

تقييم دور القطاع الخاص في دعم المنافع الاقتصادية للتنمية السياحية في العراق للفترة 2002-2011 دراسة تحليلية

أ.الهام خضير شبر*

نسرین غالي قاسم**

المستخلص

أن القطاع الخاص العراقي له تجربة طويلة منذ عقود مضت في الاستثمار والتنمية السياحية لكنها تميزت بالتأرجح مابين التطور والتدهور متأثرا بتحديات ومشاكل أضعفت دوره كقطاع ريادي ومشارك فعال في التنمية السياحية والتي تمثلت بعدم الاستقرار السياسي والاقتصادي والقانوني والبيئي. ومن هنا تظهر أهمية بحثنا المتواضع هذا بمحاولة تقييم دوره التنموي الحقيقي في الواقع السياحي العراقي للفترة (2002-2011) من خلال إسهاماته الكلية والجزئية في تعظيم المنافع الاقتصادية المباشرة للاقتصاد العراقي عموما والاقتصاد السياحي خصوصا إذ نركز في دراستنا على دور القطاع الخاص السياحي في زيادة وتنويع مصادر الدخل القومي وقدرته على التوظيف والقضاء على البطالة و دعم ميزان المدفوعات العراقي ودعم الدخل الحكومي من خلال تمويل ميزانيه الدولة وتحقيق العدالة في توزيع مشاريع التنمية مابين الأقاليم وكفاءته في استخدام الموارد السياحية

Abstract

The Iraqi private sector has a long experience, for many decades, in investment and tourism development, though it swayed between prosperity and deterioration, as it is affected by some challenges and obstacles that weakened its role as a leading sector and active participant in the tourism development. These challenges and obstacles are represented by the political, economic, legal and environmental unsettlement. And here comes the importance of our humble research, in its endeavor to evaluate its true development role in the reality of the Iraqi tourism for the period (2002-2011), through its participation, in the whole or in part, in maximizing the direct economical benefits for the Iraqi economy in general, and the touristic economy in particular, as we concentrate in our study, on the role of touristic private sector, in the increasing and variety of national income resources and the ability to employ people to eliminate unemployment, and to support the Iraqi balance of payments, and to support the government income by financing the state budget, and bring justice in distributing the development projects among the regions, and its efficiency in the using the touristic resources.

* الجامعة المستنصرية / كلية الادارة والاقتصاد .

** باحثة .

بحث مستل من رسالة ماجستير

مقبول للنشر بتاريخ 2013/5/13

المقدمة

يلعب القطاع الخاص دوراً رئيسياً ومحورياً في عملية التنمية الاقتصادية والاجتماعية من خلال إسهاماته الفعالة في تنشيط الحياة الاقتصادية ومن ثم في رفع معدلات النمو والإسهام في حل العديد من المشاكل الاقتصادية والاجتماعية في الدول ذات الإمكانيات السياحية ، وعلى هذا الأساس فإن تطوير مكانه وأداء القطاع الخاص تعد قضية مهمة جداً تركز عليها السياسات الاقتصادية مما يعكس أثره الإيجابية على الاقتصاد الوطني لذلك يستدعي فهم آلية عمل القطاع الخاص وقدرته على تحمل مسؤوليته إلى جانب القطاع العام في تحقيق الأهداف الاقتصادية والاجتماعية للتنمية الوطنية .. والتنمية السياحية جزء لا يتجزأ من التنمية الوطنية الشاملة يشترك القطاع الخاص والقطاع العام في تحمل المسؤولية المشتركة في تعظيم منافعها الاقتصادية والاجتماعية في ظل بيئة سياسية وتشريعية وتنظيمية مستقرة .. والقطاع الخاص العراقي له تجربته الطويلة منذ عقود مضت في الاستثمار والتنمية السياحية لكنها تميزت بالتأرجح مابين التطور والتدهور متأثراً بالتحديات والمشاكل التي أضعت دوره كقطاع ريادي ومشارك فعال في التنمية السياحية والتي تمثلت بعدم الاستقرار السياسي والاقتصادي والقانوني والبيئي .ومن هنا تظهر أهمية بحثنا المتواضع هذا بمحاولة تقييم دوره التنموي الحقيقي في الواقع السياحي العراقي للمدة (2002-2011) من خلال مساهماته الكلية والجزئية في تعظيم المنافع الاقتصادية المباشرة للاقتصاد العراقي عموماً والاقتصاد السياحي خصوصاً ، وتم تقسيم البحث إلى ثلاثة مباحث :-

- المبحث الأول (دراسة عامة في التنمية السياحية والخصخصة)
- المبحث الثاني (تطور تجربة القطاع الخاص في التنمية السياحية في العراق)
- المبحث الثالث (تحليل وتقييم الدور الاقتصادي للقطاع الخاص السياحي)
- الاستنتاجات والتوصيات.

منهجية البحث

أولاً- مشكلة البحث

بالرغم من أهمية القطاع الخاص العراقي ومساهمته في تنمية الاستثمار السياحي في قطاعات رئيسية كالقطاع الفندقي وقطاع الأطعمة والمشروبات وشركات السفر والسياحة إلا أنه لم يحظ بفرصة حقيقية لكي يظهر بالمستوى الذي يمكن أن يلعب فيه دوراً تنموياً بارزاً متأثراً بالتقلبات السياسية والمؤسسية والتشريعات القانونية غير الفاعلة وبيئة استثمار غير مستقرة مما جعل دوره متذبذباً وهامشياً في تحقيق المنافع الاقتصادية للتنمية السياحية خصوصاً والتنمية الاقتصادية عموماً.

ثانياً - أهداف البحث

- 1- التعرف بتجربة القطاع الخاص العراقي ومساهمته في التنمية السياحية من خلال تتبع أهم التشريعات المتعلقة بتنظيم عمل القطاع الخاص وأهم اتجاهاته الاستثمارية في القطاع السياحي العراقي.
- 2- تقييم دور القطاع الخاص العراقي في دعم وتحقيق المنافع الاقتصادية للتنمية السياحية في العراق من خلال التركيز على مساهماته الكلية والقطاعية في تعظيم الفوائد الاقتصادية المباشرة للمجتمع والاقتصاد العراقي .

ثالثاً - فرضيات البحث

للبحث فرضيتين أساسيتين:-

- الفرضية الأولى : للقطاع الخاص دوراً مؤثراً في دعم المنافع الاقتصادية للتنمية السياحية في العراق خلال مدة الدراسة إلا أنه لا يلبي المتطلبات الحقيقية للتنمية السياحية المنشودة في العراق .
- الفرضية الثانية : للقطاع الخاص دوراً مؤثراً في دعم المنافع الاقتصادية للتنمية السياحية في العراق خلال مدة الدراسة وبالمستوى الذي يلبي المتطلبات الحقيقية للتنمية السياحية المنشودة في العراق .

رابعاً - أسلوب البحث

- 1- اعتمدنا أسلوب البحث التاريخي في دراسة ما يتعلق بالواقع التنظيمي والقانوني للقطاع الخاص العراقي واتجاهاته الاستثمارية في التنمية السياحية من المصادر المتخصصة .
- 2- واستخدمنا أسلوب التحليل الوصفي للتوصل إلى تقييم الدور الاقتصادي التنموي للقطاع الخاص السياحي في العراق بالاعتماد على البيانات والإحصاءات الصادرة من الجهات الرسمية ومنها وزارة السياحة والجهاز المركزي للإحصاء التابع لوزارة التخطيط والبنك المركزي العراقي وهيئة الاستثمار الوطنية وسوق العراق للأوراق المالية .
- 3- واعتمدنا المقابلات الشخصية والزيارات الميدانية للجهات الممثلة للقطاع الخاص مثل رابطة الفنادق والمطاعم ورابطة شركات السفر والسياحة واتحاد الغرف التجارية واتحاد رجال الأعمال والشركة الوطنية للاستثمارات السياحية إضافة إلى عدد من فنادق القطاع الخاص في بغداد .

خامسا - الحدود المكانية والزمانية للبحث

تشمل الحدود المكانية للبحث كل القطاعات السياحية الرئيسية والتابعة للقطاع الخاص والمتمثلة بقطاع الفنادق ومجمعات الإيواء وقطاع شركات السفر والسياحة وقطاع الأطعمة والمشروبات في محافظات العراق كافة ماعدا إقليم كردستان إلا ما ندر في بعض الفقرات .
إما الحدود الزمانية للبحث فقد امتدت للفترة (2002 – 2011) اعتمادا على ما توفر من سلسلة إحصاءات للمسح الشامل للجهاز المركزي للإحصاء في وزارة التخطيط وخاصة عن القطاع الفندقي ومجمعات الإيواء في العراق.

المبحث الأول

(دراسة عامة في التنمية السياحية والخصخصة)

أولاً:- التنمية السياحية (المفهوم والأهداف والمعوقات)

1- مفهوم التنمية السياحية

تعتبر التنمية السياحية عن مختلف البرامج التي تهدف إلى تحقيق الزيادة المستمرة والمتوازنة في الموارد السياحية وتعميق وترشيد الإنتاجية في القطاع السياحي وقبل دراسة مفهوم التنمية السياحية علينا أن نوضح مفهوم التنمية الاقتصادية وكما عرفها todaro Michael بأنها ((عملية متعددة الأبعاد تشمل النمو الاقتصادي فضلا عن تغيرات ضرورية في البنى الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والاتجاهات للأفراد والمؤسسات الوطنية ومحاولة القضاء على الفقر وتقليل البطالة وإعادة توزيع الدخل بطريقة أكثر عدالة))⁽¹⁾. أما التنمية السياحية فيعرفها ماكنوتش بأنها (جزء من خطة تنموية شاملة عادة ما تكون مشتركة بين القطاعين العام والخاص ، فكل منهما يشترك في أجزاء معينة من المشروع فالحكومة توفر عادة خدمات البنية التحتية مثل الماء والنقل ، والقطاع الخاص يوفر البنية الفوقية مثل المطاعم والفنادق ومرافق الترفيه ومناطق التسوق وغيرها)⁽²⁾. وعرفها عبد الرحمن بأنها (عملية تكامل طبيعي وظيفي بين عدد من العناصر الطبيعية الموجودة في المنطقة والمرافق العامة التي يتحتم وجودها كأساس لإقامة الاستثمارات السياحية ومقابلة احتياجات السائحين)⁽³⁾ وأشارت شبر في تعريفها للتنمية السياحية على أنها جزء لا يتجزأ من التنمية الوطنية الشاملة فعرفتها (قيام الدول ذات الإمكانات السياحية بدفع المتغيرات السياحية لديها باتجاه النمو بمعدلات أعلى من أجل تحقيق أهداف التنمية الوطنية الشاملة)⁽⁴⁾ .
أما تعريفنا الإجرائي للتنمية السياحية هي (عملية مخططة مسبقا تهدف إلى دفع المتغيرات السياحية نحو معدلات نمو أسرع من معدل النمو الطبيعي عن طريق استثمار أفضل للموارد السياحية المتاحة في البلد). ولكي نعطي التخطيط السياحي أهمية كوسيلة للوصول إلى التنمية السياحية فيمكن تعريفه بأنه الاستغلال الكامل للموارد البشرية والمالية والطبيعية المتعلقة بالنشاط السياحي إلى أقصى درجات المنفعة القومية⁽⁵⁾.

2- أهداف التنمية السياحية

يمكن إبراز الأهداف الاقتصادية للتنمية السياحية من خلال تأثيراتها المباشرة وغير المباشرة على الاقتصاد القومي للبلدان وكما يلي:-

أ- الآثار المباشرة للتنمية السياحية

1) تعمل التنمية السياحية على زيادة الدخل القومي، حيث يعرف الدخل القومي على أنه المجموع الإجمالي لقيم السلع والخدمات النهائية المنتجة خلال فترة سنة حيث يدخل ضمن هذا المفهوم السلع والخدمات التي يتم تبادلها مقابل المال، وهي صافي مجموع أسعار جميع أنواع السلع والخدمات المادية وغير المادية التي يتم إنتاجها على مدى فترة معينة عادة ما تكون سنة من قبل القوى العاملة والشركات ورؤوس الأموال العاملة في البلد⁽⁶⁾، ويمثل القطاع السياحي جزء من الاقتصاد القومي، له دوره الفعلي في تكوين الدخل القومي ويختلف هذا الدور بحسب حجم وأهمية القطاع السياحي في الاقتصاد القومي⁽⁷⁾.

2) تعمل التنمية السياحية على خلق فرص عمالة متعددة ، حيث يعد العنصر البشري هو المركز الأساسي للتنمية السياحية ، لكون هذا النشاط أكثر حساسية للعنصر البشري مقارنة مع الأنشطة الاقتصادية الأخرى وهي بالتأكيد أكثر مجالات الإنتاج اعتمادا على هذا العنصر وان هذه الميزة للسياحة تؤثر بدرجة كبيرة في العمالة بالنسبة للبلدان النامية ولا سيما أنها تمتاز بعرض وفير للعمالة⁽⁸⁾، وتتصل السياحة بالعديد من القطاعات الإنتاجية، وهي بالتالي تؤدي إلى خلق فرص عمالة جديدة في كثير من القطاعات.

3) التنمية السياحية مصدر للعملة الصعبة، إن ناتج النشاط السياحي هو قيمة بيع المنتج السياحي المباع إلى إعداد السائحين المنتمين عادة لدول أخرى، والذين يدفعون بالعملة الصعبة نظير إشباع رغبتهم السياحية سواء كانت ثقافية أو ترفيهية أو علمية أو بينية... الخ. لذا فإن السياحة تعد مصدرا من

مصادر الدخل بالعملة الأجنبية فتقاس أهميتها الاقتصادية بحجم تأثيرها على ميزان المدفوعات للدول، وهذا الميزان يمثل قيدا مزدوجا منظما لكافة المعاملات بين الدولة المعنية وسائر دول العام، والنشاط السياحي يمثل جزءا من المعاملات غير المنظورة كالملاحة والشحن والتأمين والمعاملات البنكية... الخ⁽⁹⁾.

(4) التنمية السياحية وقدرتها على زيادة موارد الخزينة العامة للدولة، تعتبر المشروعات السياحية وعاء للضريبة التي تحصلها الدولة، فهي تمثل مصدرا للرسوم التي يتم تحصيلها عند بدء قيام المشروع مثل تراخيص البناء، وتراخيص وكالات السفر والسياحة، وتراخيص تشغيل المشروعات مثل الفنادق والمحلات العامة، والضريبة على الإيراد العام⁽¹⁰⁾. حيث إن الخزينة العامة للدولة السياحية تستفيد من إيرادات الضرائب على الإرباح وضرائب الدخول وعلى المواد الغذائية ورسوم خدمات الكهرباء والمياه والاتصالات والبريد وغيرها إضافة إلى رسوم الملاحة البحرية .

(5) الإنفاق الذي يتصل بشكل عام بصناعة السياحة، كلما زاد تدفق حجم الحركة السياحية زاد الإنفاق العام على السلع الاستهلاكية وبالتالي إلى ارتفاع معدلات الادخار مما ينشط الاستثمار في الصناعات والقطاعات الاقتصادية التي تقدم السلع والخدمات المتصلة بصناعة السياحة سواء بالطريق المباشر أو غير المباشر.

(6) تحقيق التنمية المتوازنة بين الأقاليم: تؤدي التنمية السياحية إلى توزيع وإنشاء مشروعات سياحية جديدة مما يعني حصول تنمية متوازنة للأقاليم خاصة المتخلفة منها اقتصاديا من خلال إيجاد عمل وتحسين المستوى المعيشي لأبناء هذه المناطق وزيادة رفاهية الأفراد واستغلال الموارد الطبيعية في الأقاليم⁽¹¹⁾ لذلك يجب أن توجه أهداف خطة التنمية للنشاط السياحي بشكل شامل لكل مناطق وأقاليم الدول النامية وتعمل على زيادة أعداد السياح وعدد الليالي السياحية والعوائد الصافية التي يحققها قطاع السياحة وتنوع المنتج السياحي فيها.

ب- الآثار الغير مباشرة للتنمية السياحية :-

تترتب على التنمية السياحية مجموعة من الآثار الاقتصادية غير مباشرة يمكن تلخيصها بما يأتي⁽¹²⁾:-

(1) الأثر المضاعف للإنفاق : لكل إنفاق وجه آخر هو الدخل، ولذلك كل زيادة في الإنفاق يتولد عنها زيادة أكبر في الدخول عدة أضعاف.

(2) أثرها على تسويق السلع : لقد أكدت بعض الدراسات إن السياحة تعمل على زيادة شراء بعض السلع من قبل السائحين من دول سياحية معينة مثل شراء الساعات الثمينة والمنتجات المعدنية أو الخشبية المصدفة والمنتجات الفلكلورية الشعبية التذكارية وغيرها وكلما زادت حركة السياحة زادت حركة التصدير لهذه المنتجات من داخل الدولة إلى خارجها.

(3) أثرها على المرافق الأساسية : إن تنمية السياحة تتطلب تنمية بعض المرافق بل معظمها مثل الطرق العامة ومشروعات الصرف الصحي ومياه الشرب ووسائل النقل والمطارات والموانئ... الخ . حتى تساعد على جذب وتشجيع الاستثمار السياحي مما يعكس أثره الإيجابية ليس فقط على السياح بل على السكان المحليين أيضا .

(4) الإسهام في زيادة فرص الاستثمار الأجنبي والوطني : إن الاستثمار السياحي يتطلب في كثير من الأحيان مبالغ كبيرة ورؤوس أموال ضخمة وخبرة، وغالبا ما يعجز عن توفيرها المستثمرون والوطنيون أو الحكومة ، لذلك يمكن فتح المجال أمام المستثمرين الأجانب والشركات متعددة الجنسية التي تعمل في المجال السياحي والفندقي (كشركات السلاسل الفندقية) والتي يمكنها عن طريق استقدام أموالها إلى البلد زيادة الاستثمار السياحي وتنميته.

3- معوقات التنمية السياحية

تعرض التنمية السياحية في أغلب الدول النامية الكثير من المعوقات منها:

أ- المعوقات الخاصة بالتخطيط السياحي: في كثير من الدول وخاصة الدول النامية تواجه عملية التخطيط السياحي الكثير من المعوقات والمشاكل منها عدم وجود إستراتيجية واضحة المعالم، قصور المعلومات وعدم دقتها⁽¹³⁾، انخفاض درجة التأييد السياسي والحكومي للقطاع الخاص⁽¹⁴⁾، مشكلة نقص الخبراء والمختصين ، التناقض والتعارض في المحتوى والإجراء⁽¹⁵⁾، وبذلك يكون للتخطيط أهمية كبيرة حيث يسهم في بناء قاعدة لمعرفة المشاكل الأساسية التي تواجه صناعة السياحة وتتبعها وتقديم النتائج التي تكون لها مضامين مفيدة في تحقيق التنمية السياحية⁽¹⁶⁾،

ب- سوء توجيه الاستثمارات في القطاع السياحي: وقد يلاحظ في العديد من الدول السياحية إن بعض شركات الاستثمار السياحية الوطنية والأجنبية تركز استثماراتها في مجالات ضيقة قد لا يحتاجها السائح أو يرغب فيها كالنواصي ومجلات الترفيه الليلية، وقد يرجع سوء توجيه الاستثمارات السياحية إلى عدم وجود

معايير للترقية بين المشروعات الاستثمارية وفقا للجدوى الاقتصادية والمنافع الاجتماعية لكل مشروع (17).

