

القطاع السياحي في العراق الواقع والآفاق المستقبلية

The tourism sector in Iraq: reality and future prospects

Prof. Dr. Qasim Shaker Mahmoud

Al-Maamoun University College

Admin.mjais@uomustansiriyah.edu.iq

أ.د. قاسم شاكر محمود

كلية المأمون الجامعة

الملخص

تُعد السياحة أحد الأنشطة الحيوية والمهمة على المستوى العالمي وتُعد صناعة السياحة من أهم الصناعات إذ أصبحت صناعة العصر التي لا حدود لها فهي الأكثر حضارة والأقل تلوثاً . يحتل النشاط السياحي في العراق مكانة اقتصادية بأعباءه رافداً من روافد التنمية الاقتصادية لمساهمته في تشغيل قطاع واسع من القوى العاملة . لذلك تعبر السياحة عن ظاهرة اجتماعية واقتصادية ذات أبعاد كثيرة في حياة الأمم والشعوب وأصبحت لها دور واسع في عملية التنمية فضلاً عن ما تولده هذه الصناعة من ديناميكية وحركة بين دول العالم وتقرب بين الشعوب مادياً ومعنوياً .

يمتلك العراق الكثير من مقومات الجذب السياحي لما يتمتع به من ظواهر جغرافية طبيعية مثل الجبال والاهوار والبحيرات والمواقع السياحية والآثارية والمرائد الدينية والموروث الحضاري والثقافي والذي يُقدر بحوالي (6500) موقع أثري وديني وترفيهي . أذن لابد من تفعيل هذا القطاع الحيوي والتفكير بالتخطيط من أجل وضع استراتيجية واضحة المعالم لتنمية هذا القطاع من قبل الدولة كمورد رئيس مهم للدخل وبالنظر الى ما ينفرد به القطر من مميزات سياحية متنوعة .

الكلمات المفتاحية : السياحة ، العراق ، الواقع ، التحديات .

Abstract

The tourism industry is of the most important global industries, as it has become the industry of the age and the future, this occupies activity an important place in the economies of countries that recognize the importance and taking appropriate attention as a tributary streams of economic development, and Iraq, which has a lot of potential tourist attractions, but it did not receive the required attention and appropriate, and faced many obstacles and challenges that are still facing the development of tourism . And it should activate this vital sector and thinking seriously planning to develop a clear strategic for tourism development, and for this purpose research aims to exposure to the reality of the tourism sector and

the ingredients lured, and the most important obstacles facing the development of tourism, then its future prospects .

Keywords: tourism, Iraq, reality, challenges.

المقدمة Introduction

يمتلك العراق الكثير من مقومات الجذب السياحي لما يتمتع به من ظواهر جغرافية طبيعية مثل الجبال والاهوار والبحيرات والمواقع السياحية والآثارية والمرقد الدينية والموروث الحضاري والثقافي والذي يُقدر بحوالي (6500) موقع أثري وديني وترفيهي . أن لا بد من تفعيل هذا القطاع الحيوي والتفكير بالتخطيط من أجل وضع استراتيجية واضحة المعالم لتنمية هذا القطاع من قبل الدولة كمورد رئيس مهم للدخل وبالنظر الى ما ينفرد به القطر من مميزات سياحية متنوعة .

خارطة (1) خارطة العراق السياحية



المصدر / شبكة الانترنت

مشكلة البحث

بالرغم من أملاك العراق عناصر الجذب السياحي بما في ذلك الدينية والآثار والتاريخية إلا أنه لم يبلغ الاهداف المرجوة منه وظلت أنجازاته محدودة إذا ما قورنت بالبلدان المجاورة .

فرضية البحث

بما أن العراق يمتاز بوجود مقومات سياحية أثرية ودينية وطبيعية ، لذا فأتباع استراتيجية مبنية على دعم القطاع السياحي بأعبائه مصدراً مهماً لأيرادات الدولة وتشغيل الأيدي العاملة ومن شأنه أن يطور هذا القطاع القطاعات المهمة الأخرى .

منهجية البحث

أعتمد الباحث في هذه الدراسة الأسلوب الوصفي والتحليلي للأحصائيات المتوفرة في قطاع السياحة في العراق .

أولاً – مفهوم السياحة .

First – the concept of tourism

تعد السياحة حاجة فطرية للإنسان يتحكم في نشاطها جملة من العناصر جعلت منها حلاً وجودياً للإنسان . بدأت السياحة منذ وجود الإنسان حيث كان ينتقل من مكان الى آخر بحثاً عن المأوى والطعام والشراب أو مكان مقدس للتعبد والتبرك به . وأختلف تنقل الإنسان وكذلك غايته ورغباته من السفر مع التطور الحديث الذي جعل العالم قريب من بعضه من خلال توفير التسهيلات والخدمات الأساسية التي يحتاجها¹.

لغويًا لفظة سياحة من الفعل ساح ، ويقال كذلك في الأرض يسبح سياحة أي ذهب والسياحة الذهاب في الأرض للعباد (ابن منظور)². أما الأكاديمية الدولية للسياحة فقد عرفت السياحة بأنها (مصطلح يطلق من الرحلات الترفيهية أو مجموع الأنشطة الإنسانية المتعددة لتحقيق ذلك النوع من الرحلات وكذلك صناعة تعمل على سد حاجات السائح)³. ومن خلال ما ورد من مفاهيم يمكننا القول أن السياحة (نشاط يلبي حاجات أنسانية معينة ولمدة زمنية محددة) . وهذا

¹ مرزوق عايد القعيد وآخرون : مبادئ السياحة ، أثراء للنشر والتوزيع ، الاردن 2010 ، ص 5

² أكرام عاطف رواشدة : السياحة البيئية (الاسس والمرتكزات) ، دار الراء للنشر والتوزيع ، عمان 2009 ، ص 17 .

³ رؤوف الانصاري : السياحة في العراق ، الاعلامي للمطبوعات 2016 ، ص 12 – 15 .

يعني أن السائح هو (الشخص الذي يسافر الى بلد غير موطنه الأصلي لفترة لا تقل عن (24) ساعة ولاتزيد عن سنة لأي سبب كان عدا الحصول على العمل).

وتُعد التنمية السياحية لكثير من دول العالم في القضايا المعاصرة بوصفها تهدف الى الأسهم في زيادة الدخل الفردي وبالتالي تعتبر أحد الروافد الرئيسة للدخل الوطني وبذلك¹ تكون التنمية السياحية جزءاً من التنمية الاقتصادية، وهناك عدة أنواع للسياحة لا يمكن حصرها وذلك لتنوع سبب السياحة ونذكر منها : -

1 - السياحة الدينية : وهي أقدم أنواع السياحة التقليدية وتعرف بأنها :

- تتصل بالمعتقدات والطقوس الدينية .
- تمارس غالباً في أوقات وتواريخ معينة .
- من أقدم أنواع السياحة التي عرفها البشر .
- ترتبط بآماكن دينية محددة .

