وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة الفرات الاوسط التقنية

المعهد التقني/ النجف

قسم تقنيات السياحة

الحقيبة التدريسية لمادة مبادئ السياحة

م.ناجحة محمد طاهر

2024

الأسبوع الأول	مقدمة عامة عن السياحة , الزائر , المتنزه والاستجمام

مقدمة عن السياحة وأهميتها:

تعتبر السياحة من أكثر الصناعات نمواً في العالم، فقد أصبحت اليوم من أهم القطاعات في التجارة الدولية. إن السياحة من منظور اقتصادي هي قطاع إنتاجي يلعب دوراً مهماً في زيادة الدخل القومي وتحسين ميزان المدفوعات، ومصدراً للعملات الصعبة، وفرصة لتشغيل الأيدي العاملة، وهدفاً لتحقيق برامج التنمية. ومن منظور إجتماعي وحضاري، فإن السياحة هي حركة ديناميكية ترتبط بالجوانب الثقافية والحضارية للإنسان بمعنى أنها رسالة حضارية وجسر للتواصل بين الثقافات والمعارف الإنسانية للأمم والشعوب، ومحصلة طبيعية لتطور المجتمعات السياحية وارتفاع مستوى معيشة الفرد. وعلى الصعيد البيئي تعتبر السياحة عاملاً جاذباً للسياح وإشباع رغباتهم من حيث زيارة الأماكن الطبيعية المختلفة والتعرف على تضاريسها وعلى نباتاتها والحياة الفطرية ، بالإضافة إلى زيارة المجتمعات المحلية للتعرف على عاداتها وتقاليدها.

تعريف السياحة: إن السياحة بشكلٍ عام هي شكل من أشكال قضاء وقت الفراغ بعيداً عن مكان الإقامة والعمل لفترة زمنية لا تقل عن (24) ساعة أو ليلة واحدة ولا تتجاوز سنة كاملة في المكان المقصود .

وعلى نحو عام يمكن النظر إلى السياحة كنظام وصناعة راقية، مدخلاته هي البنى التحتية والبيئة الحاوية والعاملون على تقديم الخدمات، بالإضافة إلى أخلاقيات المهنة والقوانين والأنظمة والتشريعات. وهناك العمليات التي تتعلق بالتخطيط والتنظيم والرقابة والتي تتم من خلالها عملية التسويق السياحي ثم تأتي المخرجات التي تتمثل في تقديم أفضل الخدمات السياحية والتي تشبع حاجات السياح ورغباتهم بأفضل الطرق.

الزائـر: وهو أي شخص يزور دولة أخرى غير الدولة التي يقيم فيها ، دون أن يكون الهدف القيام بعمل داخل الدولة المزارة يحصل منه على أجر، ويتضمن ذلك الزيارات ضمن الدولة الواحدة أي زيارة دولة ما أو موقع أو مكان ما لأسباب غير العمل ويتضمن ذلك فئتين من الزوار هما :

المتنزه: وهو زائر مؤقت يقضي وقتاً يقل عن(24) ساعة في المكان المقصود للزيارة وهو ما يُعرف بزائر اليوم.

أما المسافر: وهو الشخص الذي يغادر مكان إقامته الدائمة مبتعداً عنه سواء داخل حدود دولته أو خارجها تحت أي دافع من دوافع السفر سواء الزيارة أو العمل أو الدراسة ، يُستثنى من ذلك رحلة العمل اليومية بغض النظر عن المسافة المقطوعة . وهناك نموذجان رئيسان هما:

الاستجمام: يُعد الاستجمام أحد أشكال قضاء وقت الفراغ بالمتعة والراحة النفسية والجسدية وهو مصطلح مرادف للترويح ويشكل الاستجمام جزءاً هاماً وكبيراً من دوافع السياحة حيث تُشير بعض الدراسات أن السياحة الترويحية " سياحة الاستجمام " تمثل 75 % من حركة السياحة العالمية .

فالاستجمام: يشمل جميع النشاطات التي يمارسها الشخص أثناء وقت الفراغ، باستثناء العمل الإضافي، أو العناية بالأطفال أو أداء الوظائف المنزلية، وكذلك جميع أعمال الصيانة الخاصة بالمنزل، ويقسم الاستجمام إلى نوعين رئيسيين هما:

أ- الاستجمام القريب: ويضم نوعين، يمثل أحدهما الإستجمام الداخلي والذي يتم في السكن أو في محيطه ولا تستخدم فيه وسائل نقل وإنما يتم الوصول سيرا على الأقدام إلى مناطق الهدف ومدته الزمنية تتراوح
غالبا بين 1-3 ساعات، أما الإستجمام المحلي فهو يحدث ضمن حدود التجمع السكاني وتستخدم فيه في أغلب الأحيان وسائل نقل، تتراوح مدته(3-6 ساعات).

ب- الاستجمام البعيد: وينشط في المناطق السياحية والترفيهية التي تقع خارج التجمعات السكانية، ولمدة لا تزيد عن يوم واحد وتقل عن أربع وعشرون ساعة.

وهنا لا بد من الإشارة إلى أن مفهوم وقت الفراغ يشمل السياحة والاستجمام بأنواعه المختلفة، وذلك لأن هذه الأنواع جميعا تقوم على مبدأ استغلال الإنسان لأوقات فراغه في نشاطات معينة، وبدوافع معينة، ولفترات زمنية تطول وتقصر حسب وقت الفراغ وحسب نوع النشاط والهدف منه .

الاسبوع الثاني والثالث	من هو السائح ؟انواع السياح ،دوافع السياحة- الاسس و الدوافع

السائح : وهو عبارة عن زائر مؤقت يبقى في الدولة التي يزورها فترة لا تقل عن (24) ساعة ولا تزيد على السنة وينحصر الغرض من زيارته في قضاء وقت فراغ (قضاء إجازة ، أسباب صحية، زيارة أماكن دينية ومعالم

أثرية وتاريخية ، ممارسة الرياضة ... إلخ) أو ممارسة أعمال تجارية ، عقد لقاءات وحضور مؤتمرات واجتماعات ...إلخ.

أ- السائح الدولي: وهو الشخص الذي يُسافر عبر الحدود الدولية ويبقى بعيداً عن حدود دولته المقيم فيها على نحو دائم لمدة لا تقل عن /24/ ساعة.

ب- السائح الداخلي : وهو الشخص الذي يقتصر في تنقله على داخل حدود الدولة التي يقيم فيها ويبقى بعيداً عن مكان إقامته الأصلي مدة لا تقل عن /24/ ساعة أو ليلة واحدة.

- رياضة مائية : السباحة - الغطس - التزحلق على الماء - الصيد - التصوير تحت الماء.

- رياضة غير مائية : الكرة - البيارد - الشطرنج - التنس - ركوب الخيل .. الخ.

7- السياحة التجارية Business tourism: تعقد لرجال الاعمال لعقد الصفقات وابرام الاتفاقيات التجارية .. ويكون رجال الاعمال انفاقهم عالي جدا في المنطقة .

8- السياحة العلاجية Medical tourism :اجراء عمليات جراحية او فحوصات علاجية ..الخ.

9- السياحة الاستشفائية Therapeutic tourism : تتضمن العيون المعدنية - فترات لسطوع الشمس - فترات الظلام الدامس بسبب عدم وجود الشمس في بعض المناطق - نقاوة الجو - الرمال المشعة .. الخ

10- سياحة المغامرات Adventurous tourism: يفضلون الذهاب الى المناطق الوعرة والجبلية والغابات والصحاري وزيارة الكهوف.

11-السياحة الريفية Rural tourism : المناطق الزراعية الخضراء - والتطلع على المناطق الريفية - والفنادق البسيطة المشابهة للمنطقة .. مع وجود كافة التسهيلات من اتصال .. الخ.

12- سياحة الاهتمامات الخاصة Special interest tourism: كل نمط سياحي يختلف عن انماط التقليدية منها مرتبط بالطبيعة مثل سياحة مشاهدة الفراشات وسياحة مراقبة الطيور وسياحة مشاهدة الحيتان والتماسيح وركوب الانهار سريعة التيار , ومنها غير مرتبط بالطبيعة مثل زيارة مناطق الحروب والزلازل والكوارث وزيارة قبور المشاهير والمناطق التاريخية .. والتي يقبل عليها مجموعة صغيرة من السياح.

13- السياحة الطبيعية Eco - tourism :هي نمط من انماط سياحة الاهتمامات الخاصة , عادة ما تقوم في المناطق السياحية البكر التي لم تمتد اليه يد التلوث وتحتفظ بمواردها الطبيعية على حالتها التي خلقها الله سبحانه وتعالى. - السياحة البديلة Alternative tourism:هي بديلة للسياحة التقليدية التي نتج عنها آثار سلبية على البيئة او ظهر هذا المفهوم لكي تعلل أثر السياحة التقليدية السلبية على البيئة , فهي السياحة التي تحافظ على الاطار البيئي والتوازن البيئي فلا تدمر حضارة ولا ثقافة ولا اي مورد طبيعي .

مثال: سياحة صيد الطيور .. تكون افضل لو بدلت الى سياحة مراقبة الطيور.

مكونات السياحة: تتداخل نشاطات السياحة مع العديد من المجالات، وفي ما يلي المكونات الأساسية للسياحة التي يجب أخذها بعين الاعتبار في أي عملية تخطيط:

1. عوامل و عناصر جذب الزوار: تتضمن العناصر الطبيعية مثل المناخ والتضاريس والشواطئ والبحار والأنهار والغابات والمحميات، والدوافع البشرية مثل المواقع التاريخية والحضارية والأثرية والدينية ومدن الملاهي والألعاب.

2. مرافق وخدمات الإيواء والضيافة: مثل الفنادق والنزل وبيوت الضيافة والمطاعم والاستراحات.

3. خدمات مختلفة: مثل مراكز المعلومات السياحية ووكالات السياحة و السفر ، ومراكز صناعة وبيع الحرف اليدوية والبنوك والمراكز الطبية والبريد والشرطة والادلاء السياحيين.

4. خدمات النقل: تشمل وسائل النقل، على اختلاف أنواعها إلى المنطقة السياحية.

5. خدمات البنية التحتية: تشمل توفير المياه الصالحة للشرب والطاقة الكهربائية والتخلص من المياه العادمة والفضلات الصلبة ، وتوفير شبكة من الطرق والاتصالات.

6. عناصر مؤسسية: تتضمن خطط التسويق وبرامج الترويج للسياحة ، مثل سن التشريعات والقوانين والهياكل التنظيمية العامة، ودوافع جذب الاستثمار في القطاع السياحي ، وبرامج تعليم وتدريب الموظفين في القطاع السياحي .

الاسبوع الرابع والخامس	العرض السياحي :مفهومه , مكوناته

مفهوم العرض في الاقتصاد:

يعرف العرض في الاقتصاد على انه: (رغبة المنتج بعرض السلع و الخدمات للبيع في الاسواق مقابل ثمن معين وفي وقت معين).

كما يعرف على انه: (الكمية المجهزة من السلع والخدمات من قبل جميع المجهزين الراغبين والقادرين على البيع بسعر خاص خلال مدة من الزمن)

مفهوم العرض السياحي

يعرف العرض السياحي (كل ما تستطيع المنطقة ان تقدمه المنطقة لقاصديها من السياح الفعليين والمتوقعين متمثلا بسلسلة متصلة ومتكاملة من المغريات والجوانب الطبيعية والبشرية ومن التسهيلات والخدمات والمنشآت التي من الممكن ان تترك من الاثر في نفوس قاصديها لزيارتها والمكوث فيها لمدة من الزمن دون غيرها)

وكما يعرف انه(كل مكونات النشاط السياحي من فعاليات وخدمات وصناعات يمكن تقديمها للسائح لإنجاح تجربة السفر).

كما يعرف ايضا (كل المصادر الطبيعية والعوامل الاجتماعية والثقافية وما يصنعه البشر والتي تشكل. مزيجا اطلق عليه مفردات الخلفية السياحية).

وأخيراً يعرف العرض السياحي أحيانا باسم عناصر الجذب السياحي، ويشمل: مجموع المقومات والمعطيات الطبيعية، التاريخية، الحضارية والثقافية في بلد ما، وكذلك خدمات البنية التحتية وخدمات البنية السياحية الأساسية في ذلك البلد، والتعريف الأكثر استخداما في هذا المجال، هو أن يمثل كل المستلزمات التي يجب أن توفرها أماكن القصد السياحي لسواحلها الحقيقيين أو المحتملين، والخدمات والبضائع وكل شيء يحتمل أن يغري الناس لزيارة منطقة سياحية معينة.

أي أن المنتج السياحي يمثل الواقع الملموس للطابع السياحي الذي ينتج بفعل اندماج المعطيات الطبيعية والمرافق والتسهيلات في الموقع السياحي مع وسائل النقل إلى الموقع وفيه، بحيث تشكل هذه العناصر مجتمعة طابعا بارزا وعلاقة مميزة للموقع أو البلد السياحي .

<u>مواصفات العرض السياحي:</u>

يعتمد العرض بشكل كبير على:-

1- عنصر العمل: العرض السياحي عرض مرتبط بعنصر العمل وتنمية العرض السياحي يعني بالضرورة استخدامه

للقوى العاملة فمن الصعب الاستغناء عن العنصر البشري واستخدام الالة في القطاع السياحي .

