

العناقيد السياحية نموذج جديد لتحفيز التنافسية السياحية في العراق

أ.م. د عادل عيسى الوزني

الملخص :

يهدف هذا البحث الى استعراض مفاهيم العناقيد السياحية وماهي المكونات النظرية للعنقود مع اعطاء صورة تشخيصية مقتضبة عن اهم الموارد السياحية المتوفرة في العراق ثم حاولنا ان نقدم نموذج مقترح لعنقود سياحي في العراق يهدف الى رفع القدرة التنافسية للقطاع السياحي في العراق .

Abstract:

Tourism clusters are a new model to stimulate tourism competitiveness in Iraq
In this study we try to study the importance of the tourist clusters as a new model that can contribute to stimulating the tourism competitiveness in Iraq by reviewing the concept of tourism competitiveness and the importance of the tourist clusters in improving the competitive position of Iraq because of Iraq's potentials and tourist elements as well as proposing a model for a tourist cluster that can contribute to Providing an appropriate competitive tourism environment.

المقدمة :

يعد القطاع السياحي من القطاعات الحيوية والمهمة للعديد من الدول اذ يسهم مساهمة حقيقية وفاعلة في الناتج المحلي الاجمالي ، و لتمتع العديد من الدول السياحية بمزايا تنافسية جعلتهم يتصدرون قوائم الدول الجاذبة للسياحة إلا ان هذا القطاع يواجه تحديا رئيسا خاصة في العراق يتمثل بكيفية تحسين الميزة التنافسية لهذا القطاع وتحسين الموقع التنافسي على المستوى العالمي الذي يتم من خلال السعي الى استثمار ما يمتلكه العراق من خصائص ومقومات سياحية الى اقصى طاقة ممكنة وتذليل كل الصعاب والمعوقات التي تحد من ذلك من خلال تحسين وتطوير المزايا التنافسية السياحية ، اذ تتبع اهمية الميزة التنافسية السياحية من كونها تعمل على توفير البيئة التنافسية المناسبة لتوفير كفاءة في تخصص واستخدام الموارد وتحفيز الابداع والابتكار وتحسين مستوى الخدمات السياحية والصناعات المكمل لها ، والتي تهدف الى تلبية رغبات المستهلك بتقديم افضل الخدمات وياقل التكاليف وحتى تستطيع التنافسية السياحية ان تحقق اهدافها يمكن ان نستخدم نماذج العناقيد السياحية التي تعد من الاساليب الجديدة في توفير بيئة تنافسية سياحية مناسبة .

مشكلة البحث :

تكمن مشكلة البحث من معرفة مدى اهمية التنافسية السياحية في تفعيل النشاط السياحي في العراق ومدى اهمية العنقود السياحية في خلق بيئة تنافسية للنشاط السياحي في العراق .

فرضية البحث :

تؤثر العناقيد السياحية بشكل ايجابي في تحسين المزايا التنافسية للنشاط السياحي في العراق .

هدف البحث :

يهدف البحث الى استعراض الاطر المفاهيمية للميزة التنافسية والعناقيد السياحية وبيان اهمية العناقيد في خلق بيئة مناسبة لتحسين المزايا التنافسية واقتراح نموذج عنقود سياحي لتحفيز تنافسية النشاط السياحي في العراق .

هيكلية البحث :

لتحقيق هدف البحث وتطبيق فرضيته قسم البحث الى الفقرات الاتية :-

تناولت **الفقرة الاولى** مفهوم الميزة التنافسية السياحية ، فيما استعرضت **الفقرة الثانية** مقومات السياحة وأنشطتها في العراق :-

اما **الثالثة** فكانت تتحدث عن مفهوم العنقود والرابعة عن العناقيد السياحية : ، بينما تناولت الفقرة الخامسة النموذج المقترح للعنقود السياحي ، فضلا عن المقدمة والاستنتاجات والتوصيات وقائمة المراجع .

اولا : - مفهوم الميزة التنافسية السياحية .

لم يختلف مفهوم الميزة التنافسية السياحية عن مفهوم الميزة التنافسية على مستوى المؤسسة والقطاع والدولة الا من حيث المعنى ، اما من حيث الواقع فان المؤسسات الصناعية والخدمية تستخدم الاسلوب نفسه في تحقيق الميزة التنافسية والاستمرار بها .

قبل معرفة مدى تنافسية قطاع السياحة في اي دولة ونوعية المجالات التي تميزها عن غيرها من بقية دول العالم من حيث القدرة والإمكانات التنافسية في مختلف اوجه النشاط السياحي ، يكون من المناسب هنا تعريف التنافسية السياحية وفق تعريف منظمة السياحة العالمية اذ عرفتها على انها " الزيادة في الانتاج والتحسين في نوعية الانتاج والسلع والخدمات بما يرضي اذواق المستهلكين وقدرة الدولة على توليد موارد وإمكانات تتفوق بها على منافسيها في الاسواق العالمية " (١).

