التصنيـع السياحي و ستراتيجيـة التنميـة السياحيـة الوطنيـة
(خيار أمثل لدعم النمو الاقتصادي في العراق)

الاستاذ المساعد الهام خضير شبر
كلية الادارة والاقتصاد –الجامعة المستنصرية

ملخص البحث

تتمتع السياحة بخصائص ستراتيجية جعلتها تعد جزءا هاماً من النشاط الاقتصادي المعاصر، حيث تسهم بشكل كبير من الحد من مشكلة البطالة وزيادة الدخل القومي وجذب العملة الاجنبية مما جعل منهاصناعة 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 وديناميكية تنافسة يمتلكة العراق من ثروات سياحية متنوعة وفريدة ومقومات التصنيع السياحي لو تم استغلالها ضمن برنامج عمل متكامل ومشترك من خلال ستراتجية وطنية للتنمية السياحية في العراق ولأمد طويل تساهم في معالجة وتخفيف المشاكل التي تواجة المجتمع والاقتصاد في المرحلة الراهنة والمستقبلية

Abstract

Tourism has strategy characteristics that make it Avery important part in the in the modern economic activities. Tourism takes a wide part to put in end to the unemployment problem and increased national income. It 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 .

المقدمه

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

والترفية والتعرف على ثقافات ومعارف جديدة ناهيك اثارها الممتدة للحفاظ على البيئة واستدامة الموراد 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 الأنجازات الممكنة حتى ضمن خطط التنمية الوطنية الشاملة التي تتناول القضية بالعموم ولم تدعو الى السبل والسياسات التي تعمل ضمن أطار برنامج عمل مشترك بين كل الجهات ذات العلاقة بالعمل السياحي في العراق لجعل السياحة خيار ضروري لدعم النمو الأقتصادي في ظل التحول الى أقتصاد السوق الذي انتهجته الحكومة بعد ٢٠٠٣. ولذلك كان غياب استراتجية 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 والأقتصاد 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

١- التعريف بمفهوم صناعة السياحة والتصنيع السياحي الحديث وأرتباطاته بالتنمية السياحية.

٢- توضيح أهم الأستراتجيات والسياسات الخاصة بالتنمية وأمكانيات الاستفادة منها وتطبيقها في تنمية الأقتصاد السياحي العراقي.

٣- توجيه الأنظار نحو أهداف التنمية السياحية ولمقومات نجاحها في العراق من خلال مساهمتها في تحقيق الأهداف الأستراتيجية للخطة الوطنية الشاملة في العراق.

٤- أقتراح نماذج لأستراتيجيات ممكن تطبيقها في أطار رؤيا مستقبلية لمراحل التنمية السياحية في العراق.

ثالثاً:- فرضية البحث

تبني أستراتيجية واقعية وطنية للتنمية السياحية في العراق ولأمد طويل في أطار الخطة الوطنية الشاملة يجعل من السياحة خياراً وطنياً،ضرورياً لدعم النمو الأقتصادي وتجاوز التحديات المختلفة التي تواجه المجتمع والأقتصاد 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 طرحاً جديداً على الأقل على المستوى السياحي المحلي- وتحليل واقع العراق السياحي في أطار المؤشرات الخاصة للخطة الوطنية الشاملة (٢٠١٠-٢٠١٤) ومؤشرات تتعلق بالمتغيرات السياحية في العراق أضافة 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 للجنه التنظيمية للأمم المتحدة التصنيع بانه " عملية تطوير الهيكل الأقتصادي الداخلي المتعدد الفروع، والمجهز بتقناته حديثة والذي يتميز بقطاع تحويلي دينماكي، ويملك وينتج وسائل الأنتاج وسلع الأستهلاك والقادر على ضمان معدلات نمو عالية للأقتصاد كله وتحقيق تقدم أقتصادي وأجتماعي.(الخير،د.طارق وكركور،د.عدنان،١٩٩١، ٢). 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 الأستخراجية ولذلك فأن الدول التي تمتلك قطاعاً ضخماً من الصناعات الأستخراجية (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:-

١- كونها تضيف أكبر قدر ممكن من القيمة المضافة الى الخامات او مصادر الطاقة.

٢- أن هذه الصناعات تتطلب أستخدام قدر كبير من العمل الأنساني ومن التكنولوجيا علماً بأن التكنولوجيا هي أيضاً نتاج نوعي للعمل الأنساني.

٣- هذه الصناعات تعزز حركية المجتمع وتقود عملية أنتاج القيم الأستعمالية والأستبدالية.

٤- أن أطار الصناعات التحويلية واسع جداً ويشمل عدد كبير من المنتجات وهذا العدد يتزايد بسرعة كلما تطور المجتمع وتقدم.

٥- لهذه الصناعات أثراً أيجابياً كبير على مجمل البيئة الأجتماعية لأنها تحرك هذه البيئة من خلال تدريب الأعداد المتزايدة من الكوادر وفتح الجامعات والمعاهد المتنوعة الأختصاص الضرورية لتطور الأقتصاد.6- كونها تسهم في تطور الطلب الأجتماعي على المنتوجات، كما تسهم في تطوير الحاجات وله أثر تحريضي وتراكمي في جميع زوايا الأقتصاد والمجتمع.

أذن يرتبط مفهوم التصنيع بمفهوم التنمية أرتباطاً كبيراً، خاصة لو اكدنا على أهمية التصنيع في تنويع الأقتصاد القومي "Diversification" في الدول الآخذه 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 الأعتماد على أستيراد مكونات الأستثمار من الخارج.(محي الدين، د.عمرو،التنمية والتخطيط الأقتصادي،١٩٧٢، ٢٢٦)

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 الأقتصادية بحسب توجهات وأعتماد مفكر بها ومعتقديها.*

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

الاولى:- ستراتيجية التنمية عل أساس الاحلال محل الوارداتأي 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:- ستراتيجية التنمية على أساس تشجيع تنمية الصادرات:-اي سياسة التوجه الى الخارج وتنويع 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 ان 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 متفاوته مع التركيز على احداهما في وقت معين وعلى الثانية في وقت آخر.(ساموبسلون،٢٠٠٦، ٥٥).

ولذلك ظهرت أراء من خلال سياسة الأعتماد على الذات ، اي الأنطلاق 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 أعتماد على الخارج.والأعتماد على الذات لا يعني الأنغلاق 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: ١- شافعي،د.محمد زكي، للتنمية الاقتصادية،القاهرة دار النهضه العربية،القاهرة،١٩٦٨،ص٨٩-٩٢.
٢ - محي الدين،د.عمرو،التنمية والتخطيط الأقتصادي،مصدر سابق،ص٣٥٧-٣٦٨.

