *Tourism Management Perspectives*, 4, pp.92-105.
- Miles, I. (2005), "Innovation in Services", in Fagerberg J., Mowery, D & Nelson R. (eds), *The Oxford Handbook of Innovation*, Oxford University Press: New York, pp. 433-458.
- Miozzo, M., & Soete, L. (2001). "Internationalization of services: a technological perspective", *Technological Forecasting and Social Change*, 67(4), pp.159-185.
- OECD (1992), "Technology and the Economy: The Key Relationships," Paris: OECD.
- OECD (2005), "The Measurement of Scientific and Technological Activities: Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data: Oslo Manual, Third Edition" prepared by the Working Party of National Experts on Scientific and Technology Indicators, OECD, Paris.

OECD (2012), *OECD Tourism Trends and Policies 2012*, OECD Publishing.

Pavitt, K. (1984), 'Sectoral Patterns of Technical Change: Towards a Taxonomy and a Theory', *Research Policy*, Vol. 13, pp. 343-373.

Pereira, E. T., Bento, J.P.C & Priede, J. (2013), "The Contribution of Technological Change on EU Exports", *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 99, pp. 658 – 664.

Pereira, Elisabeth T.; Fernandes, António J. & Diz, Henrique M. M. (2010), "Competitiveness and Industrial Evolution: the Case of Ceramics Industry", *Evolutionary and Institutional Economics Review*, Vol.7, Nº2, 2010, pp. 333-354

Pereira, Elisabeth T.; Fernandes, António J. & Diz, Henrique M. M. (2007), "Does Evolution Guide Competitiveness?", *Proceedings of the International Conference of International Association for Scientific Knowledge, IASK Global Management 2007*, University of Algarve, Faro, 2-5 May, 2007, pp. 23-34.

Priede, Janis; Pereira, Elisabeth T.; (2013), "Innovation as a Key Factor in the International Competitiveness of the European Union", *European Integration Studies*, No 7(2013), ISSN 1822–8402.

Ritchie, J. R, and Crouch, G. (2000), "The competitive destination: a sustainability perspective". *Tourism Management*, 21(1); pp. 1-7.

Sala-i-Martin, X., J. Blanke, M. Drzeniek Hanouz, T. Geiger, I. Mia, and F. Paua (2009), "The Global Competitiveness Index: Prioritizing the Economic Policy Agenda", *The Global Competitiveness Report 2008–2009*. Hampshire: Palgrave Macmillan. 3–41.

Schumpeter, J.A. (1934), *The Theory of Economic Development*, Cambridge, Mass.: Harvard University Press (originally published in German in 1911; reprinted by Transaction Publishers, New Brunswick, New Jersey in 1997).

WEF (World Economic Forum) (2009), "The Global Competitiveness Index", *The Global Competitiveness Report 2008–2009*. Hampshire: Palgrave Macmillan.

WEF (World Economic Forum) (2013), "The Global Competitiveness Index", *The Global Competitiveness Report 2013–2014*. Hampshire: Palgrave Macmillan.

WTTC (World Travel and Tourism Council). (2013). *World Economic Impact Report*. Accessed in 10/04/2014, in http://www.wttc.org/site_media/uploads/downloads/world2013.pdf *Travel & Tourism Competitiveness Index (TTCI) (Travel & Tourism Competitiveness Report, 2013*

Weiermair, K. (2006), "Product improvement or innovation: what is the key to success in tourism?", *Innovation and growth in tourism*, OECD, Paris, 53-69.

Williams, AM and Shaw, G (2011), "Internationalization and innovation in tourism", *Annals of Tourism Research*, 38 (1, 27 - 51).