

واقع قطاع السياحة في العراق وسبل النهوض

أ.م. جواد كاظم حميد م. حسين علي احمد

م. محمد حسن عودة

جامعة البصرة / كلية الإدارة والاقتصاد / قسم الاقتصاد

mm4599360@gmail.com**المستخلص :**

تعد صناعة السياحة رافداً مهماً من روافد التطور الاقتصادي والاجتماعي ، لكن نلاحظ في العراق لازالت تعاني من الإهمال وتردي الخدمات في العديد من المرافق السياحية، وعلى الرغم من وجود المقومات السياحية العديدة نرى إنها غير مستثمرة استثمار صحيحاً بشكل يجعل منها مورداً اقتصادياً للبلد. تركز البحث على مناقشة المقترحات الموجودة في العراق لوضع تصور استراتيجي لتمثيلها بالشكل الذي يعزز اقتصاد البلد، من خلال معالجة مشكلات قطاع السياحة في العراق.

الكلمات المفتاحية: السياحة ، العرض، السياحي، الإيواء السياحي، التنمية السياحية.

المقدمة: Introduction

تعد السياحة ظاهرة إنسانية وجدت مع وجود البشر وأساسها هو انتقال الإنسان من مكان إلى آخر لتحقيق أهداف مختلفة متعلقة بالإنسان نفسه. في البداية كان الهدف هو الاستمتاع بما تذخر به الطبيعة لكن تطورت مع تطور الحياة إذ أصبحت حركة إنسانية هدفها المتعة واكتساب المعارف والثقافات بل ارتبطت بتأدية وظائف دينية كالحج والزيارة وتعميق الصلات بين الشعوب وعليه اكتسبت السياحة مفهوماً جديداً بحيث أصبحت بمفهومها الحديث صناعة وخدمة تعطي للبلد موارد مالية لا يستهان بها وفي هذه النقطة تبرز أهمية الاهتمام بالقطاع السياحي إلى جانب الآثار والفوائد الأخرى المترتبة عليه وستوضح من خلال البحث.

مشكلة البحث (Research problem)

العراق كله منطقة سياحية جذابة لمختلف الأنماط السياحية ونظراً لقطاع السياحة كمحور مهم من محاور التطور الاقتصادي ، فقد نحدد منوال جوهري للبحث. هو كيف ننهض بهذا القطاع، ما هو مدى الاستفادة من إمكانية العراق السياحية وتحويلها إلى قوة اقتصادية فاعلة في الاقتصاد العراقي.

أهمية البحث (Research importance)

يمكن تلخيص أهمية البحث في:

1. يمكن اعتبار القطاع السياحي محرك للاقتصاد وبدل لما يمر به البلد من أزمات لارتباطه مباشرة بالتطور الاقتصادي والاجتماعي
2. البحث يشير إلى رؤية للتخطيط السياحة ، لكيفية تحديد مقومات السياحة وصيانتها.
3. يمكن ان يساهم القطاع السياحي مساهمة جادة في التخفيف من الصفة الريفية للاقتصاد العراقي إذا ما سعت الحكومة إلى توفير عوامل نجاحه.

هدف البحث (Research goal)

البحث يسعى إلى تحقيق ما يلي :

1. التعرف على المقومات السياحية المؤثرة في العرض السياحي وإبراز ذلك في دفع عجلة التطور الاقتصادي في العراق.
2. التعرف على واقع الطلب السياحي وكيفية تنميته بالشكل السليم.
3. تحليل الواقع السياحي وإبراز خصائصه والعوامل المؤثرة فيه.
4. التعرف على المشكلات التي تواجه قطاع السياحة وصولاً إلى بعض المقترحات التي تسهم في حلها

فرضية البحث (Research hypothesis)

تنطلق فرضية البحث من ان العراق يمتلك المقومات السياحية التي تساعد على النهوض بقطاع السياحة.

هيكلية البحث (Research structure)

يتضمن البحث لغرض الوصول للهدف المحاور الرئيسية التالية فضلاً عن الاستنتاجات والتوصيات ، اذ تضمن

المحور الاول :- الاطار النظري لقطاع السياحة.

المحور الثاني :- العرض والطلب السياحي في العراق.

المحور الثالث :- الافاق المستقبلية لقطاع السياحة في العراق.

المحور الأول : الاطار النظري لقطاع السياحة**The theoretical framework for the tourism sector**

يتناول هذا المحور جانبين الجانب الاول يختص بمفهوم السياحة وانواعها، اما الجانب الثاني يتضمن اهمية قطاع السياحة والعوامل المؤثرة عليه

اولاً:- مفهوم السياحة وانواعها**The concept of tourism and its types**

1- **مفهوم السياحة:** لفظة السياحة لغويا من الفعل ساح يسيح سحاحا إذ جرى على وجه الأرض، أي السياحة الذهاب في الأرض لمختلف الأغراض كأن تكون للعبادة وغيرها، وقد وردت لفظة السياحة في القرآن الكريم ((فسيحوا في الأرض)) أي فسيروا في الأرض، والسياحة بهذا المعنى الجولة الهادئة ، والقرآن الكريم يبغى من السياحة الهدف والتفكير في آيات الله ومخلوقاته ليهتدي الإنسان إلى ربه فالغاية منها المعرفة والارتقاء بفكر الإنسان للوصول إلى الحق (فرج ، 2007 : 233) إذ تزيد السياحة من معارف الإنسان وتوسع مداركه ويطلع على كثير من المعالم الحضارية.

وأیضا وردت لفظة السائحون وهي جمع مذكر سالم لكلمة سائح في القرآن الكريم "" التائبون العابدون الحامدون السائحون"" التوبة/ 122، وتعني المتنقلون في أماكن ذكر الله(فرج، 2007 : 25) وهذه هي السياحة الدينية في هذه الأماكن المنتشرة في مختلف بقاع الأرض لإشباع الروح بالعبادة والتضرع إلى الله وهذه تعتبر من أكثر أنواع السياحة انتشارا واهتماما وخاصة في البلاد الإسلامية على وجه العموم وفي العراق على وجه الخصوص.

وعليه فالسياحة تعد ظاهرة العصر الحديث ناتجة عن حاجة الإنسان للراحة والتمتع بوقت الفراغ في مناطق ذات طبيعة خاصة يجذب البشر إليها للترويح عن النفس.

تمثل الرحلات الإنسانية أنشطة متعددة لتحقيق غايات معينة تعمل على سد حاجة السائح فهي مرتبطة بحركة الإنسان وسفر الإنسان من بلدة الأصلي إلى بلد آخر يقيم به لمدة قد تطول أو تقصر لأي سبب كان عدا الحصول على العمل، إذ إن البحث عن فرصة عمل مناسبة لأتدخل ضمن حركة السياحة وبالتالي فإن هذه الحركة السياحية أيضا تتطلب الامداد بالتسهيلات والخدمات ومحاولة الارتقاء بها لمقابلة كافة احتياجات السواح ليكون هذا مؤشرا لجذب المزيد من السائحين مما ينقلنا إلى مسألة التنمية السياحية التي تهدف إلى توسيع قاعدة الخدمات التي تلتقي مع احتياجات السائحين (منسي، 2001: 54) وهذا يشير إلى قضية تهيئة العرض السياحي والمفروض بالتنمية السياحية إن تهتم بجانب الطلب السياحي لتحقيق التوازن بين الجانبين لإشباع احتياجات ورغبات السائحين والوصول إلى أهداف البلد في رفع وتائر النمو الاقتصادي وللتخفيف من الصفة الأحادية الجانب للاقتصاد الوطني.