2 - سياحة التسوق : وهي سياحة مدنية تكون لغرض التسوق وشراء منتجات بلد ما تسري عليها التخفيضات من أجل الجذب السياحي مثل مهرجان السياحة والتسوق في دبي في كل عام ويتميز هذا النوع من السياحة بما يلي :-

- يستقطب أصحاب الدخل المرتفع .
- مدة الإقامة قصيرة .
- يتطلب خدمات سياحية ذات مستوى رفيع .

3 - السياحة الصحية : وتكون من خلال بقاء السائح في بلد معين لغرض العلاج من مرض ما وهناك مقدمات لتوفر السياحة الصحية منها :-

- توفر جو صحي نقي .
- توفر مصحات ومستشفيات وكادر طبي وعلاجي جيد .
- توفر المياه المعدنية والكبريتية .
- توفر طهاة جيدين لتقديم الطعام الخاص للمرضى .

¹ حسام عبد الحليم عيسى : السياحة ودورها في مجال التنمية الاقتصادية والاجتماعية ، بحث مقدم الى المؤتمر السنوي الثالث للقانون في كلية الحقوق ، من 26 - 27 أبريل 2016 .

- توفر الخدمات السياحية المساعدة مثل المترجمين ووسائل الاتصال .
- 4 - سياحة زيارة الآثار والاماكن التاريخية : وتتمثل في زيارة آثار وأماكن أثرية وتاريخية لما لها من اهتمام بالغ بالنسبة للسائح .
- 5 - السياحة الرياضية : وهي السياحة التي يكون الباعث عليها الرغبة في ممارسة أنواع معينة من الرياضة مثل الرياضات البرية وسباق الزوارق أو التزلج على الماء والجليد وغيرها .
- 6 - السياحة الثقافية : وهي ذات طبيعة ذهنية وتنشد لمعرفة الأشياء الجديدة والأشخاص الجدد كما تنشد الأطلاع على تاريخهم وعاداتهم في الاطار الحقيقي نفسه الذي يعيشون فيه .
- 7 - سياحة المؤتمرات والاجتماعات : وتُعد من الانماط السياحية التي ارتبطت بالتقدم الحضاري والعلمي والتكنولوجي الذي يعيشه العالم اليوم كما لها مغزاً اعلامياً كبيراً فضلاً عما تحققه من إيرادات للدولة .
- ويلزم هذا النوع من السياحة توفر المرافق ووسائل الاتصال الحديثة ووجود فنادق وقاعات مجهزة لعقد الاجتماعات ويتميز روادها بكونهم من الطبقة المثقفة وذات دخل مرتفع .
- وللسياحة عدة أبعاد تؤثر في حياة المجتمعات من خلال عدة أوجه نذكر منها ما يأتي :
- أثر السياحة في المجال الثقافي والحضاري والبيئي .
- أثر السياحة في المجال الاقتصادي .
- أثر السياحة في المجال الاجتماعي .
- أثر السياحة في المجال السياسي .
- أثر السياحة في مجال التوظيف والعمالة .

ثانياً . مقومات الجذب السياحي .

secondly Tourist attractions

1- المقومات السياحية :

طالما أن السياحة في جانب أساسي منها تمثل مطلباً اقتصادياً ، لذا فهي تساعد على زيادة حركة المد العمراني وتخطيط المدن السياحية وتعبيد الطرق وتطويرها ، واستثمار الموارد الاقتصادية المتاحة في تصنيع المنتجات التي تساعد على الجذب السياحي ، مع توفير البيئة المناسبة للسواح

وتحسين الخدمات المقدمة لهم بما يضمن تطور النشاط السياحي ، والسياحة ترتكز على مقومات بعضها طبيعي والآخر بشري ومادي .

- المقومات الطبيعية : وتشمل كل الظروف المناخية وتمايز الفصول ، مناطق دافئة ، حمامات معدنية ... الخ ، أي كل مظاهر جذب السواح .
- المقومات البشرية : وتشمل الجوانب التاريخية كالأثار ، المعالم ، الشواهد ، الاطلال ، الفنون الشعبية المختلفة ، الثقافات والعادات لدى السكان .

• المقومات المالية والخدمية : وتشمل في مدى توافر البنى التحتية ، كالمطارات ، النقل البري والجوي ، ومدى تطور مختلف القطاعات الصناعية ، التجارية ، البنوك ، العمران ومدى توافر الخدمات المكمل كالبريد ، وطعام الفنادق ، المقاهي ، مراكز الترفيه والتسلية. وتعتمد السياحة على قدرات الدول المختلفة على تشجيع السياحة بما تقدمه من تسهيلات ومستوى الاسعار ، وقدرة دعائية على مختلف وسائل الاعلام على جذب السواح ، مواصلات سهلة ، أمن واستقرار ورعاية صحية كاملة وحسن معاملة وقدرة على ابراز جميع الجوانب والخصوصيات التي تهم السواح بمختلف فئاتهم ورغباتهم .

كما ان هنالك العديد من المقومات السياحية المستمدة من البيئة المحيطة بنا ، وهذه المقومات تستحق الاهتمام بها سواء من حيث الاستغلال أو الادارة وهي على النحو الآتي : -

- المقومات البيئية الطبيعية : أن خصائص البيئة الطبيعية لها دور لا يمكن تجاهله في تحديد المواقع السياحية وأنماط النشاط السياحي وحركة تدفق السواح ومدة اقامتهم والمواسم السنوية التي تلائمهم وتتمثل هذه الخصائص في : -

- الموقع الجغرافي المناسب وما يتضمنه من خصائص التضاريس واشكال سطح الارض اليابسة ، والماء والجبال ، والهضاب ، الصحراء ... الخ .
- الأحوال المناخية مثل ارتفاع وانخفاض درجة الحرارة وتساقط الأمطار والثلوج ... الخ
- الكائنات الحية البرية والمائية من نباتات وحيوانات .

وتجدر الإشارة الى أن هذه الخصائص كثيراً ما تختلف عن البيئة التي يقيم فيها السائح .

- مقومات البيئة الاجتماعية : تعتبر البيئة الاجتماعية مجموعة من النظم والقوانين والاعراف والتقاليد والعادات التي تسود في مجتمع ما ، والتي تنظم أطوارها الحياة الاجتماعية والثقافية

وهي تعتبر أحد أهم المغريات السياحية لأنها تعكس الصورة الحقيقية للمجتمع المحلي وخصائص الشعوب من أخلاق وعادات وصناعات بدوية ... الخ . ويجب أن لا ننسى عنصر الضيافة والمعاملة الحسنة للسواح وعدم أستغلالهم وأحاساس السائح بالأمان والاستقرار الاجتماعي والسياسي في بلد المقصد السياحي¹.

• مقومات البيئة الأصطناعية : ويقصد بها كل ما يمكن أن يشيده الإنسان في الحيز والمحيط الحيوي الذي يعيش فيه والذي يجسد علاقة التبادل بين المورد البيئي والإنسان وهي تتمثل في :

- الأماكن والمناطق ذات الأهمية الأثرية والتاريخية والدينية².
- مشاريع البنى التحتية كالمولدات الكهربائية ، والمجاري المائية ، وشبكات الطرق .. الخ .
- مشاريع البنية الفوقية والمتمثلة في المظاهر العمرانية والحضرية الحديثة كالمدن والقرى السياحية والمتنزهات والحدائق العمومية والمحميات الطبيعية والمستشفيات والفنادق ... الخ .

