

التصنيع السياحي و ستراتيجية التنمية
السياحية الوطنية
(خيار أمثل لدعم النمو الاقتصادي في العراق)

الاستاذ المساعد الهام خضير شبر
كلية الادارة والاقتصاد -الجامعة المستنصرية

ملخص البحث

تتمتع السياحة بخصائص استراتيجية جعلتها تعد جزءاً هاماً من النشاط الاقتصادي المعاصر، حيث تسهم بشكل كبير من الحد من مشكلة البطالة وزيادة الدخل القومي وجذب العملة الاجنبية مما جعل منها صناعة مزدهرة تهدف الى منح دفعة اضافية للنشاط الاقتصادي من خلال تنشيطها لقطاع الخدمات (النقل، الفنادق، المطاعم، الشركات السياحية... الخ) وتعمل على تشجيع المؤسسات الصغيرة والصناعات التقليدية وبالتالي تدعم زيادة النمو في حجم الاستثمارات المحلية وتحقيق التنمية المتوازنة واستدامة الموارد السياحية (طبيعية واثارية وتراثية ودينية) لتلبي متطلبات الاجيال الحاضرة والمستقبلية. وصناعة السياحة العراقية تتمتع بميزة ديناميكية تنافسة يمتلكها العراق من ثروات سياحية متنوعة وفريدة ومقومات التصنيع السياحي لو تم استغلالها ضمن برنامج عمل متكامل ومشارك من خلال استراتيجية وطنية للتنمية السياحية في العراق ولأمد طويل تساهم في معالجة وتخفيف المشاكل التي تواجه المجتمع والاقتصاد في المرحلة الراهنة والمستقبلية

Abstract

Tourism has strategy characteristics that make it a very important part in the modern economic activities. Tourism takes a wide part to put in end to the unemployment problem and increased national income. It is considered as an infinite source in creating wealth and in attracting the foreign currencies and it has become a brilliant industry which aims to activate the services sector (transport-hotels-restaurants-tourist companies..etc) and it has encouraged the small institutes and traditional products so that can support the growth of the local investments' size and to keep its balance. The Iraqi Tourism industry has advantage of dynamic competitive because of what it has posed of different and unique wealth (natural, traditional-religious and antiquities) which if it is exploited in an integrated work program and shared through national strategy for tourism development in large for a long time to contribute in addressing the problem facing the community and the Iraqi economy in the present and in the future

المقدمة

تتمتع السياحة بخصائص استراتيجية جعلتها جزءاً هاماً من النشاط الاقتصادي المعاصر، حيث تساهم بشكل كبير في الحد من مشكلة البطالة وزيادة وتحسين الناتج المحلي الأجمالي لهذا فإن كل المنظمات والهيئات سواء العالمية مثل منظمة السياحة العالمية أو السلطات المحلية تعتبرها بمثابة مصدر دائم (لايفني) خلق الثروات وجذب العملة الأجنبية مما جعل منها صناعة مزدهرة تهدف الى منح دفعة إضافية للنشاط الاقتصادي من خلال تنشيطها لقطاع الخدمات (النقل، الفنادق، المطاعم، الشركات السياحية.... وغيرها). وكذلك تشجيع المؤسسات الصغيرة والصناعات التقليدية، وبالتالي تدعم زيادة النمو في حجم الاستثمارات المحلية وتحقيق التنمية المتوازنة في مناطق وإقليم الدولة النامية أو الريفية والبعيدة عن المدن والمهمشة حصتها من التنمية والتطوير وتوفير الخدمات الأساسية والضرورية للعيش الكريم، إضافة ان التنمية السياحية توفر فرصاً مميزة للمجتمع لتحقيق أكثر قدر ممكن من الراحة

والترفيه والتعرف على ثقافات ومعارف جديدة ناهيك اثارها الممتدة للحفاظ على البيئة واستدامة الموارد السياحية (طبيعية، وآثارية، وتراثية، ودينية) لتلبي متطلبات الأجيال الحاضرة والمستقبلية.

وصناعة السياحة العراقية تتمتع بميزة ديناميكية تنافسية (لما يتمتع به العراق من ثروات سياحية متنوعة وفريدة)، لم تترجم لحد الآن الى الانجازات الممكنة حتى ضمن خطط التنمية الوطنية الشاملة التي تتناول القضية بالعموم ولم تدعو الى السبل والسياسات التي تعمل ضمن إطار برنامج عمل مشترك بين كل الجهات ذات العلاقة بالعمل السياحي في العراق لجعل السياحة خيار ضروري لدعم النمو الاقتصادي في ظل التحول الى اقتصاد السوق الذي انتهجته الحكومة بعد 2003. ولذلك كان غياب استراتيجية وطنية للتنمية السياحية ولأمد الطويل في العراق أحد أهم التحديات التي تواجه الأرتقاء بصناعة السياحة العراقية وأيجاد الحلول لكثير من المشاكل والمعوقات التي تواجه المجتمع والاقتصاد العراقي في المرحلة الراهنة والقادمة.

من هنا تتحدد أهمية بحثنا لتوجيه أنظار صانعي القرار الى صناعة السياحة والتصنيع السياحي وربطهما بالتنمية الوطنية الشاملة في العراق.

منهجية البحث

أولاً:- مشكلة البحث

من اهم التحديات التي تواجه النمو السياحي والأرتقاء بمستوى الأداء الشامل للقطاع السياحي العراقي هو غياب الاستراتيجية الوطنية للتنمية السياحية ولأمد طويل وتجاهل - صناعة السياحة كمشروع وطني بالرغم مما يمتلكه العراق من مقومات الصناعة والتصنيع السياحي المميزة والمتنوعة، ولذلك ظهرت خطط التنمية السياحية متعثرة وذو أهداف غير واضحة سواء على مستوى الخطة الوطنية الشاملة او على مستوى الخطة السياحية السنوية.

ثانياً:- أهداف البحث

- 1- التعريف بمفهوم صناعة السياحة والتصنيع السياحي الحديث وأرتباطاته بالتنمية السياحية.
- 2- توضيح أهم الاستراتيجيات والسياسات الخاصة بالتنمية وأماكنيات الاستفادة منها وتطبيقها في تنمية الاقتصاد السياحي العراقي.
- 3- توجيه الأنظار نحو أهداف التنمية السياحية ولمقومات نجاحها في العراق من خلال مساهمتها في تحقيق الأهداف الاستراتيجية للخطة الوطنية الشاملة في العراق.
- 4- اقتراح نماذج لاستراتيجيات ممكن تطبيقها في إطار رؤيا مستقبلية لمراحل التنمية السياحية في العراق.

ثالثاً:- فرضية البحث

تبنى استراتيجية واقعية وطنية للتنمية السياحية في العراق ولأمد طويل في إطار الخطة الوطنية الشاملة يجعل من السياحة خياراً وطنياً، ضرورياً لدعم النمو الاقتصادي وتجاوز التحديات المختلفة التي تواجه المجتمع والاقتصاد العراقي في المرحلة الراهنة والمستقبلية.

رابعاً: - أسلوب البحث

أعتمدنا أسلوب التحليل الوصفي في البحث معتمدين على الدراسات والمصادر المتخصصة ذات العلاقة بموضوع البحث- وأن كان طرْحاً جديداً على الأقل على المستوى السياحي المحلي- وتحليل واقع العراق السياحي في إطار المؤشرات الخاصة للخطة الوطنية الشاملة (2010-2014) ومؤشرات تتعلق بالتغيرات السياحية في العراق إضافة الى معرفتنا وخبرتنا الشخصية المتواضعة بمناخ العمل السياحي العراقي من الناحية العلمية والعملية.

المبحث الاول - مفهوم التصنيع السياحي وأرتباطاته بالتنمية

أولاً:- التصنيع والتنمية عرف خبراء الامم المتحدة في الدورة الثانية للجنة التنظيمية للأمم المتحدة التصنيع بأنه " عملية تطوير الهيكل الاقتصادي الداخلي المتعدد الفروع, والمجهز بتقناته حديثة والذي يتميز بقطاع تحويلي ديناميكي, ويملك وينتج وسائل الإنتاج و سلع الاستهلاك والقادر على ضمان معدلات نمو عالية للاقتصاد كله وتحقيق تقدم اقتصادي واجتماعي.(الخير, د. طارق وكركور, د. عدنان, 1991, 2). ولأن الصناعة هي محور التصنيع فقد عرفت منظمات الأمم المتحدة الصناعة, بأنها كل مايسهم من تحويل المادة الخام الى منتج يكون أكثر نفعاً وأشباعاً لحاجات الانسان ورغباته". **فالصناعة أشمل من التصنيع** كونها تتضمن النشاطات الاستخراجية والنشاطات التحويلية ولكن التصنيع يقتصر على النشاطات التحويلية دون النشاطات الاستخراجية ولذلك فإن الدول التي تمتلك قطاعاً ضخماً من الصناعات الاستخراجية (النفط والغاز وخامات المعادن والمياه الجوفية...ألخ) تعتبر دولاً مصنعة لأنها تفتقد الى قطاع الصناعات التحويلية والتي تعتبر أساساً لمعرفة مستوى التصنيع وذلك يعود لعدة أسباب أهمها:-

- 1- كونها تضيف أكبر قدر ممكن من القيمة المضافة الى الخامات او مصادر الطاقة.
- 2- أن هذه الصناعات تتطلب استخدام قدر كبير من العمل الانساني ومن التكنولوجيا علماً بأن التكنولوجيا هي أيضاً نتاج نوعي للعمل الانساني.
- 3- هذه الصناعات تعزز حركية المجتمع وتقود عملية إنتاج القيم الاستعمالية والاستبدالية.
- 4- أن إطار الصناعات التحويلية واسع جداً ويشمل عدد كبير من المنتجات وهذا العدد يتزايد بسرعة كلما تطور المجتمع وتقدم.
- 5- لهذه الصناعات أثراً إيجابياً كبير على مجمل البيئة الاجتماعية لأنها تحرك هذه البيئة من خلال تدريب الأعداد المتزايدة من الكوادر وفتح الجامعات والمعاهد المتنوعة الاختصاص الضرورية لتطور الاقتصاد.6- كونها تسهم في تطور الطلب الاجتماعي على المنتجات, كما تسهم في تطوير الحاجات وله أثر تحريضي وتراكمي في جميع زوايا الاقتصاد والمجتمع.