2 - يعتبر العرض السياحي بالدرجة الاساس عرض للخدمات: فالسائح يشتري عادة مجموعة خدمات تشكل ما يعرف بالمنتوج السياحي وهي (خدمات النقل، خدمات الايواء ،خدمات الطعام والشراب ،خدمات اللهو والتسلية ،مجموعه خدمات اخرى).

3- يمتاز العرض السياحي بكونه خدمات انية مباشرة في الغالب : ويتم تصنيع الخدمات السياحية على مدار اليوم او حتى على مدار الساعة وفي الغالب يتم التقديم لتلك الخدمات السياحية امام مارئ السياح وبذلك يمتاز العرض السياحي بعدم امكانية حجب المنتوج الرديء عن المستهلك وان اي خطا يقع فيه العامل سوف يكون ظاهر للعيان لذلك يكون الاعتماد في النشاط السياحي على كادر كفوء ومتدرب.

4- العرض السياحي غير قابل للخزن: طالما انه عرض خدمي فلايمكن خزن الخدمات وبذلك يكون عرض اني ومباشر ويصنع يوميا وعلى مدار الساعة.

5- العرض السياحي غير قابل للنقل: فالمعتاد عليه ان المستهلك ثابت والسلعة هي التي تتحرك ويتم نقلها الى الاسواق القريبة من اقامة المستهلكين الا ان الحال في العرض السياحي مختلف فالعرض السياحي ثابت والمستهلك(السائح)هو الذي ينتقل لاقتناء الخدمات.

6- العرض السياحي يخضع للمنافسة: طالما ان الحاجة للسياحة حاجة كمالية بالغالب فإنها تخضع للمنافسة من قبل السلع البديلة الاخرى.

7 - يمتاز العرض السياحي بتعدد وتنوع وتداخل العناصر المكونة له: فالمنتوج السياحي مزيج مركب ومعقد ويتكون من العديد من السلع والخدمات والمكونات الطبيعية وعادة يصعب فصل هذه العناصر عن بعض فالعوامل الطبيعية تتشابك مع العوامل التاريخية والدينية والت ا رثية وغيرها لتشكل بمجموعها العرض السياحي.

8 - تعدد المنتجين الذين يشاركون بالعرض السياحي: بما ان العرض السياحي متعدد ومتنوع هذا يعني ان هنالك عدد كبير من المنتجين الذين يساهمون في تصنيع المنتوج السياحي من هم من داخل القطاع السياحي مثل اصحاب الفنادق والمطاعم ومنهم خارج القطاع السياحي مثل محطات الوقود ومشاريع البنى التحتية والاسواق وهكذا فان لكل منتج دوره .

9- العرض السياحي عرض غير مرن: تعرف مرونة العرض بشكل عام على انها مدى استجابة المنتج للتغير في اثمان السلع والخدمات ،في النشاط السياحي درجة استجابة المنتج للتغير في اثمان الخدمات تكون منخفضة جدا على الاقل في الامد القصير نتيجة عوامل متعددة ككثافة رأس المال وعامل والوقت القابلية على الخزن والنقل وغيرها.

<u>العوامل المحددة للعرض السياحي:</u>

1- العامل الطبيعي: العلاقة طردية فكلما توافر العامل الطبيعي وتنوع من خلال توفر مساحات خضراء وسواحل مطلة على البحار وجبال حيث ان توفر مثل هذه المعطيات و العوامل الطبيعية تعني استقطاب اكثر لرؤوس الاموال وبالتالي ازدياد العرض السياحي وزيادة المنشآت السياحية.

2- اسعار المنتوج السياحي: كلما ارتفعت الاسعار الخاصة بالمنتوج السياحي ا زد العرض السياحي مع بقاء العوامل الاخرى ثابتة ،فزيادة الاسعار تعني زيادة الارباح مما يعني بالضرورة استقطابا لرؤوس الاموال بالتالي توسع العرض السياحي.

3- تكاليف عوامل الانتاج: ان اي عملية انتاجية لا تتحقق الا بمزج عناصر الانتاج (المادة الاولية ورأس المال والعمل والتنظيم) والمنتج في النشاط السياحي يستخدم العناصر ذاتها وهناك علاقة عكسية بين تكاليف عوامل الانتاج والعرض السياحي فكلما انخفضت التكاليف زاد العرض والعكس صحيح مع بقاء العوامل الاخرى ثابتة.

4- استخدام الوسائل التكنولوجية المتطورة: اذا كان المجتمع على درجة عالية من التطور ولديه الوسائل التكنولوجية ذات الكفاءة الانتاجية العالية فمن الممكن ان يسخرها خدمة للنشاط السياحي وبالتالي فان هذا يعني تقليل التكاليف واقتصاد في الوقت وهكذا تكون العلاقة طردية بين التكنولوجيا والعرض السياحي.

5- اهداف المؤسسات المشرفة على النشاط السياحي: كلما كانت القيادة العليا للبلد ميالة باتجاه النشاط السياحي ازداد العرض السياحي وتنوع والعكس صحيح مع بقاء العوامل الاخرى ثابتة.

الطلب السياحي:

السياحة كسلوك بشري وحركة سفر، ظاهرة قديمة قدم البشرية نفسها، وبالتالي من الصعب تحديد البداية الحقيقية لها، وإن كانت كظاهرة قد أخذت تتبلور كمفهوم اقتصادي وظاهرة اجتماعية مع بداية عصر النهضة في المجتمعات الأوروبية، وذلك بحكم التحولات الزراعية والصناعية والحضارية التي شهدتها هذه القارة دون غيرها من القارات.

يقصد بالطلب السياحي مدى مشاركة السكان المحليين والأفراد والجماعات من الدول الأخرى في النشاطات السياحية المختلفة لبلد ما، وبطريقة أخرى هو المجموع الإجمالي لأعداد السياح المواطنين منهم والأجانب الوافدين إلى منطقة سياحية معينة

اذن هو تعبير عن اتجاهات السائحين لشراء منتج سياحي معين, أو زيارة منطقة أو دولة سياحية بذاتها, قوامه مزيج مركب من عناصر مختلفة تمثل الدوافع والرغبات والقدرات والحاجات الشخصية التي يتأثر بها المستهلكون السياحيون من حيث اتجاهات الطلب على منطقة معينة .

اهم العوامل التي ادت الى التوسع والزيادة في الطلب السياحي:

1- التقدم العلمي والتكنولوجي والمعلوماتي الذي يعيشه العالم والتطور الكبير في وسائل النقل البري والبحري والجوي.

2- ارتفاع مستويات المعيشة وزيادة الدخول الموزعة في كثير من الدول المصدرة للسائحين.

3- التقدم في مجال المعلومات وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات

وتوفير المعلومات والبيانات والاتصال الجيد بين الدول المصدرة والمستقبلة.

4- اهتمام كثير من الدول السياحية بمقوماتها الطبيعية والصناعية وخدماتها السياحية بشكل ملحوظ.

5-ظهور الرحلات السياحية الشاملة التي تنظمها الشركات السياحية العالمية في معظم دول العالم بأسعار مخفضة.

6- الموسمية : فالموسمية تعني اتجاه الطلب للارتفاع في فترات معينة مرتبطة بأعياد او مواسم معينة . حيث يصل الطلب الى ذروته خلال فترات معينة من العام, فالسياحة الموسمية هي مجموعة المتغيرات التي تحدث للطلب والعرض من السلع والخدمات السياحية بسبب عوامل معينة تتكرر سنويا.

والموسمية تظهر في الدول المصدرة والمستقبلة فدول اوروبا وامريكا مثلا تنشط للسياحة الخارجية في فصل الشتاء اما الدول العربية فتزداد حركتها السياحية في فصل الصيف, لذلك يجب على الهيئات والاجهزة والشركات السياحية ان تقوم بدراسة وافية للمواسم المختلفة في كل سوق سياحية حتى تتمكن الدول المستقبلة للسائحين من وضع الخطط السياحية الملائمة لمواجهة الطلب السياحي المتزايد في فترات محددة.

العوامل المؤثرة في الطلب : ولعل أهمها:-

1- سعر السلعة أو الخدمة: فزيادة سعر الخدمة يؤدي لقلة الطلب عليها مع ان مرونة الطلب السعرية هي التغير النسبي في الطلب نتيجة التغير النسبي في السعر.
2- نوعية السوق : ان حجم الطلب على منتجات وخدمات المشروع يمثل منحنى الايراد المتوسط الذي يتوقف اتجاهه على شكل السوق الذي يعمل بها المشروع والتي تختلف من سوق منافسة كاملة الى سوق منافسة احتكارية , الى سوق احتكار القلة أو الاحتكار المطلق.
3- دخل المستهلك ورغباته: يلعب دخل المستهلك دورا اساسيا في تقدير الطلب لأن اي مشروع يجب ان يحدد فئات المستهلكين التي يوجه لها سلعه او يقدم لها خدماته وبذلك يتوجب عليه تقدير الطلب المناسب لحجم مبيعاته التي يخطط لها في المستقبل بما يتلائم مع اشباع حاجات ورغبات زبائنه ومستهلكيه وجذب مستهلكين جدد.
4- اسعار السلع او الخدمات البديلة او المكملة : حيث نعلم ان السوق تحوي العديد من المشاريع المنافسة التي تقدم سلع وخدمات بديلة والمستهلك دوما يتجه نحو السعر المنخفض وهنا يتحدد الطلب وفق معامل مرونة الطلب المتقاطعة او معامل الاحلال بين هذه الخدمات .
5- الخطة الاستثمارية القومية : تقوم الدولة بإعطاء اولوية لتنفيذ بعض المشاريع في الخطة الاستثمارية وتساعد معرفة توزيع استثمارات الخطة على القطاعات المختلفة في امكانية التنبؤ بحجم الطلب على السلع والخدمات في المستقبل فمن خلال معرفة الاستثمارات المخصصة لقطاع السياحة يمكن تقدير الطلب المتوقع على خدمات المشاريع السياحية .
6- الدخل القومي ونمط توزيعه : يعتبر مستوى الدخل القومي واسس توزيعه من اهم العوامل التي تحدد شكل الانفاق الاستهلاكي للفرد والمجتمع الذي يتوقف عليه حجم الطلب الكلي اذ ان حجم الطلب يتدرج بين شرائح اصحاب الدخل" منخفضة ومتوسطة ومرتفعة".
7- التدخل الحكومي: ان تدخل الحكومة مهم لضمان نجاح السياسات المتبعة والتي تؤثر على حجم الطلب

يمتاز كل بلد من بلدان العالم بزي معين وهذا الامر ينطبق على اغلب الدول العربية التي تتشابه ازياءها من جوانب كثيرة لكنها قد تختلف لتضفي على كل بلد لمسات فنية جميلة جدا وفي العراق اثرت الحضارات التي نشات فيه بشكل مباشر على ازياءه حتى وقتنا هذا ولذلك نرى ان البنت الكلدانية لها زيها والاشورية والكردية والفراتية والجنوبية ايضا دعونا نشاهد بعض الازياء الفلكلورية العراقية

والعرض الكلي مثل سياسة الضرائب....
8- عدد السكان ومعدل نموهم واتجاهات ميولهم : فالزيادة السكانية تعني زيادة الطلب الكلي وتختلف احتياجات السكان وفقا للمستوى العلمي والاجتماعي والمادي , كما يتبع حجم الطلب أذواق وعادات المستهلكين ونمط الاستهلاك السائد.
9- جودة السلعة او الخدمة: فكلما زادت جودة سلع وخدمات مشروع معين كلما كانت حصته في السوق أكبر وبالتالي زيادة مبيعاته وارباحه وقدرته التنافسية , وبالتالي يجب دوما تحسين الجودة للوصول الى نظام توكيد الجودة " الآيزو الذي يمهد الطريق للوصول الى الجودة الشاملة.

السياحة صناعة مركبة:

لم تعد السياحة كما كانت عليه منذ سنوات، حيث تشعبت فروعها وتداخلت وأصبحت تحتل مساحات واسعة في الحياة اليومية، الاقتصادية منها والاجتماعية والثقافية والبيئية. وقد اختلفت النظرة إلى السياحة من حيث جوهرها، فالاقتصاديون ينظرون إليها كصناعة تدر موارد حيوية هائلة للدخل الوطني والنقد الأجنبي وإيجاد فرص عمل متنوعة

أمام قطاعات مختلفة من أبناء البلد إلى ما تتطلب من خدمات السفر والنقل والإقامة وكل ما يتصل بها من تداول للسلع والخدمات. وينظر إليها علماء الاجتماع بأنها رغبة في التعرف على أنماط أخرى من العلاقات الاجتماعية أو ثقافات وعادات وتقاليد الشعوب الأخرى. ويرى البعض الآخر أن السياحة تعني الحركة الاجتماعية التي تتم إرادياً واختيارياً وتهدف إلى الترفيه والاستمتاع والانسجام الذهني والروحي والنفسي والعقلي والبدني، كما تعتبر وسيلة للاتصال الثقافي والحضاري الذي يساعد على تكوين الشخصية المبدعة والخلاقة، وأداة تقريب المسافات الاجتماعية بين الشعوب. ويرى المعماريون والفنانون أن السياحة والعمارة متلازمتان مع الجمال والروح وعبق التأريخ والحضارة والقيم والعادات والتقاليد. اذ تعد السياحة إحدى ركائز التنمية الاقتصادية والاجتماعية لكافة المجتمعات بل ويعتبرها البعض قاطرة التنمية الشاملة، ذلك ان النشاط السياحي لا تقتصر معاملاته علي ما يدره من إيرادات بل يمتد تأثيره علي المجتمع بأكمله. فالسياحة ليست نشاطا مغلقا علي ذاته ولكنها عملية متصلة ذات علاقة متبادلة مع الأنشطة الاقتصادية الأخرى، حيث إنها ترتبط بالعديد منها كالنقل والاتصالات والإقامة بخلاف دورها في زيادة معدلات النقود في المجتمع وإحداث حالة من الرواج والانتعاش واستيعاب جزء من طاقة العمل.