** أنظر في ذلك:١- ساموبلون ونور دهاس،علم الأقتصاد،مكتبة لبنان ناشرون-بيروت-لبنان-٢٠٠٦،ص٢١٧-٢١٨.
٢ -. John Tribe,the economics of recreation, Leisure & tourism, Great Britain,2004:p 501

قانون الميزات النسبية، أي ان التصنيع ضروري لكل أقتصاد بشرط ان يرتبط بميزات البلد المتاحة كأن تكون أمكانات زراعية أو سياحية مثلاً وهي نقطة مهمة يجب ان تنطلق منها عند أختيار نمط التنمية الملائمة.وتبرز سياسات آخرى في مجال سياسة الأستثمار والتي تعني بتحديد الأولويات التي يتم أستناداً أليها أختيار المشروعات الأستثمارية في أطار عملية التنمية بما يتضمنه ذلك من تحديد لحجم الأستثمار وتوزيع هذا الأستثمار على مجالاته المختلفة(*)

وسنركز على سياستين تهمنا 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 الأنتاجية (برنامج التنمية الضخمة والمتلاحقة وما يسمى بالدفعة الكبيرة)(Big push) وهذه السياسة لا تتوافق مع ظروف أغلب الدول النامية ذات المستوى المنخفض في الدخل ولا تتوفر معه محفزات الأستثمار الممثلة بالطلب ولأنها تركز على أنتاج سلع أستهلاكية على حساب أقامة الصناعات الأنتاجية يؤدي الى تثبيت حالة أزدواجية الأقتصاد (خلف،د.فليح،١٩٨٦، ٢٠٦-٢٠٩).

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 الأستثمارية الأخرى ويعتمد على مبدأ الوفورات الخارجية كونه يؤكد على فكرة الترابط بين المشروعات الأستثمارية من خلال أثار الدفع الى الامام وآثار الدفع الى الخلف ويطلق على هذه المشروعات الاستثمارية بـ (القائدة) كونها تقود عملية النمو ويرى هيرشمان ان أفضل وسيلة لتحقيق النمو الأقتصادي هي توليد أختلال متعمد في الأقتصاد ويشير الى ان البلدان المتقدمة أنطلقت بداية من بعض الأنشطة والقطاعات التي حفزت أنشطة وقطاعات آخرى، وهناك أعتراضات على هذه السياسة كون أغلب الدول النامية تواجه عوائق في الأستثمار والأستيراد من الخارج وصعوبة في عملية أتخاذ القرار الأستثماري وتحديد المشاريع القائدة بسبب النقص في القدرات والكفاءات التي تتصل بتوفير المعلومات وأتخاذ القرار.

ويرى أغلب الكتاب والباحثين في أقتصاديات السياحة ان سياسة النمو غير المتوازن هي المناسبة لتطبيقها في الدول ذات الأمكانيات 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 لتحفير باقي القطاعات الاقتصادية الاخرى على النمو وكذالك مساهمتها في تحقيق التنمية المتوازنة والمستدامة بين اقاليم البلاداضافة الى اثارها الاجتماعية والثقافية والبيئة الاخرى.

* أنظر في ذلك: ١- شيمليون،ن،ب،التنمية الاقتصادية في العالم الثالث، ترجمةد.مطانيوس حبيب وشوكت يوسف،دار التقدم العربي،١٩٧٤، ص٧١-٨٣.
٢- محي الدين،د.عمرو،التخلف والتنمية، دار النهضة المصرية، ١٩٧٩،ص٢٨٥-٢٣٩.

ثانياً:- صناعة السياحة والتصنيع السياحي

كون السياحة هي صناعة تتعاون على سد احتياجات السائح (كامل،د.محمود،١٨)

وتعرف انها انتاج اقتصادي يشبع حاجات من المؤكد انها من الحاجات الانسانية الرفيعة ولذالك فان سوقها تتاثر 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 والتكنلوجيا 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 المنتوج ،والسوق الي يباع فيه المواد المستخدمة، والظروف التي ينتج بها. (Wahab,10)

اذن المنتوج 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 لانة متطلبات الحياة الاقتصادية الجديدة عقدت حقل الانتاج وتنوعت الانشطة الانتاجية فحين اعادة النظر في معنى الصناعة يظهر ان اي منتوج (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 وبذالك تنفرد كصناعة جديدة. (S.Medlik:1478,117)

وهناك من يؤكد فكرتين فرعيتين في أطار عملية الأستهلاك الراهن:-

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

والثانية:- أن هناك عملية تقوم على تحويل العديد من الأمور التي لم تكن أصلاً معدة للتجارة والأقتصاد 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 سلعاً معينه لا تنتج لأنه هناك حاجه لها بل لأنها يمكن أن تصبح ذات قيمة نقدية ،سوقية، وأن من جاء بعد ماركس طور الفكرة مؤكداً على فكرة التشيوء (تحويل الأنسان الى شئ) بسبب ما تفرضه علاقات عمليات السوق في نمط الأنتاج الصناعي أصبح الأنسان يشعر بالأغتراب داخل مجتمعه وأنه أصبح جزءاً من الآله ومن عملية الأنتاج ونمط حياة مغلق يعزله عن محيطه الأجتماعي لذا شكل الهروب للطبيعة والمجتمعات غير الصناعية حاجه ملحه ليشعر بأنسانيته والتي توفر السياحة جانباً مهماً منها.(ميثان،كيفن،٢٠٠١، ٥).وبالتالي فان السياحة صناعة مكتملة لكل المقومات الاربعة المعروفة:

١-**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 الآثرية والطرق الجيدة والمواصلات...الخ) كل هذه مقومات

تخلق مكان ما مركزاً سياحيا يرتاده الناس ويمكن للدولة الأستفادة منه (الحوري،د.مثنى،رؤوف،د.قيس،٥٧-٥٨).

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

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

٤- **التنظيم** عنصر مهم في أي نشاط أنتاجي او خدمي ولذلك النشاط السياحي يحتاج الى المهارات التنظيمية التي تكون قادرة على التوفيق بين عناصر الأنتاج ومزجها بالنسب الكفيلة لتحقيق الكفاءة للمشروع. (الروبي،د.نبيل،١٩٨٧، ١٨٧).

