

واقع الشركات السياحية في إقليم كردستان وفاق تطورها (دراسة تحليلية)

م. صلاح حمه سعيد

أ.م. د. د. يونس علي

الملخص:

تأتي أهمية البحث في التعرف على أفاق الشركات السياحية وتطورها في إقليم كردستان التي تشكل مصدراً مهماً للنمو والتقدم ، إذ تتحدد آفاقها خلال تحليل التطورات الملحوظة في الشركات السياحية من حيث تشغيل القوى العاملة واستثمار راس المال والعوائد المتحققة من خلال استغلال المقومات السياحية حالياً ومستقبلاً.

فقد اتسمت الدراسة بشكل تفصيلي من خلال أربعة مباحث رئيسية، يتكون المبحث الأول من منهجية البحث و الأدوات المستخدمة، أما المبحث الثاني يتضح نشأة وتطور السياحة و أهميتها الاقتصادية، في حين احتوى المبحث الثالث ركز على دور الشركات السياحية في تنمية القطاع السياحي، بينما المبحث الرابع والأخير اختص بالجانب العملي والتحليلي للشركات السياحية في إقليم كردستان من خلال جمع البيانات من استمارة الاستبانة الموزعة على 29 شركة سياحية في ثلاث محافظات إقليم كردستان.

يهدف البحث الى تحديد دور الشركات السياحية وتحليلها في تنمية القطاع السياحي في إقليم كردستان باستخدام الاساليب الاحصائية المتقدمة استنادا على البرنامج القياسي (E-views 8.0)، وكذلك توفير المعلومات اللازمة للجهات المتخصصة لغرض التخطيط ورسم السياسات السياحية الممكنة على المستوى القطاع السياحي والوصول الى بعض المقترحات التي تزيد من دور و فاعلية القطاع السياحي في الناتج المحلي الاجمالي وتنويع اقتصاد إقليم كردستان .

وفي الختام توصلت الدراسة الى عدة استنتاجات نظرية وتحليلية ، وبناءً عليها تم تقديم بعض المقترحات لتطوير الشركات السياحية و تفعيل النشاط السياحي في إقليم كردستان .

Abstract:

The importance of research is identify the prospects and development of tourism companies in the Kurdistan Region, which constitute an important source of growth and progress, where prospects are determined by analyzing the developments of tourism companies in term of job creation, capital investment and revenue generated through the exploiting the tourism potential currently and in the future.

Study has been composed of four main sections, the first section consists of research methodology and tools used in either The second section focused the emergence of tourism and its economic importance, while section three concentrated on the contribution of tourism companies to the development tourism sector, even as the fourth and last section dealt with the practical and analytical side of tourism companies through collected data from questionnaires which are distributed between (29 tourism companies) in the three provinces of Kurdistan region .

The research aims to identify and analyze the role of tourism companies in the development of the tourism sector in Kurdistan by applying advanced statistical methods based on econometrical program (E-views 8.0), as well as providing information for the purpose of tourism planning and policy-maker to increase the role and effectiveness of the tourism sector in the Gross Domestic Product (GDP) and diversify the Kurdistan Economy.

In conclusion, the study reaches several conclusions, and accordingly it was providing some suggestions for development tourism companies and for development tourism activity in Kurdistan region.

المقدمة:

لقد حظيت السياحة اهتماماً كبيراً في كثير من دول العالم من خلال تحليل محددات النشاط السياحي و مجالات الاستثمار فيه ، وطبقاً لتوقعات عالم الأمريكي (جون نيبزت) فإن اقتصاد العالم في القرن الواحد والعشرون سوف تقوده ثلاث صناعات خدمية هامة وفي مقدمتها صناعة السفر و السياح و القرن الواحد والعشرون هو قرن السفر والسياحة، لان صناعة السياحة هي المصدر الرئيس للدخل وخلق فرص العمل في العديد من البلدان ، وكذلك ان السياحة هي ظاهرة عالمية من حيث الأبعاد الاجتماعية والثقافية والبيئية والسياسية (Daher, 2007:70 ; Cheng, 2009:16).

ان دور السياحة ومساهمتها واضح بشكل عام على المستويين الكلي والجزئي: فعلى المستوى الكلي، من المتوقع أن يتسارع النمو الاقتصادي من خلال زيادة الاستثمارات السياحية، وكذلك زيادة في إيرادات الدولة من خلال جذب المستثمرين السياحيين من الخارج . وفي الوقت نفسه على المستوى الجزئي، من المتوقع أن تسهم صناعة السياحة في تحسين مستوى المعيشة للسكان في المناطق السياحية من خلال توفير المزيد من فرص العمل وزيادة الأنشطة التجارية و تعزيز التنمية السياحية الإقليمية من خلال تنويع الاستثمارات السياحية وزيادتها (Dieke, 2003:2).

وفي هذا المجال فان اقليم كردستان له فرص استثمارية سياحية هائلة بحاجة الى تطويرها من خلال ايجاد طرق كفيلة في استثمار الموارد السياحية المتوفرة بأقصى منافع اقتصادية و باقل تكاليف بيئية ممكنة، وجدير بالذكر ان الاستثمارات السياحية من المجالات الاكثر حيوية و التي تؤدي دوراً ريادياً في عملية التنمية و يمثل أحد أهم موارد اقتصادية ، بما تحققه من تدفقات مالية وخلق فرص عمل و تنشيط السوق. لذا فان هذه الدراسة تحاول بيان دور واهمية الاستثمار السياحي "ضمن عمل الشركات السياحية" في عملية التنمية الاقتصادية في اقليم كردستان العراق

المبحث الأول: منهجية البحث و الادوات المستخدمة

أولاً . مشكلة البحث :

على رغم تعدد الشركات السياحية وتنوعها وعلى رغم تعدد وتنوع الموارد و المصادر السياحية المتوفرة في اقليم كردستان العراق، الا ان دور الشركات السياحية في توظيف رؤوس اموالهم وزيادة الاستثمارات السياحية ليس بالمستوى المطلوب. اصف ذلك وجود الشركات السياحية الاجنبية الاقليمية والدولية المنافسة لشركات السياحة المحلية ، اصف ذلك ضيق نطاق عمل الشركات السياحية المحلية وهامشية اعمال معظم الشركات السياحية. بناءً على ماتقدم يمكن صياغة مشكلة البحث بالآتي (هل ان للشركات السياحية في اقليم كردستان دوراً مؤثراً في تنشيط النشاط السياحي و الاقتصادي)

ثانياً. هدف البحث :

يهدف البحث الى تحديد دور الشركات السياحية وتحليلها في تنمية القطاع السياحي في اقليم كردستان عن طريق تحليل دور الاستثمار السياحي وانعكاسها على خلق فرص العمل وتوليد ايراد في اقليم كردستان. من اجل تحقيق هدف

البحث تم الاعتماد على البيانات المتجمعة من (29 شركة سياحية) كعينة بحث في ثلاث محافظات اقليم كردستان. وكذلك يهدف البحث الى النقاط الآتية:

1. توفير المعلومات اللازمة للجهات المتخصصة لغرض التخطيط ورسم السياسات السياحية الممكنة على المستوى القطاع السياحي
2. عرض بعض المقترحات التي تزيد من دور القطاع السياحي وفعاليتها في الناتج المحلي الاجمالي وتوزيع اقتصاد اقليم كردستان.
3. بيان دور كل من وزارات البلديات والسياحة والتعليم العالي في دعم الشركات السياحية من اجل تطوير القطاع السياحي و تحقيق التنمية الاقتصادية خلال السنوات المقبلة .
4. دراسة مستقبل عمل الشركات السياحة في اقليم كردستان من خلال الاهتمام بقطاع المواصلات والمنشآت السياحية وأهمية التسويق والترويج السياحي.

ثالثاً . أهمية البحث:

تأتي أهمية البحث من خلال :

1. بيان دور القطاع السياحي عموماً و الشركات السياحية على وجه التحديد في تنمية الاقتصادية في اقليم كردستان .
2. دراسة التطورات المستقبلية في القطاع السياحي في اقليم كردستان، و كذلك تحديد المشاكل و المعوقات امام تطور الشركات السياحية مستقبلاً .

رابعاً . فرضية البحث:

يعتمد البحث على الفرضيات الآتية :

1. إن التغيرات الاقتصادية والسياسية في اقليم كردستان لها تأثيرات سلبية على دور القطاع السياحة على العموم والعمل الشركات السياحية على وجه التحديد.
2. إن التغيرات الاقتصادية والسياسية في اقليم كردستان لها تأثيرات إيجابية على دور القطاع السياحة على العموم والعمل الشركات السياحية على وجه التحديد

خامساً . منهج البحث:

لوصول إلى هدف البحث اعتمد البحث على منهج التحليلي المتكامل اعتمادا على البيانات الأولية والثانوية، لإظهار الواقع الحالي للشركات السياحية في اقليم كردستان ودراسة الآفاق والتطورات المستقبلية للشركات السياحية من خلال دراسة كل من الخصائص و المقومات و الاعمال و الاستثمارات الشركات السياحية في اقليم كردستان العراق.