2- أنواع السياحة: إن أسباب السياحة متعددة ونتيجة لذلك تعددت أنواع السياحة نذكر منها (عيسى، 2016 : 12)

1. السياحة الدينية:

وهي من أقدم أنواع السياحة التي عرفت الإنسانية وهي متصلة بالعقائد الدينية والشعائر ومرتبطة بأماكن معينة. والعراق يزخر بحركة السياحة الدينية لوجود أضرحة الأئمة الهداة من آل أهل البيت الكرام عليهم السلام المنتشرة في أنحاء عديدة من العراق وبالخصوص محافظات بغداد وكربلاء والنجف وسامراء وغيرها من الأماكن ومتعلقة بأزمنة ممتدة على مدار السنة.

2. سياحة الأماكن الأثرية :

وتتمثل هذه في زيادة الآثار والأماكن التاريخية، لما لها من اهتمام بالغ بالنسبة إلى السواح ، وتوجد في العراق الكثير من الآثار التي تشكل عوامل جذب إلى السائحين كقصر الاخضر في كربلاء واثار مدينة بابل واثار مدينة الناصرية وغيرها.

3. السياحة العلاجية :

وهي نوع من أنواع السياحة التي عرفها الإنسان منذ زمن بعد لعلاج بعض الأمراض إذ يقوم الإنسان بزيارة بعض الأماكن المعينة والتي تمتاز بمناخ خاص أو منطقة تتمتع بعيون ماء معدنية ، والعراق يزهر بمثل هذه المناطق، كوجود ينابيع مياه معدنية في عين سفانة وعين تمر في محافظة كربلاء المقدسة وحمّام العليل في محافظة الموصل وغيرها.

4. السياحة البيئية :

يعرف هذا النوع من السياحة بأنه الحركة والسفر إلى مناطق طبيعية لم تتعرض إلى التلوث في البيئة ولم يتعرض توازنها الطبيعي إلى الخلل بهدف استمتاع بمناظرها وما تحتويه من نباتات أو حيوانات أو للقيام بالاطلاع والدراسة حول الأسرار البيئية الموجودة

5. سياحة التسويق:

وهي السياحة التي يقدم بها الأفراد إلى دول أخرى تقيم بها معارض لمنتجاتها بأسعار منخفضة لجذب السواح وبعض مدن العراق كبغداد والبصرة تتضمن العديد من الصناعات الشعبية والتراثية مما تعمل على تنشيط حركة السياحة لهذا الغرض.

6. سياحة المؤتمرات:

وهو نمط من أنماط السياحة وزادت حركتها مع التطورات الاقتصادية والثقافية إذ تستقطب عددا من السواح المهتمين بحضور المؤتمرات والندوات العلمية والثقافية وهذا يتطلب أقامت قاعات لمؤتمرات وتقديم التسهيلات والخدمات اللازمة لعقد مثل هذه المؤتمرات وهذا يتطلب الاهتمام بتهيئة عناصر الجذب السياحي كوسائل الاتصالات وغيرها وأماكن مريحة للوافدين.

7. السياحة الثقافية:

الغرض من هذه الحركة السياحية هو التعرف والاطلاع على آثار وثقافات الشعوب سابقا وحاليا من خلال زيارة الأماكن الأثرية والمتاحف وهذه السياحة ذات طبيعة ذهنية تنشر المعرفة وزيادة المعلومات التاريخية.

وتوجد أنواع أخرى من السياحة يتعين على العراق ان يلتفت الى ذلك ويهيئ البنى التحتية اللازمة لذلك لوجود الدواعي الى ذلك مثل سياحة التعليم وسياحة الاستحمام وغيرها.

8- السياحة الرياضية:

وتتمثل في تسلق الجبال والمرتفعات وكذلك ممارسة الغوص في البحار والمحيطات من الرياضات الأخرى مثل ركوب الدراجات والجري وركوب الأمواج والتزلج على الأمواج والجليد وغيرها .

ثانياً : أهمية قطاع السياحة والعوامل المؤثرة**The importance of the tourism sector and the influencing factors****1- الأهمية الاقتصادية للسياحة :-**

لا شك إن لقطاع السياحة الأثر البالغ لأهميته في النشاط الاقتصادي ولهذا صار هذا الموضوع محور اهتمام الدول التي تعتمد في مواردها على عائدات السياحة. إن النشاط السياحي يترك أثرا واضحا على متغيرات الاقتصاد الكلي وهذا ما سيتضح أثناء البحث وكما يلي.

2- الأثر السياحي على الدخل القومي

إن الدخل القومي بمعيار الإنفاق هو مجموع المبالغ المنفقة من قبل كافة الأفراد لشراء السلع والخدمات الاستهلاكية خلال السنة وعل ضوء ذلك فإن الإنفاق السياحي هو ما يقدم به السواح من شراء السلع والخدمات السياحية وغير السياحية خلال مدة إقامته في الدولة المضيئة ومن الأمثلة على الإنفاق

1- نفقات الإقامة وتشمل المبيت والطعام وغير ذلك

2- نفقات النقل بمختلف وسائله

3- نفقات المشتريات وتشمل الهدايا والتحف وغيرها

4- الرسوم مثل رسوم تأشيرة الدخول ورسوم الإقامة.

إذا يتولد دخل صافي من هذه النفقات يضاف إلى مجموع الإنفاق الكلي ليسهم في النتيجة إلى رفع مستوى الدخل القومي. ان زيادة الدخل السياحي ايضا يؤدي الى زيادة حجم الاستثمار التابع للقطاع السياحي وغيره من القطاعات التي تقدم خدماتها الية (السيد ، 2014 : 69) وكل هذا سيعمل على رفع مستوى الدخل القومي اذا ما اخذنا بنظر الاعتبار الحقيقة القائلة بأن الاستثمار العنصر الرئيسي المؤثر في النظام الاقتصادي فإن زيادة الدخل السياحي يؤدي الى زيادة الإنفاق الاستهلاكي للمنشآت السياحية والعاملين فيها على

مختلف السلع والخدمات النهائية وهو ايضا يعد محفزا على زيادة الإنفاق الاستثماري لإنشاء المشروعات السياحية وغيرها من المشروعات بسبب العلاقات المتشابكة بينهما.

3- الاثر السياحي على الاستخدام :

ان النشاط السياحي يخلق فرصا واسعة للعمالة والتوظيف اذ يعد عنصر العمل من العناصر المهمة والفاعلة في السياحة اذ تعتبر صناعة السياحة صناعة كثيفة العمالة وهذا النشاط ايضا بدوره يخلق فرصا للعمالة في القطاعات الاخرى. ان مجال الوظائف التي تخلقها السياحة لا تشترط وجود مهارات لأنها لا تستند الى التقنية انما تركز على القوى البشرية بشكل مباشر او غير مباشر كما هو الحال في الفنادق والمطاعم ووكالات السفر (العتاء ، 2010 : 20).