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

ومن هنا تظهر السياحة كأي صناعة أخرى قائمة على تحويل الموارد الأنتاجية الى أشكال أخرى سلعية او خدمية مختلفة وبالشكل الذي يترتب عليه تغيير في طبيعة أستخداماتها وذلك لغرض أشباع حاجات معينه تُعد بالأساس بكونها من الحاجات الترفيهيه العليا وكذلك الحال في طبيعة مساهمتها في أجمالي القيمة المضافة التي يمكن ان تحقيقها كأي نشاط أقتصادي قائم بذاته وبما يفضي الى دعم الأقتصاد القومي (الخوام،عبد المطلب،١٩٩٦، ٩)، هذا أضافة الى ان المشروع السياحي يُعد أيضاً مكملاً لمقومات المشروع الصناعي بصورة عامة (المتمثلة بكل من الهيئة،المكان،الزمان،الملكية) حيث انه يتمثل وكأي وحدة أستثمارية صناعية ذات كيان محدد المعالم يسعى الى تحقيق هدف محدد وذلك عن طريق تكوين طاقة أنتاجية جديدة أو رفع كفاءة الطاقة الانتاجية الحالية او كليهما(عبد العزيز،مصطفى،كداري،طلال محمود،١٩٨٦، ٧).

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 كاقة أنواع المرافق وأقامة السياح ومنشآت الترفيه التي يمكن ان يحتاج أليها الأنسان أثناء 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 وتشييد مراكز سياحية (Tourist Complexes) تتضمن مختلف الخدمات التي يحتاجها السائح أثناء أقامته (سليم،عبد الرحمن،١٩٨٩، ٢٨).

ثالثاً:- الأعتبارات المرتبطة بالتصنيع السياحي والتنمية

١- تحتاج برامج التنمية السياحية الى الكثير من المشروعات المتشابكة 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، ٣٩)

٢- أعطاء الأولوية في أستغلال المناطق السياحية التي تزيد من موارد البلاد من النقد الأجنبي عملاً بالقاعدة الأقتصادية التي تنادي بالأهتمام بالصناعات التي تزيد من قدرة البلاد على التصدير وذلك لأن ماينفق على المناطق ذات القدرة على تصدير خدماتها تعتبر أستثماراً أنتاجياً يزيد القدرةالأنتاجية 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.

٣- بالنسبة للدول التي تعاني من نقص مواردها المالية لتغطية الأنفاق اللازم للتعمير 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 أقتصادية 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 ينجذب أليها القطاع الخاص بسهولة وان يكون دور القطاع العام هو فتح مجالات التنمية في المناطق الجديدة.

المبحث الثاني – الأعتبارات الأساسية لأختيار السياحة كستراتيجية داعمة للنمو الأقتصادي 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، ٢٠٠١-٢٠١٤).

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

٢- المركزية أسلوب في أدارة الأقتصاد العراقي جعل القطاع العام هو القائد لعملية التنمية ويرافقه تهميش دور القطاع الخاص.

٣- التراكم الرأسمالي عملية تحققت وفقاً لأسلوب تراكم التحويلات النفطية الى القطاعات الأقتصادية على شكل موجودات ثابته 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 حقيقة ومستدامة لذلك كانت عرضة للأنهيار لأي أزمة أقتصادية أو غير أقتصادية.

٤- غياب القاعدة الفكرية والعملية للتنمية البشرية المستدامة عند توزيع الدخل مابين الأستثمار والأستهلاك مما جعل العملية التنمويه بعيدة عن مقاييس التنمية المستدامة لتحسين نوعية الحياة.

٥- أنفصام وعدم أتساق وتناغم صفات ميزت فروع السياسة الأقتصادية عند التطبيق وتحديداً السياسيتين المالية والنقدية، مما فاقم من حدة الأزمات التي تعرض لها الأقتصاد العراقي كالبطالة والتضخم وتفشي ظاهرة الفساد الأداري.

مما تقدم من السمات التنمويه 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 االفريدة 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 اولا ان نوضح الاهداف الاستراتيجيه للخطه الوطنيه(٢٠١٠-٢٠١٤)

١- العمل على زيادة الناتج المحلي الأجمالي بنسبة ٣٨،٩% كمعدل نمو سنوي خلال الخطة.

٢- العمل على تنويع الأقتصاد والذي يعتمد بشكل كبير للغاية على ايرادات النفط الى أقتصاد يتسم بزيادة تدريجية في نسبة مساهمات القطاعات الآخرى في الناتج المحلي الأجمالي وبخاصه القطاعات الانتاجية (الزراعه،الصناعة،السياحة..ألخ) وبمشاركة متنامية للقطاع الخاص .

٣-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 متعافيا بشكل مستمر للعراق.

٤-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 حاليا ١٥% بما في ذلك البطالة الموسمية والمقنعة وما يرتبط بالبطالة من مشـــاكل اجتماعية ويتوقع توليد بين (٣-٥،٤) مليون فرصة عمل نتيجة تنفيذ الخطة.

٥- زيادة وتحسين كمية ونوعية المياه المجهزة للاستهلاك البشري على الامدين المتوسط والطويل ومضاعفة نسبة التغطية لمشاريع الصرف الصحي مكانياً لتشمل المحافظات كافة.

٦-العمل على تحفيف الفقر الواسع الانتشار حاليا في العراق، وذلك من خلال العمل على توليد فرص عمل ودخل مستدامين وتامين الخدمات الاجتماعية الأساسية للفقراء وكذلك تامين التاهيل والتدريب في مجالات العمل الجديدة وخاصه فئات المجتمع الاكثر تعرض للمخاطر مثل(اليتامى والارامل وذوي الاحتياجات الخاصة) ويتوقع ان تخفض نسبة الفقر بنسبة ٣% خلال تنفيذ الخطة.

٧- العمل على تحقيق تنمية مكانية ومترابطة التي تضمن التفعيل او الاستثمار المنتج للموارد وتخصيصات الاستثمار المتوازن جغرافيا والسعي نحو تقليل الفروقات والحواجز والازدواجية على المستوى الاقليمي للمناطق وتهدف الخطة الى تحقيق توزيع متوازن للبنى التحتية الاساسية ،.

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

٩- زيادة الوعي والقبول بمبادى التنمية المستدامة ومبادى جودة نوعية الحياة ومتطلبات ذلك على مستوى قطاعات الاقتصاد كافة،

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

ولتحقيق هذه الاهداف يتطلب تامين الاستثمارات المطلوبة بحوالي (٢١٨) ترليون دينار عراقي اي ما يعادل (١٨٦) مليار دولار خلال السنوات الخمس ٢٠١٠-٢٠١٤ومساهمة القطاعين الحكومي والخاص في تمويلها (٥٣,٧% و ٤٦،٣%) على التوالي.