أن يرتبط مفهوم التصنيع بمفهوم التنمية ارتباطاً كبيراً, خاصة لو اكدنا على أهمية التصنيع في تنويع الاقتصاد القومي "Diversification" في الدول الآخذة في النمو, لأنه يؤدي الى تغير التركيب السلعي للدخل القومي على أثر نمو وتدعيم حركة التصنيع, انه يترتب على التصنيع تغير هيكل الصادرات وتنوعها ومن ثم تخفيف العبء على ميزان المدفوعات عن طريق تقليل الاعتماد على استيراد مكونات الاستثمار من الخارج.(محي الدين, د. عمرو, التنمية والتخطيط الاقتصادي, 1972, 226)

السؤال هنا: هل أن التصنيع الشامل ضروري للتنمية؟ أم أنه يمكن تحريك عملية التنمية من دون التركيز على التصنيع كمحور أساسي للتنمية، هناك وجهات نظر مختلفة تعكس النظريات الاقتصادية بحسب توجهات وأعتداف مفكر بها ومعتقداتها.*

فالنظرية الاشتراكية تؤكد على أن التصنيع شرط لا بد منه للتنمية مع التركيز على ما يسمى بالصناعات الثقيلة (أنتاج وسائل الانتاج، الطاقة....ألخ) بغض النظر عن ما يمتلكه المجتمع والاقتصاد من أمكانيات طبيعية وبشرية. أما الاقتصاديون من التيار الرأسمالي، فينتقدون هذا التوجه ويؤكدون على أنه من الخطأ أن تتجه الدول النامية نحو التصنيع الشامل او محاولة بناء قاعدة صناعية عريضة وعليها أن تطور أمكاناتها الزراعية والنشاطات الأستخراجية وتصدير هذه المواد الى الدول الصناعية مقابل أستيراد البضائع المصنعة مما يعزز عملية التبادل بين الدول المتقدمة والدول النامية ويقوي الترابط بينهما. وهناك آراء لمفكرين وباحثين أقتصاديين تؤكد على أن تحدد العلاقة بين التصنيع والتنمية يجب أن تتطلق من واقع كل بلد وظروفه ومدى وجود المصادر الطبيعية فيه وكذلك أمكانات أتناسع سوقه الوطنية وأرتباطه بالأسواق الأقليمية والعالمية وقدرته على تطوير وأستخدام تكنولوجياه مناسبة وغير ذلك من متغيرات مهمة. من هذا المنطلق ظهرت ما يسمى بأستراتيجيات التنمية وهي أثنين**:-

الاولى:- سترراتيجية التنمية عل أساس الاحلال محل الواردات أي سياسة التوجه الى الداخل والتي تهدف الى أشباع حاجات السوق المحلية في ظل درجة عالية من الحماية الكمركية (أنتاج السلع التي مستوردة حالياً) ولكن عجزت بعض البلدان التي أتبعت هذه الأستراتيجية أستكمال حلقات التصنيع وبقيت صناعتها مقتصرة على أنتاج المواد الأستهلاكية او نصف مصنعة مع أستمرار تبعيتها للخارج ولا سيما في مجال أستيراد منتجات الصناعات الكبيرة والثقيلة.

الثانية:- سترراتيجية التنمية على أساس تشجيع تنمية الصادرات:- أي سياسة التوجه الى الخارج وتتبع الصادرات من خلال أنتاج السلع والخدمات ذات الميزة النسبية والتي تحقق ميزات تنافسية وتحقق وفورات خارجية من خلال الأستفادة من أستغلال أمكانياتها المادية والبشرية المتاحة وبتكاليف منخفضة محلياً، الا أن هذه السياسة أدت الى تفاقم مشكلات داخلية لهذه البلدان وأوقعتها أسيرة لعلاقتها والتبعية للخارج ولا سيما في الميدان التقني. ولكن نجد معظم الدول النامية قامت بتوظيف كلتا الأستراتيجيتين بدرجات متفاوتة مع التركيز على احدهما في وقت معين وعلى الثانية في وقت آخر. (سامويلسون، 2006، 55).

ولذلك ظهرت آراء من خلال سياسة الأعتداف على الذات ، أي الأنتلاق في التنمية من أمكانات البلد ومصادره وميزاته لأن الأستفادة من المصادر والطاقات الموجودة ، حتى ولو لم تؤد الى التصنيع الشامل، تحقق وفورات كبيرة وتبني أقتصاداً أقل أعتداف على الخارج. والأعتداف على الذات لا يعني الأغلاق أو الأنعزال عن العالم وأنما يعني حسن الأستفادة من الطاقات المتوافرة بغية الحصول على موقع أفضل في الموزاييك العالمي الذي يقوم أساساً على

* أنظر في ذلك: 1- شافعي، د. محمد زكي، للتنمية الاقتصادية، القاهرة دار النهضة العربية، القاهرة، 1968، ص 89-92.

2 - محي الدين، د. عمرو، التنمية والتخطيط الأقتصادي، مصدر سابق، ص 357-368.

** أنظر في ذلك: 1- سامويلون ونور دهاس، علم الأقتصاد، مكتبة لبنان ناشرون، بيروت-لبنان، 2006، ص 217-218.

2 - John Tribe, the economics of recreation, Leisure & tourism, Great Britain, 2004: p 501

قانون الميزات النسبية، أي ان التصنيع ضروري لكل اقتصاد بشرط ان يرتبط بميزات البلد المتاحة كأن تكون أماكن زراعية أو سياحية مثلاً وهي نقطة مهمة يجب ان تنطلق منها عند اختيار نمط التنمية الملائمة. وتبرز سياسات أخرى في مجال سياسة الاستثمار والتي تعني بتحديد الأولويات التي يتم استناداً إليها اختيار المشروعات الاستثمارية في إطار عملية التنمية بما يتضمنه ذلك من تحديد لحجم الاستثمار وتوزيع هذا الاستثمار على مجالاته المختلفة(*)

وسنركز على سياستين تهمانا وتناسب دراستنا هذه وهما:-

الأولى:- سياسة النمو المتوازن : والتي نادى بها راجنار نركس (R.Norks) ويقترح ان يتم كسر (الحلقة المفرغة) للتخلف وتوجيه النمو أساساً نحو السوق الداخلية وذلك بتوظيف رؤوس الاموال في عدد كبير من القطاعات الإنتاجية (برنامج التنمية الضخمة والمتلاحقة وما يسمى بالدفع الكبيرة) (Big push) وهذه السياسة لا تتوافق مع ظروف أغلب الدول النامية ذات المستوى المنخفض في الدخل ولا تتوفر معه محفزات الاستثمار الممثلة بالطلب ولأنها تركز على إنتاج سلع استهلاكية على حساب إقامة الصناعات الإنتاجية يؤدي الى تثبيت حالة أزواجية الاقتصاد (خلف، د. فليح، 1986، 206-209).

أما الثانية:- سياسة النمو غير المتوازن : والتي نادى بها هيرشمان (Hirishmen) وقبله فرانسوا بيروا وترتكز على أهم المشروعات التي تتميز بتفوقها على غيرها في تحفيز النمو للمشروعات الاستثمارية الأخرى ويعتمد على مبدأ الوفورات الخارجية كونه يؤكد على فكرة الترابط بين المشروعات الاستثمارية من خلال آثار الدفع الى الامام و آثار الدفع الى الخلف ويطلق على هذه المشروعات الاستثمارية بـ (القائدة) كونها تقود عملية النمو ويرى هيرشمان ان أفضل وسيلة لتحقيق النمو الاقتصادي هي توليد أختلال متعمد في الاقتصاد ويشير الى ان البلدان المتقدمة أنطلقت بداية من بعض الأنشطة والقطاعات التي حفزت أنشطة وقطاعات أخرى، وهناك اعتراضات على هذه السياسة كون أغلب الدول النامية تواجه عوائق في الاستثمار والاستيراد من الخارج وصعوبة في عملية اتخاذ القرار الاستثماري وتحديد المشاريع القائمة بسبب النقص في القدرات والكفاءات التي تتصل بتوفير المعلومات واتخاذ القرار.

ويرى أغلب الكتاب والباحثين في اقتصاديات السياحة ان سياسة النمو غير المتوازن هي المناسبة لتطبيقها في الدول ذات الأماكن السياحية المتميزة ليكون القطاع السياحي احد القطاعات الرائدة والقائدة لعملية النمو الاقتصادي في تلك الدول ما دامت تساهم في تحقيق زيادة في الناتج القومي الاجمالي والدخل القومي وتوليد فرص عمل وحل مشكلة البطالة وتساهم في الحصول على العملات الاجنبية لتمويل المشاريع الاستثمارية في القطاع السياحي ذات الاولوية والاهمية لتحفيز باقي القطاعات الاقتصادية الاخرى على النمو وكذلك مساهمتها في تحقيق التنمية المتوازنة والمستدامة بين اقاليم البلاد اضافة الى اثارها الاجتماعية والثقافية والبيئية الاخرى.

* أنظر في ذلك: 1- شيمليون، ب، التنمية الاقتصادية في العالم الثالث، ترجمة: مطانيوس حبيب وشوكت يوسف، دار التقدم العربي، 1974، ص 71-83.

2- محي الدين، د. عمرو، التخلف والتنمية، دار النهضة المصرية، 1979، ص 285-239.

ثانياً:- صناعة السياحة والتصنيع السياحي

كون السياحة هي صناعة تتعاون على سد احتياجات السائح (كامل، د. محمود، 18) وتعرف انها انتاج اقتصادي يشبع حاجات من المؤكد انها من الحاجات الانسانية الرفيعة ولذلك فان سوقها تتأثر بكل من العرض والطلب. (Lawson, Fred & Manual Bond_Bory, 1)

اصبح النظر للسياحة هي صناعة تساهم في التطور الاقتصادي للبلد سواء كان ناميا ام متطوراً وان مصطلح (صناعة السياحة) قد يعتبر نسبيا غريبا في العصور الماضية للذي يؤمنون بالتعريف الكلاسيكي للصناعة على انها تخص العمليات التي تساهم في زيادة الثروة او المزيج من الوسائل وروؤس الاموال والتكنولوجيا والعنصر البشري وبالتاكيد هي نتيجة ضرورية لهذه العملية. (Wahab, Salah, 1975, 8) ولكن هذا التعريف الكلاسيكي للصناعة فتح المجال لاسلوب احدث للصناعة، حيث ان شكل الصناعة يختلف حسب طبيعة المنتج، والسوق الي يباع فيه المواد المستخدمة، والظروف التي ينتج بها. (Wahab, 10)

اذن المنتج هو نقطة بداية للتصنيف وقد يكون منتوجا فرديا او مجموعة من المنتجات، فالمنتجات الصناعية يمكن ان تاخذ على شكل خدمات وليس فقط سلعة او بضائع لانه متطلبات الحياة الاقتصادية الجديدة عقدت حقل الانتاج وتتوالت الأنشطة الانتاجية فحين اعادة النظر في معنى الصناعة يظهر ان اي منتج (سواء كان ماديا او غير مادي) يلبي حاجات انسانية يجب اعتباره منتوجا صناعياً ويعتبر نوعا من الانتاج يستعمل مواد اولية او كعملية لها وظيفتها العامة وموقفها من الحياة الاقتصادية وبذلك تنفرد كصناعة جديدة. (S. Medlik: 1478, 117)

وهناك من يؤكد فكرتين فرعيتين في إطار عملية الاستهلاك الراهن:-

الأولى:- هي ان العملية على النطاق العالمي يقوم بتغير في وجه العالم والحياة الاجتماعية

والثانية:- أن هناك عملية تقوم على تحويل العديد من الأمور التي لم تكن أصلاً معدة للتجارة والاقتصاد لتصبح سلعة تؤدي لدخل "او ما يسمى بعملية التسليع (commodification) هكذا يتوسع كيفن ميثان في فكرة خلق السلعة في سياحة مرحلة الحداثة وما بعد الحداثة" حيث يوضح ان جذور هذه الفكرة تعود لكارل ماركس، من حيث ان سلعة معينة لا تنتج لأنه هناك حاجة لها بل لأنها يمكن أن تصبح ذات قيمة نقدية، سوقية، وأن من جاء بعد ماركس طور الفكرة مؤكداً على فكرة التسيؤ (تحويل الإنسان الى شيء) بسبب ما تفرضه علاقات عمليات السوق في نمط الانتاج الصناعي أصبح الإنسان يشعر بالأغتراب داخل مجتمعه وأنه أصبح جزءاً من الآلة ومن عملية الانتاج ونمط حياة مغلق يعزله عن محيطه الاجتماعي لذا شكل الهروب للطبيعة والمجتمعات غير الصناعية حاجه ملحه ليحس بأنسانيته والتي توفر السياحة جانباً مهماً منها. (ميثان، كيفن، 2001، 5)، وبالتالي فان السياحة صناعة مكتملة لكل المقومات الاربعة المعروفة:

1-المادة الخام وتتمثل بالمغريات التي تنفرد فيها المنطقة ويتميز بها عن غيرها وهي القيمة الاصلية للمنتج السياحي وهي مقومات اما تكون طبيعية هبة من الله (كالجبال والانهار والغابات والمناخ المعتدل... الخ) او من صنع الانسان (مثل المدن ذات الميزات الحضارية والمعماري وأنواع الفنادق والمطاعم والآثار ذات الشهر

العالمية او المحلية والمزارات الدينية او الفنية او الأثرية والطرق الجيدة والمواصلات... الخ) كل هذه مقومات تخلق مكان ما مركزاً سياحياً يرتاده الناس ويمكن للدولة الاستفادة منه (الحوري، د. مثنى، رؤوف، د. قيس، 57-58).