التسهيلات السياحية:

وتنقسم هذه التسهيلات الى:

- مشاريع البنية الأساسية. - مشاريع الاقامة والإيواء.
- مشاريع النقل والمواصلات.

(أ) مشاريع البنية الأساسية:

وتعتبر من الدعائم الهامة التي تعمل على تسهيل وتقديم الخدمة السياحية من حيث عناصر السرعة والراحة والأمان والانتظام ولذا فهذه المشروعات ضرورية لتمكن الدولة من السير في الطريق نحو التنمية السياحية ويمكن القول ان هذه المشروعات المتمثلة في شبكات المياه الصالحة للشرب وشبكات الطرق والصرف الصحي والاتصال وهي لا تخدم فقط القطاع السياحي بل تخدم القطاعات الأخرى. ويمكن القول ان هذه المشروعات السابقة وما يجري الآن من توسيع وتطوير مستمر في الموانئ والمطارات تقتصر الطريق نحو السير في خطى ثابتة نحو التنمية السياحية ومن ثم الى التنمية الاقتصادية الشاملة.

(ب) مشاريع الاقامة والإيواء:

وتتمثل في بناء وتجهيز المنشآت اللازمة بالكم والكيف الذي تتطلب الحركة المتوقعة حيث يسبب ذلك عقبة أمام حركة وحجم السياحة وهذه المشروعات تضم كل ما هو مخصص للإيواء واقامة السائحين في منطقة الزيارة وتشمل الفنادق، القرى السياحية، البواخر العائمة، بيوت الشباب، والمعسكرات والشقق المفروشة. كما تضم أيضا تقديم خدمة الطعام في المطاعم والكافتيريا.

مفهوم النشاط الفندقي و أهميته والعناصر المؤثرة فيه:

تعرف النظام الفندقي بصفة عامة في معظم دول العالم بأنه ذلك النشاط الذي يرتبط بإقامة وإيواء وإعاشة نزلاء الفندق من القادمين والمقيمين والمواطنين بصرف النظر عن وسيلة هذه الإقامة أو الإعاشة من فنادق قرى سياحية شقق مفروشة أو مخيمات ومنه يمكن القول: ان الفندق هو منشأة تقوم بتقديم الطعام والشراب والخدمات الأخرى وجميع التسهيلات الضرورية اللازمة للمبيت مقابل الحصول على أجر يتناسب مع الخدمات والتسهيلات التي يقدمها

الفندق، فقطاع الفنادق من القطاعات الإنتاجية المهمة بعد قطاعات البترول الزراعة والصناعة ومجال التشغيل العمالة الفنية والإدارية ، ويرتبط قطاع الفنادق بالقطاعات الإنتاجية والخدمية الأخرى في الاقتصاد القومي بعلاقات قوية الصلة، فالطلب على أي من الأنشطة أو التسهيلات التي تقدمها الفنادق يحفز أنشطة اقتصادية أخرى مرتبطة بالنشاط الفندقي، فهناك ارتباط قوي بقطاعات الصناعات الغذائية تعود بآثار بنائه على القطاع الغذائي، كما أن زيادة طاقة الاستيعاب الفندقية تعني تنشيط قطاع آخر في الاقتصاد القومي هو قطاع التشييد والبناء وهو من أهم القطاعات القادرة على خلق فرص عمل جديدة، وللفنادق علاقة وثيقة بميزان المدفوعات للدولة حيث تعتبر صناعة الفنادق من الصناعات التي يمكن بواسطتها التأثير على متحصلات الدولة من النقد الأجنبي كما أن هذه الصناعة تشجع رجال الأعمال على إقامة المعارض والمؤتمرات والندوات، ومن خصائص النشاط الفندقي ما يميزه عن باقي الأنشطة التجارية والصناعية والخدمات الأخرى وتتلخص هذه الخصائص في:

أولا: موسمية النشاط: نتيجة لاختلاف درجة وحجم النشاط السياحي من فترة زمنية الى فترة أخرى طوال العام وارتباط ذلك بالظروف المناخية والطبيعية للدولة وإقبال السائحين على الاقامة بالفنادق في فترات ومواسم محددة خاصة في المناطق النائية مما أوجد بعض الآثار السلبية مثل زيادة التكاليف الثابتة والمتغيرة نظرا لانخفاض نسب الاشغال الفندقي في بعض الأحيان،

ثانيا: نشاط خدمي: الأصل في النشاط الفندقي أيا كان حجم الفندق هو تأدية خدمات كالمبيت أو الاقامة والإعاشة كتقديم الوجبات والمشروبات والخدمة الأخرى من الترفيه عن النزلاء حجز الطائرات حجز الفنادق للرحلات المقبلة، ، ، الخ،

ثالثا: تركيز الاستثمار في الأصول الثابتة: إن الجزء الرئيسي من الاستثمار هو الجزء المستثمر في الإنشاءات والتجهيزات حيث تصل نسبته الى 90% من رأس المال، أما باقي الاستثمارات فإنها توجه الى مصروفات التشغيل والعمالة، ، الخ،

رابعا: اعتماد النشاط الفندقي على العنصر البشري: مهما تقدمت الآلات وتعددت استخداماتها فسيظل اعتماد النشاط الفندقي أساسا على استخدام العنصر البشري في تحقيق الأهداف العامة حيث يتوقف نجاح هذا النشاط على مدى كفاءة وقدرة وتميز العاملين في حسن معاملة الضيف وتأدية الأعمال المطلوبة بروح عالية ونشاط مع توافر المقومات الشخصية للعنصر البشري كالأمانة الإخلاص في العمل والصدق، ، الى غير ذلك ولابد أن تتميز كل دولة بصفات مميزة تتوفر في نوعية عادات وطبائع هذا الوطن، ومن هنا كان من أهم الصفات التي تميز فنادق الدولة هو الاستعانة بالعنصر الإنساني الوطني بعد تدريبه جيدا مما يعكس ما يتمتع به هذا العنصر البشري عن مواطني دولة أخرى مع الوضع في الاعتبار الميزات الكبيرة التي يتمتع بها العاملون في هذا النشاط فالحاجة الى المعرفة والتنوع مع الراحة النفسية علاوة على الدخل المرتفع هي طموحات أي فرد في الالتحاق بعمل تتفوق إيجابياته على سلبياته ومن أهم مميزات هذا النشاط.

1 - تعدد الإدارات والأقسام العاملة في الفندق تكسب الفرد المعرفة المتنوعة كما أن الفرد يرى نتيجة تفوقه بصورة مباشرة علاوة على ما اكتسب من معرفة في قطاعات الإسكان الغذاء شؤون العاملين الأمن الحسابات والعلاقات العامة، ، الخ،

2 - التدريب على كيفية التعامل مع البشر بصفة عامة حيث يتطلب العمل التعامل مع الأغنياء الفقراء المشاهير الفخورين بأنفسهم الأميين والمثقفين وما يتطلبه تقديم الخدمة التي يمكن بها بقاء الضيف لفترة أطول نتيجة رضائه وكذا عودته الى الفندق مرة أخرى،

3 - محيط العمل بالفندق يبعث البهجة فهو متغير لا يخضع للروتين اليومي كما تعتبر أجواء العمل بالفندق من أحسن الأجواء مقارنة بأجواء الأعمال الأخرى من حيث الديكورات الألوان التدفئة والتبريد الاحتفالات ، ، الخ

4 - في صناعة الفنادق مسؤولية العاملين ليست فقط في اداء أعمالهم وإنما الترحيب بالضيوف الابتسامة الجو الودود وهذا بدوره يوفر للعاملين فرصة جيدة للخروج من الروتين اليومي بالتعامل مع البشر والوظيفة،

5 - يعتبر العمل الفندقي عملاً متميزاً تنعكس آثاره على العامل بسرعة كما تنعكس على الاقتصاد المحلي والقومي كما أن العمل الفندقي يتأثر كثيرا بالتغير المستمر في الأفكار وأساليب العمل والتخطيط حيث يفقد الفندق الذي لايتمتع بهذا التغيير والتطوير عملاءه تدريجيا ولا يتمكن من مواكبة التطور الذي يحدث في الاقتصاد وطبيعة وعادات وتقاليد البشر ورغباتهم وحاجاتهم.

خامسا: التكامل بين الأنشطة السياحية بصفة عامة: بمعنى أن منتجي الخدمات السياحية يعتمدون في البقاء على مشروعاتهم على بعضهم البعض فمثلا تتحدد حجم مشروعات النقل السياحية بطاقة وسعة المنشآت الفندقية كما أن بقاء الاثنين مرتبط بمدى جاذبية المعالم السياحية مما يقتضي ضرورة تعاون هؤلاء المنتجين في رسم البرامج التسويقية بمعنى أن عدم وصول طائرة تحمل مجموعات سياحية كفيل في أن يظل فندق ما بنسبة اشغال متدنية أو منعدمة،

أما عن العوامل المؤثرة في النشاط الفندقي فيمكن تقسيمها الى عوامل خارجية وعوامل داخلية وعوامل ذاتية

وتلعب العوامل الخارجية دورا مهماً في النشاط السياحي والفندقي إذ يمتد تأثير هذه العوامل امتداداً مباشراً الى السائحين أنفسهم في دول العالم المختلفة وكلما كانت درجة تأثير هذه العوامل قوية انعكس ذلك على فعالية وكفاءة النشاط السياحي والفندقي ومن هذه العوامل:

درجة نشاط المكاتب السياحية بالخارج، درجة نشاط الدول السياحية المنافسة، العلاقات السياسية بين الدول،

أما العوامل الداخلية فهي ما يرتبط بالبيئة الداخلية أي ما يدور داخل الدولة من إجراءات ونظم وأساليب وظروف تؤثر في حركة النشاط السياحي والفندقي ومن أهمها:

- وسائل الإعلام المحلية المرئية والمسموعة، الأنشطة السياحية المحلية للشركات السياحية والأنشطة المكملة كالنقل والمواصلات، الوضع الاقتصادي للدولة وتوازن ميزانها التجاري، النظم والإجراءات والقواعد والقوانين المنظمة للنشاط السياحي والفندقي، الأهمية السياحية للدولة ووزنها السياحي بين الدول السياحية الأخرى، الوضع الأمني في المنطقة.

- أما العوامل الذاتية فهي العوامل التي تتصل اتصالا وثيقاً بالقطاع الفندقي نفسه من حيث: الخدمات التي يمكن أن يؤديها الفندق لنزلائه حيث تتأثر درجة النشاط الفندقي بارتفاع مستوى هذه الخدمات والتسهيلات، موقع الفندق من حيث الهدوء القرب من المدن توفير الوقت والراحة للنزلاء، التصميم الفندقي حيث يوفر التصميم الجيد

التشغيل الجيد والأمن والأمان والراحة والاستجمام، الإدارة الجيدة التي يمكنها بناء سمعة طيبة للقطاع الفندقي من خلال تطبيق الأساليب العلمية الحديثة مما ينعكس على ارتفاع مستوى الكفاءة الفندقية،

مشاريع النقل والمواصلات:

يعد النشاط السياحي من الانشطة المهمة بالنسبة للاقتصاد الوطني من خلال ما تحققه من مردودات اقتصادية واسعة اذ ارتفعت نسبة مساهمتها بالدخل القومي في بعض الدول فضلاً عن آثارها الإعلامية والحضارية.

ويتفق المختصون بمجال السياحة على ان أهم عناصر التنمية السياحية، هو النقل والفندقة. كما ويعتقد بعضهم ان كلفة النقل تعد العامل الأساسي في التأثير على حجم الحركة السياحية. فبوجود نقل كفوء ومتطور وذات تكاليف منخفضة يسهم بتخفيض التكاليف الكلية للسياحة ويساعد على تشجيع وزيادة الحركة السياحية للقطر، وهذا كله ينعكس ايجابياً على الاقتصاد الوطني.

مفهوم النقل : ان ظاهرة النقل مرتبطة بالإنسان منذ وجوده على سطح الأرض حيث كان ينتقل من مكان إلى أخر لأسباب مختلفة منها (تأمين الغذاء – الحصول على المرعى – التجارة – البحث عن فرص عمل .....)

فالنقل هو: مجموعة من الطرق والوسائل والتكنولوجيا.