سادساً . نطاق البحث :

فيما يتعلق بحدود و نطاق البحث يتمثل بالآتي:

1. الحدود الزمانية: من الناحية الزمانية تم استخدام البيانات الأولية الخاصة بالشركات السياحية المتجمعة من (29 شركة سياحية)، وكذلك البيانات الثانوية الخاصة بالنشاط السياحي في اقليم كردستان للفترة (2007-2014) لأغراض التحليل و المقارنة .
2. الحدود المكانية : من الناحية المكانية يتضمن ثلاث محافظات اقليم كردستان - العراق .

سابعاً . المشاكل والصعوبات:

من الطبيعي أن الدراسات ذات الطبيعة الميدانية تواجه صعوبات كثيرة، ومن أهمها ندرة البيانات السياحية المنتظمة في اقليم كردستان على مستوى الكلي (الهيئات السياحية) و على مستوى الجزئي (الشركات السياحية) ، فضلاً عن عدم

تعاون بعض الشركات السياحية بالشكل المطلوب في مليء الاستمارة و عدم إعطاء معلومات دقيقة أو ملئها بصورة غير مرضية.

ثامناً. هيكلية البحث:

يتألف البحث من أربعة مباحث رئيسة، تضمن المبحث الاول منهجية البحث و الادوات المستخدمة ، ويتناول المبحث الثاني والثالث الجانب النظري والذي ركز على نشأة السياحة و اهميتها الاقتصادية ومن ثم بيان دور و اهمية الشركات السياحية في تنمية الاقتصادية . أما المبحث الرابع الذي اختص بالجانب التطبيقي و التحليلي للبحث المتمثل بـ (الشركات السياحية في اقليم كوردستان بين الواقع و طموح) مستخدمين في ذلك عدة اساليب احصائية المتمثلة بالارقام و الجداول وكذلك الادوات والاختبارات الاقتصادية - القياسية مختلفة لاغراض التحليل والتقييم و المقارنة .

المبحث الثاني: نشأة السياحة و اهميتها الاقتصادية

أولاً . نشأة السياحة وتطورها:

أشار (توفيق ، 2008 : 11) بدأت السياحة منذ نشوء الانسان وكانت بسيطة وبدائية في مظهرها وأسبابها وأهدافها ووسائلها وكان الغرض منها فقط ممارسة النشاطات الانسانية الضرورية للحياة مثل البحث عن الطعام و الشراب أو المسكن أو الصيد أو البحث عن تجمعات بشرية معينة لغرض إجتماعي، ولم تعد السياحة في يومنا هذا مجرد نشاط ترفيهي وتسليية للانسان بل تعتبر صناعة لها أبعادها وأهدافها في المساهمة في الدخل القومي والإقتصاد الوطني ولها تأثير كبير على تنقيف المواطنين، وكذلك تتأثر صناعة السياحة بالتقدم العلمي والتكنولوجي وخاصة بعدما أقتصرت المسافات بين الدول العالم باستعمال الطائرات النفاثة للنقل المدني السريع بحيث يستطيع المسافر أن ينتقل الى أي بقعة في العالم ضمن ساعات محددة.

كما أشار (مقابلة ، 2007 : 24-25) فقد تمكنت السياحة من تجاوز كل الأزمات وأثبتت التجارب أنها صناعة لا تنضب ولا تتدنر بل تنمو عاماً بعد عام وهي صناعة مرتبطة بالرغبة الانسانية في المعرفة وتغطي الحدود ، لقد توقع البعض منذ سنوات أن تقل حركة السياحة مع تطور الإعلام وظهور شبكة الانترنت التي تعج بالمعلومات والصور والبيانات ولكن السنوات أثبتت أن السياحة ستظل أكثر الصناعات نمواً وأكثرها رسوخاً. وأشار أيضاً (السيسي ، 2001: 15) الى أن السياحة في الماضي كانت مجرد ظاهرة إجتماعية وإنسانية وقد تغيرت النظرة إليها في العصر الحديث وتطورت الى صناعة مركبة، واصبحت من الصناعات المهمة التي تعتمد عليها كثير من الدول في تنمية مواردها لتحقيق التقدم الاقتصادي والاجتماعي. أصبح صناعة السفر والسياحة أكبر صناعة ليس فقط في البلدان المتقدمة، ولكن أيضا في الدول النامية ومن ضمنها الدول النفطية. ان عدد السياح القادمين وعائدات السياحة هما من مؤشرات التنمية السياحية، قد بلغت عدد السياح في العالم 25 مليون سائح في عام 1950، وفي عام 2000 وصلت الى 680 مليون سائح و في عام 2014 هذه عدد بلغت حوالي مليار و ثلاث مائة سائح، و حسب توقعات منظمات السياحة العالمية ستصل هذه العدد الى اكثر من مليار و نصف بحلول عام 2020 (Mishra et al., 2011:518-519, WTTC, 2012; UNWTO, 2013).

ثانياً . مفهوم وتعريف السياحة:

أصبحت السياحة وسيلة للإتصال الفكري و الثقافي و الاجتماعي بين الشعوب المختلفة بطريقة تتخللها روح التفاهم والتسامح والسلام والمحبة وعلى الرغم من تقدم صناعة السياحة وتطورها إلا أنها لم تبلغ تطورها الكبير والواسع إلا بعد إنتهاء الحرب العالمية الثانية وكذلك لإنتشار السلام بين شعوب العالم (توفيق ، 2008 : 23). وفقا لقاموس أوكسفورد الإنكليزية، على رغم تشابه كثير بين السياحة و السفر، لأنه كل منهما تتطلب استخدام وسائل النقل، الرغبة والظروف

الكافية أخرى ، لكن الاختلافات الرئيسية بين السياحة والسفر هما الغرض وطول البقاء. الجدول ادناه يبين ملخص بعض التعاريف الخاصة بالسياحة .

الجدول (1)

يبين ملخص بعض التعاريف للسياحة

التعريف	المصادر	التسلسل
ترتبط هذه الأنشطة مع واحد أو أكثر من جوانب الحركة المؤقتة من الناس بعيداً عن مجتمعاتهم الرئيسية الحالية و بيئات العمل الروتينية.	(Chadwick et al., 1987)	1
مجموعة العلاقات والخدمات المرتبطة بعملية تغيير المكان تغييراً وقتياً وتلقائياً وليس لأسباب تجارية أو حرفية.	(السيسي، 2001 : 21)	2
انتقال شخص من مكان اقامته الى مكان آخر لمدة قصيرة نسبياً والإنفاق من مخراته وليس من العمل في المكان الذي يزوره.	(دعيس، 2007 : 13)	3
نشاط السفر بهدف الترفيه وتوفير الخدمات المتعلقة بهذه النشاط.	(مقابلة ، 2007 : 24)	4
مجموعة من العلاقات المتبادلة التي تنشأ بين الشخص الذي يتواجد بصفة مؤقتة في مكان ما وبين الأشخاص الذين يقيمون في هذا المكان.	(توفيق ، 2008 : 23)	5
أنشطة الأشخاص المسافرين من خارج أمكنة إقامتهم المعتادة لقضاء إجازة أو للأعمال أو لأغراض الأخرى ولمدة لا تزيد عن سنة .	(العاني ، 2008 : 16)	6
السائح هو الشخص الذي يبقى لأكثر من ليلة وأقل من سنة، ويستغل وقت الفراغ لأغراض السفر، وتضمنت رحلات الأعمال والمؤتمرات و لاتعتبر الأفراد العسكريين والدبلوماسيين، والمهاجرين، والطلاب المقيمين السياح.	(UNWTO, 2011)	7

المصدر : من إعداد الباحثان بالاعتماد على المصادر المذكورة .

ويرى الباحثان ان السياحة هي عبارة عن نشاط إنساني وإجتماعي له بعد أخلاقي وبعد ثقافي ، وترتبط السياحة بمدى (الوقت والمسافة) ومقدرة (المال والفراغ) لدى الشخص السائح، وغالباً يهدف السائح خلال هذا النشاط تحقيق رغباته واشباع حاجاته النفسية.

