

نحو بناء إستراتيجية وطنية لتطوير القطاع السياحي في العراق*

سلطان جاسم سلطان

أ.م.د محمد علي حميد

أ.د. كاظم البطاط

جامعة كربلاء- كلية الإدارة والاقتصاد

ملخص البحث:

يُعد القطاع السياحي نشاطاً ذا آثار اقتصادية واجتماعية وثقافية، وأصبح يمثل لدى الكثير من الدول احد أهم النشاطات الاقتصادية والاجتماعية، بوصفه مصدراً رئيساً للإيرادات الأجنبية، كما يؤثر على ميزان المدفوعات من خلال تحقيق فائض في الميزان السياحي، فضلاً عن توفير المزيد من فرص العمل لكونه قطاعاً كثيف العمالة، الى جانب ذلك، فإن القطاع السياحي يتسم بكونه قطاع كثيف العلاقات والتشابكات الأمامية والخلفية مع بقية القطاعات الأخرى، لذلك بدأ هذا القطاع يتصدر مكانة متميزة في استراتيجيات التنمية لاسيما في الدول التي تتمتع بتوفر الإمكانيات والمقومات السياحية. يهدف هذا البحث الى وضع استراتيجية لتطوير القطاع السياحي في العراق وبالشكل الذي تتمكن فيه من تحويل القطاع السياحي الى قطاع متين يساهم في تنويع الموارد المالية والتقليل من الاعتماد على النفط كمصدر وحيد لتوفير الموارد المالية للدولة.

Toward Foundation National Strategy To Improve Tourism Sector In Iraq

Abstract :

Tourism sector considers is effective which has economic, social and cultural effects. It became of the important sector in the economy, because represented source of foreign respects, and supported budget payment throughout achieving surplus in tourism balance as well as giving more of opportunities. In other hand this sector characterized by it has many relations with other sector. Therefore it started occupy distinctive rank amouny many of development strategies particularly the states which have tourism abilities. And this research aims to find strategy in order to improve tourism sector in Iraq for share in varying the fiscal respects and reduction of depending on oil as only source.

* بحث مسئل من الأطروحة الموسومة (تأثير القطاع السياحي في النمو الاقتصادي لدول مختارة مع إشارة خاصة للعراق).

المقدمة

شهد القطاع السياحي نموا لافتا خلال العقود الأربعة الأخيرة، إذ ارتفع عدد السياح من 25 مليون سائح في عام 1950 ليصل إلى نحو 1035 مليون سائح في عام 2012، كما ارتفعت الإيرادات السياحية من 2.1 مليار دولار في عام 1950 لتصل إلى ما يقارب 1075 مليار دولار في عام 2012. وتشير التقارير التي تصدرها منظمة السياحة العالمية (WTO) إلى أن السياحة تُمثل 9% من الناتج المحلي الإجمالي العالمي و30% من صادرات الخدمات في العالم، فضلاً عن توفير نحو 9% من فرص العمل بما فيها فرص العمل غير المباشرة. ويتوقع أن تواصل السياحة نموها المتزايد في المستقبل بسبب تحسن الوضع المعاشي والتطورات التكنولوجية التي حدثت في أنظمة النقل والتي أدت إلى تقليل الوقت والجهد في التنقل، فضلاً عن زيادة أوقات الفراغ، وبحسب توقعات منظمة السياحة العالمية، يُحتمل أن يصل عدد السياح إلى نحو 1.6 مليار سائح في عام 2020 وبمعدل نمو سنوي يبلغ نحو 4%. وفي ظل التطورات التي يشهدها الاقتصاد العالمي من تحرير التجارة (لاسيما تجارة الخدمات) والانفتاح ورفع القيود والحواجز، أصبحت السياحة تُمثل إحدى أهم الركائز الرئيسية لتحقيق التنمية المستدامة وتطوير اقتصادات الدول.

أهمية البحث

يتبوأ القطاع السياحي مكانة متميزة في الاقتصاد العالمي خصوصاً منذ خمسينيات القرن الماضي وذلك بسبب النمو الكبير الذي يشهده، إن القطاع السياحي دوراً كبيراً في توفير فرص العمل ورفد الدول بالعملات الأجنبية ومن ثم تطوير الاقتصاد وزيادة وتائر نموه. وأشارت التقارير والإحصاءات إلى احتمال زيادة أهمية القطاع السياحي في المستقبل، وذلك لإرتباطه بحجم السكان، وارتفاع متوسط دخل الفرد، ومن ثم هناك فرصة لتوسيع النشاط السياحي، الأمر الذي ينعكس على زيادة القيمة المضافة وزيادة مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي، وفي المحصلة النهائية تنوع هيكل الإيرادات المالية والتخلص من ظاهرة الريعية والاعتماد على مصدر وحيد لتمويل الموازنة العامة في العراق.

مشكلة البحث

أصبح القطاع السياحي من القطاعات المهمة لا سيما خلال العقود الثلاثة الأخيرة وتعتمد عليه الكثير من الدول للحصول على العملات الأجنبية، وتتمحور مشكلة البحث في ضعف مساهمة القطاع السياحي في تنوع الموارد المالية في العراق والاعتماد على القطاع النفطي فقط، بالرغم من كل ما يمتلكه العراق من مقومات دينية وتاريخية وطبيعية تؤهله لأنه يتصدر مراكز متقدمة في مجال السياحة على المستوى الدولي

فرضية البحث

ينطلق البحث من فرضية مفادها إن بناء استراتيجية وطنية رصينة للقطاع السياحي لها دور وبارز في دفع عجلة الاقتصاد من خلال التأثير الإيجابي في توفير فرص العمل، وزيادة الإيرادات الأجنبية، وتحسين حالة ميزان المدفوعات والميزان السياحي، فضلاً عن آثاره غير المباشرة الممتدة عبر الأنشطة المتنوعة والكثيرة المرتبطة بالسياحة.

أهداف البحث

يهدف البحث الى التعرف على الوضع الراهن للقطاع السياحي في العراقي، والعمل على وضع استراتيجية ذات منظور اقتصادي لتطوير القطاع السياحي في العراق في ضوء الإمكانيات والمقومات التي يمتلكها، ومن ثم زيادة مساهمة السياحة في دعم وتطوير الاقتصادي العراقي.

أولاً: الوضع الراهن للقطاع السياحي في العراق

يمتلك العراق الكثير من المقومات السياحية (الطبيعية والدينية والتاريخية)، فالعراق مهد الحضارة الإنسانية وعلى أرضه قامت أولى الحضارات في العالم، وإنسان العراق علم البشرية القراءة والكتابة، وتوجد في العراق مدن متكاملة شاحصة معالمها في مختلف المدن، كما توجد في العراق الكثير من المراكز الدينية لمختلف الأديان والطوائف والتي يتوافد عليها الزائرين سنوياً، كما يمتلك العديد من المقومات الطبيعية المنتشرة في شماله حيث المناطق الطبيعية الجميلة، أو في جنوبه إذ توجد فيها الاهور الرائعة أو في وسطه حيث مناطق السهل الرسوبي الجميلة، هذا الى جانب الموقع الجغرافي المتميز. وبالرغم من توفر تلك الإمكانيات إلا إن مساهمة القطاع السياحي في الاقتصاد العراقي تكاد لا تذكر، فعدد السياح الوافدين قليل جداً ولا تتناسب مع ما متوفر من إمكانيات، والإيرادات السياحية أيضاً قليلة، هذا فضلاً عن الدور السلبي للميزان السياحي في ميزان المدفوعات. وبالرغم من حدوث زيادة في عدد السياح الوافدين لاسيما بعد عام 2003 بعد تغيير نظام الحكم، إذ بلغ إجمالي عدد السياح الوافدين الى البلد نحو 1.111492 سائح في عام 2012 بالمقارنة مع 151351 سائح في عام 1995، إلا إن حصته من الأسواق العالمية لا تتجاوز 0.1% وهي نسبة ضئيلة جداً ولا تتناسب مع ما متوفر من إمكانيات ومقومات كبيرة جداً⁽¹⁾. أما فيما يتعلق بالإيرادات السياحية فقد شهدت هي الأخرى ارتفاعات ملحوظة لاسيما بعد عام 2003، إذ وصلت الى 1.640 مليار دولار في عام 2012، وبالرغم من الزيادة الملحوظة إلا إن حصته من الأسواق العالمية أيضاً لم تتجاوز 0.1% في أحسن الأحوال. ونظراً لانخفاض حجم الإيرادات السياحية فإن نسبة مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي هي الأخرى ضعيفة جداً ولا تتلاءم مطلقاً مع حجم الإمكانيات والمقومات المتوفرة في البلد⁽²⁾. ونظراً لانخفاض حجم الإيرادات السياحية، فإن حصتها كنسبة مئوية من إجمالي الصادرات هي غير ذي أهمية كما موضحة في الجدول (1)، فبعدما كانت نحو 0.8% في عام 2005 ارتفعت لتصل الى ما يقارب 3.4% في عام 2009 وهو أعلى مستوى تصل اليه خلال المدة 2005-2012، ثم انخفضت لتصل الى 1.7% في عام 2012. جدول (1) إيرادات السياحة كنسبة مئوية من إجمالي الصادرات في العراق للمدة 2005-2012

السنة	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
الإيرادات السياحية كنسبة مئوية من إجمالي الصادرات	0.8	0.6	1.4	1.3	3.4	3.2	1.9	1.7

(1) يُنظر الملحق (1)

(2) يُنظر الملحق (2)

المصدر: موقع البنك الدولي، متوفر على الرابط

<http://data.albankaldawli.org/indicator/ST.INT.RCPT.XP.ZS>

أما بالنسبة للميزان السياحي والذي يوضح الدور الاقتصادي للسياحة للبلد، فالملاحظ إن الميزان السياحي في العراق كان سلبياً خلال المدة 1990-2011، ولم يحقق فائضاً إلا في أعوام 1998 و 2008 و 2009 و 2010 من مجموع 21 عاماً. وهذا يعود الى زيادة السياحة العكسية (السياحة الى الخارج) في ظل تحسن المستوى المعاشي وارتفاع متوسط نصيب الفرد من الدخل. ما عن دور الميزان السياحي في الناتج المحلي الإجمالي، وكننتيجة للأداء السلبى للميزان السياحي خلال تلك الأعوام فقد كانت نسبته من الناتج المحلي الإجمالي سلبية كذلك، وكانت في عام 2005 تقريباً -0.9%، ثم وصلت هذه النسبة إلى -0.5% و -0.17% في عام 2006 و 2007 على التوالي. جدول (2) الميزان السياحي كنسبة مئوية من الناتج المحلي الإجمالي في العراق للمدة 2005-2011

السنة	الميزان السياحي كنسبة مئوية من الناتج المحلي الإجمالي
2005	-0.9
2006	-0.5
2007	-0.17
2008	0.04
2009	0.19
2010	0.05
2011	0.16