ويعرف بأنه "نشاط اقتصادي اجتماعي، إنتاجي خدمي يقوم بخلق منفعة مكانية وزمانية للإنسان والأشياء، من خلال انتقال الأشخاص والسلع من مكان لآخر بوسائل النقل المختلفة، سواء كان ذلك للضرورة او للراحة او للنزهة والترفيه او للمنفعة الاقتصادية المدنية والحربية"

أهمية النقل: لا تقتصر أهمية النقل على المجال الصناعي والزراعي فقط بل تعدتها إلى مجالات أخر مثل :

1)المجال الاقتصادي (يساعد على رفع كفاءة التبادل التجاري بين الدول – يساعد في رفع قيمة الأراضي وإيجاراتها – يؤدي إلى زيادة الإنتاج).

2)المجال السياسي (يساعد في الحفاظ على وحدة الدول – يساعد على سهولة الحركة داخل الدولة – يساعد على وحدة الشعب وزوال خطر العزلة والانقسام).

3)المجال الاجتماعي (يساعد إلى اتصال أبناء الدولة الواحدة – يسهم في نمو المدن وتوسعها – يعمل على إذابة الفروق بين الشعوب).

أنواع النقل : ينقسم النقل إلى ثلاثة أقسام رئيسية وهي [النقل البري – النقل المائي – النقل الجوي]

أولا : النقل البري : وهو يكون فوق اليابسة بكافة طرقه ووسائله ، ويمكن تمييز نوعين من النقل البري الذي يستخدم لنقل الإنسان وإنتاجه ، ونوع أخر يستخدم لنقل مصادر الطاقة السائلة والغازية :

أ- الطرق البرية. ب- النقل بالسكك الحديدية .ج- النقل بالأنابيب.

ثانياً: النقل المائي : وينقسم إلى نوعين:

أ-النقل النهري : استخدم الإنسان الطرق النهرية والبحيرات والقنوات المائية منذ القدم في النقل والملاحة ، ولا يزال يستخدمها في الوقت الحاضر ، حيث توجد في العالم انهار وبحيرات وقنوات كثيرة استخدمها الإنسان في النقل ومن أمثلة ذلك:(الأنهار، البحيرات، القنوات المائية، نهر الراين في ألمانيا، نهر السين في فرنسا- نهر المسيسبي في الولايات المتحدة، نهر اليانجستي في الصين، البحيرات الخمس وتتضمن:((بحيرة انتاريو – هورون – سوبيرير – متشجن – إيري)-السويس-بنما-السنت لورنس....الخ

ب- النقل البحري : يعتبر النقل البحري من أهم وسائل النقل ، إذ يتم نقل ما يزيد عن 75% من التجارة الخارجية العالمية عن طريق النقل البحري ، ومن ابرز مظاهر النقل البحري ظهور ناقلات النفط العملاقة .

ويتميز النقل البحري بعدة مميزات منها :

1)انخفاض كلفة النقل .

2)انخفاض كلفة الصيانة اللازمة للنقل البحري.

3)إمكانية نقل كميات كبيرة من البضائع والمواد الخام .

ثالثا : النقل الجوي : بداء الإنسان التفكير في الطيران منذ القرن التاسع الميلادي علي يد العربي عباس بن فرناس

ثم جاءت المرحلة الفعلية على يد الإخوان رايت عام 1903م .

عيوب النقل الجوي: أ- ارتفاع تكلفة النقل. ب- أكثر عضة لخطر الظروف الجوية.

(1) النقل الجوي

احتاجت السياحة وسيلة انتقال آمنة , سريعة , منتظمة , مريحة ورخيصة وتراعى في هذه الوسيلة بعض العوامل الهامة مثل عنصر الوقت والسعر.

تصنيف النقل الجوي

1- خدمات النقل الجوي المنتظم scheduled Services

2- خدمات النقل الجوي العارضCharter Services

3- خدمات التاكسي الطائر air- Taxi Services

4- خدمات الأتوبيس الطائر Air – Bus Services

1- خدمات النقل الجوي المنتظم

تعمل هذه الخدمات على خطوط محلية أو دولية بعد الحصول على الترخيص اللازم من الحكومات في الدول المعنية ويجب على الشركات العاملة في مجال النقل الجوي عند اختيار طائرات لتشغيلها على خط جديد مراعاة الآتي :-

1 – أسعار التكلفة.

- 2 أسعار التشغيل: مع اعتبار أن التشغيل على خطوط الرحلات الطويلة يزيد من أسعار التشغيل عن الرحلات القصيرة والمتوسطة

مواصفات الطائرة (السرعة ، الطاقة ، الإشغال ، التصميم الداخلي للطائرة ، سلامة الموتور و انخفاض صوته , الراحة التي توفرها المقاعد) .

ويتبع ذلك عملية تحديد الأسعار بواسطة شركات الطيران وعادة هي عملية معقدة و يجب مراعاة عدة عناصر :-

1 – حجم ونوع الطائرة .

2 – كثافة المسار الجوي ومستوى المنافسة به

3 – تنظيم عملية الطلب – نوع الطلب (درجة أولى / ثانية ..)

5 – تحديد نقاط التعادل للإشغال (عدد المقاعد التي يجب إن تباع ليتم تغطية التكلفة) .

2- خدمات النقل الجوي العارض : تكون أسعار الطيران العارض أقل كثيراً من المنتظم ولكنه لا يعتمد على جهاز للإعلان للجمهور . والطيران العارض لا يتم تشغيله وفقا لجدول زمني محدد وإنما طبقاً للتعاقدات بين وكالات السفر ومنظمي الرحلات لنقل الأفواج .

3- خدمات التاكسي الطائر : بكثرة بواسطة رجال الأعمال وتمتلك هذه الخدمات بواسطة أفراد وتقوم شركات الطيران بتقديم هذه الخدمة باستخدام طائراتها الصغيرة أو الطائرات التي تعمل بمحركات في حوزتها ولا تستطيع تشغيلها على الخطوط المنتظمة ويتسع التاكسي الطائر لمجموعات من 4 – 18 شخص

4- خدمات الأتوبيس الطائر : يعمل الأتوبيس الطائر لخدمة تجمعات سكانية ولمسافات يصعب ربطها والاتصال بها عن طريق الطيران المنتظم بشكل اقتصادي وهنا يتم ربط المطارات الصغيرة بالمطارات الكبيرة ويتم تحصيل أجر السفر بالطائرة.

السماسرة والوسطاء في النقل الجوي : وهم يعملون بين مالكي الطائرات أو مالكي شركة الطيران وبين السوق المحتمل للطيران العارض . ويقوم هؤلاء الوسطاء بدور فعال وكبير في شغل المقاعد على الطائرات في أوقات انخفاض الطلب عليها كما أنهم يقدمون خدماتهم أيضا في أوقات الذروة عن طريق توفير طائرات عارضة أثناء الزيادة في الطلب

بالنسبة للتنظيم

1- يتفق على المسارات الجوية بالنسبة لخطوط الطيران الدولية المنتظمة عن طريق عقد اتفاقيات بين البلاد المعنية

2 – وتحدد أسعار السفر الدولي بالطيران المنتظم بواسطة اتفاقيات ثنائية بين خطوط الطيران المعنية وعن طريق تدخل منظمة الإياتا .

3 – وترخص الطائرات الناقلة والعاملة على الخطوط المنتظمة بواسطة الحكومات المحلية يتم الرجوع إلى منظمتي الإياتا والايكاو.

(ICAO):منظمة تابعة للأمم المتحدة هي المنظمة الدولية للطيران المدني التي تم تأسيسها عام 1947م ومقرها مدينة مونتريال الكندية .

- تهدف هذه المنظمة إلى :

1)دراسة المشاكل التي تعترض الطيران المدني .

2)وضع لوائح ومواصفات دولية تكفل مقاييس الأمان للطيران المدني .

3)مساعدة شركات الطيران في العالم في مجال تطوير برامج الطيران المدني . تعتبر من أهم الخدمات المرتبطة بالنشاط السياحي وتكون وظيفتها توفير وسائل النقل والاتصال المختلفة لراحة المسافرين بكافة أنواعها بين نقل بري وبحري وجوي حيث من شأن ذلك تقريب المسافات بين مناطق الوصول ومناطق الاقامة ومناطق تقديم المنتج السياحي مع مراعاة ان توفير ذلك يجب أن يكون في ظروف وأسعار مقبولة تناسب مع ما يقدم من خدمة.

ومما ذكر نرى ان السفر والتنقل هما الأساس الأول في فكرة السياحة ومن هنا كان لهذه المشروعات الأهمية القصوى في تطور هذه الظاهرة، ويلاحظ دائما ان مراحل تطور وسائل النقل والمواصلات تسير في خطى واحدة مع مراحل تطور ظاهرة السياحة حيث أنهما متلازمتان. اذ أضحت السياحة في العراق بوجه عام، وقطاع السياحة الدينية على وجه الخصوص تعتمد في حركة مؤسساتها ونشاطاتها على تأمين الملاكات المهنية والخبرات السياحية المتخصصة وتأهيلها لخدمة هذا القطاع وتطويره ، واعتماد البرامج والخطط العلمية التي تهدف إلى إيجاد صناعة سياحية متقدمة. ويُعد توفر الأمن والاستقرار أحد أهم متطلبات عوامل الجذب السياحي وازدهار السياحة حيث يهتم السائح أو الزائر بأمنه وسلامته قبل التوجه إلى أية منطقة سياحية.

تعتبر الصناعات التقليدية نتاجا حضاريا لآلاف السنين من التفاعل الحي بين المجتمعات المحلية -بما تحمله من رؤى وقيم حضارية- وبيئتها الطبيعية، وبينها وبين المجتمعات الأخرى، وهي مكون أصيل للذاكرة الحضارية -خاصة في شقها التقني- ورصيد مخزون للخبرات الحياتية والإمكانات الإنتاجية الذاتية المتاحة داخل كل مجتمع محلى.

التراث الشعبي أو (الفلكلور) أو المأثورات الشعبية كلها مسميات لعلم واحد – هو (التراث الشعبي) .

وينقسم التراث الشعبي إلى أربعة أقسام

أولا : المعتقدات والمعارف الشعبية .

ثانيا : العادات والتقاليد الشعبية .

ثالثا : الأدب الشعبي , وفنون المحاكاة .

رابعا : الفنون الشعبية , والثقافة المادية .

فمن المعتقدات ما يعتقده شعب معين من طقوس دينية أو عوامل طبيعية , أو ظواهر لا منظورة .. كالتي تتعلق بالجن .. أو (الغيبيات) .

أما المعارف فهي ما أتقنه ذلك الشعب من حرف وصناعات تقليدية ميزتهم عن غيرهم , أو لهم طريقة خاصة بهم ، أما العادات والتقاليد – فهي ما يتعلق بالاحتفالات والمناسبات . والأسلوب السائد لذلك الشعب , كعادات الزواج والختان .. والأعياد , وطرق الاستقبال الضيوف أو توديعهم .

أما عن الأدب الشعبي – فهو ما يخص (الشعر) , أو النثر بكل ما يحوي من (قصص) و(أساطير) أو (أمثال) و(أحاجى) ... الخ . والفنون الشعبية هي تلك الفنون التي نطلق عليها (العرضات) أو الرقص الشعبي , بكل أنماطه وخصائصه .كما تقع من ضمنها الألعاب الترفيهية. والثقافة المادية – هي الآثار والأدوات الشعبية المستخدمة في ذلك المجتمع .. سواء أكانت لباسا أو أدوات منزلية أو زراعية أو خلافها .

وقد أهتم بالفلكلور في هذا الزمن اهتماما ملحوظا من ناحية الدارسين أو من ناحية بعض الجهات في العالم التي أخذت على عاتقها مهمة دراسة الفلكلور و توثيقه .. لما لذلك من أهمية كبيرة في دراسة خصائص المجتمعات والبحث في عوامل تطور الأمم بالعودة لتراثهم ودراسة خصائصه واستجلاء أسراره وغموضه .

ومما لاشك فيه – إن أي أمة يحكم عليها من خلال تراثها حيث يصوغ سلوكهم و علاقاتهم .. فالأمة غزيرة التراث يدل ذلك على عظمتها ... كما أن التراث بمفهومه العام لم يكن نتاج زمن قصير أو عدد قليل من الناس .. وإنما بتكاتف عدد كبير منهم .. فالأعمال الفلكلورية الخالدة جاءت نتيجة تراكم معرفي ونقل من جيل إلى جيل. كما أن كل جيل - أو بالأحرى كل راوي - يقوم بالتعديل والتبديل دون قصد طبعا .. لذا فلا غرابة أن وجدنا أسطورة ما تتشابه مع أخرى في أمة أو شعب آخر ,, فقد يكون أصلها واحد غير أن التحريف قد غير صياغتها وبنيتها .