بالإضافة الى ذلك ان النشاط السياحي يحرك العمل في عدة اماكن منها سائقي سيارات الاجرة وبائعي السلع التذكارية وبيع الهدايا وغير ذلك ، كما ان ازدهار الحركة السياحية يتطلب كادر مؤهل في الادارة والمحاسبة وفي العلاقات العامة وكل هذا يفسح مجالا رحبا للتوظيف. ومن اهم الاسباب التي تفسر ذلك هو انتماء قطاع السياحة الى قطاع الخدمات الذي يتميز باعتماده على عنصر العمل. هذا كله يعطي مؤشر على ان هناك علاقة طردية بين النشاط السياحي وحجم العمالة ، ان قطاع السياحة قادر على خلق فرص عمل في كل من القطاع العام والقطاع الخاص وهناك دراسات عملية تشير الى ان مستوى التشغيل في الأنشطة السياحية مرتفع حيث يصل الى 0.5 مليون وظيفة كل عام في اسبانيا وهو ما يقارب من 6.2% من معدل التشغيل فيها (السيد ، 2014 : 76).

وفي العراق يمكن ملاحظة هذه الحقيقة اذ كان عدد المشتغلين في الفنادق ومجمعات الايواء السياحي عام 2011 بلغ 7109 مشتغل وقد ارتفع عام 2012 الى 7491 مشتغلا بنسبة زيادة مقدارها 5.4% (الجهاز المركزي للإحصاء ، 2012 : 4) .

مما يعني ان النشاط السياحي يلعب دورا ايجابيا في زيادة فرص العمل في مختلف التخصصات لأنه نشاط بطبيعته يشكل قطاعا قائدا من حيث روابطه الأمامية والخلفية.

العوامل المؤثرة في حركة السياحة (Factors affecting tourism)

النشاط السياحي يتأثر بالعديد من العوامل والمخاطر مما تحد من فاعلية الحركة السياحية إذ ان هناك متغيرات تشكل تهديدات أمام مسيرة النشاطات السياحية واهم هذه العوامل (عيسى : حسن ، 2017 : 8)

1. العوامل السياسية والعسكرية:

يتميز النشاط السياحي بحساسيته العالية للظروف السياسية والأمنية ويتأثر بها بشكل كبير لهذا فان تحقيق الاستقرار السياسي يؤدي إلى ارتفاع الطلب السياحي لان السائح يبحث عن الأمان وهو أول اعتباراته. وللتدليل على ذلك ان الحصار الاقتصادي والعمليات الإرهابية في العراق قد شكلت خطرا حقيقيا أمام النشاط السياحي حال دون دخول سياح إلى العراق لسنوات طوال.

2. العوامل الاقتصادية:

تواجه الحركة السياحية مخاطر اقتصادية قد تحد من اتساعها وبالتالي يتأثر النشاط السياحي سلبا بهذه العوامل أو المخاطر منها عدم الاستقرار الاقتصادي أو تدهور الحالة التجارية في البلد أو فرض رسوم فيزا عالية على الوافدين قد لا تتناسب إمكانياتهم المالية وغير ذلك من الأمور التي تؤثر على النشاط السياحي وفاعليته.

3. العوامل الاجتماعية:

وهي عوامل تتضمن العديد من المداخل المؤثرة في النشاط السياحي وهي لا تقل أهمية عن العاملين السابقين وتدخل ضمن هذه العوامل العادات والتقاليد الاجتماعية والقيم الأخلاقية والسلوكيات السياحية التي تترك أثراً على حركة الوافدين لأغراض السياحة.

4. العوامل البيئية:

عندما تواجه البيئة مخاطر نتيجة الاستخدامات للأرض بشكل تعسفي وغير ممنهج لابد وان يترك أثر على جمالية البيئة والموقع السياحي مما يؤثر سلباً على حركة السياحة بسبب انحسار عوامل الجذب الطبيعي للسياحة ، الأمر الذي يتطلب إن تخضع عمليات استخدام البيئة إلى الرقابة والمتابعة والتخطيط السليم حفاظاً على المقومات الطبيعية باعتبارها من أهم جوانب العرض السياحي .

المحور الثاني: العرض والطلب السياحي في العراقTourism supply and demand in Iraq

يمكننا القول بأن العرض السياحي هي مجموعة المقومات الطبيعية والمعطيات التاريخية والحضارية والدينية والثقافية في بلد ما. ويلحق بذلك خدمات البنية التحتية وخدمات البنية السياحية الأساسية التي تسهل عملية الاستفادة من تلك المقومات والمعطيات من قبل السائحين. والعرض السياحي في العراق يتكون من العديد من المقومات التي يمكن عدها من عناصر الجذب السياحي الطبيعية والدينية والأثرية والتي نادراً ما تتوفر في بلد آخر، وهذه تشكل بوابة واسعة للدخول في مجال السياحة والتي هي في النهاية نقطة مهمة لجذب السواح وفي ضوئها يتمدد الطلب السياحي وزيادته اذا ما تم تطوير هذه المقومات السياحية بشكل فاعل وملمس قائم على اساس تخطيط التنمية السياحية. وبالتالي فقد تناول هذا المحور بعض الفقرات الخاصة بالعرض والطلب السياحي في العراق وكما يلي

(حمد ، 2011 : 12)

اولاً: مقومات العرض السياحي في العراق (elements of the tourism offer in Iraq)

يعد العرض السياحي في العراق جزءاً مهماً ويدخل ضمن الامور التي يتطلبها قطاع السياحة فمن اهم المقومات التي جاء بها العرض السياحي هي :

1. **المقومات الحضارية:** يعتبر العراق مهد الحضارات منذ زمن سحيق في التاريخ فقد شهد قيام العديد من الحضارات في اور و اكد وبابل، فهذا التنوع الحضاري والاثري يمثل اساساً للنشاط السياحي ومن عناصر الجذب السياحي المهمة، اذ تشكل هذه الامور نقطة تحفز السواح برغبة للاطلاع على هذه المعالم وتصويرها ومعرفة خفاياها بشكل مباشر.
2. **المقومات الطبيعية:** ان العرض الطبيعي للسياحة يقصد به ما تحتويه الارض من طبيعة جذابة، من الغابات والنباتات الطبيعية والمسطحات المائية، وعيون الماء العجيبة كما في عين تمر بكربلاء وحمام العليل في الموصل وغير ذلك من البحيرات الجذابة كبحيرة الرزازة وساوو وغيرها.
3. **المقومات الدينية:** وتعتبر السياحة الدينية في العراق من اهم مقومات العرض السياحي اذ في بلدنا تتوفر المزارات العديدة لعنزة النبي محمد (صل الله عليه وسلم) في اماكن متعددة من بغداد وسامراء وكربلاء والنجف والفحلة وحتى في البصرة كمسجد الامام علي (عليه السلام)، وتوجد فيها خدمات تكميلية تؤثر في جذب السواح وتنشيط الحركة السياحية.