المصدر: السياحة الدولية في البلدان الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي: الآفاق والتحديات، 2013، مركز الأبحاث الإحصائية والاقتصادية والاجتماعية والتدريب للدول الإسلامية (سيسيريك)، مركز أنقرة، 2013، ص 48. من جانب آخر، فالقطاع السياحي له دوراً بارزاً في توفير فرص العمل سواءً بشكل مباشر (من داخل القطاع)، أو بشكل غير مباشر من خلال ارتباطه بالقطاعات الأخرى لكون إن القطاع السياحي يرتبط بتشابكات أمامية وخلفية مع بقية القطاعات الأخرى، إلا إن مساهمة هذا القطاع في توفير فرص العمل ضئيلة جداً ولا تسهم في حل مشكلة البطالة التي يعاني منها الاقتصاد العراقي. فبالرغم من إن العمالة في القطاع السياحي قد حققت زيادات ملحوظة خلال المدة 2007-2014، وكانت معدلات النمو ايجابية باستثناء عام 2011، إلا إنها لا ترتقي الى حجم الإمكانات والمقومات المتوفرة في البلد، فبعدها كانت فرص العمل الإجمالية نحو 326.3 ألف فرصة عمل منها 123.9 ألف فرصة عمل مباشرة و 202.4 فرصة عمل غير مباشرة، ارتفعت لتصل إلى نحو 430.5 ألف فرصة عمل كلية في عام 2013، كانت منها 155.3 ألف فرصة عمل مباشرة و 275.2 ألف فرصة عمل غير مباشرة، كما ومن المتوقع أن يصل المجموع الكلي لفرص العمل التي يوفرها القطاع السياحي العراقي في عام 2024 نحو 627.9 ألف فرصة عمل، منها 207.7 ألف فرصة مباشرة و 420.2 ألف فرصة عمل غير مباشرة⁽³⁾. يتضح مما تقدم أن القطاع السياحي في العراق له دوراً ضئيلاً في دفع عجلة الاقتصاد العراقي وتنويع وزيادة موارده المالية، ويعود ذلك الى مجموعة من الأسباب لعل أبرزها:

⁽³⁾ يُنظر الملحق (3)

- عدم الاهتمام من لدن الحكومات المتعاقبة على العراق بالقطاع السياحي والإهمال الكبير الذي تعرضت له المنشآت السياحية خلال العقود الثلاثة الماضية .
- الاعتماد على القطاع النفطي في توفير الإيرادات المالية، الأمر الذي أدى الى التركيز على قطاع الطاقة وإهمال القطاعات الأخرى.
- الاضطرابات السياسية والأمنية التي شهدتها البلد خلال العقود الثلاثة الماضية، الأمر الذي اثر سلباً على أداء القطاع السياحي.
- غياب الاستراتيجيات الواضحة للنهوض بالقطاع السياحي، وعدم إعطاء القطاع السياحي مكانة تتناسب وأهميته في الخطط التنموية بوصفه قطاعاً يوفر الإيرادات المالية، ويوفر فرص العمل، ويدعم ميزان المدفوعات من خلال تحقيق فائض في الميزان السياحي.

ثانياً: الاستراتيجية الوطنية للقطاع السياحي في العراق

لا يخفى على احد أهمية القطاع السياحي بالنسبة لكثير من دول العالم بوصفه احد أهم الموارد الاقتصادية لتلك الدول لما يساهم به في توفير العملات الأجنبية والموارد المالية وتحسين حالة ميزان المدفوعات، وتوفيره المزيد من فرص العمل لكونه قطاع كثيف العمالة، فضلاً عن كونه يتميز بالتشابكات الأمامية والخلفية التي تُحفز بقية القطاعات الأخرى. وعلى الرغم من امتلاك العراق ثروة سياحية هائلة متمثلة بالمآثر التاريخية والثقافية، ووجود المراكب الدينية المقدسة والمواقع الطبيعية والبيئية، إلا إن الملاحظ هو ضعف وبطء النمو الحاصل في القطاع، فضلاً عن ضعف مساهمته في النمو الاقتصادي والتنمية الاقتصادية. إن النمو المضطرب في قطاع السياحة على المستوى العالمي، وتفوق معدل نموه على معدلات النمو الاقتصادي عالمياً، يُشكل دافعاً قوياً لوضع استراتيجية لتطوير ذلك القطاع، وبالشكل الذي تتمكن فيه من تحويل القطاع السياحي إلى قطاع قوي ومتين يساهم في دفع عجلة الاقتصاد الوطني وتنوع هيكله الاقتصادي وموارده المالية. وعليه، نقترح استراتيجية سياحية ذات منظور اقتصادي لتطوير القطاع السياحي، وبالشكل الذي يحقق طفرة نوعية ترقى لمواكبة التطورات الحديثة في صناعة السياحة. وقبل الحديث عن رؤية وأهداف ومحاور الاستراتيجية، واجه الباحث السؤال التالي: لماذا الاهتمام بالقطاع السياحي في الوقت الذي نمتلك فيه ثروة هائلة من الموارد الطبيعية (كالنفط والغاز) وغيرها من الموارد الطبيعية. ويُمكننا الإجابة على هذا التساؤل بالقول، لقد من الله على هذا البلد بخيرات كثيرة، فهو يمتلك رابع أكبر إحتياطي للنفط في العالم بحسب الخبراء، وهو يطفو على بحيرة من النفط ولكن هذا المورد هو مورد ناضب وسوف ينتهي وينفذ في يوم ما، وهناك الكثير من الدراسات التي أشارت إلى الآثار السلبية الناتجة من الاعتماد على النفط كمصدر وحيد، لعلها أبرزها التقلبات في أسعار النفط التي تجعل الاقتصاد العراقي عُرضة للمخاطر الخارجية، ومن جانب آخر إن الاعتماد على النفط يؤدي إلى حدوث ظاهرة (المرض الهولندي) ذات الآثار السلبية والسيئة على الاقتصاد. في مقابل ذلك، يمتلك العراق مؤهلات سياحية تجعله أن يكون أفضل دول العالم سياحياً، فالقطاع السياحي مورد يتسم بالديمومة فهو مورد لا ينضب، فلا يمكن للمناطق السياحية والمعالم الأثرية والمراكب الدينية أن تنفذ أو تنتهي، على العكس تماماً كلما تقادمت كلما كانت أكثر أهمية، كما إن القطاع السياحي غير معرض لحدوث ظاهرة المرض الهولندي، إذ لم تُشر أي دراسة على المستوى الدولي أو المحلي الى وجود هذه الظاهرة في القطاع السياحي. من جانب آخر، إن صناعة السياحة هي صناعة بلا دخان، الأمر الذي يجعل منها احد العوامل المهمة للحفاظ على البيئة، ومن ثم احد العوامل المساهمة في تحقيق النمو المستدام والتنمية المستدامة. ومن ثم فان السياحة تساعد اقتصاد العراق على التنوع وخفض الاعتماد على موارد النفط والطاقة.

- التحديات التي تواجه الاستراتيجية الوطنية للقطاع السياحي في العراق

تواجه الاستراتيجية المقترحة مجموعة من التحديات أهمها:

1-1 تحقيق الأمن والاستقرار:

إن إنعدام الأمن والاستقرار يُشكل تحدياً رئيساً أمام عملية النمو والتنمية الاقتصادية، ويُشير تقرير صادر عن البنك الدولي في عام 2011 عن التنمية والأمن والصراع إن 1.5 مليار شخص يعيشون في مناطق متأثرة بالصراع وأعمال العنف، ولم تفلح حتى الآن الدول المتأثرة بالصراع عن تحقيق الأهداف الإنمائية للألفية التي وضعتها الأمم المتحدة، وإن المناطق التي تعاني من دوامات العنف تخلفت كثيراً، وتعرض نموها الاقتصادي للخطر، كما يُشير التقرير إلى إن عامل العنف وعدم الاستقرار السياسي والأمني يقضي على ما تحقق من تقدم خلال جيل كامل. ويواجه العراق في الوقت الراهن موجات متكررة من أعمال العنف وعدم الاستقرار، مما يُشكل خطراً على مستقبل التنمية الاقتصادية في البلد. ويوضح الجدول الآتي الضغوط الأمنية والاقتصادية والسياسية التي يولدها العنف.

جدول (3)

الضغوط الأمنية والاقتصادية والسياسية التي يولدها العنف.

الخارجية	الداخلية	الضغوط
<ul style="list-style-type: none"> • الغزو والاحتلال. • المساندة الخارجية لمتطرفين محليين • امتداد آثار الصراعات عبر الحدود • الإرهاب العابر للحدود الوطنية. • الشبكات الإجرامية الدولية. 	<ul style="list-style-type: none"> • الإرث التاريخي من أعمال العنف والصدمات 	الأمنية
<ul style="list-style-type: none"> • صدمة الغذاء • تغير المناخ 	<ul style="list-style-type: none"> • تدني الدخل، وقلة تكلفة الفرصة البديلة للتمرد. • بطالة الشباب. • ثروة الموارد الطبيعية • الفساد الشديد 	الاقتصادية
<ul style="list-style-type: none"> • الافتقار المتصور إلى المساواة والعدالة في العالم في معاملة مختلف الجماعات 	<ul style="list-style-type: none"> • التنافس العرقي والديني والإقليمي • التمييز العقلي أو المتصور • انتهاكات حقوق الإنسان 	السياسية

المصدر: تقرير عن التنمية في العالم 2011: الصراع والأمن والتنمية، البنك الدولي، واشنطن، 2011، ص7.

من خلال الجدول أعلاه، وبالتركيز على الآثار الاقتصادية التي يولدها العنف نلاحظ نوعين من العوامل، الداخلية والتي تؤدي إلى تدني مستويات الدخل، وتبديد الموارد الطبيعية، والبطالة، فضلاً عن الفساد الشديد، أما العوامل الخارجية فتتمثل بصدمة الغذاء والتغير المناخي. والقطاع السياحي هو احد القطاعات التي يتأثر وبشدة من أعمال العنف، فأعمال العنف بكافة

أشكالها تؤدي إلى عزوف السياح من الدخول إلى البلد، فضلاً عن التدمير الكبير الذي يصيب البنية الأساسية للقطاع السياحي. ومما لا شك فيه إن إمكانية تطوير وتنشيط السياحة في العراق تتعلق بتوفير قدر كبير من الأمن والاستقرار، ففي ظل غياب الأمن والاستقرار تبقى إمكانية تطوير القطاع السياحي ضعيفة جداً، بالمقابل في حالة توفر الأمن والاستقرار تصبح هناك إمكانية لتنشيط وتطوير السياحة.

1-2 الإطار المؤسسي وتطبيق الحوكمة في المؤسسات السياحية:

يُعد الإطار المؤسسي احد المرتكزات الأساسي في بناء الدولة الحديثة، وتتطلب عملية استكمال بناء الإطار المؤسسي إصدار الأسس التشريعية والقانونية والتنظيمية والمالية المنظمة لعملها، لتمكّنها من النهوض بمسؤولية تطوير القطاع السياحي بكفاءة واقتدار. ويُشكل الإطار المؤسسي العامل الرئيس لوضع وصياغة وتنفيذ الخطط ودراسة الخيارات، وتبني رؤية واضحة وموحدة للسياسات المؤسسية. وتستوجب عملية البناء المؤسسي استقطاب الكفاءات العليا المتخصصة في القطاع السياحي والمؤهلة وذات خبرة لأداء مهامها بدرجة عالية من الكفاءة. أما بالنسبة لتطبيق الحوكمة فهي ترمي إلى تحقيق الشفافية والعدالة ومنح حق مساءلة إدارة الشركة، والحد من استغلال السلطة، والالتزام بالقوانين والتشريعات واللوائح التنظيمية وبما يؤدي إلى تنمية الاستثمار وتشجيع تدفقه وتنمية المدخرات. وتؤكد جميع الدراسات إلى إن تطبيق الحوكمة تحقق مزايا وفوائد كبيرة على صعيد الدولة وعلى صعيد الشركات وبالشكل الذي يؤدي إلى تحسين الأداء الاقتصادي والنفوذ إلى الأسواق العالمية، ومنافسة الدول الأخرى وضمان تحقيق الجودة في كافة المجالات الاقتصادية ومنها المجال السياحي. إجمالاً، إن تطوير الإطار المؤسسي وتطبيق معايير الحوكمة في القطاع السياحي يُمثل احد أهم التحديات الأساسية للنهوض بواقع القطاع السياحي إلى وضع أفضل من الوضع الراهن.