ثالثاً. الأهمية الاقتصادية للسياحة:

السياحة تؤثر تأثيراً كبيراً في الجانب الاقتصادي وذلك من خلال عائداتها في الدخل الوطني، ووصول أعداد كبيرة من السياح، سواء من داخل البلاد أو من خارجها بما يخص أنواع السياحة كلها، وتوظيف رؤوس الأموال في الاستثمار السياحي ويعود ذلك بالأرباح الكبيرة على الصعيد الفردي أو على الصعيد الوطني، مما يساعد على تحقيق التنمية الاقتصادية في مختلف المجالات ويتمثل ذلك بما يأتي: (الريداوي، 2014: 840 - 842)

1. الإنفاق السياحي : يعد ما ينفقه السياح والزوار في أثناء قدومهم .
2. إقامة المنشآت السياحية والتصنيع السياحي : تتمثل هذه المنشآت بكل من الفنادق والمطاعم، وشركات النقل السياحي، وإدخال التحسينات على المرافق العامة السياحية.
3. توظيف رؤوس الأموال في عمليات الاستثمار السياحي: تولى الجهات الحكومية المسؤولة اهتماماً كبيراً بالسياحة من أجل توظيف رؤوس الأموال في مجال الاستثمار السياحي.
4. الأهمية الاجتماعية : تتمثل الأهمية الاجتماعية للسياحة من خلال إحياء التراث الاجتماعي، والفنون الشعبية التقليدية.
5. الأهمية البيئية: تتمثل بالاهتمام بالبيئة المحلية خاصة في مجال التنوع البيئي والحيوي.
6. الأهمية الخدمية: إن تحقيق التنمية السياحية يجعل اهتماماً كبيراً بإنشاء المرافق السياحية مثل الفنادق والاستراحات، والمطاعم، وتقديم الخدمات للسياح، والاهتمام بوسائل النقل والاتصال وغيرها من الخدمات.

المبحث الثالث: بيان دور الشركات السياحية وأهميتها في التنمية الاقتصادية

أولاً . الاستثمار السياحي و أهميته :

أشار (سعيد وعمرأوي، 2013 : 104) الى أن ضعف مساهمة القطاع السياحي و محدودية مساهمته في الناتج المحلي الإجمالي تعود أساسا إلى عدم تنمية هذا القطاع ، وذلك يعود إلى عدم اهتمام الدولة بالسياحة كقطاع . كما أشار (راضي خنفر و عبدالإله خنفر، 2006 : 56) الى أن قطاع السياحة عاملاً من عوامل التطور الاقتصادي ونشاطاً حركياً يكمل بقية الأنشطة الاقتصادية والثقافية والاجتماعية الأخرى ، كما أنه صناعة سياحية يتفاعل مع قطاعات الاقتصادية الأخرى ويعطي حافزاً لتنمية القطاعات الأخرى، لأنه قادرة على جلب الاستثمار الضروري للتطوير الخدمات السياحية. فالسياحة كأى جانب من الجوانب الأخرى تتطلب مناخاً استثمارياً جيداً ومتكيفاً ومنسجماً بما يؤدي إلى التطوير في هذا المجال والنمو المستمر .

ثانياً. الشركات السياحية و مجالات عملها:

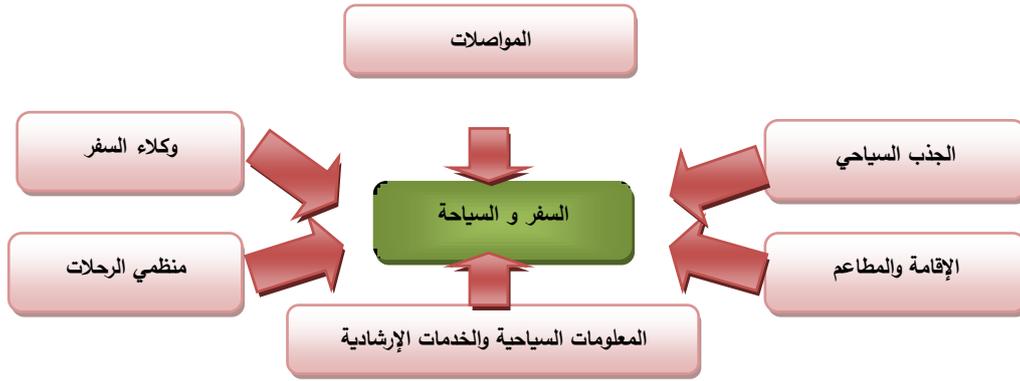
مسؤولية تطوير السياحة تقع على عاتق القطاع العام والقطاع الخاص معاً ، يأتي دور الدولة في السياحة في مجال رسم السياسة السياحية المستهدفة والمبادرة بالتخطيط العام وتأمين البنية التحتية الأساسية وتنفيذ نتائج الدراسات والابحاث السياحية ، وتطوير بعض الموارد السياحية ووضع و إدارة مقاييس ومستويات التسهيلات السياحية وضوابط استخدامات الأرض وتعليمات حماية البيئة ، ومنح التسهيلات وحوافز لتشجيع القطاع الخاص على الاستثمار في السياحة والمساهمة في رأسمال وأعمال القطاع المشترك في إطار تحقيق أسس السياحة الاستثمارية (العاني، 2008 ، 148). ويشير (أحمد ، 2006 ، 21) الى أنواع النشاطات السياحية التي تقدمها الشركات السياحية كالآتي:

1. السياحة الثقافية .
2. السياحة الدينية .
3. السياحة الترفيهية .
4. سياحة التسوق .
5. السياحة البيئية .
6. السياحة المرافقة للأنشطة السياحية .
7. السياحة المرافقة للمداواة و المعالجة .
8. السياحة المرافقة للمؤتمرات العلمية والسياسية .

كما أشار (الغمرأوي ، 2012 : 34) الى أن الشركات السياحية تدفع مقابل مادي عن الاخبار السياحية ذات الطابع الاعلاني عن برامجها السياحية أو قد يهتم جمهور الوسيلة الإعلانية السياحية وبشكل مباشر ويرتبط بالإفادة من الاعلام في نشاط التسويق السياحي.

ويشير أيضاً (Rowe & others , 2002 , 5-6) شركات السياحة توفر حزمة الخدمات للأفراد وتوفير مبادئ الخدمات الأساسية التي تتطلبها صناعة السفر والسياحة. ومن الممكن تقسيم مكونات قطاع السفر والسياحة في ستة مجالات رئيسية في الشكل الآتي:

الشكل (1) يبين المكونات الأساسية للسفر و السياحة



Source : Roee,Ann , Smith,john D. &Borein Fiona(2002),Travel and Tourism, First published ,Cambridge university.

ثالثاً. دور الشركات السياحية في تنمية القطاع السياحي:

تعد السياحة نشاطا يجلب المداخل للبلد من دون الحاجة الى شحنها و توصيلها للمستهلك، بل إن الزائر يأتي إلى موقع لإنتاج ويشترى مجموعة متنوعة من السلع والخدمات في البلد المضيف ، وهذا في الواقع يولد أنماط من المنافع والتكاليف تختلف إختلافاً تاماً من الصادرات التقليدية التي تشحن الى الخارج حتى تصل الى المستهلك (بوعموشة ، 2012، 36) . إن التنمية السياحية في حد ذاتها هدف كما تعد مرحلة من مراحل تحقيق هدف أكبر ألا وهو تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية للدولة، و تختلف أهداف التنمية السياحية و أساليب تحقيقها من دولة إلى أخرى ومن وقت إلى آخر داخل نفس الدولة، و يرجع هذا إلى جملة من العوامل أهمها اختلاف الدول في مكونات عرضها السياحي و إمكاناتها التنموية و موقعها من المناطق المصدرة للسائحين بالإضافة إلى ظروفها الداخلية الاقتصادية و الاجتماعية و البيئية وغيرها، فمثلا نجد بعض الدول تهدف من عمليات التنمية إلى جلب أكبر عدد ممكن من السواح مما ينتج عنه العديد من المشاكل الاقتصادية و الاجتماعية و الثقافية و البيئية في حين تهدف دول أخرى إلى جذب عدد محدود من السائحين من ذوي الدخل المرتفعة ، بما يساهم زيادة ليرادات القومية و تنويع قطاعاتها الاقتصادية(سعدي وعمرأوي ،2013: 99).

المبحث الرابع: الشركات السياحية في اقليم كردستان بين الواقع و طموح

اولاً. واقع الشركات السياحية في اقليم كردستان:

1. الاحصاءات ومصادر المعلومات

تقسم البيانات التي تستند اليها الدراسات التطبيقية حسب مصادرها الى قسمين ، بيانات السلاسل الزمنية وتوفرها المنشورات والاحصائيات والتقارير الرسمية المصدرة من المنظمات العالمية ، وبيانات مستخلصة من العمل الميداني (field work) وغالباً ماتجمع عن طريق استمارة الاستبانة (Questionnaire). وقد اعتمد في هذه الدراسة كلا النوعين من البيانات ، التي فرضت إجراء التعديلات اللازمة على البيانات الاولية المعتمدة سواء من تقييم وتحليل دور استثمار الشركات السياحية في اقليم كردستان . والجدول الآتي يوضح تطور عدد السياح في اقليم كردستان .