2- **عنصر العمل** من مقومات نجاح صناعة السياحة توافر العنصر البشري "كما ونوعاً" الكفوء والمؤهل تنمية وتطوير السياحة ودفعها الى الأمام في كل المجالات.

3- **رأس المال** هو عنصر مهم لتوافره يجعل المشروع السياحي يلبي احتياجات السياح المتنوعة والمتجددة من خلال توافر كل خدمات البنية التحتية والفوقية العامة والخاصة بالسياحة.

4- **التنظيم** عنصر مهم في أي نشاط إنتاجي او خدمي ولذلك النشاط السياحي يحتاج الى المهارات التنظيمية التي تكون قادرة على التوفيق بين عناصر الإنتاج ومزجها بالنسب الكفيلة لتحقيق الكفاءة للمشروع. (الروبي، د. نبيل، 1987، 187).

أذن نطلق كلمة صناعة على كل عمل يرتبط بمهارة خاصة أو نوع أو حرفة أو فن والتصنيع يطلق على الوحدات الإنتاجية المنظمة التي تحقق قيمة مضافة (added value).

ومن هنا تظهر السياحة كأى صناعة أخرى قائمة على تحويل الموارد الإنتاجية الى أشكال أخرى سلعية او خدمية مختلفة وبالشكل الذي يترتب عليه تغيير في طبيعة استخداماتها وذلك لغرض أشباع حاجات معينة تُعد بالأساس بكونها من الحاجات الترفيهية العليا وكذلك الحال في طبيعة مساهمتها في أجمالي القيمة المضافة التي يمكن ان تحقيقها كأى نشاط اقتصادي قائم بذاته وبما يفرضي الى دعم الاقتصاد القومي (الخوام، عبد المطلب، 1996، 9)، هذا إضافة الى ان المشروع السياحي يُعد أيضاً مكماً لمقومات المشروع الصناعي بصورة عامة (المتثلة بكل من الهيئة، المكان، الزمان، الملكية) حيث انه يتمثل وكأى وحدة استثمارية صناعية ذات كيان محدد المعالم يسعى الى تحقيق هدف محدد وذلك عن طريق تكوين طاقة إنتاجية جديدة أو رفع كفاءة الطاقة الانتاجية الحالية او كليهما (عبد العزيز، مصطفى، كداري، طلال محمود، 1986، 7).

اذن فكرة التصنيع السياحي الحديث تنتج من ظروف واحتياجات السياحة العالمية التي تأخذ الان شكل السياحة الجماهيرية (Mass Tourism) او سياحة الاعداد الكبيرة التي تتطلب العديد من السلع والخدمات اثناء تواجدها بالمنطقة بحيث أصبحت المنطقة السياحية عبارة عن مدينة متكاملة تتوفر فيها كافة أنواع المرافق وأقامة السياح ومنشآت الترفيه التي يمكن ان يحتاج إليها الإنسان اثناء وجوده في مقر أقامته المعتاد من ملاعب رياضية وحدائق وخدمات صحية وأسواق.... أخ وبذلك أحدثت التنمية السياحية بمفهومها الحديث طابع التصنيع المتكامل الذي يعني أقامة وتشبيد مراكز سياحية (Tourist Complexes) تتضمن مختلف الخدمات التي يحتاجها السائح اثناء أقامته (سليم، عبد الرحمن، 1989، 28).

ثالثاً:- الأعتبارات المرتبطة بالتصنيع السياحي والتنمية

1- **تحتاج برامج التنمية السياحية الى الكثير من المشروعات المتشابهة التي تتطلب أموالاً طائلة خلال مدة زمنية محددة لذلك فأن ينبغي ان تكون برامج التنمية السياحية في أماكن محددة المساحة تبدأ على شكل (Pilot Project) تتسع تدريجياً خلال فترة زمنية محددة وذلك لأن المشروعات والبرامج السياحية مهما كانت قوتها وقدرتها من ناحية التمويل والتنظيم تكون عاجزة عن تغطية مناطق جغرافية واسعة. وعملياً يمكن وضع**

الأجراءات اللازمة من الناحية التخطيطية والتشريعية التي تتضمن أستغلال الموارد السياحية المتاحة في البلاد على فترات مناسبة دون الأضرار بما يمكن ان يؤجل أستغلالها الى الفترات اللاحقة (سليم، عبد الرحمن، 39)

2- أعطاء الأولوية في أستغلال المناطق السياحية التي تزيد من موارد البلاد من النقد الأجنبي عملاً بالقاعدة الاقتصادية التي ننادي بالأهتمام بالصناعات التي تزيد من قدرة البلاد على التصدير وذلك لأن ماينفق على المناطق ذات القدرة على تصدير خدماتها تعتبر أستثماراً أنتاجياً يزيد القدرة لأنتاجية والنقد الأجنبي، أماما يتعلق بالمناطق الاخرى يعتبر الأستثمار فيها أستثماراً في قطاع الخدمات الذي ينبغي ان يكون التوسع منه وفقاً لمعدلات النمو في الاقتصاد القومي.

3- بالنسبة للدول التي تعاني من نقص مواردها المالية لتغطية الأنفاق اللازم للتعير السياحي على نطاق واسع عليها ان تبتعد عن أسلوب بعثرة وتوزيع جهودها وامكانياتها بين عدد كبير من المشاريع والبرامج. وينفذ ذلك بان يتم تحديد المواقع السياحية (Tourist sites) التي يتوفر فيها أفضليات اقتصادية وجغرافية يتم أختيارها داخل مناطق تتميز بأمكانيتها السياحية مع ضرورة تنسيق دور كل من القطاع العام والقطاع الخاص بحيث يمتنع القطاع العام عن وضع أية أستثمارات يمكن ان يجذب أليها القطاع الخاص بسهولة وان يكون دور القطاع العام هو فتح مجالات التنمية في المناطق الجديدة.

المبحث الثاني - الأعتبارات الأساسية لأختيار السياحة كاستراتيجية داعمة للنمو الاقتصادي في العراق

لكي نحصل على الأجابات المنطقية والعلمية والواقعية على السؤال المطروح هنا هو لماذا أستراتيجية الوطنية للتنمية السياحة في العراق؟ تقسم المبحث الى عدة محاور تكون بمثابة دلائل وأجابات على هذا السؤال:-

المحور الأول:- السمات التنموية للعراق والممتدة لأكثر من أربعين عاماً أضفى على العملية التنموية جملة سمات أهمها: (الخطة الوطنية للتنمية الشاملة، 2001-2014).

1- الأيرادات النفطية المصدر الوحيد والأساس لتمويل عملية التنمية في العراق مما أضعف دور وأهمية مصادر التمويل الأخرى وخاصة الضرائب وسبب ذلك يعود الى عجز السياسات التنموية القطاعات عن توليد فائض اقتصادي يساهم بشكل فاعل في عملية التمويل.

2- المركزية أسلوب في إدارة الاقتصاد العراقي جعل القطاع العام هو القائد لعملية التنمية ويرافقه تهميش دور القطاع الخاص.

3- التراكم الرأسمالي عملية تحققت وفقاً لأسلوب تراكم التحويلات النفطية الى القطاعات الاقتصادية على شكل موجودات ثابتة وأستمر الحال على ذلك دون تعزيز لتراكم رأس المال من خلال التقدم التكنولوجي والأرتقاء بمعدلات الأنتاجية مما أفرغ معدلات النمو المتحققة في الناتج المحلي الأجمالي والتراكم الرأسمالي من محتواها الحقيقي وجعلها غير معبرة عن تنمية حقيقية ومستدامة لذلك كانت عرضة للأنتهيار لأي أزمة اقتصادية أو غير اقتصادية.

4- غياب القاعدة الفكرية والعملية للتنمية البشرية المستدامة عند توزيع الدخل ما بين الأستثمار والأستهلاك مما جعل العملية التنموية بعيدة عن مقاييس التنمية المستدامة لتحسين نوعية الحياة.

5- أنقصام وعدم أتساق وتتأغم صفات ميزت فروع السياسة الأقتصادية عند التطبيق وتحديدأ السياسيتين المالية والنقدية، مما فاقم من حدة الأزمات التي تعرض لها الأقتصاد العراقي كالبطالة والتضخم وتفشي ظاهرة الفساد الإداري.

مما تقدم من السمات التنموية للأقتصاد العراقي والتي أثرت سلبياً على دور ومساهمة القطاعات الأقتصادية في العملة التنموية منها أيضاً القطاع السياحي الذي أصلاً لم يأخذ الأهتمام الكافي بل التجاهل بأهميته الأقتصادية والأجتماعية في الخطط التنموية الوطنية السابقة ولحد الآن لأنها لم تتناسب مع أمكانيات العراق السياحية الفريدة من نوعها في العالم والتي لو تم أستغلالها بالشكل الامثل والكفوء لرفع من قدرة العراق التنافسية على مستوى التجارة الدولية وزاد من حصته في السوق السياحي العالمي وسيكون له الأثر الأيجابي الملموس على المتغيرات الأقتصادية والأجتماعية خلال المراحل المختلفة للتنمية في البلاد.

المحور الثاني:- العلاقة بين أهداف التنمية السياحية والأهداف الأستراتيجية للخطة التنمية الوطنية الشاملة.