1-3 تعزيز الوعي المجتمعي بأهمية القطاع السياحي.

تُشكل موضوعة الوعي المجتمعي للسياحة وأهميتها الاقتصادية أهمية كبيرة في تحسين وتطوير القطاع السياحي، من خلال بناء مجتمع ذو ثقافة سياحية لكون إن السياحة مرتبطة بسلوك الأفراد، وهذا لا يتحقق إلا من خلال تضافر جميع الجهود داخل المجتمع من حكومات ووزارات وهيئات ومنظمات. إن الوعي المجتمعي لأهمية القطاع السياحي يتطلب بذل المزيد من الجهد لترسيخ مفاهيم السياحة داخل المجتمع. ويؤكد الباحثون على أهمية الوعي المجتمعي للسياحة، ولتأثير الاقتصادية التي يولدها لأفراد المجتمع والجدير بالملاحظة إن المدونة العالمية لآداب السياحة قد أشارت في المادة الأولى والثانية والرابعة والخامسة إلى أهمية السياحة ودورها في حفظ التراث الإنساني، وتلاقى الشعوب والحضارات، والمساواة بين الرجل والمرأة، وحقوق الإنسان.

2- الرؤية

تتطلع هذه استراتيجية إلى تعزيز تنافسية القطاع السياحي العراقي، بالشكل الذي يؤدي إلى المساهمة الايجابية في الاقتصاد العراقي وتنويع موارده المالية بدلاً من الاعتماد على القطاع النفطي، من خلال الاستفادة من الإمكانيات السياحية المتوفرة للبلد من مرقد دينية إلى تاريخ وحضارة عمرها 7000 سنة إلى طبيعة وبيئة جميلة.

3- الأهداف

تهدف الاستراتيجية إلى تحقيق جملة من الأهداف :

- 1- وضع القطاع السياحي ضمن المحاور الرئيسية لتحقيق التنمية المستدامة لكون أن القطاع السياحي مورد لا ينضب يتسم بالاستدامة.
- 2- زيادة مساهمة القطاع السياحي في الدخل القومي والنتائج المحلي الإجمالي، وزيادة الإيرادات السياحية، وتحسين حالة الميزان السياحي، الأمر الذي يؤدي إلى تعزيز القدرة التنافسية.
- 3- زيادة مساهمة السياحة في توفير المزيد من فرص العمل، إذ إن القطاع السياحي قطاع كثيف العمالة، وزيادة نسبة مشاركة المرأة، وتحقيق المساواة والعدالة في توفير الفرص، الأمر الذي يؤدي إلى التخفيف من مشكلة البطالة.
- 4- زيادة وتقوية دور القطاع السياحي في تحقيق التنمية المكانية والتنمية المحلية، وزيادة نسبة مساهمتها في تحقيق التنمية الاقتصادية بشكل عام.
- 5- الاهتمام بالتعليم والتدريب السياحي من خلال فتح الكليات والمعاهد والمؤسسات المتخصصة في التعليم السياحي وتطوير وتحديث ما هو قائم منها، والعمل على إعداد كوادر متخصصة على كافة المستويات، ورفع مستوى أدائهم وكفاءتهم.
- 6- السعي إلى اعتبار القطاع السياحي في العراق سوق سياحية واعدة والعمل على جذب المزيد من السياح العرب والأجانب.
- 7- تطوير الإعلام السياحي وتوضيح صورة العراق الحقيقية للعالم والافادة من المشاكل التي مر بها البلد لجذب المزيد من السياح، وبخاصة إن هناك تجارب مرت بها دول العالم مثل إيرلندا الشمالية ولبنان ورواندا استطاعت أن تستفيد من مشاكلها لتصبح وجهة سياحية مفضلة لدى السياح.

4- محاور الاستراتيجية

انطلاقاً من الرؤية والأهداف تتضمن الاستراتيجية المحاور التالية:

4-1 تحسين القدرة التنافسية للقطاع السياحي العراقي

أخذ موضوع القدرة التنافسية يحظى باهتمام واسع على المستوى العالمي، لاسيما في ظل التحرر والعولمة وتحرير الأسواق والانفتاح وإزالة القيود وحرية حركة رؤوس الأموال. إن مفهوم التنافسية في الأسواق الدولية مفهوم متعدد الجوانب والاتجاهات، وقد أدى ذلك إلى اختلاف وجهات النظر وتعددها لتحديد مفهوم التنافسية وكيفية قياسه وما هي السياسات الواجب إتباعها لتدعيم القدرة التنافسية. وزاد الاهتمام بموضوع التنافسية كأداة مهمة لتحقيق الاستدامة في النمو الاقتصادي والتنمية الاقتصادية لاسيما بعد تواتر الأزمات المالية خلال العقدين الماضيين. وفي هذا الإطار، وعلى ضوء النمو المضطرب والكبير والمكانة المتميزة التي بدأ يحتلها القطاع السياحي على المستوى العالمي بدأ منتدى الاقتصاد العالمي بإصدار التقارير الخاصة بتنافسية القطاع السياحي منذ عام 2007، وذلك لتقييم تنافسية الدول في مجال السياحة. ويتضمن ثلاثة مؤشرات أساسية وهي الإطار التنظيمي والقانوني، ومؤشر البنية التحتية، ومؤشر بيئة الأعمال، وهذه المؤشرات بدورها تتضمن مؤشرات فرعية كثيرة. إن التنافسية في القطاع السياحي تعني تحسين نوعية الخدمات المقدمة للسياح وتوفير مناخ استثماري ملائم وجاذب، الأمر الذي يؤدي إلى زيادة أعداد السياح وزيادة الإيرادات، ومن ثم القدرة على منافسة الأسواق الخارجية. ولغاية عام 2014 فإن القطاع

السياحي العراقي لم يتم إدراجه في هذا التقرير السنوي، الأمر الذي يعني عدم قدرة السوق السياحية العراقية على منافسة الأسواق السياحية العالمية. إن الملاحظ على القطاع السياحي العراقي هو الضعف والنقص الشديد في البنية التحتية المتعلقة بالنشاط السياحي من مطارات ووسائل نقل حديثة وموانئ، فضلاً عن عدم الاهتمام بالمناطق الجاذبة للسياح سواء كانت دينية أو تاريخية أو طبيعية، الأمر الذي يؤدي إلى عزوف السياح من الدخول إلى العراق. كما إن عدم وجود القوانين والتشريعات والتنظيمات القانونية لاسيما السياسات والأنظمة التي تنظم عمل الشركات السياحية ووكالات السفر وغيرها، فضلاً عن عدم وجود بيئة حاضنة للأعمال، وبخاصة تكنولوجيا المعلومات. إجمالاً، يمكن القول إن القطاع السياحي العراقي لا يزال متأخر ومتخلف جداً، بالمقارنة مع دول العالم، بالرغم من امتلاك العراق إمكانات سياحية تُمكنه من أن يصبح أكبر سوق سياحي في المنطقة، وقد خسرنا سنوات طويلة من التقدم بسبب الظروف التي مر بها البلد، عندما نعمل بجد ونهتم بهذا القطاع نستطيع الوصول إلى نتائج جيدة خلال السنوات الخمسة القادمة.

الرؤية

تعزيز تنافسية القطاع السياحي، والعمل على إدراج القطاع السياحي ضمن التقرير السنوي للمنتدى الاقتصادي العالمي، ليتسنى معرفة مدى تنافسية القطاع السياحي، والعمل على تحسين موقعة في التقرير، من خلال التخطيط السليم، ووضع الإستراتيجيات والخطط المناسبة (القصيرة، المتوسطة، الطويلة الأجل).

الإجراءات المطلوب اتخاذها

- 1- اتخاذ الإجراءات اللازمة، وإتمام كافة المستلزمات الضرورية المتعلقة بإدراج العراق ضمن تقرير تنافسية القطاع السياحي الذي يصدره منتدى الاقتصاد العالمي، لما له من أهمية قصوى، لمعرفة تنافسية القطاع السياحي العراقي على المستوى العالمي.
- 2- العمل على تطوير البيئة القانونية والتشريعية، من خلال تحديث وتطوير التشريعات والقوانين المرتبطة بالقطاع السياحي، وبما يتلاءم مع التطورات السريعة التي يشهدها القطاع السياحي على المستوى العالمي.
- 3- إيجاد بيئة عمل مناسبة للمستثمرين وشركات الأعمال المتخصصة في النشاط السياحي.
- 4- تطوير وتحديث قطاع النقل (البحري والجوي والبري)، وقطاع المواصلات بسبب ارتباطهما الكبير بالقطاع السياحي

الأهداف

- 1- زيادة نسبة مساهمة القطاع السياحي في الناتج المحلي الإجمالي.
- 2- زيادة أعداد السياح الوافدين
- 3- زيادة نصيب العراق من الإيرادات السياحية على المستوى العالمي
- 4- زيادة حصة السوق السياحية العراقية في الأسواق السياحية العالمية.

2-4 الاستثمارات السياحية

من المنفق عليه إن الاستثمارات بشقيها المباشرة وغير المباشرة المحلية والأجنبية تلعب دوراً بارزاً ومؤثراً في النمو والتنمية الاقتصادية، والتراكم الرأسمالي هو احد المصادر الرئيسية لتحقيق عملية التنمية والنمو الاقتصادية. وتشير الدراسات والأدبيات

المتعلقة بنظرية النمو والتنمية الاقتصادية إلى إن الاستثمارات تلعب دور قوي في تطوير البنية التحتية وتنمية الاقتصاد وتطويره، مما يساهم في زيادة منافستها في السوق العالمية. والاستثمارات السياحية تعني توفير رؤوس الأموال المحلية والأجنبية لإقامة المشروعات السياحية سواءً أكان ذلك يتعلق ببناء الفنادق والمطاعم والمنتزهات والأماكن السياحية أو فيما يتعلق بشركات السفر والسياحة وشركات النقل السياحي ووكالات السفر وشركات التسويق والترويج والإعلام وغيرها⁴. وبما إن القطاع السياحي قطاع ذات ارتباطات أمامية وخلفية كثيرة ومتعددة فإن الاستثمار في القطاع السياحي يُعطي فوائد تتجاوز حدود هذا القطاع لتشمل باقي القطاعات الأخرى. فالاستثمار في القطاع السياحي يعني الاستثمار في قطاع البنى التحتية وقطاع النقل والمواصلات وبقية القطاعات الأخرى بسبب التشابكات الأمامية والخلفية لهذا القطاع مع القطاعات الأخرى.