ت- عدم فعالية التسويق السياحي: ويقوم التسويق السياحي بدور هام في بيع المنتج السياحي، والتسويق السياحي الناجح هو الذي يثير رغبة المستهلك ويولد القناعة لديه بأن المنتج السياحي المعلن عنه هو أفضل المتوفر في سوق السياحة العالمية ويلبي رغباته المطلوبة، قد تمتلك الدولة العديد من الموارد السياحية المهمة كما هو في أغلب الدول العربية ومنها العراق ومصر واليمن وسوريا ولبنان وليبيا والجزائر وتونس والمغرب وغيرها، ولكنها تعاني من مشكلة التقصير في تسويق مواردها ومقوماتها داخليا وخارجيا (18)، بمعنى إن الحد الأدنى من الجهود والأنشطة التسويقية اللازمة لتنشيط الحركة السياحية لم يتوفر بعد في بعض تلك الدول.

ث- التضخم: يعد التضخم من المعوقات والعقبات المهمة أمام عملية التنمية السياحية، وتدفع السياحة الأجنبية إلى داخل البلاد نظرا لارتفاع أسعار السلع والخدمات مما يحد من الطلب عليها، ويعود ذلك إلى عدة أسباب من أهمها زيادة حجم الطلب الكلي عن المعروض الكلي من السلع والخدمات، وارتفاع تكاليف عناصر الإنتاج (19)، حيث يعتبر الارتفاع المستمر في أسعار السلع والخدمات أحد العوامل الاقتصادية المؤثرة على الطلب السياحي في بلد ما، وتعد الدول العربية من الدول التي تعاني من الارتفاع المستمر في معدل التضخم السنوي (20).

ج- تردى الخدمات الأساسية: إن المشاريع السياحية لا يمكن إن يتم تجهيزها وإعدادها لاستقبال السياح والزوار بدون توفر خدمات ومرافق شبكات الطرق والشوارع من وإلى هذه المناطق ودخلها، كما تحتاج هذه المناطق إلى الكهرباء وشبكات توفير وتوزيع المياه وكذلك خدمات ومرافق الصرف الصحي ومرافق الاتصالات، فالطرق والكهرباء والمياه والاتصالات خدمات أساسية وضرورية لتطوير مناطق الجذب السياحي (21)، وأصبحت التنمية السياحية مرتبطة بتوفير الخدمات الأساسية.

ح- الاستقرار السياسي والأمن الاجتماعي: يؤكد خبراء السياحة والاقتصاد بضرورة تمتع الدول السياحية بدرجة عالية من الاستقرار الأمني والسياسي، إلا أن العديد من دول العالم الثالث ما زالت تعاني من قلة الاستقرار الأمني والسياسي نظرا لضعف القانون وتدهور الاقتصاد وانتشار البطالة وتفشي الجريمة والفساد (22)، فالسائح يتحفظ على الإقدام إلى دولة غير مستقرة داخليا أو فيها حرب أهلية أو حرب مع عدو خارجي أو تكون ظروفها غير اعتيادية أمنيا من ناحية السلب والنهب والعنف والإرهاب الدولي (23)، حيث إن هذه العوامل تؤدي إلى عزوف السائح بالمجي إلى المناطق التي تفتقر إلى الأمن والاستقرار وخاصة السائح الأجنبي ويتوجه إلى بلد آخر حيث الهدوء والاستقرار.

خ- مقومات الضيافة: يقصد بالضيافة هو إن يشعر الزائر والسائح كما لو أنه في بيته من حيث الراحة والأمان والاستقبال، فالإبتسامة الدائمة والوجوه المبتسمة هي عنوان الضيافة، ومصادقية الخدمات وتقديمها بشكل مطابق لما تم بيعه للأفراد والأفواج السياحية هو شكل من أشكال الضيافة (24)، كما تشكل مشاعر المواطنين المحليين تجاه السياح أساس روح الضيافة في منطقة ما، ويعبر عنها بأشكال عديدة منها الاستعداد للخدمة والتضييف، ومشاعر الود والاحترام، واختفاء روح الاستغلال لدى المواطنين المحليين، ويعبر عنها كذلك بمستوى الخدمة ونوعية الاستقبال المقدم من الإدارة السياحية للسياح (25).

د- انخفاض مستوى الوعي الثقافي والسياحي: إن انخفاض مستوى الوعي السياحي لدى الجمهور يعد أحد العوامل التي تعوق السياحة عن أداء دورها المهم في تنمية المجتمع والارتقاء به، وهي إحدى العوامل الخطيرة التي تفقد المنتج السياحي أهم مقوماته والمتمثلة بالمقومات الاجتماعية (26). إن ذلك من الضروري تطوير وتعزيز الوعي السياحي والثقافي للمجتمع المحلي إذا ما أريد الوصول إلى التنمية السياحية.

ثانياً:- الخصخصة (المفهوم والأهداف والأساليب)

1- مفهوم الخصخصة :-

منذ عدة سنوات ولحد الآن شاعت لفظة انكليزية (privatization) في الأدبيات السياسية والاقتصادية وأصبحت مصطلحا على نهج معين في المجال الاقتصادي بخاصة والمجال الاجتماعي والسياسي بعمامة، وقد ترجم هذا اللفظ إلى العربية بألفاظ متعددة متفاوتة في الاستخدام والشيوع أكثرها شيوعا لفظ "الخصخصة" (27)، والخاصية وهي كلمة جديدة أخذت بالانتشار رغم وقعها الغريب على الإذن وقد ظهرت كلمة (تخاصية) في القاموس لأول مرة (28) عام 1983، ويعرف بعض الاقتصاديين الخصخصة بأنها (عملية الانتقال من آلية الاقتصاد المخطط إلى آلية الاقتصاد الحر في إنتاج السلع والخدمات، أي هي العملية التي يتم بموجبها حلول القطاع الخاص محل القطاع العام في ممارسة النشاط الاقتصادي المنتج للسلع والخدمات) (29)، أما munday فيعرف الخصخصة بأنها (محاولة زيادة دور قوى السوق وهذا يتضمن التحول من القطاع العام إلى القطاع الخاص) (30). وتعرف بمفهومها العام والشمولي بأنها (نقل ملكية المشروعات الاقتصادية العائدة للقطاع العام إلى القطاع الخاص) والحقيقة إن هذه هي الصورة الحقيقية للخصخصة ولكن مع ذلك

فهي تشمل صوراً أخرى ، فهي ليست مجرد نقل ملكية تلك المشروعات إلى القطاع الخاص حيث تعني في بعض الأحيان ، تحويل المنشآت العامة إلى شركات مساهمة وبيع أسهمها بالتدريج إلى القطاع الخاص أو العاملين فيها ، أو تعني أحياناً خصخصة الإدارة فقط مع بقاء الملكية بيد الدولة ، أو نقل الاختصاصات التي كانت تقوم بها الدولة إلى القطاع الخاص، أو إعطاء امتياز للقطاع الخاص لاستغلال بعض الموارد الطبيعية (31) وأشار (Aktan) في دراسة نظرية الخصخصة إلى (أنها التحرر من القيود التي تتعلق بالكفاءة في منشآت القطاع العام وتحويلها إلى حوافز للقطاع الخاص وذلك لزيادة قوى السوق أو تقوية اقتصاد السوق)(32)، ويمكن التوصل إلى تعريف إجرائي للخصخصة بأنها (عملية تحويل المشروعات الاقتصادية التي تمتلكها الدولة أو القطاع العام بصورة جزئية أو كلية إلى القطاع الخاص وخاصة تلك المشروعات التي تعجز الدولة عن إدارتها بكفاءة لغرض النهوض بمستوى الأداء الاقتصادي لها) .

2- أهداف الخصخصة :-

ونستطيع تحديد الأهداف التي تتضمنها برامج الخصخصة على النحو الآتي (33) :

- أ) تعزيز الكفاءة الاقتصادية (economical efficiency) ، وذلك من خلال رفع الكفاءة لأداء المشروعات العامة إذ إن تحسين كفاءة الأداء الاقتصادي للمنشآت والمنظمات والمشروعات العامة سيؤدي إلى تحسين كفاءة الاقتصاد القومي وبالتالي تحقيق التنمية الشاملة إذ إن المشروعات الخاصة تسعى بصورة دائمة إلى خفض التكلفة وتحسين جودة الأداء .
- ب) تشييط وتوسيع نطاق المنافسة في إنتاج السلع والخدمات كافة، بمعنى تحرير السوق من الاحتكارات العامة أو الخاصة أي توسيع القاعدة الإنتاجية على الصعيد القومي .
- ت) تخفيض الأعباء المالية المخصصة للمشروعات العامة مما يؤدي إلى تقليل العجز المالي للحكومة .
- ث) توسيع قاعدة الملكية لفسح المجال أمام القطاع الخاص بأن يعمل على تحسين الكفاءة الإنتاجية مما يعزز النمو الاقتصادي .
- ج) تحرير الموارد المالية المحدودة في الدولة لتمويل قطاعات أخرى مثل التعليم ، والصحة ، والخدمات ...الخ .
- ح) تحرير التجارة وحرية حركة رؤوس الأموال والأيدي العاملة .
- خ) تخفيض المديونية العامة للدولة من خلال مبادلة الديون بأسهم الشركات المراد خصصتها .
- د) تعزيز تدفق الاستثمارات الأجنبية المباشرة من خلال ضوابط تضعها الدولة بغية سد الفجوة الاستثمارية وهذا بدوره يعمل على فتح الأسواق الجديدة وتسهيل الحصول على التكنولوجيا الجديدة وزيادة القدرة على المنافسة وتعزيز الصادرات .
- ذ) توفير فرص عمل جديدة وإعادة التوازن إلى سوق العمل والقضاء على البطالة السافرة والمقتعة .
- ر) خلق القيادات الإدارية الكفوءة والمبدعة والتي تمتلك القدرة على المبادرة وروح المجازفة والتعامل مع المعطيات الحالية للأسواق والمنافسة في ظل المتغيرات المتسارعة على الصعيد الدولي (34) .

3- أساليب الخصخصة

هناك نوعان من أساليب الخصخصة:-

أ- الطرائق والأساليب التي تنهي ملكية الدولة :

- وتتضمن هذه المجموعة أساليب البيع الكلي والجزئي لملكية المؤسسات العامة، وتشمل الآتي (35) :
- 1) البيع المباشر إلى المستثمرين الاستراتيجيين : على وفق هذا الأسلوب يتم تحويل ملكية مؤسسات القطاع وإدارتها بشكل كامل أو جزئي من الدولة إلى مؤسسات وشركات القطاع الخاص ويعرف باسم الاكتتاب الخاص .
- 2) بيع الأسهم عن طريق أسواق المال : ويعرف هذا النوع من البيع باسم الاكتتاب العام لبيع الحكومات لمؤسساتها الإنتاجية التي تتمتع بوضع مالي جيد وحجمها كبير، ويشترط استعمال هذا الأسلوب وجود أسواق للأسهم يطرح فيها كل أو جزء من أسهم المؤسسة المعنية بالخصخصة .
- 3) البيع بالمزاد العلني : يتم بيع المشاريع الصغيرة نسبياً، التي لا يمكن بيعها عن طريق البيع المباشر
- 4) البيع للعاملين والإدارة : هذا الأسلوب في الخصخصة يشمل بيع المشاريع للعاملين والإدارة من أجل إزالة المعارضة العامة للخصخصة وبرامجها.
- 5) التصفية : تعتمد الدولة في الخصخصة عند حدوث خسائر كبيرة في المنشآت المراد إخضاعها للخصخصة وانعدام الجدوى الاقتصادية فيها أو وجود منافسة جديدة لتلك المؤسسة أو الشركة حيث تعمل الدولة على تصفيتها وبيعها (أصولاً) بدلاً من بيعها (كمشروع للمستثمرين) .

- 6) نظام الكوبونات (القسائم): يستخدم هذا الأسلوب في برامج الخصخصة الضخمة ، وهذا الأسلوب يعتمد على أساس تحويل سريع لنسبة كبيرة من أصول القطاع العام إلى مجموعة واسعة من المواطنين.
- 7) الهبات : يتضمن هذا الأسلوب (التحويل المجاني) لمشروع أو أكثر من مشاريع القطاع العام إلى أطراف آخرين يمكن أن يهتموا بإدارتها بصورة أفضل من إدارة الدولة لها، هؤلاء (الآخرين) هم: عملاء ، مستثمرون ، أو أصحابها قبل التأميم على أن يتحمل من تنقل له ملكية المشروع كل الظروف المحيطة بالمشروع (ديون متراكمة ، وعمالة زائدة أو غيرها ... الخ) .
- ب- الطرائق والأساليب التي لا تنهي ملكية الدولة:
- يمكن أن تمثل الطرائق التي لا تنهي ملكية الدولة خطوة وسيطة باتجاه عملية بيع الأصول وذلك بإظهار قابلية المؤسسات العامة للاستمرار على أسس تجارية كم يمكن عدها خطوات مهمة بحد ذاتها وتتضمن تلك الخطوات ما يلي⁽³⁶⁾:
- 1) إصلاح شركات القطاع العام : وذلك بالقيام بإعادة الهيكلة إذ تهدف هذه العملية إلى إجراء تغييرات في شركات القطاع العام بما يسمح برفع كفاءتها وجعلها أكثر جاذبية للمستثمرين.
 - 2) خصخصة الإدارة : يتمثل الغرض الأساسي من خصخصة الإدارة في تعزيز كفاءة شركات القطاع العام وذلك بتحسين إدارتها من خلال إدخال مفاهيم وتقنيات إدارة القطاع الخاص ويمكن خصخصة الإدارة من خلال:
- عقد الإدارة : هو عبارة عن اتفاق تتعاقد من خلاله مؤسسة عامة مع شركة خاصة لإدارة هذه المؤسسة ويؤدي هذا الاتفاق إلى تحويل حقوق الإدارة فقط للشركة الخاصة وليس حقوق الملكية التي تبقى بحوزة القطاع العام
 - التأجير : هو عقد يمنح من خلاله مالك الأصول (القطاع العام) الشركة الخاصة حق استخدام هذه الأصول والاحتفاظ بالإرباح المتحققة خلال مدة زمنية متفق عليها وذلك في مقابل إيجار معين وعادة ما تتراوح مدة التأجير بين 6-10 سنوات .
 - الامتياز: عندما تمنح الدولة امتيازاً فإنها تحول حقوق التشغيل والتطوير إلى الجهة المستفيدة (الشركة الخاصة) وقد يضمن عقد الامتياز كل مواصفات التأجير فضلاً عن النفقات الرأسمالية والاستثمارات التي تقع على صاحب الامتياز وترجع الأصول إلى القطاع العام عند نهاية فترة الامتياز التي عادة ما تتراوح بين 15 - 30 سنة ، ويتضمن هذا الخيار العديد من الطرائق أبرزها :بناء- تشغيل - تحويل (bot) ،بناء- امتلاك- تشغيل- تحويل (boot)، بناء- تحويل- تشغيل (bto).
- 3) التعاقد: تقوم المؤسسة العامة في حالة التعاقد بإبرام عقد مع شركة خاصة لتقديم بعض خدمات محددة بدلا عنها وتبقى ملكية الأصول لها.
 - 4) المشروعات المشتركة :تتوزع ملكية المشروع بين القطاع العام والقطاع الخاص وعادة ما يكون الشريك من القطاع الخاص شركة أجنبية تعمل على توفير رأس المال والتكنولوجيا الحديثة لتشغيل المشروع ، ويعمل الشركاء على توحيد مواردهم في سبيل تحقيق أهداف معينة ومحددة كما تكون العلاقة بين الطرفين معرفة بدقة تامة .

المبحث الثاني

(تطور تجربة القطاع الخاص في التنمية السياحية في العراق)

أولاً- أهم القوانين والتشريعات التي تشجع القطاع الخاص على الاستثمار السياحي في العراق صدرت في العراق عدة تشريعات اقتصادية تحدد شروط الاستثمار في القطاع السياحي وإشكاليته المختلفة سواء كان محلياً أو عربياً أم أجنبياً ، كما صدرت بعض التعليمات الخاصة بالتسهيلات المقدمة إلى هذه الاستثمارات سواء كانت مصرفية أم ضريبية أو أية تسهيلات أخرى، حيث نلاحظ أن الاهتمام في السياحة بشكل رسمي في العراق بدأ في عقد الثلاثينيات من القرن الماضي تحديداً عام (1933) ولم نجد أي قانون مشروع قبل هذا التاريخ يعنى بتنظيم النشاط السياحي ونعزو سبب ذلك الإهمال إلى تردّي الوضع السياسي والاقتصادي والاجتماعي الذي كان يعاني من العراق إبان الاحتلال، وسنتحدث فيما يلي بشكل مختصر عن كل من هذه القوانين .

- 1) تُعد سنة (1940) نقطة انطلاق التشريعات السياحية في العراق حيث صدر قانون رقم (54) لسنة (1940) وقد سمي بقانون (تأسيس مناطق المصايف وبيع العرصات الاميرية فيها)⁽³⁷⁾.
- 2) وفي عام (1960) صدر قانون تنظيم شركات السفر والسياحة رقم (20)، إذ منح هذا القانون عدة امتيازات لشركات ووكالات السفر والسياحة منها يحق للشركات إنشاء فروع لها في أي جهة من العراق دون الحاجة إلى ترخيص⁽³⁸⁾.