- وسائل النقل المختلفة البرية والبحرية والجوية³.

2 - العرض والطلب السياحي :

أ - العرض السياحي : هو مجموعة المقومات والمعطيات الطبيعية والتاريخية والحضرية والثقافية في بلد ما . فضلاً عن خدمات البنية التحتية وخدمات البنية السياحية الأساسية في البلد . وللعرض السياحي عدة مكونات منها :

- المقومات الطبيعية : وتشمل هذه المقومات كل ما خلقه الله سبحانه وتعالى وأوجده في أي دولة سياحية من دول العالم .
- المقومات الصناعية : تمثل هذه المقومات كل ما صنعه الإنسان حيث تعتبر مدن التسلية والترفيه والحدائق والملاعب والمسارح ودور اللهو من أهم عوامل الجذب السياحي ، وقد

¹ الحمدان : سهيل ، الادارة الحديثة للمؤسسات السياحية والفندقية ، دار الرضا للنشر ، دمشق 2001 ، ص 57

² خربوطلي : صلاح الدين ، السياحة صناعة العصر (مكوناتها - ظواهرها - آفاقها) ، دار حازم للطباعة والنشر ، دمشق ، الطبعة الاولى 2002 ، ص 11

³ الحمدان : سهيل ، المصدر السابق ، ص 57 .

تعتبر الوحيدة في بعض الاحيان ، فمثلاً مدينة والت ديزني في لوس أنجلوس ، ومدينة لاس فيغاس في صحراء نيفادا تستمد قوة جذبها من هذه الابنية ¹ .

- مقومات اجتماعية : حيث تعتبر التنوع العرقي نقطة جذب قوية ، اذا تم استغلالها بطريقة صحيحة في ظل نظام العولمة والتطور الكبير على وسائل الاقتصاد مما دفع العديد من الافراد التعرف على اسلوب حياة الكثير من الشعوب ، ولذلك من المهم للشركات العاملة في مجال السياحة من إنتاج برامج سياحية تقوم على الاختلاط فيما بين المواطنين والسواح.
- البنية التحتية : وهي التسهيلات والتجهيزات التي تمكن السائح من الاستمتاع في برنامجه السياحي في ظروف مريحة مثل محطات توليد الطاقة الكهربائية ، شبكات الطرق ، شبكات الصرف الصحي ، وسائل الاتصال وبدون هذه التسهيلات والتجهيزات سيواجه السائح مضايقات وبالتالي يعتمد على قطع برنامجه السياحي².

ب - الطلب السياحي : العدد الكلي للأشخاص الذين يسافرون أو يرغبون في السفر لأجل استعمال التسهيلات والخدمات السياحية في أماكن بعيدة عن محال اقامتهم واعمالهم المعتادة ويتكون الطلب السياحي من ثلاثة عناصر :

- الطلب السياحي الفعال : وهو ذلك الطلب الذي يجمع بين الرغبة في السفر الى المناطق السياحية المرغوبة ، وقدرتهم على استخدام خدماتها وتسهيلاتهما ، أي أنه يجمع بين طياته محددات الطلب الاساسية ، الرغبة في الحصول على المنتج والقدرة على الدفع ، أي القدرة على دفع متطلبات الحصول على هذا المنتج (السياحي) .
- الطلب الكامن : وهذا الطلب لم يخرج الى حيز التنفيذ ، من أجل عقبات تحول دون تحقيق تلك الرغبة ، أي أن القدرة على تنفيذ الرغبة غير موجودة ، ولكن العنصر الاول من محددات الطلب موجود وهو الرغبة في السفر³.

¹ عادل عبد الجواد منسي : التسويق السياحي ، دار الكتب المصرية ، القاهرة 2001 ، ص 54

² احمد فوزي ملوخية : التنمية السياحية ، دار الفكر الجامعي ، ط 1 ، الاسكندرية 2007 ، ص 44

³ Douglas,P.Tourism Today, A Grographical Analysis Longman Scientific & Technical, John Wiley & Sons, New York,1987, pp.85.

- الطلب المؤجل : وهو الطلب الذي يتضمن عناصر تختلف عن عناصر العنصر السابق حيث يتمثل في القدرة على مصاريف السفر ومتطلباته ولكن يفقد الرغبة أو الحافز نحو السفر لعدم اكتمال المعلومات أو الفرص والتسهيلات ¹ .
- كما يتميز الطلب السياحي بعدة خصائص منها :
- الحساسية : الطلب السياحي حساس للظروف والعوامل الاقتصادية والاجتماعية والسياسية السائدة في الدول المستقبلية للسياحة .
- المرونة : وتعني قابلية الطلب السياحي للتغير تبعاً للظروف السائدة في السوق السياحية الداخلية والخارجية مثل مستوى الاسعار حيث أن العلاقة بين سعر الخدمات والطلب السياحي هي علاقة عكسية ، وغيرها من العوامل .
- التوسع : فالطلب السياحي يتجه للتوسع سنوياً بمعدل غير ثابت ويتغير تبعاً لتغير الظروف المتولدة في الدول المصدرة للسواح والمستقبلية لهم ² .
- الموسمية : حيث يتسم الطلب السياحي بالموسمية ، أي أن هناك أوقات معينة من السنة يصل فيها الطلب السياحي ذروته مثل أجازة نصف العام السنوية وأوقات الصيف بينما يحدث ركود سياحي في باقي الاشهر من السنة ، وذلك لأن السياحة مرتبطة أصلاً بأوقات الفراغ والمتعة .

ب - الطلب السياحي :

أهمية السياحة في أي بلد تقوم على العلاقة بين امكاناته السياحية والطلب السياحي المتحقق فعلياً بشقيه الداخلي والخارجي ، فقد بات في يومنا هذا تنقل السائح بين بلدان العالم المختلفة سهلاً جداً ولا يوجد ما يعيق هذا التنقل بسبب التطور التكنولوجي السريع وأن تدفق السواح باعداد كبيرة لغرض المتعة والتسلية يسيراً جداً وقامت الكثير من الدول بالسعي لزيادة اعداد السواح القادمين اليها والتفاخر فيما بينها وأخذت تحتل مراتب متقدمة بين دول العالم في سلم الطلب السياحي كما هو الحال في الولايات المتحدة وأيطاليا إلا أن العراق ظل يعاني من النقص في الطلب السياحي خلال حقبة التسعينيات من القرن الماضي بسبب العقوبات المفروضة من الامم المتحدة آنذاك وارتفاع

¹ اكرم عاطف رواشدة : السياحة البيئية ، دار الراية ، عمان 2009 ، ص 34 .