كما عرفت بانها (قدرة المؤسسات المنتمية للقطاع السياحي في دولة ما على تحقيق نجاح مستمر في الاسواق المحلية والدولية بالاعتماد على ما تمتلكه من موارد وقدرات دون الاعتماد على الدعم والحماية الحكومية) (٢) ، ويمكن ان يكون القطاع السياحي تنافسيا اذا كان متوسط التكاليف للوحدة المنتجة او للخدمة تساوي او اقل من مستواها لدى المنافسين في الدول الاخرى (٣) . من التعاريف اعلاه يمكن ان يكون المفهوم الواسع للميزة التنافسية السياحية هو المعيار الذي يمكن ان يستخدم في تقييم الاداء النسبي للمؤسسة او القطاع او الدولة السياحية مقارنة بغيرها من داخل وخارج حدودها من خلال الوقوف على جوانب القوة والضعف لهذا النشاط في مجال المقارنة مع المنافسين الموجودين فعلا في السوق والمحتملين .

ثانيا : مقومات السياحة وأنشطتها في العراق :-

تمتلك السياحة في العراق من المقومات ما يؤهلها أن تأخذ دورا تنافسيا عالميا يضاهاى ادوار العديد من الدول التي أخذت مراكز متصدرة في تقرير تنافسية السياحة العالمي فيما لو استثمرت هذه المقومات ووظفت لخدمة هذا القطاع المهم ، وفيما يأتي استعراض لأهم هذه المقومات .

١ : المقومات الطبيعية:-

تشمل مجموعة من المغريات السياحية مثل: التضاريس الأرضية ، السلاسل الجبلية ، الكهوف الطبيعية ، المغارات ، الوديان ، السهول فضلا عن المناخ وعناصره، تساقط ، الثلوج، الحرارة، البرودة. وتشمل المقومات الطبيعية على مجموعة من الأنشطة السياحية المتمثلة في :

أ- السياحة العلمية

ب. السياحة الترفيهية

ج. السياحة الرياضية

د. السياحة العلاجية

هـ. السياحة الصحراوية

و. السياحة الطبيعية

ز. السياحة البيئية

ح. السياحة الريفية

٢- المقومات التاريخية والدينية والثقافية :

تشمل المقومات التاريخية والدينية والثقافية على مجموعة مجموعة من المغزيات السياحية المتمثلة في العادات ، التقاليد ، التراث الديني والتراث الشعبي ، التراث الروحي ، الثقافة المادية ، الصناعات اليدوية والحرفية ، المباني ، الملابس ، الآثار التاريخية والمزارات الدينية.

وتحتوي هذه المقومات على مجموعة من الأنشطة السياحية المتمثلة بالآتي :-

ا . السياحة الدينية .

ب . السياحة الثقافية .

ج . السياحة الأثرية .

د . سياحة المناسبات أو المهرجانات سواء أكانت شعبية أم وطنية .

هـ . سياحة المؤتمرات

٣- المقومات الاصطناعية المحورة من الإنسان وأنظمة صنعها من الإنسان بكاملها وتشمل على :-

البحيرات الاصطناعية ، السدود والأنظمة ، الغابات .

وتحتوي هذه المقومات على مجموعة من الأنشطة السياحية منها :-

ا . السياحة الشاطئية .

ب . سياحة الاستجمام .

ج . سياحة التزلج الشراعي .

٤ - المقومات البشرية :

تشتمل المقومات البشرية على ما يمتلكه النشاط السياحي من كوادر إدارية عليا ومتوسطة ودنيا

ماهرة فنية ومتخصصة ، فضلا عن الثقافة السياحية ، ويمتلك مجموعة من النشاطات المتمثلة في :-

ا . الإرشاد السياحي .

ب. مكاتب السفر السياحية .

٥- خدمات الإقامة الفندقية بأنواعها :

الفنادق السياحية ، المطاعم ، المدن السياحية ، المنتجعات ، المخيمات ، البانسيونات ، بيوت الشباب، الموتيلات.

السياحة الترفيهية والاستجمام ، السياحة الجماهيرية

٦ - وسائل النقل والمواصلات :-

ا- الطائرات .

ب - سكك الحديد .

ج - السيارات السياحية بأنواعها الصغيرة والكبيرة .

٧- الخدمات الساندة ، مثل ، الكمارك ، المرور ، الجوازات ، الإقامة ، المصارف ، الكهرباء ، المجاري ، الماء ، المطارات ... الخ.

ثالثاً : ما هو العنقود ؟

هناك خلاف كبير بين الكتاب على تحديد مفهوم واضح ودقيق للعناقيد كون هذا المفهوم يعد غاية في الغموض وهذا الغموض هو السبب الرئيسي في تنوع التعاريف بين مفهوم صناعي وجغرافي ان مفهوم العناقيد كان يطبق على الصناعة ولم يطبق على الخدمات لاسيما الخدمات السياحية ، اذ ظهر اول تعريف لمفهوم العناقيد الصناعية عام ١٩٩٠ من قبل العالم (بورتر) في كتابه (Competitive Advantages of National) ، فبعد العديد من الابحاث والدراسات التي اجراها عن كيفية تحسين الميزة التنافسية للدول وجد ان افضل اسلوب لتحقيق هذا الهدف هو التركيز على سياسات الاقتصاد الجزئي وايجاد المناخ الاستثماري الجاذب لمختلف الشركات والمشاريع الاقتصادية ، وان افضل بيئة لهذه الشركات او المشاريع هو العناقيد الصناعية او ما تسمى بالتجمعات الصناعية (٤) .