- (3) صدر قانون رقم (164) لسنة (1964) الخاص بمنح المستثمرين العرب بعض الامتيازات ،حيث قامت الحكومة العراقية بتمليك المستثمرين العرب الأراضي اللازمة بدون بدل لإنشاء مشاريع السياحة والإصطيف(39).
- (4) صدر بتاريخ 12 / 8 / 1970 قرار مجلس قيادة الثورة المنحل برقم (811) والذي منح التسهيلات المصرفية والتشجيعية لمستثمري المشاريع والمرافق السياحية ، وهنا يتعاون الاستثمار العام والخاص في تطوير هذه المناطق (40)
- (5) وصدر قانون المؤسسة العامة للسياحة رقم (14) لسنة (1977) والذي منح المستثمرين في القطاع الخاص بعض الامتيازات والإعفاءات في المادة (12) ، وهي المادة التي تنص على أن المشاريع السياحية حسب أصنافها تتمتع بالإعفاءات المقررة للمشاريع الصناعية (41).
- (6) صدر قرار مجلس قيادة الثورة المنحل رقم (353) في 6 / 3 / 1980 والذي بموجبه يتم تسليف المستثمرين السياحيين في القطاع الخاص بمبالغ بنسبة لا تزيد عن (50%) في المنطقتين الوسطى والجنوبية و (65 %) في المنطقة الشمالية، وبفائدة مقدارها (1.5%) سنوياً فقط(42)
- (7) كما صدر قرار رقم (899) بتاريخ 12 / 8 / 1980 يتعلق بتشجيع إسهام الاستثمارات العربية وخاصة استثمارات أبناء الخليج العربي ، وبموجب هذا القرار تقدم الحكومة العراقية كل تيسير لاستثمار رأس المال العربي في المشروعات السياحية(43).
- (8) أما في عام (1983) فقد تميز بصور قانون (49) الخاص بتنظيم عمل الشركات ومكاتب السفر والسياحة في العراق وذلك نتيجة للتطورات السياحية الكبيرة التي حدثت في تلك الفترة كذلك لدخول عدد كبير من ذوي العلاقة بالسياحة في هذا المجال حيث قاموا بتأسيس شركات سفر وسياحة ، وقد بلغ عدد الشركات التي تأسست في هذه الفترة إلى (138) شركة منها 99 شركة في بغداد و 39 شركة في باقي المحافظات ، (44).
- (9) صدر قانون رقم (46) في عام (1988) الخاص بمنح الاستثمارات العربية امتيازات عديدة وإعفاءات ضريبية وجمركية متنوعة لتشجيع مساهمتها في المشاريع السياحية حيث أجاز هذا القانون للمستثمر العربي إدخال رأس المال بعملة قابلة للتحويل عن طريق مصرف مجاز ويحق للمستثمر العربي الحصول على ما يحتاج إليه من الأراضي المملوكة في المناطق (45).
- (10) وصدر قانون رقم (14) لسنة (1996) الذي يهدف إلى دعم الأنشطة السياحية للقطاع الخاص وتقديم الخدمات الاستشارية الفنية والهندسية ، إضافة إلى منح إجازة تأسيس المرافق السياحية كالمطاعم والفنادق والشقق والدور السياحية ومكاتب ووكالات السفر والسياحة ومكاتب تأجير السيارات للسياح ، ومحلات اللهو والمقاهي السياحية وتجديدها وفق التعليمات الخاصة بذلك، ومنح إجازة فتح المعاهد ومراكز تدريب الأطر السياحية في القطاع الخاص والمختلط والاشتراك(46)
- (11) وفي عام (2000) شرع قانون رقم (13) الذي يهدف إلى منح مشاريع الفنادق والمؤسسات السياحية إعفاءات إضافية من رسوم استيراد الأثاث والمفروشات واللوازم لإغراض التحديث والتجديد مرة كل (4) سنوات في الأقل على أن يتم إدخالها إلى العراق واستعمالها خلال (3) سنوات من تاريخ صدور قرار الهيئة بالموافقة على قوائم الاستثمارات وكمياتها(47).
- (12) وقانون رقم (62) لسنة (2002) الخاص بتشجيع الاستثمارات العربية على تأسيس المشاريع السياحية وتوسيعها وتطويرها في العراق لتساعد على دفع عملية التنمية الاقتصادية وتطويرها ، ومنح هذه المشاريع الامتيازات والإعفاءات من الرسوم والضرائب ولفسح المجال أمام المستثمر العراقي المقيم وغير المقيم والجهات غير المرتبطة بوزارة للمساهمة في تلك المشاريع(48).
- (13) وصدر قانون الاستثمار الأجنبي رقم(39) لعام 2003 الهادف إلى تنشيط دور رجال الأعمال جلب رؤوس الأموال والتقنيات الحديثة للمشاريع الاقتصادية ،ويتمتع المستثمر الأجنبي وفقاً لهذا القانون بالحق في أن يكون مستثمراً أو مشاركاً أو مؤسساً لشركة معينة في العراق وبموجب قانون الشركات المعدل رقم (22) لعام 1997(49).
- (14) كما صدر قانون رقم (13) لسنة (2006) الذي حل محل قانون الاستثمار العربي رقم (62) لسنة (2002) وقانون الاستثمار الأجنبي رقم (39) لسنة (2003)، الذي هدف إلى تشجيع الاستثمار الخاص من خلال منح مشاريع الفنادق والمؤسسات السياحية إعفاءات إضافية من رسوم استيراد الأثاث والمفروشات واللوازم لإغراض التحديث والتجديد مرة كل (4) سنوات في الأقل على أن يتم إدخالها إلى العراق أو استعمالها في المشروع خلال (3) سنوات من تاريخ صدور قرار الهيئة بالموافقة على قوائم الاستثمارات وكمياتها، بشرط أن لا يتم استخدامها لغير الأغراض المستوردة من أجلها (50).
- وقد وصلت نسبة فنادق القطاع الخاص لسنة (2006) إلى 99% من إجمالي الفنادق العراقية (51)، لذلك نلاحظ أن هذا القانون جاء بمبادئ داعمة للاستثمار قلما جاء بها قانون مماثل وهو بهذه القواعد والإحكام وفر العديد من المزايا والإعفاءات للمستثمر العراقي والأجنبي وساوى بينهما في معظم

إحكامه دفعا لحركة تنمية الاقتصاد الوطني ، فضلاً عن إمكانية التنافس والسعي لكسب المستثمرين العرب والأجانب وتشجيعهم على الإفادة من الفرص المتاحة للاستثمار في القطاع السياحي في العراق. (15) أما قانون رقم (4) لسنة (2006) في إقليم كردستان فقد منح مشاريع الفنادق والمدن السياحية إعفاءات إضافية من الرسوم لمشترياتها من الأثاث والمفروشات واللوازم لإغراض التحديث والتجديد مرة كل (3) سنوات ، ويعامل المستثمر والرأسمال الأجنبي كالمستثمر والرأسمال الوطني ، ويكون للمستثمر الأجنبي الحق في امتلاك كامل رأس مال المشروع الذي يقيمه في الإقليم بموجب هذا القانون(52).

(16) وفي عام (2010) قامت الحكومة العراقية بإصدار تشريع لدعم القطاع الخاص وتقديم الخدمات الاستشارية الفنية والهندسية لتطوير الأنشطة السياحية في البلد وتأسيس المشاريع والشركات السياحية داخل العراق(53).

(17) قانون إعفاء الاحتياطات الرأسمالية لشركات القطاع المختلط رقم (14) لسنة (2012)، صدر هذا القانون لغرض النهوض بالقطاع المختلط الذي يشكل جزءاً مهماً من الثروة الوطنية ولتحسين مستوى كفاءة الأداء والخدمة في شركات هذا القانون ، تعفى بموجب هذا القانون من ضريبة الدخل مبالغ الاحتياطات الرأسمالية المحتجزة وفقاً لإحكام قانون الشركات رقم 21 لسنة 1997 المعدل من صافي أرباح شركات القطاع المختلط التي تخصص لتطويرها أو توسيعها بنسبة (25%) خمس وعشرين من المنة من صافي أرباحها السنوية ، وللشركة التي استخدمت مبالغ الاحتياطات الرأسمالية في التوسيع أو التطوير وفق أحكام هذا القانون زيادة رأسمالها وفق أحكام قانون الشركات رقم (21) لسنة 1997 المعدل بالمقدار المحتجز المستخدم(54) .

ثانياً- اتجاهات القطاع الخاص نحو الاستثمار في مشاريع التنمية السياحية في العراق
كان اتجاه المستثمر الخاص في العراق في العقدين الأخيرين منصبا نحو النشاط الزراعي والتجاري بوصفها أنشطة معتاد عليها وذو خبرة فيها ومتوافقة مع العادات والتقاليد والأعراف الدينية، وبالنسبة للقطاع الصناعي كان يهيمن عليه القطاع الاشتراكي واتجه بالدرجة الأساس نحو التصنيع العسكري لتغطية متطلبات الحرب. أما القطاع الخدمي وبالأخص التجارة فقد كان للمستثمر الخاص الدور البارز فيها وتطور هذا الاتجاه في عقد التسعينات لاسيما وأنه أصبح يحقق ربحاً عالياً، وبمدد زمنية قياسية أصبح لدى المستثمر العراقي الخبرة الكافية في هذا الميدان(55)، أما بالنسبة للنشاط السياحي كانت فرص الاستثمار قليلة جداً لا تعد على الأصابع لأن القطاع السياحي العراقي فتي وحديث نسبياً وخاصة في فترة السبعينات ولا يقارن بباقي القطاعات الاقتصادية الأخرى مثل الصناعة والزراعة ، وإن قرار الاستثمار يتأثر بعدة عوامل ومنها الربحية والضمانات والامتيازات من خلال القوانين والتشريعات التي تضمن حقوق المستثمر وكذلك العامل السياسي والأمني، أما في الوقت الحاضر نلاحظ أن قرار المستثمر العراقي في القطاع السياحي يتجه نحو الاستثمار الفندقي لأنه أكثر ربحية من غيره من المشاريع ، والمخاطرة أقل لأنه يختار مناطق تتوفر فيها البنى التحتية لإقامة المشروع الفندقي وخاصة داخل المدن أو القرية منها ولا يختار مناطق بعيدة ونائية لأن تكاليفها باهضة خاصة في مجال البنى التحتية (الماء، الكهرباء، والطرق، والصرف الصحي وغيرها). وقبل أن نتناول هنا أهم مجالات واتجاهات المستثمر العراقي في القطاع السياحي سنوضح بشكل مختصر أهم الجهات المسؤولة عن تنظيم القطاع الخاص في العراق وكما يأتي :-

أ- رابطة مكاتب السفر والسياحة :تم تأسيس رابطة مكاتب السفر والسياحة في العراق في عام (1970) ولم يكن هناك قانون ينظم أعمالها أما في سنة (1983) تم تنظيم أعمالها بموجب قانون رقم (49) لسنة(1983).

ب- رابطة الفنادق والمطاعم : تأسست الرابطة عام 1974 بموجب صدور قانون رقم 66 لسنة 1972 .
ت- دائرة التفتيش والمتابعة في وزارة السياحة هي إحدى دوائر وزارة السياحة يديرها مدير عام تهتم بمتابعة مستوى الخدمة في المرافق السياحية وتصنيفها في كافة قطاعات السياحة العامة والخاصة والمختلطة فضلاً عن منح الإجازات الجديدة للمرافق السياحية فضلاً عن المهام الأخرى.

ث- اتحاد الغرف التجارية: تأسس اتحاد الغرف التجارية في العراق عام بموجب قانون رقم (43) لسنة 1989.

ج- اتحاد رجال الأعمال العراقيين: تأسست الاتحاد عام (2001).

ح- الهيئة الوطنية للاستثمار: أنشأت هذه الهيئة في عام 2007 وبأشرت عملها في عام 2008 ولها فروع في كل محافظات العراق.

ثالثا- مجالات واتجاهات المستثمر العراقي في القطاع السياحي

أ- قطاع الإيواء

تتبع منشآت الإيواء بأنواعها مثل الفنادق والموتيلات والدور السياحية، والشقق السياحية، والكرفانات السياحية، والكابينات السياحية والمجمعات السياحية وغيرها من أماكن الإيواء المساعدة أو التكميلية (56) دورا مهما في تنشيط السياحة وتنميتها في أي بلد من العالم وخاصة الفنادق لأنه يعد من القطاعات المربحة (57)، ونلاحظ من خلال الجدول (1) أن أعداد الفنادق التابعة للقطاع الخاص بلغ في عام 2002 (920) فندق وبأهمية نسبية 98.9% إلى إجمالي الفنادق العراقية، أما في عام 2003 انخفضت عدد الفنادق إلى 873 فندق وبأهمية نسبية 99.7%، وانخفضت بنسبة أكبر عام 2004 وبأهمية نسبية 99.4% بسبب الانفلات الأمني الذي له الأثر السلبي على تطور الطاقة الفندقية في العراق وانخفضت بشكل أكبر عام 2005 إلى 692 فندق وبأهمية 99.3% وارتفعت عام 2006 إلى 498 فندق وبأهمية نسبية 99.6%، وكذلك عام 2007 انخفض إلى 483 فندق وبأهمية نسبية 98.9% وزادت عام 2009 إلى 652 فندق وبأهمية نسبية 99.1% وانخفض عام 2010 إلى 577 فندق وبأهمية نسبية 99.3%، تظهر الأرقام أن هناك تطور واضح في القطاع الفندقي والقطاع الخاص له الحصة الأكبر بالأهمية النسبية إلى إجمالي الفنادق العراقية وللمستثمر العراقي الرغبة والخبرة في الاستثمار الفندقي لعقود مضت.

جدول رقم (1)

اعداد الفنادق التابعة للقطاع الخاص في جميع محافظات العراق للمدة من (2002 - 2011)

السنة	عدد فنادق القطاع الخاص	الأهمية النسبية إلى إجمالي الفنادق العراقية
2002	920	98.9
2003	873	99.7
2004	825	99.4
2005	692	99.3
2006	498	99.6
2007	483	98.9
2009	652	99.1
2010	577	99.3

المصدر: وزارة التخطيط والتعاون الإنمائي، الجهاز المركزي للإحصاء وتكنولوجيا المعلومات، مديرية إحصاء التجارة، مسح الفنادق ومجمعات الإيواء السياحي، الإعداد للأعوام 2002 - 2010.

ب - قطاع المطاعم والمشروبات

ويضم هذا المطاعم والكازينوهات والنوادي والكافيتريات ومحال الوجبات السريعة، ونلاحظ من خلال الجدول (2) أن أغلب منشآت المطاعم والمشروبات ترجع عائداتها للقطاع الخاص حيث بلغ عددها (7689) في عموم العراق وتشكل مطاعم القطاع الخاص النسبة الأكبر إذ بلغ مجموعها (5117) و(68) كازينوهات، و(2126) مقهى واكشاك الشاي، بينما بلغ مطاعم الجمعيات والنوادي 126 أما عدد محلات السندويج والبوفيات والوجبات السريعة فقد بلغت (252)، بينما بلغ مجموع المنشآت التابعة للقطاع العام (67) منشأة فقط، ونلاحظ أن أغلب هذه المنشآت تتركز في المناطق الريفية بمجموع (7719) منشأة، و(37) منها في المناطق الحضرية، كما نلاحظ أن أغلب منشآت قطاع المطاعم والمشروبات يكون عملها موسمي حيث تشكل نسبة المطاعم الموسمية 78.3% مما له الأثر على قرار الاستثمار في المرافق الموسمية.

جدول رقم (2)

عدد منشآت المطاعم والمشروبات حسب القطاع والبيئة وموسمية الطلب لعام 2007

التخصصات / القطاع	عام	خاص	مجموع	نسبة القطاع الخاص	ريف	حضر	موسمية العمل	
							دائمي	موسمي
كازينوهات	10	68	78	2.87	78	0	30	48
مقاهي واكشاك الشاي	10	2126	2136	5.99	2124	12	1518	618
المطاعم	22	5117	5139	6.99	5114	25	4022	1117
مطاعم الجمعيات والنوادي	25	126	151	4.83	151	0	93	58
محلات السندويج والبوفيات والوجبات السريعة	0	252	252	100%	252	0	179	73
المجموع	67	7689	7756	%	7719	37	5842	1914

المصدر: وزارة التخطيط العراقية، الجهاز المركزي للإحصاء، تقرير مسح المطاعم والمقاهي والكازينوهات لسنة 2007.

في الجدول (3) الذي يظهر اعداد المطاعم في بغداد والمحافظات ماعدا اقليم كردستان حسب درجات التصنيف للمدة من 2007 لغاية 2011 حيث يظهر ان اعداد المطاعم المصنفة انخفض من 566 مطعم في عام 2007 إلى 327 مطعم عام 2011 حيث بلغ معدل التغير للفترة مابين (0.3- و -20) ، حيث بلغ عدد المطاعم من الدرجة الممتازة (59) مطعما وهي نسبة قليلة جدا بالنسبة لعدد المطاعم من الدرجة الاولى والثانية والثالثة والرابعة، وبلغ عدد المطاعم من الدرجة الاولى (321) مطعما ، بينما بلغ عدد المطاعم من الدرجة الرابعة (803)، اما المطاعم الشعبية فهي غير مصنفة .

جدول رقم (3)

اجمالي المطاعم في بغداد والمحافظات حسب درجات التصنيف للاعوام (2007 – 2011)

السنوات	الدرجة الممتازة	الدرجة الاولى	الدرجة الثانية	الدرجة الثالثة	الدرجة الرابعة	المجموع	معدل التغير
2007	12	73	79	150	252	566	-
2008	12	74	61	121	185	453	- 20
2009	10	61	57	99	136	363	-20
2010	12	60	56	85	115	328	-9
2011	13	53	61	85	115	327	-0.3

المصدر: وزارة السياحة ، التخطيط والمتابعة .

اما بالنسبة للمقاهي والتي تشكل نسبتها في المرتبة الثانية بعد المطاعم تعتبر عنصر مهم من عناصر قطاع الاطعمة والمشروبات إذ نلاحظ من الجدول (4) إذ يظهر ان معدل التغير للفترة من 2007 – 2011 لصالح المقاهي من الدرجة الاولى وبنسبة 60% ، والمقاهي من الدرجة الثانية بلغت نسبة 35% تليها المقاهي من الدرجة الثالثة والرابعة وبنسبة 15% فقط ، اما في عام 2008 فقد انخفضت عدد المقاهي إلى (11) مقهى إذ بلغت المقاهي من الدرجة الاولى إلى (7) مقاهي وبنسبة 63.3% ، والنسبة الباقية المتمثلة 3.36% تمثل المقاهي من الدرجة الثانية والثالثة، وفي عام 2009 بلغ عددها 11 أيضا حيث مثلت مقاهي الدرجة الاولى 6 وبنسبة 54.5% أما المقاهي من الدرجة الثانية بلغت 4 مقاهي وبنسبة 3.36% ، والنسبة الباقية تمثل مقاهي من الدرجة الثالثة والتي تتمثل بمقهى واحد فقط ، أما في عام 2010 و عام 2011 فقد ارتفع عدد المقاهي إلى 16 مقهى لصالح الدرجة الاولى والثانية إذ بلغت (7) مقاهي من الدرجة الاولى وبنسبة 43.8% و(8) مقاهي من الدرجة الثانية وبنسبة 50.0%.

جدول رقم (4)

اجمالي مقاهي بغداد والمحافظات للأعوام (2007 ، 2008 ، 2009 ، 2010 ، 2011)

السنة	الدرجة الممتازة	الدرجة الاولى	الدرجة الثانية	الدرجة الثالثة	الدرجة الرابعة	المجموع	معدل التغير
2007	-	12	7	-	1	20	-81.8
2008	-	7	3	1	-	11	صفر
2009	-	6	4	1	-	11	45.5
2010	-	7	8	1	-	16	صفر
2011	-	7	8	1	-	16	%

المصدر: وزارة السياحة ، التخطيط والمتابعة .

ت- قطاع شركات السفر والسياحة

ازدادت الحاجة إلى وجوب تأسيس شركات سفر وسياحة تقدم للسياح التسهيلات اللازمة والضرورية التي يحتاجونها عند سفرهم، لذلك فقد تأسست في العراق أول شركة سياحة وسفر وطنية قامت بممارسة العمل السياحي المنظم وهي شركة سومر للسفر والسياحة ، حيث تأسست عام (1952) ودخلت حقل السفر والحجوزات لأول مرة في القطر(58). لذلك فقد تم إصدار قانون رقم (20) لسنة 1960 والذي يُعد أول قانون خاص بشركات ووكالات السفر والسياحة في العراق، كما صدر قانون رقم (47) لسنة 1967، وقانون رقم (49) لسنة 1983 الذي مازال معمولاً به حتى الآن وهذا يوضح بدايات الاستثمار الخاص في قطاع شركات السفر العراقية كانت منذ الخمسينات من القرن الماضي ويتضمن تقديم خدمات وتسهيلات سياحية للسياح سواء على مستوى رحلات منظمة أو حجوزات وبإطار تشريعي ينظم هذا القطاع، وتقوم الشركات السياحية بتنظيم العناصر المختلفة للرحلات السياحية وتجميعها وعرضها للبيع من خلال الكتيبات أو الإعلانات أو باستخدام وسائل تكنولوجيا المعلومات مثل مواقع الشركات على الانترنت.