² احمد محمود مقابلة : صناعة السياحة ، دار المعرفة للنشر والتوزيع ، ط 1 ، عمان 2007 ، ص 37 - 38 .

تكاليف المعيشة بالرغم من توافر مقومات الجذب السياحي التي تؤهله لأستقبال اعداد كبيرة من السواح .

ولغرض معرفة عدد الوافدين الى العراق لغرض السياحة يمكننا ملاحظة في الجدول رقم (1) للفترة من (1990 – 2000) والذي يمكننا من خلاله ملاحظة التذبذب الحاصل في أعداد السواح ففي عام 1990 كان عددهم (547625) سائحاً ثم أنخفض عام 1991 الى (267743) سائحاً وبمعدل انخفاض (51.1%) واستمر الانخفاض حتى عام 1996 إذ وصل عددهم الى (128324) وسبب هذا الانخفاض في عدد السواح هو الظروف الاستثنائية في العراق إذ أن معظم دول العالم منعت رعاياها من السفر الى العراق منذ حرب الخليج الثانية لعام 1991 وأستمر هذا المنع على اعتبار أن العراق ساحة حرب لعدم توفر الامان فيه وتردي الاوضاع السياسية والتي أدت بدورها الى انخفاض النشاط السياحي وفقدان فرصة الحصول على عوائد مالية يوفرها هذا النشاط لدعم الاقتصاد الوطني إلا انه بعد عام 1997 حصلت زيادة في عدد السواح فقد بلغ (287301) سائحاً واستمر عدد السواح بالتزايد حتى وصل عام 2000 الى (340144) سائحاً وبمعدل (18.3%) عن عام 1997 .

الافتقار الى مؤسسات التعليم السياحي ومراكز التدريب التابعة للقطاع الخاص والتي تجعله مسؤولاً عن توافر كوادر متخصصة مؤهلة تتناسب مع المتطلبات الحقيقية لسوق العمل السياحي في العراق . ويجب القول في أن الزيادة التي حصلت في عدد السواح يعود الى تحسن النشاط السياحي واستخدام وسائل ترويج واتخاذ اجراءات جديدة وأنما يعود الى توقيع مذكرة تفاهم بين العراق والامم المتحدة وفتح المجال أمام زوار العتبات المقدسة لاسيما من جهة ايران على ضوء اتفاقية وقعت عام 1997 .

جدول (1) اعداد الوافدين للعراق للفترة من (1990- 2000)

السنة	عدد الوافدين
1990	547625
1991	267743
1992	354473
1993	308217
1994	223459
1995	151351

128324	1996
287301	1997
362170	1998
274962	1999
340144	2000

المصدر : هيئة السياحة / قسم الدراسات والتخطيط / شعبة الاحصاء

إلا انه بعد عام 2003 بدأ نشاط حركة السياحة بالتزايد وخاصة السياحة الدينية ، فعلى الرغم من وجود اتفاقية سابقة بين العراق وايران (ابرمت عام 1997) بخصوص السياحة الدينية إلا انها كانت ضيقة نسبياً غير أن الطلب بعد عام 2003 أخذ بالتزايد بسبب تقديم تسهيلات أكبر للزوار للدخول ونلاحظ من الجدول (2) أن التجارة الداخلية (الفنادق) حققت إيرادات بلغ مجموعها (176273) مليون دينار سنة 2011 بنسبة تغير 21.7% عن سنة 2010 حيث كانت (144854) مليون دينار ويعود السبب الى الارتفاع الحاصل في عدد النزلاء وإجمالي عدد الفنادق ومجمعات الايواء السياحي وخاصة السياحة الدينية للبلاد وتحسن الوضع الامني وتشير النسب الموجبة الى ان هناك تحسن في إيرادات التجارة الداخلية للدولة .

جدول (2) مؤشرات التجارة الداخلية (الفنادق)

السنة	أجمالي عدد الفنادق ومجمعات الايواء السياحي	عدد النزلاء / بالالاف	مجموع الإيرادات / مليون دينار
2007	492	2490	63768
2008	-	-	-
2009	662	2270	119035
2010	751	3050	144854
2011	929	3874	176273

المصدر : البنك المركزي العراقي / المديرية العامة للابحاث والاحصاء / الجهاز المركزي للاحصاء العراقي

2012 مؤشرات احصائية عن الوضع الاجتماعي والاقتصادي للفترة من 2007 - 2011 .

كما نلاحظ من الجدول (3) الذي يوضح لنا اعداد نزلاء الفنادق حسب المحافظات لسنة 2012 أن محافظة كربلاء شكلت أعلى نسبة في اعداد النزلاء (2135186) أي نسبة (47.7%) تلتها محافظة النجف (986982) بنسبة (22.1%) ثم بغداد (829708) بنسبة (18.5%) تلتها محافظة البصرة (208057) بنسبة (4.7%) وفيما يخص ليالي المبيت

والايرادات المتحققة والمصروفات لنفس النسبة فنجد أن محافظة كربلاء أيضاً شكلت أعلى نسبة
ثم النجف ثم بغداد والبصرة .

جدول (3) المؤشرات الاجمالية لنشاط الفنادق ومجمعات الايواء السياحي حسب المحافظات

لسنة 2012

المحافظة	عدد الفنادق ومجمعات الايواء السياحي	عدد النزلاء	النسبة %	عدد المبيت ليالي	النسبة %	مجموع الايرادات (مليون دينار)	النسبة %	مجموع المصروفات (مليون دينار)	النسبة %
نينوى	34	111069	2.5	420943	3.5	12695	6.0	1653	2.5
كركوك	37	68341	1.5	418833	3.4	1967	0.9	629	1.0
الانبار	5	21120	0.5	40340	0.3	936	0.4	1069	1.6
بغداد	231	829708	18.5	2318753	19.0	29014	13.7	13866	21.4
بابل	9	24981	0.6	35529	0.3	1362	0.6	239	0.4
كربلاء	465	2135186	47.7	5680502	46.7	78247	37.0	24776	38.2
واسط	9	6603	0.1	230925	1.9	2198	10.0	91	0.1
صلاح الدين	15	20301	0.5	110791	0.9	591	0.3	64	0.1
النجف	189	986982	22.1	2203810	18.1	59465	28.1	15952	24.6
القادسية	6	26187	0.6	27421	0.2	851	0.4	239	0.4
المتن	10	4717	0.1	51599	0.4	1268	0.6	315	0.5
ذي قار	12	10432	0.5	24577	0.2	1170	0.6	160	0.2
ميسان	6	20416	4.7	24670	0.2	790	0.4	184	0.3
البصرة	56	208057	100	587336	4.8	20939	9.9	5706	8.8
المجموع	1084	4474100		12176029	100	211493	100	64943	100

المصدر : وزارة التخطيط/ الجهاز المركزي للإحصاء /مديرية احصاءات التجارة / تقرير مسح سنة 2012 /

مصدر سابق

3 - سوء توجيه الاستثمارات في قطاع السياحة .