اذ تعرف بأنها ، تجمع يضم مجموعة من الشركات التي تجمع فيما بينها عوامل مشتركة كالاشتراك في القنوات التسويقية ذاتها او استخدام تكنولوجيا متشابهة او الارتباط بعلاقات امامية وخلفية فيما بينها ، او الاستقاء من وسط عمالة مشترك ، ويضم هذا التجمع مجموعة من الشركات المرتبطة به والداعمة له ، والتي يعد وجودها ضرورة لتعزيز تنافسية اعضاء هذا التجمع كالجامعات والمعاهد والمراكز البحثية المتخصصة (٥) .

كما يعرفها البعض بأنها " مجموعة من الشركات المركزة جغرافيا او قطاعيا ، تنتج وتبيع تشكيلة من المنتجات المتكاملة او المترابطة ومن ثم تواجه فرصا وتحديات مشتركة " (٦) . ان التعريف المبسط للعنقود هو تلك المجموعة من الشركات او المؤسسات التي تشترك في صناعة او خدمة معينة ويمكن لها ان تتكامل فيما بينها تكاملا عموديا اماميا وخلفيا في منطقة جغرافية معينة او اقليم معين . يلاحظ من هذه التعاريف ان العناقيد يمكنها ان تتضمن العناصر الآتية (٧):

- موردي خدمات البنية التحتية الخاصة بالنشاط الاقتصادي .

- منتجي السلع المكاملة .

- الموردين والمنتجين لمدخلات عناصر الانتاج (مواد اولية ، معدات ، الآت ، ... الخ)

- المؤسسات والشركات التي تستخدم عمالة او تكنولوجيا متقاربة او مدخلات متشابهة

- قنوات التسويق .

اضافة الى هيئات التمويل والتي تتمثل في الآتي (٨) :

- هيئات مواصفات الجودة والتفتيش .

- الاتحادات والنقابات المهنية التي تقدم خدمات التعليم والتدريب .

- مؤسسات التعليم والتدريب المهني .

- المؤسسات والهيئات الحكومية وغير الحكومية (جامعات ، معاهد ، مركز تدريب)

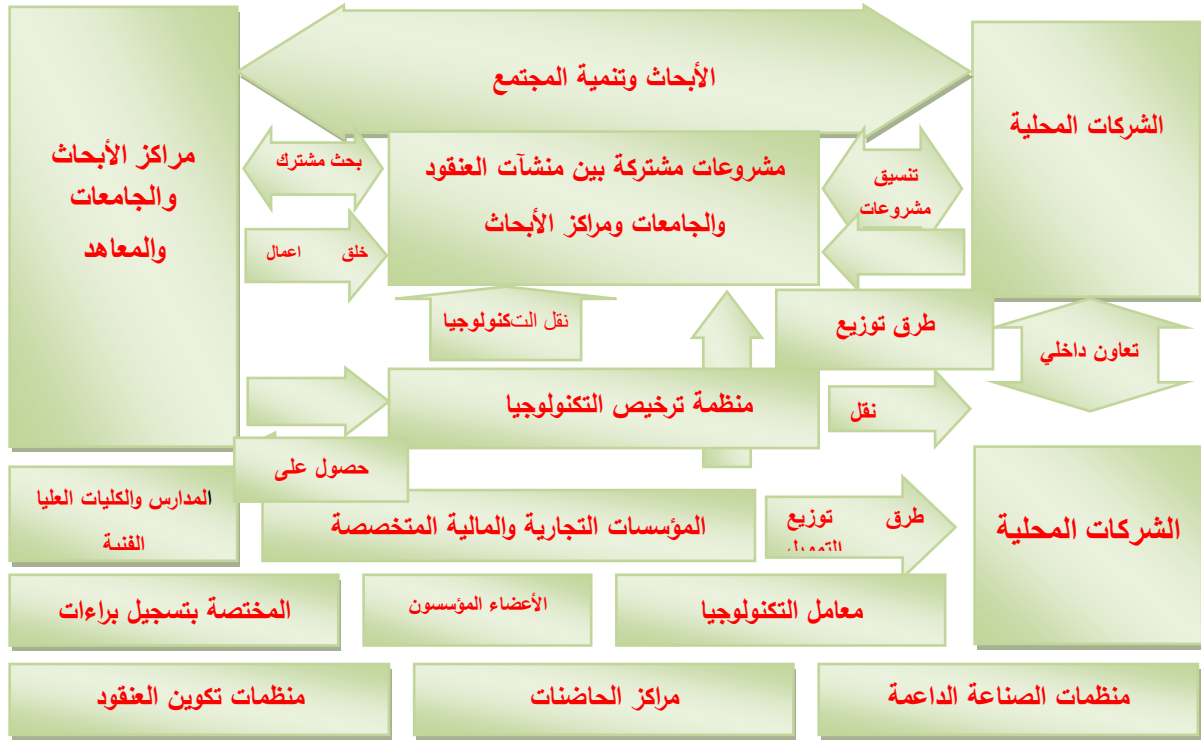
من النقاط اعلاه فان العنقود الصناعي يمثل السلسلة الكاملة للقيمة المضافة ، اذ تتشابك هذه المؤسسات

والهيئات في علاقات عمل مترابطة امامية وخلفية ضمن العنقود الصناعي الذي تكونه.