والجدول (١) يوضح نسبة التخصصات الأستثمارية للخطة حسب الأولوية.

القطاع	نسبة التخصصات
القطاع الزراعي	%٩،٥
القطاع الصناعي	%٣٠
النفط	%١٥
الكهرباء	%١٠
الصناعات التحويلية	%٥
قطاع النقل والأتصالات	%٩
قطاع المباني والخدمات	%١٧
قطاع التربية والتعليم	%٥
تنمية الأقاليم	%١٢،٥
أقليم كردستان	%١٧
المجموع	%١٠٠

المصدر: وزارة التخطيط والتعاون الإنمائي، خطة التنمية الوطنية الشاملة(٢٠١٠ -٢٠١٤).

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 وتامين 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 المباني والخدمات ١٧% وتشمل (الصحة والسياحة والاسكان وغيرها) ويخصص ٥% للتربية والتعليم باعتبار ان الانسان وسيلة التنمية وغاياتها، ومن الماخذ في هذا المجال هو عدم استقلالية القطاع السياحي بشكل

مستمر في خطة وتقارير ومسوحات واحصائيات 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 والانشطة المكونة للقطاع السياحي في العراق.

نلاحظ ان الاهداف الاستراتجية للخطة الوطنية للتنمية الشاملة ٢٠١٠-٢٠١٤ جاءت لمعالجة او تحفيف بعض المشاكل في اطار التحديات المختلفة التي تواجه الاقتصاد والمجتمع العراقي منها تحديات اقتصادية واجتماعية و بيئية واخرى خاصه بالتنمية المكانية والتنمية الريفيةوالتي 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 الاستراتجية 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 والغير 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 (التقرير السنوي لمنظمة السياحة العالمية 64,2001).

ويتوقع مجلس السياحي العالمي ان القطاع السياحي والانشطة المكملة والمرتبطة به سيكون اكبر ميدان لتشغيل الشباب في معظم البلدان ويتوقع زيادة فرص العمل الى ٢٤٩ مليون فرصة عمل عام ٢٠١٢ (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 والمستدانة دورها في توفير العملات الاجنبية ودعم ميزان مدفوعاتها لتصل نسبة الصادرات السياحية لبعض الدول السياحية المتقدمة سياحيا في العالم الى اكثر من ٣٠% 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 ٤٠ او ٥٠ صناعة وخدمة وبذالك تتميز بقدراتها الفائقة على بعث سلسلة من العمليات والنشاطات الانتاجية والاستثمارية في الاقتصاد القومي مما يساهم اكثر من (١٤٠) قطاع فرعي في تصنيع المنتوج السياحي (الحوري، والدباغ،اقتصاديات السياحة،١٩٤،٢٠٠٠) .

لذالك 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 ستلعبة السياحة في اهداف التنمية التي حددتها خطة التنمية الشاملة (وزارة البيئة اللبنانية وزارة الدولة للشؤون البيئة السورية،ص٢٦)

لذلك فان تبني استرتجية وطنية للتنمية السياحية في العراق يساهم في تحقيق الاهداف الاستراتجية للتنمية الوطنية المذكورة من خلال الفقرات التالية:

١- المساهمة في توليد الناتج المحلي الاجمالي خاصة اذا كانت نظرة الدولة للسياحة كونها قطاعا اقتصاديا وانتاجيا يخلق القيمة المضافة في ظل التغيرات السريعة في الاقتصاد والمجتمع العراقي بعد ٢٠٠٣ حيث اكدت الدراسات العلمية التي تمتد من ١٩٧٥-٢٠٠٧ 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 ،٢٠١٠، ١٣٥) فالمطلوب في المرحلة القادمة العمل على زيادة هذه النسبة من خلال وضع استرتجية 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.

٢- العمل على تنوع مصادر الدخل القومي وتنوع صادراته(وان العراق يعتمد على الصادرات النفطية٩٣% من الاجمالي) زيادة وقدرة العراق التنافسية من خلال دعم قطاع السياحه وجعله قطاع فاعلا ومؤثر في الحياة الاقتصادية من خلال الترويج لخلق انماط سياحيه 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.

٣- توفر فرص الاستثمار السياحي في تنمية وتطوير مناطق سياحية ذات امكانيات غير مستغلة (طبيعية ، تاريخية ، وتراثية، وموروثات شعبية ...الخ) وتمد التنمية الى مناطق نائية او ريفية مهملة رغم امكاناتها السياحية والتي تساعد في توفر الخدمات الاساسية الأجتماعية وسيتم تامين المرافق الحيويه من الطاقه الكهربائيه 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 أليها التنمية والمناطق الريفية خصوصا .

٤- أبراز دور القطاع الخاص ضمن الأهداف الأستراتيجية للتنمية السياحية وأدارتها على ان يكون مؤثراً وفاعلاً في الحياة الأقتصادية والأجتماعية في العراق وان يكون شريكاً منتجاً وقائداً في بعض المشاريع التي يكون قادراً على أدارتها وتشغيلها وبكفاءة أقتصادية (كالفنادق والمدن السياحية وشركات السفر والسياحة وفي النقل والمطاعم وأماكن التسلية ا) وتبتعد تدريجياً عن الأسلوب المركزية في أدارة الأقتصاد السياحي من قبل القطاع العام والذي كان سائداً طول العقود الماضية والسعي في مشاركة القطاع الخاص في أدراة وتنميةالسياحه والأستفادة من مزايا التحول نحو أقتصاد السوق.

٥- من أهداف التنمية السياحية الأساسية هي التنمية البشرية المستدامة وكون العنصر البشري هو غاية ووسيلة التنمية فكيف الأنسان هو المحور والعنصر الديناميكي لصناعة السياحة سواءاً كان مستهلكاً (سائح) أو منتجاً

وبائع للخدمات السياحية أو مواطناً عادياً ومن السكان المحلين للمنطقة السياحة وبالتالي فالتنمية السياحية ترتبط أرتباطاً وثيقاً في تحسين نوعية الحياة في الأقليم او المنطقة ذات الخيرات السياحية والتي عانت من الازمات التي مر بهاالعراق.