جدول (4)

الفرص الاستثمارية المتاحة في قطاع السياحة

المشاريع السياحية	العدد	
مدن الألعاب	8	ديالى، البصرة
مواقع ثقافية وتاريخية وأثرية	4	بغداد، بابل
فنادق و شقق ومطاعم وكازينوهات	11	داد، صلاح الدين، واسط، نينوى، الانبار، البصرة، كربلاء، ذي قار
منتجات سياحية	4	ديالى، الموصل، البصرة، ذي قار، كربلاء
مدن سياحية	7	ديالى، الموصل، بصرة، ذي قار
المعاهد السياحية والفندقية	1	بغداد

الجدول من عمل الباحث استناداً إلى: الخارطة الاستثمارية للعراق 2013، جمهورية العراق: رئاسة مجلس الوزراء، الهيئة الوطنية للاستثمار، بغداد، 2013، ص 128-129. والملاحظ إن حجم الاستثمارات في القطاع السياحي هي ضعيفة جداً ولا تتلاءم والكم الهائل من الإمكانيات السياحية الموجودة، ويُعزى ذلك إلى مجموعة أسباب منها عدم ملائمة القوانين والتشريعات الاستثمارية المتعلقة بالنشاط السياحي، عدم وجود المناخ الاستثماري المناسب، الندرة في الشركات السياحية، ضعف أداء البنوك والمصارف، تواضع أداء أسواق المال العراقية، عدم وجود الوعي لدى المستثمرين بأهمية القطاع السياحي ودوره في تحقيق أرباح عالية، الأمر الذي اثر على حجم الاستثمارات السياحية.

الرؤية

زيادة حجم الاستثمارات الرأسمالية في القطاع السياحي وتوفير المناخ الاستثماري الملائم، وإنشاء مؤسسات مالية خاصة بالقطاع السياحي لتوفير التمويل اللازم لتطوير السياحة.

(4) للمزيد، يُنظر في ذلك:

- جامعة الدول العربية، الإستراتيجية السياحية العربية، القاهرة، ص 9-12. بدون تاريخ.

الإجراءات المطلوب اتخاذها

- 1- تشريع القوانين الاستثمارية ذات العلاقة بالقطاع السياحي، لجذب المزيد من الاستثمارات المحلية والأجنبية. وتوفير البيئة الاستثمارية الملائمة للشروع بالاستثمارات.
- 2- إصلاح القطاع المصرفي وتحديثه وتطويره بما يتلاءم والتطورات الحديثة التي يشهدها القطاع المصرفي على مستوى العالم. وإنشاء المصارف السياحية المتخصصة على غرار المصارف الصناعية والتجارية والزراعية وغيرها.
- 3- تحفيز المشروعات الصغيرة والمتوسطة على الاستثمار في القطاع السياحي، وإزالة كافة المعوقات التي تحول دون مشاركة هذه المشروعات ووضع الحلول المناسبة لها.
- 4- توفير الدعم وتقديم التسهيلات اللازمة والملائمة للمستثمرين المحليين والأجانب من أجل إشراكهم في عملية تطوير القطاع السياحي، والعمل على إنشاء شركات سياحية متخصصة.
- 5- إقامة المعارض السياحية المتخصصة في مجال الاستثمار السياحي من أجل التعرف على الفرص الاستثمارية الموجودة في البلد.

الأهداف

- 1- زيادة نسبة الاستثمارات والإنفاق الاستثماري على القطاع السياحي، وتطوير البنية الأساسية للقطاع.
- 2- توفير فرص العمل، وتحسين نوعية الخدمات المقدمة إلى السائح من خلال تطوير المنتج السياحي.
- 3- تطوير البنية التحتية في القطاع السياحي والقطاعات الأخرى المرتبطة به.
- 4-3 الشراكة بين القطاع الخاص والقطاع العام

يحظى موضوع الشراكة بين القطاع العام والقطاع الخاص (PPP) بأهمية كبيرة لدى أغلب دول العالم، بعد أن أتضح إن عملية تحقيق النمو والتنمية الاقتصادية لا تقتصر فقط على الجهود الحكومية والقطاع العام، لاسيما في ظل الصعوبات التي واجهها القطاع العام في تحقيق مستويات طموحة من الأهداف التنموية، بل تعتمد على كل إمكانيات وموارد وخبرات وطاقات المجتمع. في ضوء ذلك، بدأت المؤسسات والمنظمات الدولية والحكومات إلى محاولة تبني نهج جديد يتمثل بالمشاركة بين القطاع العام والخاص في إدارة وتشغيل المشاريع وتطويرها وتحديثها، وفق مبادئ وأسس معينة، من أجل تعزيز القدرة التنافسية وتحقيق الاستقرار الاقتصادي. وبشكل عام، يُشير مفهوم الشراكة إلى أسلوب أو نهج يفضي إلى تحقيق التعاون بين القطاع العام والقطاع الخاص، وبالشكل الذي يتم السماح فيه للقطاع الخاص لتقديم الخدمات إلى المجتمع بدلاً من الحكومة. ويُعد نموذج الشراكة بين القطاع العام والقطاع الخاص من النماذج الأكثر حداثة لأنشطة الأعمال والتي تعمل على زيادة استثمارات القطاع الخاص في كافة مجالات النشاط الاقتصادي من أجل تلبية احتياجات المجتمع. ويهدف تبني هذا النمط الجديد إلى تحقيق جملة من الأهداف منها:

- 1- زيادة مساهمة القطاع الخاص في الناتج المحلي الإجمالي.
- 2- الحد من ظاهرة الإنفاق الحكومي المتزايد.
- 3- محاولة القضاء على الفساد المالي والإداري.
- 4- جذب المزيد من الاستثمارات المحلية والأجنبية.

5- توفير فرص العمل.

6- تعمل الشراكة على تعزيز وتطوير ورفع كفاءة الصناعات المحلية، من خلال التدريب، نقل التقنيات والتكنولوجيا. ويوضح الجدول الآتي مزايا (بحسب وجهة نظر البنك الدولي) ومبررات ومبادئ ومتطلبات الشراكة بين القطاع الخاص والقطاع العام

جدول (5)

مزايا (بحسب وجهة نظر البنك الدولي) ومبررات ومبادئ ومتطلبات ومبادئ الشراكة الناجحة بين القطاع الخاص والقطاع العام

مزايا الشراكة (وجهة نظر البنك الدولي)	مبررات الشراكة الناجحة	تطلبات ومبادئ الشراكة	مبادئ الشراكة الناجحة
1- توزيع المخاطر الناجمة عن إقامة المشاريع بين أكثر من طرف تخفيف الوطأة المالية التي يعاني منها القطاع العام وخلق القيمة المضافة مع تحسين القدرة الإدارية للقطاع العام ترتيبات الشراكة تحقق نتائج أفضل مما يستطيع أن يحققه كل فريق على حدة من خلال تأثير الشركاء على أهداف وقيم بعضهم لبعض عن طريق التفاوض والتواصل، ومن ناحية أخرى سيكون هناك مجال واسع لتوسيع الموارد المالية نتيجة تعاون الأطراف فيما بينها تعزيز مبادئ الإفصاح والمساءلة في كيفية إدارة الموارد تبني مناهج عمل أكثر استراتيجية من قبل الشركاء ممثلاً في تقديم أفكار استراتيجية أفضل، منهج تنسيقي أفضل، صياغة وتنفيذ أفضل خلق بيئة عمل ديناميكية للتغيير داخل البيروقراطيات الحكومية المحصنة، إذ تسمح الشراكة للحكومات بتنفيذ التغيير دون التأثير في أعمالها الحقيقية المتعلقة بتطوير السياسة الاجتماعية والتوجه المستقبلي، وإدارة تقديم الخدمات. الشراكة هي التي تحمي المستهلكين من إساءة استعمال السلطة الاحتكارية.	عدم قدرة الحكومات على تحقيق التنمية المستدامة بمفردها تغيير التقني والاقتصادي المتسارع أتاح الفرصة لتخفيض تكلفة المشاريع ضغوط المنافسة المتزايدة وانخفاض معدلات النمو. محدودية الموارد المالية والبشرية والتكنولوجية لدى القطاع العام بسبب تعدد المجالات والمشاريع، وتعمل الشراكة على تخفيف حدة المنافسة بين هذه المجالات. تقليص موارد الدولة المخصصة لبرامج التنمية الاجتماعية. زيادة الفاعلية والكفاءة من خلال الاعتماد على الميزة المقارنة وعلى تقسيم العمل العقلاني. التوسع في اتخاذ القرار الحاسم خدمة للصالح العام . تزويد الشركاء المتعددين بحلول متكاملة تتطلبها طبيعة المشاكل ذات العلاقة . تحقيق قيمة أعلى للموال المستثمرة بعيداً عن الموارد الحكومية.	دعم سياسي قوي على المستوى القومي. تحليل لجدوى المشروع قبل التعاقد، أي إطار عمل جيد للمشروع. تحليل مفصل للمخاطر. عملية تعاقدية جيدة البناء وشفافية وتنافسية . رغبة عميل القطاع العام في قبول حلول ابتكاريه من جانب القطاع الخاص. عقد تفصيلي يتسع لمتغيرات معينة في متطلبات المشروع على مدى الزمن قبالة فعالة وحرفية على مقالول القطاع الخاص من جانب العميل، تتم بروح الرغبة في تفعيل الشراكة الشاملة. اختيار المشروعات المناسبة. الإعداد الجيد، دراسة واضحة مجال العمل (تحليل الجدوى) مع توصيف واضح للمخرجات، وفريق عمل لديه القدرات والخبرات.	الالتزام والتعهد: وهو أن يتم إنجاز وتنفيذ القرارات التنموية وفقاً لمنهجية وأهداف تحدد دور كل شريك في ظل مناخ إداري فعال يتعهد كل طرف فيه بالالتزام بالدور المحدد له من قبل الاستمرارية، غالباً ما يستمر تنفيذ مشروعات الشراكة بين الدولة والقطاع الخاص إلى مدد طويلة، وخلال هذه المدة من المحتمل أن تتغير سياسات الدولة مما قد يؤدي بدوره إلى إلغاء مشروعات لها رجة من الحساسية السياسية ، كما يجب تحديد الإطار العام ومنهجية الإدارة في ظل قوى السوق التي تحكم عملية الشراكة. شفافية: وتعني التنسيق بين الشركاء من خلال رؤية واضحة للأساليب التي ينتهجها كل شريك لتنفيذ الأهداف الموضوعية، مع التعامل بصدق ووضوح مع المتغيرات الداخلية والخارجية التي تحدث خلال مدة الشراكة
8- الشراكة بإمكانها تشجيع المنافسة والابتكار إعطاء الشرعية والمصدقية للمشروع من خلال مشاركة الجماعات			

المصدر: الجدول من عمل الباحث بالاستناد إلى:

- إدارة الدراسات الاقتصادية والمالية، دائرة المالية، حكومة دبي، 2010، ص 5-9.