إن واحداً من أهم عوامل نجاح الميزة التنافسية للصناعات والخدمات هو انتشار ظاهرة العناقيد الصناعية أو السياحية ، تلك الظاهرة التي وقفت وراء تفسير تميز دولة بعينها في صناعة أو خدمة ما دون غيرها وهي الظاهرة التي أصبح لزاماً على كل دولة تسعى إلى تعزيز ميزتها التنافسية أن تنتظر إليها بجدية فالعقود ربما كان أحد أهم عوامل نجاح هذا الأسلوب في كونه يكفل وجود موردين محليين لمدخلات الإنتاج ويكلف أقل نسبياً من استيرادها مما يؤثر إيجاباً في منافسة الصناعة في السوق المحلي والعالمي ، إذ أنه كلما اتجهت الصناعات الداعمة والمرتبطة إلى إنتاج أجزاء محددة ومتخصصة من مدخلات الإنتاج ، كان لها دور أكبر في مساعدة الصناعة الرئيسية على التطور والمنافسة عالمياً.

من الجدير بالذكر أن العقود قد يكون الشكل الأكثر نضجاً للعمل التكاملي ما بين المؤسسات العاملة في اقتصاد ما ، وهي الأشكال التي تعد من زاوية عملية الأكثر أهمية لواضعي السياسة في الدول النامية ، فمعرفة ما يمكن أن يكون عقوداً ودراسة الظروف المحيطة به ستسهم بشكل فاعل في توجيه السياسات التنموية للانتقال إلى عقود ناضج ، ويذكر أن العناقيد في العادة تتخذ صبغة مكانية بتركزها في مكان جغرافي واحد ، وهو ما يطلق عليه بالعقود (المكاني) أو (الإقليمي) إذ تعتمد درجة تركيز العناقيد إلى حد ما على مدى تطور وسائل النقل والاتصالات ، الأمر الذي يتوقع معه أن يكون للتطور الكبير في مجال الاتصالات أثر في هذه الظاهرة ، ولاسيما في الصناعات القائمة على المعرفة كصناعة تكنولوجيا المعلومات والخدمات المرتبطة بها ، ويعد مفهوم العقود مفهوماً ديناميكياً متحركاً وليس استاتيكيّاً ساكناً ، إذ أنه يحتوي على سلسلة من العلاقات والتأثيرات الداخلية والخارجية تؤدي إلى زيادة التنوع التكنولوجي للمنطقة وتطور ونمو العقود باستمرار ، وتعد هذه العملية الديناميكية مصدراً مهماً لظهور آفاق إنتاجية عالية تختبئ في طيات التطبيقات التكنولوجية ، من الجدير بالذكر أن الديناميكية المنظمة لا تعتمد فقط على التوسع في عوامل الإنتاج وإنما كذلك على تطور القدرات الإنتاجية وتفاعل هذه القدرات مع الفرص الجديدة في الأسواق، والتي تؤدي باستمرار إلى تطوير منتجات جديدة تؤدي بدورها إلى إعادة تشكيل الأسواق. وتتميز الشركات الرائدة بأنها قادرة على توليد قدرات إنتاجية فريدة من نوعها، وانتهاز الفرص لتطوير منتجات جديدة مما يحدو بالشركات الأخرى بالعمل على زيادة آفاق تخصصها في العقود ، ولا يتوقف دور بعضها عند هذا الحد ، وإنما يتعداه ليلعب دوراً مفصلياً في تنمية الاقتصاد بشكل عام وتطوير القدرات والمهارات التكنولوجية في العقود بشكل خاص ، والشكل (1) يمثل انظمة التكامل في العقود الصناعي

شكل (١) أنظمة التكامل في العنقود الصناعي



المصدر : مصطفى محمود محمد ، دور العناقيد الصناعية في ادارة المخاطر المنشآت المتوسطة والصغيرة ، المؤتمر العلمي السابع ، جامعة الزيتونة ، الاردن ، بحث غير منشور ، ٢٠٠٩ ، ص ٨ .

يتضح من الشكل (١) مدى التكامل والتعاون الذي يتم بين جميع الكيانات الموجودة داخل العنقود ، فإنه توجد علاقة متبادلة بين مراكز الأبحاث والجامعات والمنشآت والمشروعات القائمة أو الجديدة ، إذ تمد الجامعات ومراكز البحوث المشروعات والأبحاث اللازمة لتطوير أعمال العنقود الصناعي ، وتحصل منهم على ما يفيد نجاح تلك الأبحاث وإمكانية التطبيق لأخذها في الاعتبار عند القيام بأبحاث جديدة .