أ- علينا اولاً ان نوضح الاهداف الاستراتيجية للخطه الوطني(2010-2014)

- 1- العمل على زيادة الناتج المحلي الأجمالي بنسبة 38,9% كمعدل نمو سنوي خلال الخطه.
- 2- العمل على تنويع الأقتصاد والذي يعتمد بشكل كبير للغاية على إيرادات النفط الى أقتصاد يتسم بزيادة تدريجية في نسبة مساهمات القطاعات الأخرى في الناتج المحلي الأجمالي وبخاصه القطاعات الانتاجية (الزراعة،الصناعة،السياحة..ألخ) وبمشاركة متتامية للقطاع الخاص .
- 3-العمل على تحسين زيادة مستوى الانتاجية وتطوير مستوى المنافسة في قطاعات الاقتصاد كافة بالذات الانشطة ذات الميزة التنافسية وعلى امتداد مناطق المحافظات في العراق كافة وذلك من اجل ضمان وتاكيد اقتصاداً متعافياً بشكل مستمر للعراق.
- 4-العمل على تحقيق زيادة في معدل التشغيل وبشكل خاص ما بين السكان من الشباب والنساء وذلك من خلال تفعيل دور القطاع الخاص في التشغيل وبما يؤمن تخفيض معدلات البطالة العالية التي يشهدها العراق حالياً 15% بما في ذلك البطالة الموسمية والمقنعة وما يرتبط بالبطالة من مشاكل اجتماعية ويتوقع توليد بين (3-5,4) مليون فرصة عمل نتيجة تنفيذ الخطه.
- 5- زيادة وتحسين كمية ونوعية المياه المجهزة للاستهلاك البشري على الامدين المتوسط والطويل ومضاعفة نسبة التغطية لمشاريع الصرف الصحي مكانياً لتشمل المحافظات كافة.
- 6-العمل على تخفيف الفقر الواسع الانتشار حالياً في العراق، وذلك من خلال العمل على توليد فرص عمل ودخل مستدامين وتأمين الخدمات الاجتماعية الأساسية للفقراء وكذلك تأمين التاهيل والتدريب في مجالات العمل الجديدة وخاصة فئات المجتمع الاكثر تعرض للمخاطر مثل(اليتامى والارامل وذوي الاحتياجات الخاصة) ويتوقع ان تخفض نسبة الفقر بنسبة 3% خلال تنفيذ الخطه.
- 7- العمل على تحقيق تنمية مكانية و مترابطة التي تضمن التفعيل او الاستثمار المنتج للموارد وتخصيصات الاستثمار المتوازن جغرافياً والسعي نحو تقليل الفروقات والحوازج والازدواجية على المستوى الاقليمي للمناطق وتهدف الخطه الى تحقيق توزيع متوازن للبنى التحتية الاساسية .,

8- ان التنمية الريفية في العراق تواجه تحديات كبيرة بسبب الاداء المتواضع للقطاع الزراعي , فالخطة تسعى لتقليل الفروقات ما بين المناطق الحضرية والريفية من ناحية توفير البنى التحتية والخدمات الاجتماعية ومجالات توليد الوظائف الجديدة في الريف.

9- زيادة الوعي والقبول بمبادئ التنمية المستدامة ومبادئ جودة نوعية الحياة ومتطلبات ذلك على مستوى قطاعات الاقتصاد كافة,

10- تعزيز دور الحكومات المحلية في تنمية محافظاتنا وبناء قدراتها اللازمة مع التنسيق والتكامل مع المحافظات المجاورة بهدف استغلال الميزات النسبية لكل منها.

ولتحقيق هذه الاهداف يتطلب تامين الاستثمارات المطلوبة بحوالي (218) ترليون دينار عراقي اي ما يعادل (186) مليار دولار خلال السنوات الخمس 2010-2014 ومساهمة القطاعين الحكومي والخاص في تمويلها (53.7% و 46.3% على التوالي).

والجدول (1) يوضح نسبة التخصيصات الاستثمارية للخطة حسب الأولوية.

القطاع	نسبة التخصيصات
القطاع الزراعي	9,5%
القطاع الصناعي	30%
النفط	15%
الكهرباء	10%
الصناعات التحويلية	5%
قطاع النقل والاتصالات	9%
قطاع المبانى والخدمات	17%
قطاع التربية والتعليم	5%
تنمية الأقاليم	12,5%
أقليم كردستان	17%
المجموع	100%

المصدر: وزارة التخطيط والتعاون الإنمائي, خطة التنمية الوطنية الشاملة (2010-2014).

نلاحظ من الجدول توزيع الاستثمارات حسب الاولوية باعطاء قطاعي النفط والكهرباء اسبقية متقدمة باعتبار ان النفط هو الممول الاساسي للموارد المالية لاستدامة التنمية على الاقل في المدى المتوسط وقطاع الكهرباء باعتباره بنية ارتكازية اساسية لتحقيق اي تنمية وتطور في القطاعات الانتاجية والخدمية وكذلك القطاع الزراعي باعتباره مصدرا مهما وذات امكانات واعدة لمساهمة في تنويع الاقتصاد وتأمين الامن الغذائي للبلد فضلا عن دوره في توفير فرص عمل تساهم بشكل فاعل في الحد من مستويات البطالة والفقر واستقرار القوى العاملة المنتجة في الريف وعدم الهجرة للمدن ومزاحمتها للخدمات الشحيحة اصلا في المدن. نلاحظ ان الاستثمارات المخصصة لقطاع المبانى والخدمات 17% وتشمل (الصحة والسياحة والاسكان وغيرها) ويخصص 5% للتربية والتعليم باعتبار ان الانسان وسيلة التنمية وغاياتها, ومن المآخذ في هذا المجال هو عدم استقلالية القطاع السياحي بشكل

مستمر في خطة وتقارير ومسوحات وإحصائيات وزارة التخطيط اما يدمج مع قطاع المباني والخدمات او مع تجارة الجملة والمفرد والفنادق وفي دليل نشاط الاقتصادي العراقي.

ولكن يمكن القول ان الاولويات للتخصيصات الاستثمارية كلها تدخل في اطار التصنيع السياحي لان تنمية السياحة العراقية تحتاج الى مستلزمات زراعية وصناعية محلية والى قطاع الكهرباء ونقل واتصالات ومباني وخدمات اخرى من اجل تنمية الاقاليم وكلها تغذي وتلبي احتياجات الانتاج السياحي من السلع والخدمات التي تعمل على إنتاجها كافة الفروع والأنشطة المكونة للقطاع السياحي في العراق.

نلاحظ ان الاهداف الاستراتيجية للخطة الوطنية للتنمية الشاملة 2010-2014 جاءت لمعالجة او تخفيف بعض المشاكل في اطار التحديات المختلفة التي تواجه الاقتصاد والمجتمع العراقي منها تحديات اقتصادية واجتماعية و بيئية واخرى خاصة بالتنمية المكانية والتنمية الريفية والتي جميعها تعرقل من درجه الارتقاء بنسب انجاز اهداف التنمية الوطنية في البلاد.

ب- اهداف التنمية السياحية في العراق

في هذه الفقرة نحاول الاجابة على السؤال التالي: كيف تساهم التنمية السياحية بتحقيق الاهداف الاستراتيجية لخطة التنمية الوطنية الشاملة وتدعم باتجاه وضع بعض الحلول والمعالجات للتحديات الاقتصادية والاجتماعية والبيئية وتحقيق التنمية المتكاملة والمتوازنة التي تواجه الاقتصاد والمجتمع العراقي في المرحلة الراهنة والقادمة. هنا نؤكد على ان صناعة السياحة من اهم النشاطات الاقتصادية في العالم المعاصر، كما تعد اهم مصادر الدخل القومي وتمثل احد روافد زيادة النمو الاقتصادي وتوفير فرص العمل المباشرة وغير المباشرة وحل مشكلة البطالة ويمكن اعتبار ان كل واحد من مجموع ثمانية اعمال في العالم ناتج عن السياحة والسفر بصورة مباشرة وغير مباشرة والتي من ضمنها الاعمال الصغيرة في المناطق الريفية التي تعني بالصناعات الشعبية والتقليدية (النقرير السنوي لمنظمة السياحة العالمية 2001، 64).

ويتوقع مجلس السياحي العالمي ان القطاع السياحي والأنشطة المكملية والمرتبطة به سيكون اكبر ميدان لتشغيل الشباب في معظم البلدان ويتوقع زيادة فرص العمل الى 249 مليون فرصة عمل عام 2012 (W.T.O, 2001, 89) هذا إضافة على ان السياحة احد اهم الوسائل المهمة في تنمية الاقاليم والاماكن ذات الجذب السياحي اقتصاديا واجتماعيا وعمرانيا وتحقيق التنمية المتوازنة والمستدامة دورها في توفير العملات الاجنبية ودعم ميزان مدفوعاتها لتصل نسبة الصادرات السياحية لبعض الدول السياحية المتقدمة سياحيا في العالم الى اكثر من 30% كما اسبانيا والنمسا هذا اضافة الى اثارها الاجتماعية والبيئية والثقافية واثارها الغير مباشرة عن طريق (المضاعف السياحي) واثره في انعاش عشرات الصناعات والخدمات التي تقدرها باكثر من 40 او 50 صناعة وخدمة وبذلك تتميز بقدراتها الفائقة على بعث سلسلة من العمليات والنشاطات الانتاجية والاستثمارية في الاقتصاد القومي مما يساهم اكثر من (140) قطاع فرعي في تصنيع المنتج السياحي (الحوري، والدباغ، اقتصاديات السياحة، 2000، 194).

لذلك ينبغي على اهداف التنمية السياحية ان تكون مركزة و واضحة وان تتماشى مع اهداف التنمية الوطنية الشاملة فالاهداف تعبر عن طموحات المستقبل للسياحة في البلاد وتحديد الدور الذي ستلعبه السياحة في اهداف التنمية التي حددتها خطة التنمية الشاملة (وزارة البيئة اللبنانية ووزارة الدولة للشؤون البيئية السورية، ص26) لذلك فان تبني استراتيجية وطنية للتنمية السياحية في العراق يساهم في تحقيق الاهداف الاستراتيجية للتنمية الوطنية المذكورة من خلال الفقرات التالية:

- 1- المساهمة في توليد الناتج المحلي الاجمالي خاصة اذا كانت نظرة الدولة للسياحة كونها قطاعا اقتصاديا و انتاجيا يخلق القيمة المضافة في ظل التغيرات السريعة في الاقتصاد والمجتمع العراقي بعد 2003 حيث اكدت الدراسات العلمية التي تمتد من 1975-2007 ان متوسط نسبة مساهمة الدخل السياحي (القيمة المضافة) من الدخل القومي بلغت 0.53% وهي نسبة ضعيفة لا تتوافق مع امكانات العراق السياحية (السامرائي، مها عبد القادر، 135,2010) فالمطلوب في المرحلة القادمة العمل على زيادة هذه النسبة من خلال وضع استراتيجية طويلة الاجل واقعية في ظل الظروف السائدة تحدد معدل النمو السياحي والمؤشرات التي تعكس المتغيرات السياحية مثل الدخل السياحي والايراد السياحي، اعداد السياح، ومعدل انفاقهم وغيرها.
- 2- العمل على تنوع مصادر الدخل القومي وتنوع صادراته (وان العراق يعتمد على الصادرات النفطية 93% من الاجمالي) زيادة وقدرة العراق التنافسية من خلال دعم قطاع السياحه وجعله قطاع فاعلا ومؤثر في الحياة الاقتصادية من خلال الترويج لخلق انماط سياحية جديدة وعلى امتداد كافة المحافظات وحسب امكانياتها وميزاتها النسبية وهذا كله يصب في اطار تحسن معدل التبادل في صالح الاقتصاد العراقي وتخفيف من اثر التقلبات الاقتصادية العالمية التي تؤثر على اسعار وصادراته النفطية.
- 3- توفر فرص الاستثمار السياحي في تنمية وتطوير مناطق سياحية ذات امكانيات غير مستغلة (طبيعية، تاريخية، وراثية، وموروثات شعبية... الخ) وتمتد التنمية الى مناطق نائية او ريفية مهملة رغم امكاناتها السياحية والتي تساعد في توفر الخدمات الاساسية الاجتماعية وسيتم تأمين المرافق الحيوية من الطاقه الكهربائية والمياه والصرف الصحي... الخ التي ترافق التنمية السياحية، إضافة الى خلق فرص عمل جديدة وزيادة معدلات التشغيل مما يخفف من معدلات البطالة العالية خاصة في المحافظات التي لم تصل إليها التنمية والمناطق الريفية خصوصا .
- 4- أبرز دور القطاع الخاص ضمن الأهداف الاستراتيجية للتنمية السياحية وأدائها على ان يكون مؤثراً وفاعلاً في الحياة الاقتصادية والاجتماعية في العراق وان يكون شريكاً منتجاً وقائداً في بعض المشاريع التي يكون قادراً على أدائها وتشغيلها وبكفاءة اقتصادية (كالفنادق والمدن السياحية وشركات السفر والسياحة وفي النقل والمطاعم وأماكن التسلية ا) وتبتعد تدريجياً عن الأسلوب المركزية في إدارة الاقتصاد السياحي من قبل القطاع العام والذي كان سائداً طول العقود الماضية والسعي في مشاركة القطاع الخاص في إدارة وتنمية السياحه والاستفادة من مزايا التحول نحو اقتصاد السوق.
- 5- من أهداف التنمية السياحية الأساسية هي التنمية البشرية المستدامة وكون العنصر البشري هو غاية ووسيلة التنمية فكيف الإنسان هو المحور والعنصر الديناميكي لصناعة السياحة سواء كان مستهلكاً (سائح) أو منتجاً