ثانياً: الخدمات المكملّة للعرض السياحي في العراق:

Supplementary services to the tourism offer in Iraq

هناك العديد من الخدمات التكميلية التي تؤثر بشكل كبير في طبيعة التسهيلات السياحية المقدمة للسواح والزائرين وتكون مصدر جذب لهما، وله فأن رسم استراتيجيّة لتطويرها يساهم في جذب عدد اكبر من السواح وله مردود اقتصادي واجتماعي كبير، ومن هذه الخدمات:

1. الفنادق:

تلعب الفنادق دوراً مهماً في تنشيط الحركة السياحية ونموها في اي بلد كان، لان السائح يحتاج الى قضاء مدة ليست بالقصيرة في اماكن راحة وهذا المكان يعطي انطباع عن البلد المضيف فالراحة مهمه بالنسبة لحركة السواح، وهذه تلعب دورا لا يستهان به في جذب السواح او نفورهم. اذ لوحظ من الجدول (1) بان عدد المرافق والإيواء السياحي في العراق بلغت 505 مرفقاً سياحياً في عام 2006 بضمنها 500 فندقاً و 5 مجمعات سياحية ((الجهاز المركزي للإحصاء ، 2006 : 56)). وفي عام 2007 شهدت هذه الفنادق والمجمعات السياحية تذبذباً وانحساراً اذ وصلت الى 492 فندقاً اي انخفضت بنسبة - 1.6% بسبب تدهور الاوضاع الامنية والتفجيرات لبعض الفنادق مما ادى الى اغلاق العديد منها. ولكن بعد عام 2008 اخذت اعداد الفنادق بالاتساع حتى وصلت الى 1084 مرفقاً سياحياً عام 2012، اي بمعدل نمو سنوي بلغ 120 % واستمر التزايد في المرافق السياحية حتى وصل الى 1267 و 1297 (الجهاز المركزي للإحصاء ، 2013-2015 : 66) في عام 2013 و 2015 اي بمعدل نمو مقداره 16.8% و 2.2% وبالتالي فان عدد المرافق السياحية خلال الفترة 2006 و 2015 ارتفعت من 505 مرفقاً سياحياً في عام 2006 الى 1296 مرفقاً سياحياً في عام 2015 اي بمعدل نمو مقداره 156.6% مقارنة بعام 2006 وكاتجاه عام فأن هذه المرافق السياحية تركزت في محافظات بغداد، النجف، كربلاء، البصرة، حيث تميزت بغداد بأعلى النسب باعتبارها العاصمة وتوجد فيها مزارات لعدد من الائمة (عليهم السلام) في الكاظمية المقدسة وغيرها، تليها محافظتي النجف وكربلاء اذ شهدت انتعاشاً في الحركة السياحية بسبب مكانتها الدينية واقبال الزائرين اليها من داخل العراق وخارجه لتأدية مراسيم الزيارة مما انعكس على حركة الاستثمار في المرافق السياحية اذ شهدت نمواً كبيراً في الآونة الاخيرة بسبب ارتفاع مردودات هذا الاستثمار.

اما لما يتعلق بمحافظة البصرة اذ شهدت هي الاخرى توسعاً في الحركة السياحية بسبب الموقع الجغرافي وحركة التجارة ولنقل البضائع في موانئها الى باقي المحافظات اذ شهدت نمواً بلغ نسبة 11,7 % ولاستقرار الحالة الامنية فيها الى حد ما.

جدول (1)

عدد المرافق السياحية في العراق ولسنوات مختارة

السنة	عدد الفنادق (1)	معدل النمو % (2)	المجمعات السياحية (3)
2006	500	-	5
2007	492	-1,6	-
2012	1084	120.33	-
2013	1267	16,8	-
2015	1296	2,2	-

المصدر: العمود 3,1 اعداد الباحث بالاعتماد على احصاءات الجهاز المركزي تقرير مسح الفنادق ومجمعات الايواء السياحي للسنوات 2006 – 2015

العمود 2 اعداد الباحث بالاعتماد على المعادلة التالية $R = \frac{pn - po}{po} \times 100$

شكل (1)



عدد المرافق السياحية في العراق

المصدر من اعداد الباحث بالاعتماد على برنامج الأكسل 2007

يلاحظ من الشكل بان منحنى المرافق السياحية في العراق في حالة تزايد مستمر وهذا مؤشر ايجابي على تحسين قطاع السياحة

ثالثاً : اداء المرافق السياحية في العراق

Performance of tourism facilities in Iraq

لغرض القاء الضوء على اداء المرافق السياحية في العرض لابد من اعتماد بعض المؤشرات التي تعطي الدلالة على ذلك منها (اللجنة الفنية، 2019 : 7)

1- مؤشر عدد الاسرة :

يعد هذا المؤشر من المؤشرات الضرورية في وزارة التخطيط لماله من دور كبير في معرفه عدد السكان، لذا نلاحظ بان محافظتي بغداد والنجف تستحوذ اعلى النسب في هذه

الناحية اذ تبلغ 21 ٪، 24 ٪ على التوالي وهذا يعود الى كثرة الفنادق فيهما اذ يصل العدد الى 113، 98 فندقاً على التوالي.

2- مؤشر ليالي المبيت :

تعد محافظة النجف اكثر محافظات العراق بنسب ليالي المبيت اذ تصل الى 5,35 ٪ من مجموع محافظات العراق بسبب كثرة الوافدين اليها من داخل العراق والدول المجاورة لزيارة مرقد الامام علي (عليه السلام) ومقبرة وادي السلام، تليها محافظة كربلاء بنسبة 12,4 ٪ وبعدها محافظة البصرة بنسبة 11,5 ٪. والسبب في ذلك على التوالي :

أ- بالنسبة الى كربلاء لزيارة المشاهد المقدسة فيها.

ب- بالنسبة الى البصرة ان البقاء فيها لنقل البضائع العائدة الى الضيوف من موانئها.

3- مؤشر عدد الضيوف :

يتركز هذا المؤشر في محافظة النجف بالمرتبة الاولى بنسبة 38,8 ٪ بسبب مكانتها الدينية واستقرار الحالة الامنية فيها، تليها محافظتي بغداد والبصرة بنسب 17,5 ٪ و 11,7 ٪ وهذا يعود الى كون الاولى هي العاصمة والثانية هي ميناء العراق ، ولو استغلت الاهوار وما لها من اهمية سياحية لارتفعت النسبة في محافظة البصرة ولصار لمحافظة ميسان وذو قار نصيب لها من ذلك. ان الجدول التالي يبين تطور عدد الضيوف في الفنادق السياحية في العراق.