تؤكد الدراسات الخاصة بالاستثمارات السياحية ان نسبة كبيرة من الشركات السياحية الوطنية والاجنبية في العديد من الدول السياحية ومنها العراق تركز استثماراتها في مجالات ضيقة قد لا يحتاجها السائح او يرغب فيها كالنوادي ومحلات الترفيه الليلية ، وهذا الامر يشكل عائقاً كبيراً في مجال تطوير الاستثمارات السياحية بسبب التخطيط الذي تم الاشارة اليه ، والافتقار الى المعلومات الخاصة عن مناطق الجذب السياحي التي تعد من مسؤولية الدولة والقائمين على القطاع السياحي.

4 - انخفاض مستوى الخدمات المساعدة للسياحة .

رغم التحسن النسبي لطرق المواصلات ووسائل الاتصالات السلكية واللاسلكية الداخلية والخارجية في الكثير من دول العالم السياحية ، إلا أن الدول المعنية بالسياحة في العالم الثالث عموماً والعراق خاصة ، مازالت تعاني ضعف خدمات الاتصالات وكذلك من مشكلات أخرى تتعلق بمشاريع الصرف الصحي وشبكات المياه والكهرباء والانارة وطرق المواصلات التي تربط بين المواقع والاماكن السياحية المتنوعة وعدم الاهتمام بالمظهر العام والزي الخاص بالعاملين في قطاع السياحة وقلة الاهتمام بنظافة الاماكن السياحية لاسيما الأثرية والدينية منها ، فضلاً عن تخلف خدمات السياحة المصرفية في البنوك وخاصة في الفنادق وسوء المعاملة في مكاتب شركات السياحة والطيران في الداخل والخارج ووجود ظاهرة استغلال سائقي سيارات الاجرة لمجاميع السواح من الاجانب بصفة عامة ، الامر الذي يسيء الى سمعة البلدان السياحية ، فضلاً عن عدم وجود شرطة للسياحة في بعض المناطق السياحية وخاصة الاثرية والتاريخية ¹.

5 - الارهاب والاستقرار السياحي والأمن الاجتماعي

رغم اعتراف خبراء السياحة والاقتصاد بضرورة تمتع الدول السياحية بدرجة عالية من الاستقرار الأمني والسياسي ، إلا أن العديد من دول العالم الثالث مازالت تعاني من تردي في واقع قطاعها السياحي وذلك نتيجة عدم الاستقرار السياسي والأمني والاجتماعي نظراً لضعف القانون وتدهور الاقتصاد وانتشار البطالة وتفشي الجريمة والفساد ، ولاسيما ما يشهده الواقع العراقي منذ سقوط النظام البائد في عام 2003 والى اليوم من صراعات الكتل والاحزاب السياسية فيما بينها للتنافس على ادارة السلطة والسيطرة على مقدرات البلاد ، الامر الذي تسبب في عدم الاستقرار الأمني وارتفاع وتيرة الهجمات الارهابية في اغلب المحافظات العراقية في الغرب والوسط والجنوب وكذلك في اقليم كوردستان مؤخراً ².

¹ محمد عبد الفتاح احمد ، طابع عبد اللطيف طه : الجغرافية السياحية ، المكتب الجامعي الحديث للنشر والتوزيع ، الاسكندرية 2008 - 2009 ، ص 82 .

² طارق عبد الفتاح الشريعي : تنمية المبيعات السياحية في ظل الازمة الاقتصادية العالمية ، مؤسسة حورس الدولية ، الاسكندرية ، ط 2 ، 2010 ، ص 74 .

ثالثاً : متطلبات النهوض بالقطاع السياحي .

Third: Requirements for the advancement of the tourism sector

أصبحت السياحة وما تستند اليه من أرث تاريخي وحضاري في عالم اليوم تلعب دوراً مهماً في التنمية الاقتصادية والاجتماعية والثقافية في العديد من بلدان العالم المتقدم والنامي ، وتشير الدلائل الاحصائية والمؤشرات الاقتصادية والاستقراء التاريخي الى ان السياحة ستكون أحد أهم الركائز الاساسية المكونة لاقتصاديات الخدمات في القرن الحالي وان هناك ثلاث صناعات سوف تقود اقتصاديات الخدمات وهي الاتصالات اللاسلكية وتكنولوجيا المعلومات والسياحة والسفر وأن صناعة السياحة وإقامة المشروعات الاستثمارية السياحية اصبح ضرورة حتمية تفرضها تحديات السوق الداخلية والخارجية التي تواجه الاقتصاديات في أنحاء العالم كافة ¹ .

ومن الوسائل والسبل والسياسات الكفيلة بالنهوض في القطاع السياحي العراقي نذكر منها :

1 - إعادة تأهيل وتطوير الالهوار

تُعد الالهوار في جنوب العراق بمثابة جنة عدن لما تحتويه من حياة طبيعية بمختلف الاشكال كالطيور والاسماك والنباتات الطبيعية ، لذا يمكن اعتبارها من أهم المناطق السياحية ، إذ هي تمثل مشتاً عالمياً لما تحتويه من مناظر جميلة وساحرة تجذب أعداد هائلة من السواح وذلك من خلال إعادة الحياة اليها وادخال الخدمات الضرورية اليها وإقامة متحفاً عائماً خاصاً بعالم الالهوار يعطي فكرة للسائح عن الالهوار وطبيعة الحياة فيها ، وانشاء مرافق لصيد الاسماك والطيور مع ادخال تعديلات عليها تناسب العصر ، وتشجيع الصناعات التقليدية الشعبية في الالهوار لغرض بيعها للسائح ، وإقامة قرى سياحية يكون بناؤها د من الفاتيكان بزيارة أهوار الجبايش في الناصرية وأبدى اعجابه بالمناظر الطبيعية الجميلة التي ترمز الى عمق واصالة هذا البلد ، كما قام الوفد بزيارة الاماكن الاثرية في المحافظة والتعرف على الصناعات اليدوية التي يمارسها أهل الالهوار وكشف الوفد بأنه يسعى لفتح خط سياحي بين محافظة ذي قار ودولة الفاتيكان من أجل تبادل الزيارات بين الجانبين ²

¹ احمد محمود مقابلة ، المصدر السابق ، ص 39

² Davidson, R, tourism, pitman, London, 1990, p2.

كما أنها تُعد من الفرص الاستثمارية التي يجب استغلالها في السياحة لاسيما وأنها تمثل مناطق سياحية شتوية .

2 - الاهتمام بالوضع الصحي والبيئي

كما نعرف بأنه لا فائدة من تطوير عناصر الجذب السياحي والمرافق السياحية كافة والوضع الصحي للبلد متخلف ومظاهر النظافة غير متوفرة ، فالسائح ينفر من هذه الحالة حتى وأن كانت المرافق السياحية جميلة وذات مستوى مرموق ، وعليه من أجل النهوض بالواقع السياحي للبلد لابد من تطوير النظام الصحي من خلال نظام دقيق وصارم للرقابة الصحية على جميع المرافق الصحية والسياحية والمطاعم والفنادق وكل ما له علاقة بالنشاط السياحي والاهتمام بشبكات مياه الشرب والصرف الصحي والاهتمام بنظافة البيئة بشكل عام ، ورفع مستوى الخدمات التي تقدم في المؤسسات الصحية وتطويرها بما يتلاءم ورغبة السائح وبالشكل الذي يشعره بالاطمئنان صحياً .