٦- تهدف التنمية السياحية ان تكون جزء فاعلاً في العملية التنموية الشاملة في أطار نظرة طويلة الأجل للترابط بين السياحة وسائر القطاعات الأقتصادية الاخرى في مجال تلبية احتياجات التنمية السياحية للمرحلة الحالية والقادمة (المتوسطة وطويلة الأجل) تلبي من خلالها القطاعات الأقتصادية 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 نتيجه تصدير المنتوج السياحي للأسواق المجاورة أو العالمية.

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

٨-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 ١٩٨٥-١٩٩٥ 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،٢٠٠١، ١٦).

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 استراتجية وطنية للتنمية السياحة في العراق

ان الاستراتجية 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 الاستراتجية 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 منهاتوفر الخبرة الفنية وطبيعة الاسواق والمناخ الاقتصادي والاجتماعي والمستوى الثقافي ومشروعات التمويل(سليم، عبد الرحمن، ١٩٨٩، ٣٦).من خلال استراتجية 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،٢٠٠٨، ٥٣) ومن خلال أستراتيجية السياحة يتم ضبط جملة توازنات ترفع من الأداء

الأقتصادي للقطاع الخاص والمحقق للنمو المستدام، كون الدولة تعمل على أدارة التوازن بين محاور العمل السياحي والتنسيق من أجل ذلك مع الجهات الفاعلة الأخرى من خلال أدارة التوازن بين العرض والطلب وتوزيع الأستثمارات بين مناطق مصالح الشركاء في العمل السياحي والمجتمع المحلي وغيرها.(الحميري،د.موفق، ٢٠١٠، ٢٧٧).وللتوصل الى أهمية تبني أستراتيجية 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 الأنتاجية من رأس مال في شكل مؤسسات سياحية أو موارد بشرية أو طبيعية، وكذلك تبعاً لزيادة أنتاجية هذه العناصر، أما التنمية السياحية فلا بد من تدخلاً أيجابياً من جانب الهيئات الرسمية المسؤله لأعطاء الأهمية لهذا القطاع من حيث معدلات الاستثمار، الموارد البشرية، دفع عملية التقدم التقني، أجراء تعديلات هيكلية في القطاع نفسه..الخ (خان أحلام،زاوي،حورية و ٢٠١٠ ،٢٣٣).

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، ١٩٨٧،٣٤).

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 ،٢٠٠٢، ٣٧).

١- ان تكون خطة التنمية السياحية جزء لا يتجزء من الخطة القومية الشاملة الوطنية.
٢- يجب ان تحقق التوازن بين القطاعات الأقتصادية المختلفة.
٣- يتم أعتبار تنمية القطاع السياحي كأحد الخيارات الأستراتيجية للتنمية الوطنية.
٤- على ان تكون هذه الصناعة جزءاً من القطاعات الأنتاج في الهيكل الأقتصادي للدولة.
٥- قيام الدولة بتحديد مستوى النمو المطلوب حجم التدفق السياحي.
٦- يجب ان يتم تحديد دور كل من القطاعين العام والخاص في عملية التنمية.
٧- التركيز على علاقة التنمية السياحية بالنشاط الأقتصادي 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 (٢٠١٠-٢٠١٤) 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 طويله تسبق (٢٠٠٣) وما بعدها تعرقل عملية الأنطلاق نحو بناء قطاع سياحي أنتاجي فعال ومؤثر في الحياة الأقتصادية والأجتماعية في العراق ومن أهم هذه التحديات هي:(الخطةالوطنية ،١٣٤)

١- محدودية الموارد المالية الموجهه للنشاط من الدولة وأقتصارها على جوانب ضيقه وهذه المشكلة تظهر من خلال الأنخفاض الحاد في التخصصات السياحية السنوية وضالتها بالنسبة للتخصصات للموازنه الأستثمارية العامة فضلاً عن حالة تذبذبها فعلى سبيل المثال لم تبلغ المتوسط السنوي لتلك الحصة النسبية سوى ٠،٨٩% خلال الفترة ١٩٨٠-١٩٩٠ وبحدود ٠،٠٥٨% خلال ١٩٩١-١٩٩٦ مؤشرة بذلك نسبة للتغير بلغت بحدود (٩٣،٤٨٠%) للمدتين أعلاه.(الخوام،عبد المطلب محمود،٢٠٠١، ١٥٢).

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

٣- تخلف الأدارة السياحية ومقومات الضيافة المناسبة وعدم سلاسة أجراءات منح سمة الدخول وأستقبال السياح في المراكز الحدودية.

٤- تدني الوعي السياحي في البلد وأنعدام أساليب الترويج والتسويق السياحي.

٥- 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.

٦- غياب وجود شركات أستثمارية خاصة أو مساهمة في المجال السياحي والثقافي وأقتصارها على مستثمرين أشخاص بإمكانات لاتناسب مع المتطلبات الاستثمارية الكبيرة للنشاط السياحي والثقافي.

٧- تعرض العديد من المتاحف والمواقع الآثارية والتراثية والثقافي الى التدمير والنهب في عام (٢٠٠٣) وفقدان نسبة مهمة من التراث العراقي وعدم أعادة تاهيل وأعمار لمعظم هذه المواقع وضعف حمايتها لحد الآن.

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

٩- عدم وجود ستراتيجية طويلة الأمد محددة المعالم لتطوير النشاط السياحي والتراثي والثقافي .

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

١١- تناست القيادة السياحية العراقية من وضع خطة لأدارة الأزمات وتوفير الموارد اللأزمة 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 الأدارية لحل بعض مشاكل العمل السياحي خلقت أزمات أخرى أدت الى أنهيار كافة المؤسسات السياحية العراقية وخاصة الفترة من التسعينات ولغاية (2006) تقريباً.(شبر،ألهام خضير،٢٠١١، ١٤٤).

لا تتضمن مناقشة مؤشرات النمو السياحي للفترات السابقة والحالية بشكل دقيق ولا حتى التخطيط لسبل رفع هذه المؤشرات و لا 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 خططاً سنوية وذو أهداف قصيرة الأجل وكفاءة تحقيقها متدينه في ظل رؤية ضبابية وغير مدروسة لصانعي القرار السياحي.وبذلك تظهر الفجوة كبيرة بين العوائد الأقتصادية والأجتماعية النظرية للتخطيط السياحي وبين النتائج العملية... وهذه **الفجوة تم تناولها (د.ميشل ،تودارو)، لتحديد أسباب فشل الخطة في الدول النامية واهمها (تودارو،مشيل.ب،٢٠٠٩، ٧٢١).**

١- القصور في الخطط وتنفيذها والبعض منها لن ينفذ أطلاقاً.

٢- المعلومات غير كافية ولايعتمد عليها.