جدول (2)

عدد الضيوف في الفنادق في العراق للسنوات 2000 – 2015 (بالألف)

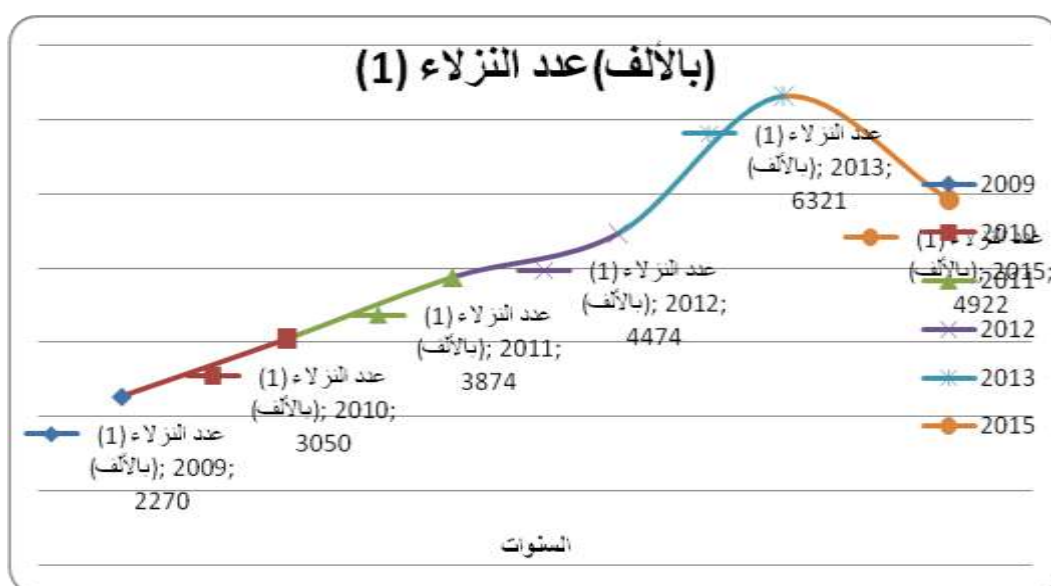
السنة	(1) عدد الضيوف (بالألف)	(2) معدل النمو %
2009	2270	----
2010	3050	34,4%
2011	3874	27,1%
2012	4474	15,5%
2013	6321	41,3%
2015	4922	22,1%

المصدر :العمود (1)وزارة التخطيط، الجهاز المركزي للإحصاء، مديرية احصاء التجارة، ص5

العمود (2) اعداد الباحث بالاعتماد على المعادلة السابقة

نلاحظ من الجدول (2) بأن عدد الضيوف في الفنادق العراقية ارتفع من (2270) الف ضيف في عام 2009 الى (4922) الف ضيف عام 2015، اي بمعدل نمو مقداره (116,8 ٪) مقارنةً بعام 2015 وهذا يدل على ان هناك ارتفاع في الطلب على النشاط السياحي في العراق، حيث هذا المؤشر يدعم فكرة تنامي الطلب على خدمات السياحة، وكما لوحظ من الجدول بأن اعلى معدل نمو سنوي بلغ (41,3 ٪) في عام 2013 واقل معدل نمو سنوي بلغ (15,5 ٪) في عام 2012. وهذا يشكل مورداً مهماً لموارد البلاد، اذا ما تم استثمار ذلك بشكل اقتصادي سليم، وهذا يتطلب وضع استراتيجية مهمة للنهوض بهذا القطاع وهذا ما سنتعرض له اثناء البحث.

الشكل (2)



المصدر : من اعداد الباحث بالاعتماد على برنامج الاكسل 2007
 يلاحظ من الشكل (2) بان منحني عدد الضيوف في الفنادق العراقية خلال المدة 2009 - 2015 اخذ بالارتفاع المتزايد والمستمر وهذا يدل على تصاعد الطلب على الخدمات السياحية اذ بلغ اعلى مستوى لمنحنة الضيوف في عام 2013 وادنى مستوى له في عام 2015 ويعود سبب ذلك للظروف السياسية التي يمر بها البلد من حروب وغيرها .
 هذا وان التطور في عدد الضيوف الى تصاعد حركة السياحة الدينية ، فازداد عدد الوافدين الى المناطق الدينية المقدسة في العراق ، والتحسّن الامني في هذه المناطق مما انعكس على نشاط السياحة فيها ، مما ادى الى تحسّن في ايرادات السياحة ، اي تصاعد وتائر التجارة الداخلية.

4- مؤشرات التجارة الداخلية (الفنادق)
 تعد هذه المؤشرات ضرورية في قطاع السياحة لكونه يبين حجم الايرادات التي تدخل للبلاد نتيجة السياح.

جدول (3)

مؤشرات التجارة الداخلية (الفنادق) للسنوات 2009 – 2015 (مليون دينار)

السنة	مجموع الايرادات (مليون دينار) (1)	معدل النمو % (2)
2009	119035	-----
2010	144854	21,7 %
2011	176273	19,8%
2012	211492	20,0%
2013	261392	23,6%
2014	351282	34,4 %
2015	417199	18,8 %

المصدر : العمود (1) وزارة التخطيط، الجهاز المركزي للإحصاء، مديرية احصاءات التجارة ص5

العمود (2) اعداد الباحث

الشكل رقم (3)



نلاحظ من الجدول (3) بأن مجموع الإيرادات المستحصلة من النشاط السياحي في البلد خلال الفترة 2009 - 2015 قد ارتفعت من (119035) مليون دينار في عام 2009 الى (417199) مليون دينار في عام 2015 اي بمعدل نمو مقداره (250,5%) مقارنةً بعام 2009 اي انها ارتفعت بحدود مرتين ونصف.

وهذا يدل على ان قطاع السياحة قطاع حيوي ويساهم بنسبة عالية في الناتج المحلي الاجمالي لبلد لذا لا بد من الاهتمام بهذا القطاع واعطاء اهمية بالغة، كما يلاحظ من الجدول بأن اعلى نسبة نمو سنوي كان في عام 2014 اذ بلغت (34,4%) وادنى نسبة نمو سنوي كان في عام 2015 حيث بلغت (18,8%)، وهذا يشير الى ان السياحة لها دور فعال في تحريك

وتقوية الاقتصاد، كما انها تعتبر عنصر مهم من عناصر عملية التنمية المتوازنة في العراق ومعالجة الاختلالات الاقتصادية، وهذا يتطلب التخطيط الدقيق لمشاريع السياحة تستقطب اكبر عدد من السياح وهو معنى صناعة السياحة، ولا يفوتنا ان نشير الى مسألة معالجة المشكلات والمخاطر التي يعاني منها قطاع السياحة في العراق كخطوه مهمه لتحسين الترويج السياحي في العراق، والنهوض بهذا القطاع الحيوي ، اذا تعد المخاطر التي تواجه السياحة من المسائل المهمة التي تبحث فيها الادارة السياحية بشكل مستمر بهدف تحديد الرؤى و الاهتمام لمواجهة هذه المخاطر والمشكلات الحالية والمتوقع حصولها دون تفاقمها وانعكاسها على طبيعة الخدمات السياحية المقدمة. كما لوحظ من الشكل اعلاه بان منحني إيرادات القطاع السياحي في حالة تزايد مستمر وهذا دليل على ان النشاط السياحي يساهم بشكل كبير في رفد الاقتصاد العراقي.

تمثل عوامل الجذب السياحي الطبيعية و التاريخية و الدينية والاماكن المستحدثة دوراً هاماً في الاقتصاد السياحي، وهذه ينبغي الاهتمام بها كمصادر العرض السياحي، وهي عادة لا تكتمل الا بوجود تسهيلات متعلقة في توفير البنية التحتية من الفنادق والطرق بالإضافة الى وجود الخدمات المرفقية من المياه والكهرباء ، بالإضافة الى توافر وسائل النقل المختلفة والتي يجب ان تكون في معظمها ذات طابع سياحي للاستفادة المثلى من العناصر السياحية. الطبيعية وهذا ما يساعد على تنامي الطلب السياحي.