الجدول (2)

عدد السياح المحلية و الاجنية من سنة 2007 الى سنة 2014

نوع سائح	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
داخل الاقليم	137118	190230	209611	329536	315161	313,144	459,847	273,326
خارج الاقليم	186420	285740	449193	789760	1149738	1,470,138	1,933,544	1,000,762
الأجنبي	53859	82890	132541	194545	237491	433,711	558636	255,346
المجموع	377,397	558,860	791,345	1,313,841	1,702,390	2,216,993	2,952,027	1,529,434

المصدر : هيئة السياحة في إقليم كردستان (مديرية التخطيط و المتابعة، 2015).

يتضح من الجدول اعلاه بأن عدد السياح يزداد سنة بعد السنة ، وكمجموع في عدد السياح يظهر بأن هناك فرقا كبيرا في زيادة عدد السائحين الوافدين الى اقليم كردستان من سنة 2007 الى سنة 2013 بنسبة (93%)، لكن في سنة 2014 ينخفض هذا العدد مقارنة بسنة 2013 بنسبة (48.19% -) وتعود ذلك الى عدم الاستقرار السياسي و الامنى في العراق ، و تدهو الوضع الاقتصادي في اقليم كردستان.

اما من ناحية الوحدات الاستثمارية، هناك اهتمام كبير بالوحدات السياحية والتوجه اليها من المستثمرين والجدول الأدنى يبين عدد من الوحدات السياحية بين 2007 و 2014 في اقليم كردستان.

الجدول (3)

مقارنة بعض من الوحدات السياحية بين فترتي 2007 - 2014

الوحدات السياحية	2007	2014	نسبة الزيادة
هوتيل	106	576	81.6 %
موتيل	49	332	85.2 %
القرى السياحية	29	75	61.3 %
عدد السرير	10451	54442	80.8 %
ريستورانت وكافتريا	129	1658	92.2 %

المصدر : هيئة السياحة في إقليم كردستان (مديرية التخطيط و المتابعة، 2014).

2. نبذة مختصرة حول الشركات السياحية في عينة البحث

رغم اختلاف تاريخ انشاء الشركات السياحية في اقليم كردستان الا ان نشاط هذه الشركات بدأ بعد سقوط نظام السابق (4- 2003/9) ، لكن ازدهار نشاطاتها و ابراز دورها منذ بداية عام 2007. حسب بيانات وزارة السياحة عدد الشركات السياحية في اقليم كردستان بلغت (195) شركة في (3) محافظات اقليم كردستان (92) منها في محافظة أربيل عاصمة الاقليم و (82) منها في محافظة السليمانية و (21) منها في محافظة دهوك. ولإجراء البحث الميداني حول واقع الحال و دور الشركات السياحية في تنشيط النشاط السياحي في اقليم كردستان فقد تمت اختيار (100) شركة كعينة البحث من مجموع (195) شركة في (3) محافظات في اقليم كردستان ووزعت عليهم استمارة الاستبيان (المبينة في الملحق رقم 7) وذلك باستخدام الاسلوب العشوائي حصلنا منها على (29) أجابة مفيدة فقط كونت لنا القاعدة البياناتية للبحث. وتم تفرغ البيانات حسب هدف البحث ، وذلك من أجل اجراء تحليل اقتصادي و الوقوف على دور استثمار الشركات السياحية في تطوير القطاع السياحي في اقليم كردستان والمشاكل التي عانت هذه الشركات خلال ممارستها للنشاط السياحي .

ويتبين من خلال جمع البيانات من شركات السياحة، إن مجموع رأسمال الشركات السياحية كافة (موضوع الدراسة) تتراوح بين (150000 الى 300000 دولار) وعلى العموم مجموع رأسمال المستثمرة ليست عالية، و ضالة مستوى الاستثمار السياحي في الشركات السياحية تعود الى طبيعة النشاطات الموجودة في هذه الشركات ومعظم نشاط هذه الشركات محصورة بين حجز التكت و تسهيلات النقل وكما هو المعلوم هذه النشاطات لاتحتاج مقدار كبير من رأس المال. وكذلك من مجموع 29 شركة السياحية كعينة البحث، 28 شركة لها خطة استمرار في مجال العمل السياحي وبعضها بدوافع تقائل بإزدهار النشاط السياحي في اقليم كردستان مستقبلا ، لكن الشركة الوحيدة ليس لها خطة الاستمرار في المجال النشاط السياحي وذلك بسبب المشاكل الضريبية و المالية في الشركة. وكذلك ملكية شركات على العموم تابعة للقطاع الخاص ، ومعظمها تشغل من المستثمرين المحليين. ومن خلال الجدول أدناه نحاول بيان الخصائص الرئيسية لعينة البحث :

الجدول (4)

وصف مجال و نطاق العمل لشركات السياحة عينة البحث

التسلسل	المعلومات	البنود	العدد	النسبة %
1	جنسية شركات	المحلي	19	66
		الاقليمي	7	24
		الاجنبي	3	10
2	اطار ومجال العمل	داخل محافظة	10	34
		داخل اقليم	10	34
		داخل عراق	9	32
3	المستوى التعليمي والتحصيل الدراسي لمدير الشركة	اعدادية	7	24
		دبلوم	8	28
		بكالوريوس	9	31
		ماجستير و دكتورا	5	17
4	مستوى و قدرة الشركة	مشاريع صغيرة	1	3
		مشاريع المتوسطة	24	83
		مشاريع كبيرة	4	14
5	نوع ومجال النشاط السياحي لشركة	حجز تكت	29	36
		الفيزة وتسهيلات السفر	18	23
		نقل السواح	16	20
		فنادق وموتيلات	11	14
		الكابينات السياحية	4	5
		مطاعم و ريسورانن	1	1
		كازينويات	1	1
6	وسائل النقل التي تستخدم شركتكم في مجال السياحة	البري	1	3
		الجوي	9	31
		البري و الجوي	16	55
		بدون جواب	3	11
	العدد الاجمالي		29	100%

المصدر: من إعداد الباحثان استنادا على بيانات استمارة استبانة من 29 شركة السياحة في اقليم كردستان .

ثانياً. دور و اهمية الشركات السياحية في اقليم كردستان:

1. دور الشركات السياحية في خلق فرص العمل وتقليل معدلات البطالة في الاقليم

تاثير الشركات السياحية في توفير فرص العمل وتقليل معدلات البطالة ليس كبيرة ، بعضها تعود الى طبيعة النشاطات في هذه الشركات (وليست النشاط السياحي المشهورة بخلق فرص العمل) وبعضها تعود الى استخدام العمال الاجانب، وعلى العموم مساهمة هذه الشركات في توفير فرص العمل هي فقط خلق (168 فرص العمل) بصورة المباشرة. وفي نفس الوقت معظم العاملين الذين يعملون في الشركات السياحية (موضوعة البحث) بسبب رغبة العمال في مجال السياحة

وليس بسبب التخصص السياحي . ومن خلال الجدول رقم 5 يبين عدد المشتغلين و مستوى اجورهم حسب التخصص والرغبة في العمل .

الجدول (5)

يبين جنسية العاملين و اسباب العمل في المجال السياحي و مستوى اجورهم

العمال المحليين	العمال الاجانب	اجمالي عدد العاملين	الفقرات
160	8	168	عدد العاملين
%95	%5	%100	
مختص في مجال السياحة	رغبة العمل في مجال السياحة	عدم وجود فرص اخرى	اسباب العمل في المجال السياحي
37	94	37	
%22	% 56	% 22	
الاجور المدفوعة للمتخصصين	الاجور المدفوعة للراغبين	الاجور المدفوعة للمضطرين	مستوى اجور العاملين
1500-800 دولار	500-400 دولار	375-300 دولار	

المصدر: من إعداد الباحثان استنادا على بيانات استمارة استبانة من 29 شركة السياحية في اقليم كوردستان . ان عدد العمال الذين يقوم المشروع بتوظيفهم والاجور التي تدفع لهم تدخل ضمن المعايير المهمة عند القيام بعملية تقييم اداء الشركات السياحية ، غير ان هذا الاعتبار يجب ان ينظر إليه على أساس انتاجية العمل الحقيقية ، اذ ان عدد العاملين و الاجور المدفوعة لهم يجب ان يعادل مع انتاجيتهم . وبالإمكان الحصول على معامل التوظيف بقسمة عدد العمال الذين يعلمون في الشركات السياحية على رأس المال الضروري لإنشائه (الداهري ، 1991 : 285 ; عثمان ، 1996 : 347).

$$\frac{168 \times 900}{305400} = \frac{\text{عدد العمال} \times \text{معدل الأجر}}{\text{حجم رأس المال}} = \text{معيار التوظيف و الاجور}$$

كلما كانت نسبة فرص العمل الى حجم رأس المال أكبر كلما كان أفضل ، بما أن حجم استخدام عنصر العمل متوسطة، لذا يكون المشروع الى حد ما مجديا من ناحية المالية والاقتصادية.