رابعا : العناقيد السياحية :

لاحظنا انه نظرا لتطور وتنوع الخدمات السياحية والنمو المتزايد لهذا القطاع فانه يمكن تطبيق نموذج العنقود على المنتج السياحي اذا ما علمنا ان هذا المنتج يتفاعل مع الثقافة المحلية ويعزز العمل المشترك للشركات المترابطة مما يسهل تشكيل العناقيد السياحية ، ونؤكد هنا على أهمية العناصر المنتمية الى العناقيد السياحية ، إذ ان رضا السياح لا يعتمد فقط على قوى الجذب الطبيعية للمكان السياحي ولكن ايضا على نوعية وكفاءة الاعمال ذات الصلة ، الفنادق والمطاعم و المراكز التجارية والنقل ، وان العنقود السياحي يؤكد على التركيز الجغرافي للشركات والمؤسسات المرتبطة مع الأنشطة السياحية . وهذا يشمل موردي الخدمات ، والحكومات ، المؤسسات والجامعات والمنافسين ، كما يعتمد على الثقافة السياحية المحلية ، ان كل هذه الموارد السياحية والتقاليد والثقافة المحلية يكون لها تأثير في اختيار العنقود السياحي ، وعملية بنائه وتحديد المنتجات السياحية الرئيسية كما يحتوي العنقود على الشركات السياحية إذ ان الأهداف الرئيسية لنشاطها موجه إلى خلق منتجات سياحية جذابة ، وموافقة لحاجات السياح ، ودعم معايير الخدمة . ان كفاءة العنقود السياحي كمجموعة من المعالم السياحية لايتوقف على التركيز في نوعية المنطقة

الجغرافية مع مرافق وخدمات ذات جودة وكفاءة جماعية واجتماعية وقوة وتماسك السياسات السياحية مع تنسيق سلسلة الانتاج مع ادارة ممتازة من شبكات الشركات التي تولد المزايا النسبية والتنافسية انما يشمل ايضا خدمات الفروع الداعمة وتشمل هذه الخدمات ، الخدمات المالية والطبية ، وخدمات متاجر التجزئة مثل بيع الهدايا التذكارية و معدات السفر ، والهندسة المنزلية ، البنية التحتية المتطورة ، أمن ، خدمات الخ هذه المؤسسات والشركات وظيفتها ضمان السلع و الخدمات في السوق بغض النظر عن قطاع السياحة ، ولكن مشاركتها في مجموعات توفر ظروف أفضل لتطوير العناقيد و نمو معدل دوران رأس المال .

ويشترط مشاركة المنظمات السياحية المحلية وبدون مشاركتها لا يمكن أن يتحقق المنتج السياحي الرئيسي وسوف تزداد التكاليف وعدم الرضا السياحي ، وتستند الضمانة لسير العنقودية الناجحة على النمو المستدام من الصناعات المكملة للسياحة الداعمة و تعاونها الفعال مع المنظمات السياحية.

ان الهدف من العنقود هو جلب الشركات لبناء منظومة ناجحة للمنتج السياحي في المنطقة ولتعزيز المزايا النسبية والتنافسية استنادا لما سبق نحصل على المعادلة الآتية :-

العناقيد السياحية = تراكم الموارد السياحية والجذب السياحي + البنى التحتية + المعدات + شركات الخدمات + المراكز الحكومية + المراكز الاكاديمية + القطاعات الداعمة الأخرى + القيادات الإدارية التي تسهم بتزويد مستهلكي الخدمة بالمعلومات الكاملة للوجهة التي يختارونها لزيارة أنشطة سياحية متكاملة ومنسقة والتمتع بها .

خامسا - نموذج مقترح للعنقود السياحي :-

ان التطورات النظرية الجارية على القطاع السياحي والأطر المفاهيمية المعروضة والمتعلقة بالميزات التنافسية قد تم التعرض لها حديثا من قبل الباحثين والمراكز البحثية في الجامعات لذا فانه من منطلق الاسهام في دعم هذا التوجه العلمي المعاصر تم اقتراح نموذج يهدف الى المساهمة في التطورات الحاصلة في مجال دراسة وتحليل العناقيد السياحية ، ان هذا النموذج المقترح للعنقود يمكن ان يحفز المزايا التنافسية الرئيسة لشركاء العنقود اذ يتم تحفيز هذه المزايا من خلال :-

- وجود شركات متكاملة وذات صلة بالنشاط السياحي .

- تحقيق امكانية الوصول الى الموارد (موارد بشرية ، موارد طبيعية الخ)

- رفع مستوى التنافسية ونسبة التركيز في السوق .

- الاعمال التكاملية و استراتيجيات التسويق .

يمثل نموذج العنقود العلاقات التكاملية والتكافلية بين مكونات العنقود اذ يشير الى تعاون الجهات الفاعلة لتعظيم كل من الفوائد الفردية والعامه للشركات الوطنية والعابرة للقومية كذلك تعاون هذه الشركات مع الجامعات والحكومات لتحسين انتاجيتها والقدرة على الابتكار ، كما موضح في الشكل (٢) .

في هذا النموذج نقدم مجموعة من العناصر الضرورية ضمن اطار العناقيد السياحية لتعزيز القدرات التنافسية الداخلية ما بين المؤسسات داخل العنقود والقدرات التنافسية الخارجية مع العناقيد السياحية الاخرى المحلية والإقليمية.

من اجل دعم وتحسين المزايا التنافسية للنشاط السياحي وتحقيق الاستراتيجية الوطنية الداعمة للتنافسية ومساهمة كل القطاعات الداعمة للنشاط السياحي في العراق نقترح العمل بنظام العناقيد السياحية اذ ان الجزء الاكبر من المزايا المتعلقة بالعناقيد السياحية ينشا من مجموعة متنوعة من اشكال الشراكة بين المؤسسات السياحية والجامعات و وحدات العمل والهيئات الحكومية والمؤسسات المرتبطة بها ، اذ ان العناقيد يجب ان تتعامل على انها انظمة بدلا من مجموع الشركات التأسيسية .