اذ بارتفاع مستوى الخدمات وتنامي الطلب السياحي يرتفع مستوى الاقتصاد السياحي للدولة، حيث يزداد تدفق السياح.

المحور الثالث: سبل النهوض بواقع قطاع السياحة في العراق

Ways to advance the tourism sector in Iraq

بعد مانتين بأن صناعة السياحة اليوم تعد من الروافد الأساسية في التنمية الاقتصادية والاجتماعية خلال المباحث السابقة ، لكنه لايزال هذا القطاع يعاني من الاهمال والضعف وتردي الخدمات في العديد من المرافق السياحية، كما ان هذه الصناعة غير مستثمرة بشكل صحيح بالرغم من توفر العديد من المقومات السياحية كما مربنا .

لهذا صار من الضروري العمل على ان نضع من الاستراتيجيات التي تعمل بالارتقاء بالقطاع السياحي وجعله مورداً اقتصادياً للبلد بعيداً عن الاعتماد الكلي على قطاع النفط فقط ، بل العمل على التنوع الاقتصادي .

اولاً: استراتيجيات التنمية السياحية Tourism development strategies

توجد عدة استراتيجيات تقوم على الاسس العلمية والموضوعية وبلاستناد الى الخبرة السياحية وعلية يمكن اختيار الافضل منها بما يتناسب مع الظروف الجغرافية والطبيعية والبيئة والاقتصادية والاجتماعية (عبود ، 2017 : 44)

كذلك ينبغي الاختيار ان يتلائم مع طرق التمويل وبما يتناسب مع الطلب السياحي الخارجي والداخلي المتاح أو المحتمل .

هناك نقطة اساسية هي ان السياحة ترتبط ارتباطاً مباشراً وكذلك غير مباشر بقطاعات انتاجية وخدمية عديدة من قطاعات الاقتصاد الوطني كالزراعة والصناعة وقطاع المصارف والتأمين والاعلام وغيرها، فكلما تطورت هذه القطاعات إتاحة فرصاً عديدة لقطاع السياحة بأن ينمو ويتطور، وهذا يشير الى سياسة التنوع الاقتصادي كاستراتيجية مهمة للتنمية الاقتصادية حتى يحصل جذب لقطاع السياحة بأن ينمو ويتطور بشكل متوازن مع بقية القطاعات .

كما يبرز في هذا الاطار مسألة كون قطاع السياحة نشاط يعتمد على الخدمات الانسانية الى حد كبير فأن يؤدي الى زيادة فرص العمل والتشغيل(كافي ، 2008 : 48) .

هذا الامر يتطلب اعداد استراتيجيات خاصة بالموارد البشرية الموجهة للعمل في صناعة السياحة، بما يؤدي الى تحسين مستوى الخدمات السياحية بشكل افضل . وهذا يعمل على زيادة الاقبال على المرافق السياحية اي يرفع مستوى الطلب السياحي .

ثانياً : المتطلبات العامة للتخطيط السياحي

General requirements for tourism planning

ان وضع سياسات واجراءات لتطوير قطاع السياحة في العراق يتطلب التخطيط لهذه العملية، هذا وان التخطيط يتطلب مقومات واسس لتفعيل العملية التخطيطية ومن اهمها(البناء ، 2009 : 60-69) و (الكرفي ، 2012 : 30-33):-

1- اتباع الاسلوب العلمي في التخطيط السياحي، وذلك باستخدام الاساليب الاحصائية والتحليلية لقياس حجم الطلب على الخدمات السياحية المتوقع لتهيئة ما يسر هذا الطلب بدون حصول اختناقات وهذا يسهم في التنمية السياحية .

2- ينبغي ان تكون الخطة شاملة ومتكاملة تشمل جميع الوحدات والمكونات لقطاع السياحة، حتى لا يحصل تناقض فيما بينها، وهذا يعني التنسيق في العمل .

- 3- ارتباط خطة التنمية السياحية بالخطة العامة للدولة لضمان النمو المتوازن لصناعة السياحة على بقية القطاعات الاخرى .
- 4- ينبغي ان تتصف الخطة بالواقعية، اي تعالج المشكلات الموضوعية القائمة فعلياً، ولا نجح الى وضع اهداف لاعلاقة لها بالواقع السياحي .
- 5- التوسع في تشجيع القطاع الخاص في الاستثمار السياحي وذلك بمنح المستثمر السياحي تسهيلات مصرفية، وامور تشجيعية اخرى كتملك الارض مجاناً او بشروط ميسرة تفصلها الخطة.
- 6- حث البنوك المختلفة على الإقراض للمشروعات السياحية وتسهيل عملية الحصول على هذه القروض . لمواجهة الابعاء المالية المترتبة على الاستثمار في المشروعات السياحية الجديدة كاستيراد المعدات الرأسمالية الضرورية .
- 7- التوسع في منح الاعفاءات الضرورية للمشروعات السياحية الجديدة وهذا من شأنه تشجيع الاستثمار في مجال السياحة .
- 8- الالتزام في منح الاعفاءات الكمركية على الواردات السياحية من المعدات والادوات والتجهيزات للفنادق وغيرها اللازمة لتشغيل وتطوير وتجديد المنشآت السياحية القائمة والجديدة للعمل بكفاءة ونجاح .
- 9- الاهتمام بتنمية انماط سياحية جديدة كسياحة المؤتمرات والبحوث الى غير ذلك مع الاهتمام بتهيئة المستلزمات لها مثل قاعات الاجتماعات الكبرى لعقد المؤتمرات والفنادق الجيدة ومراكز الاتصالات والمراكز الترفيهية... الخ.

ثالثاً : دور الدولة في التنمية السياحية The state's role in tourism development

لاشك ان الدولة تمتلك الكثير من المقومات، والتي يتاح لها ان تلعب دوراً مميزاً في تنمية قطاع السياحة وبمشاركة القطاعات الاخرى وايجاد البيئة القانونية والتسهيلات الممكنة التي تساعد وتدعم وتشجع الاستثمار السياحي لرفع كفاءة اداء القطاع السياحي كمورد اقتصادي حيوي. ان تدخل الدولة يختلف من دولة الى اخرى وفقاً لعوامل منها :-

□ مدى اهتمام الدولة بالنشاط السياحي

□ المستوى الاقتصادي ونسبة السياحة كمورد اقتصادي حيوي .

□ فلسفة الدولة الحاكمة في تأطير نظامها الاقتصادي وطرق ادارتها للموارد .

ان تدخل الدولة في هذا المجال ضروري لوضع الخطط السياحية والمشاركة في تنفيذها لاعتبارات عديدة منها :-

1- اعتبارات سياسية :-

ان نشاط السياحة يتضمن عبور حدود الدولة والتعامل مع عناصر اجنبية، لذلك يتطلب تدخل الدولة في هذا النشاط، لتحديد شروط الدخول والخروج والافراد المسموح لهم بالدخول او غير مسموح لهم (عبود ، 2017 : 56)، كل ذلك لاعتبارات من الدولة والمجتمع .