2. دور الشركات السياحية في استخدام و توظيف رأس المال في الإقليم

يقصد بهذا المعيار معرفة كثافة العوامل المستخدمة في العملية الانتاجية . اى القيام بمعرفة مقدار رأس المال الذى يحتاجه المشروع لانتاج وحدة من وحدات الانتاج . بمعنى اخر كم دولار نحتاج لانتاج وحدة واحدة من الانتاج المقرر، و المشروع الذى نسبته أكبر هو الافضل (الداهري ، المصدر السابق : 283-284) . و يمكن قياسها على نحو الاتي

$$\frac{305400}{1000 + 14200} = \frac{\text{حجم رأس المال}}{\text{القيمة المضافة}} = \text{كثافة رأس المال}$$

كلما كانت نسبة حجم رأس المال الى القيمة المضافة أكبر كلما كان أفضل و بما ان حجم رأس المال المستخدم بلغت (20%) وهذا يعنى ان مجال استخدام رأس المال قليلة ، لذا يكون المشروع من الناحية المالية والاقتصادية ليس في مستوى المطلوب .

3. دور الشركات السياحية في حصول على العوائد الاستثمارية

يمكن تعريف المعدل العائد او المعدل المحاسبي للعائد بأنه "سعر الفائدة الذي يساوي بين القيمة الحالية للتدفقات النقدية التي تديرها المشروع وبين التكاليف التي يتطلبها المشروع المقترح . وهي معيار يرتبط بالربحية ، ويستخرج كنسبة مئوية. ويجب ان يكون العائد كنسبة دائماً اكبر من الفائدة بخلافه فان المشروع يعد خاسراً . ويقارن معدل العائد على راس المال المستثمر بسعر الفائدة عند الايداع في المصارف ، فاذا ماكان معدل العائد اكبر من سعر الفائدة فيفضل المشروع على الايداع بفائدة او العكس صحيح(خضر والآخرين، 1996 : 241-242 ; عبدالله، 1999 : 110). وتحسب العائد البسيط كالآتي:

$$\text{معدل العائد البسيط} = \frac{\text{صافي الربح السنوي}}{\text{حجم الاستثمار}} \times 100 = 3\%$$

فان معدل العائد البسيط تساوي (3%) وهذه النسبة تعد غير مجدية و أقل من سعر الفائدة السائدة في الاقليم التي ما بين (8% الى 12%).

ثالثاً: تقدير النماذج القياسية والمعايير الاحصائية المستخدمة في قياس اداء الشركات السياحية في تنمية السياحة و التنمية الاقتصادية في اقليم كردستان :

استنادا إلى البرنامج الإحصائي (E-views 8.0)، وبعد العديد من المحاولات والتعديلات أصبح من الواضح أن صيغة الانحدار المتعدد (طريقة المربعات الصغرى الاعتيادية OLS) مناسبة للبيانات واهداف الدراسة المتمثلة ب (بيان العوامل المؤثرة على اداء الشركات السياحية من جهة، و كذلك انعكاس دور الشركات السياحية على تنمية النشاط السياحي والتنمية الاقتصادية في اقليم كردستان).

إن النموذج المقدر والدلائل الاحصائية يقترح إزالة المتغيرات التي ليس لها دلالات احصائية معنوية و المتمثل ب (X3، X4، X6، X8 و X9)، حيث يظهر نتائج التحليل في الجدولين (رقم 6 و رقم 7) كما يلي:

الجدول (6) نتائج التحليل على مستوى المتغيرات داخلية في النموذج

p-value	t-statistics	Coefficients	التساؤلات - المتغيرات المستخدمة في النموذج
مستوى وقدرة الشركات السياحية في تطوير القطاع السياحي في اقليم كردستان العراق (Y1)			
0.0002	4.4013	7.05	مقدار استفادة شركتكم من تجارب الدول المتقدمة سياحياً (X1)
0.0378	-2.1931	-2.21	مستوى مشاركة شركتكم في الندوة والمؤتمرات الدولية الخاصة بالسياحة (X2)
0.6281	-0.4904	-6.52	مستوى مشاركة شركتكم في الدورات التدريبية الدولية الخاصة بالسياحة (X3)
0.1940	-1.3346	-1.63	ماهي العلاقة التجارية والسياحية لشركتكم مع الشركات الاجنبية الاخرى (X4)
Partial Correlation at level (P-Value = 0.014)		Anova F-test (P-Value = 0.000)	الاختبارات الجزئية و الاختبارات الاحصائية
تأثير التغيرات الاقتصادية و السياسية و السياحية على النشاط السياحي في اقليم كردستان (Y2)			
0.0976	1.7158	1.02	تأثير التغيرات السياسية والاقتصادية الدولية والاقليمية على النشاط السياحي لشركتكم (X5)
0.8042	0.2503	1.39	تأثير التغيرات السياحية الدولية والاقليمية على النشاط السياحي لشركتكم (X6)

Partial Correlation at second difference (P-Value = 0.007)		Anova F-test (P-Value = 0.000)		الاختبارات الجزئية و الاختبارات الاحصائية
				قدرة و امكانية شركتكم في تقديم خدمات السياحة لسواح المحلية و الاجنبية (Y3)
1.0000	0.0000	0.0000		قدرات وإمكانات شركتكم في تقديم الخدمات السياحية لسواح الاجانب (x7)
0.3184	-1.0166	-3.20		قدرات وإمكانات شركتكم في تقديم الخدمات السياحية لسواح المحليين (x8)
Partial Correlation at second difference (P-Value = 0.002)		Anova F-test (P-Value = 0.000)		الاختبارات الجزئية و الاختبارات الاحصائية
				دور القطاع الخاص و القطاع الحكومي في تهيئة الاماكن السياحية و تشجيع النشاط السياحي (Y4)
0.2862	-1.0887	-4.86		دور القطاع الخاص في تهيئة الاماكن السياحية و تشجيع النشاط السياحي (x9)
0.0185	-2.5140	-1.28		دور الناس في محافظة الاماكن السياحية (x10)
0.0001	4.6666	1.78		دور مديرية البلدية و السياحة في محافظة الاماكن السياحية و تشجيع النشاط السياحي (x11)
Partial Correlation at second difference (P-Value = 0.010)		Anova F-test (P-Value = 0.000)		الاختبارات الجزئية و الاختبارات الاحصائية

المصدر: من إعداد الباحثين باستخدام برنامج (E-Views 8.0) و استنادا على بيانات استمارة استبانة من 29 شركة السياحية في اقليم كردستان .

الجدول (7)

نتائج التحليل على مستوى الكلي ولكافة النماذج

Method/ Least Squares	Probability (x1,x2,x3,x4)	Probability (x5, x6)	Probability (x7, x8)	Probability (x9,x10,x11)
Med. Chi-square	0.0000	0.0000	0.0007	0.0000
Adj. Med. Chi-square	0.0000	0.0000	0.0024	0.0000
Kruskal-Wallis	0.0000	0.0000	0.0000	0.0001
Kruskal-Wallis (tie-adj.)	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000
van der Waerden	0.0000	0.0003	0.0000	0.0010
Levene	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000
Brown-Forsythe	0.0000	0.0000	0.0002	0.0000
Variable/ Y-X	Mean	Std. Dev.	Std. Err. of Mean	Prob.
Y	1.000000	0.000000	0.000000	-
X1	3.700000	1.290549	0.235621	0.0007
X2	3.166667	1.662639	0.303555	0.1553
X3	3.400000	1.404426	0.256412	0.1642
X4	3.400000	1.476249	0.269525	0.3737
X5	2.800000	1.540264	0.281212	0.1979
X6	2.800000	1.648406	0.300956	0.8276
X7	3.766667	1.524135	0.278268	0.0765
X8	3.833333	1.487496	0.271578	0.2932
X9	2.866667	1.736690	0.317075	0.2499
X10	2.633333	1.650148	0.301274	0.0555

X11	2.766667	1.675036	0.305818	0.0131
ALL	3.011111	1.642028	0.086542	-

المصدر: من إعداد الباحثان باستخدام برنامج (E-Views 8.0) و استنادا على بيانات استمارة استبانة من 29 شركة السياحية في اقليم كردستان .

بناء على التقديرات أعلاه في الجدولين (6 و 7)، على الرغم من كثرة عدد شركات السياحة في اقليم كردستان و وجود بعض العلاقات (مشاركة الندوات و تبادل نشاطات المتعلقة بفتح الدورات التدريبية) بين بعض هذه الشركات مع الشركات الاقليمية و الدولية ، لكن مع ذلك على العموم ان دور الشركات السياحية في اقليم كردستان (موضوع الدراسة) ضئيلة جدا في المجالين، الجزئي: المتمثل بتقديم الخدمات الضرورية و المكملة لسواح المحلي و الاجنبي، و كذلك في المجال الكلي: المتمثل بخلق فرص العامل و تفعيل الارتباطات الامامية و الخلفية بين القطاع السياحة و القطاعات الاقتصادية الاخرى .