ومن الجدول (5) يوضح لنا تطور أعداد شركات السفر والسياحة في بغداد وباقي المحافظات العراقية للفترة 2000 – 2011 حيث نلاحظ أن هناك تطور واضح في اتجاه المستثمر من القطاع الخاص نحو تأسيس شركات السفر والسياحة ومن خلال الجدول يظهر لنا أن معدل التطور في ارتفاع مستمر تقريبا أثناء المدة إذ بلغ عددها عام 2000 (209) شركة وارتفع إلى (215) شركة عام 2001 واستمرت الزيادة بعد

عام 2003 حيث يظهر لنا معدل التغير (9.6) (22.8) (36.9) للأعوام 2004 و 2005 و 2006 ، بينما انخفض عدد الشركات السياحية للمدة (2007 – 2011) ومتوسط التغير كانت (-3.8) .

جدول رقم (5)

أعداد شركات السفر والسياحة في بغداد وبقيّة المحافظات للمدة من (2000-2011)

المحافظة	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
بغداد	191	197	218	236	261	315	354	360	295	288	275	254
البصرة	-	-	-	-	-	-	13	15	20	20	24	26
نينوى	5	5	6	6	6	6	8	8	8	8	10	12
كربلاء	4	4	6	6	6	9	36	40	65	64	68	70
النجف	-	-	1	1	1	5	45	47	54	53	61	60
السامية	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2
واسط	-	-	-	-	-	-	3	3	5	5	4	4
بابل	3	3	3	3	3	5	6	6	8	8	7	9
المثنى	1	1	1	1	1	1	1	2	3	3	4	4
الانبار	1	1	1	2	2	2	3	3	3	3	3	3
صلاح الدين	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	3
ديالى	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	-	-
ذي قار	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1
القادسية	-	-	-	-	-	2	5	6	6	6	6	7
ميسان	1	1	1	1	1	1	1	3	4	4	3	5
المجموع	209	215	240	260	285	350	479	497	475	466	469	460
معدل التغير	-	2.9	11.6	8.3	9.6	22.8	36.9	3.8	-4.4	-1.9	0.6	-1.9

المصدر / وزارة السياحة ، التخطيط والمتابعة .

أما فيما يخص التوزيع الجغرافي نلاحظ أن أكثر أعداد شركات السفر والسياحة يتركز في ثلاث محافظات هي بغداد وكربلاء والنجف. إذ كانت نسبة الشركات السياحية لعام 2011 في بغداد إلى إجمالي الشركات 55% وفي كربلاء 15% والنجف 13% وتنخفض في محافظات مهمة وغنية بالمقومات السياحية مثل البصرة ونيوى وبابل ، وتتضاءل وتكاد النسبة لا تذكر في باقي المحافظات العراقية وفي سنوات سابقة تكون معدومة، وهذا لا يتناسب مع مكانة هذه المحافظات وما تمتلكه من معالم ومغريات سياحية جاذبة.

ث- قطاع أماكن التسلية والترفيه

ويضم هذا القطاع صالات الألعاب والسينما والقاعات والمتنزهات والحدائق والمسارح السياحية، ومدن الألعاب، ويعتبر هذا القطاع من القطاعات ذات الأهمية الكبرى في حياة المواطن العراقي وذلك لقضاء فترة الإجازة ووقت الفراغ، كما يعتبر هذا القطاع متنفس ترفيهي واجتماعي مهم للعوائل العراقية ، لذلك يجب الاهتمام به والتخطيط له لتلبية رغبات واحتياجات المواطنين أولاً والسائح الوافد ثانياً.

جدول رقم (6)

أعداد السينمات في بغداد والمحافظات حسب درجات التصنيف من عام 2007 – 2011

السنة	الدرجة الممتازة	الدرجة الأولى	الدرجة الثانية	الدرجة الثالثة	الدرجة الرابعة	المجموع
2007	1	16	11	11	1	40
2008	-	15	5	5	1	26
2009	-	12	3	5	1	21
2010	9	4	-	-	-	13
2011	-	8	4	1	-	13

المصدر: وزارة السياحة ، التخطيط والمتابعة .

في الجدول (6) الذي يظهر أعداد السينمات في بغداد والمحافظات حسب درجة التصنيف للمدة من 2007 لغاية 2011 حيث يظهر أن أعداد السينمات انخفض عددها من 40 عام 2007 إلى 13 عام 2011 مع انعدام السينمات من الدرجة الممتازة ، وترجع الباحثة سبب انخفاض أعداد السينمات لعدم الاستقرار الأمني خلال الفترة إضافة إلى تدني مستويات ونوعية أغلب السينمات وإهمال هذه المرافق المهمة من قبل الجهات المسؤولة من ناحية النظافة والمعدات والتجهيزات والتنظيم والرقابة اثر على نوعية مرتاديها مما له الأثر الاقتصادي والاجتماعي وحتى النفسي على المواطن العراقي والذي كانت هذه المرافق تعد إحدى أهم الأماكن الترفيهية والترويحية التي ترتادها العائلة العراقية في السنين والسبعينيات من القرن الماضي.

جدول رقم (7)

إجمالي القاعات في بغداد والمحافظات للأعوام (2007 – 2011)

السنة	الدرجة الممتازة	الدرجة الأولى	الدرجة الثانية	الدرجة الثالثة	الدرجة الرابعة	المجموع
2007	4	17	5	1	-	27
2008	5	13	4	-	-	22
2009	4	14	5	-	-	23
2010		13	6	-	-	22
2011	4	14	5	-	-	23

المصدر: وزارة السياحة ، التخطيط والمتابعة .

أما بالنسبة للقاعات يظهر الجدول (7) إجمالي القاعات في بغداد والمحافظات من عام 2007 إلى عام 2011 إذ يظهر أن أعداد القاعات انخفض من 27 قاعة عام 2007 إلى 23 قاعة لعام 2011، كما أن أغلب القاعات هي من الدرجة الأولى إذ شكلت نسبة (60.9) لعام 2011 ثم الدرجة الثانية شكلت نسبة (21.7) ثم الدرجة الممتازة شكلت نسبة (17.4) .

أما عدد المسارح في بغداد فقد بلغ عددها 10 مسارح لعام 2012 وتعود ملكيتها للقطاع الخاص. (شهرزاد ،مكي عواد، الزوراء ،أبو نؤاس ،اليرموك ،السندباد ، بغداد النصر، سمير أميس، ورسم الجميلي)⁽⁵⁹⁾، وهذا يعكس أهمية القطاع الخاص للاستثمار في مجال المسارح ولما له الأثر الثقافي والإعلامي والفني والاجتماعي وحتى الاقتصادي على الفرد والمجتمع العراقي، ولا تتوافر لدينا بيانات عن المسارح التابعة للقطاع الخاص في باقي المحافظات.

ج- قطاع أسواق رأس المال

ويعرف السوق المالي على أنها (المؤسسة التي يتم عن طريقها الاكتتاب بالأوراق المالية من أجل تعبئة المدخرات نحو المنافذ الاستثمارية المتعددة والتي تمكن المستثمر من تحويل تلك الاستثمارات إلى سيولة نقدية وتتم كلتا العمليتين " الاكتتاب والتداول " تحت إشراف لجان ووفقاً لقوانين خاصة)⁽⁶⁰⁾، ويعرف الاكتتاب بأنه إعلان الرغبة من جانب المكتب في الاشتراك بالشركة والالتزام بما يتوجب على الشريك فيها ، وهو بعبارة أخرى شراء أسهم الشركة المساهمة من قبل الجمهور عند طرحها للاكتتاب ⁽⁶¹⁾، أما التداول فيقصد به سلسلة متكاملة من الإجراءات تبدأ من امر الشراء أو البيع للأوراق المالية من خلال الوسطاء والمستثمرون في سوق الأوراق المالية⁽⁶²⁾ .

أما عن تجربة العراق في الأسواق المالية فقد كانت البداية عام 1991 عندما تأسس سوق العراق للأوراق المالية بموجب القانون رقم (24)، بغية تحقيق تنظيم ومراقبة تداول الأوراق المالية والتعامل بها بما يكفل سلامة وصحة هذا التعامل وسهولته ودقته على وفق أهداف عامة قوامها حماية الاقتصاد الداخلي وتنمية الادخار الفردي عن طريق تشجيع الاستثمارات في الأوراق المالية وتوجيه المدخرات لتقليص فجوة التمويل بعد أن كانت عوائد النفط تمثل القدرات التمويلية الإضافية في مواجهة فجوة العجز بين الادخار الكلي المرغوب والاستثمار الكلي المرغوب ، وتم افتتاح السوق لأول مرة عام 1992 تحت مسمى سوق بغداد للأوراق المالية واستمر الحال عليه حتى عام 2003، وأغلق هذا السوق بقرار مجلس إدارته بتاريخ 3/19/2003 ، وبموجب قانون رقم (74) لعام 2004 تأسس سوق العراق للأوراق المالية وبأشهر نشاطه في أول جلسة تداول له في 24 حزيران 2004⁽⁶³⁾، وتعد هيئة الأوراق المالية العراقية هي الجهة التي تراقب عمل السوق، والجدول أدناه يوضح مؤشرات التداول للشركات المدرجة في سوق العراق للأوراق المالية لعام 2009.

جدول رقم (8)
أسعار أسهم الشركات السياحية في القطاع المختلط للمدة من 2006 - 2011

سعر السهم						نسبة مساهمة القطاع الخاص في الشركات السياحية المدرجة	الشركات السياحية المدرجة في سوق العراق للأوراق المالية
2011	2010	2009	2008	2007	2006		
19.0	17.4	21.6	14.9	18.4	28.6	%47.01	فندق فلسطين مساهمة مختلطة
35.8	29.7	31.6	19.7	24.95	50.0	%50.3	فندق عشتار مساهمة مختلطة
39.9	37.7	29.3	13.5	24.7	64.8	%54.3	فندق بابل مساهمة مختلطة
19.6	19.7	24.2	10.5	14.0	19.95	%52.7	فندق بغداد مساهمة مختلطة
21.6	21.6	23.0	7.8	7.9	15.5	%20.7	الوطنية للاستثمارات السياحية مساهمة خاصة
14.7	12.7	17.5	-	13.95	16.2	%57	فندق آشور مساهمة مختلطة
35.3	33.5	45.8	19.3	-	61.5	%58.5	المدينة السياحية في سد الموصل مساهمة مختلطة
5.5	6.3	7.6	4.2	7.7	11.2	%100	فندق كربلاء مساهمة خاصة
38.5	33.4	28.1	18.5	34.7	35.8	%53	فندق المنصور مساهمة مختلطة
43.2	44.9	48.4	45.6	65.8	80.0	%36.5	فندق السدير مساهمة مختلطة

المصدر: سوق العراق للأوراق المالية، التقرير السنوي الثامن ودليل الشركات، 2011.

يلاحظ من خلال الجدول (8) بأن عدد الشركات السياحية المدرجة في سوق العراق للأوراق المالية في القطاع المختلط للمدة من 2006 - 2011 هي (10) شركات إذ يظهر لنا أن القطاع الخاص يمتلك ما نسبته %47 - %58 ما عدا فندق السدير الذي نسبته تبلغ %36 بينما مساهمة القطاع الخاص في فندق كربلاء %100 ويليه المدينة السياحية في سد الموصل إذ بلغت (%58.5) ويليه فندق آشور (%57) ومن ثم فندق بابل %54.3 وفندق المنصور %53 وفندق بغداد %52.7 ويليه فندق عشتار %50.3 وفندق فلسطين %47.01 ومن ثم فندق السدير %36.5 وأخيرا الشركة الوطنية للاستثمارات السياحية بلغت %20.7.

وعلى الرغم من أن نسبة مساهمة القطاع الخاص في فندق السدير قد بلغت (%36.5) إلا أن سعر السهم للفندق كان الأعلى من بين الفنادق المدرجة في سوق العراق للأوراق المالية للفترة من 2006 - 2011 وذلك بسبب الوضع المالي الجيد لهذا الفندق وكذلك النشاط الفندقي العام وموجوداته والالتزام بكل شروط السوق حيث كان الأعلى من بين هذه الفنادق من حيث سعر السهم، كما نلاحظ أن نسبة مساهمة القطاع الخاص في فندق كربلاء (%100) إلا أن سعر السهم للفندق كان الأدنى من بين الفنادق المدرجة في سوق العراق للفترة من 2006 - 2011، ولا يوجد سعر سهم للمدينة السياحية في سد الموصل لعام 2007 بسبب إيقافها من التداول بقرار من الهيئة، كما لا يوجد سعر سهم لفندق آشور لعام 2008 بسبب إيقافها من التداول بقرار من الهيئة أيضا.

ح - قطاع التعليم والتدريب السياحي

من أجل تغطية حاجة المشاريع السياحية في العراق يتطلب وضع نظام تعليمي متكامل يتضمن مناهج بمستويات مختلفة من خلال إنشاء المدارس الفندقية والمعاهد والكليات السياحية، وكذلك برامج تدريبية شاملة تهدف إلى إعداد كادر سياحي يتحمل مسؤولية العمل في المنشآت السياحية في العراق (64) لذلك يجب أن تكون البرامج التدريبية موجهة إلى تلبية الاحتياجات التدريبية الفعلية التي تتفق ومتطلبات القطاع السياحي في العراق، وهذه مسؤولية مشتركة بين القطاع العام والقطاع الخاص لتأسيس المدارس الفندقية والمعاهد والكليات السياحية للمساهمة في رفع مستوى التدريب والتعليم للعاملين في القطاع السياحي كما في أغلب دول العالم ومنها الدول العربية كالأردن وتونس ومصر والمغرب، ولكن القطاع الخاص العراقي بعيد جدا على الاستثمار في قطاع التعليم والتدريب السياحي والذي يعد هو العامل الأساس في الارتقاء بمستوى الصناعة السياحية في أي بلد، لأنه لم ينجح أي مشروع كان سياحيا أو غير سياحيا بدون توفر الموارد البشرية المتخصصة والمؤهلة لإدارته وتشغيله بكفاءة ومهارة، والمساهمة الوحيدة في العراق والمعترف بها رسميا هي قسم السياحة الدينية في كلية الشريعة التابعة إلى جامعة أهل البيت في محافظة كربلاء عام 2005، بالدراستين الصباحية والمسائية حيث تم قبول الطلبة حسب خطة أعدت من قبل القسم والكلية وقدمت إلى الجامعة وتم القبول على أساس ذلك وكان عدد الطلاب المقبولين لهذه السنة للمرحلة الأولى (صباحي، مسائي) (200) طالب وطالبة، وقد زاد العدد في عام 2010-2011 إلى (836) طالب وطالبة للدراستين (صباحي، مسائي)، وكان عدد الطلبة المتخرجين في قسم السياحة الدينية لكلا الجنسين وفي الدراسة الصباحية والمسائية (450) طالب وطالبة من عام 2005 إلى 2012 (65)، والجدول أدناه يوضح أعداد الخريجين في الكليات والمعاهد السياحية.

جدول رقم (9)

إجمالي خريجين الكليات والمعاهد السياحية لعام 2010 - 2011

مجموع أعداد الخريجين في الكليات والمعاهد السياحية في عموم العراق	عدد الخريجين في جامعة أهل البيت قسم السياحة الدينية (قطاع خاص)	نسبة الخريجين في القطاع الخاص إلى إجمالي الخريجين في الكليات والمعاهد السياحية في العراق
417	87	20.9%

المصدر : وزارة السياحة ، التخطيط والمتابعة .

نلاحظ من خلال الجدول (9) أن عدد الخريجين في المعاهد والكليات الحكومية بلغ (417) طالب وطالبة في عام 2010-2011 ، مقابل (87) خريج لجامعة أهل البيت ونسبة جيدة تمثل (20.9%). أما على مستوى التدريب السياحي فلا يوجد تخطيط أو تنظيم للعملية التدريبية للعاملين في القطاع السياحي العراقي من قبل القطاع الخاص وإنما بمبادرات فردية غير منظمة وغير مدونة بتقارير لكي تساعد المهتمين والدارسين في هذا المجال خاصة على مستوى رابطة شركات السفر والسياحة ورابطة الفنادق والمطاعم والمعنيين بشكل خاص في هذا المجال كونهما يمثلان عن القطاع الخاص بأهم ثلاثة قطاعات رئيسية في السياحة العراقية .

خ- قطاع التسويق والترويج السياحي

ويقصد بقطاع الترويج والتسويق السياحي الفعاليات والمهرجانات والملتقيات والمعارض والمؤتمرات داخل وخارج العراق ، ولا توجد مبادرات فردية مباشرة من القطاع الخاص وإنما عن طريق مساهمات القطاع العام (وزارة السياحة) ، ولذا يقتضي الأمر توافر ممثلين من القطاع الخاص للترويج والتسويق السياحي في الأسواق الدولية الإقليمية ، وذلك لكي يساهم القطاع الخاص في الترويج والتسويق السياحي لتحسين صورة العراق دولياً فمن خلال مقابلاتنا نلاحظ أنه لا توجد أي بيانات أو إحصاءات تمثل مشاركة القطاع الخاص في هذا المجال ، وإنما يساهمون بدعوة من الوزارة (القطاع العام) للمشاركة في مؤتمرات وملتقيات ومعارض ومهرجانات داخل وخارج العراق.

المبحث الثالث

(تحليل وتقييم الدور الاقتصادي للقطاع الخاص السياحي)

بعد استعراض تطور تجربة القطاع الخاص في التنمية السياحية في العراق في المبحث السابق سنحاول في هذا المبحث تقييم دور القطاع الخاص في دعم المنافع الاقتصادية للتنمية السياحية في العراق معتمدين على ما توفر لدينا من بيانات ومؤشرات لبيان مدى مساهمة القطاع الخاص في دعم التنمية السياحية في العراق من خلال عدة محاور تؤثر المنافع الاقتصادية المباشرة التي ساهم في تحقيقها القطاع الخاص والتي تصب في أهداف التنمية السياحية المنشودة والتي هي جزء لا يتجزأ من التنمية الاقتصادية والاجتماعية في البلاد ، واهم هذه المحاور ما يأتي:-

أولاً: دور القطاع الخاص في تحقيق القيمة المضافة (الدخل السياحي)

تعرف القيمة المضافة على أنها (الربح أو الخسارة الذي يتبقى بعد طرح ثمن تكلفة جميع أنواع رأس المال المستعمل)⁽⁶⁶⁾ . ويسهم قطاع السياحة في تكوين الناتج القومي ، فالدخل السياحي يخدم الاقتصاد القومي من خلال التدفق النقدي الخارجي للبلد في حالة السياحة الخارجية الذي يترتب عليه خلق طلب إضافي على السلع والخدمات مما يؤدي إلى تنشيط أعمال جميع القطاعات ذات الصلة بالنشاط السياحي وبالتالي زيادة دخول تلك القطاعات وكذلك في حالة السياحة الداخلية ، وفي هذا المحور سوف نوضح مدى قدرة القطاع الخاص العراقي في خلق القيمة المضافة (الدخل السياحي) وإسهامه في نمو الدخل القومي (الناتج المحلي الإجمالي) في الاقتصاد العراقي ولتوفر البيانات كاملة عن القطاع الفندقي ومجمعات الإيواء السياحي وعدم توفرها بشكل شامل للقطاع السياحي العراقي سنكتفي باستخراج الدخل الفندقي (القيمة المضافة) لقطاع الإيواء والذي يمثل جزء من الدخل السياحي لما تقتضيه الضرورة في هذا المجال .