ان التعرف على اهمية العناقيد السياحية يحتاج الى نموذج نظري يعكس العناصر الاساسية المكونة لهذا النموذج والتي تتالف من عوامل التنافسية السياحية و استراتيجيات التنافس داخل العنقود وخارجه كذلك التعرف على مدى تأثير النشاط السياحي على التنمية السياحية فضلا عن دور المؤسسات الحكومية والاكاديمية في تحقيق المزايا التنافسية للنشاط السياحي .

يمثل النموذج نظاما سياحيا متفاعلا والذي يكون اكثر تفاعلا فيما لو توفر الانسجام ما بين مكوناته الرئيسية وهي

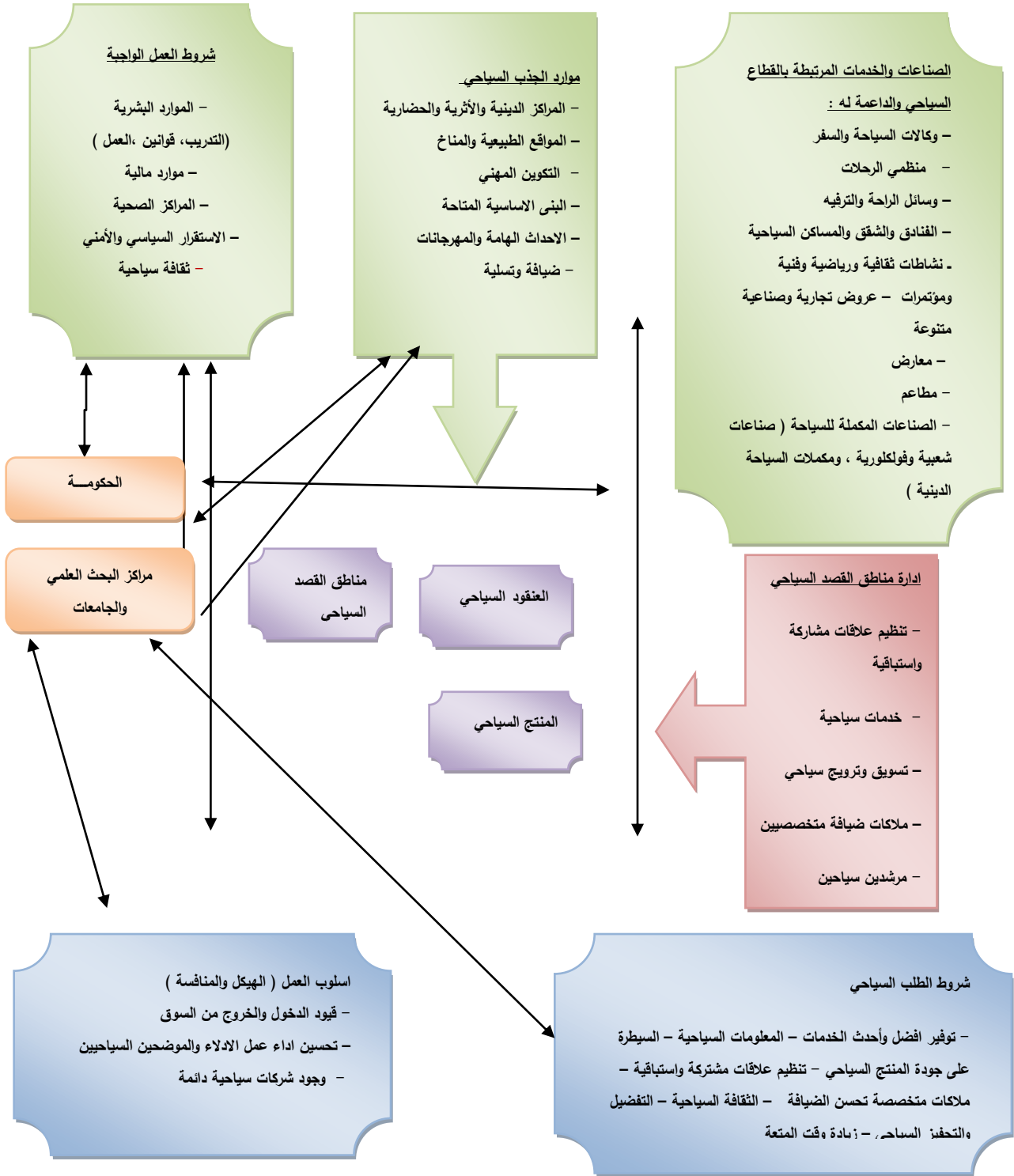
كالآتي :-

- المنتج السياحي : (يتكون من الموارد الطبيعية والدينية والاثرية وعوامل الجذب السياحي الاخرى) .
- وجهة السفر السياحية (مناطق القصد السياحي) .
- العنقود السياحي (التكتلات السياحية) .