وفي الواقع الامر هناك جزء من عدم فاعلية دور الشركات السياحية و بالتالي عدم مشاركتها الفعلية في تطوير القطاع السياحي تعود الى التأثيرات السلبية الناجم عن التغيرات الاقتصادية و السياسية الخارجية و الداخلية هذا من جهة ، وعدم كفاءة القطاع الخاص العاملة في مجال النشاط السياحي من جهة اخرى .

رابعاً. المشاكل و الصعوبات أمام تطور وتنمية الشركات السياحية في اقليم كردستان:

هناك كثير من المشاكل و المعوقات التي تعيق استثمارات السياحة في اقليم كردستان ،منها:

1. كثرة الجهات والسلطات المسؤولة عن الاعمال السياحية مثل (هيئة السياحة، هيئة الاستثمار، البلديات ،ادارة المحافظات ، مديرية الصحة...الخ).
2. قلة البيانات والمعلومات الضرورية في مجال النشاط السياحية في اقليم كردستان مثل بيانات دقيقة عن (حجم فعلى للاستثمارات السياحية ، مستوى الاستثمار السياحي المطلوب، مستوى الانفاق السياحي ، طبيعة و نوع السوق السياحي ،قدرة و مستوى المنافسة بين الشركات السياحية).
3. عدم وجود قانون واضح و ملائم وثابت حول انشاء الشركات السياحية ، حجم الضرائب ، مستوى و نوع الاعفاءات من الاستثمارات السياحية .
4. عدم وجود البنك المتخصص بتقديم التسهيلات لانشاء الشركات السياحية و تشييط اعماله مثل (اعطاء القروض ، تقديم استشارات السياحية و ترويج نشاط الشركات السياحية).
5. ضعف دور القنوات الاعلامية المحلية و الفضائية في تعريف المناطق السياحية أمام المستثمرين الاجانب ، بل غالبية قنوات اعلامية تهتم بترغيب وعرض المناطق السياحية الخارجية بدلا من المناطق السياحية الداخلية .
6. ضعف الارتباط بين المخرجات الجامعية و المتطلبات السوق العمل السياحي من حيث توفير الكوادر المتخصصة سياحياً ، من خلال هذه الدراسة نجد فقط (5 الى 10 %) من احتياجات سوق العمل السياحي تغطي من الكوادر السياحية المتخصصة، وكذلك معظم العاملين الذين يعملون في مجال النشاط السياحي هم غير مختصين او من العاملين الاجانب خصوصا في الفنادق خمس و اربع نجوم .

خامساً. افاق تطور الشركات السياحية في ضوء الظروف الراهنة و توقعات المستقبلية:

من اجل الحد من المشاكل المتعلقة بتطوير و تنمية الشركات السياحية و الاستثمارات السياحية في اقليم كردستان، من الممكن عرض بعض المقترحات الضرورية كالتى :

1. من الضروري تزويد الشركات السياحية بالخدمات و التسهيلات و تحفيزهم للمشاركة في الندوات والمؤتمرات السياحية الاقليمية و العالمية.

2. من الضروري تفرّض على الشركات السياحية بتوفير فرص العمل للعمالة الوطنية و بالاخص للكوادر المختصة في المجال النشاط السياحي .
3. من الضروري تعمل الشركات السياحية على تنويع نشاطاتهم و اعمالهم ولم يقتصر دورها على حجز تكت و بعض الاعمال الهامشية، وذلك من اجل زيادة دور الاستثمارات السياحية في مجال تنمية القطاع السياحي في اقليم كردستان.
4. ضرورة العمل على تفعيل دور القطاع الخاص في مجال الاستثمارات السياحية و جذب الشركات الاجنبية كقوة لزيادة الاستثمارات السياحية في اقليم كردستان.
5. ضرورة العمل على فتح اقسام السياحية في كليات و معاهد الفنية و المهنية من اجل تكوين الكوادر السياحية المطلوبة.
6. ضرورة العمل على وضع خطة سياحية شاملة من اجل تضمين التكامل بين القطاع السياحي و القطاعات الاقتصادية الاخرى .

الاستنتاجات و المقترحات

اولاً. الاستنتاجات :

في ضوء ماسبق من التحليل نستنتج مايتي :

1. أظهرت الدراسة ان دور الشركات السياحية في اقليم كردستان (موضوع الدراسة) ليس بالمستوى المطلوب في مجالين الجزئي: مثل تقديم الخدمات الضرورية و المكتملة لسواح المحلي و الاجنبي، و كذلك في المجال الكلي: مثل خلق فرص العامل و تفعيل الارتباطات الامامية و الخلفية بين القطاع السياحي و القطاعات الاقتصادية الاخرى .
2. أظهرت الدراسة ان جزءاً من عدم فاعلية أداء الشركات السياحية و بالتالي عدم مشاركتها الفعلية في تطوير القطاع السياحي في اقليم كردستان تعود الى التغيرات الاقتصادية و السياسية الخارجية و الداخلية السلبية من جهة ، وعدم كفاءة القطاع الخاص العاملة في مجال النشاط السياحي من جهة اخرى. رغم ان دور القطاع الخاص في تطوير القطاع السياحي ليس بالمستوى المطلوب، لكنها افضل بكثير مقارنة بدور القطاع العام .
3. أظهرت الدراسة ان عدم فاعلية أداء الشركات السياحية في تطوير القطاع السياحي و تحقيق التنمية الاقتصادية، بسبب ضعف استخدام عناصر (العمل و رأس المال) في الشركات السياحية و ذلك نظراً لضيق مجال عمل الشركات السياحية و ضعف اداءهم الاستثماري .
4. أظهر التحليل ان مستوى التسهيلات الاستثمارية(من ضمنها انشاء و تأسيس الشركات السياحية ، و توفير الاراضي للمستثمرين) المقدمة من قبل حكومة إقليم كردستان في مستوى جيد، بينما هذه التسهيلات الاستثمارية (في مجال اعفاءات الكمركية و الضريبية و تقديم المساعدات المالية و اعطاء القروض النقدية) غير مشجعة .

ثانياً. المقترحات :

في ضوء ماسبق من الاستنتاجات نقترح مايلي:

1. ضرورة اهتمام حكومة إقليم كردستان بزيادة حصة النفقات الاستثمارية السياحية في الموازنة العامة لدعم القطاع السياحي و القطاعات الاقتصادية الاخرى .

2. من الضروري أن تهتم حكومة الاقليم والجهات المختصة أن تدعم الشركات السياحية من اجل تحفيز دورهم في تسريع عملية التنمية السياحية و الاقتصادية وذلك عن طريق الاعفاءات الضريبية و تقديم المساعدات المالية و خصوصا في الظروف الاقتصادية و السياسية غير المستقرة .

3. من الضروري أن تعمل حكومة الاقليم والجهات المختصة على رفع مستوى كفاءة الشركات السياحية وتطوير اداء العاملين في القطاع السياحي من خلال فتح الدورات التدريبية في مجال السياحي و ذلك بتنسيق مع القطاع الخاص التي يعملون في مجال النشاط السياحية وذلك لما له من دور حيوي و ديناميكي في رفع انتاجية العاملين و الحد من ظاهرة البطالة المقنعة.

4. ضرورة العمل على زيادة القدرة التنافسية سواء بين الشركات السياحية الداخلية هذا من جهة ، وبين الشركات السياحية الداخلية و الخارجية من جهة الاخرى، وذلك عن طريق ودعم وتقديم المساعدة المالية للشركات السياحية و اعطاء الحوافز لمن له اكبر حصة سوقية في مجال العمل السياحي الداخلي و الخارجي .

المصادر والمراجع

أولاً . الرسائل والأطاريح :

1. أحمد ، أحمد أديب ، 2006 ، تحليل الأنشطة السياحية في سورية باستخدام النماذج القياسية ، رسالة ماجستير ، غير منشورة ، جامعة تشرين ، كلية الاقتصاد ، سوريا.
2. بوعموشة ، حميدة ، 2012 ، دور القطاع السياحي في تمويل الاقتصاد الوطني لتحقيق التنمية المستدامة، رسالة ماجستير ، غير منشورة ، جامعة فرحات عباس ،كلية العلوم الاقتصادية و التجارية وعلوم التسيير ، الجزائر.

ثانياً . المجالات :

1. سعدي، يحيي و عمراوي ، سليم ، 2013 ، مساهمة قطاع السياحة في تحقيق التنمية الاقتصادية /حالة الجزائر ، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة العدد (36).
2. راضي خنفر ، عايد و عبدالالة خنفر ، إباد ، 2006 ، تسويق السياحة البيئية والتنوع الحيوي ، مجلة جامعة أسبوت العلمية ، مجلد (9) ، العدد (2).
3. الريداوي ، قاسم ، 2014 ، السياحة وأفاقها المستقبلية في سلطنة عمان ، مجلة جامعة دمشق،المجلد (30)، العدد (2+1).