نلاحظ من الجدول (10) هناك أسهم للقطاع الخاص الفندقي في خلق القيمة المضافة خلال الفترة 2002 - 2010 لكنها مساهمة متذبذبة بين ارتفاع وانخفاض ، حيث يظهر لنا من خلال الجدول ارتفاع في صافي القيمة المضافة لعام 2003 بقيمة 64779 مقارنة بعام 2002 وبمعدل تغير (311.8%) وانخفضت للسنوات 2004 و2005 بشكل واضح وبمعدل تغير (83.4%-) و (14.5%-) على التوالي لظروف عدم الاستقرار السياسي والأمني واثراً في تدهور النشاط السياحي والفندقي بكافة منشأته ومرافقه ومن ضمنها مجمعات الإيواء السياحي وعلى مستوى العرض والطلب السياحيين ولكن للسنوات 2006 و 2007 كان هناك تحسناً واضحاً في صافي القيمة المضافة التي خلفها القطاع الخاص الفندقي وبمعدلات تغير (134.6%) (28.9%) بالرغم من أن الاستقرار الأمني لازال هشاً مع ذلك حققت فنادق القطاع الخاص

قيمة مضافة واستمرت بالارتفاع للأعوام 2009 و 2010 وكان واضحا مقارنة بالسنوات السابقة حيث بلغت 48903 و 80593 مليون دينار وبمعدلات تغير (76.4%) و (64.8%) على التوالي .

جدول رقم (10)

احتساب صافي القيمة المضافة للقطاع الفندقي العراقي الخاص بسعر عوامل الإنتاج بالأسعار الجارية (مليون دينار)

2010	2009	2007	2006	2005	2004	2003	2002	صافي القيمة المضافة للقطاع الفندقي/السنوات
117175	78128	41553	38671	24821	22835	78015	40371	الإنتاج (الإيرادات)
9907	7459	3555	3040	2711	1907	1174	6751	مجموع - المستلزمات السلعية
10532	8378	2938	2913	3668	5368	4420	3009	الخدمات والمشتريات (المستخد)
1901	3542	3	5582	220	59	3406	10976	المشتريات
22340	19379	8494	11535	6599	7334	9000	20736	المجموع
94835	58749	33059	27136	18222	15501	69015	19635	= إجمالي القيمة المضافة بسعر السوق
491	283	91	94	73	45	97	389	ضرائب غير مباشرة
94344	58466	32968	27042	18149	15456	68918	19246	= إجمالي القيمة المضافة بسعر تكلفة عوامل الإنتاج
13751	9563	5247	5532	8980	4727	4138	3517	الاندثار
80593	48903	27721	21510	9169	10729	64779	15729	= صافي القيمة المضافة بسعر تكلفة عوامل الإنتاج (القطاع الفندقي)
%64.8	% 76.4	%28.9	%134.6	% -14.5	% -83.4	%311.8		معدل التغير %

المصدر: تم إعداد الجدول من قبل الباحثين بالاعتماد على : وزارة التخطيط والتعاون الإنمائي ، الجهاز المركزي للإحصاء وتكنولوجيا المعلومات ، مديرية إحصاء التجارة، مسح الفنادق ومجمعات الإيواء السياحي ، الإعداد للأعوام 2002 – 2010.

أما في قطاع شركات السفر والسياحة وكما في الجدول (11) أيضا هناك تطور ايجابي في ما يحققه هذا القطاع من القيمة المضافة للسنوات 2006 و 2007 و 2009 إذ بلغت ما يقارب 1.8 مليار دينار و 3.3 مليار و 7.3 مليار على التوالي وبمعدل تغير (85.1) و (9.2) للأعوام 2007 و 2009. ولو أضفنا القيمة المضافة للشركات السياحية إلى القيمة المضافة للفنادق يصبح الاسهام اكبر بالنسبة للنتائج المحلي الإجمالي وبنسبة (1.9%) و (3.0%) و (5.3%) للأعوام 2006 و 2007 و 2009 على التوالي إذ تظهر الصورة هنا أكثر شمولية لأكثر قطاعين مهمين تابعين للقطاع الخاص

جدول رقم (11)

القيمة المضافة لشركات السفر والسياحة للأعوام 2006 ، 2007 ، 2009

السنة	القيمة المضافة للشركات	القيمة المضافة للفنادق	القيمة المضافة للشركات و الفنادق	الأهمية النسبية إلى إجمالي الناتج المحلي الإجمالي
2006	1783697	21510	1805207	1.9
2007	3301545	27721	3329266	3.0
2009	7290307	38312	7339210	5.3

المصدر: وزارة التخطيط والتعاون الإنمائي ، الجهاز المركزي للإحصاء وتكنولوجيا المعلومات، مسح نشاط شركات السفر والسياحة للقطاع الخاص لسنة 2006، 2007، 2009.

ثانيا: دوره في التوظيف والقضاء على البطالة.

تعد صناعة السياحة مصدر هام للتوظيف إذ تهيئ مجالا واسعا للتشغيل في مختلف المجالات والمستويات للكوادر العلمية المؤهلة والغير المؤهلة إذ تمثل السياحة احد القطاعات التي يعتبر العامل البشري كأحد عناصره الأساسية للقيام بالنشاط السياحي عكس الصناعة والزراعة التي يمكنها ان تعتمد أكثر على الوسائل التكنولوجية والتقليل من العنصر البشري وفي هذا المجال أكدت الدراسات على قدرة التنمية السياحية على امتصاص البطالة (67)، وسنحاول إيضاح دور القطاع الخاص العراقي في التوظيف وتوفير فرص العمل في قطاعات السياحة الرئيسية وهي القطاع الفندقي وقطاع شركات السفر والسياحة وقطاع المطاعم والمشروبات، وإسهامه في استكمال الهدف الاجتماعي للهدف الاقتصادي في التنمية السياحية لأن إسهامه في زيادة الناتج المحلي الإجمالي والقيمة المضافة ينعكس على نصيب الفرد من الدخل وبالتالي على مستوى معيشة الفرد

والحصول على فرص عمل وتحسين نوعية الحياة مما يخفف من معاناة أفراد المجتمع إذن الهدف الاقتصادي له تأثيرات اجتماعية وبشكل رئيس من خلال قدرة القطاع الخاص السياحي على توفير فرص العمل وزيادة الدخل للعاملين في القطاعات المرتبطة به وكما يلي:

أ- القطاع الفندقي

يعد قطاع الفنادق من أكثر القطاعات السياحية توفيراً لفرص العمل لأنها ترتبط بدرجة أساسية بمعدلات الراحة التي تقدمها لزبائنها وبمعنى آخر أن الفنادق ذات الدرجة الممتازة والأولى تستقطب عماله أكثر من الفنادق ذات التصنيف الأقل لأنها تقدم معدلات راحة عالية، وكما وإن فنادق القطاع الخاص تشكل نسبة (98،8%) من إجمالي الفنادق العراقية وهذا يعني إنه من المنطق هذه النسبة العالية لها الأثر الإيجابي على معدل الاستخدام وتوافر فرص العمل، وهذا ما يوضحه لنا الجدول رقم (12).

جدول رقم (12)

إعداد العاملين حسب الجنس والجنسية في فنادق القطاع الخاص العراقي للسنوات 2002-2010

السنة	الجنس	عراقيون	الأهمية النسبية %	عرب	الأهمية النسبية %	أجانب	الأهمية النسبية %	المجموع	معدل التغير %
2002	ذكور	4638	99.7	16	0.3	-	-	4654	-
	إناث	548	100	-	-	-	-	548	
	مجموع	5186	99.7	16	0.3	-	-	5202	
2003	ذكور	4273	99.9	5	0.1	-	-	4278	-10.9
	إناث	357	100	-	-	-	-	357	
	مجموع	4630	99.9	5	0.1	-	-	4635	
2004	ذكور	3539	99.9	5	0.1	-	-	3544	-16.1
	إناث	345	100	-	-	-	-	345	
	مجموع	3884	99.9	5	0.1	-	-	3889	
2005	ذكور	2864	99.9	4	0.1	-	-	2868	-18.3
	إناث	310	100	-	-	-	-	310	
	مجموع	3174	99.9	4	0.1	-	-	3178	
2006	ذكور	2313	99.9	2	0.1	-	-	2315	-21.6
	إناث	178	100	-	-	-	-	178	
	مجموع	2491	99.9	2	0.1	-	-	2493	
2007	ذكور	2279	99.9	3	0.1	-	-	2282	-2.8
	إناث	140	100	-	-	-	-	140	
	مجموع	2419	99.9	3	0.1	-	-	2422	
2009	ذكور	3615	95.9	4	0.1	151	4.0	3770	63.1
	إناث	179	98.9	-	-	2	1.1	181	
	مجموع	3794	96.0	4	0.1	153	3.9	3951	
2010	ذكور	3462	97.1	23	0.6	79	2.2	3564	-4.1
	إناث	213	94.2	9	3.9	4	1.8	226	
	مجموع	3675	97.0	32	0.8	83	2.2	3790	

المصدر: وزارة التخطيط والتعاون الإنمائي، الجهاز المركزي للإحصاء وتكنولوجيا المعلومات، مديرية إحصاء التجارة، مسح الفنادق ومجمعات الإيواء السياحي للأعوام 2002 - 2010.

نلاحظ من الجدول (12) أن أعداد المشتغلين في فنادق القطاع الخاص العراقي خلال الفترة 2002 - 2007 في انخفاض مستمر حيث تم تشغيل 5202 عامل في عام 2002 وانخفض إلى 4635 و 3889 و 3178 و 2493 و 2422 عامل للسنوات 2003 و 2004 و 2005 و 2006 و 2007 على التوالي وبمعدلات تطور سالبة حيث بلغت (-10.9%) لعام 2003 و (-16.1%) لعام 2004 و (-18.3%) و (-21.6%) و (-2.8%) للأعوام 2005 و 2006 و 2007 و ازداد أعداد المشتغلين لعام 2009 إلى 3951 وبمعدل تطور (63.1%) بينما انخفض عام 2010 إلى 3790 وبمعدل تطور (-4.1%)، ومن الواضح تظهر الأرقام ومعدلات التطور في فرص العمل أنها لا تتناسب مع تطور الاستثمار الفندقي التابع للقطاع الخاص والذي يشكل النسبة الأكبر مقارنة بفنادق القطاع العام والمختلط.

أما من ناحية توافر فرص العمل حسب الجنس في فنادق القطاع الخاص كانت لصالح الذكور على حساب الإناث حيث بلغت نسبة الذكور العاملين 89.5% لعام 2002 مقابل 10.5% للعاملات لنفس العام واستمرت بالانخفاض لعام 2010 حيث بلغ نسبة العاملين من الذكور 94.0% والإناث 6.0% وهذا يعني أن فرص العمل في فنادق القطاع الخاص توفر للذكور نسبة أكثر من الإناث وهذه مشكلة تحتاج إلى وقفه ودراسة لتشخيص أسبابها وإيجاد الحلول الممكنة والمناسبة لها وخاصة في مجال الوعي السياحي وزيادة الثقافة المجتمعية لاستقطاب المرأة للعمل السياحي والفندقي.

ونلاحظ من الجدول أن فنادق القطاع الخاص توافر فرص عمل للعراقيين بنسبة أكبر بكثير مقارنة للعرب والأجانب وإن كانت هناك زيادة واضحة في أعداد العاملين العرب والأجانب للسنتين الأخيرة 2009 و 2010 حيث بلغت نسبة العراقيين العاملين (96.0%) والعرب (0.1%) والأجانب (3.9%) لعام 2009 ثم

ازدادت نسبة العاملين العرب لعام 2010 حيث بلغت (0.8%) والعراقيين العاملين (97.0%) والأجانب بنسبة (2.2%).

ولم تتوفر بيانات عن التصنيف المهاري للعاملين ولو توفرت لكانت الصورة أوضح لمعرفة التركيب المهاري ومستوياته للعاملين في فنادق القطاع الخاص، ولكن على الأغلب أن العاملين الأجانب والعرب يعملون أعمال غير ماهرة كالنظافة ونقل الأمتعة وأحياناً عمال خدمة.

ومن ناحية العاملين بأجر في فنادق القطاع الخاص تشكل النسبة الأعلى إلى إجمالي العاملين فيها لسنوات الدراسة وكما في الجدول (13) وكانت أعلى نسبة لعام 2003 بلغت (81.3%) و(81.1%) و(82.5%) للأعوام 2009 و 2010 ، وهذه النسبة لا بأس بها ولكنها لا تتناسب مع متطلبات التنمية السياحية في السوق العمل السياحي العراقي لذلك يحتاج إلى زيادة نسبة العاملين بأجر كونها تعتبر المساهمة الفعلية للقطاع الخاص بالتوظيف والقضاء على البطالة .

جدول رقم (13)

إعداد المشتغلين في القطاع الفندقي الخاص بحسب تقاضي الأجر للسنوات 2002 - 2010

السنة	مجموع العاملين بدون أجر	مجموع العاملين بأجر	المجموع العام للعاملين بأجر وبدون أجر	نسبة العاملين بأجر إلى إجمالي العاملين
2002	1185	4017	5202	2.77
2003	867	3768	4635	3.81
2004	967	2922	3889	1.75
2005	811	2367	3178	5.74
2006	573	1920	2493	0.77
2007	546	1876	2422	5.77
2009	746	3205	3951	1.81
2010	665	3125	3790	5.82

المصدر: وزارة التخطيط والتعاون الإنمائي ، الجهاز المركزي للإحصاء وتكنولوجيا المعلومات ، مديرية إحصاء التجارة، مسح الفنادق ومجمعات الإيواء السياحي للأعوام 2002 - 2010.

وفي جدول (14) إذ يظهر معدلات العمالة التي توفرها فنادق القطاع الخاص حسب معدل عامل / فندق و عامل / غرفة و عامل / سرير مقارنة بفنادق القطاع العام والمختلط لعام 2010 وبالتالي:-

- بحسب معدل عامل / فندق يظهر أن كل فندق من فنادق القطاع الخاص يوفر ما يقارب 6 فرص عمل مقابل 417 فرصة عمل يوفرها كل فندق من فنادق القطاع العام والمختلط . وهذا لا يتناسب أبداً مع أعداد فنادق القطاع الخاص .

- وبحسب معدل عامل / غرفة يظهر إن كل 6 غرف من الغرف الفندقية التابعة للقطاع الخاص تخلق فرصة عمل واحدة بينما كل غرفتين من فنادق القطاع العام والمختلط تولد فرصة عمل واحدة .

- وبحسب معدل عامل / سرير النتيجة مشابهة لما سبق إذ كل 17 سرير في فنادق القطاع الخاص يولد فرصة عمل واحدة مقابل كل سريرين من فنادق القطاع العام والمختلط يولد فرصة عمل واحدة .

وكل ما سبق يوضح انخفاض إسهام القطاع الخاص على التوظيف وتوفير فرصة العمل وإسهامه ضعيف في تقليص البطالة بالرغم من القطاع الفندقي هو أكبر ميدان لتشغيل واستقطاب الشباب للعمل الفندقي مقارنة بباقي القطاعات إضافة إلى تدني درجات التصنيف الفندقي والذي تزداد نسبته في فنادق القطاع الخاص ما بين (الدرجة الثانية والدرجة الثالثة والرابعة والخامسة) يقلل من نسبة التشغيل بحسب الخدمات المقدمة ونوعيتها ومعدلات الراحة فيها.

جدول رقم (14)

معدلات عامل / فندق - عامل/غرفة - عامل/ سرير في الفنادق العراقية

القطاع	عدد الفنادق	العاملين	عامل/ فندق	عدد الغرف	عامل/ غرفة	عدد الأسرة	عامل/ سرير
فنادق القطاع العام والمختلط	4	1669	417.3	2654	0.62	3351	0.5
فنادق القطاع الخاص	577	3790	6.57	20959	0.18	46326	0.08

المصدر: من عمل الباحثين استناداً لإحصائية مسح الفنادق لعام 2010

ب- قطاع شركات السفر والسياحة

ومن المهم هنا أن نوضح قدرة القطاع الخاص على خلق الوظائف وتوفير فرص العمل في شركات السفر والسياحة وكما في الجدول رقم (15) الذي يوضح أعداد المشتغلين في هذه الشركات وأصنافهم وكم منهم يعمل بأجر أو بدون أجر للسنوات 2006 و 2007 و 2009

جدول رقم (15)

عدد المشتغلين في شركات السفر والسياحة والأجور المدفوعة لهم لسنة 2006، 2007، 2009

السنة	اصناف المشتغلين	عاملون بأجر 1	عاملون بدون أجر 2	المجموع 3	نسبة العاملين بأجر إلى المجموع الكلي للعاملين 3/1	الأهمية النسبية لكل صنف %	تعويضات المشتغلين (الف دينار)
2006	الإداريون	130	178	308	42.2	71.1	-
	سواق	74	14	88	84.1	20.3	-
	آخرون	30	7	37	81.1	8.6	-
	المجموع	234	199	433	54.0	%100	600820
2007	الإداريون	257	307	564	45.6	80.3	576880
	سواق	62	29	91	68.1	13.0	223380
	آخرون	44	3	47	93.6	6.7	70340
	المجموع	369	339	702	52.6	%100	870600
2009	الإداريون	369	471	840	43.9	76.2	1255043
	سواق	135	19	154	87.7	13.9	834623
	آخرون	105	4	109	96.3	9.9	267019
	المجموع	609	494	1103	55.2	%100	2356685

المصدر: وزارة التخطيط والتعاون الإنمائي، الجهاز المركزي للإحصاء وتكنولوجيا المعلومات، مسح نشاط شركات السفر والسياحة للقطاع الخاص للسنوات من 2006، 2007، 2009.

نستنتج من الجدول أعلاه ما يلي:-

- هناك تطور في أعداد المشتغلين في شركات السفر والسياحة للمدة 2006 - 2009 بعد أن كان 433 عام 2006 ارتفع إلى (702) في عام 2007 بمقدار تغير (1.62 %) وازداد إلى 1103 لعام 2009 وبمعدل تغير (1.57 %) عن عام 2007 والارتفاع طبعي مع الزيادة الحاصلة في أعداد شركات السفر والسياحة في العراق .
- أما من ناحية تصنيف العمالة حسب (الإداريون، السواق، آخرون) لقطاع شركات السفر والسياحة يظهر لنا ارتفاع نسبة المشتغلين من الإداريين عن باقي الأصناف للسنوات 2006 و 2007 و 2009 حيث بلغت (71.1 %) و (80.3 %) و (78.2 %) على التوالي وعدد السواق يأخذ المرتبة الثانية حيث بلغت (20.3 %) و (13.5 %) و (13.9 %) على التوالي وباقي النسب للأصناف الأخرى وهذا يؤثر التوظيف لصالح العمل الإداري ، علما بأن البيانات تنقصها توصيف دقيق للعاملين في الشركات مثل وظيفة الإذلاء المرشدين والمترجمين إضافة إلى العاملين في التسويق والترويج ومنظمين البرامج والذي يعكس نوع ومستوى الخدمات التي تقدمها هذه الشركات والتي لو توفرت مثل هذه البيانات لتوصلنا إلى نتائج مفيدة أكثر في هذا المجال.
- وكانت نسبة العاملين بأجر إلى مجموع العاملين في شركات السفر والسياحة تشكل تقريبا النصف أو أكثر بقليل جدا حيث بلغت (54 %) و (52 %) و (55 %) للأعوام 2006 و 2007 و 2009 على التوالي وهذه نسبة ضئيلة لا تتناسب مع أهداف التنمية السياحية ومتطلباتها الاقتصادية والاجتماعية لان هذا يعني هذه النسبة المتواضعة هي (مدفوعة الأجر والتعويضات) والتي تمثل فرص العمل الفعلية التي تلبي احتياجات سوق العمل السياحي هذه النسبة المتواضعة في قطاع مهم مثل قطاع شركات السفر والسياحة إذن أثرها الاقتصادي والاجتماعي أيضا متواضع على المجتمع والاقتصاد السياحي بشكل خاص وعلى الاقتصاد العراقي بشكل عام .
- وما يؤكد هذه النتيجة الجدول رقم (16) يظهر لنا معدل فرص العمل التي تولدها كل شركة للمدة 2006 - 2009 حيث أن معدل عامل / شركة ضعيف لا يتناسب مع الحركة السياحية الواعدة في العراق ولا تتناسب مع تنامي طلب السياحة الداخلية والسياحة الخارجية لان كل شركة تولد فرصة عمل واحدة تقريبا للعاملين 2006 و 2007 علما بأن عدد الشركات في ارتفاع واضح من 497 عام 2006 إلى 497 شركة عام 2007 بسبب تفوق طلب السياحة الدينية في العراق . لكن ازداد المعدل إلى فرصتي عمل لكل شركة عام 2009 رغم أن هناك انخفاض بسيط في أعداد الشركات.