إن القطاع السياحي يُعد من أكثر المجالات المرشحة لتحقيق الشراكة بين القطاع الخاص والقطاع العام، لكون إن القطاع السياحي قطاع كثيف التشابك مع القطاعات الأخرى، كقطاع النقل والمواصلات، وقطاع الاتصالات، وهذه القطاعات ذات معدلات عائد مرتفع، فضلاً عن كون القطاع السياحي قليل المخاطر مقارنة بالقطاعات الأخرى. إن إتباع أسلوب الشراكة في القطاع السياحي العراقي من شأنه إن يؤدي إلى تحقيق الكفاءة والنزاهة والإدارة السليمة للمنشآت السياحية. والجدير بالملاحظة، انه لا يوجد هناك أسلوب واحد لتحقيق الشراكة يمكن تطبيقه، ولكن هناك أساليب متنوعة ومتعددة، ويوضح الجدول الآتي أساليب المشاركة بين القطاع العام والقطاع الخاص.

الرؤية

تشجيع القطاع الخاص على المشاركة في بناء وتطوير القطاع السياحي من خلال إتباع أساليب جديدة، وتقديم الخدمات نيابة عن الحكومة.

الإجراءات المطلوب اتخاذها

- 1- توفير المناخ الاستثماري الملائم، وتطوير التشريعات والقوانين المنظمة لعمل القطاع السياحي.
- 2- العمل على تشجيع القطاع الخاص والمحلي والأجنبي على الاستثمار في المشاريع السياحية، مثل بناء المطاعم والفنادق، وإنشاء المراكز الترفيهية، وإقامة المنتجعات السياحية.
- 3- العمل على تشجيع الاستثمار في المناطق الصحراوية، لاسيما في ظل ظهور نوع جديد من السياحة (السياحة الصحراوية).
- 4- العمل على تطوير أسواق المال، وتطوير النظام المصرفي، لما له من أهمية دور في توفير رؤوس الأموال للقطاع الخاص.

الأهداف

- 1- زيادة نسبة مساهمة القطاع السياحي في الناتج المحلي الإجمالي، من خلال زيادة الإيرادات، وزيادة نسبة الاستثمارات، وتوفير فرص العمل في النشاط السياحي.
- 2- إدخال القطاع السياحي كشريك أساسي في عملية التنمية الاقتصادية بشكل عام والتنمية السياحية بشكل خاص.
- 3- فسح المجال أمام القطاع الخاص لإدارة المرافق الخدمية بدلاً عن الحكومة، كالمطارات ووسائل النقل وغيرها.
- 4- تشجيع القطاع الخاص على الاستثمار في البنية التحتية.
- 4-4- تفعيل دور المنشآت الصغيرة والمتوسطة الحجم

زاد الاهتمام خلال السنوات الأخيرة بالدور التنموي للمنشآت الصغيرة والمتوسطة الحجم في دعم الاقتصادات والآثار الايجابية التي يولدها على النمو الاقتصادي والتشغيل وأخذت حيزاً كبيراً في الأدبيات الاقتصادية التنموية. إن الدور الذي تلعبه المنشآت الصغيرة والمتوسطة الحجم مر بأدوار ومراحل عديدة، تبعاً للتغيرات التي تحدث في الاقتصاد العالمي. وتتفق الدراسات المتصلة بهذا الموضوع، إلى إن هذه المنشآت تساهم بدور بارز في زيادة الناتج والتشغيل وتوفير فرص العمل وأجوراً أعلى.

والواضح في العراق، إن هذه المشروعات تعاني من الضعف الكبير والإهمال وعدم الإهتمام بها، وانعدام كفاءتها في دعم القطاع السياحي بشكل خاص، والاقتصاد العراقي بشكل عام، ومن ثم إنعدام مساهمتها في تحقيق النمو والتنمية الاقتصادية. تأسيساً على ما تقدم، إن تفعيل دور المنشآت الصغيرة والمتوسطة والمتناهية في الصغر تُمثل الحجر الأساس في تطوير القطاع السياحي في

العراقي، وذلك للدور البارز الذي يلعبه في زيادة إنتاجية القطاع وزيادة نسبة مساهمته في الناتج المحلي الإجمالي، وزيادة معدلات النمو الاقتصادي، وتحسين الكفاءة، وزيادة القيمة المضافة للسياحة وتنويع الهيكل الاقتصادي، وتخفيف الضغوط على سوق العمل من خلال توفير المزيد من فرص العمل ومن ثم التخفيف من مشكلة البطالة وبخاصة بطالة الشباب.

الرؤية:

زيادة نسبة مساهمة المنشآت الصغيرة والمتوسطة والمتناهية الصغر في دعم وتطوير وتنمية القطاع السياحي، وزيادة نسبة مساهمة هذا القطاع في النمو الاقتصادي وتنويع الهيكل الاقتصادي للبلد، فضلاً عن تعزيز القدرة التنافسية للمنتجات السياحية العراقية ومنافسة مثيلاتها في الأسواق العالمية.

الإجراءات المطلوب اتخاذها

- 1- إصدار القوانين والتشريعات والتنظيمات التي تنظم عمل هذه المنشآت، وتوفير كافة المستلزمات الضرورية من أجل الدخول إلى الأسواق السياحية العراقية.
- 2- ضرورة توفير الدعم والتمويل اللازم لهذه المنشآت، وإنشاء المؤسسات المالية الخاصة لها داخل البلد، لضمان توفير الأموال اللازمة لها.
- 3- تطوير البنية التحتية المالية للقطاع التمويلي، فالعراق يحتل المرتبة 176 في هذا المجال من مجموع 185 دولة بحسب بيانات البنك الدولي
- 4- إعداد الدورات والبرامج التدريبية لأصحاب المشروعات الصغيرة والمتوسطة، في كافة المجالات المتعلقة بالنشاط السياحي.
- 5- إجراء المزيد من البحوث والدراسات المتعلقة بالأهمية التنموية للمشروعات المتوسطة والصغيرة الحجم في القطاع السياحي.
- 6- العمل على إنشاء هيئة أو مديرية أو وحدة إدارية تابعة لوزارة السياحة أو هيئة السياحة خاصة بشؤون المشروعات الصغيرة والمتناهية الصغر والمتوسطة، تعمل على توفير الدعم المالي لها، وإزالة كافة أشكال المعوقات التي تواجهها.

الأهداف

- 1- تفعيل الدور التنموي للمنشآت الصغيرة والمتوسطة الحجم في القطاع السياحي.
- 2- زيادة نسبة مساهمة المنشآت الصغيرة والمتوسطة الحجم في الناتج المحلي الإجمالي والنمو الاقتصادي.
- 3- توفير المزيد من فرص العمل والتخفيف من الضغوط المفروضة على سوق العمل، وبخاصة فيما يتعلق ببطالة الشباب.
- 4- تحسين تنافسية القطاع السياحي العراقي، من خلال تطوير البنية التحتية، وتعليم وتأهيل الموارد البشرية.
- 4-5 الاهتمام بالبيانات والمعلومات الإحصائية

يتزايد الاهتمام بمسألة الإحصاءات والبيانات على المستوى الدولي وبخاصة في ظل الانفتاح والتحرر والتغيرات والتطورات الكبيرة التي يشهدها الاقتصاد العالمي في مختلف الجوانب، الأمر الذي يتطلب وجود أنظمة إحصائية كفوءة ومتطورة قادرة على توفير البيانات الإحصائية لمختلف الجوانب الاقتصادية. فالبيانات والإحصاءات تُعد أحد أهم أدوات التحليل الاقتصادي لرصد المتغيرات التي تحدث في الاقتصاد، فضلاً عن كون إن هذه البيانات أداة مهمة لوضع الاستراتيجيات والخطط والسياسات المناسبة. ونظراً للتطور الكبير والنمو المضطرد في القطاع السياحي، فقد تزايد اهتمام المنظمات والهيئات ذات الصلة بالقطاع السياحي بحسابات السياحة، لمعرفة مدى مساهمة السياحة في النشاط الاقتصادي. إن وجود الإحصاءات والبيانات التي يُعول عليها ضروري جداً لاتخاذ القرارات الصائبة والمناسبة، ولا يمكن إجراء أي تحليل لواقع القطاع السياحي ما لم تتوفر بيانات كافية

ووافية، من أجل تقييم كافة الجوانب المختلفة للسياحة، وإيجاد السياسات الملائمة لتطوير السياحة. وإحصاءات السياحة ضرورية لتصميم استراتيجيات مناسبة لتطوير القطاع السياحي، وقياس مدى مساهمة السياحة في الاقتصاد ككل. وقد أصدرت الأمم المتحدة وبالتعاون مع منظمة السياحة العالمية (التوصيات الدولية المتعلقة بإحصاءات السياحة 2008) وكان الهدف الرئيسي للتوصيات هو التركيز على الأنشطة التي يقوم بها السياح وقياسها بمؤشرات نقدية وغير نقدية على حد سواء، الهدف منها توفير إطار مرجعي لكي تستخدمه الدول في تجميع إحصاءات السياحة من جانب. ومن جانب آخر، القيام بتقديم نظام للتعريف، والمفاهيم، والتصنيفات والتي تسهل الربط بالأطر المفاهيمية للحسابات الوطنية لحساب السياحة الفرعي، وميزان المدفوعات والإحصاءات العمالية، وبالإضافة إلى ذلك، تقديم إرشادات عامة فيما يتعلق بمصادر البيانات وطرق تجميع البيانات. كما تضمنت التوصيات إضافة مواضيع تكميلية أخرى لم تكن موجودة في توصيات عام 1993 منها، جودة إحصاءات السياحة، والبيانات الوصفية، والنشر، والتعاون بين الوكالات، وتنفيذ البرامج وتحديث السياحة. إن النقص الشديد في المعلومات والبيانات المتعلقة بالنشاط السياحي من شأنها أن تؤثر بشكل كبير على تطوير القطاع، فبدون وجود إحصائيات وبيانات لا يمكن معرفة أداء النشاط السياحي، ولا يمكن بيان مدى مساهمة هذا النشاط في الاقتصاد، فضلاً عن عدم القدرة على وضع الخطط والاستراتيجيات.

الرؤية

العمل على بذل المزيد من الجهود لوضع إطار مرجعي وبناء منظومة متكاملة لجمع البيانات والإحصاءات السياحية ذات جودة عالية من ناحية الملائمة والدقة والمصدقية، وتزويدها لصانعي السياسة، والتعاون بين المؤسسات والهيئات السياح الداخلية والمؤسسات الدولية ضمن إطار التصنيفات الدولية المعتمدة

الإجراءات المطلوبة اتخاذها

- 1- العمل على إصدار البيانات والإحصاءات ونشر الدوريات لمعرفة اتجاهات الحركة السياحية في البلد.
- 2- العمل على نشر البيانات والإحصاءات المتعلقة بالقطاعات الأخرى المرتبطة بشكل وثيق بالقطاع السياحي، ليتسنى معرفة أثر النشاط السياحي على تلك القطاعات.
- 3- ضرورة العمل بالتوصيات الدولية المتعلقة بإحصاءات السياحة، والعمل على تطبيق حسابات السياحة الفرعية (TSA) Tourism Satellite Account
- 4- التعاون مع المنظمات والوكالات المتخصصة بإعداد البيانات بما في ذلك وزارة السياحة وهيئة السياحة والبنك المركزي، من أجل نشر البيانات ووضعها بين الباحثين والمستفيدين.
- 5- العمل على تحديث السياسات وبناء القدرات، وإعداد مجموعة من المبادئ التوجيهية لتجميع البيانات، في ضوء المبادئ الرئيسية للإحصاءات، والاستعانة بالخبرات الدولية في هذا المجال.