أما كيف جاء التراث الشعبي .. وعن الحاجة المجتمعية التي أتت به – فإن ذلك قد جاء تلبية لحاجة المجتمع لحفظ عاداته وتقاليده وغرسها في نفوس الأجيال القادمة أما لانعدام سبل التعليم المنتظم .. أو لحرص المجتمع على نقل معارفه وغرس القيم الفاضلة في نفوس أجياله الجديدة. لذا فإن الأسطورة أو الملهاة أو القصة , أو الأمثال الشعبية والأحاجي هي في الأساس نوع من التعليم غير المباشر للأطفال في أطوار نموهم الأولى .. وهي في الأساس تتميز بسمات وخصائص معينة منها البساطة والمتعة التي تسعد الصغار والكبار معاً... كما يلاحظ إن في معظم الأساطير ميل كبير إلى إدخال العنصر الأنثوي فيها بشكل بارز ... وأيضا لمس للمناطق الغريزية والجنسية في الإنسان. حيث نجد معظم الأساطير تدور حول الغنى والجمال والسلطة والفروسية ... الخ . ولعل ذلك يرجع إلى ميل الإنسان الفطري إلى حب الكمال .. والتحليق في عالم الخيالات والتمنيات .. كنوع من الفكاك من الواقع.

وتبدو أهمية هذه الصناعات في أنها تغطي مدى بالغ التنوع والاتساع من المجالات الاقتصادية من تصنيع الغذاء والأدوية والغزل والنسيج والملابس والسجاد والحصير والفخار، وكذلك الصناعات التي تتعلق ببناء المساكن وإقامة السدود وحفر الآبار ووسائل المواصلات... إلخ. كما أنها واسعة وقابلة للانتشار حتى لأصغر وحدة عمرانية؛ قرية كانت أو واحة أو حيا سكنيا، وكذلك لأصغر وحدة للنسيج الاجتماعي الحضاري، وهى الأسرة النووية أو الممتدة.

وانطلاقا من هذه تمثل الصناعات التقليدية الشمعة التي نلجأ إليها عندما تنطفئ الكهرباء العمومية؛ أي الوسائل المدارة مركزيا لسد حاجات الناس. كما تضم الصناعات التقليدية تراثا تقنيا اختبر بالممارسة عبر الأجيال، وهى بهذا

المعنى تعطينا اتجاهات مستقبلية متميزة للتفكير والخيال، وبالتالي الإبداع المنطلق والمرتكز على خصوصيتنا الحضارية.

الرؤية في بيئات متجاورة تتقارب الاعراف وتتداخل الثقافات ويتأثر بعضها ببعض، وفي بلاد العراق التي أتسم اقليمها بالعلاقة بين السهل والجبل، بين أقاليم الجبال وأرض السواد ابتداء من عصور ما قبل التاريخ ومروراً بالسومريين والاكديين والبابليين وحتى وقتنا الحاضر، تعانقت الثقافات وتبادلت الآثنيات محاسن نتاجاتها وصناعاتها واعمالها اليدوية والفكرية، رغم خصوصياتها، وانتجت حضارات رائعة خلدها الزمن. مابين الجبل والسهل في العراق علاقات حميمة ولعل أقدم علاقة صميمية من هذا النوع وقعت في القرن السابع ق.م عندما تحالف الميديون الكورد مع جيرانهم البابليين في عهدي الملكين (كيخسرو) الميدي و (نبوبلاسر) البابلي في عقد عسكري ضد دولة أشور التي أذاقتهم المر آنذاك. وقد أدى ذلك التحالف فضلاً عن أسقاط الدولة الآشورية عام (612 ق. م) الى تعزيز العلاقة والمصاهرة بين العائلتين الملكيتين الميدية والبابلية فقد طلب (نبو بلاسر) أبنة الملك الميدي لأبنه (نبوخذنصر) وعندما نقلت العروس الميدية (أماتيس) الى بابل تطلب الأمر من الملك أن يبني لزوجتهِ الجبلية قصراً أشبه بالجبل، فأبتكر البناؤون البابليون والميديون والفرس واليونان بناء الجنائن المعلقة للعروس الكردية، هكذا أدى تزاوج الحضارات الى نتاج صرح حضاري خلدهُ التاريخ.

<u>سياحة التسوق</u>

يعرف التسويق على أنه: عملية إدارية واجتماعية عن طريقها يتمكن الأفراد والجماعات من الحصول على ما يُشبع حاجاتهم ورغباتهم من خلال إنتاج وتبادل المنتجات والقيم مع الآخرين.اما التسويق السياحي فيعتمد على الاتصال المباشر بشركات السياحة الكبرى لشرح وترويج المنتجات السياحية لفندق ما او مطعم ما او أي منشأه سياحية.

وعادة يكون هناك (packages) او عروض خاصة يقوم قسم التسويق بشرحها للعملاء، وكذلك يهتم التسويق بأسعار مبيعات الجملة بالنسبة لغرف الفندق للمجموعات السياحية. ويكون التسويق بالاتصال المباشر او عن طريق المراسلات وارسال البروش او النشرات التي توضح البرامج المتاحة للمكان او الفندق او المطعم او أي منشأه سياحيه. (فنادق , مطاعم, مراكب, قرى سياحيه, ...الخ). ويقوم رجال التسويق بإقامة المعارض والاشتراك في المعارض السياحية لعرض منتجاته وتكون هذه المعارض من اهم طرق الجذب السياحي التعاقد مع شركات السياحة.

مثال على ذلك تثير العلاقة بين السياحة ومراكز التسوق في دولة الامارات العربية السؤال الجدلي عمن يخدم من هل تخدم السياحة المراكز ام العكس ؟ وأيا كانت الاجابة فمن المؤكد ان ثمة علاقة تكاملية واضحة بين المجالين بحيث لا يذكر التسوق الا وتذكر معه ارقام التدفق السياحي ونسب الاشغال الفندقي ولا تذكر السياحة الا ويذكر معها التأثير الذي احدثته على حركة التجارة وانتعاش الاسواق . وقد تجسدت تلك العلاقة بأوضح صورها مع انطلاق مهرجان دبي للتسوق قبل اكثر من عشر سنوات و الذي كان اول مبادرة من نوعها في المنطقة والتي ما لبثت ان استنسخت بأشكال مختلفة في دول اخرى . ومع ان مراكز التسوق ليست جديدة في دولة الامارات وعرفت اشكال منها في نهاية السبعينات وأوائل الثمانينات ، الا انها لم تأخذ طابعها ومكانها في الا في السنوات العشر الاخيرة حينما اصبحت هذه المراكز نقطة الجذب الرئيسية للتسوق في جميع مدن الامارات . ويمكن القول ان دبي قد أخذت قصب السبق في هذا المجال حيث أنشئ في منتصف الثمانينات مركز الغرير الذي كان اول مركز يأخذ بعين الاعتبار العلاقة

الوثيقة بين السياحة والتجارة من خلال توفير شقق سكنية مفروشة و خدمة فندقية للمتسوقين وخاصة من دول الخليج المجاورة وفيما بعد من دول الاتحاد السوفياتي السابق الذين تدفقوا بكثافة على دبي في النصف الاول من التسعينات بقصد التسوق اولا قبل ان تصبح مقصدا سياحيا لهم فيما بعد . وكانت العلاقة بين التسوق والسياحة واضحة عند انشاء مركز الغرير من خلال الموقع الذي احتله في قلب دبي ومن خلال التطور الكبير في اعداد الفنادق التي نشأت حوله واستفادت من وجوده بينها ليصبح المركز من عناصر الجذب لهذه الفنادق .

سباق على انشاء المراكز التجارية :

وبموازاة الاثر الذي تركته مراكز التسوق الاولي على انتعاش الاسواق وازدياد اعداد القادمين الى دولة الامارات بدأت مدن الامارات تتسابق في انشاء المراكز التجارية التي اصبحت مع مطلع القرن الجديد تعد بالعشرات واصبح لبعضها الطابع المتخصص الذي يميزها عن غيرها.

ان العلاقة بين القطاع الفندقي والتسوق علاقة قديمة وتسبق قيام مراكز التسوق الحديثة ، فالإمارات بحكم موقعها الجغرافي المتوسط والواقع على خط التجارة بين الشرق والغرب كانت باستمرار محطة يتوقف فيها المسافرون والتجار وما لبث هذا الدور الذي فرضته الجغرافيا ان تطور من خلال التحسن الكبير الذي طرأ على البنية التحتية في الدولة ومن خلال الانفتاح الذي ضمنته قوانين وانظمة التجارة الحرة بحيث اصبح ذلك الانفتاح من عناصر الجذب للعديد من التجار الذي وجدوا في الامارات قاعدة لتجارتهم في المنطقة .

ولم تعد مراكز التسوق مقتصرة على الامارات بعد ان انتشرت في كل دول المنطقة وذلك لان وجودها ضرورة من ضروريات السياحة لان التسوق كان دائما من مقاصد السياح حتى لو توفرت في دولهم بدائل للبضائع التي يحملونها عند عودتهم .ولا سيما الاعفاءات الضريبية والجمركية التي تجعل اسعار البضائع في الامارات اسعارا منافسة خاصة للقادمين من اوروبا او الشرق الاقصى حيث تفرض هناك رسوم جمركية عالية .

كما ان المراكز التجارية تستفيد ايضا من اعتدال اسعار الفنادق وتنوعها لاستقطاب اعداد متزايدة من السياح العرب و الاجانب الذين يجدون بالإضافة لجاذبية الاسعار جاذبية في اسعار وتنوع الخدمات الفندقية. فهناك ارتباط وثيق، وعلاقة تبادلية بين السياحة والحرف اليدوية، وإن أخذهما سويا في الاعتبار عند التخطيط لهما ، وتنظيم شؤونهما ، وتوجيه أمورهما ، والرقابة على نشاطهما، وتقويمهما، وتصحيح مساراتهما، من الأمور التي تساعد على إطلاق الإبداعات فيهما وتطويرهما . فكل منهما بدرجة أو بأخرى يؤثر في الآخر ، ويتأثر به ، ولتداخلهما مع بعضهما البعض.

تعد السياحرفية من الوسائل الفعالة لتنويع قواعد الاقتصاد، ودعم التنمية الاقتصادية، والاجتماعية، وتوفير فرص عمل جديدة نتيجة زيادة رؤوس الأموال المستثمرة فيها ، فتطويرهما وتنشيطهما يحققان نفعاً عاماً.

ولكل دولة خصوصياتها، وعاداتها، وتقاليدها، وأعرافها، كل هذه الأمور تؤثر في التوجهات لجذب السياحة الخارجية وفي أسلوب تنشيطها ، وتطوير مستلزماتها. ويعدّ ظهور الحرف اليدوية أحد إفرازات الظروف البيئية التي عاشتها الدول وتبرز أحاسيس مجتمعاتها، وخصائصها، وتحافظ من وجوه عدّة على تراثها، وتعبر عن خصائص الحضارات المختلفة وتكوّن منظومة متكاملة ومتناسقة .

وقد استشعرت الدول أهمية المحافظة على تراثها الأصيل من الاندثار - ومنه الحرف اليدوية – كإحدى المميزات التي تشكّل حوافز ذات خصوصية لبعض الدول لاستقطاب السياح ، مما يستدعي الوقوف الكامل بموروثاتها عبر الأزمان ، فبالإضافة إلى تشجيع السياحة تتحقق مزايا عدّة منها :

- تدريب العديد من القوى العاملة من الرجال والنساء مما يسهم في مواجهة البطالة ويوجد فرص عمل جديدة من خلال :

- إقامة قاعات ومنافذ للعرض.

- إنشاء ورش للعمل الحرفي .

- اعتماد الحرف اليدوية على المحليات من العمالة والإمكانات ، وعدم اعتمادها بصفة رئيسة على الاستيراد من الخارج .

- اعتماد بعضها على توارث الأجيال مما يوفر عددا لابأس به من الحرفيين الذين يتمتعون بالمهارة.

الاسبوع: الرابع عشر والخامس عشر	تطور السياحة العالمية

مراحل تطور السياحة:

منذ أن خلق الله الإنسان على وجه الأرض و هو في حاجة إلى التنقل بحثا عن المأكل والمشرب مستخدما وسائل التنقل المتاحة آنذاك و الخاصة بكل حقبة زمنية ، و قد استعمل المصريون القدامى القوارب الشراعية عبر البحر ، أما برا فكانوا يسرون إما على الأقدام أو على الدواب، و عليه فإن هذه الفترة لم تعرف نشاطا سياحيا حقيقيا، لأن المسافر كان يقوم بكل شيء بنفسه ، و لم تكن هناك مرافق خاصة بهذا الأخير ، كما كانوا ينتقلون لأغراض خاصة كالبحث عن الأسواق في بلدانهم أوخارجها و البحث عن العمل ضف إلى ذلك زيادة الأماكن المقدسة كمكة المكرمة و المدينة المنورة وزيادة القدس عند المسلمين و الفاتيكان عند المسيحيين ،كما كان الأمراء و الأغنياء يسافرون من أجل الاستشفاء إلى أماكن المياه المعدنية و أحيانا للتنزه و التمتع بالمناظر الطبيعية و الشواطئ و البحيرات و الأماكن الدافئة شتاءا

لم تعد السياحة ذلك الشخص الذي يحمل حقيبة صغيرة ويسافر إلى بلد ما ليقضي عدة ليال في أحد الفنادق ويتجول بين معالم البلد الأثرية. تغير الحال وتبدل وتخطت السياحة تلك الحدود الضيقة لتدخل بقوة إلى كل مكان لتؤثر فيه وتتأثر به. لم تعد صناعة السياحة كما كانت منذ سنوات. بل تشعبت فروعها وتداخلت و أصبحت تدخل في معظم مجالات الحياة اليومية. هذا التنوع هو نتاج تطور صناعة السياحة ونتاج زحفها إلى مقدمة القطاعات الاقتصادية في العالم. فقد تمكنت السياحة من تجاوز كل الأزمات وأثبتت التجارب أنها صناعة لا تنضب ولا تندثر بل تنمو عاما بعد عام رغم كل الأحداث المؤسفة التي قد تمر بها. فالسياحة هي صناعة مرتبطة بالرغبة الإنسانية في المعرفة وتخطي الحدود.