جدول رقم (16)
معدل عامل / شركة للمدة 2006 - 2009

السنة	عدد الشركات	إعداد العاملين	معدل عامل/شركة
2006	479	433	90.0
2007	497	702	41.1
2009	466	1103	36.2
متوسط عامل/سري	7,480	746	1.55

المصدر : من إعداد الباحثين بالاعتماد على بيانات وزارة التخطيط والتعاون الإنمائي .

ت- قطاع الأطعمة والمشروبات

يتمثل هذا القطاع كما اشرنا في المبحث الثاني بالمطاعم والمقاهي والكازينوهات، ومن خلال الجدول (17) يوضح أن عدد العاملين في قطاع الأطعمة والمشروبات لعام 2007 بلغ (31252) عامل وقطاع المطاعم يتصدر المرتبة الأولى في توافر فرص العمل حيث بلغت (24012) عامل ونسبة (76.8%) من إجمالي العاملين في باقي مرافق القطاع الأخرى والمرتبة الثانية كانت للمقاهي ونسبة (17.4%) من إجمالي العاملين والمرتبة الثالثة لمحلات الوجبات السريعة والبيوفيهات حيث وفرت فرص عمل بنسبة (2.4%) والمرتبة الرابعة للعاملين في مطاعم النوادي ونسبة (2.1%) وأقل فرص عمل وفرها قطاع الكازينوهات حيث بلغت النسبة (1.3%) فقط .

جدول رقم (17)

أعداد العاملين في قطاع الأطعمة والمشروبات حسب نوعية المرفق وأعداد العاملين بأجر وبدون أجر وحسب الجنس في العراق لعام 2007

نوع المرفق	العاملون بأجر				العاملون بدون أجر			
	الذكور	الإناث	الأحداث	المجموع	الذكور	الإناث	الأحداث	المجموع الكلي
كازينوهات	287	0	43	310	103	0	6	109
المقاهي	2509	10	329	2388	2388	10	190	2588
المطاعم	15889	80	1234	17202	6172	12	626	6810
مطاعم النوادي	368	11	2	381	267	0	0	267
محلات الوجبات السريعة والبيوفيهات	316	0	56	372	349	0	16	365
المجموع	19349	101	1664	21113	9279	22	838	10139

المصدر: وزارة التخطيط مركز الإحصاءات والمعلومات ، مسح المطاعم لعام 2007.

وكما يتبين لنا إن ما مجموعه (21113) يمثلون نسبة (67.5%) من إجمالي العمالة في هذا القطاع يعملون بأجر فيما كان العاملون من دون أجر قد بلغ عددهم (10139) عامل وعاملة يمثلون نسبة (32.4%) من إجمالي العمالة، أما مجموع الذكور العاملين في هذا القطاع فقد بلغ (1129) وهي نسبة تمثل (99.6%) من مجموع العمال ، بينما كان عدد العاملات الإناث في هذا القطاع (123) عاملة ونسبة (0.3%) من مجموع العمالة وهي تمثل نسبة متدنية إي إن هذا القطاع يستقطب الذكور أكثر من الإناث وسبب ذلك يعود إلى العادات والتقاليد والثقافة المجتمعية والتي تضع قيوداً تعيق عمل الإناث في هكذا مجالات وإن كانت في أمس الحاجة للعمل وخاصة إن المرأة حالها حال الرجل في العراق مرت بنفس الظروف الصعبة وعانت من البطالة خلال فترات عدم الاستقرار الاقتصادي والأمني وكما يظهر في أرقام الجدول (17) لعام 2007 ، وهذه طبعاً مشكلة وقفنا عندها كذلك في قطاع الإيواء أيضاً ويجب إن يتوقف عندها المسؤولون والمتخصصون لتخفيف الضغوط الاجتماعية على المرأة ونشر الوعي السياحي والثقافي وأهمية عمل المرأة وأثره الإيجابي الاقتصادي والاجتماعي والثقافي على المجتمع والاقتصاد العراقي .

إذن كل المؤشرات التي تدل عن مدى مساهمة القطاع الخاص في توفير فرص العمل والتوظيف كانت متواضعة نسبياً لا تتناسب مع الزيادة الحاصلة في قطاع الفنادق وشركات السفر والسياحة ولا قطاع الأطعمة والمشروبات (وإن كانت على المستوى الجزئي تظهر مساهمة جيدة لصالح القطاع الخاص كما في المطاعم السياحية) ولكن لا يلبي متطلبات التنمية الاجتماعية والاقتصادية في تحقيق هدف تقليص البطالة والتوظيف على مستوى التعويضات والأجور المدفوعة والتي تشكل فرصة عمل فعلية تؤثر على مستوى معيشة العاملين ناهيك عن تدني فرص العمل للإناث مقارنة بالذكور .

ثالثاً: دوره في تمويل ميزانية الدولة

تُعدّ الضرائب السياحية أحد مصادر الإيرادات ومصدر أساسي من مصادر التمويل لعملية التنمية ، إضافة إلى قدرة السياحة الفعالة والكبيرة في تمويل ميزانية الحكومة كون النشاط السياحي يعد وعاء دسما للضريبة في العراق، لذلك سنوضح هنا دور القطاع الخاص في تمويل ميزانية الدولة. ولو تتبعنا هذا الأثر للمدة 2002 – 2010 وكما في الجدول (18) لوجدنا إن هناك تطور مستمر في الإسهام الفعلي للقطاع الخاص الفندقي في الضرائب المدفوعة من قبله للفترة المذكورة ، حيث بلغت (389063798) مليون دينار في عام 2002 ، من إجمالي الضرائب وارتفعت إلى (491224190) مليون دينار في عام 2010، حيث تراوحت نسبة الضرائب المدفوعة للقطاع الخاص إلى إجمالي الضرائب السياحية ما بين (54،60) لعام 2002 وازدادت بشكل واضح عام 2003 إلى (58،96) وانخفضت في عام 2004 بنسبة (73،68) واستمرت الزيادة للأعوام 2005 و2006 و2007، وحتى في ظل السنوات الصعبة والتي تميزت بالتوتر والانفلات الأمني، بل كانت تحقق زيادة مستمرة في الضرائب السياحية المدفوعة إلى خزينة الدولة تمثلت (74%) و(77%) و(82%) على التوالي وحتى عام 2010 كان القطاع الخاص هو من يحتل المرتبة الأولى في إجمالي الضرائب المدفوعة وتصل بنسبة (84،80%)، لذلك يمثل القطاع الخاص الفندقي السياحي وعاءاً دسماً للضريبة في العراق ويجب الاهتمام به وتشجيعه وسن القوانين التي تحمي حقوقه وتمنحه الامتيازات التي تتناسب مع الأعباء الضريبية التي يتحملها لأنه مصدر مهم من مصادر الإيرادات ومصدر أساسي من مصادر التمويل لعملية التنمية.

جدول رقم (18)

حجم الضرائب والرسوم للقطاع الفندقي الخاص للمدة (2010 – 2002)

السنة	عدد الفنادق	مجموع الضرائب المدفوعة من قبل القطاع الخاص	إجمالي الضرائب المدفوعة من قبل القطاع السياحي	نسبة ضرائب القطاع الخاص إلى إجمالي الضرائب المدفوعة في القطاع السياحي %
2002	920	389063798	642649264	60.54
2003	873	97206200	100648075	96.58
2004	825	44795667	65176747	68.73
2005	692	73372895	98493131	74.50
2006	498	94560200	12997171	77.51
2007	483	91180200	111140771	82.04
2008	567	187069300	256655384	72.89
2009	652	282958400	402169997	70.36
2010	577	491224190	607660113	80.84

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على بيانات وزارة التخطيط والتعاون الإنمائي، الجهاز المركزي للإحصاء وتكنولوجيا المعلومات، مسح مديرية إحصاء التجارة، مسح الفنادق ومجمعات الإيواء السياحي للأعوام 2002 – 2010.

رابعا : دوره في التنمية المتوازنة للأقاليم

تُعدّ السياحة أحد أهم الوسائل المهمة في تنمية الأقاليم والأماكن ذات الجذب السياحي اقتصادياً واجتماعياً وعمرانياً وتحقيق التنمية المتوازنة والمستدامة، كما تسهم السياحة في توفير فرص الاستثمار السياحي في تنمية وتطوير مناطق سياحية ذات إمكانات غير مستغلة (طبيعية ، تاريخية ، تراثية... الخ) وتمتد التنمية إلى مناطق نائية أو ريفية مهمة رغم إمكاناتها السياحية والتي تساعد في توافر الخدمات الأساسية، وتقليل الفوارق بين المدينة والريف، والعراق يتمتع بكافة أنواع المقومات السياحية (دينية ، أثرية ، تاريخية ، ثقافية ، وموارد طبيعية وغيرها) والقطاع الخاص يمكن أن يكون إيجابياً في تحقيق التنمية المتوازنة في مناطق ومحافظات العراق وبالتالي يؤدي إلى تنمية مناطق جديدة، والأقاليم التي لم تصلها يد التنمية الوطنية عموماً والتنمية السياحية خصوصاً حيث نستطيع أن نستنتج إن مدى قدرة القطاع الخاص على تحقيق التنمية للأقاليم والمناطق النائية والريفية في العراق وتحقيق العدالة في إعادة توزيع الثروة والدخل لكافة مناطق العراق من خلال توزيع عادل لمشاريع التنمية السياحية التي يبادر بها القطاع الخاص وتخدم بها السكان المحليين لتلك المناطق والمحافظات والتي سنتناولها حسب القطاعات الرئيسية والتوزيع الجغرافي حسب المحافظات التي يسهم القطاع الخاص في الاستثمار السياحي فيها وكما يلي :-

أ- قطاع الإيواء

في الجدول (19) والذي يوضح التوزيع الجغرافي للفنادق التابعة للقطاع الخاص حسب المحافظة في العراق لعام 2010 نلاحظ إن أغلب الفنادق تتركز في المرتبة الأولى في محافظة بغداد حيث بلغ عدد الفنادق في بغداد (158) فندق وبنسبة (27.19) تليها محافظة النجف في المرتبة الثانية (119) وبنسبة (20.48) ومحافظة كربلاء في المرتبة الثالثة (100) فندق وبنسبة (17.12) ، والبصرة في المرتبة الرابعة (60)

وبأهمية (10.33) وفي المرتبة الخامسة محافظة التأميم حيث بلغ عدد الفنادق (41) وبأهمية (7.06) وفي المرتبة السادسة محافظة نينوى (34) فندق وبأهمية (5.85) تليها محافظة صلاح الدين في المرتبة السابعة وبأهمية قدرها (2.93) وفي المرتبة الثامنة محافظة ذي قار (14) فندق وبأهمية (2.41) تليها محافظة واسط في المرتبة التاسعة بواقع (7) فنادق فقط وبأهمية (1.20) تليها محافظة بابل (6) فنادق وبأهمية (1.03) ومحافظة ميسان (5) فنادق بأهمية (0.86) ومحافظة الانبار ومحافظة القادسية (4) فنادق فقط وبنسبة (0.69)، بينما لا يوجد أي فندق في محافظة ديالى.

والأرقام والنسب تعكس بشكل واضح عدم العدالة في توزيع الاستثمارات الفندقية في محافظات القطر، وإن للقطاع الخاص خبرة ليست قليلة في الاستثمار الفندقي كما بيناه في المبحث السابق عن اتجاهات المستثمر العراقي ولكن توجهات المستثمر من القطاع الخاص لا تلبي طموحات وأهداف التنمية السياحية المنشودة في تنمية الأقاليم وتحقيق العدالة في توزيع مشاريع التنمية السياحية في محافظات العراق الغنية بكل أنواع المقومات السياحية والتي تعد ثروة قومية مهمة من قبل صانعي القرار في القطاع السياحي الرسمي وكذلك سوء التخطيط وسوء التوجيه للمستثمر في القطاع الخاص عن فرص الاستثمار المتاحة ونقص المعلومات عنها وبالتالي عدم تشجيعهم على الاستثمار في تلك المحافظات وبما يحقق المصلحة العامة والخاصة وبشكل متوازي .

جدول رقم (19)

عدد الفنادق التابعة للقطاع الخاص العراقي حسب المحافظة والأهمية النسبية لها لسنة 2010

المحافظة	عدد الفنادق	الأهمية النسبية
نينوى	34	5.85
التأميم	41	7.06
ديالى	-	-
الانبار	4	0.69
بغداد	158	27.19
بابل	6	1.03
كربلاء	100	17.21
واسط	7	1.20
صلاح الدين	17	2.93
النجف	119	20.48
القادسية	4	0.69
المتن	12	2.07
ذي قار	14	2.41
ميسان	5	0.86
البصرة	60	10.33
المجموع	581	%100

المصدر: العمود الأول: وزارة التخطيط والتعاون الإنمائي، مديرية إحصاء التجارة، مسح الفنادق ومجمعات الإيواء السياحي، الإعداد لعام 2010
العمود الثاني: من إعداد الباحثين .

ب- قطاع شركات السفر والسياحة

من المؤكد إن وجود شركات السفر والسياحة في أي مكان يعني امتداد لمواجهة التدفق السياحي والطلب السياحي المحلي الخارجي للقيام بنشاطات داخلية وخارجية وتقديم مختلف الخدمات ابتداء من التنظيم والترويج والتسويق لبرامجهم السياحية وحتى تنفيذ البرامج فعلياً ولأن الطلب السياحي المحلي والخارجي هو بقصد التعرف على أماكن القصد السياحي في المنطقة أو الإقليم وإشباع حاجات السياح المتنوعة والمتجددة والتي تعكسها مدى توافر مشاريع سياحية تلبي احتياجاتهم ورغباتهم (الطلب السياحي غير المشبع) وهذا الجانب يتعلق بمستوى العرض السياحي وتوفر المنتج السياحي الملائم لرغبات السياح وعدم عدالة وصول التنمية السياحية المتوازنة ، وإن قطاع الإيواء ينسحب أثره على مدى العدالة في تنمية قطاع شركات السفر والسياحة والجدول أدناه يوضح هذه النتيجة .

جدول رقم (20)

إعداد ومواقع شركات السفر والسياحة في العراق لسنة 2011 والأهمية النسبية لها

المحافظة	العدد*	الأهمية النسبية**
بغداد	254	55.21
كربلاء	70	15.22
النجف	60	13.04
البصرة	26	5.65
نينوى	12	2.61
بابل	9	1.97
القادسية	7	1.52
ميسان	5	1.09
المتن	4	0.87
واسط	4	0.87
الأنبار	3	0.65
صلاح الدين	3	0.65
التأميم	2	0.43
ذي قار	1	0.22
ديالى	-	-
المجموع	460	%100

المصدر: * العمود الأول: وزارة السياحة ، التخطيط والمتابعة .

**العمود الثاني من إعداد الباحثين

نلاحظ من خلال الجدول (20) إن شركات السفر والسياحة تتركز بالمرتبة الأولى في محافظة بغداد حيث بلغت (254) شركة وبنسبة (55.21)، تليها في المرتبة الثانية محافظة كربلاء (70) شركة وبنسبة (15.22) ومحافظة النجف بالمرتبة الثالثة (60) شركة سياحية وبنسبة (13.04) وهذا يعني تركيز ما نسبته 83.47% من شركات السفر والسياحة في ثلاث محافظات بغداد وكربلاء والنجف بسبب تفوق نمط السياحة الدينية على باقي الأنماط السياحية الأخرى الغير مستغلة بسبب سوء التخطيط لمشاريع تنمية الأقاليم والمحافظات وله الأثر السلبي في دور القطاع الخاص في تحقيق العدالة في تنمية المحافظات ولذلك تصبح محافظة البصرة ثاني أكبر مدن العراق في المرتبة الرابعة (26) شركة وبنسبة (5.65%) تليها في المرتبة الخامسة محافظة نينوى (12) شركة وبنسبة (2.61%) ومحافظة بابل في المرتبة السادسة (9) شركات وبنسبة (1.97%) ومحافظة القادسية (7) شركات وبنسبة (1.52%) تليها محافظة ميسان (5) وبنسبة (1.09%) ومحافظة واسط والمثنى في المرتبة الثامنة (4) شركات وبنسبة (0.87%) ومحافظة الأنبار وصلاح الدين في المرتبة التاسعة (3) شركات وبنسبة (0.65%) وشركتين في محافظة التأميم وشركة واحدة في محافظة ذي قار بينما لا توجد أي شركة سياحية في محافظة ديالى .

ت- قطاع الأطعمة والمشروبات

وكذلك فيما يخص منشآت الطعام والشراب وكما في جدول (21) تتركز عدد المطاعم والكازينوهات والكافيتريات وباقي المرافق في محافظة بغداد وبلغت (2459) وبنسبة (31.99%) إلى إجمالي المنشآت وفي المرتبة الثانية محافظة نينوى وبنسبة 14.85% وفي المرتبة الثالثة تأتي محافظة بابل وبنسبة 7.47% من إجمالي منشآت الطعام والشراب بينما تنخفض نسبة هذه المنشآت في النجف وكربلاء حيث بلغت 5.57% و 2.74% على التوالي وهذا أمر غير منطقي ولا يتناسب مع نسبة هاتين المحافظتين من حصتهم في أعداد الفنادق وشركات السفر وفي أعداد السياح الوافدين عليها ، وينطبق ذات الشيء على باقي المحافظات كالبصرة وذي قار والتأميم وديالى وهذه الأرقام والنسب تعكس ضعف واضح في دور القطاع الخاص السياحي في تنمية الأقاليم والمناطق ذات الإمكانيات السياحية وتحقيق العدالة في توزيع مشاريع التنمية السياحية ووصولها إلى كل أجزاء العراق بما يعظم منافع التنمية الاقتصادية والاجتماعية وبشكل متوازن لكل سكان هذه المحافظات وبعدها وذلك بسبب عشوائية الاستثمار وسوء توجيه وتخطيط الاستثمار السياحي الخاص.

جدول رقم (21)

عدد منشآت الطعام والشراب التابعة للقطاع الخاص بحسب المحافظة لسنة 2007

المحافظة	عدد منشآت الطعام والشراب 1	الأهمية النسبية 2
نينوى	1142	14.85
التاميم	446	5.80
ديالى	163	2.12
بغداد	2459	31.98
بابل	574	7.47
كربلاء	211	2.74
واسط	388	5.05
صلاح الدين	350	4.55
النجف	428	5.57
القادسية	412	5.36
المتى	266	3.46
ذي قار	374	4.86
ميسان	122	1.59
البصرة	354	4.60
المجموع	7689	%100

المصدر: العمود الأول : وزارة التخطيط والتعاون الاتماني مسح المطاعم لعام 2007 مركز الإحصاء والمعلومات.