الأهداف

- 1- إعداد نشرات إحصائية توضح الحركة السياحية في البلد، وتوضح حركة السياحة البينية، وحركة السياحة الداخلية.
- 2- العمل على توحيد المفاهيم والتعاريف المتعلقة بالسياح.

3- تحديد القطاعات والنشاطات المرتبطة بشكل مباشر وبشكل غير مباشر بقطاع السياحة.

4-6 التعاون الدولي والإقليمي

يحتل موضوع التعاون الدولي والإقليمي والعمل المشترك مكانة متميزة على المستوى الدولي، لما له من أهمية في تحسن أداء الاقتصادات ورفع القدرة التنافسية. وقد أثر هذا التعاون ما بين الدول على حركة السياحة العالمية مثلما أثر على حركة التجارة الدولية. ومثلما يُطلق على العصر الحالي عصر تكنولوجيا المعلومات وثورة الاتصالات، فهو أيضاً عصر التعاون والاندماج على المستوى الإقليمي والدولي. وتشير الدراسات إلى إن حركة السياحة العالمية اتجهت وبشكل كبير لصالح السياحة البيئية في ضوء الاتفاقات المُبررة بين الدول أو بين التكتلات على غرار ما موجود في الاتحاد الأوروبي وغيره من التكتلات. كما من المتوقع أن تتزايد موجة الاتجاه نحو السياحة البيئية في ظل الحوافز المقدمة للسياح على اثر عقد الاتفاقيات بين الدول. وتتعدد صور التعاون الدولي والإقليمي والعالمي والعمل المشترك في قطاع السياحة، مثل عقد الاتفاقيات الثنائية، والتعاون المتعدد الأطراف، وتسهيل حركة السياح، وإلغاء التأشيرة، وفتح الأجواء أمام الطيران، والتخفيف من القيود المفروضة على السياح في المنافذ الحدودية. ويواجه القطاع السياحي في العراق تحديات جمة سيما فيما يتعلق بموضوعة التعاون الدولي والإقليمي. لذلك أصبح التعاون والعمل المشترك في المجال السياحي ضرورة مُلحة من أجل زيادة نصيب البلد من السياحة البيئية، وزيادة الإيرادات السياحية البيئية، ورفع القدرة التنافسية وتحسين أداء القطاع السياحي ليكون شريكاً فاعلاً في تحقيق التنمية والنمو الاقتصادي.

الرؤية

تحقيق التعاون الدولي والإقليمي بين العراق ودول العالم، وتطوير العلاقات الثنائية سيما الدول العربية والإسلامية، وتسهيل الحركة السياحية.

الإجراءات المطلوب اتخاذها

- 1- التعاون مع المنظمات والمؤسسات الدولية السياحية والاستفادة منها لنقل الخبرات والاستفادة من التجارب الدولية، من أجل تطوير القطاع السياحي وبناء القدرات.
- 2- التعاون مع الدول الإسلامية والدول العربية وتنسيق السياسات السياحية مع هذه الدول من أجل تحقيق التنمية السياحية في العراق والمنطقة.
- 3- عقد الاتفاقات مع الدول الرائدة في مجال الآثار والتراث والاستفادة من تجاربها من أجل تطوير السياحة الأثرية والثقافية وتنميتها.
- 4- توقيع مذكرات التفاهم مع متاحف العالمية لنقل تجربتها إلى متاحف الأثرية العراقية.

الأهداف

- 1- تشجيع وتعزيز السياحة البيئية من أجل زيادة نصيب السياحة البيئية من الإيرادات والعوائد السياحية.
 - 2- إبراز دور السياحة البيئية في تعزيز أواصر التعاون الاقتصادي والاجتماعي والثقافي مع دول العالم
 - 3- توطيد العلاقات الثقافية وتعزيز التعاون مع شعوب العالم الأخرى
 - 4- العمل على إقامة شركات سياحية ووكالات سفر مشتركة ما بين العراق والدول الأخرى من خلال عقد اتفاقيات في هذا المجال.
- 4-7 التعليم والتدريب وتأهيل الكوادر البشرية

يلعب التعليم والتدريب وتأهيل القوى البشرية دوراً بارزاً ومؤثراً في التنمية الاقتصادية بشكل عام والتنمية السياحية بشكل خاص، وتشير الأدبيات الاقتصادية إلى إن التعليم والتدريب وتأهيل الكوادر البشرية عنصر حاسم في كثير من قصص النجاح التي حققتها دول العالم في مجال التنمية. والقطاع السياحي يعتمد وبشكل أكثر من غيره من القطاعات على العمالة بوصفه قطاع كثيف العمل، ومن ثم فإنه يحتاج إلى تأهيل وتدريب العاملين لضمان نجاح خطة التنمية السياحية لاسيما في ظل المنافسة الشديدة بين دول العالم حول تطوير صناعة السياحة. وفي هذا الإطار تشير الدراسات السياحية إلى إن من بين أهم عوامل النجاح في المؤسسات السياحية هو العنصر البشري المؤهل والمُدرَّب. كما إن التدريب والتعليم يساعد على تزويد العاملين في المنشآت السياحية والمؤسسات الفندقية بالمعلومات والخبرات والمهارات اللازمة لأداء أعمالهم بالشكل المطلوب، مما يؤدي إلى رفع الكفاءة و زيادة الإنتاجية وفي العراق، يُعاني القطاع السياحي من مشكلة عدم توفر العاملين والمؤهلين من الناحية العلمية والتكنولوجية القادرين على المساهمة في النهوض بهذا القطاع، فضلاً عن عدم الاهتمام بموضوعة التعليم والتدريب وتأهيل الكوادر البشرية الكفوءة. ومن جانب آخر، يُلاحظ عدم توفر البرامج التدريبية لتطوير مهارات العاملين والتي تلبى احتياجات سوق العمل وغياب التدريب وعدم الاهتمام به، الأمر الذي أدى إلى تدني نوعية الخدمة المقدمة للسياح، ومن ثم عدم القدرة على منافسة الأسواق السياحية العالمية. وهناك مجموعة من الأسباب التي أدت إلى عدم توفر العاملين المؤهلين والكفويين القادرين على النهوض بالقطاع السياحي العراقي منها:

- 1- قلة المؤسسات التعليمية وقلة الكليات والمعاهد والتي تُعنى بتطوير مهارات العاملين ورفع كفاءتهم، الأمر الذي نتج عنه ضعف أداء العاملين في القطاع السياحي.
- 2- عدم اهتمام الجهات المسؤولة على القطاع السياحي بموضوعة التعليم والتدريب وتأهيل الكوادر البشرية.
- 3- ضعف الروابط ما بين المؤسسات التعليمية الموجودة وبين الجهات المسؤولة على القطاع السياحي.

الرؤية

الاهتمام بالكوادر البشرية وتنمية رأس المال البشري بوصفه عنصراً حاسماً في النهوض بالقطاع السياحي من خلال التدريب والتعليم.

الإجراءات المطلوب اتخاذها

- 1- إيلاء أهمية قصوى لمسألة تنمية الموارد البشرية بوصفها أحد الركائز الأساسية التي تعتمد عليها التنمية السياحية بما يتلاءم مع احتياجات سوق العمل في القطاع السياحي.
- 2- الاهتمام بالمناهج التعليمية والتدريبية المتخصصة في مجال التدريب، وتهيئة الظروف المناسبة للتوسع في هذا المجال، للحصول على مخرجات تتمتع بالكفاءة والمهنية
- 3- العمل على الاستفادة من تجارب الدول المتقدمة في المجال السياحي وعقد الاتفاقيات الثنائية للاستفادة من خبراتها.
- 4- الاستفادة من المؤسسات الدولية المتخصصة في مجال التدريب والتأهيل.
- 5- تحقيق التناسق والترابط بين المؤسسات التعليمية ووزارة السياحة.

6- إجراء الدراسات والبحوث والبرامج والمشاريع والخطط المتعلقة بأنشطة التدريب والتأهيل وتقديم المشورة الفنية والإدارية لبناء قوى عاملة وطنية.
تقديم الدعم اللازم من لدن وزارة السياحة والآثار للمؤسسات الخاصة والتي تُؤسس في العراق، لإدخال التكنولوجيا الحديثة.

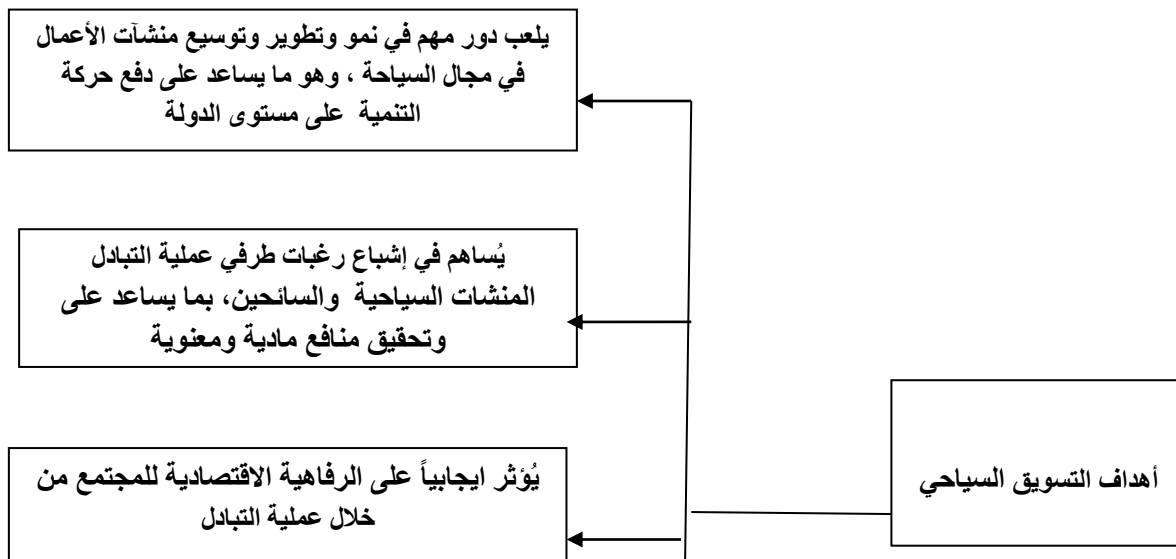
الأهداف

- 1- عمالة ماهرة وكفوءة تستطيع تلبية احتياجات سوق العمل ويستطيع النهوض بالقطاع السياحي العراقي.
 - 2- الاستثمار في مجال التعليم والتدريب والتأهيل، لبناء القدرات الخاصة بالقوى العاملة في القطاع السياحي
 - 3- توفير فرص العمل، للعمال الماهرين والكفوعين
- 4-8 الاهتمام بالتسويق والجودة وتطوير المنتجات السياحية

أصبح التسويق وتطوير المنتجات وجودتها احد أهم العوامل الأساسية لتحقيق القدرة التنافسية على المستوى الدولي، لما له من أهمية تقديم منتجات أفضل وخدمة متميزة وأسعار تنافسية. ومع تنامي أهمية دور التسويق والجودة والتطوير في ظل العولمة والتحرر والانفتاح، وما رافقها من زيادة في الإنتاج على أثر الثورة العلمية والتكنولوجية، وتنامي دور القطاع السياحي في الاقتصاد العالمي، ونظراً لاشتداد المنافسة بين الدول للاستحواذ على أكبر نصيب من الأسواق السياحية، أصبح موضوع التسويق والجودة والتطوير احد أهم المتضمنات الأساسية لتطوير القطاع السياحي، كما أضحت عنصراً لا غنى عنه لزيادة نصيب الدول من الأسواق السياحية العالمية. وعليه، أصبح نجاح التسويق وتطوير المنتجات وجودتها مقياس لنجاح الدولة في تحقيق أهدافها المتنوعة. ويوضح الشكل الآتي الأهداف الأساسية التي يسعى التسويق السياحي إلى تحقيقها

شكل (1)

أهداف التسويق السياحي



يساهم التسويق السياحي في رسم صورة ذهنية ايجابية عن المجتمع بوجه عام، والسوق السياحي بوجه خاص، مما يساهم تدفق حركة السائحين اليه

يساهم التسويق السياحي في زيادة الوعي الأثري والثقافي لدى أفراد المجتمع (سياحة داخلية)، ولدى السائح الخارجي (سياحة خارجية) وهو ما يعنى التأثير الايجابى للتسويق على ثقافة المجتمع

الشكل من عمل الباحث بالاستناد إلى:

(تسويق سياحي 272 سفر)، المؤسسة العامة للتدريب التقني والمهني، الإدارة العامة لتصميم وتطوير المناهج ، المملكة العربية السعودية، 1429هـ، ص 16.