3 - دمج المجتمعات المحلية في عملية التنمية السياحية

من خلال الاهتمام بالسياحة الداخلية وتشجيعها عن طريق تقديم أفضل الخدمات وبأسعار زهيدة وبالأخص لطلبة الجامعات والمدارس ، وتبني برنامج خاص لتشجيع هذا الجانب المهم ، والسياحة الداخلية تؤدي دورها في دمج المجتمعات المحلية في عملية التنمية السياحية ونشر الوعي الثقافي والاجتماعي وتُعد عاملاً مهماً في تحريك الاقتصاد المحلي وانعاش حركة السوق داخل المدن .

4 - المحافظة على التراث الثقافي والطبيعي وحفظه وأغناؤه

- الاسهام في تحفيز العناية بالتراث الوطني وأبرز الثقافات المحلية المتنوعة ، وذلك من خلال إقامة مهرجانات ثقافية وترفيهية تعرض فيها الفعاليات والنشاطات الاجتماعية والفنية لكافة القوميات والاديان ، كالشعر والفنون الشعبية والرقصات الفلكلورية والمعارض المخصصة لعرض منتجات الصناعات والحرف اليدوية ¹ .

- الاهتمام بالسياحة العلاجية ، حيث يمتاز العراق بوجود العديد من المواقع التي تنتشر فيها الينابيع المعدنية التي يُستفاد من مياهها لعلاج بعض الامراض الجلدية المزمنة وكذلك

¹ هوارى معراج ، محمد سليمان جردان : مقالة بعنوان السياحة وأثرها في التنمية الاقتصادية العالمية حالة الجزائر ، ص 22 .

أمراض المفاصل ، كمنطقة حمام العليل في الموصل وعين الكبريت في بشطابيا في الموصل أيضاً ، وهيت في الرمادي وعين التمر في كربلاء ومواقع أخرى

5 - وضع الخطط الكفيلة للنهوض بواقع السياحة الدينية

تعتبر السياحة الدينية العمود الفقري للسياحة في العراق الآن ، مما يتطلب الاهتمام بها اهتماماً خاصاً ومتميزاً والتخطيط لصناعة هذه السياحة والترويج لها وفق أسس علمية وثقافية رصينة والتعاون مع الهيئة العامة للآثار والتراث والمؤسسات المعنية للمحافظة على الطبيعة الثقافية والحضارية لمدن السياحة الدينية وصيانتها ، وتم بالفعل التوجه الى دول العالم سواء الدول المحيطة أو الاقليمية والخليجية بغية الترويج للسياحة الدينية ، وهناك مشاريع لعقد مذكرات تفاهم لتطويرها والسعي لإيجاد سياحة دينية على مدار السنة .

6 - العمل على زيادة الميزانية المخصصة لوزارة السياحة والآثار

يجب القول أن الميزانية المخصصة للوزارة في السنوات الماضية لم تكن بالمستوى المطلوب وكانت تشكو من العجز الكبير ، وكما نعرف أن السياحة هي الرديف الثاني للاقتصاد العراقي بعد النفط ، فلو أعطي المجال الكافي لهذا القطاع لحقق المطلوب منه ، وعليه لابد للحكومة من إعادة النظر بالميزانية المخصصة لهذا القطاع الحيوي ¹ .

7 - العمل على تشجيع الاستثمار في القطاع السياحي

- توفير البيئة (المناخ) الاستثماري السياحي الآمن والشامل لجذب وعمل المزيد من الاستثمارات السياحية المحلية والعربية والاجنبية .

- العمل على الاستفادة من قانون الاستثمار الجديد رقم (13) لسنة 2006 في فسخ المجال امام الاستثمارات السياحية المتخصصة سواء كان للمشاريع القائمة من فنادق أو منشآت سياحية أو بناء مرافق سياحية جديدة على أن يؤخذ بالاعتبار إعطاء الاستثمار السياحي خصوصية تختلف عن بقية أنواع الاستثمار ، فكما نعرف أن السياحة هي صناعة بلا دخان وبنفط دائم وهي فن وذوق وأخلاق وعلى الدولة أن تخلق بيئة قانونية استثمارية من دون تعقيد أو روتين أو أساليب بآلية متخلفة تعرقل أقدام المستثمرين على الاستثمار في البلد .

¹ احمد الجلال : التنمية والاعلام السياحي المستدام ، عالم الكتب ، القاهرة 2003 ، ص 16 .

- العمل على خلق شراكة بين القطاعين العام والخاص ، والذي يعكس نوعاً من التكامل في النشاط السياحي يخدم كلا القطاعين .
 - فتح باب المنافسة بين الشركات بأعتمادها على تقديم الخدمات الافضل والاسعار المناسبة.
- 8 - إعادة هيكلة القطاع السياحي
- يجب العمل على هيكلة مؤسسات القطاع السياحي التابعة للقطاع العام والخاص في العراق لتحقيق الاداء الأفضل للنشاط السياحي من خلال ¹ :

- تنسيق وحدة اتخاذ القرار والابتعاد عن الازدواجية والتداخل بالصلاحيات والمسؤوليات بين الادارة المركزية (وزارة السياحة والآثار) ، والجهات السياحية الاخرى (القطاع الخاص)
- تشكيل جهة رقابية هدفها تشخيص الفساد المالي والاداري لمعالجة وتقادي الروتين في مؤسسات القطاع السياحي العام مما يساعد على توفير مناخ ملائم ومحفز للاستثمار السياحي .
- التقييم المستمر لأداء المشاريع السياحية من قبل الجهات المتخصصة في وزارة السياحة لبيان مدى جدواها اقتصادياً وأجتماعياً والتزامها بالعمل باطار خطط التنمية الوطنية .
- العمل على تأسيس مجلس أعلى للسياحة في العراق بعد أستحداث وزارة السياحة والآثار .
- زج الكوادر السياحية المتخصصة للعمل في القطاع السياحي مع تسريح الكوادر القديمة غير المتخصصة في العمل السياحي وذلك بأحتضان الكوادر المتخصصة بمهن السياحة والفندقة من الخريجين سواء من الكليات أو المعاهد السياحية كي نرتقي بالعمل السياحي ².

- رابعا . تحديات القطاع السياحي وسبل النهوض به في العراق . Challenges of the tourism sector and ways to develop it in Iraq

أولاً - المعوقات والتحديات التي تواجه القطاع السياحي

تتباين المعوقات التي تواجه صناعة السياحة بتباين درجات التقدم الاقتصادي والحضاري في دول العالم ، وقد واجه القطاع السياحي في العراق عدة عقبات ومشاكل أدت الى تقليص دور السياحة

¹ محمدالخميس الزوكة : صناعة السياحة من منظور جغرافي ، دار المعرفة الجامعية 2006 ، ص 121 .