لقد توقع البعض منذ سنوات أن تقل حركة السياحة مع تطور الإعلام وظهور شبكة الإنترنت التي تعج بالمعلومات والصور والبيانات ..ولكن السنوات أثبتت أن السياحة ستظل اكثر الصناعات نموا وأكثرها رسوخا. ورغم دخول دول كثيرة في الفترة الأخيرة إلى سوق السفر والسياحة إلا أن السوق يستطيع استيعاب العالم كله. فهي صناعة العالم من العالم والى العالم. والأكثر تطورا وتفهما وتفتحا هو الذي يستطيع أن يأخذ منها قدر ما يريد التاريخ.

وعليه يمكن أن نميز مرحلتين مهمتين في تاريخ السياحة وهما :

المرحلة الزمنية : (1840 – 1914):

عرفت هذه المرحلة زيادة انتقال البشر من مكان لآخر و هذا مرده إلى الاختراعات والتطورات التكنولوجية الحاصلة في هذه الفترة ، و ذلك باختراع القطار و السيارة و السفن المريحة و السريعة في نفس الوقت ، كل هذا جعل من الإنسان يهتم فعلا بالسياحة و التنقل ، و عموما تعد هذه المرحلة هي البداية الفعلية للنشاط السياحي عبر العالم. وقد ظفر " توماس كيد " و هو بريطاني ، بتنظيم أول رحلة سياحية جماعية عن طريق القطار داخل إنجلترا ، ثم قادها إلى دول أوروبا ، ثم أمريكا ، و من أهم و أطول هذه الرحلات التي سميت حيث تم فيها اختيار وسائل النقل و أماكن الإقامة و كذا الأماكن التي يتم ، " Grand Tour " بزيادتها، فكانت لبنه لظهور النشاط السياحي.

أدت الثورة الصناعية إلى تغيرات هامة في أنماط السفر وسلوك المسافرين. فقد أصبح بمقدور الطبقة الوسطى وطبقة العاملين التنقل بسهولة بفضل السكك الحديدية والسفن البخارية. وأدت هذه التطورات أيضًا إلى إنشاء المنتجعات السياحية الجماعية في المملكة المتحدة مثل ساوثند ومارجيت وبلاكبول. وقد أوجدت الحركة الرومانسية الإنجليزية التي قادها شعراء مثل وليم وردزورث مناخًا برز فيه الاهتمام بالمناظر الطبيعية، حيث عكست الكتب السياحية هذا الاتجاه في أوائل القرن التاسع عشر، وأصبحت مناطق مثل جبال أسكتلندا وجبال الألب السويسرية أهدافًا سياحية في أوروبا. وفي أمريكا الشمالية وأستراليا ونيوزيلندا أدى تطور السكك الحديدية مع ما واكبه من اهتمام بالمناظر الطبيعية إلى إنشاء أولى الحدائق القومية مثل متنزه يلوستون الوطني (ويومينج، الولايات المتحدة الأمريكية، 1872)، ومتنزه رويال الوطني (نيو ساوث ويلز، أستراليا 1879)، ومتنزه بانف الوطني (ألبرتا، كندا، 1885).

السياحة الجماعية الحديثة:

بدأت في 5 يوليو 1841 عندما غادرت أول رحلة بالقطار نظمها توماس كوك محطة السكك الحديدية في ليستر بإنجلترا. وقد أصبح كوك أول منظم رحلات حيث حصل على "أجر جماعي" مخفض قدره شلن واحد لكل شخص في رحلة نظمها من ليستر إلى لاوبرا. ومضى كوك في تنظيم رحلاته بالاشتراك مع الشركات التي كانت تسير خطوط السكك الحديدية في ذلك الوقت حيث كان ينظم رحلاته لتلاميذ المدارس. أما السفر بغرض الاستمتاع فقد جاء متأخرًا.

نظم جيمس كوك أول رحلة بغرض تجاري في عام 1845، وكانت من ليستر إلى ليفربول وويلز الشمالية. وقد نظم الرحلات الأولى إلى أحداث رئيسية مثل المعرض الكبير في لندن في عام 1851م والمعرض العالمي في باريس في عام 1855م، كما نظم رحلة سير إلى جبال الألب السويسرية. وفي عام 1867م نظم أول رحلة إلى الولايات المتحدة.

في عام 1873م اخترع كوك أول ورقة تداولية، وكانت شكلا مبكرًا للشيكات السياحية الحديثة. وفي عام 1872م نظم أول رحلة حول العالم، حيث وردت تفاصيل الرحلة في جريدة التايمز. بدأت الرحلة من لندن، وعبرت المحيط الأطلسي إلى نيويورك، ومنها بالقطار إلى سان فرانسيسكو، ثم عبر المحيط الهادئ إلى اليابان، ومنها برًا إلى القاهرة حيث التحقت بسفريات كوك من القاهرة إلى لندن. بهذه الرحلة اكتسبت رحلات كوك شهرة كبيرة. وبحلول عام 1880م بلغ عدد وكالات توماس كوك السياحية 60 وكالة في أنحاء العالم المختلفة، وبلغ عدد الفنادق التي تتعامل مع شيكات كوك السياحية 500 فندق. انظر: كوك، توماس.

وعندما بدأ سياح الطبقة الوسطى يسافرون إلى أماكن كانت محتكرة للأثرياء من السياح طور هؤلاء الأثرياء أشكالاً سياحية أخرى أكثر ترفًا. وفي عام 1883م سير البلجيكي جورج ناجلماكرز قطار الشرق السريع، وكان أول قطار أوروبي بغرف نوم ومطعم. انتظمت رحلات قطار الشرق السريع في البداية من باريس إلى البحر الأسود ثم امتدت رحلاته فيما بعد إلى إسطنبول بتركيا.

المرحلة الزمنية من(1914 إلى يومنا هذا):

تميزت هذه المرحلة بأعظم اختراع عرفته البشرية و هو الطائرة الحربية ، و الذي تزامن مع الحرب العالمية الأولى و بعد ذلك دخلت الطائرة مجال الطيران المدني و تميزت بإدخال وسائل الأمان و سرعة الانتقال ، حيث طغت هذه الخيرة على الوسائل الأخرى، كما ظهرت السياحة البحرية و التي تعد أقل تكلفة .

إن التكامل في وسائل النقل البرية و البحرية و الجوية، خصوصا بعد نهاية الحرب العالمية الأولى، و زيادة تنقل الأفواج البشرية من مكان إلى آخر ، كل هذا يعد البداية الحقيقية للسياحة"Tourism" بمفهومها الحديث و التي

أصبحت تسمى بالصناعة السياحية ، و حديثا ظهر الاسم الجديد" و هو وليد القرن العشرين و بدأ الاهتمام بالسياحة من طرف المنظمات العالمية خاصة الأمم المتحدة. وعليه فقد أولى الباحثون اهتماما بليغا بهذا النشاط وأنشأوا له معاهد متخصصة

وضعوا له إطارا خاصا منفصلا عن التجارة و النقل و الأنشطة الأخرى و صارت السياحة علما مستقلا .

وعموما بعد الخمسينيات عرفت الشرارة الحقيقية لانطلاق النشاط السياحي و الذي تزامن مع نهاية الحرب العالمية الثانية، حيث عمد الأوروبيون إلى الاشتراك في السياحة الدولية وهذا لإعادة الثقة في النفوس بعد الحربين العالمتين، حيث قامت في هذه الفترة شركات سياحية بتنظيم رحلات سياحية أوربيا و دوليا ، وتعد إسبانيا أول الدول الأوربية التي حظيت باستقبال السياح الوافدين إلى أوربا مقارنة بجيرانها، و هذا يرجع لاعتدال مناخها من جهة و لانخفاض الأسعار فيها من جهة أخرى .

كما شهدت إيطاليا زيادة في السواح الوافدين إليها بفضل تنوع منتجوها السياحي من جزر وجبال و سياحة ثقافية و علاجية ، دون أن ننسى فرنسا و سويسرا اللتان كانتا من أهم الدول المستقبلة للسياحة الثقافية و الصحية ،أما الدول النامية فلم تعرف نشاطا سياحيا بالمعنى المعروف، سوى السياحة الدينية، والسبب تاريخي راجع إلى فترات الاستعمار التي عرفتها هذه الدول. أصبحت السياحة خلال الستينات ظاهرة عالمية و بدأت الدول الأوروبية تخطط لها من خلال المخطط الإسباني لتنمية السياحية و هذا بتطوير شواطئها ، كما عرفت هذه الفترة دخول الدول النامية للمنافسة الدولية لجذب السياح ، بعدما عرفت نوعا من الاستقرار ، كمصر و الجزائر و المغرب وتونس و تايلند و إندونيسيا و دول و كوبا ، حيث تعتبر هذه الدول لبنة للتنمية السياحية في العالم الثالث و الانفتاح على الدول الغربية ، هذا فيما يخص الدول المستقبلة للسياحة .

أما على مستوى الدول المصدرة للسياحة فقد ظهرت شركات كبرى لتنظيم البرامج السياحية وقد سميت الستينات بعصر السياحة الاجتماعية ، إذ لم تقتصر هذه الظاهرة على الأغنياء فقط بل شملت الطبقات الاجتماعية الأخرى و أصبحت في متناول الجميع ، و ظهور السياحة بالتقسيط و تخفيض قيم العملات للدول المستوردة للسياحة كإسبانيا و إيطاليا و فرنسا.

كما أصبح للسياحة بتطورها أثارا سلبية ، عن طريق التوسع الغير المنتظم و المدروس الذي أضحى يؤثر على مستقبل الأصول الطبيعية و الحضارية للدول المستقبلة للنشاط السياحي، وكذا الآثار الاجتماعية على السلوك البشري و القيم ، حيث يؤدي أثر المشاهدة إلى تقليد سلوك السائحين وعاداتهم في المأكل و المشرب و الملبس هذا الأخير قد يؤدي إلى ظهور عادات سيئة ، أما الآثار البيئة فتمثلت في التلوث في الماء و الهواء في الدول المستقلة للسياح، بالإضافة إلى الإغراق و الانحلال الخلقي و ظهرت العديد من الأمراض القاتلة نتيجة الاختلاط فأولى العديد من الباحثين الألمان والنمساويين خاصة ، عناية كبيرة بدراسة السياحة كمنتج من منتجات المجتمع الصناعي و تحليل المنافع و التكاليف، التي ستعود على البيئة و الاقتصاد الوطني ككل وقد أعطوا للبيئة أهمية قصوى ، فأصبحت محل الاهتمام العديد من الباحثين و الدارسين الآن .

ويمكن القول أن كل مرحلة من المراحل التطور البشري السياحي تميزت بسمات خاصة بها ميزت عن كل مرحلة فقد عرفت المرحلة الأولى تطورا ملحوظا في وسائل النقل البرى و البحري كالسيارات و القطارات و السفن الكبيرة و دخول متوسطي الدخل في النادي السياحي الذي صاحب ظهور شركات سياحية لتنظيم عملية التنقل ،أما المرحلة الثانية فحدثت فيها طفرة هائلة في وسائل النقل المختلفة، هذا ما أدى إلى زيادة النشاط السياحي ودفع عجلة التنمية به.

وتتميز حركة السياحة العالمية المعاصرة بعدد من الخصائص أهمها:

(أ) الرحلات السياحية الجماعية.

(ب) تطور وسائل المواصلات والاتصالات.

(ج) انتشار المنتجعات والمخيمات والقرى السياحية.

(د) ارتفاع أعداد السياح بصورة هائلة.

(هـ) ارتفاع مداخيل صناعة السياحة وعوائدها غير المنظورة في كثير من الدول.

ومن الملاحظ أن تطور الحركة السياحية المعاصرة ساعد كثيرا على تقارب سكان العالم، وتبادل المؤثرات الثقافية والحضارية. وبالرغم من كل الدوافع الأخرى للسياحة، فان تفرد كل مكان بخصائصه الطبيعية والبشرية المميزة تظل هي الأساس الذي يدفع بالناس إلى السياحة والسفر لزيارة هذه الأماكن المتفردة. أي أن جاذبية وخاصية المكان هي في نهاية المطاف الدافع الأول للحركة السياحية بصفة عامة.