ثالثاً . الكتب :

1. توفيق ، ماهر عبدالعزيز، 2008، صناعة السياحة ، الطبعة الاولى ، دار زهران للنشر والتوزيع ، عمان.
2. خضر ، على محمد و شلوف، فيصل مفتاح و شعيب، صالح الصابر ،1996، اسس دراسة الجودة للمشروعات الاستثمارية الزراعية ، الطبعة الاولى ، منشورات جامعة عمر المختار، البيضاء .
3. مقابلة ، أحمد محمود ، 2007 ، صناعة السياحة ، الطبعة الاولى ، دار كنوز المعرفة العلمية ، عمان.
4. السيسي ، ماهر عبدالخالق، 2001، مبادئ السياحة ، الطبعة الاولى ، مجموعة نيل العربية ، القاهرة.
5. دعيس ، يسرى ، 2007 ، السياحة والبيئة ، الطبعة الاولى ، شركة الجلال للطباعة ، اسكندرية ، مصر.
6. العاني ،رعد مجيد ، 2008، الإستثمار والتسويق السياحي، دار كنوز المعرفة العلمية ، عمان.
7. الغمراوي ، رجاء عبدالرزاق، 2012، الاعلام والتنمية السياحية، الطبعة الاولى ، دار المعرفة الجامعية ، اسكندرية ، مصر.

8. عثمان، سعيد عبدالعزيز، 1996، دراسات جدوى المشروعات بين النظرية والتطبيق، الاسكندرية.
9. عبدالله، عقيل جاسم، 1999، تقييم المشروعات إطار نظري وتطبيقي، الطبعة الثانية، دار المجدلاوي للنشر، عمان .
10. الداھري، عبدالوھاب مطر، 1991، تقييم المشاريع ودراسات الجدوى الاقتصادية، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، جامعة بغداد.

رابعاً . المصادر الانكليزية :

- 1.Chadwick, R. A., Ritchie, J. R. B., & Goeldner, C. R. (1987). Concepts, definitions and measures used in travel and tourism research. Travel, tourism, and hospitality research. A handbook for managers and researchers, 47-61.
- 2.Cheng, K. M. (2009). Three Essays in Tourism, Trade, and Economic Growth.
- 3.Daher, R. (Ed.). (2007). Tourism in the Middle East: continuity, change, and transformation (Vol. 9). Multilingual Matters.
- 4.Dieke, P. U. (2000). Developing tourism in Africa: issues for policy consideration. Development Policy Management in Sub-Saharan Africa, 7(1): 19-26.
- 5.Mishra, P. K., Rout, H. B., & Mohapatra, S. S. (2011). Causality between tourism and economic growth: Empirical evidence from India. European Journal of Social Sciences, 18(4), 518-827.
6. Roe, Ann , Smith, John D. & Borein Fiona (2002), Travel and Tourism, First published ,Cambridge university.
7. World Tourism Organization (UNWTO), 2011, 2012, 2013. www. WorldTourism. Organization.com.
8. World Travel and Tourism Council (WTTC), 2013. www.wttc.org

اسماء الشركات	العدد	اسماء الشركات	العدد
جامايكا	16	نئدمنتاين	1
ساندسو	17	الفارو	2
كوردستان	18	سركيش	3
رواد كوردستان	19	رؤزي كوردستان	4
زايد ترافل	20	بساط الريح	5
كوبك ترافل	21	بيست هؤليدي	6
ريدبال	22	فاردؤ	7
لارو	23	العالم الموحد	8
هانتي تورز	24	شيرؤك	9
كشتياري	25	ترانسيلفانيا	10
يقلسا	26	كثرة ج	11

داستان	27	سيارو	12
جيا	28	نقلند	13
لارؤس	29	فاري	14
29 شركة سياحية	المجموع الكلي	انترناشنال فاكيشن كلوب	15

الملاحق

ملحق رقم (1) يبين عدد و اسماء المكاتب و الشركات السياحية في عينة البحث

المجموع الكلي	بدون اجابة	سيئة	مقبولة	متوسطة	جيدة	ممتازة	البندود
29	0	0	0	10	9	8	مقدار استفادة شركتكم من تجارب الدول المتقدمة سياحياً
29	3	3	3	6	7	7	مستوى مشاركة شركتكم في الندوة والمؤتمرات الدولية الخاصة بالسياحة
29	2	2	1	8	11	5	مستوى مشاركة شركتكم في الدورات التدريبية الدولية الخاصة بالسياحة
29	2	2	4	2	13	6	ماهي العلاقة التجارية والسياحية لشركتكم مع الشركات الاجنبية الاخرى

ملحق رقم (2) يبين مستوى وقدرة الشركات السياحية في التطوير القطاع السياحي في اقليم كردستان

المجموع الكلي	بدون اجابة	غير مؤثر	قليل التأثير	مؤثر الى حدما	مؤثر	مؤثر جدا	البندود
29	3	2	3	13	3	5	تأثير التغيرات السياسية والاقتصادية الدولية والاقليمية على النشاط السياحي لشركتكم
29	4	3	0	11	7	4	تأثير التغيرات السياحية الدولية والاقليمية على النشاط السياحي لشركتكم

ملحق رقم (3) يبين تأثير التغيرات السياسية والاقتصادية و السياحية على القطاع السياحي في اقليم كردستان

ملحق رقم (4) يبين تأثير التغيرات السياسية والاقتصادية و السياحية على القطاع السياحي في اقليم كردستان

المجموع الكلي	بدون اجابة	سيئة	مقبولة	متوسطة	جيدة	ممتازة	البندود
29	2	0	2	2	12	10	قدرات وإمكانات شركتكم في تقديم الخدمات السياحية لسواح الاجانب
29	2	0	1	2	12	11	قدرات وإمكانات شركتكم في تقديم الخدمات السياحية للسواح المحليين

المجموع الكلي	بدون اجابة	سيئة	مقبولة	متوسطة	جيدة	ممتازة	البندود
29	5	3	3	3	11	4	دور القطاع الخاص في تهيئة الاماكن السياحية وتشجيع النشاط السياحي
29	4	4	4	6	6	5	دور مديرية البلدية و السياحة في محافظة الاماكن السياحية وتشجيع النشاط السياحي
29	5	8	2	3	8	3	دور الناس في محافظة الاماكن السياحية

ملحق رقم (5) يبين دور القطاع الخاص و القطاع العام في تطوير القطاع السياحي في اقليم كردستان

ملحق رقم (6) يبين نوع التسهيلات المقدمة من قبل الحكومة لتطوير وتشجيع الاستثمار السياحي في إقليم كردستان

المجموع الكلي	بدون اجابة	سيئة	مقبولة	متوسطة	جيدة	ممتازة	البندود
29	4	7	2	4	8	4	ماهي نوع التسهيلات الحكومية للشركات السياحية
							عدد الشركات المتقنة مع التساؤلات
							النسبة المئوية %
							1 توفير الاراضي بدون مقابل توفير الاراضي بأسعار رمزية
							2 توفير البنية التحتية الضرورية للمناطق السياحية
							3 اعفاء وتخفيض الرسوم الكمركية على المستوردات السياحية

4	اعفاء وتخفيض الضرائب على الشركات السياحية	5	17
5	تقديم المساعدات المالية والقروض المسيرة	5	17
	المجموع الكلي	29	100

الملحق رقم(7) يبين استمارة الاستبانة حول دور واهمية السياحة في تنشيط اقتصاديات اقليم كردستان- العراق

استمارة الاستبانة

هذه الاستمارة مخصصة لجمع البيانات والمعلومات حول واقع القطاع السياحي والمشاكل التي تواجه الاستثمار السياحي في اقليم كردستان- العراق، بغرض اعداد خطة استراتيجية متكاملة. أملاً في تعاونكم، أرجو التكرم منكم بالإجابة على أسئلة الاستبانة المرفق من أجل الحصول على معلومات دقيقة تساعد على الوصول إلى النتائج المرجوة، والمقترحات الملائمة التي آمل أن تساهم في تحسين أداء القطاع السياحي في اقليم كردستان - العراق . علماً بأن المعلومات التي سنقدمونها ستعامل بمنتهى السرية، ولن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي. لذا، فلا داعي لذكر الاسم.

وتفضلوا بقبول وافر التقدير

ملاحظة: يرجى وضع إشارة (√) أمام الإجابة التي تنطبق عليك، وبالإمكان اختيار أكثر من جواب واحد في بعض من الاسئلة .