٣- عدم التوقع للأضطراب التقلب الاقتصادي الداخلي والخارجي.

٤- الضعف المؤسسي وأنفصال هيئات التخطيط عن وحدات أتخاذ القرار، ولايوجد حوار مستمر بين المخططين والأداريين والأقتصاديين، عدم كفاءة الموطنين الحكوميين والبروقراطية... ناهيك عن وجود أهداف خاصة للقادة السياسين والفساد الاداري والرغبات المتعارضة لأكثر من جهه متخصصه او غير متخصصه بالعمل السياحي...ألخ.

٥- عدم وجود الارادة السياسية (لأنه التزام القادة السياسين 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 أستراتيجية 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،ألهام خضير،٢٠١٠، ١٨). **أذن كل هذه الأختلالات والتحديات تجعلنا كمهتمين ومتخصصين بالشأن السياحي** ان تقف طويلاً وتتدبر ونخطط ونتفق على حلول ومعالجات لهذه التحديات التي تواجه المجتمع والأقتصاد العراقي وعلى كافه المجالات الأقتصادية والأجتماعية والثقافية والبيئية والتنمية المكانية والتنمية الريفيةوهذا يثبت صحة فرضية البحث لأنه يدون ستراتيجية وطنية واقعية تناسب 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 (العنبكي، د.عبد الحسين محمد، ٣١).

ثالثاً:- أختيار نمط التنمية السياحية والأستراتيجية الملائمة:-

لابد من أختيار نمط التنمية السياحية الملائم لواقع العراق وطاقاته و امكاناته المتنوعة بحيث تساهم في تجاوز التحديات الأقتصادية و الأجتماعية والثقافية والبيئية وعلى مستوى الأقتصاد 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 الأقتصادية والأجتماعية والبيئية والثقافية الخاصة بكل بلد وبما يتلائم مع الطلب السياحي الداخلي والدولي المتاح والمحتمل و الأنماط السياحية الممكنة، ولكي يتم أعادة هيكل القطاع السياحي العراقي من جديد آخذين بنظر الأعتبار كل التحولات والتطورات في أدارة جديدة للنظام السياسي والأقتصادي العراقي وفي ظل النظام العالمي الراهن ويمكن لصانعي القرار في الأدارة العليا السياحية أعتماد 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 السياحه 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 الراهنه تعتمد فيها الأولويه بالتوجه الى الداخل من خلال الأهتمام بتنمية السياحة الداخلية وبأنواعها (الدينية والترفيهية والأثارية) ودعمها من خلال توفير كامل مسلتلزماتها تكون قاعدة اساسية لتعزيز السياحة الدولية ومن خلال الأهتمام بنوع وجوده الخدمات السياحية المقدمة للمواطن المحلي (العراقي) يشمل كل محافظات العراق (التي تمتلك مقومات التنميه 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 أجتماعية 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 والأجتماعي 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 أسترداد رأس المال الذي تم أستثمارة في عملية أستثمار جديدة عن طريق الأرباح الناتجة عن عمليات التشغيل ويهدف التصنيع السياحي أيضاً الى سرعة خلق فرص العمل لعدد كبير من المواطنين سبب وراء أيجاد السوق الأستهلاكي 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 (٢)) وله نتائج وفوائد ايجابية على الأقتصاد العراقي كافه 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 الأستثمار الفندقي وبرامج التسويق الحديثة والتي تتناسب مع أتجاهات التصنيع السياحي الحديث كون المستثمر العراقي له خبره بأتجاه النشاط الفندقي وزيادة الطاقة الإيوائيه في هذه المناطق وفقاً لظروف كل منها وبناء الفنادق بمختلف الدرجات والشقق السكنية السياحية بالأضافة الى بناء المرافق والمنشآت العديدة والتي تقدم مختلف السلع والخدمات للسياح من (مطاعم ، كافتريا ، أسواق) والتي تحفز النشاط الأقتصادي لهذه المحافظات والمحافظات القريبة والمناطق المحيطه والأستثمار في المجمعات السياحية الحديثة يتطلب فترة زمنية للتنفيذ تتراوح مابين ٥-١٠ سنوات ويتطلب برنامج للترويج والتسويق ودراسة الاسواق السياحة المستهدفة في العراق ويمكن التركيز في هذا البرنامج على السياحة الآثارية والتي تعتبر ميزة نسبيه لأغلب مدن العراق مثل بابل وذي قار ونينوى وسامراء

جدول رقم (٢) أعداد السائحين حسب الغرض من السياحة الى العراق عام ٢٠٠٩

الأشهر	أجمالي السائحين الوافدين	عدد السياح لغرض ديني	عدد السياح لغرض الآثار	الأهمية النسبية لغرض الدين	الأهمية النسبية لغرض السياحة
كانون الثاني	١٣٦١٦٤	١٣٦١٦٤	-	%١٠٠	-
شباط	١٥٧٨٦٢	١٥٧٨٦٢	-	%١٠٠	-
آذار	١٤٤٠٣١	١٤٤٠٣١	-	%١٠٠	-
نيسان	١٣٨٣٤٢	١٣٨٢٨١	٥٨	%٩٩،٩٦	٠،٠٤
مايس	١١٠٠٨١	١١٠٠٥٤	٢٧	%٩٩،٩٨	٠،٠٤
حزيران	١٠٤٨٦٠	١٠٤٨٠٩	٥١	%٩٩،٩٦	٠،٠٤
تموز	١٠٢٩٢٧	١٠٢٩٢٧	-	%١٠٠	-
آب	٦٩٧٦٧	٦٩٧٦٧	-	%١٠٠	-
أيلول	٤٥٦٢٢	٤٥٦٢٢	-	%١٠٠	-
تشرين الاول	٥٥٨٥٤	٥٥٨٥٤	-	%١٠٠	-
تشرين الثاني	٩٢٤٠٥	٩٢٤٠٥	-	%١٠٠	-
كانون الأول	١٠٤٠٠٦	١٠٤٠٠٦	-	%١٠٠	-