2- اعتبارات بيئية :-

من خلال النشاط والعمل السياحي وللمزيد من الطلب السياحي تقدم الدولة مالياً من مغريات طبيعية واثريه وتاريخية وثقافية، لذلك يتعين على الدولة ان تضع كافة الشروط اللازمة لحماية تراثها الحضاري والثقافي . علماً بأن البيئة سهلة التدهور ان لم يتم الحفاظ

عليها وهذا يتطلب جهود من قبل الدولة، اي مما يستدعي ان تخضع الى عمليات تخطيط حفاظاً على المكونات الطبيعية كمصادر للجذب الطبيعي (سالم ، 2017 : 160) .

3- اعتبارات اجتماعية :-

يترتب على السياحة بانتقال ملايين الزائرين الاجانب من ذوي العادات والتقاليد وانماط المعيشة المختلفة عن تقاليد وانماط اهل هذا البلد، ويؤدي ذلك الى المواجهة بين هذه العادات والتقاليد، الامر الذي يترتب عليه نتائج ايجابية واخرى سلبية ومن واجب الدولة ان تتواجد لحماية المجتمع وضمان هذه الظاهرة بما يحقق اهداف البلاد .

4- اعتبارات اقتصادية :-

السياحة نمط من الانشطة التصديرية التي تؤدي انتعاشها الى زيادة تدفق النقد الاجنبي وتحسين ميزان المدفوعات وخلق فرص العمل وزيادة مساحة البناء والعمران، الذي يتطلب تواجد الدولة للحفاظ على هذه الايرادات السيادية والعمل على تنميتها من خلال دعم وتطوير النشاط السياحي في البلاد .

=ولهذا فأن وضع استراتيجيات للتنمية السياحية وتطوير مكونات القطاع السياحي ان يؤخذ بنظر الاعتبار دور الدولة الفاعل في هذا المجال .

رابعاً :- معوقات التنمية السياحية

Obstacles to tourism development

ان وضع استراتيجيات لتنمية قطاع السياحة في العراق، ينبغي ان تؤخذ بنظر الاعتبار مسألة معالجة العقبات والمشكلات التي يعترض طريقة وضع هذه الاستراتيجيات وتنفيذها . ومن ابرز هذه العقبات :-

1- نظم المعلومات:

ان وجود نظم معلومات يعتبر العمود الفقري لهيكل التخطيط للتنمية بصورة عامة، وللتنمية السياحية بصورة خاصة . اذ ان توافر المعلومات والاحصاءات السياحية يساعد بشكل انسيابي وضع خطة واقعية ومتמاسكة .

ان نظم المعلومات في الكثير من الدول النامية ومنها العراق يتميز بغياب الكثير من المعلومات والبيانات اللازمة لإنجاز عملية التخطيط للتنمية السياحية، وان وجدت معلومات وبيانات فإنها غير واقعية اذ تتعلق بتصنيف السائحين حسب الجنسية، وعدد السائحين موزعاً على شهور السنة، وعدد الليالي السياحية (عبود ، 2017 : 49)

ان المعلومات والبيانات الضرورية واللازمة ينبغي ان تتعلق بما يلي :-

أ- توزيع السياح بحسب طريقة الوصول الى البلاد السياحية .

ب- الغرض من القدوم للبلد السياحي .

ج- اماكن اقامة السياح (المدن، المصايف، القرى السياحية، الفنادق)

د- الاماكن المفضلة للسائح .

هـ- تصنيف السياح حسب السن والجنس والبلد الذي قدم منه .

و- معرفة رأي السياح في الاماكن السياحية .

ان توافر مثل هذه البيانات والمعلومات يمكن القائمين بالتخطيط من التوسع في انشاء الفنادق من فئة معينة، وتحسين الخدمات فيها من جهة اخرى، او مثلاً تطوير الخدمات المرفقة والملحق بها . كذلك تطوير وتنمية الموارد البشرية والمقومات المادية الاخرى والموجودة بالفعل .

كما ان معرفة عدد السياح موزعاً حسب طريقة الوصول يساعد في تطوير ودعم طرق النقل ووسائل المواصلات اللازمة من البلد الى الخارج، او من خارج البلد الى الاماكن السياحية دون حصول اختناقات .

ان التخطيط المستند الى قاعدة من البيانات الدقيقة يجعل من التخطيط السياحي يمتاز بالمرونة والواقعية اي يمكن اجراء تعديلات اذا اقتضت الضرورة بناء على المتابعة المستمرة . كذلك يجعل منه تخطيطاً سياحياً شاملاً لجميع جوانب التنمية السياحية، الاقتصادية، الاجتماعية، الثقافية، البيئية .

2- سوء توزيع الاستثمارات في قطاع السياحة:

ان عملية توزيع الاستثمارات السياحية بشكل عشوائي بعيداً عن عناصر الطلب السياحي يربك عملية التخطيط للنهوض بواقع القطاع السياحي في العراق وغيره من البلدان .
اذ من الملاحظ ان بعض شركات الاستثمار السياحي تستثمر في مجالات قد لا يحتاجها السائح (كافي ، 2008 : 86)، وهذا تبذير للأموال والمقومات السياحية، ان الاستثمار ينبغي ان يكون في تهيئة البيئة الجاذبة للسائحين، وتحقيق عائد مرضي للمستثمر الخاص حتى يستثمر في مشروعه الاستثماري. والاهم من ذلك ان يهدف الاستثمار السياحي المحافظة على قيمة الاصول الحقيقية. اي المحافظة على قيمة رأس المال الاصلي المستثمر في المشروع السياحي (الطائي ، 2004 : 180) . وهذا مما ينبغي ان يكون واضحاً حتى ينجح التخطيط للتنمية السياحية .

3- عدم فعالية التسويق السياحي :

ان عدم وجود نظام فعال للتسويق في مجال السياحة، يشير الى عدم تلبية رغبات وطلب السائحين، اذ ان التسويق يعني بيع المنتج السياحي بكل الوسائل المتاحة، اذ التسويق نشاط ليس بالنشاط المنفصل عن بقية النشاطات الاخرى في الاماكن السياحية .
ان التسويق يبدأ قبل انتاج الخدمة وخلالها وبعده الى اصال السلعة او الخدمة الى المستهلك او السائح (الطائي ، 2004 : 201). ولهذا فعند التخطيط للتنمية السياحية يجب ان تتوفر نظم معلومات تسويقية كافية لإنجاح الخطة في مجال تنمية القطاع السياحي .
فالتسويق السياحي الناجح يوفر القناة لدى السائح بأن هذا المنتج السياحي هو افضل ما يقدم في سوق السياحة . فالدولة قد تمتلك الكثير من الموارد السياحية لكنها تفتقر الى التسويق الناجح لمواردها داخلياً وخارجياً. ان التقصير في تسويق المنتج السياحي يؤثر سلبياً على خطة تطوير القطاع السياحي فينبغي معالجة ذلك .

4- ضعف الخدمات السياحية:

ان انخفاض مستوى الخدمات الاساسية والمساعدة للسياحة، يؤثر سلبياً على تنفيذ خطط تطوير القطاع السياحي. اذ ان التحسن في الطرق والمواصلات ووسائل الاتصال يساعد على تحريك الطلب السياحي وبالتالي تحريك عناصر الخطة السياحية. وهذا وان ضعف الخدمات المساعدة للسياحة لا تتعلق فقط بالطرق والمواصلات وانما ايضاً بشبكات الصرف الصحي والكهرباء والانارة والماء وكل هذه تعاني من تدهور في العراق مما يؤثر سلبياً على الخطط السياحية.