وفيما يتعلق بأعداد السياح على المستوى الدولي في الفترة المعاصرة، فان الإحصائيات تشير إلى ارتفاع أعداد السياح على مستوى العالم من حوالي 240 مليون سائح في عام 1977إلى 592 مليون سائح في عام 1996، ثم الى 657مليون سائح في عام 1999.وفيما يتعلق بأعداد السياح الوافدين على مستوى الدول، احتلت فرنسا المركز الأول عالميا حيث زارها حوالي 62 مليون سائح في عام 1996، ارتفع إلى حوالي72مليون سائح في عام 1999،فالولايات المتحدة بحوالي 45 مليون سائح في عام 1996 ارتفع إلى 52 مليون سائح في عام 1999،ثم إسبانيا ،حيث زارها حوالي 42 مليون سائح في عام 1996 ارتفع إلى 52مليون سائح في عام 1999.كما بلغت المداخيل المتحققة للدول السياحية الثلاث الأولى في العالم في عام 1999حوالي 73 مليار دولار للولايات المتحدة ،و 25,2 مليار دولار لإسبانيا ، و24,7 مليار دولار لفرنسا. وقد اعتبرت منظمة السياحة الدولية هذه الزيادات إشارة قوية إلى عودة النمو السياحي العالمي إلى مستوياته السابقة بعد سنتين من التراجع . وتجدر الإشارة إلى أن حساب الدخل المتحقق من السياحة الداخلية هو ما يفسر احتلال الولايات المتحدة للمرتبة الأولى من حيث المداخيل المتحققة رغم أنها لا تحتل نفس المرتبة من حيث أعداد السياح(الشرق الأوسط. ويُعتقد أن هذه الزيادات في أعداد السياح هي محصلة لعدد من العوامل كزيادة أعداد السكان ووقت الفراغ، وارتفاع مستويات المعيشة، وتطور التعليم ووسائل النقل والاتصالات.

وقد توقفت الخدمات المتكاملة إلى إسطنبول في عام 1977م، ولكن الخدمات ما تزال باقية في أجزاء من الرحلة. كان قطار الشرق السريع مؤثثًا تأثيثًا راقيًا، وفي أواخر القرن التاسع عشر بدأ تسيير السفن ذات التأثيث الفاخر، حيث وفرت السفن الأولى مستوى من الفخامة لم يكن متوفرًا في أفضل الفنادق.

وفي العشرينيات من القرن العشرين الميلادي زار العديد من نجوم السينما الأمريكيين الريفيرا الفرنسية والريفيرا الإيطالية، مما زاد من شعبيتهما. وظهرت موضة الحمامات الشمسية، وما تزال باقية حتى الآن، بالرغم من المخاطر الصحية الناجمة عن التعرض الطويل لأشعة الشمس. ويفسر استمرار هذه الموضة الشهرة السياحية الواسعة التي تحظى بها مناطق البحر الأبيض المتوسط وجزر الكاريبي.

وبانتهاء الحرب العالمية الثانية (1939-1945م) أصبح التنقل بغرض الاستمتاع ميسورًا بفضل ازدياد تملك السيارات وتوفر الوقت والمال. وبدخول الطائرات النفاثة التجارية إلى الخدمة في الخمسينيات والستينيات من القرن العشرين أصبح بمقدور أكبر عدد ممكن من الناس السفر إلى مسافات طويلة، في أسرع وقت، وبأسعار أقل. وقد تطلب ازدياد كثافة التنقل عبر الجو بناء مطارات أكبر لاستيعاب الأعداد الكبيرة من المسافرين. وشهدت تلك الفترة أيضًا بناء الفنادق الضخمة في المناطق الساحلية.

أدى تطور السياحة أيضًا إلى ظهور ما عرف باسم الرحلات الشاملة. وقد نظمت شركة هورايزون أول رحلة من هذا النوع إلى جزيرة كورسيكا على البحر الأبيض المتوسط، في عام 1950م. وكانت هذه الرحلات، بما امتازت به من دقة في التنظيم، أوضح نموذج للرحلات الجماعية في القرن العشرين. وبازدياد عدد المسافرين برزت مناطق سياحية جديدة إلى الوجود، وشيدت متنزهات ضخمة مثل ديزني لاند وديزني وورلد في الولايات المتحدة. وفي أوائل الثمانينيات من القرن العشرين أصيبت السياحة بنكسة لارتفاع أسعار الوقود، ولكن السياحة ظلت تنمو باطراد أثناء فترة الركود الاقتصادي. فقد بلغ معدل نمو السياحة بين عامي 1970 و1990م أكثر من 260%.

السياحة اليوم

شهدت الثمانينيات والتسعينيات من القرن العشرين تطور أشكال أخرى من التنقل. فبالرغم من أن سياحة العطلات تمثل جزءًا أساسيًا من صناعة السياحة فإن أعدادًا كبيرة من السياح مازالوا يسافرون بغرض اكتساب ثقافات

جديدة والاحتكاك ببيئات مغايرة. ونظرًا لتغير أنماط الحياة أصبح قضاء العطلات القصيرة وعطلات نهاية الأسبوع خارج المنازل عادة شائعة.

وفي التسعينيات من القرن العشرين نمت السياحة العالمية بمعدل سنوي بلغ حوالي 4%. ويذهب السياح اليوم إلى أماكن لم تكن مطروقة في السابق. فبسبب النمو السريع الذي تشهده الصين وإندونيسيا وكوريا الجنوبية وتايوان واليابان أصبحت منطقة آسيا والمحيط الهادئ مركز استقطاب رئيسي للسياحة العالمية. ومن المتوقع أن تحافظ مناطق سياحية جديدة مثل بالي في إندونيسيا والحاجز المرجاني الكبير في أستراليا ومناطق في تايلاند وسنغافورة على نموها في السنوات القادمة.

ومع تطور وسائل المواصلات والسفر حدثت تغيرات هائلة في مسيرة الحركة السياحية وأهدافها ومداها . وتحولت من مجرد سفر لقضاء وقت ممتع أو استكشاف جغرافي، وإشباع للفضول، إلى صناعة مزدهرة قائمة على أسس ومرتكزات علمية وتخطيطية، لها أهدافها الاقتصادية و الاجتماعية والمعنوية والثقافية ، بحيث اصبح السائح يبحث عن الاستجمام والاسترخاء والتمتع بمناخ الطبيعة التي يسرها الله سبحانه وتعالى ، والابتهاج مع الألعاب ووسائل التسلية وصنوف المنتزهات التي ابتدعها الإنسان نفسه.

الاسبوع: السادس عشر والسابع عشر	تطور حركة السياحة في الشرق الاوسط

تطور حركة السياحة في الشرق الاوسط

ان الوطن العربي يعرف كذلك باسم الوطن العربي الكبير والعالم العربي هو مصطلح جغرافي-سياسي يطلق على منطقة جغرافية ذات تاريخ ولغة وثقافة مشتركة تمتد من المحيط الأطلسي غرباً إلى بحر العرب والخليج العربي شرقاً شاملاً الدول التي تنضوي في جامعة الدول العربية في غرب آسيا وشمال أفريقيا وشرقها. جغرافياً، يضم الوطن العربي أراض احتلت أو أصبحت ضمن بلدان مجاورة مثل فلسطين وهضبة الجولان، ولواء اسكندرون والأقاليم السورية الشمالية التي سلمتها فرنسا إلى تركيا وجزر الكناري وسبتة ومليلية وصخرة الحسيمة (تحت الاستعمار الإسباني) والجزر الإماراتية (طنب الكبرى وطنب الصغرى وأبو موسى) المحتلة من إيران.

بينما يستعمل معظم العرب مصطلح الوطن العربي، تستعمل أطراف غربية أو متأثرة بالغرب مصطلح العالم العربي أو حتى الشرق الأوسط وشمال إفريقيا مثل وزارة الخارجية الأمريكية التي تسقط صفة العروبة عن تسمية المنطقة. مصطلح الشرق الأوسط ربما يكون قد نشأ في 1850 في مكتب الهند البريطاني. ولكنه أصبح معروفاً على نطاق واسع عندما استخدمته البحرية الأمريكية من قبل ألفريد ثاير ماهان في عام 1902 للإشارة إلى المنطقة الواقعة بين السعودية والهند.

تبيّن المؤشرات كافة أنّ العراق يمكن أن يصبح مركزاً سياحياً رائداً في منطقة الشرق الأوسط بسبب مكانته الدينية والتاريخية والحضارية المتنوعة، وموقعه الجغرافي المتميز وطبيعته الخلابة المتمثلة بوجود نهري دجلة والفرات والأهوار، البحيرات، البساتين، الجبال السهول الخضراء، والمصايف الجميلة التي أنعم الله بها على هذا البلد، وهو ما يتسع على مدى الفصول الأربعة لمئات الآلاف ممّن يقضون فصل الصيف في ربوع كردستان الرائعة في الشمال، وفي فصل الشتاء في مناطق الأهوار الجذابة وأحضان البصرة الفيحاء في الجنوب. هذا فضلاً عن احتضانه للعديد من المدن الأثرية المهمة التي تعود إلى حضارات وادي الرافدين القديمة والتي لا يزال بعضها قائماً إلى يومنا هذا، إضافة إلى المدن الدينية المقدسة التي تشتهر بمبانيها التاريخية العريقة وجوامعها ومساجدها وعتباتها التي

يقصدها المسلمون من الأقطار كافة في المناسبات الدينية المهمة، إلى جانب ما يتميز به من المواقع الأثرية والتاريخية والسياحية . كل هذه تعتبر من أهم خصائص ودعائم مقومات السياحة والترويح، مما يجعله مؤهلاً لأن يصبح وجهة سياحية مفضلة، ويُمكّن السياحة من أن تؤدي دوراً مهماً في التنمية والإعمار والنهوض بمستوى الخدمات الإنسانية والاجتماعية وتوفير مستوى معيشي مقبول يدعم مستلزمات الأمن والاستقرار.

صناعة السياحة في العالم العربي (بين الواقع والطموح):

شهدت السنوات الأخيرة من القرن الماضي وحتى حاضرنا ازدهاراً ملحوظاً في تطور صناعة السياحة على مستوى العالم، إذ بلغ عدد السياح حوالي 700 مليون سائح عام 2004 والذي سيصل إلى ثلاثة أضعاف عام 2020 من جهة ثانية شهد العالم قيام مشاريع سياحية عملاقة تنوعت أشكالها بتنوع أنماط السياحة وطبيعة مواقعها، رافقها استثمارات هائلة في البنية التحتية والفوقية لتسهيل قيام صناعة سياحة متطورة ومستدامة، وهذا التوجه يؤكد قناعة الحكومات بأن السياحة مصدر دخل لا ينضب حيثما ازدهرت ونمت.

وتمتلك الدول العربية في الغالب مقومات سياحية مهمة كالآثار والمواقع الدينية والسواحل المشمسة والمناطق الجبلية وغيرها إلا أن توزيعها يشير إلى انفراد كل دولة بجانب من تلك المميزات، وهذا بحد ذاته يعد ميزة تتيح للسياحة خيارات لأنواع مختلفة من الأنشطة السياحية.

وبناء على ما تقدم فالنظرة التنموية بأبعادها الاستراتيجية والإدارية تتطلب إيلاء صناعة السياحة العربية اهتمام الحكومات والقطاع الخاص بما يجعلها قادرة على المنافسة والمساهمة بتحسين الدخل القومي وتوفير فرص عمل حقيقية فضلاً عن دورها الحضاري في تأمين أرقى حالات التواصل والتفاعل بين ثقافات الشعوب.

ولقد تسارع تطوير قطاع السياحة في الوطن العربي خلال السنوات القليلة الماضية في إطار الجهود المبذولة لتنويع الاقتصاد، ويعد هذا القطاع مصدراً هاماً للعملات الأجنبية ولفرص العمل، ومن ثم تأكد بوضوح أثره العام على الاقتصاد، كما يساعد قطاع السياحة على تطوير غيره من القطاعات، خاصة قطاعات البنية التحتية مثل النقل والاتصالات، والكهرباء والمياه، والخدمات المالية، والزراعة والصناعات التحويلية.

ولا يخفى على أحد، أن قطاع السياحة في الوطن العربي عرضة للتأثر بالتطورات السياسية السائدة في المنطقة، ولا سيما التطورات المرافقة للثورات العربية، حيث سجلت الدول العربية خسائر بقيمة 2.2 مليار دولار خلال عام 2011 وذلك بسبب ما مرت به دول عربية من اضطرابات، وبلغ حجم خسائر تونس التي تملك نحو 15 في المائة من حصة السياحة في أفريقيا خلال الفترة الماضية بنحو 450 مليون دولار، بمعدل خسائر شهري بلغ 231 مليون دولار، في حين بلغ حجم الخسائر عن الفترة الماضية في مصر، والتي تملك نحو 23 في المائة من حصة السياحة في الشرق الأوسط بنحو 1.160 مليار دولار، و862 مليون دولار خسائر شهرية.

ويشكل ضعف البنية التحتية والخدمات الأساسية المتصلة بها عائقاً آخر أمام سرعة نمو السياحة في المنطقة، وفي الوقت ذاته، يعتبر ظهور أسواق سياحية جديدة في جميع أنحاء العالم، ولا سيما في جنوب آسيا وشرقها، مصدراً للمنافسة الحادة للأسواق السياحية في البلدان العربية، فقد تمكنت الاقتصادات الآسيوية السريعة النمو من النجاح في توسيع أسواقها السياحية التي تعتبر حالياً أسرع الأسواق السياحية نمواً في العالم، كما ظهرت أسواق سياحية ذات قدرة

كبيرة على المنافسة في الصين وماليزيا وسنغافورة وتايلاند وهونج كونغ. وتندرج الصين وماليزيا في عداد أكبر 20 بلداً مستقبلاً للسياح.