وبائع للخدمات السياحية أو مواطناً عادياً ومن السكان المحليين للمنطقة السياحة وبالتالي فالتنمية السياحية ترتبط ارتباطاً وثيقاً في تحسين نوعية الحياة في الأقليم أو المنطقة ذات الخيرات السياحية والتي عانت من الازمات التي مر بها العراق.

6- تهدف التنمية السياحية ان تكون جزء فاعلاً في العملية التنموية الشاملة في إطار نظرة طويلة الأجل للترابط بين السياحة وسائر القطاعات الاقتصادية الاخرى في مجال تلبية احتياجات التنمية السياحية للمرحلة الحالية والقادمة (المتوسطة وطويلة الأجل) تلبي من خلالها القطاعات الاقتصادية الأخرى ذات العلاقة مع القطاع السياحي (كالصناعة , الزراعة, الاسكان, النقل, المالية. ألخ) متطلبات مشاريع التنمية السياحية وبكفاءة تحقق وفورات اقتصادية مثلى مما يقلل المكون الأستيرادي للسياحه وبالتالي يدعم ميزان المدفوعات العراقي لصالح صافي النقد الأجنبي نتيجة تصدير المنتج السياحي للأسواق المجاورة أو العالمية.

7- مساهمة التنمية السياحية في العراق في تحقيق البعد البيئي للتنمية الوطنية الشاملة من خلال زيادة الوعي السياحي لدى السائحين وللسكان المحليين في المناطق أو الأقاليم ذات الجذب السياحي عن طريق وسائل أعلام مقنعة ومؤثرة تعمل على نشر الثقافة والوعي السياحي

8- اضافة الى قدرة السياحة الفعالة والكبيرة في تمويل ميزانية الحكومة كون النشاط السياحي يعتبر وعاء دسماً للضريبة في العراق حيث بلغ متوسط دور السياحة في الضرائب العراقية 8.65% للفترة من 1985-1995 وهي تعتبر مساهمة كبيرة مقارنة بنسبة مساهمة السياحة من الدخل القومي العراقي بسبب التجاهل والاهمال لدور القطاع السياحي كقطاع اقتصادي مهم طيلة الفترة السابقة (الدباغ, اسماعيل محمد علي, عمار معن نايف, 2001, 16).

اذن لصناعة السياحة العراقية دور مهم في تعزيز وتقوية الاقتصاد الوطني على المستوى الكلي في حالة دعم الدولة للقطاع السياحي واعتباره قطاعاً انتاجياً له اسهاما فاعلاً في الاسراع بمعدل النمو الاقتصادي في ظل التحولات الجديدة للبلاد.

المبحث الثالث - رؤيا مستقبلية نحو تبني استراتيجية وطنية للتنمية السياحة في العراق

ان الاستراتيجية عنصر هام من عناصر التخطيط , وهي العنصر الذي يتصل بتقرير السياسات السياحية, وهي اسلوب عمل وليست برنامجاً او خطة, ذلك ان الخطة هي الشكل النهائي الذي يحول الاستراتيجية الى خطوات تطبيقية عملية, وان من اهم واجبات الادارة العليا المشرفة على القطاع السياحي ان تحاول تحديد لأستعراض السياسات البديلة التي يمكن اتباعها في اي وقت لتحقيق الهدف المطلوب, بحيث يجب ان تكون واقعية نابعة من الظروف الاقتصادية والسياسية والاجتماعية ولذلك سياسة التنمية السياحية في الدول النامية تتأثر بعدة عوامل منها توفر الخبرة الفنية وطبيعة الاسواق والمناخ الاقتصادي والاجتماعي والمستوى الثقافي ومشروعات التمويل (سليم, عبد الرحمن, 1989, 36). من خلال استراتيجية السياحة تحدد الحكومة ما تأمل تحقيقه من اهداف عامة في قطاع السياحة وكما انها تحدد الاهداف ونقاط العمل للجهات والهيئات ذات العلاقة بالسياحة. (بيج, ستيفن, 2008, 53) ومن خلال أستراتيجية السياحة يتم ضبط جملة توازنات ترفع من الأداء

الاقتصادي للقطاع الخاص والمحقق للنمو المستدام، كون الدولة تعمل على إدارة التوازن بين محاور العمل السياحي والتنسيق من أجل ذلك مع الجهات الفاعلة الأخرى من خلال إدارة التوازن بين العرض والطلب وتوزيع الاستثمارات بين مناطق مصالح الشركاء في العمل السياحي والمجتمع المحلي وغيرها. (الحميري، د. موفق، 2010، 277). وللتوصل الى أهمية تبني استراتيجية وطنية للتنمية السياحية سنتناول الفقرات التالية:-

أولاً:- عوامل نجاح التخطيط للتنمية السياحية

هنا يجب ان نفرق بين النمو السياحي والتنمية السياحية.

فالنمو السياحي:- هو هدف يتحقق طبيعياً تبعاً لتدفق العناصر الإنتاجية من رأس مال في شكل مؤسسات سياحية أو موارد بشرية أو طبيعية، وكذلك تبعاً لزيادة إنتاجية هذه العناصر، أما التنمية السياحية فلا بد من تدخل أيجابياً من جانب الهيئات الرسمية المسؤولة لأعطاء الأهمية لهذا القطاع من حيث معدلات الاستثمار، الموارد البشرية، دفع عملية التقدم التقني، إجراء تعديلات هيكلية في القطاع نفسه.. الخ (خان أحلام، زاوي، حورية و 2010، 233).
أذن التنمية السياحية تعمل على دفع المتغيرات السياحية في المجتمع للنمو بأسرع من معدل النمو الطبيعي، أي التنمية السياحية في هذه الحالة نمواً أرادياً مدفوعاً، وهنا يتدخل التخطيط السياحي باعتباره أسلوباً علمياً يستهدف تحقيق أكبر معدل ممكن من النمو السياحي بأقل تكلفة ممكنة وفي أقرب وقت مستطاع (الروبي، د. نبيل، 1987، 34).

أذن تلقائية النشاط السياحي في الدول النامية ومنها (العراق) وفي ظروفه الحالية لا تعمل على دفع عجلة النمو السياحي ما لم يلجأ الى التخطيط السياحي حيث يعتبر ضرورة من ضرورات التنمية السياحية.

ومن أهم عوامل نجاح التخطيط للتنمية السياحية:- (الشيراوي، عبد المنعم محمد، 2002، 37).

- 1- ان تكون خطة التنمية السياحية جزء لا يتجزء من الخطة القومية الشاملة الوطنية.
 - 2- يجب ان تحقق التوازن بين القطاعات الاقتصادية المختلفة.
 - 3- يتم اعتبار تنمية القطاع السياحي كأحد الخيارات الاستراتيجية للتنمية الوطنية.
 - 4- على ان تكون هذه الصناعة جزءاً من القطاعات الإنتاج في الهيكل الاقتصادي للدولة.
 - 5- قيام الدولة بتحديد مستوى النمو المطلوب حجم التدفق السياحي.
 - 6- يجب ان يتم تحديد دور كل من القطاعين العام والخاص في عملية التنمية.
 - 7- التركيز على علاقة التنمية السياحية بالنشاط الاقتصادي العام أو تحديد علاقة ذلك بالمحافظة على البيئة.
- وكوننا باحثين وأكاديميين متخصصين في المجال السياحي نرى ان هذه النقاط والتي تعد عوامل نجاح الخطة السياحية غير متوفرة في خطط التنمية الشاملة ولعقود مضت ولحد الآن كما في خطة التنمية الوطنية (2010-2014) حيث تم تناول تنمية السياحة في العراق بشكل عام جداً ولا تتضمن مناقشة مؤشرات النمو السياحي للفترة الخطة.

ثانياً:- المشاكل والتحديات التي تواجه القطاع السياحي العراقي:-

يعاني القطاع السياحي العراقي من مشاكل وتحديات ولفترة زمنية طويلة تسبق (2003) وما بعدها تعرقل عملية الانطلاق نحو بناء قطاع سياحي أنتاجي فعال ومؤثر في الحياة الاقتصادية والاجتماعية في العراق ومن أهم هذه التحديات هي: (الخطة الوطنية, 134)

1- محدودية الموارد المالية الموجهة للنشاط من الدولة واقتصارها على جوانب ضيقه وهذه المشكلة تظهر من خلال الانخفاض الحاد في التخصيصات السياحية السنوية وضالتها بالنسبة للتخصيصات للموازنة الاستثمارية العامة فضلاً عن حالة تذبذبها فعلى سبيل المثال لم تبلغ المتوسط السنوي لتلك الحصة النسبية سوى 0,89% خلال الفترة 1980-1990 ويحدود 0,058% خلال 1991-1996 مؤشراً بذلك نسبة للتغير بلغت بحدود (93,480%) للمدتين أعلاه. (الخوام, عبد المطلب محمود, 2001, 152).

2- ضعف وتخلف الخدمات التكميلية المساعدة من بنى تحتية (مطارات, طرق وسائط نقل سريعة, فنادق وخدمات الترفيهية المرافقة وخاصة في مناطق الجذب السياحي كالمواقع الأثرية والدينية والمصايف إضافة الى تخلف الخدمات المصرفية بالمقاييس الدولية.

3- تخلف الإدارة السياحية ومقومات الضيافة المناسبة وعدم سلاسة إجراءات منح سمة الدخول وأستقبال السياح في المراكز الحدودية.

4- تنني الوعي السياحي في البلد وأنعدام أساليب الترويج والتسويق السياحي.

5- ضعف التخطيط للسياسات التعليمية والتدريبية في المؤسسات المسؤولة عن تحديد العرض والطلب للقوى العاملة السياحية وإضافة إلى هجرة الكوادر السياحية المهنية المتدربة وقلة المراكز المهنية لتدريب كوادر بديلة.

6- غياب وجود شركات استثمارية خاصة أو مساهمة في المجال السياحي والثقافي واقتصارها على مستثمرين أشخاص بإمكانات لا تتناسب مع المتطلبات الاستثمارية الكبيرة للنشاط السياحي والثقافي.