5- الاستقرار السياسي:

يؤكد خبراء السياحة، بأن البلد السياحي ينبغي ان يتمتع بالاستقرار الأمني والسياسي، اذ ان ذلك من العناصر المهمة للجذب السياحي، وسهولة تنفيذ الخطط السياحية .

ان العراق يعاني من قلة الاستقرار الأمني، بسبب عدم سيادة القانون وتفشي البطالة بسبب تدهور الاقتصاد وتفشي الفساد الاداري والمالي وهذا كله يؤثر سلبياً على الخطط السياحية وضعاً وتنفيذاً.

الاستنتاجات : Conclusions

اثبت البحث الحقائق التالية:

- 1- كما ان البحث اثبت بان السياحة مورد مهم لا يقل عن النفط في تحقيق دخل وعائد حتى يمكن القول بان السياحة لمن لا نفط له .
- 2- البحث اشار الى دور السياحة في تحقيق وتائر عالية للنمو الاقتصادي من خلال توليد الدخل وخلق فرص التشغيل . وبالتالي فان لها دوراً هاماً في تحقيق الاستقرار الاقتصادي
- 3- اثبت البحث بان العراق يملك موارد طبيعية وخصائص سياحية عديدة ومتنوعة تشكل مجموعتها منتجاً سياحياً في غاية الاهمية . وعناصر جذب قابلة للاستثمار وفي مجالات متعددة .
- 4- واجه قطاع السياحة في العراق اهمالاً واضحاً خلال العقود الثلاثة الاخيرة ادت الى تراجعها بسبب الحروب والحصار والعقوبات الدولية .
- 5- قصور وانعدام للخطط التنموية السياحية، مما ادى الى قلة الاهتمام بالاستثمار في مجال السياحي .
- 6- عدم وجود قاعدة بيانات ومعلومات تعريف خاصة بالقطاع السياحي عن المواقع الاثرية والحضارية لتزويد السياح بما يحتاجونه من معلومات .

التوصيات: Recommendations

- 1- النهوض بقطاع السياحة بجميع انواعها لامتلاك العرض بمقومات العرض السياحي الخاص بها .
- 2- الانفاق الى جانب الاداري في هذا المجال والعمل على اعداد كوادر ادارية متخصصة ومدرّبة لتطوير العمل السياحي في العراق .
- 3- العمل على تخصيص موارد مالية وميزانية لتنمية القطاع السياحي والترويج والدعاية للتعريف بالاماكن السياحية في العراق .
- 4- خلق بيئة استثمار مناسبة ومستقرة سياسياً واقتصادياً لتشجيع القطاع الخاص للاستثمار في القطاع السياحي .
- 5- الاخذ بمبدأ التخطيط السياحي لتأمين عمليات التحديث والتطوير للمناطق السياحية .
- 6- تشجيع الاستثمار في صناعة السياحة والفندقة بمختلف السبل .

المصادر (Sources)

1. د. مصطفى فرج، التفسير المختصر للقرآن الكريم، بيروت، دار الهادي، 2007، .
2. د. مصطفى فرج، مصدر سابق.
3. عادل عبد جواد منسي، تسويق السياحي، القاهرة، دار الكتب المصرية، 2001 .
4. حسام عبد الحليم عيسى ، السياحة ودورها في مجال التنمية الاقتصادية والاجتماعية، بحث مقدم الى المؤتمر السنوي الثالث للقانون بكلية الحقوق، تحت عنوان القانون والسياحة، جامعة طنطا، مصر، للفترة من 26-27 ابريل 2016، متاح على شبكة الانترنت law.tanta.edu.eg/files/pdf.

5. زينب توفيق السيد، تقييم اثر النشاط السياحي في النمو الاقتصادي في مصر، مجلة بحوث اقتصادية عربية، القاهرة 2014.
6. د. محمد العطاء، صناعة السياحة واهميتها الاقتصادية، مركز الدراسات والبحوث، دمشق 2010.
7. زينب توفيق السيد، مصدر سابق .
8. الجهاز المركزي للإحصاء، وزارة التخطيط، مسح الفنادق ومجمعات الايواء السياحي، العراق 2012 .
9. د. رجاء عبدالله عيسى ، د. خولة رشيد حسن، أثر الاستثمار السياحي في تنويع مصادر الدخل في العراق للسنوات (2000-2015)، مجلة العلوم الاقتصادية ، كلية الادارة والاقتصاد- جامعة البصرة ، 12 ، 45 ، 2017 .
10. د. سعد ابراهيم حمد ، واقع العرض والطلب السياحي في العراق دراسة تحليلية، مجلة ابحاث كلية التربية الاساسية، المجلد 10، العدد 4 ، 2011 ، متاح على شبكة الانترنت 7668=iasj.net/iasj?fulltext&aid .
10. الجهاز المركزي للإحصاء، وزارة التخطيط، احصاء الفنادق، العراق 2006 .
11. الجهاز المركزي للإحصاء، وزارة التخطيط، احصاء المرافق السياحية، العراق 2013، 2015
12. اللجنة الفنية لأعداد الخطة الوطنية الخمسية 2010 – 2014، وزارة التخطيط والتعاون الانمائي، قطاع البناء والتشيد، محور السياحة والتراث، العراق 2019 .
13. د. سالم محمود عبود، اقتصاديات السياحة الدينية، بغداد، دار العلوم الادارية، 2017 .
14. مصطفى يوسف كافي، اقتصاديات السياحة، سوريا، دار الرضا، 2008 .
15. للتوسع في ذلك راجع :-
- محمد البناء، اقتصاديات السياحة والفندقة، بغداد، الدار الجامعية، 2009 .
- مجيد الكرفي، السياحة الدينية في العراق، بغداد، دار الشؤون الثقافية، 2012 .
16. د. سالم محمود عبود، مصدر سابق .
17. د. سالم حميد سالم، المخاطر التي تواجه السياحة وسبل ادارتها دراسة نظرية، مجلة العلوم الاقتصادية والادارية، بغداد، العدد 96 ، 2017 .
18. د. سالم محمود عبود، مصدر سابق .
19. مصطفى يوسف كافي، مصدر سابق .
20. د. حميد الطائي، التسويق السياحي – مدخل استراتيجي، الاردن، دار وائل، 2004 .

The reality of tourism sector in Iraq and ways of its reinforcement

Assist. Prof. Jawad Kadhem Hameed

Lecturer. Hussien Ali Ahmed

Lecturer. Muhammed Hassan Awda

University of Basrah, College of Administration and Economics,
department of Economics

Abstract:

The tourism sector considers as an important source for social and economic progress in Iraq, but we note that this sector is still suffering from neglect and poor services in many tourist facilities. Despite the existence of numerous tourism potentials, we note the absence of a proper investment which could make this sector as an economic income source to the country.

This paper has focused on discussing suggestions for setting a strategic vision that can represent tourism sector to enhancing the economy through addressing the relevant issues of tourism sector in Iraq.

Keywords: Tourism, Supply, tourist, Tourist accommodation, Tourism development.