² احمد الجلال : السياحة المتواصلة البيئية ، عالم الكتب للنشر والتوزيع ، القاهرة 2001 ، ص 40 .

في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية ، وبرغم ما يحتويه العراق من موارد ومقومات للنهوض بواقع السياحة فإن صناعة السياحة لم تلقَ الاهتمام المطلوب ، وهناك عدد من المعوقات والتحديات التي ما تزال تواجه التنمية السياحية وأهمها : -

1 - المعوقات الخاصة بالتخطيط السياحي

وتتمثل في غياب النظام الجيد للمعلومات والاحصاء السياحي ، فمما لاشك فيه أن توافر المعلومات والبيانات الخاصة بمناطق الجذب السياحي أو المتعلقة بنشاط معين تعتبر أحد الاعمدة التخطيطية للأرتقاء بقطاع السياحة ، فالنظام الاحصائي في العراق وبعض الدول لاسيما العربية منها يتصف بعدم الشمول ويقتصر على بعض الارقام الخاصة بتصنيف السائحين على حسب الجنسية وعدد السائحين موزعاً على شهور السنة وعدد الليالي السياحية ، ويُعد ذلك النظام سلبياً حيث يفتقد الى الكثير من المعلومات المهمة واللازمة للباحثين أو القائمين بالتخطيط على تركيز جهودهم نحو التوسع في إنشاء الفنادق وتحسين أداء الخدمات فيها من جهة ، وتطوير الخدمات المرفقة والملحقة بها من جهة أخرى ، وكذلك تنمية وتطوير الموارد والمقومات السياحية الموجودة ، الامر الذي سيساعد في تطوير ودعم طرق النقل ووسائل المواصلات اللازمة من البلد الى الخارج أو من خارج البلد الى الاماكن السياحية الموجودة داخل البلد ، ومن أهم تلك المعلومات : -

- توزيع السواح بحسب طريقة الوصول الى البلد ان كان براً أو بحراً أو جواً .

- الغرض من القدوم .

- أماكن إقامة السواح التي تشمل المدن - المصايف - الفنادق - القرى السياحية - بيوت

- الشباب - الشقق والغرف المفروشة .

- الاماكن التي يزورها السائح .

- تصنيف السواح على حسب السن والجنسية وبلد القدوم .

- تصنيف السواح في الرحلات السريعة أو الترانزيت على حسب الجنسية والمدة .

- استطلاع رأي السواح في الاماكن السياحية وغيرها .

2 - المعوقات التي تتعلق بالقطاع الخاص : هناك جملة من المعوقات والتحديات التي تحول

دون تنظيم وتطوير عمل القطاع الخاص السياحي وجذب المستثمر الخاص المحلي للاستثمار

السياحي على الرغم من أملاك العراق لثروات وموارد سياحية متنوعة تجعله جاذباً لفرص استثمارية واعدة محلياً وعربياً وأقليمياً ودولياً وكما يلي : -

- ضعف التخصيصات المالية المخصصة للاستثمار السياحي في خطط التنمية الوطنية ، فضلاً عن ضعف دور الجهاز المصرفي في التمويل وتقديم التسهيلات الائتمانية للمستثمرين من القطاع الخاص في المشاريع السياحية .
- الافتقار الى استراتيجيات واقعية وواضحة للتنمية السياحية في العراق على الرغم من كل المحاولات التي عملت على تبنيها وزارة السياحة ولكنها ليست على أسس علمية وواقعية مدروسة وعزل القطاع الخاص للمشاركة فيها ¹ .
- مشاكل ومصاعب البنية التحتية الاساسية تحد من قدرات المستثمر الخاص ورغبته بتوجيه مدخراته ورؤوس أمواله نحو الاستثمار في مناطق الجذب السياحي الجديدة والمراد تنميتها.
- ضعف المنظومة القانونية والتشريعية التي تحفز القطاع الخاص المحلي والاجنبي للاستثمار في العراق .

الاستنتاجات والتوصيات

Conclusions and recommendations

أولاً - الاستنتاجات

- 1 - أن تنمية القطاع السياحي والنهوض به سيساهم في تنويع مصادر الدخل القومي وتوفير فرص العمل والحد من مشكلة البطالة ودعم ميزان المدفوعات وتحقيق النمو المتوازن وتمويل ميزانية الدولة ، ولما لها من تأثيرات اجتماعية أخرى إذ ترتبط التنمية السياحية بالتنمية الشاملة ارتباطاً كبيراً ، وتعمل على حل العديد من المشاكل الاقتصادية والاجتماعية التي يواجهها البلد .
- 2 - تنوع السياحة في العراق ما بين دينية ، تاريخية ، آثارية ، ثقافية ، علاجية وتشكل السياحة الدينية نسبة عالية من النشاط السياحي لاسيما بعد عام 2003 ، كون العراق شرفه الله سبحانه وتعالى باحتضانه العديد من مرقد الانبياء والأئمة والأولياء والصالحين (صلوات الله وسلامه

¹ حسن احمد شحاتة : التلوث البيئي وإعاقة السياحة ، مكتبة الدار العربية ، القاهرة 2002 ، ص 29 و 30

عليهم أجمعين) حيث بلغ عدد الوافدين من خارج العراق لزيارة العتبات المقدسة مليون ونصف المليون زائر عام 2013¹ .

3 - يمتلك العراق موارد طبيعية وخصائص سياحية عديدة ومتنوعة تشكل بمجموعها منتجاً سياحياً في غاية الأهمية ، وعناصر جذب قابلة للاستثمار وفي مجالات متعددة ، والتي تُعد مورداً اقتصادياً يوازي ثروة النفط والغاز ، وإذا ما استغلت بشكل صحيح ومخطط فأنها ستدر على البلاد أموالاً طائلة فضلاً عن توفير فرص العمل لشريحة واسعة من الطاقات البشرية المعطلة في العراق.

4 - قلة الاهتمام بتطوير الكوادر المحلية العاملة في القطاع السياحي العراقي وتأهيلهم بمستوى ما هو موجود في بلدان العالم ، وأن اقتصر ذلك على التعليم المعرفي وفتح بعض الكليات والاقسام المتخصصة بالقطاع السياحي² .

5 - أنعدام ثقافة الاستثمار في القطاعات والانماط غير التقليدية في مجال السياحة وفي المناطق النائية أو البعيدة عن مراكز المدن ، والتي تمتلك موارد سياحية مميزة ونادرة كسياحة الاهور .

6 - عدم وجود توسع في بناء الفنادق المصنفة من الدرجة الممتازة ، وأما بقت على حالها حيث أن أغلب هذه الفنادق بنيت في فترة الثمانينات من القرن الماضي ، وكذلك عدم وجود اصحاب الخبرة والكفاءة والاختصاص في المناصب القيادية للقطاع السياحي العراقي ، وذلك هو من أحد اسباب ضعف أداء التنمية السياحية في البلد³ .