7- تعرض العديد من المتاحف والمواقع الأثرية والتراثية والثقافي الى التدمير والنهب في عام (2003) وفقدان نسبة مهمة من التراث العراقي وعدم إعادة تاهيل وأعمار لمعظم هذه المواقع وضعف حمايتها لحد الآن.

8- تعدد الجهات المسؤول عن نشاط السياحة والثقافة والآثار فهناك تداخل في مهمات ومسؤوليات وزارتي الثقافة ووزارة السياحة وهيئة السياحة في النشاط السياحي وكذلك تداخل أصلاحيات مجالس المحافظات في النشاط الآثاري والثقافي مع وزارتي الثقافة والسياحة وهيئة السياحة.

9- عدم وجود استراتيجية طويلة الأمد محددة المعالم لتطوير النشاط السياحي والتراثي والثقافي .

10- ضعف قاعدة البيانات عن النشاط السياحي والتراثي والثقافي بسبب الافتقار الى نظام جيد للمعلومات والأحصاء السياحي على مستوى الجهات الرسمية المشرفة على السياحة وغياب التنسيق مع الجهات المركزي للأحصاء في وزارة التخطيط والتعاون الانماني .

11- تناسست القيادة السياحية العراقية من وضع خطة لإدارة الأزمات وتوفير الموارد اللازمة لتطبيقها بالرغم من كثرة الأزمات التي تعرض لها القطاع السياحي العراقي ولمدة اكثر من ثلاث عقود ولحد الآن وأفتقدت الى التعامل الجيد مع هذه الأزمات وبالتالي سوء القرارات الإدارية لحل بعض مشاكل العمل السياحي خلقت أزمات أخرى أدت الى أنهيار كافة المؤسسات السياحية العراقية وخاصة الفترة من التسعينات ولغاية (2006) تقريباً. (شبر, ألهم خضير, 2011, 144).

لا تتضمن مناقشة مؤشرات النمو السياحي للفترات السابقة والحالية بشكل دقيق ولا حتى التخطيط لسبل رفع هذه المؤشرات ولا حتى تحديد معدلات نمو مستقبلية مثل (أعداد السياح، معدلات الاشغال، العائدات السياحية، نسبتها من الناتج المحلي و لأجمالي، الطاقة الأيوانية وفرص العمل المطلوبة وسبل توفرها. الخ). وحتى على المستوى القطاع المشرف على السياحة العراقية حيث وضع خطاً سنوية وذو أهداف قصيرة الأجل وكفاءة تحقيقها متدينه في ظل رؤية ضبابية وغير مدروسة لصانعي القرار السياحي. وبذلك تظهر الفجوة كبيرة بين العوائد الاقتصادية والأجتماعية النظرية للتخطيط السياحي وبين النتائج العملية... وهذه الفجوة تم تناولها (د. ميشل، تودارو)، لتحديد أسباب فشل الخطة في الدول النامية وأهمها (تودارو، ميشل، ب. 2009، 721).

1- القصور في الخطط وتنفيذها والبعض منها لن ينفذ إطلاقاً.

2- المعلومات غير كافية ولايعتمد عليها.

3- عدم التوقع للأضطراب النقلاب الاقتصادي الداخلي والخارجي.

4- الضعف المؤسسي وأنفصال هيئات التخطيط عن وحدات اتخاذ القرار، ولايوجد حوار مستمر بين المخططين والأدريين والأقتصاديين، عدم كفاءة المواطنين الحكوميين والبروفراطية... ناهيك عن وجود أهداف خاصة للقادة السياسيين والفساد الاداري والرغبات المتعارضة لأكثر من جهة متخصصة او غير متخصصة بالعمل السياحي... الخ.

5- عدم وجود الارادة السياسية (لأنه التزام القادة السياسيين لعملية التنمية تعتبر شرطاً ضرورياً للقيام بالأصلاح وبدونه يصبح الأمل مستحيلاً.... وكل هذه النقاط تنطبق على الواقع السياحي العراقي وتوضح أسباب ضعف التخطيط السياحي في العراق وأيضاً تثبت صحة فرضية البحث بأهمية تبني استراتيجية وطنية للتنمية السياحة في العراق ولأمد طويل.

كل ماتقدم من تحديات ولعدم وضوح الأهداف السياحية على حقيقتها العلمية والعملية وفي ظل غياب السياسة الشاملة الوطنية أدت الى مجموعة من الأختلالات في مجال تنميه الموارد السياحيه والبشريه وفي معدلات النمو السياحي وكم ونوع الخدمات والتسهيلات وفي الجانب التنظيمي والمؤسسي وفي الجانب المعلوماتي والتسويقي وفي دور الدوله الرقابي والمحفز على مستوى القطاع العام والخاص والمختلط(شبر، ألهم خضير، 2010، 18). أذن كل هذه الأختلالات والتحديات تجعلنا كمهمتين ومتخصصين بالشأن السياحي ان نقف طويلاً وتندبر ونخطط ونتفق على حلول ومعالجات لهذه التحديات التي تواجه المجتمع والأقتصاد العراقي وعلى كافة المجالات الأقتصادية والأجتماعية والثقافية والبيئية والتنمية المكانية والتنمية الريفية وهذا يثبت صحة فرضية البحث لأنه يدون استراتيجية وطنية واقعية تتناسب ظروف العراق الأقتصادية والأجتماعية والسياسية السائدة لايمكن تجاوز ومعالجة المشاكل والتحديات التي يعاني منها القطاع السياحي العراقي ولا حتى الأقتصاد والمجتمع العراقي ككل مما يستدعي ان تراجع وتتفق وبأسرع وقت على استراتيجية تنمية وطنية تتضمن خطط خمسية وتحتوي اجراءات الاصلاح والتحول الاقتصادي لا ان يمارس الاصلاح العشوائي دون خارطة طريق فنصبح تابعين لاهواء الوصفات الجاهزة (العنبيكي، د. عبد الحسين محمد، 31).

ثالثاً:- أختبار نمط التنمية السياحية والأستراتيجية الملائمة:-

لابد من أختيار نمط التنمية السياحية الملائم لواقع العراق وطاقاته و امكاناته المتنوعة بحيث تساهم في تجاوز التحديات الاقتصادية و الاجتماعية والثقافية والبيئية وعلى مستوى الاقتصاد العراقي عموماً وعلى مستوى القطاع السياحي خصوصاً، ومن المتفق عليه انه لا توجد أستراتيجية واحدة بعينها للتنمية السياحية يتعين أتباعها في مختلف الدول ولكن يجب أختيار من بينها بما يتناسب مع الظروف الاقتصادية والاجتماعية والبيئية والثقافية الخاصة بكل بلد وبما يتلائم مع الطلب السياحي الداخلي والدولي المتاح والمحتمل و الأنماط السياحية الممكنة، ولكي يتم إعادة هيكلة القطاع السياحي العراقي من جديد آخذين بنظر الأعتبار كل التحولات والتطورات في إدارة جديدة للنظام السياسي والاقتصادي العراقي وفي ظل النظام العالمي الراهن ويمكن لصانعي القرار في الإدارة العليا السياحية أعتداد الأستراتيجية الملائمة لظروف العراق والملائمة لظروف التصنيع السياحي حيث نقترح مايلي:-

أ- الدمج بين أستراتيجيات التنمية (التوجه الى الداخل) (تنمية السياحة الداخلية) مع أستراتيجية (التوجه الى الخارج) (تنمية الصادرات السياحية) اي السياحة الوافدة وحسب مراحل التنمية السياحية والظروف الراهنة حيث في أعتقادنا من الممكن تبني أستراتيجية طويلة الأمد وعلى شكل خطط خمسية (متوسطة المدى) وأخرى قصيرة المدى في المرحلة الراهنة تعتمد فيها الأولوية بالتوجه الى الداخل من خلال الأهتمام بتنمية السياحة الداخلية وبأنواعها (الدينية والترفيهية والأثرية) ودعمها من خلال توفير كامل مسلتزماتها تكون قاعدة اساسية لتعزيز السياحة الدولية ومن خلال الأهتمام بنوع وجوده الخدمات السياحية المقدمة للمواطن المحلي (العراقي) يشمل كل محافظات العراق (التي تمتلك مقومات التنمية السياحيه لكن لم تستغل استغلال امثل لصالح المجتمع والاقتصاد المحلي في غرب وشرق وشمال وجنوب البلاد) من خلال دراسة دقيقة للعوامل التي تحفز الطلب السياحي الداخلي في مدن العراق ذات الميزة السياحية والعمل على أحياء الصناعات التراثية والفولكلورية والتقليدية كونها مشاريع صغيرة يمكن ان تكون لها أثار أقتصادية وأجتماعية وأقتصادية في المجتمعات المحلية وخاصة تلك المناطق التي لم تصل لها التنمية الوطنية ولكن من الممكن عن طريق التنمية السياحية ان تحسن مستوى ونوعية الحياة لها. (ويمكن دراسة حالة مناطق الأهوار في جنوب العراق للأستفادة من التنمية السياحية المستقبلية) وكذلك في نفس الوقت وبشكل موازي التخطيط لنضع إستراتيجية طويلة الأمد تعتمد التوجه الى الخارج وتشجيع الصادرات اي (السياحة الوافدة) وجذب شرائح من السياح ذو نوعية عالية من ناحية الأتفاق والأذواق والتوجه نحو أنماط السياحة غير التقليدية مثل التوجه نحو سياحة الآثار والسياحة العلاجية او الأستشفائية والسياحة الثقافية (المهرجانات والمعارض والندوات الدولية المختلفة) وسياحة الصيد وتنمية الصناعات التراثية.

ب- كون تعتمد سياسة التنمية السياحية في الدول النامية على نظرية النمو الغير المتوازن التي تقوم على انطلاق بعض قطاعات الاقتصاد القومي وذلك بتركيز الجهود على عدد محدود من القطاعات التي تتميز بالتفوق وأتباع أسلوب التركيز على الأستثمارات السياحية بين عدد محدود من المناطق السياحية التي تتوفر فيها المناخ الأقتصادي والاجتماعي والثقافي الملائم للنمو بالنسبة لمختلف الألوان السياحية بدون عقبات او معوقات وهذا يساعد على رفع انتاجية رأس المال ويؤدي الى تحقيق التوسع الرأسي في هذه المناطق في فترة