اذ انه لو تم اتصال متبادل بين المنتج السياحي ووجهة السفر السياحية بشكل فاعل فان العنقود السياحي

سوف يعمل بطريقة ايجابية فاعلة وكما موضحة في الشكل (٢)

شكل (٢) نموذج مقترح لمكونات العنقود السياحي



المصدر : الشكل من إعداد الباحث

يعرض الشكل (٢) مكونات النموذج النظري المقترح للعنقود السياحي الذي يعزز الميزة التنافسية السياحية

والذي يتبنى عدة مقترحات لدعم عمل العنقود السياحي وكالاتي :-

- ١ - يتم خلق الميزة التنافسية للعنقود السياحي من خلال :-
 - وجود الصناعات المرتبطة بالسياحة والداعمة لها .
 - توفر شروط الطلب .
 - توفر شروط العمالة .
 - تطوير آلية العمل في بناء الميزة التنافسية السياحية .
 - مزيج من الكل .
- ٢ - تستند آلية المنافسة داخل وخارج العنقود السياحي على :-
 - اقامة حواجز الدخول .
 - اقامة حواجز الخروج .
 - الابتكار والتفاضل في المنتجات السياحية المعروضة .
 - التعاون بين مكونات العنقود .
- ٣ - المنتجات السياحية تلعب دورا في تنمية الاقتصاد الوطني من خلال :-
 - جاذبية الموارد الطبيعية والتاريخية والدينية والثقافية .
 - جودة البنى التحتية الداعمة للسياحة .
 - اقامة الفعاليات الثقافية والرياضية والفنية والمهرجانات الترفيهية .
- ٤ - يمكن للجهات السياحية ادارة المرافق السياحة المتاحة بكفاءة عالية ما يسهم في زيادة جاذبية العنقود السياحي من خلال :-
 - التسويق والترويج السياحي .
 - المعلومات السياحية .
 - تشجيع روح المبادرة لدى العاملين بالقطاع السياحي .
 - انشاء خدمات دعم السياحة من ادلاء وموضحين ومظيفين يعملون مباشرة مع السائح .
- ٥ - يجب ان تلعب الحكومة دورا حيويا في تحسين الميزة التنافسية للعنقود من خلال :-
 - انشاء وتطوير البنى التحتية الداعمة للسياحة .
 - الحفاظ على الموارد الطبيعية والتاريخية والثقافية للعنقود .
 - حفظ الامن وحماية السياح في مناطق القصد السياحي .
 - سن القوانين والتشريعات التي تنظم العمل السياحي .
 - توفير المؤسسات والمراكز الصحية في المناطق السياحية .
- ٦ - يجب ان تلعب المراكز البحثية والجامعات والمعاهد دورا مهما في :-
 - تطوير وتشجيع وسائل الابتكار والتمايز للمنتجات والخدمات السياحية .
 - التعليم والتدريب المستمر للموارد البشرية .

ان النموذج يقدم العناصر الضرورية ضمن اطار العناقيد السياحية مادامت ان الشركات والوكالات السياحية تجمع ما بين العوامل الثلاثة المشار اليها لدعم عملياتها في الاسواق السياحية وذلك من خلال تعزيز القدرات التنافسية الداخلية ما بين المؤسسات داخل العنقود والقدرات التنافسية الخارجية مع العناقيد السياحية الاخرى . ان الخصائص الرئيسية للنموذج تؤكد التوليفة الاساسية بين عناصر العنقود لاجل بلوغ التنافسية المطلوبة ، كما ان كل

عنصر يمثل مجموعة من الوسائل التي تعزز الضغوط على العناصر الأخرى ، لذلك فإن درجة التفاعل تحدد الميزة التنافسية الإقليمية والعالمية للعنقود .

ان مقومات السياحة كما هو معلوم ليست وحدها هي التي تعزز التنمية السياحية لبلد ما او اقليم ما ولكن الذي يعزز ذلك هو مستوى تطور ذلك البلد ومدى اهتمام الحكومة بهذا القطاع الذي بدوره سوف يحول السياحة الى نشاط فعال ومهم في دعم عملية التطور الاقتصادي .

في هذا النموذج نؤكد على دور الحكومة في تحديد السياسات التي تؤثر في الميزة التنافسية للعنقود السياحي ونسلط الضوء على دور الجامعات ومراكز البحث والتطوير في تحسين المنتجات السياحية كذلك في تدريب وتطوير الموارد البشرية .

الاستنتاجات :

١- ان تميز الخدمة السياحية يشترط توفر بعض المزايا الجديدة والغير متوفرة في خدمات الدول السياحية المنافسة ، اي يكون للخدمة اسلوب او شكل او مستوى جودة مرتفع لا يتوفر في الخدمات المناظرة ، لذلك فان تميز الخدمة يعد من اهم خصائص الميزة التنافسية السياحية التي تعتمدها الدول السياحية للجذب السياحي .

٢- تتبع اهمية الميزة التنافسية من كونها تعمل على توفير البيئة التنافسية المناسبة لتوفير كفاءة في تخصص واستخدام الموارد وتحفيز الابداع والابتكار وتحسين مستوى الخدمات وجودة الانتاج ليس على مستوى الصناعة فقط بل حتى على مستوى الخدمات التي يقدمها القطاع السياحي ، والتي تهدف الى تلبية رغبات المستهلك بتقديم افضل الخدمات وباقل التكاليف ، .

٣- امكانية تطبيق نموذج العنقود الصناعي على النشاط السياحي من خلال توظيف عناصر العنقود السياحي في تحسين الميزة التنافسية السياحية ..