وبالنسبة لجودة الخدمات، فالمقصود بها تقديم أفضل الخدمات للسياح، سواء أكان ذلك بالفندق أم بالمطعم، أو في المقاصد السياحية، ويرتبط الجودة في تقديم الخدمات بضرورة وجود كادر عمل متدرب ومتعلم بشكل كفوء تستطيع تقديم أفضل الخدمات للسياح، كما يرتبط مفهوم الجودة بوجود بنية تحتية متطورة من وسائل نقل وطرق وموانئ ومطارات وغيرها. وفي العراق، نلاحظ عدم الاهتمام الكافي بموضوعة التسويق السياحي والجودة، ولا توجد هناك توجهات نحو تنويع المنتج السياحي وتطويره وفق خطط مدروسة، فضلاً عن عدم وجود دراسات علمية للأسواق السياحية، وعدم التعرف على رغبات السياح. لذلك يجب :

- دراسة الأسواق المستهدفة، من خلال دراسة مختلف الشرائح السوق السياحية، ومن ثم تحديد الشرائح المُستهدفة.
 - دراسة سوق السياحة الداخلية.
 - دراسة الأسواق السياحية في الدول الإسلامية، والأسواق المجاورة.
 - دراسة سوق السياح الدوليين
- ويتم هذا من خلال القيام بالحملات التسويقية، والتعريف بأهم الفعاليات والبرامج والمهرجانات الثقافية في مختلف المناطق، وإنشاء المواقع الالكترونية الخاصة بتقديم المعلومات عن المقومات السياحية، وأماكن الجذب السياحية، وتقديم أفضل الخدمات

الرؤية

العمل على صياغة استراتيجية تسويقية تعتمد على احدث البرامج والتقنيات، وتطوير المنتجات السياحية، وتحقيق الجودة في تقديم الخدمات، واستخدامها كميزة تنافسية لزيادة نصيب القطاع السياحي العراقي من الأسواق السياحية العالمية.

الإجراءات المطلوب اتخاذها

- 1- تنويع المنتج السياحي واستخدام الأساليب التسويقية الحديثة في الأسواق السياحية، والتطوير المستمر للمنتجات السياحية وفق خطط زمنية، ومواكبة التطورات الحديثة في مجال التسويق
- 2- تحسين صورة العراق السياحية، على أساس ما يمتلكه العراق من غنى تاريخي وثقافي وحضاري، فضلاً عن الموقع الاستراتيجي الذي يتمتع به العراق.
- 3- العمل على إعداد الدراسات والبحوث المتصلة بالتسويق السياحي
- 4- العمل على عقد الندوات والمؤتمرات المستمرة، والاطلاع على التجارب الحديثة، وتطوير مهارات العاملين من خلال التدريب والتعليم لتقديم أفضل الخدمات للسياح.
- 5- التسويق الالكتروني

الأهداف

- 1- زيادة أعداد السياح، وزيادة حجم الإيرادات السياحية وتحسين وضعية القطاع السياحي من خلال التسويق الجيد للمنتجات السياحية.
 - 2- تعظيم مساهمة القطاع السياحي في الاقتصاد.
 - 3- العمل على تشجيع السياحة المحلية وتطويرها، وتشجيع السياحة البيئية والسياحة الدولية من خلال إتباع سياسات تسويقية تستهدف هذا الأسواق.
 - 4- الاستفادة من التطور التكنولوجي والعلمي، وتطور تقنية الاتصالات للترويج للمنتجات السياحية العراقية.
 - 5- وضع خطط تسويقية وترويجية تستهدف أسواق السياحة في الدول الإسلامية تضع بالحسبان مواسم الزيارة والأعياد والمناسبات الدينية، لزيادة أعداد السياح الدينيين.
- العمل على تطبيق المعايير الدولية المتبعة في نظام الجودة العالمية، من أجل تقديم خدمات متميزة للسياح.

4-9 الإعلام السياحي

يتسم العمل الإعلامي بأهمية كبيرة في ضوء قدرته على التأثير في آراء واتجاهات الأفراد والشعوب، والإعلام السياحي بوصفه جزء من العمل الإعلامي يُمثل أحد المحفزات الرئيسية لممارسة النشاط السياحي واتخاذ القرارات المناسبة من خلال ما يُقدمه من مواد إعلامية (مقروءة ومسموعة) حول المرافق السياحية والمنتجات السياحية، فضلاً عن ما يقوم به من إبراز الوجه الحضاري والثقافي للمجتمعات من خلال التعرف على عادات وتقاليد وثقافة المجتمعات الموجودة في مناطق الجذب السياحي. ولإعلام السياحي تأثيرات اقتصادية واجتماعية وثقافية وبيئية متعددة ومتنوعة، لعل أبرزها⁵:

- 1- الإسهام الواضح في تسويق وترويج المنتجات السياحية.

(⁵) للمزيد من التفاصيل حول أهمية الإعلام السياحي، يُنظر في ذلك:

- جمهورية اليمن: وزارة السياحة، اتجاهات إستراتيجية التنمية السياحية 2010-2015.
- جمهورية اليمن: وزارة السياحة: اتجاهات إستراتيجية الإعلام السياحي، بدون تاريخ.

- 2- إبراز الوجه الحضاري والتاريخي والثقافي للبلد،
 - 3- توفير فرص العمل في مجال الإعلام السياحي.
 - 4- يعد الإعلام السياحي احد مجالات الاستثمار من خلال إنشاء وسائل إعلامية متخصصة في المجال السياحي، وإنتاج المواد الإعلامية، وتنفيذ الحملات الدعائية، وغيرها.
 - 5- التعرف على المقومات البيئية المتوفرة في البلد، وتنمية الوعي بالاستخدام الأمثل لتلك المواقع، مما ينتج بيئة أفضل.
- مما سبق يتضح، إن الإعلام السياحي له أهمية قصوى في سبيل النهوض بواقع القطاع السياحي في العراق، في وقت تواجه فيه صناعة السياحة تدني وضعف في مستوى الثقة في ظل أوضاع عدم الاستقرار السياسي والأمني. وتتزايد الحاجة إلى إعلام سياحي يتمتع بالكفاءة والمهنية العالية ليقوم بممارسة دوره الفاعل لتقديم وإبراز المقومات السياحية والمرافق السياحية المتوفرة في البلد من جانب، ومن جانب آخر تقديم صورة كاملة عن المجتمعات المحيطة بالمناطق السياحية لفهم عاداته وتقاليده وثقافته.
- وفي ظل التطور الهائل والمتسارع لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، أضحى الإعلام السياحي احد السبل الرئيسية لتحقيق التنمية السياحية من خلال القيام بالحملات الإعلانية والدعائية التي تستهدف جذب السياح. إن أي دراسة موضوعية لتحليل اثر الإعلام السياحي ودوره في تنشيط القطاع السياحي في العراق ستجد إن الإعلام السياحي ضعيف جداً ولا يمارس أي دور في تنشيط حركة السياحة في البلد. إن الإعلام السياحي في العراق يُعاني من ضعف واضح ونقص شديد على كافة المستويات، كما لا توجد أي برامج سياحية تعريفية للمناطق السياحية والآثار والتاريخية، ولا يوجد اهتمام بالإعلان والتسويق السياحي، فضلاً عن عدم الاهتمام بالمعارض والندوات والمؤتمرات الإعلامية ذات الصلة بالقطاع السياحي. إن المرحلة الراهنة في العراق تتطلب أن يلعب الإعلام السياحي دوراً بارزاً ومؤثراً، والارتقاء به إلى مستويات تجعله محورياً أساسياً لتطوير وتنشيط صناعة السياحة في البلد، ونقل الصورة الحقيقية عن واقع البلد السياحي وما يمتلكه من مقومات سياحية تجعله في مقدمة دول العالم.
- والجدير بالملاحظة هنا، انه يجب على الإعلام السياحي في العراق الاستفادة من المشاكل والحروب التي مرت على البلد وتوثيقها لمعرفة حجم التدمير والدمار التي لحق بالقطاع السياحي العراقي، ومن ثم تصبح تلك المناطق نقطة جذب للسياح والاستفادة من تجارب بعض الدول الناجحة في هذا المجال مثل رواندا وايرلندا الشمالية ولبنان وغيرها والتي أصبحت نقطة جذب مهمة للسياح.

الرؤية

تتطلع الاستراتيجية إلى ضرورة وجود إعلام سياحي هادف وفاعل يتمتع بالمهنية والكفاءة العالية، يساهم في نشر الوعي والثقافة السياحية لدى أبناء البلد، ويعكس ثقافة وتاريخ بلاد ما بين النهرين، ويكون محفزاً قوياً لتطوير وتنشيط الحركة السياحية

الإجراءات المطلوبة اتخاذها

- 1- العمل على تطوير الإعلام السياحي من خلال المشاركة في المؤتمرات والندوات وعقد مذكرات التفاهم والتعاون، والاستفادة من الخبرات الدولية والعالمية في مجال الإعلام السياحي، الأمر الذي يساهم في رفع كفاءة العاملين في مجال الإعلام السياحي.
- 2- نشر الإعلانات في مختلف الصحف والمجلات العراقية والعربية والدولية لإبراز المنتج السياحي وتحفيز السياح على زيارة العراق.
- 3- العمل على تحديث وتطوير المناهج التعليمية المتصلة بالإعلام السياحي بما يتماشى من التطورات الكبيرة الذي يشهدها هذا القطاع.

4- توفير المطبوعات والمنشورات الدعائية والإعلامية، وباللغتين العربية والانكليزية، لضمان وصولها إلى أكبر عدد ممكن من المجتمعات.

الأهداف

1- العمل على توضيح الدور الاقتصادي الكبير الذي يلعبه القطاع السياحي، وبيان دوره الفاعل في توفير فرص العمل والتخفيف من حدة البطالة، ودوره في رفع المستوى المعاشي للأفراد، وتوضيح الأثر الذي يتركه على ميزان المدفوعات من خلال الميزان السياحي.