محدودة نسبياً ويتبع ذلك خفض تكاليف الوحدة نتيجة لتوزيع التكاليف العامة على أكبر عدد من الوحدات الامر الذي يؤدي الى خفض الاخطار وزيادة القدرات التنافسية للمنطقة وبذلك يمكن للمشروعات من سرعة استرداد رأس المال الذي تم استثماره في عملية استثمار جديدة عن طريق الأرباح الناتجة عن عمليات التشغيل ويهدف التصنيع السياحي أيضاً الى سرعة خلق فرص العمل لعدد كبير من المواطنين سبب وراء إيجاد السوق الاستهلاكي المحلي بجانب السوق الناشئ عن توافر السائحين وفي النهاية تتحقق الفائدة الاقتصادية والاجتماعية في إقامة المجتمع السياحي واتساع رقعة العمران. ويمكن تطبيق هذا النموذج في العراق في مناطق السياحة الدينية في المراحل القادمة من التنمية كون السياحة الدينية هو النمط المتفوق عن باقي الأنماط السياحية في المناطق في العراق (لاحظ الجدول (2)) وله نتائج وفوائد ايجابية على الاقتصاد العراقي كافة والذي يشمل محافظة كربلاء والنجف وبغداد والمناطق المحيطة بكل محافظة وحتى المدن او المحافظات القريبة منها كمحافظة بابل القريبة لكربلاء والنجف ومدينة سامراء القريبة من بغداد وهكذا. من خلال اعتماد برنامج سياحي متكامل يعطي الأولوية في التركيز على الاستثمار الفندقي وبرامج التسويق الحديثة والتي تتناسب مع اتجاهات التصنيع السياحي الحديث كون المستثمر العراقي له خبره باتجاه النشاط الفندقي وزيادة الطاقة الإيوائية في هذه المناطق وفقاً لظروف كل منها وبناء الفنادق بمختلف الدرجات والشقق السكنية السياحية بالإضافة الى بناء المرافق والمنشآت العديدة والتي تقدم مختلف السلع والخدمات للسياح من (مطاعم , كافيتريا , أسواق) والتي تحفز النشاط الاقتصادي لهذه المحافظات والمحافظات القريبة والمناطق المحيطة والاستثمار في المجمعات السياحية الحديثة يتطلب فترة زمنية للتنفيذ تتراوح ما بين 5-10 سنوات ويتطلب برنامج للترويج والتسويق ودراسة الاسواق السياحية المستهدفة في العراق ويمكن التركيز في هذا البرنامج على السياحة الآتارية والتي تعتبر ميزة نسبية لأغلب مدن العراق مثل بابل وذي قار ونيوى وسامراء

جدول رقم (2) أعداد السائحين حسب الغرض من السياحة الى العراق عام 2009

الأشهر	أجمالي السائحين الوافدين	عدد السياح لغرض ديني	عدد السياح لغرض الآثار	الأهمية النسبية لغرض الدين	الأهمية النسبية لغرض السياحة
كانون الثاني	136164	136164	-	100%	-
شباط	157862	157862	-	100%	-
آذار	144031	144031	-	100%	-
نيسان	138342	138281	58	99,96%	0,04
مايس	110081	110054	27	99,98%	0,04
حزيران	104860	104809	51	99,96%	0,04
تموز	102927	102927	-	100%	-
آب	69767	69767	-	100%	-
أيلول	45622	45622	-	100%	-
تشرين الاول	55854	55854	-	100%	-
تشرين الثاني	92405	92405	-	100%	-
كانون الأول	104006	104006	-	100%	-

المصدر: هيئة السياحة العراقية ، مديرية التخطيط والمتابعة، 2009

ومن المهم ان نذكر الشركات السفر والسياحة العاملة في محافظات السياحة الدينية كربلاء والنجف وبغداد تكون نسبة 86% من مجموع أجمالي الشركات السياحية العاملة في العراق ولها خبرة وفي هذا المجال مع التركيز على اتباع أساليب غير تقليدية في الترويج والتسويق السياحي في هذا المجال داخل العراق وخارجه.ولو تتبعنا أثر تطبيق هذه الاستراتيجية في مناطق السياحة الدينية وبشكل علمي ومدرّس لوجدنا آثار التنمية السياحية تمتد الى مدن ومحافظات العراق المحيطة بهذه المناطق ويتحقق الفائدة الاقتصادية والاجتماعية في إقامة هكذا مجمعات سياحية كبيرة اضافة الى الأثر التحريضي للقطاعات الاقتصادية الأخرى وتحفيزها بزيادة انتاجيتها لسد متطلبات مشاريع التنمية السياحية.وفي نفس الوقت ويمكن اعتماد هذا النموذج في نمط سياحة الأستطيفاف في إقليم كردستان كونه تتفوق حالياً على باقي محافظات العراق بالاستقرار الأمني والتطور العمراني الحديث.

رابعاً:- ركائز أساسية لتعزيز استراتيجية الوطنية لتنمية السياحة في العراق:

نعتقدان وضع استراتيجية للتنمية السياحة الوطنية ولآماد طويلة ضمن مبادرات الدولة للأصلاح الاقتصادي والأداري التي تبنيها الحكومة ضمن برنامج الأصلاح الشامل وإعادة الهيكلة الاقتصادية لتجاوز التحديات الاقتصادية والأجتماعية والبيئية يجب ان تسبقها خطوات مهمة (الركائز) نعتقدها هي ضمانة لنجاح الأستراتيجية كعامل دعم للنمو الاقتصادي في العراق:-

الأولى:- اعتماد السياحة قطاعاً انتاجياً يسهم في زيادة الناتج المحلي الأجمالي وخلق القيمة المضافة وزيادة الفرص الأستثمارية وتنمية الأماكنيات البشرية الوطنية وتطويرها وإيجاد فرص عمل جديدة للمواطنين تساهم في حل مشكلة البطالة والمساهمة في استراتيجية التخفيف من الفقر التي تبنتها الحكومة، وأعتبر التنمية السياحية تبعاً لذلك مشروعاً اقتصادياً وطنياً.

الثانية:- أتاحة معلومات تفصيلية ودقيقة عن واقع العراق الاقتصادي والأجتماعي من خلال رؤية واقعية للأماكنيات السياحية التي يمتلكها العراق مالياً وفنياً والكوارد الفنية والأدارية والعلمية ومعلومات عن الأسواق السياحية المستهدفة خلال مراحل التخطيط للتنمية والعلاقات العربية والأقليمية والدولية و المؤسسات المالية الدولية مثل البنك الدولي وصندوق النقد الدولي ومنظمة الجات الدولية والمنظمات السياحية الدولية كمنظمة السياحة العالمية ومنظمة السياحة العربية.

الثالثة:- رؤية ديناميكية في حالة التغيرات التي تطرأ على كل العلاقات في الخطوة الثانية، وكيف الأستفادة من المعلومات عن كل طرف والاكثر قرباً للواقع القائم او المتغير ومدى تأثيره على موقف صانعي القرار السياسي من القطاعات الاقتصادية الأخرى كالصناعة والزراعة وبقية القطاعات ومنها السياحة وموقفها من التنمية البشرية .

الرابعة:- الأخذ بالحسبان تحقيق التوافق المناسب والمطلوب بين التنمية السياحية وحماية البيئة والموارد السياحية (الطبيعية والآثارية) وأستدامتها (خاصة وان البيئة هي أحد أهم العناصر الحيوية المكونة للعرض السياحي) وهي عملية ضرورية للأنسان العراقي الذي يرغب ان ينعم بثروات البلاد ويبعد عن أجياله الحالية والقادمة أعباء الأمراض الخطيرة والموت المبكر. والخسائر المالية الكبرى بسبب التلوث وألا سيصرف أموال أضعاف ما يصرفه على التنمية من أجل إعادة تنظيف البيئة وحمايتها .(حبيب,كاظم,2011, www.ankawa.com).

الخامسة:- أعادة هيكلية البناء المؤسسي للجهاز الحكومي المشرف على القطاع السياحي في العراق وان يكون أعادة البناء للادارة العليا قبل الادارات في المستويات التنفيذية بمستوى المركز والادارات الفرعية في المحافظات حيث ان الإدارة الجيدة هي التي تجعل التنمية السياحية مستدامة.. ولأهمية دور القطاع العام في هذه المرحلة الراهنة من عملية التنمية السياحية ان يكون دورا قياديا فاعلا يتولى الادارة الوطنية للسياحة العراقية والعمل وفق شراكات فاعلة مع القطاع الخاص في المرحلة الحالية من التنمية على ان يعمل الجهاز المشرف على السياحة (الوزارة، هيئة السياحة) على أتباع أسلوب مرن يسمح له بالتخلي تدريجياً أو نهائياً عن العديد من الادوار التي يمكن ان يقوم بها القطاع الخاص في المراحل المتقدمة من التنمية السياحية.

السادسة- تحديث الأطار التشريعي لقطاع السياحة العراقي والذي يتضمن (قانون السياحة الأساسي) يشمل جوانب العمل السياحي في نصوص واضح وشفافه وشاملة وبرؤى استراتيجية تواكب التغيرات في الطلب السياحي محلياً وأقليمياً وعربياً ودولياً مستفيدين من تعاون المنظمات الدولية والاقليمية والعربية مع العراق و أعادته للخريطة السياحية العالمية.

السابعة:- تنمية الوعي السياحي المجتمعي والرسمي لاهمية السياحة في تحقيق التنمية المستدامة على المستوى الوطني والمحلي والأبتعاد عن السلوكيات والممارسات غير المقبولة أتجاه السياحة وخلق بيئة ملائمة وصديقة للسياحة من خلال أعلام سياحي فاعل يتمتع بالمهنية ويعتمد أكثر الوسائل أفناعا وتوعية من أجل نشر الثقافة السياحية في العراق.

الثامنة:- التخطيط لرفع معدل النمو السياحي بنسبة تقديرية تتراوح مثلاً بين (5-10-15%) حسب مراحل الخطة الخمسية، فحسب الأمد الأول الذي تقرضه خطة التنمية الوطنية لغاية 2014 ثم الأمد الثاني من (2015-2019) وهكذا. وكذلك رفع معدل النمو في العائدات السياحية الدولية بنفس النسبة والفترة والعمل بشكل متزامن على تنشيط السياحة الداخلية من خلال توفر خدمات البنية الأساسية والمرافق العامة في المناطق المستهدفة وزيادة كفاءة التسهيلات السياحية وتحسين جودة الخدمات السياحية ورفع معدلات الأشغال للطاقة الأيوائية بما يناسب مع الزيادة في العائدات السياحية والتدفق السياحي وحسب نمط السياحة المستهدف، فمثلاً فنادق السياحة الدينية (كربلاء والنجف) تحقق متوسط نسب أشغال 31,9% للفترة من (2002-2007) . (الدباغ، اسماعيل وآخرون، 2005، 27) نهدف لرفع معدل الاشغال في هذه المناطق ما بين (60-75%) من خلال الخطط الاستراتيجية بأتجاه تنامي الطلب السياحي المحلي والخارجي بشكل يتزامن مع تنمية وتحفيز الأستثمارات في المدن والمناطق السياحية المستهدفة.