العمود الثاني : من إعداد الباحثين.

خامساً: دوره في تكوين رأس المال الثابت.

يسهم القطاع السياحي في تكوين رأس المال الثابت في كثير من دول العالم وخاصة الدولة السياحية (الدول المستوردة للسياح)، ولأن الاستثمار الحقيقي والفعل هو الذي يلبي المتطلبات الحقيقية للتنمية السياحية في أي بلد ويرفع من الأداء الاقتصادي للمشاريع السياحية والفندقية من خلال مساهمته في تكوين رأس المال الثابت السياحي وفي هذا المحور نحاول أن نصل إلى قدرة القطاع الخاص في تكوين رأس المال الثابت السياحي واعتماداً على دراسة سابقة للخوام يبين الإسهام النسبي للقطاع العام والخاص والمختلط في إجمالي تكوين رأس المال الثابت في النشاط السياحي للمدة 1981 – 1995 وبالأسعار الثابتة لعام 1988.

جدول رقم (22)

الإسهام النسبي للقطاع العام والخاص والمختلط في إجمالي تكوين رأس المال الثابت في النشاط السياحي للمدة 1981 – 1995 وبالأسعار الثابتة لعام 1988

السنوات	القطاع العام		القطاع الخاص		القطاع المختلط		المجموع الكلي إلف دينار
	(%)	إلف دينار	(%)	إلف دينار	(%)	إلف دينار	
1981	4.24	64.6	95.76	1459.2	-	-	1523.8
1982	-	-	100.00	1508.6	-	-	1508.6
1983	0.82	11.8	99.18	1433.4	-	-	1435.2
1984	0.82	7.3	99.18	8924.6	-	-	900.0
1985	20.98	378.4	79.02	1459.0	-	-	1846.4
1986	2.09	22.1	97.90	1037.7	-	-	1059.9
1987	1.55	20.3	98.4	1288.5	-	-	1308.8
1988	10.87	126.1	89.17	1038.4	-	-	1164.6
1989	1.06	22.3	98.48	2074.0	-	-	2105.9
1990	8.60	139.8	77.19	1256.2	0.46	9.6	1627.3
1991	-	-	82.60	451.5	14.21	231.3	546.6
1992	6.10	57.3	53.43	501.4	17.40	379.8	938.5
1993	5.35	16.8	24.62	77.2	70.03	219.7	313.8
1994	23.04	86.7	14.33	53.9	62.63	235.6	376.2
1995	4.30	18.4	26.78	114.5	68.92	294.8	427.7

المصدر: الخوام عبد المطلب ، العلاقة بين الاستثمارات السياحية والتأثيرات البيئية – مع إشارة خاصة لتجربة العراق - ، أطروحة دكتوراه مقدمة إلى مجلس كلية الإدارة والاقتصاد ، الجامعة المستنصرية ، ص 154.

من خلال جدول (22) نلاحظ إن القطاع الخاص تمكن من إن يأخذ الدور الأكبر في تكوين رأس المال الثابت في النشاط السياحي حيث استطاع إن يساهم بمقدار (14636.1) مليون دينار خلال المدة (1981

– 1995) وبالأسعار الثابتة لعام 1988، وبما يعادل (75.73%) من إجمالي تكوين رأس المال السياحي الثابت، بينما تبلغ مساهمته بحدود (16102.0) مليون دينار إذا ما تمت إضافة القطاع المختلط، أي وبما يعادل (94.01%) من إجمالي رأس المال الثابت الإجمالي في النشاط السياحي.

إما القطاع العام فقد اقتصر مساهمته في تكوين رأس المال السياحي الثابت بمقدار (971.9) مليون دينار طول هذه المدة أي بأهمية نسبية بلغ قدرها بحدود (5.99%)، وهي تمثل نسبة ضئيلة ومتواضعة إذا ما قورنت بمساهمة القطاع الخاص. وللأسف إن عدم الحصول على بيانات جديدة مكتملة لهذا الدراسة والتي تخص القطاع الخاص بسبب عدم استقلالية القطاع السياحي في الحسابات القومية ولذلك يصعب الحصول على بيانات خاصة بتكوين رأس المال الثابت في القطاع السياحي وبشكل أصعب للقطاع الخاص السياحي.

ومنتظيا لو تتبعنا تطور الاستثمار السياحي والفندقي للفترة 2000-2010 كان لصالح القطاع الخاص إذ تبين لنا من دراسة اتجاهات المستثمر العراقي نحو الاستثمار في المشاريع الفندقية ومجمعات الإيواء تبلغ نسبتها (8.98%) من إجمالي الفنادق العراقية أي مساهمة القطاع الخاص في الإنفاق الاستثماري لقطاع الفنادق يشكل عنصر رئيسي في الاستثمار الحقيقي كونه يساهم في زيادة الطاقة الإيوانية وباقي الطاقات الإنتاجية والتشغيلية في باقي القطاعات الرئيسية وماله من اثار ايجابية على المجتمع والاقتصاد العراقي لإسهامه في تكوين رأس المال الثابت .

سادسا: دوره في دعم ميزان المدفوعات العراقي

في كثير من الدول السياحية يكون ميزانها السياحي ايجابيا بحيث يغطي العجز الحاصل في ميزان مدفوعاتها أو يزيد من الفائض في ميزان مدفوعاتها وأحيانا يحصل العكس إذا كانت نتيجة ميزانها السياحي بالسالب مما يزيد من العجز الحاصل في ميزان مدفوعاتها أو يقلل من الفائض الحاصل فيه وذلك حسب حركة طرفي الميزان (دائن أو مدين) (الصادرات والاستيرادات) وظروف الطلب السياحي الخارجي والعوامل المحددة له في تلك الدول وكذلك نشاط القطاعات السياحية المختلفة في داخل البلاد وأثرها على التدفق السياحي كما ونوعا والذي يؤثر مباشرة على صافي النقد الأجنبي الذي توفره هذه المنشآت من خلال حركة إنفاقاتها وإيراداتها بالعملة الأجنبية.

وفيما يخص القطاع الخاص العراقي وكما وضحنا سابقا هو المهيمن على معظم القطاعات السياحية الرئيسية في العراق (قطاع الفنادق وقطاع الأطعمة والمشروبات وقطاع شركات السفر والسياحة) وبالرغم من التذبذب في دوره في مشاريع التنمية السياحية خلال العقود الماضية بسبب عدم استقرار السياسة السياحية وسوء إدارة التنمية السياحية وظروف عدم الاستقرار السياسي والأمني والاقتصادي والنقص في الأطر التشريعية والقانونية التي تبرز دور القطاع الخاص، كل تلك الأسباب أضعفت دور القطاع الخاص في تحقيق بعض أهداف التنمية السياحية والاقتصادية والاجتماعية أحيانا⁽⁶⁸⁾.

ولعدم توافر بيانات خاصة عن إسهامات القطاع الخاص السياحي في ميزان المدفوعات بالرغم من كل المحاولات من قبلنا لم نحصل إلا على مساهمات السياحة الإجمالي في ميزان المدفوعات في العراق وكما في الجدول (23) والذي يعكس قدرة القطاع السياحي في دعم ميزان المدفوعات العراقي في العديد من السنوات رغم إهماله من قبل الجهات المسؤولة في تلك الفترة وعدم وجود أي تخصيصات في الموازنة العامة للقطاع السياحي ومع ذلك كان له قدرة وإمكانية متواضعة في دعم ميزان المدفوعات .

جدول رقم (23)

نسبة إسهام السياحة في ميزان المدفوعات في العراق للمدة من 2002 - 2010

السنة	ميزان المدفوعات			الميزان السياحي بـملايين الدولارات		
	الصادرات	الاستيرادات	الصافي	العوائد السياحية	الإنفاق السياحي	الصافي
2002	12219	9817	2402	-	-	-
2003	9711	9933	-222	-	-	-
2004	17810	21302	-3492	-	-	-
2005	23697	20002	3695	335	202	133
2006	30529	18707	11822	288	353	-65
2007	39587	16622	22965	1031	1032	-1
2008	63726	30171	33555	843	748	95
2009	39430	35285	4145	1403	1183	220
2010	51705	37302	14403	1648	1543	105

المصدر : البنك المركزي العراقي / المديرية العامة للإحصاء والأبحاث / قسم إحصاءات ميزان المدفوعات للأعوام 2002 - 2010.

إذ نلاحظ من الجدول السابق عدم توفر بيانات خاصة عن الميزان السياحي العراقي للأعوام 2002 و 2003 و 2004 بسبب الأوضاع التي مر بها البلد، إما في عام 2005 كانت نتيجة الميزان السياحي موجبة (133) ونسبة مساهمته في ميزان المدفوعات 06.3% وأصبحت نتيجة الميزان السياحي سالبة للأعوام 2006 و 2007 بسبب تدهور الوضع الأمني والسياسي وتوقف المشاريع السياحية عن العمل مما أثر سلباً على الطلب والعرض السياحيين في العراق أثناء تلك المدة وقد بلغت نسبة الميزان السياحي على التوالي (65) و (1) وتحسنت نتيجة الميزان السياحي لعام 2008 إذ بلغت 95 مليون دولار ونسبة 0.28 % من ميزان المدفوعات واستمرت بالارتفاع عام 2009 إلى (5.31%) ونتيجة موجبة للميزان السياحي إذ بلغت 220 مليون دولار وانخفضت عام 2010 ونسبة (0.73%) بسبب ارتفاع الطلب السياحي للعراقيين بالخارج وزيادة الإنفاق السياحي مقابل زيادة ضئيلة في العائدات السياحية مقارنة بعام 2009.

لذلك يمكن الاستنتاج أن القطاع الخاص السياحي يسهم في تدفق النقد الأجنبي إلى الدولة الأمر الذي يؤدي إلى دعم ميزان المدفوعات على اعتبار إن أغلب فنادق العراق والمطاعم وشركات السفر والسياحة تابعة للقطاع الخاص .

إذن كل ما تقدم من نتائج التحليل لتقييمنا لدور القطاع الخاص في دعم المنافع الاقتصادية للتنمية السياحية في العراق ومن خلال دراستنا لمساهماته الكلية والقطاعية في دعم التنمية السياحية ومؤشرات تأثيره اقتصادياً واجتماعياً على متغيرات الاقتصاد السياحي خصوصاً وعلى مجمل الأداء الاقتصادي في العراق عموماً توصلنا إلى أن للقطاع الخاص دوراً مؤثراً وإيجابياً ولكن متأرجحاً وليس بالمستوى الطموح كما في مساهمته في القيمة المضافة وتكوين رأس المال الثابت وتمويل ميزانية الدولة من الضرائب ودعم ميزان المدفوعات هذا من جهة ومن جهة أخرى له دوراً هامشياً لا يتناسب مع أهميته كقطاع رائد في المرحلة الحالية والقادمة في التنمية السياحية مثل دوره في التوظيف وتوفير فرص عمل وتنمية الأقاليم والعدالة في توزيع فرص الاستثمار السياحي على المناطق الأقل تطوراً أو التي لم تصلها التنمية الوطنية.

هذه المؤشرات مجتمعة تجعلنا نرفض الفرضية الأساس الثانية ونقبل الفرضية الأساس الأولى كونها أكثر مناسبة لواقع القطاع الخاص في دعم المنافع الاقتصادية للتنمية السياحية في العراق إذ كانت مساهماته الكلية والجزئية لا تلبي المتطلبات الحقيقية للتنمية السياحية المنشودة في العراق

أولاً- الاستنتاجات

1. للقطاع الخاص أهمية كبيرة في تحسين كفاءة الأداء الاقتصادي للمنشآت والمنظمات والمشاريع العامة مما يؤدي بدوره إلى تحسين كفاءة الاقتصاد القومي وبالتالي تحقيق التنمية الشاملة إذ إن المشاريع الخاصة تسعى بصورة دائمة إلى خفض التكلفة وتحسين جودة الأداء.
2. تُعد التنمية السياحية من العناصر التي أصبحت هامة جداً للنهوض بالاقتصاد الوطني عن طريق الفوائد الاقتصادية والاجتماعية من خلال زيادة وتنوع الدخل القومي وتوفير فرص العمل والقضاء على البطالة ودعم ميزان المدفوعات وتحقيق النمو المتوازن وتمويل ميزانية الدولة التي تحققها في البلدان ولما لها من تأثيرات اجتماعية أخرى إذ ترتبط التنمية السياحية بالتنمية الشاملة ارتباطاً كبيراً، وتعمل على حل العديد من المشكلات الاقتصادية والاجتماعية التي تواجهها تلك البلدان .
3. للخصخصة أهداف عديدة تصب في إعطاء دور بارز للقطاع الخاص في إدارة المشاريع الاقتصادية بكفاءة أكثر من خلال خفض التكاليف وتحسين جودة الأداء في ظل توسيع المنافسة والاستجابة للمستجدات في الأسواق العالمية .
4. الافتقار إلى إستراتيجية تخص تنمية وتطوير عمل القطاع الخاص السياحي في العراق.
5. تذبذب دور القطاع الخاص السياحي في توجهاته التنموية والاستثمارية ما بين الازدهار والتدهور في ظل غياب التوجيه المخطط لقرار المستثمر نحو فرص الاستثمار المتاحة والمهمة والتي تلبي المتطلبات الحقيقية للتنمية السياحية.
6. عدم مشاركة القطاع الخاص في التخطيط للتنمية السياحية ولا في صنع القرار وبخاصة لمواجهة الأزمات والمشاكل التي يعاني منها القطاع السياحي العراقي..
7. قصور التشريعات والقوانين الخاصة بتنفيذ دور القطاع الخاص في النشاط السياحي مما حد من إمكانية جذب المستثمر الخاص للاستثمار في المشاريع السياحية في العراق.
8. لم يحظ القطاع الخاص بالتمويل المصرفي والتسهيلات الائتمانية المشجعة والمطلوبة لإقامة وتوسيع مشاريعه السياحية، إضافة إلى وجود مؤسسة مالية متخصصة بتمويل الاستثمار السياحي مما قيد من إمكانيات الإقراض والاقتراض من قبل القطاع الخاص لتمويل مشاريعه السياحية وتحقيق أهدافه التنموية.
9. ضآلة دور القطاع الخاص في سوق العراق للأوراق المالية ومحدودية حجم مشاركته بالسوق المالي بالرغم من أهميته كمصدر تمويلي لمشاريع التنمية السياحية وتردده في تنويع المحفظة الاستثمارية.

10. ضعف نشاط رابطة الفنادق والمطاعم في أداء دورها بوصفها جهة مسؤولة عن تنظيم وتطوير الفنادق والمطاعم في العراق كما أنها لم تأخذ موقعها كعضو مؤسس للاتحاد العربي للفنادق والسياحة أو كعضو في الجمعية العمومية للاتحاد الدولي للفنادق والمطاعم مما أدى إلى سوء وضع عملها بوصفها جهة مهنية ممثلة لقطاع مهم كما في الدول الأخرى مثل مصر والأردن وغيرها.
11. محدودية عمل شركات السفر والسياحة في العراق واقتصارها على السياحة الدينية فقط دون الولوج للترويج عن أنشطة سياحية أخرى كالسياحة الأثرية والتاريخية... الخ .
12. ضعف دور إتحاد رجال الأعمال العراقيين في مشاريع التنمية السياحية واقتصرهم على الأنشطة الصناعية والتجارية فقط وكذلك اتحاد الغرف التجارية إذ يقتصر نشاطه على تنظيم وتنمية النشاط التجاري العراقي فقط دون الاهتمام في تنمية القطاع السياحي مما أدى إلى ضعف إسهامه كقطاع خاص له دور في صنع القرار السياحي كما في دول أخرى مثل اتحاد الغرف المصرية التي تُعدُّ جهة مشاركة في القرار السياحي في مصر .
13. ضعف التنسيق والتعاون بين الجهات الممثلة للقطاع الخاص السياحي في العراق في تنظيم آلية عمل مشتركة لتطوير القطاع السياحي العراقي من جهة وبين ممثلي القطاع الخاص والقطاع العام المتمثلة بوزارة السياحة من جهة أخرى .
14. ضالة الدور الذي يلعبه القطاع الخاص العراقي في تحقيق القيمة المضافة نسبة إلى الناتج المحلي الإجمالي بسبب التحديات والتدهور الأمني وعدم الاستقرار وتدني كفاءة البنية التحتية الأساسية والضرورية لاستمرار التشغيل الفندقي بكفاءة اقتصادية وإن كان إسهامه إيجابيًا على المستوى الجزئي كقطاع خاص فندقي .
15. تواضع إسهام القطاع الخاص في توافر فرص العمل والتوظيف لكونها لا تتناسب مع الزيادة الحاصلة في قطاع الفنادق وشركات السفر والسياحة ولا قطاع الأطعمة والمشروبات (وإن كانت على المستوى الجزئي تظهر مساهمة جيدة لصالح القطاع الخاص كما في المطاعم السياحية) ولكن لا يلبي متطلبات التنمية الاجتماعية والاقتصادية في تحقيق هدف تقليص البطالة والتوظيف، كما أن فرص العمل في فنادق القطاع الخاص توفر للذكور نسبة أكثر من الإناث .
16. أن القطاع الخاص السياحي هو من يحتل المرتبة الأولى في إجمالي الضرائب المدفوعة من قبل القطاع السياحي (العام والمختلط) وتصل بنسبة (84,80%)، لذلك يمثل القطاع الخاص الفندقي السياحي وعاءً دسماً للضريبة في العراق.
17. ضعف دور القطاع الخاص السياحي في تنمية الأقاليم والمناطق ذات الإمكانيات السياحية وتحقيق العدالة في توزيع مشاريع التنمية السياحية ووصولها إلى كل مناطق وأقاليم العراق بما يعظم منافع التنمية الاقتصادية والاجتماعية وبشكل متوازن لكل سكان هذه المحافظات وبعادلة وذلك بسبب عشوائية الاستثمار وسوء توجيه وتخطيط الاستثمار السياحي الخاص.
18. للقطاع الخاص دور مهم في تكوين رأس المال الثابت في القطاع السياحي مقارنة بالقطاع العام والمختلط ولكن بشكل متواضع جداً وهذا لا يلبي طموحات التنمية السياحية الحقيقية والمستهدفة.
19. أن القطاع السياحي الخاص يسهم في تدفق النقد الأجنبي إلى الدولة خلال مدة الدراسة وحتى في السنوات الصعبة نسبة إلى إجمالي تكوين رأس المال الثابت للقطاعات الاقتصادية الأخرى الأمر الذي يؤدي إلى دعم ميزان المدفوعات على اعتبار إن أغلب فنادق العراق والمطاعم وشركات السفر والسياحة تابعة للقطاع الخاص .
20. لا يوجد أي إسهام للقطاع الخاص السياحي في العراق للاستثمار في مؤسسات التعليم ماعدا جامعة أهل البيت في محافظة كربلاء وهذا لا يتناسب مع الحاجة المستقبلية لمشاريع التنمية السياحية في العراق للموارد البشرية المتخصصة سياحياً وكافة المؤهلات والمستويات وبمهارات مختلفة ،ولا يوجد أي إسهامات على مستوى مراكز التدريب المتخصصة بالتأهيل والتدريب .
21. القصور الواضح في الجهود التسويقية والترويجية اللازمة للمنتج السياحي لتنشيط حركة السياحة في العراق ويتحمل سبب القصور كل من وزارة السياحة وممثلين القطاع الخاص المتمثل برابطة السفر والسياحة ورابطة الفنادق والمطاعم لكونها المسؤول المباشر عن تمثيل العراق سياحياً في الخارج وهذا ما أكدته لنا المسؤولين عن القطاع الخاص إنشاء مقابلاتنا الشخصية والسبب يعود إلى نقص الخبرة في هذا المجال مقارنة بالقطاع الخاص في باقي الدول السياحية.
22. نقص المعلومات والبيانات الخاصة بنشاط القطاع السياحي العراقي عموماً والقطاع الخاص السياحي خصوصاً مما له الأثر في معانات الباحثين والمهتمين بقضايا القطاع الخاص وفي تقديم دراسات لواقع القطاع السياحي إجمالاً .