أولاً:المعلومات الاولية:

1. اسم الشركة ()
2. تاريخ تأسيس الشركة (/ /)
3. نطاق ومجال عمل الشركة: داخل المحافظة () ، داخل الاقليم () ، خارج الاقليم (العراق) () ، خارج العراق (الدول الاخرى) ()
4. مستوى وقدرة عمل الشركة:
- مشروع صغير () ، مشروع متوسط () ، مشروع كبير ()
5. جنسية الشركة: محلي() ، اقليمي () ، عالمي ()
6. ملكية الشركة: خاص () عام () مختلط ()
7. المستوى التعليمي والتحصيل الدراسي لمدير الشركة: ، ابتدائية () ، متوسطة () ، اعدادية () ، دبلوم () ، بكالوريوس () ، ماجستير () ، دكتوراه () ، اخرى () .
8. اختصاص مدير الشركة: ()
9. هذه الفقرة خاصة بالعاملين في المجال السياحي:

أ:عدد العاملين في شركتكم: (موظف،عامل،مهندس، اخرى): () عامل

ب:الجنس :ذكور() ، انثى ()

ج: جنسية المستثمر السياحي : كورد () ، عرب () ، اجانب ()

د: الكفاءة والاختصاص لمدير الشركة السياحية:

متخصصة في المجال السياحي () ، غير متخصصة في المجال السياحي ()

ه: ماهي الاسباب التي تدفع العاملين للعمل في هذا المجال :

عدم توفير فرص اخرى للعمل () ، رغبة العمل في هذا المجال () متخصصة في هذا المجال () ،
اخرى ()

و: المجموع الكلي للاجور والرواتب للعاملين شهرياً: () دولار

10. رأسمال المقدر للشركة: () دولار

ثانياً:المعلومات الخاصة:

1. نوع ومجال النشاط السياحي لشركتكم:

فنادق وموتيلات () الكابينات السياحية () مطاعم وريستورانت () كازينويات () نقل السواح ()
() الفيزة وتسهيلات السفر () اخرى ()

2. طبيعة السياحة في شركتكم:

ربيعية () ، شتوية () ، خريفية () ، صيفية () ، على مدار السنة ()

3. وسائل النقل التي تستخدم شركتكم في مجال السياحة:

النقل البري () ، النقل الجوي () ، كلاهما ()

4. هل اجريت دراسة الجدوى قبل تأسيس الشركة(هل بناء المشروع تم على اساس توفر فرص استثمارية) ؟

نعم () ، كلا ()

اذاكان الجواب بنعم،ماهي رأيك حول التقديرات والتحليلات الخاصة بدراسة الجدوى لشركتكم ؟

ممتازة () ، جيدة () ، متوسطة () ، مقبولة () ، سيئة ()

5. مقدار استفادة شركتكم من تجارب الدول المتقدمة سياحياً:

ممتازة () ، جيدة () ، متوسطة () ، مقبولة () ، سيئة ()

6. مستوى مشاركة شركتكم في الندوة والمؤتمرات الدولية الخاصة بالسياحة:

ممتازة () ، جيدة () ، متوسطة () ، مقبولة () ، سيئة ()

7. مستوى مشاركة شركتكم في الدورات التدريبية الدولية الخاصة بالسياحة:

ممتازة () ، جيدة () ، متوسطة () ، مقبولة () ، سيئة ()

8. هل ان شركتكم مسجلة في قائمة الشركات العالمية: نعم () ، كلا ()

9. ماهي العلاقة التجارية والسياحية لشركتكم مع الشركات الاجنبية الاخرى:

ممتازة () ، جيدة () ، متوسطة () ، مقبولة () ، سيئة ()

10. تأثير التغيرات السياسية والاقتصادية الدولية والاقليمية على النشاط السياحي لشركتكم:

مؤثراً جداً () ، مؤثر () ، مؤثر الى حدما () ، قليل التأثير () ، غير مؤثر ()

11. تأثير التغيرات السياحية الدولية والاقليمية على النشاط السياحي لشركتكم:

مؤثراً جداً () ، مؤثر () ، مؤثر الى حدما () ، قليل التأثير () ، غير مؤثر ()

12. مستوى الخدمات السياحية في المناطق السياحية (فندق،موتيل،كابينة سياحية) :

ممتازة () جيدة () ، متوسطة () ، مقبولة () ، سيئة ()

13. دور ومكان القطاع السياحي في اقتصاد اقليم كردستان:

ممتازة () جيدة () ، متوسطة () ، مقبولة () ، سيئة ()

14. مآرايكم حول الناس الذين يزورون الى الخارج في حين يوجد المناطق السياحية في دخل الاقليم بكثرة

المناطق السياحية الخارجية متقدمة جداً () ، الامن والاستقرار اكثر في السياحة الخارجية () ، التعرف على عادات

وثقافات الشعوب الاخرى () ، المناطق السياحية الداخلية متخلفة جداً () ، عدم وجود كافة انواع السياحة داخل

اقليم كردستان () ، ارتفاع مستوى الدخل () ، بهدف التجارة () ، بهدف التعليم والدراسة () ،

بهدف زيارة المناطق المقدسة () ، بهدف العلاج () ، اخرى ()

15. قدرات وإمكانات شركتكم في تقديم الخدمات السياحية لسواح الاجانب:

ممتازة () ، جيدة () ، متوسطة () ، مقبولة () ، سيئة ()

16. قدرات وإمكانات شركتكم في تقديم الخدمات السياحية للسواح المحليين:

ممتازة () ، جيدة () ، متوسطة () ، مقبولة () ، سيئة ()

17. المشاكل والصعوبات التي تواجه السواح الاجانب في اقليم كردستان العراق: مشكلة الاجراءات المتعلقة بالفيزة ()

، مشكلة عدم فهم ومعرفة اللغة () ، مشكلة اختلاف العادات والتقاليد () ، مشكلة عدم توافر الاماكن

للراحة للمدة الطويلة () ، عدم وجود مكاتب صيرفة لتحويل العملات الاجنبية () ، قلة المعلومات حول

المناطق السياحية () ، اخرى ()

18. مستوى التسهيلات الاستثمارية المقدمة من قبل الحكومة لتطوير وتشجيع الأنشطة السياحية في إقليم كردستان:

ممتازة () ، جيدة () ، متوسطة () ، مقبولة () ، سيئة ()

19. ماهي نوع التسهيلات الحكومية للشركات السياحية: توفير الاراضي بدون مقابل () ، توفير الاراضي بأسعار رمزية () ، اعفاء وتخفيض الرسوم الكمركية على المستوردات السياحية () ، اعفاء وتخفيض الضرائب على الشركات السياحية () ، تقديم المساعدات المالية والقروض المسيرة () ، توفير البنية التحتية الضرورية للمناطق السياحية () ، اخرى ()

20. دور القطاع الخاص في تهيئة الاماكن السياحية وتشجيع النشاط السياحي :

ممتازة () ، جيدة () ، متوسطة () ، مقبولة () ، سيئة ()

21. دور الناس في محافظة الاماكن السياحية:

ممتازة () ، جيدة () ، متوسطة () ، مقبولة () ، سيئة ()

22. دور مديرية البلدية و السياحة في محافظة الاماكن السياحية وتشجيع النشاط السياحي :

ممتازة () ، جيدة () ، متوسطة () ، مقبولة () ، سيئة ()

23. المشاكل والعراقيل امام الاستثمار السياحي في اقليم كردستان العراق:

عدم توافر البيانات والمعلومات الدقيقة حول المناطق السياحية () الاجراءات الادارية المتعلقة بانشاء وتأسيس الشركات السياحية () ارتفاع نسبة الضرائب والرسوم الكمركية على الاستثمارات السياحية () عدم وضوح اللوائح والأنظمة السياحية والتغير المستمر في القوانين المتعلقة بالاستثمارات السياحية () عدم توفر المصارف المتخصصة بالاستثمارات السياحية () نقص الكوادر والعاملين المتخصصة في المجالات السياحية () ضعف البنية التحتية في المناطق السياحية () قلة وعي الناس وسيطرة بعض العادات والتقاليد التي تعيق الاستثمار السياحي في بعض المجالات السياحية () ضعف دور الاعلام السياحي في التعرف على المناطق السياحية الداخلية والاهتمام الاكثر بالمناطق السياحية الخارجية () هناك اكثر من جهة مسؤولة تعطي الاجازة وتنفيذ الاعمال المرتبطة بالنشاط السياحي ()

24. ماهي المشاكل والصعوبات التي عاقت تنمية القطاع السياحي في اقليم كردستان - العراق:

ضعف وسائل النقل والمواصلات () ، ضعف وسائل الاتصالات -الانترنت ،الموبايل- () ، عدم الاستقرار في الظروف الاقتصادية الداخلية () ، عدم الاستقرار في الظروف السياسية الداخلية ()

25. نسبة الارياح السنوية لشركتكم تبلغ : 5% () ، 10 % () ، 15% () ، اكثر من 15% ()

26. هل ترغب شركتكم بالاستمرار في مجال النشاط السياحي ،ولماذا؟

.....

27. هل ان شركتكم تعمل ببرنامج عدم الاستمرار في مجال النشاط السياحي ،ولماذا؟

.....

28. أي من المناطق والمراكز السياحية في محافظتكم ترغب في الاستثمار السياحي فيها،ولماذا؟

.....

29. اذكر مقترحاتك بشأن تطوير وتنمية النشاط السياحي في اقليم كردستان العراق:

.....