المصدر: هيئة السياحة العراقية ، مديرية التخطيط والمتابعة، ٢٠٠٩

ومن المهم ان نذكر الشركات السفر والسياحة العاملة في محافظات السياحة الدينية كربلاء والنجف وبغداد تكون نسبة ٨٦% 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 الأستراتيجية في مناطق السياحة الدينية وبشكل علمي** ومدروس 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 الأقتصادية الأخر وتحفيزها بزيادة انتاجيتها لسد متطلبات مشاريع التنمية السياحية.وفي نفس الوقت ويمكن أعتماد هذا النموذج في **نمط سياحة الأصطياف 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 أستراتيجية للتنمية السياحة الوطنية ولآماد طويلة ضمن مبادرات الدولة للأصلاح الأقتصادي والأداري التي تبنيها الحكومة ضمن برنامج الأصلاح الشامل وأعادة الهيكلية الأقتصادية لتجاوز التحديات الأقتصادية والأجتماعية والبيئية يجب ان تسبقها خطوات مهمة (الركائز) تعتقدها هي ضمانة لنجاح الأستراتيجية كعامل دعم للنمو الاقتصادي في العراق:-

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

الثانية:- أتاحة معلومات تفصيلية ودقيقة عن واقع العراق الأقتصادي والأجتماعي من خلال رؤية واقعية للأمكانيات السياحية التي يمتلكها العراق ماليا وفنياوالكوادر الفنية والأدارية والعلمية ومعلومات عن الأسواق السياحية المستهدفة خلال مراحل التخطيط للتنمية والعلاقات العربية والاقليمية 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 الأقتصادية الاخرى 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 المكونه 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 مايصرفه على التنمية من أجل أعادة تنظيف البيئة وحمايتها .(حبيب،كاظم،٢٠١١،(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 التنفيذيه بمستوى المركز والادارات الفرعية في المحافظات حيث ان الأدارة الجيدة هي التي تجعل التنمية السياحية مستدامة،. ولأهمية دور القطاع العام في هذه المرحلة الراهنه 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 ستراتيجية 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 لاهميه السياحة في تحقيق التنمية المستدامةعلى 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 أقناعا وتوعية من أجل نشر الثقافة السياحية في العراق.

الثامنة:- التخطيط لرفع معدل النمو السياحي بنسبة تقديرية تتراوح مثلاً بين (٥-١٠-١٥%) حسب مراحل الخطة الخمسية، فحسب الأمد الأول الذي تفرضه خطة التنمية الوطنية لغاية ٢٠١٤ ثم الأمد الثاني من(٢٠١٥-٢٠١٩) 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 ٣١،٩% للفترة من (٢٠٠٢-٢٠٠٧) . (الدباغ،اسماعيل وآخرون،٢٠٠٥، ٢٧) نهدف لرفع معدل الاشغال في هذه المناطق مابين (٦٠-٧٥%)من خلال الخطط الأستراتيجية بأتجاه تنامي الطلب السياحي المحلي والخارجي بشكل يتزامن مع تنمية وتحفيز الأستثمارات في المدن والمناطق السياحية المستهدفة.

الأستنتاجات والتوصيات

أولاً:- الأستنتاجات

١- يرتبط مفهوم التصنيع بمفهوم التنمية أرتباطاً كبيراً كونه يساهم في تنويع الاقتصاد القومي في الدول الاخذه 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 .

٢- معظم الدول النامية قامت بتوظيف أكثر من أستراتيجية للتنمية سواء على أساس التوجه الى الداخل او على اساس تنمية الصادرات والتوجه الى الخارج وبدرجات متفاوته مع التركيز على أحدهما في وقت معين وعلى الثانية في وقت آخر كون أختيار الأستراتيجية التنمية المناسبة تنطلق مع أمكانيات البلد وظروفه وميزاته النسبية التي تبني أقتصاداً أقل أعتماداً على الخارج.

٣- السياحة هي صناعة تساهم في التطوير الأقتصادي للبلد سواء كان نامياً او متطوراً وهي صناعة مكملة لجميع مقوماتها من رأس المال والعنصر البشري والمواد الخام (المغريات والمقومات الجذب السياحي) وكذلك المهارات التنظيمية لتحقق الكفاءة للمشروع السياحي وتكوين طاقه انتاجيه جديدة او رفع كفاءة الطاقه الانتاجيه الحاليه او كليهما .

٤-التصنيع السياحي الحديث ينبع من ظروف وأحتياجات السياحة العالمية والذي يعني أقامة وتشييد مراكز سياحية تتضمن مختلف الخدمات التي يحتاجها السائح أثناء أقامته مما يتطلب برامج سياحية تعتمد التخطيط لأستغلال المناطق السياحية التي تزيد القدرة التنافسية والتصديريه وبالتالي تسرع من معدلات التنمية و لذلك تُعد مشاريع التنمية السياحية أستثماراً انتاجياً.

٥- السمات التنموية للاقتصاد الوطني والتي أمتدت لأكثر من أربعين عاماً أثرت سلباً على دور ومساهمة القطاعات الأقتصادية في العملية التنموية ومنها القطاع السياحي الذي تم تجاهله ضمن الخطط الوطنيه ولم تتضمن أهم المتغيرات السياحية التي تدعم الاقتصاد الوطني .

٦- من المهم ان تكون أستراتيجية الوطنية للتنمية السياحية في العراق في أطار الأستراتيجية الوطنية الشاملة للعراق وجزء لا يتجزأ منها من خلال المساهمة في تحقيق أهداف الخطة الوطنية الشاملة (الأقتصادية والأجتماعية والثقافية والبيئية).

٧- الحاجه الى أعتماد اكثر من أستراتيجية للتنميه تناسب ظروف وأمكانات العراق المتاحه والمحتمله والتي ترفع من معدلات النمو السياحي أذا تم توظيف الموارد السياحية بالاتجاه الصحيح نحو المتطلبات الحقيقية للتنمية السياحية بالتعاون والتنسيق مع كل الجهات المشاركة بالعمل السياحي آخذين بنظر الأعتبار (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

١- تبني أستراتيجية 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 أختيار نمط التنمية والأستراتيجية المناسب على مستوى السياحة الداخلية والسياحة الدولية.

٢- العمل على تأمين التخصصات المالية الكافية والموجهه للبنى الأرتكازية لمشاريع الأستثمار السياحي في المواقع السياحية الطبيعية والدينية والآثارية والتي تتفوق على غيرها أقتصادياً .

٣- الأسراع بأعادة هيكلية مؤسسات القطاع السياحي بما يضمن وحدة أتخاذ القرار والابتعاد عن الأزدواجية والتداخل بالصلاحيات والمسؤوليات .

٤- العمل على رفع كفاءة الأدارة السياحية من خلال أعتماد الخبرة والكفاءة والتخصص في شغل المناصب الأدارية وخاصه العليا (صانعة القرار السياحي) .

٥- وضع برنامج مراقبة مشترك بين وزارة السياحة ووزارة الثقافة والآثار لحماية المواقع الآثرية والتراثية من التجاوزات مثل السرقة والتلف والتدمير).