7 - واجه القطاع السياحي في العراق أهماً واضحاً خلال العقود الثلاثة المنصرمة أدت الى تخلفه بشكل كبير بسبب الحروب المتعاقبة والعقوبات الاقتصادية .

ثانياً - التوصيات

- خلق بيئة استثمار مناسبة ومستقرة سياسياً واقتصادياً لضمان مشاركة المستثمر العراقي والأجنبي للاستثمار بصورة فاعلة ودون خوف أو تردد في القطاعات الاقتصادية بشكل عام والقطاع السياحي بشكل خاص .

¹ احمد الجلال : المصدر السابق ، ص 18 .

² عثمان محمد غنيم ، بنيتا نبيل سعد : التخطيط السياحي ، دار صفاء للنشر والتوزيع ، الطبعة الاولى ، 1999 ، ص 26 .

³ عمر جوايره الملكاوي : مبادئ التسويق السياحي والفندقي ، مؤسسة الوراق ، عمان 2008 ، ص 46 .

2 - تشجيع الاستثمار السياحي في المناطق التي لم تصلها التنمية مثل مدينة أور في الناصرية والمدينة التاريخية في بابل والمدن التاريخية في باقي المحافظات ، وكذلك مناطق الاھوار في الجنوب مما يؤدي الى تنويع المنتج السياحي .

3 - ضرورة التنسيق بين مختلف الاجهزة المسؤولة عن السياحة ، إذ أن تطوير قطاع السياحة لا يقع على عاتق وزارة السياحة فقط بل من خلال دعم عدة وزارات كالدخالية والنقل والصناعة والمالية وغيرها من الوزارات التي لها الدور الكبير في تنشيط حركة السياحة في البلد ، لذا لابد من وجود تنسيق بين هذه الوزارات لتنفيذ استراتيجية التنمية السياحية¹ .

4 - الأخذ بمبدأ التخطيط السياحي والمنتج السياحي المقدم ، وايضاً تحقيق أكبر قدر ممكن من المكاسب الاقتصادية المباشرة وغير المباشرة ، وتأمين عمليات التحديث والتطوير للمناطق السياحية ، والتوسع وإيجاد مناطق سياحية جديدة تتلاءم مع تغير وتطور عمليات التنمية السياحية² .

5 - تشجيع الاستثمار في صناعة السياحة والفنادق ويتم ذلك عن طريق :

أ - وضع نظام لتشجيع الاستثمار السياحي في الاقليم والمناطق المختلفة .

ب - تنويع الحوافز لتشجيع الاستثمار السياحي والفندقي كإعفاءات من الضرائب لاسيما في بداية أفتتاح المشاريع ، وتسهيل اجراءات الكمارك بالنسبة للاجهزة والمعدات التي تحتاجها ، وتقديم القروض الطويلة الأجل بالنسبة لشركات الاستثمار السياحية والفندقية المحلية³ .

ج - وضع قانون للاستثمار السياحي والفندقي بحيث يكون بسيطاً وواضحاً وتحديد جهة مرجعية ورقابية واحدة مختصة منعاً للازدواج والروتين والفساد في الادارة .

6 - تنويع العرض السياحي قرب المواقع الدينية ومحاولة التركيز على السياحة التي تعتمد على العامل الطبيعي ، كأستثمار البحيرات أو الانهار القريبة والغابات وغيرها للأغراض السياحية ومن ثم تنويع برنامج الرحلة السياحية⁴

¹ المصدر نفسه ، ص 69

² احمد عبد السميع علام : علم الاقتصاد السياحي ، دار الوفاء لنديا الطباعة والنشر ، الاسكندرية ، الطبعة الاولى 2007 - 2008 ، ص 167 .

³ Matheson and mall "Tourism economic physical and social impacts" London 1981, p.16 - 17.

⁴ عمر جوايره الملكاوي ، المصدر السابق ، ص 37 و 38 .

قائمة المصادر

- أكرام عاطف رواشدة : السياحة البيئية (الاسس والمرتكزات) ، دار الراهية للنشر والتوزيع ، عمان 2009.
- اكرم عاطف رواشدة : السياحة البيئية ، دار الراهية ، عمان 2009.
- احمد الجلال ، التنمية والاعلام السياحي المستدام ، عالم الكتب ، القاهرة 2003.
- احمد عبد السميع علام ، علم الاقتصاد السياحي ، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر ، الاسكندرية ، الطبعة الاولى 2007 - 2008.
- احمد فوزي ملوخية ، التنمية السياحية ، دار الفكر الجامعي ، ط 1 ، الاسكندرية 2007 .
- احمد محمود مقابلة ، صناعة السياحة ، دار المعرفة للنشر والتوزيع ، ط 1 ، عمان 2007 .
- حسام عبد الحليم عيسى ، السياحة ودورها في مجال التنمية الاقتصادية والاجتماعية ، بحث مقدم الى المؤتمر السنوي الثالث للقانون في كلية الحقوق ، من 26 - 27 أبريل 2016 .
- حسن احمد شحاتة ، التلوث البيئي وإعاقة السياحة ، مكتبة الدار العربية ، القاهرة 2002 .
- سهيل الحمدان ، الادارة الحديثة للمؤسسات السياحية والفندقية ، دار الرضا للنشر ، دمشق 2001.
- صلاح الدين خربوطلي ، السياحة صناعة العصر (مكوناتها - ظواهرها - آفاقها) ، دار حازم للطباعة والنشر ، دمشق ، الطبعة الاولى 2002.
- رؤوف الانصاري ، السياحة في العراق ، الاعلامي للمطبوعات 2016.
- طارق عبد الفتاح الشريعي ، تنمية المبيعات السياحية في ظل الازمة الاقتصادية العالمية ، مؤسسة حورس الدولية ، الاسكندرية ، ط 2 ، 2010.
- عادل عبد الجواد منسي ، التسويق السياحي ، دار الكتب المصرية ، القاهرة 2001.
- عثمان محمد غنيم ، بنيتا نبيل سعد ، التخطيط السياحي ، دار صفاء للنشر والتوزيع ، الطبعة الاولى ، 1999.
- عمر جوايه الملكاوي ، مبادئ التسويق السياحي والفندقي ، مؤسسة الوراق ، عمان 2008.
- محمد عبد الفتاح احمد ، طابع عبد اللطيف طه ، الجغرافية السياحية ، المكتب الجامعي الحديث للنشر والتوزيع ، الاسكندرية 2008 - 2009.

- محمدالخميس الزوكة ، صناعة السياحة من منظور جغرافي ، دار المعرفة الجامعية 2006.
- مرزوق عايد القعيد وآخرون ، مبادئ السياحة ، أثراء للنشر والتوزيع ، الاردن 2010 .
- هوارى معراج ، محمد سليمان جردان ، مقالة بعنوان السياحة وأثرها في التنمية الاقتصادية العالمية حالة الجزائر.

- Davidson, R, tourism, pitman, London, 1990.
- Douglas, P. Tourism Today, A Grographical Analysis Longman Scientific & Technical, John Wiley & Sons, New York, 1987.
- Matheson and mall "Tourism economic physical and social impacts" London 1981.