٤- يعد العراق مهد الحضارة المدنية من خلال تميزه بأروع المناطق الاثرية والدينية العالمية وأقدسها لشريحة كبيرة جدا من المسلمين وغير المسلمين ، فضلا عن مكامن قيمة من حيث السياحة الطبيعية نظرا للتنوع الهائل في التضاريس والنظم البيئية بما في ذلك الجبال والسهول والاهوار والأنهار والبحيرات والصحارى . مما يرشحه ان يكون كأحد ابرز الوجهات السياحية الناشئة في العالم من حيث الاثارة والمخزون .

٥- في اوقات السلم والاستقرار يعد موقع العراق من المواقع المميزة التي يسهل الوصول اليها اذ يقع في المركز الجغرافي الذي يربط بلدان اسيا بافريقيا وأوروبا ، وهذه العوامل تشكل ميزة نسبية الا انه لا يمتلك ميزة تنافسية ، ولكي تُحفز المزايا التنافسية الكامنة في العراق يمكن ان يُستخدم نموذج العنقود السياحي في ذلك .

٦- ان الخصائص الرئيسة التي يتمتع بها نموذج العنقود السياحي تؤكد ضرورة تحقيق التوليفة الاساسية بين عناصر العنقود لاجل بلوغ التنافسية المطلوبة ، اذ ان كل عنصر يمثل مجموعة من الوسائل التي تعزز الضغوط على العناصر الأخرى .

التوصيات :

١- ضرورة التوفيق بين مقومات وإمكانيات بلد القصد السياحي وبين مؤشرات التنافسية السياحية ، بحيث يمكن استثمار ما موجود من مقومات سياحية في تحسين المزايا التنافسية للبلد

٢- اهمية تحديد المجالات السياحية التي تستطيع الدولة التميز بها والتي تجعلها أكثر تنافسية في أسواقها الداخلية والخارجية ، والعمل على تنميتها ،

٣- التركيز على معرفة المزايا التنافسية التي يتمتع بها العراق والعمل على الإفادة منها ما أمكن .

- ٤- ان الخصائص الرئيسية لنموذج العنقود السياحي تؤكد ضرورة تحقيق التوليفة الاساسية بين عناصر العنقود لاجل بلوغ التنافسية المطلوبة ، اذ ان كل عنصر يمثل مجموعة من الوسائل التي تعزز الضغوط على العناصر الاخرى ، لذلك فان درجة التفاعل تحدد الميزة التنافسية الاقليمية والعالمية للعنقود ، وفي هذا النموذج تعد التنافسية العنصر الاساسي لنجاح العنقود السياحي .
- ٥- الربط بين مخرجات البحث العلمي ضمن العنقود السياحي وبين حاجات القطاع السياحي ، ويتم ذلك من خلال أيجاد شبكة تسهل التواصل بين مجتمع الباحثين من جهة وبين من يفترض أنهم يستخدمون نتائج هذه الأبحاث من جهة أخرى .
- ٦- على المعنيين في القطاع السياحي في العراق التوجه نحو انشاء العناقيد السياحية ، بحيث تجمع هذه العناقيد بين مكامن القوة التي تتميز بها وبين مقومات القطاع السياحي وتدفعها في تعزيز المزايا التنافسية التي يتمتع بها القطاع السياحي .

المراجع

- ١ - World Tourism Organization , Madrid, ٢٠٠٨, p.٤.
- ٢- سامر مظهر سهواجي ، تعزيز القدرة التنافسية للمؤسسات الخدمية ، دار الجامعة الجديدة ، الاسكندرية ، ٢٠٠٨ ، ص ٢٢ .
- ٣- عبد السلام مرسي الشريبي ، تحديات التنافس الدولي في ظل العولمة ، دار الجامعة الجديدة ، الاسكندرية ، ٢٠٠٩ ، ص ١٥ .
- ٤- محمد عبد الحليم مدحت ، دور العناقيد الصناعية في عملية التنمية الصناعية والاقتصادية ، منشأة المعارف للنشر ، الاسكندرية ، ٢٠٠٧ ، ص ٢٤ .
- ٥- مصطفى محمود محمد ، دور العناقيد الصناعية في ادارة مخاطر المنشآت المتوسطة والصغيرة ، المؤتمر العلمي السابع ، جامعة الزيتونة ، الاردن ، بحث غير منشور ، ٢٠٠٩ ، ص ٨
- ٦ - اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لبلدان غرب اسيا (الاسكوا) زيادة انتاجية الشركات الصغيرة ومتوسطة الحجم وتعزيز قدراتها التنافسية من خلال التكنل والتشبيك ، دراسة حالة صناعة الملابس في لبنان ، الامم المتحدة ، نيويورك ، ٢٠٠٤ ، ص ٦.
- ٧- امين رضا بهجت ، تأثير العناقيد الصناعية على التنمية الصناعية في مصر ، رسالة ماجستير ، كلية التجارة وإدارة الاعمال ، قسم الاقتصاد ، جامعة حلوان ، ٢٠١٠ ، ص ٣٧ .
- ٧- ابراهيم شكري ، العناقيد الصناعية كاستراتيجية لتنمية المشاريع الصناعية ، عالم الكتب ، مصر ، ٢٠٠٥ ، ص ١٧