٦- توجية القطاع الخاص (المحلي والأجنبي) للأستثمار في الانماط السياحية الأخرى مثل السياحة الآثارية 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 ونينوى)

٧- الأهتمام بالبرامج التدريبية والتعليميه 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.

٨- تشجيع أقامة ملتقيات أسواق الأستثمار السياحي لغرض توجية 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)

٩- الأسراع لوضع قانون للاستثمار السياحي لأهميته في المرحله الحالية بحيث يكون واضحاً وبسيطاً وتحديد جهه مرجعية ورقابية واحدة مختصة منعاً للأزدواجية والروتين والفساد الأداري.

المراجع

أولاً:-العربيه

أ- الكتب :

١- الحوري، د.مثنى،الدباغ،اسماعيل،اقتصاديات السفر والسياحة دار الوراق للنشر،عمان،٢٠٠٠

٢- الحميري، د.موفق،اساسيات التمويل والاستثمار في صناعة السياحة،دار الوراق للنشر،عمان،٢٠١٠.

٣- الروبي، د.نبيل،التخطيط السياحي،مؤسسة الثقافة الجامعية،الاسكندرية،١٩٨٧.

٤- بيج،ستيفن،ادارة السياحة،دار الفاروق،مصر،٢٠٠٨.

٥- تودارو،ميشيل،ب،التنمية الاقتصادية،ترجمة أ.د.محمود حسن حسين ود.محمود حامد ومحمود عبد الرواق،دار المريخ للنشر،الرياض ٢٠٠٩.

٦- خلف، د.فليح، التنمية الاقتصادية،مطابع الجامعة المستنصرية،بغداد،١٩٨٦.

٧- ساموبلسون،ونوردهاس،علم الاقتصاد،مكتبة لبنان للنشر،بيروت،٢٠٠٦.

٨- شافعي،د. محمد زكي،التنمية الاقتصادية ،دار النهضة العربية،القاهرة ،١٩٦٨.

٩- شميليوف،ف-ب ،التنمية الاقتصادية في العالم الثالث،ترجمة د.مطانيوس حبيب وشوكت يوسف،دار التقدم العربي،١٩٧٤.

١٠- عبد العزيز،مصطفى عبد الكريم،وكداوي،طلال محمود، تقيم المشروعات الاقتصادية،مديرية دار الكتب للطباعة والنشر،الموصل، ١٩٨٦.

١١- محي الدين ، د. عمرو ، التنمية والتخطيط الاقتصادي ، بيروت ، ١٩٧٢.

١٢- محي الدين ، د. عمرو ، التخلف والتنمية ، دار النهضة المصرية ، القاهرة، ١٩٧٩.

ب- الرسائل والاطاريح:

١- الخوام،عبد المطلب محمود، دراسة الاستثمار السياحي وابعاده الاقتصادية مع اشارة خاصة للعراق،رسالة ماجستير،كلية الادارة والاقتصاد،جامعة بغداد،١٩٩٦.

٢- الخوام،عبد المطلب محمود،العلاقة بين الاستثمارات السياحية والتأثيرات البينية مع اشارة خاصة بالعراق، اطروحة دكتوراه ، كلية الادارة والاقتصاد الجامعة المستنصرية ،٢٠٠١.

٣- السامرائي،مها عبد الستار،اسس علمية مقترحة لحساب الدخل السياحي واثرة في الدخل القومي العراقي(دراسة تطبيقية)،رسالة ماجستير،الادارة والاقتصاد الجامعة المستنصرية،٢٠١٠.

ج- البحوث والدراسات والمنشورات الرسمية

١- التقرير السنوي لمنظمة السياحة العالمية ،٢٠٠١.

٢- الحوري، د.مثنى، رؤوف،د.قيس،ادارة المنشآت السياحية،مكتبة الرواد للطباعة، الجامعة المستنصرية،بغداد،١٩٨٠.

٣- الدباغ،اسماعيل،نايف عمار معن،اثر السياحة في التمويل الضريبي مع التطبيق على القطاع السياحي، مجلة كلية المأمون الجامعة،العدد -٣،بغداد، ٢٠٠١.

٤- الدباغ،اسماعيل ،وآخرون،العلاقة بين العرض والطلب الفندقي في محافظتي كربلاء والنجف، مجلة الادارة والاقتصاد الجامعة المستنصرية،العدد٧٢، ٢٠٠٨.

٥- الشبراوي،عبد المنعم محمد،واقع وافاق مستقبل السياحة في البحرين،بيروت،دار الكنوز الاردنية،٢٠٠٢.

٦-العنبكي،د.عبد الحسين محمد،الاصلاح الاقتصادي في العراق، تنظير الجدوى الانتقال نحو اقتصاد السوق،بدون سنة.

٧- خان، احلام، زاوي، صورية، السياحة البيئية وآثرها على التنمية في المنطقة الريفية،مجلة ابحاث قتصادية وادارية،العدد السابع،جامعة بسكرة، الجزائر،٢٠١٠.

٨-خطة ادارة لتطوير قطاع السياحة ،مشروع الاتحاد الاوربي بأشراف وزارة البيئة اللبنانية ،وزارة الدولة لشؤون البيئة السورية،بدون سنة.

٩- سليم،عبد الرحمن،المفاهيم الاقتصادية والفنية للتنمية السياحية،مجلة البحوث السياحية ،العدد السادس ،وزارة السياحة المصرية،١٩٨٩.

١٠- 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،٢٠١٠.

١١- شبر،الهام خضير،ادارة المخاطر والأزمات في المنظمة السياحية العربية،دراسة حالة مصر والعراق،مجلة جامعة كربلاء ،المجلد التاسع،العدد الاول،٢٠١١.

١٢- هيئة السياحة العراقية،مديرية التخطيط والمتابعة،٢٠٠٩.

١٣-وزارة التخطيط والتعاون الانمائي،الخطة الوطنية للتنمية الشاملة،(٢٠١٠ – ٢٠١٤).

د- مواقع الانترنيت

١- حبيب،كاظم،الحوار والرأي الحر،الحلقة الاولى،٢٠١١.www.ankaw.com

٢- ميثان،كيفن،السياحة في مجتمع معولم ، نيويورك،٢٠٠١.www.aljazrea.com

٣- الخير،د.طارق،كركور،د.عدنان،أدارة وأقتصاد صناعي، جامعة دمشق،١٩٩٠-١٩٩١.

٤- www.world,tourism,org -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.