2- إبراز المقومات الحضارية والثقافية والتاريخية والطبيعية المتوفرة في البلد.

3- العمل على إبراز الفرص الاستثمارية المتاحة في القطاع السياحي من خلال الإعلانات.

4- نشر الوعي بين أفراد المجتمع العراقي.

الاستنتاجات والتوصيات

أولاً: الاستنتاجات

1- تُعد السياحة اليوم صناعة متكاملة تتميز باتساع أنشطتها وترابطها الأمامي والخلفي مع بقية القطاعات والصناعات الأخرى، كما تتميز بأنها نشاط اقتصادي يؤثر في النمو الاقتصادي المستدام والتنمية المُستدامة.

2- للقطاع السياحي دور مهم في توفير الفرص العمل، بوصفه قطاع كثيف العمالة، فهي واحدة من أكبر القطاعات توليداً لفرص العمل سواء بصورة مباشرة أو غير مباشرة، مما يسهم في التخفيف والحد من مشكلة البطالة، ومن ثم التخفيف من حدة الفقر، لا سيما في الدول النامية. كما ويمثل القطاع السياحي احد أهم مصادر الدخل للعديد من دول العالم ، ويساهم وبشكل كبير في توفير إيرادات النقد الأجنبي

3- للقطاع السياحي دور مهم في دعم ميزان المدفوعات، من خلال تحقيق فائض في الميزان السياحي، كما تلعب دور بارز في زيادة حجم الصادرات سواء الخدمية التي يقدمها القطاع السياحي مباشرة بوصفه قطاع يخدم الخدمات، أو بشكل غير مباشر عن طريق زيادة تصدير السلع والخدمات التي يشتريها السياح في أثناء زيارتهم للبلد المعني.

4- لا يزال القطاع السياحي في العراق يعاني من معوقات كثيرة، منها عدم الاستقرار الأمني والسياسي، وعدم وجود خطط لتطوير وتنشيط هذا القطاع الحيوي

5- على الرغم من امتلاك العراق مقومات سياحية كبيرة تُمكنه لان يحتل مرتبة متميزة في الأسواق السياحية العالمية، إلا إن حصته من السوق العالمية لا تزال ضئيلة جداً ولا تتناسب مطلقاً مع ما يذخر به البلد من ثروات دينية وحضارية وثقافية وتاريخية وطبيعية.

6- ضعف نوعية المنتج السياحي في العراق، وهو غير متناسب مع ما موجود من إمكانيات على كافة المستويات (الخدمية، والبنى التحتية، والاتصالات ، والنقل، وغيرها).

7- ضعف مساهمة القطاع السياحي العراقي في زيادة حجم الاستثمارات، سواءً كانت في داخل القطاع السياحي نفسه، أو بالقطاعات الأخرى المرتبطة بالقطاع السياحي، فضلاً عن ضعف السياحة في تحقيق التنمية المكانية في البلد.

ثانياً: التوصيات

وفي ضوء الاستنتاجات السابقة يُمكن أن نقدم التوصيات الآتية:

- 1- تصميم وتفعيل سياسات سياحية مناسبة، وبشكل علمي ومدروس، تهدف الى زيادة حصة العراق من الأسواق العالمية، وتعظيم العائد الاقتصادي للنشاط السياحي، وتوزيع مصادر الدخل للاقتصاد العراقي، وجعل السياحة عامل في دعم النمو الاقتصادي في العراق.
- 2- تحديث وتشريع القوانين وضمان المناخ الاستثماري الملائم، وتحفيز القطاع الخاص، وجذب المستثمرين الأجانب، والاستفادة من رؤوس الأموال الأجنبية، في تطوير القطاع السياحي.
- 3- الاستغلال الأمثل للإمكانيات السياحية الموجودة في العراق، والاستفادة من تجارب الدول الناجحة في هذا المجال، فضلاً عن الاستفادة من تجارب دول العينة لتطوير القطاع السياحي.
- 4- زيادة الوعي الثقافي والاجتماعي بأهمية النشاط السياحي، وأثره في زيادة معدلات النمو الاقتصادي، والتخفيف من الفقر ورفع المستوى المعاشي للأفراد، فضلاً عن كون إن القطاع السياحي هو أداة للتواصل بين مختلف الثقافات والشعوب.
- 5- ضرورة الاهتمام بالبنية التحتية للقطاع السياحي والقطاعات الأخرى المرتبطة به لما لها من أهمية كبيرة في زيادة أعداد السياح، فضلاً عن الفوائد الكبيرة المتأتية من تطوير البنية التحتية.
- 6- المحافظة على التراث العراقي الموجود في البلد، وبذل المزيد من الجهود لإعادة واسترداد التراث المسروق من المتاحف العراقية بعد عام 2003، لما له من أهمية في إبراز تاريخ العراق الحضاري والثقافي.
- 7- العمل على إزالة كافة المعوقات وحل كل الإشكاليات التي تواجه القطاع السياحي في العراق، وفتح المجال أمام القطاع الخاص للولوج في هذا القطاع والاستثمار فيه.
- 8- العمل على إنشاء بنوك متخصصة في المجال السياحي، تعمل على توفير كافة التسهيلات اللازمة للمستثمرين المحليين والأجانب، وتقديم الدعم اللازم لهم من اجل النهوض بهذا القطاع الحيوي المهم.
- 9- تنمية الكوادر البشرية، وتطوير الكوادر الإدارية وتدريبها وتطويرها وبالشكل الذي يتلاءم مع التطورات الكبيرة الذي يشهدها هذا، وبالشكل الذي تستطيع تلبية احتياجات سوق العمل السياحي.

المصادر

أولاً: المصادر العربية

- 1- إدارة الدراسات الاقتصادية والمالية، دائرة المالية، حكومة دبي، 2010.
- 2- جامعة الدول العربية، الاستراتيجية السياحية العربية، القاهرة. بدون تاريخ.
- 3- جمهورية اليمن: وزارة السياحة، اتجاهات استراتيجية التنمية السياحية 2010-2015.
- 4- جمهورية اليمن: وزارة السياحة: اتجاهات استراتيجية الإعلام السياحي، بدون تاريخ
- 5- تسويق سياحي (272 سفر)، المؤسسة العامة للتدريب التقني والمهني، الإدارة العامة لتصميم وتطوير المناهج ، المملكة العربية السعودية، 1429هـ.

- 6- عبير علي كاظم، دور صناعة السياحة في تطوير اقتصادات بعض الدول النامية مع إشارة خاصة للعراق للمدة (1990-2009)، رسالة ماجستير مقدمة إلى مجلس كلية الإدارة والاقتصاد في جامعة بغداد، 2011.
- 7- الخارطة الاستثمارية للعراق 2013، جمهورية العراق: رئاسة مجلس الوزراء، الهيئة الوطنية للاستثمار، بغداد، 2013.
- 8- السياحة الدولية في البلدان الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي: الآفاق والتحديات، 2013، مركز الأبحاث الإحصائية والاقتصادية والاجتماعية والتدريب للدول الإسلامية (سيسريك)، مركز أنقرة، 3013.
- 9- هيئة السياحة، دائرة المجاميع السياحية .
ثانياً: المصادر الأجنبية

10- World Travel & Tourism Council. Tourism: Economic Impact. Iraq. 2013.

11- World Travel & Tourism Council. Tourism: Economic Impact. Iraq. 2014.

ثالثاً: الانترنت

12- موقع البنك الدولي، متوفر على الرابط

<http://data.albankaldawli.org/indicator/ST.INT.RCPT.XP.ZS>

13- موقع البنك الدولي، متوفر على الرابط

<http://data.albankaldawli.org/indicator/ST.INT.ARVL?page=2>

الملاحق: ملحق (1)

تطور مؤشر الإيرادات السياحية ونسبة مساهمة السياحة في GDP وعدد السياح وحصتها من الأسواق العالمية في العراق للمدة 2012-1995

السنة	دات السياحية بالأسعار الجارية (مليون دولار)	حصة الإيرادات من سوق العالمية (%)	ممة السياحة بالنتائج المحلي الإجمالي بالأسعار الجارية	السياح (بالآلاف)	نته من السوق العالمية*
1995	5.5	0.0001	0.1	151351	0.03
1996	4.9	0.0001	0.09	128328	0.02
1997	4.3	0.0001	0.04	287301	0.04
1998	4.8	0.0001	0.04	362170	0.06
1999	0.4	0.000009	0.002	274962	0.04
2000	0.7	0.000009	0.002	340144	0.05
2001	15	0.003	0.07	880000	0.1
2002	45	0.009	0.2	118200	0.01
2003	43	0.008	0.3	139500	0.02
2004	48	0.007	0.1	102000	0.01
2005	186	0.02	0.3	137600	0.01
2006	170	0.02	0.2	266922	0.03

0.05	504975	0.6	0.06	555	2007
0.09	863657	0.6	0.09	867	2008
0.1	1.261.921	1.4	0.1	1432	2009
0.1	1.517.766	1.4	0.2	1736	2010
0.1	1.510.174	0.9	0.1	1557	2011
0.1	1.111.492	0.8	0.1	1640	2012

* تم احتسابها من لدن الباحث

المصدر:

- موقع البنك الدولي، متوفر على الرابط، <http://data.albankaldawli.org/indicator/ST.INT.ARVL?page=2>
 - هيئة السياحة، دائرة المجاميع السياحية .
- ملحق (2)

الميزان السياحي في العراق للمدة 2011-1990

السنة	الميزان السياحي (مليون دولار)
1990	22.8-
1991	30.7-
1992	109.7-
1993	46.6-
1994	369.9-
1995	30.6-
1996	16.8-
1997	36.3-
1998	0.5
1999	3.8-
2000	2.2-
2005	271-
2006	251-
2007	150-
2008	54
2009	211
2010	61
2011	281-

المصدر:

- السياحة الدولية في البلدان الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي: الآفاق والتحديات، 2013، مركز الأبحاث الإحصائية والاقتصادية والاجتماعية والتدريب للدول الإسلامية (سييسريك)، مركز أنقرة، 3013، ص 47-48.
 - عيبر علي كاظم، دور صناعة السياحة في تطوير اقتصادات بعض الدول النامية مع إشارة خاصة للعراق للمدة (1990-2009)، رسالة ماجستير مقدمة إلى مجلس كلية الإدارة والاقتصاد في جامعة بغداد، 2011، ص 173.
- ملحق (3)

فرص العمل التي يوفرها القطاع السياحي في العراق للمدة 2007-2014 وتوقعات عام 2024

السنة	فرص العمل المباشرة (بآلاف)	العمل الغير مباشرة * (بآلاف)	العمل الكلية (بآلاف)	النمو (%)
2007	123.9	202.4	326.3	-
2007	136.8	208.3	345.1	5.7
2009	160.4	248.6	409.0	18.5
2010	167.1	260	427.1	4.5
2011	147.9	237.7	385.6	-9.7
2012	148.3	242.7	391.0	1.4
2013	148.6	258.1	406.7	4.0
2014	155.3	275.2	430.5	5.9
** 2024	207.7	420.2	627.9	4.8

*تم احتسابها من لدن الباحث ** توقعات

المصدر:

- World Travel & Tourism Council. Tourism: Economic Impact. Iraq. 2013. p8.

- World Travel & Tourism Council. Tourism: Economic Impact. Iraq. 2014. p8.