ثانيا- التوصيات

1. خلق بيئة استثمار مناسبة ومستقرة سياسيا واقتصاديا لضمان مشاركة المستثمر العراقي والأجنبي من القطاع الخاص للاستثمار بصورة فاعلة ودون تخوف أو تردد في القطاعات الاقتصادية بشكل عام والقطاع السياحي بشكل خاص.
2. نوصي بتفعيل قانون الاستثمار 13 لعام 2006 وبخاصة في مجال القطاع السياحي بما يتناسب مع طبيعة وخصوصية العمل السياحي في العراق وبخاصة في مجال التمويل المصرفي والتسهيلات الائتمانية والإعفاءات الضريبية والأخذ بنظر الاعتبار التوجه نحو تشريعات مهمة مثل:-
- تشريع قانون خاص للمرشدين السياحيين والمترجمين.
- تشريع قانون خاص لتشجيع وحماية المستثمرين في المناطق النائية أو البعيدة عن مراكز المدن والتي لم تستغل إمكانياتها السياحية لحد الآن مع تصنيف امتيازات كل منطقة .
- تشريع قانون خاص بالنقل السياحي ومكاتب لتأجير السيارات السياحية .
- تشريع قانون خاص بإنشاء غرف سياحية في بغداد والمحافظات لتمثيل القطاع الخاص ولمتابعة ورقابة عمله ومدى كفاءته في أداء وتشغيل المشاريع السياحية .
3. نوصي بضرورة تشكيل مجلس أعلى للسياحة في العراق يضم متخصصين من القطاع الخاص (وزارة السياحة) وممثلين من القطاع الخاص يعمل على وضع خطط سياحية تنموية وصنع القرار السياحي.
4. نوصي بإنشاء مصرف خاص بتمويل القطاع الخاص تحت اسم مصرف تمويل الاستثمار السياحي لمنح القروض إلى القطاع الخاص وبفوائد مشجعة وخاصة للمناطق المراد تنميتها بحسب الخطة الوطنية الشاملة في العراق.
5. توسيع حجم مشاركة القطاع الخاص بالسوق المالي وتقديم التسهيلات المشجعة على تنويع المحفظة الاستثمارية لأهميته بوصفه مصدراً تمويلياً لمشاريع التنمية السياحية .
6. نقل ملكية الأماكن السياحية المهمة من قبل القطاع العام إلى القطاع الخاص وبيعها بأحد أساليب البيع الجزئي أو الكلي والاتجاه نحو تشجيع الشركات الخاصة العراقية والأجنبية للاستثمار السياحي بإحدى الطرق وانسبها للواقع العراقي مثل طريقة bto و boot أو bot .
7. تشجيع القطاع الخاص على الاستثمار في المناطق التي لم تصلها التنمية الوطنية مثل مدينة بابل الأثرية والمدن التاريخية في باقي المحافظات مثل ذي قار ونيوى وسامراء وكذلك ومناطق الاوار في البصرة وميسان مما يؤدي إلى تنويع الإنتاج السياحي وتخفيف العبء على القطاع العام (الدولة).
8. تشجيع الحرف والصناعات التقليدية والشعبية والمتاجرة بها مما يؤدي إلى خلق منفعة اقتصادية واجتماعية من خلال إقامة ورش عمل ومشاريع صغيرة ومتوسطة بمبادرة من القطاع الخاص في كافة محافظات العراق.
9. ضرورة مشاركة القطاع الخاص في إنشاء مؤسسات للتعليم السياحي والفندقي لرفع مستوى الخدمات في المرافق السياحية المختلفة والاستفادة من المنظمات الدولية في وضع برامج للتدريب السياحي وتطوير قدرات العاملين عن طريق دورات تدريبية داخل العراق وخارجه للنهوض بكفاءة العنصر البشري.
10. على القطاع الخاص أن يبادر بالإسهام في بناء البنى التحتية المناسبة لإقامة المشاريع السياحية من خلال المشاركة بوصفها مؤسسات أو شركات متخصصة تابعة للقطاع الخاص لزيادة فرص إسهامه في التنمية والإطلاع على تجارب الدول السياحية في دول جوار اواقليمية في هذا المجال .
11. تعزيز عمل رابطة السفر والسياحة ورابطة الفنادق والمطاعم وتوسيع نشاطها وإعادة هيكلتها من خلال تمثيل أشخاص ذات خبرة في هذا المجال والتعاون والتنسيق مع الاتحادات والمنظمات ذات العلاقة الوطنية والعربية والدولية لتعزيز القدرات السياحية من جهة مع وزارة السياحة ومؤسسات النقل السياحي من جهة أخرى.
12. تشجيع رجال الأعمال العراقيين واتحاد الغرف التجارية العراقية ودعمهم للمشاركة في مشاريع التنمية السياحية والتعاون والتنسيق مع الجهات ذات العلاقة المباشرة بالقطاع السياحي وفق برنامج عمل مشترك.
13. منح حق استئجار الأراضي المخصصة للمشاريع السياحية لمدة زمنية كأن تكون من (15 - 20) سنة قابلة للتجديد ومنح حق امتلاك الأراضي للمستثمرين المحليين والأجانب على حد سواء .
14. وضع آلية للالتزام القطاع الخاص بتوظيف وتوافر فرص العمل لمخرجات التعليم السياحي بمستوياته المختلفة.
15. تبني إستراتيجية من أجل إعطاء القطاع الخاص دور ريادي وتنموي بارز يساهم في تعظيم المنافع الاقتصادية والاجتماعية والثقافية للمجتمع والاقتصاد القومي عموماً وللاقتصاديات المحلية للمناطق المراد تنميتها سياحياً وتفعيل إسهامه على مستوى التخطيط السياحي والتنظيم والتسويق والترويج

للمقاصد السياحية العراقية وتنوع الإنتاج السياحي والتنوعية المجتمعية من أجل رفع تنافسية الاقتصاد السياحي وزيادة حصة العراق في السوق السياحي العالمي .

16. توافر قاعدة بيانات خاصة بالنظام السياحي (سواء كان قطاع خاص أم عام أم مختلط) من خلال إقامة مركز للمعلومات السياحية يهتم بنشر المعلومات عن فرص الاستثمار المتاحة في العراق واهم المقاصد السياحية الجاذبة للاستثمار محليا وعربيا ودوليا لتعريف العالم بما يمتلكه العراق من ثروات سياحية فريدة ومتنوعة .

المصادر

- 1) Todaro Michael , economic development in the third world , 4 ed , long . man. , new York , 1988 , p 115 .
- Robert , W. McIntosh , (2Charles .R. goeldener . y . R. Brent Rich , tourism principle , parcties , philosophies, seventh ed , printed in usa, 1995 , p 350 .
- 3) سليم ، عبد الرحمن ، المفاهيم الاقتصادية والفنية للتنمية السياحية ، مجلة البحوث السياحية ، العدد السادس ، 1989 ، ص 32 .
- 4) شبر، الهام خضير ، أهمية تكنولوجيا المعلومات في تنمية القطاع السياحي (دراسة نظرية ومقترحات مستقبلية على المستوى العربي والمحلي) بحث مقبول للنشر في مجلة كلية بغداد الجامعة للعلوم الاقتصادية، بغداد، 2012 ، ص6.
- 5) Lawson. Fred and bond bovy.manual. tourism and recreation Development. London. thearchite Ctural.pressltd (51977.p131 .
- 6) ST.ALBANS, Economics, collage metropolitan, print in great Britain by butler and tannser Ltd , frome and london (6 . 1991. , p 123.
- 7) الحوري، مثنى طه ، الدباغ ، إسماعيل محمد ، اقتصاديات السفر والسياحة ، مؤسسة الوراق للنشر ، الطبعة الأولى 2000، ص105-106.
- 8) شبر، الهام خضير عباس ، واقع وإمكانات تطور العمالة في القطاع السياحي الاشتراكي، رسالة ماجستير ، الجامعة المستنصرية ، كلية الإدارة والاقتصاد ، قسم اقتصاد ، بغداد ، 1988، ص 19
- 9) عبوي ، زيد منير، السياحة في الوطن العربي " دراسة لأهم المواقع السياحية والإرشاد والأدلة السياحية العربية "، دار الراية للنشر والتوزيع – عمان ، الطبعة الأولى ، 2008، ص 4.
- 10) هارون ، على احمد ، أسس الجغرافية الاقتصادية ، دار الفكر العربي للنشر – القاهرة ، 2000، ص 131.
- 11) عبوي، زيد منير، الاقتصاد السياحي، دار الراية للنشر والتوزيع عمان ، الطبعة الأولى ، 2008، ص 30.
- 12) العاني ، رعد مجيد ، تكنولوجيا التنظيم السياحي ، دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع ، الطبعة الأولى ، 2008، ص 18.
- 13) عبد العظيم ، حمدي ، إقتصاديات السياحة "مدخل نظري وعملي متكامل"، مكتبة زهراء الشرق للنشر ، الطبعة الأولى، 1996، ص 58-60 .
- 14) الدباس ، نزيه ، إدارة القرى السياحية ، دار حامد للنشر والتوزيع ، الطبعة الأولى ، 2002، ص 33 .
- 15) الصيرفي ، محمد ، تخطيط وتنظيم الفنادق، دار الفكر الجامعي للنشر، الطبعة الأولى ، 2007 ، ص123.
- 16) wall. Geoffrey . Matheson . alister . tourism change. Impacts and opportunities . first published 2006 . p. 317.
- 17) الدباس ، نزيه ، مصدر سابق، ص 34 .
- 18) الأنصاري ، رؤوف محمد علي ، السياحة في العراق ودورها في التنمية والأعمار مطبعة هادي برس للنشر بيروت – لبنان ، الطبعة الأولى ، 2008، ص 102-103
- 19) البناء، محمد ، اقتصاديات السياحة ووقت الفراغ ، مطابع الولاء الحديثة ، المنوفية، الطبعة الأولى ، 1998 ، ص 162-164 .
- 20) الأنصاري، رؤوف محمد علي ، مصدر سابق ، ص 102 .
- 21) أبو عياش، عبد الإله، الطائي ، حميد عبد النبي، التخطيط السياحي مدخل استراتيجي، دار الوراق للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2010 ، ص 167.
- 22) الأنصاري، رؤوف محمد علي ، مصدر سابق ، ص 103.
- 23) الكنان، مسعود مصطفى، علم السياحة والمنتزهات، دار الحكمة للطباعة والنشر، الموصل، 1990، ص 469.
- 24) أبو عياش، عبد الإله، الطائي، حميد عبد النبي، التخطيط السياحي مدخل إستراتيجي ، مصدر سابق ، ص 170.
- 25) الحوري ، مثنى طه، الدباغ ، إسماعيل محمد ، اقتصاديات السفر والسياحة ، مصدر سابق، ص 62 .
- 26) ملوخية ، احمد فوزي ، التنمية السياحية ، دار الفكر الجمعي للنشر، الطبعة الأولى، 2007، ص 97-98 .
- 27) محمد ، سامي عبيد، الخصخصة في الاقتصاد العراقي (الإجراءات والمعوقات) ، مجلة العلوم الاقتصادية ، العدد(27)، المجلد السابع كانون الثاني ، 2011، ص 37.
- 28) ي.س. سافس ، ترجمة أبو الرب ، سارة ، التخصاوية المفتاح لحكومة أفضل ، مركز الكتب الأردني ، 1989، ص 11.
- 29) الجبوري ، سوسن كريم ، الخصخصة وسيلة لتحقيق الإصلاح الاقتصادي في العراق ، مجلة القادسية للعلوم الإدارية والاقتصادية ، المجلد 11 ، العدد 3 ، 2009، ص 153.
- 30) Stephen C. R . munday , current developments in inc ., u.s.a , 1996 , p.60 economics st . martins press
- 31) عجلان ، حسين ، القطاع العام في العراق بين ضرورات التطوير وتحديات الخصخصة ، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة ، العدد 11 ، 2006 ، ص 18 .

Coskun can Aktan, An Introduction to the theory of privatization, Dokuz Eylul (32 University, Turkey, the Journal of Social, political and Economic Studies, Volume 20,1995, p2.

- (33) الجبوري ، سوسن كريم ، مصدر سابق ، ص 154 ، 155 .
- (34) حسن ، باسم عبد الهادي ، ظاهرة الخصخصة دراسة تحليلية في أسبابها وأساليبها ونتائجها ، إعداد مركز العراق للدراسات ، روية في مستقبل الاقتصاد العراقي ، دون سنة نشر. ص 199:198.
- (35) داوود ، باسم علي إحسان ، الخصخصة (اتجاهات التحول إلى القطاع الخاص) تجارب عالمية مختارة مع الإشارة إلى العراق ، مطبعة الزمان _ بغداد، الطبعة الأولى ، 2009 ص 33- 37 .
- (36) محمد ، سامي عبيد ، مصدر سابق ، ص 46-49.
- (37) نشر في الوقائع العراقية عدد(1799) في 15 / 5 / 1940.
- (38) نشر في الوقائع العراقية عدد(302) في 25 / 1 / 1960.
- (39) نشر في الوقائع العراقية عدد (1409) في 10 / 4 / 1967.
- (40) الدباغ ، إسماعيل محمد ، الاستثمار السياحي وأثره على التنمية الاقتصادية في العراق خلال الفترة (1968 – 1979) ، مع التركيز على القطاع الاشتراكي ، مصدر سابق ، ص 137 – 138 .
- (41) نشر في الوقائع العراقية عدد (258) في 3 / 3 / 1977 .
- (42) الدباغ ، إسماعيل محمد علي ، الاستثمار السياحي وأثره على التنمية الاقتصادية في العراق ، مصدر سابق، ص 139.
- (43) السامرائي ، سعيد عبود، الاقتصاد العراقي الحديث ، (دراسة تحليلية في هيكل الاقتصاد العراقي وأفاق تطوره) ، مطبعة القضاء للنشر – النجف الاشرف ، الطبعة الأولى ، 1982، ص 323.
- (44) نشر في الوقائع العراقية عدد (2944) في 29 / 5 / 1983.
- (45) السامرائي ، هناء عبد الغفار ، التخصصية والتنمية الاقتصادية تجارب عالمية مختارة مع إشارة خاصة إلى تجربة العراق ، رسالة ماجستير ، كلية الإدارة والاقتصاد ، الجامعة المستنصرية ، 1994، ص 194 .
- (46) نشر في الوقائع العراقية في عدد (3635) 1 / 1 / 1996.
- (47) جريدة الاتحاد ، في 2 / 12 / 2000 ، www.alitthad.com
- (48) نشر في الوقائع العراقية عدد (4531) في 22 / 11 / 2002.
- (49) وزارة التخطيط، الهيئة الاستراتيجية العراقية لإعادة الأعمار، إستراتيجية التنمية الوطنية، (2005-2007)، بغداد، تشرين الأول 2004 ص 18.
- (50) نشر في الوقائع العراقية عدد (4031) في 7 / 1 / 2007 .
- (51) شبير ، الهام خضير عباس ، واقع السياسة السياحية في العراق (دراسة تحليلية ورويا مستقبلية)، وقائع المؤتمر الوطني الأول والعلمي العاشر، 2010. ، ص 13.
- (52) شبكة زهريرا الإخبارية ، www. Zahrira.net
- (53) قانون هيئة السياحة، المكتبة القانونية للحكم المحلي في 3 / 8 / 2010.
- (54) نشر في الوقائع العراقية عدد (4232) في تاريخ 12 / 3 / 2012.
- (55) إبراهيم، منى معان، تحليل واقع الاستثمار السياحي في العراق للمدة من 1980 إلى 1997 وإمكانات تطويره ، رسالة ماجستير مقدمة إلى مجلس كلية الإدارة والاقتصاد ، الجامعة المستنصرية ، قسم السياحة ، 1999 ، ص 93.
- (56) الخوام ، عبد المطلب محمود، دراسة في الاستثمار السياحي وإبعاده الاقتصادية مع إشارة خاصة للعراق ، رسالة ماجستير ، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة بغداد ، 1996، ص 13.
- (57) العلاق، بشير، ثقافة الخدمة ، الطبعة العربية ، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع ، عمان ، 2009، ص 2009، ص
- (58) الحسن ، هديل منذر ، إدارة السفر السياحي المنظم ، رسالة ماجستير غير منشورة ، مقدمة إلى مجلس كلية الإدارة والاقتصاد، الجامعة المستنصرية ، قسم السياحة، 1998، ص 13.
- (59) وزارة الثقافة ، دائرة السينما والمسرح ، قسم المسرح، مقابلة مع د. حيدر منعر مدير قسم المسرح، في 26 / 11 / 2012.
- (60) إبراهيم ، منى معان ، طبيعة الاستثمار السياحي ودوره في عمل سوق العراق للأوراق المالية ، بحث مقبول للنشر، 2010، ص 4.
- (61) صالح، باسم محمد ، الغزاوي، عدنان احمد ولي، القانون التجاري، الشركات التجارية المبادئ العامة، شركات القطاع الخاص، شركات القطاع الاشتراكي ، شركات القطاع المختلط، العاتك للنشر – القاهرة، الطبعة الثانية ، 2007 ، ص 131
- (62) لطفي ، أمين السيد احمد ، التحليل المالي لأغراض تقييم ومراجعة الأداء والاستثمار في البورصة ، الدار الجامعية للنشر- الإسكندرية ، 2006، ص 469.
- (63) قاسم، مظهر محمد صالح، مدخل في الاقتصاد السياسي للعراق، الدولة الريعية من المركزية الاقتصادية إلى ديمقراطية السوق، سلسلة كتب ثقافية شهرية يصدرها بيت الحكمة العراقي العدد(19) ، بغداد – 2010، ص 101:99.
- (64) الحوري ، مثنى طه، شبير ، الهام خضير ، السبل الكفيلة لتكوين المهارات السياحية – الفندقية محليا في المنطقة الشمالية من القطر ، مجلة كلية الإدارة والاقتصاد ، الجامعة المستنصرية ، العدد الرابع عشر ، 1992، ص 234.
- (65) مقابلة مع الدكتور علي الموسوي رئيس قسم السياحة الدينية في جامعة أهل البيت في كربلاء بتاريخ 17 / 9 / 2012.
- (66) العبيدي ، راند عبد الخالق عبد الله ، المشهديات، خالد احمد فرحان، النفود والمصارف، دار الأيام للنشر والتوزيع ، الطبعة الأولى ، 2013، ص 101.
- (67) صليحة ، عشي، الآثار التنموية للسياحة – دراسة مقارنة بين الجزائر، تونس والمغرب ، ، رسالة ماجستير مقدمة إلى كلية العلوم الاقتصادية ، جامعة باتنة – الجزائر، 2005، ص 100.
- (68) شبير ، الهام خضير عباس ، واقع السياسة السياحية في العراق (دراسة تحليلية ورويا مستقبلية)، بحث منشور في وقائع المؤتمر. 2010، ص 7 .