الاستنتاجات والتوصيات

أولاً:- الاستنتاجات

- 1- يرتبط مفهوم التصنيع بمفهوم التنمية ارتباطاً كبيراً كونه يساهم في تنويع الاقتصاد القومي في الدول الأخذه في النمو ويقلل آثار تقلب الأسعار المواد الأولية او (أسعار النفط) في الدول التي يعد النفط فيها مصدر أساس للدخل القومي (كالعراق) مما يغير هيكل الصادرات وتنوعها و يخفف العبء على ميزان المدفوعات .
- 2- معظم الدول النامية قامت بتوظيف أكثر من استراتيجية للتنمية سواء على أساس التوجه الى الداخل او على اساس تنمية الصادرات والتوجه الى الخارج وبدرجات متفاوتة مع التركيز على أحدهما في وقت معين وعلى الثانية في وقت آخر كون اختيار الاستراتيجية للتنمية المناسبة تنطلق مع إمكانيات البلد وظروفه وميزاته النسبية التي تبني اقتصاداً أقل اعتماداً على الخارج.
- 3- السياحة هي صناعة تساهم في التطوير الاقتصادي للبلد سواء كان نامياً او متطوراً وهي صناعة مكملية لجميع مقوماتها من رأس المال والعنصر البشري والمواد الخام (المغريات والمقومات الجذب السياحي) وكذلك المهارات التنظيمية لتحقيق الكفاءة للمشروع السياحي وتكوين طاقه انتاجيه جديدة او رفع كفاءة الطاقه الانتاجيه الحاليه او كليهما .
- 4-التصنيع السياحي الحديث ينبع من ظروف وأحتياجات السياحة العالمية والذي يعني إقامة وتشبيد مراكز سياحية تتضمن مختلف الخدمات التي يحتاجها السائح أثناء أقامته مما يتطلب برامج سياحية تعتمد التخطيط لأستغلال المناطق السياحية التي تزيد القدرة التنافسية والتصديرية وبالتالي تسرع من معدلات التنمية و لذلك تُعد مشاريع التنمية السياحية أستثماراً إنتاجياً.
- 5- السمات التنموية للاقتصاد الوطني والتي أمتدت لأكثر من أربعين عاماً أثرت سلباً على دور ومساهمة القطاعات الاقتصادية في العملية التنموية ومنها القطاع السياحي الذي تم تجاهله ضمن الخطط الوطني ولم تتضمن أهم المتغيرات السياحية التي تدعم الاقتصاد الوطني .
- 6- من المهم ان تكون استراتيجية الوطنية للتنمية السياحية في العراق في إطار الاستراتيجية الوطنية الشاملة للعراق وجزء لا يتجزأ منها من خلال المساهمة في تحقيق أهداف الخطة الوطنية الشاملة (الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والبيئية) .
- 7- الحاجة الى اعتماد اكثر من استراتيجية للتنمية تناسب ظروف وأمكانات العراق المتاحة والمحتمله والتي ترفع من معدلات النمو السياحي اذا تم توظيف الموارد السياحية بالاتجاه الصحيح نحو المتطلبات الحقيقية للتنمية السياحية بالتعاون والتنسيق مع كل الجهات المشاركة بالعمل السياحي آخذين بنظر الاعتبار (النموذج المقترح) الدمج بين إستراتيجية التوجه نحو الداخل والتوجه نحو الخارج مع أتباع سياسة التصنيع السياحي المتكامل في المناطق التي تتفوق على غيرها اقتصادياً وسياحياً.

ثانياً: التوصيات

- 1- تبني استراتيجية وطنية للتنمية السياحية ولأمد طويل على شكل خطط خمسية و بالتعارن بين كل من هيئة السياحة و وزارة السياحة مع وزارة التخطيط والتعاون الأنمائي ضمن برنامج عمل متكامل وفريق عمل متخصص من الطرفين لدراسة وتحديد الأهداف الاستراتيجية والسياسات والاستفادة من المقترح في اختيار نمط التنمية والأستراتيجية المناسب على مستوى السياحة الداخلية والسياحة الدولية.
- 2- العمل على تأمين التخصصات المالية الكافية والموجهه للبنى الأرتكازية لمشاريع الأستثمار السياحي في المواقع السياحية الطبيعية والدينية والآثرية والتي تتفوق على غيرها أقتصادياً .
- 3- الأسراع بأعادة هيكلية مؤسسات القطاع السياحي بما يضمن وحدة اتخاذ القرار والابتعاد عن الأزدواجية والتداخل بالصلاحيات والمسؤوليات .
- 4- العمل على رفع كفاءة الإدارة السياحية من خلال أعتماذ الخبرة والكفاءة والتخصص في شغل المناصب الإدارية وخاصة العليا (صانعة القرار السياحي) .
- 5- وضع برنامج مراقبة مشترك بين وزارة السياحة ووزارة الثقافة والآثار لحماية المواقع الآثرية والتراثية من التجاوزات مثل السرقة والتلف والتدمير).
- 6- توجيه القطاع الخاص (المحلي والأجنبي) للأستثمار في الانماط السياحية الأخرى مثل السياحة الآثرية والتراثية والسياحة العلاجية وسياحة الصيد والصحاري وسياحة الأهوار وسياحة المعارض الثقافية والأقتصادية التي تسهم في تنويع العرض والطلب السياحيين وأثرها في اقتصاد المجتمعات المحلية مثل مدينة بابل وذي قار والأنبار والبصرة وميسان ونيوى)
- 7- الأهتمام بالبرامج التدريبية والتعليمية لتطوير الموارد البشرية العاملة في المنشآت السياحة ولكافة المستويات (عليا،وسط، اساس)أو (أداري وخدمي) وفق مبدأ التخطيط لسياسة تدريبية منسجمة مع سياسة التعليم السياحي.
- 8- تشجيع أقامة ملتقيات أسواق الأستثمار السياحي لغرض توجيه رجال الاعمال والمستثمرين (المحليين والأجانب) لأنواع الفرص الاستثمارية المتاحة في القطاع السياحي العراقي والأستفادة من تجارب الدول الأخرى في هذا المجال مثل (مصر والاردن وتركيا وماليزيا)
- 9- الأسراع لوضع قانون للاستثمار السياحي لأهميته في المرحلة الحالية بحيث يكون واضحاً وبسيطاً وتحديد جهه مرجعية ورقابية واحدة مختصة منعاً للأزدواجية والروتين والفساد الأداري.

المراجع

أولاً:-العربية

أ- الكتب :

- 1- الحوري, د.مثنى, الدباغ, اسماعيل, اقتصاديات السفر والسياحة دار الوراق للنشر, عمان, 2000
- 2- الحميري, د.موفق, اساسيات التمويل والاستثمار في صناعة السياحة, دار الوراق للنشر, عمان, 2010.
- 3- الروبي, د.نبيل, التخطيط السياحي, مؤسسة الثقافة الجامعية, الاسكندرية, 1987.
- 4- بيج, ستيفن, ادارة السياحة, دار الفاروق, مصر, 2008.
- 5- تودارو, ميشيل, ب, التنمية الاقتصادية, ترجمة أ.د.محمود حسن حسين ود.محمود حامد ومحمود عبد الرواق, دار المريخ للنشر, الرياض 2009.
- 6- خلف, د.فليح, التنمية الاقتصادية, مطابع الجامعة المستنصرية, بغداد, 1986.
- 7- سامويلسون, ونوردهاس, علم الاقتصاد, مكتبة لبنان للنشر, بيروت, 2006.
- 8- شافعي, د. محمد زكي, التنمية الاقتصادية, دار النهضة العربية, القاهرة, 1968.
- 9- شميلوف, ف-ب, التنمية الاقتصادية في العالم الثالث, ترجمة د.مطانيوس حبيب وشوكت يوسف, دار التقدم العربي, 1974.
- 10- عبد العزيز, مصطفى عبد الكريم, وكداوي, طلال محمود, تقييم المشروعات الاقتصادية, مديرية دار الكتب للطباعة والنشر, الموصل, 1986.
- 11- محي الدين, د. عمرو, التنمية والتخطيط الاقتصادي, بيروت, 1972.
- 12- محي الدين, د. عمرو, التخلف والتنمية, دار النهضة المصرية, القاهرة, 1979.

ب- الرسائل والاطاريح:

- 1- الخوام, عبد المطلب محمود, دراسة الاستثمار السياحي وابعاده الاقتصادية مع اشارة خاصة للعراق, رسالة ماجستير, كلية الادارة والاقتصاد, جامعة بغداد, 1996.
- 2- الخوام, عبد المطلب محمود, العلاقة بين الاستثمارات السياحية والتأثيرات البيئية مع اشارة خاصة بالعراق, اطروحة دكتوراه, كلية الادارة والاقتصاد الجامعة المستنصرية, 2001.
- 3- السامرائي, مها عبد الستار, اسس علمية مقترحة لحساب الدخل السياحي واثرة في الدخل القومي العراقي (دراسة تطبيقية), رسالة ماجستير, الادارة والاقتصاد الجامعة المستنصرية, 2010.

ج- البحوث والدراسات والمنشورات الرسمية

- 1- التقرير السنوي لمنظمة السياحة العالمية, 2001.
- 2- الحوري, د.مثنى, رؤوف, د.قيس, ادارة المنشآت السياحية, مكتبة الرواد للطباعة, الجامعة المستنصرية, بغداد, 1980.
- 3- الدباغ, اسماعيل, نايف عمار معن, اثر السياحة في التمويل الضريبي مع التطبيق على القطاع السياحي, مجلة كلية المأمون الجامعة, العدد 3-3, بغداد, 2001.
- 4- الدباغ, اسماعيل, وآخرون, العلاقة بين العرض والطلب الفندقي في محافظتي كربلاء والنجف, مجلة الادارة والاقتصاد الجامعة المستنصرية, العدد 72, 2008.
- 5- الشبراوي, عبد المنعم محمد, واقع وافاق مستقبل السياحة في البحرين, بيروت, دار الكنوز الاردنية, 2002.

- 6- العنبيكي, د. عبد الحسين محمد, الاصلاح الاقتصادي في العراق, تنظيم الجدوى الانتقال نحو اقتصاد السوق, بدون سنة.
- 7- خان, احلام, زاوي, سورية, السياحة البيئية وآثرها على التنمية في المنطقة الريفية, مجلة ابحاث اقتصادية وإدارية, العدد السابع, جامعة بسكرة, الجزائر, 2010.
- 8- خطة ادارة لتطوير قطاع السياحة, مشروع الاتحاد الاوربي بأشراف وزارة البيئة اللبنانية, وزارة الدولة لشؤون البيئة السورية, بدون سنة.
- 9- سليم, عبد الرحمن, المفاهيم الاقتصادية والفنية للتنمية السياحية, مجلة البحوث السياحية, العدد السادس, وزارة السياحة المصرية, 1989.
- 10- شبر, الهام خضير, واقع السياسة السياحية في العراق (دراسة تحليلية ورؤيا مستقبلية), بحث منشور في وقائع المؤتمر الوطني الاول والعلمي العاشر لكلية الادارة والاقتصاد, الجامعة المستنصرية, بغداد, 2010.
- 11- شبر, الهام خضير, ادارة المخاطر والأزمات في المنظمة السياحية العربية, دراسة حالة مصر والعراق, مجلة جامعة كربلاء, المجلد التاسع, العدد الاول, 2011.
- 12- هيئة السياحة العراقية, مديرية التخطيط والمتابعة, 2009.
- 13- وزارة التخطيط والتعاون الانمائي, الخطة الوطنية للتنمية الشاملة, (2010 – 2014).

د- مواقع الانترنت

- 1- حبيب, كاظم, الحوار والرأي الحر, الحلقة الاولى, 2011. www.ankaw.com
- 2- ميثان, كيفن, السياحة في مجتمع معولم , نيويورك, 2001. www.aljazrea.com
- 3- الخير, د. طارق, كركور, د. عدنان, إدارة وأقتصاد صناعي, جامعة دمشق, 1990-1991.
- 4- www.world.tourism.org
- 5- www.arab-ency.com

. ثانياً: - الكتب والدوريات الاجنبية

- 1- John Tribe, The economics of recreation, Leisure & Tourism, Great Britain, 2004.
- 2- S. Medlik, profile of the hotel and catering industry – London, 1978.
- 3- Lawson , fred & manuel Bond-Bovy, The Tourism and Recreation Development, The architectural press. 1td, INC, Columbus, 1977.
- 4- Wahab, Salah, Tourism management, tourism tnternaional press-1975.
- 5- W.T.O, collection of Domestic Tourism, statistacs, medride, 1995.