ويحتاج تطوير قطاع السياحة إلى نظرة طويلة الأجل تكون جزءاً من عملية التنمية الاقتصادية، نظراً للترابط بين السياحة وسائر القطاعات الاقتصادية الأخرى، والتنمية الناجحة للسياحة في أي بلد يجب أن تركز على المجالات التي يتمتع فيها هذا البلد بميزة نسبية، مثل السياحة الثقافية وسياحة الآثار، والسياحة الترفيهية، والسياحة الدينية، وسياحة المؤتمرات والتدريب، ليتمكن من التنافس في أسواق السياحة العالمية، وعلاوة على ذلك، يتطلب تطوير السياحة توفر الإرادة السياسية بتنمية القطاع وإخضاعه لتشريعات منفصلة تسعى إلى تحقيق أهداف السياحة في البلد وتطورها.

وتتنوع السياحة العربية حسب الدول ، وتعد جمهورية مصر العربية والمغرب العربي وبلاد الشام صاحبة تميز في هذا القطاع ، من أكثر الدول العربية اعتماداً على السياحة وتوجد بها أكثر الأماكن الأثرية والطبيعية للسياحة .. واليوم تشهد صناعة السياحة في دول مجلس التعاون الخليجي خطى متسارعة على درب النمو في هذا القطاع الحيوي، ولعل دولة الإمارات العربية المتحدة تأتي في المقدمة من حيث الإنجازات السياحية حيث حققت حضوراً فاعلاً ومؤثراً على خريطة السياحة العالمية، بل تفوقت على كثير من الدول التي سبقتها في ولوج عالم السياحة بعشرات السنين، وتتمتع دولة الإمارات ببنية سياحية متطورة، واستطاعت ابتكار وسائل جذب غير مسبوقة شجعت السياح على ارتيادها، وتبذل دولة الإمارات العربية المتحدة جهوداً كبيرة في تطوير مرافقها السياحية المختلفة لإشباع رغبات السياح ومن ضمنها الشواطئ البهية في الشرق والأكثر بهاء وعذرية في الشمال، والخدمات المتطورة في المجال الفندقي الراقي والاتصال التقني السريع والنقل المريح والمنتظم، وتقيم الإمارات مهرجانات سنوية تستقطب أعدادا هائلة من السياح، وفي مقدمتها مهرجان دبي للتسوق وهو أكبر وأشهر مهرجانات التسوق والترفيه في منطقة الشرق الأوسط الذي يضم مئات الأنشطة المختلفة، ومن أهم الانجازات التي حققها منذ انطلاقه عام 1995 استحضار العالم إلى دبي وأخذ دبي إلى العالم.

كما تعد السياحة في البحرين أهم مصادر الدخل في المملكة إلى جانب الصناعة، وتدعم الاقتصاد بقوة، حيث تجذب البحرين سنوياً أكثر من مليوني زائر النسبة الأكبر من السياح هم من دول الخليج العربي، ويأتي في المرتبة الأولى السياح السعوديون، والـ الكويتيون ثم العمانيون، فالإماراتيون فالقطريون ، والسياح الأجانب يأتون معظمهم من بريطانيا والولايات المتحدة. والبحرين مليئة بالآثار والمتاحف والأماكن الأثرية، كما إن طبيعتها الجزرية جعلت منها مليئة بالشواطئ وتعد سياحة الآثار من أهم السياحات في البحرين، فالبحرين فيها العديد من المواقع التراثية والآثار القديمة.

عادة ما يشار إلى القدرات الاستيعابية للدول في مجال الجذب السياحي وتوفير الخدمات المختلفة للسائحين بمؤشر نسبة عدد السياح إلى عدد السكان. وعلى الرغم من انخفاض هذه القدرات على مستوى العالم اذ تبلغ بحدود 13 في المائة فقط الا انه في الدول السياحية العريقة نجد أن هذه النسبة تتجاوز الـ 100 في المائة أي أن الدولة قادرة على استقبال عدد من السائحين على مدار العام أكثر من تعداد سكانها مع توفير كافة الخدمات لهم من إقامة ونقل وطعام وغيره. فعلى مستوى دول العالم نجد ان هذه النسبة في فرنسا تبلغ 126 في المائة وفي إسبانيا 129 في المائة، أما

في النمسا فتصل هذه النسبة إلى 244 في المائة. وعلى مستوى الدول العربية فقد تجاوزت هذه النسبة الـ 100 في المائة في ثلاثة دول خلال عام 2005، تأتي في مقدمتها البحرين التي بلغت النسبة فيها 538.4 في المائة، ثم تأتي بعدها الإمارات العربية المتحدة بنسبة 143 في المائة، وقطر 114.7 في المائة. وفي العراق وعلى الرغم من عدم توفر أرقام دقيقة في هذا المجال الا ان المؤشرات تبين انخفاض هذه النسبة بشكل واضح لذا فانه يجب مضافة الجهود المبذولة لرفع القدرة الاستيعابية وبالتالي زيادة قدرة البلد على استيعاب عدد اكبر من السياح.

ترتيب السياحة العالمية

في دراسة اعدتها منظمة السياحة العالمية WTO)) (حول اكبر 40 دولة مصدرة للسياح في العالم جاءت الدول بالترتيب التالي :اذكر منها عشرة

1- المانيا 50,8 مليون سائح	2- امريكا 48,7 مليون
3- اليابان 37,04 مليون	4- بريطانيا 25,4 مليون
5- فرنسا 17,7 مليون	6- ايطاليا 15,5 مليون
7- النمسا 11,8 مليون	8- هولندا 11,3 مليون
9- كندا 11.09 مليون	10 الكومنولث 10.7 مليون

اما اكبر 40 دولة تعتبر مقصدا للسياحة في العالم نذكرمنها عشرون وكما يلي:

(1- فرنسا 66,8 مليون سائح سنويا-2 امريكا 49,03 مليون3 - اسبانيا 43,4 مليون4 - ايطاليا 34,08 مليون 5- بريطانيا 35,9 مليون-6 الصين 23,7 مليون7 - بولندا 19,5 مليون -8 المكسيك 18,6 مليون -9 كندا 17,6 مليون -10التشيك 17,4 مليون11- المجر 17,2 مليون12- النمسا 16,6 مليون13-المانيا 15,8 مليون14- الكومنولث 15,3 مليون15- سويسرا 11,07 مليون16- هونغ كونغ 10,04 مليون17- اليونان 10,2 مليون-18 البرتغال 10,7 مليون-19 تركيا 9,04 مليون اعلى دولة اسلامية في عدد السياح 20 -تايلند 7,2 مليون) تأتي بعدها ماليزيا 7,2 مليون بفارق بسيط جدا.

اما اكبر الدول تحقيقا للإيرادات من السياحة بالدولار اذكر منها:

1- امريكا 75 مليون دولار	2- ايطاليا 30 مليون	3- فرنسا 27,9 مليون
4- اسبانيا 27 مليون	5- بريطانيا 20 مليون	6- المانيا 16 مليون
7- النمسا 12,3 مليون	8- الصين 12 مليون	9- استراليا 9 مليون10- هونغ كونغ 6 مليون

وحول الدول المتوقعة ان تكون الاكثر استقطابا للسياحة في عام 2020 يتضح ان الصين تأتي بالمرتبة الاولى على مستوى العالم يأتي بعدها الولايات المتحدة وفرنسا واسبانيا. وتتوقع منظمة السياحة ان يزور الصين في عام 2020 حوالي 137,1 مليون سائح بينما يزور امريكا 102,4 مليون سائح خلال العام نفسه وهذا يعكس تحول السائح الى الاهتمام بالتاريخ والحضارة القديمة في تلك البلاد البعيدة.

التاسع عشر	**عناصر الجذب في العراق**
العشرون	**الطبيعة الترفيهية – التاريخية – الدينية – العلاجية –سياح رجال الاعمال**
الحادي و العشرون	**الثقافية –الرياضية – المؤتمرات و الاجتماعات**
الثاني و العشرون	

تعد السياحة إحدى ركائز التنمية الاقتصادية والاجتماعية لكافة المجتمعات بل ويعتبرها البعض قاطرة التنمية الشاملة ذلك ان النشاط السياحي لا تقتصر معاملاته علي ما يدره من إيرادات بل يمتد تأثيره علي المجتمع بأكمله. فالسياحة ليست نشاطا مغلقا علي

ذاته ولكنها عملية متصلة ذات علاقة متبادلة مع الأنشطة الاقتصادية الأخرى، حيث إنها ترتبط بالعديد منها كالنقل والاتصالات والإقامة بخلاف دورها في زيادة معدلات النقود في المجتمع وإحداث حالة من الرواج والانتعاش واستيعاب جزء من طاقة العمل.

يتمثل النشاط السياحي في تقديم منتج معين يسمى بالمنتج السياحي وبالتالي يشتريه السائح وخصائص هذا المنتج تتمثل في كونه منتجاً مركباً، فهو مزيج من مجموعة عناصر وعوامل تتشابك وتتكامل مع بعضها لتكوين منتج متجانس وهو الرحلة «الجزء الديناميكي» والاقامة في المكان المزار «الجزء شبه الثابت»

ومنه نستنتج ان المنتج السياحي يتكون من عناصر ثلاثة:

1- المعالم والمغريات السياحية للبلاد.

2- الخدمات والتسهيلات السياحية والفندقية.

3- خدمات النقل والمواصلات.

وبذلك نرى ان المنتج السياحي يمثل نوعاً خاصاً ويختلف عن السلع والخدمات الأخرى في كونه منتجاً مركباً يمثل تجربة خاصة يعيشها السائح من بداية استعداده للرحلة وحتى عودته من الرحلة.

1- المعالم والمغريات السياحية:

تمثل المغريات والموارد ومقومات الجذب السياحي سواء الدينية التاريخية الطبيعية والعلاجية إحدى الركائز الأساسية للعرض السياحي في أي دولة، وكل هذه تعتبر عوامل منها يتحدد السائح مكان الزيارة المقصود، ولذلك تختلف هذه العوامل تبعا لطبيعة كل فرد التي يتأثر الطلب السياحي بها ، هذه العوامل تتمثل في طبيعة المكان من حيث توافر الشمس والرمال مثلا أو الجبال والجليد أو الغابات والأنهار، وقد تكون هذه العوامل معالم سياحية، كما قد تكون هذه العوامل أحداث سياسية اجتماعية أو رياضية مثل حضور مؤتمرات، توقيع اتفاقيات ومعاهدات وقد يرتبط هذا بحب معرفة الأساليب الحديثة أو القيّم الحضارية والاجتماعية لشعب هذه المنطقة وبذلك تكون المعرفة والاطلاع هو الحافز والدافع على السفر والسياحة.

وبذا يمكن تقسيم هذه المقومات الى:

1- مقومات طبيعية.

2- مقومات تاريخية وأثرية.

3- مقومات دينية واجتماعية.

4- مقومات حديثة.

(أ) المقومات الطبيعية: وهي كل ما يملكه العراق من عناصر طبيعية متمثلة في موقعها، مناخها، تنوع البيئة وتتأثر تلك العناصر بعامل الوقت، والمسافة، ورغبات السائحين. فمثلاً يقبل سائح دول شمال وغرب أوروبا وأمريكا وكندا على البلاد الحارة والمعتدلة شتاء وكذلك يقبلون على المنتجعات الصحية والشواطئ صيفا وكذلك ارتياد الصحراء والغابات، وكذلك يفضل رجال الأعمال

كأماكن استجمام وراحة ويتهافت السائحون المرضى على المراكز الصحية، والمنتجعات وأماكن آبار العيون المائية خاصة ما كان منها معدنيا.

(ب) المقومات التاريخية والحضارية: من المعروف ان المقومات التاريخية والحضارية تقاس بمدى حضارة هذا البلد على مرور الزمان وبقدر ما تمتلكه المنطقة من آثار هذه الحضارة وما تبقى منها من دور العبادة كالمزارات ومراقد الأئمة، قصور الملوك، المباني التذكارية، والثروات الطبيعية. حيث يعتبر كل ذلك انعكاسا مباشراً لحضارة هذا البلد ، وتجتذب هذه المناطق بآثارها طبقات وفئات معينة من السائحين لأن المعرفة والرغبة في الثقافة هما المحور الأساسي في تنقل وسفر هؤلاء السائحين ويتجه هذا الكم من السائحين الى المتاحف والقصور والمساجد والمكتبات والمناطق الأثرية ويشكل هذا النوع من السياحة قدرا ضئيلاً من السياحة الدولية يقدر بحوالي 1%

(ج) المقومات الاجتماعية والدينية: وهي تتضمن أنماط وأساليب الحياة والنظم الاجتماعية التي يتبعها مختلف انماط الشعوب في الدول. اذ نجد اختلافات كثيرة في العادات والتقاليد والطرق والنظم التي يحييها هؤلاء الناس. وهنا نرى ان هذه الاختلافات وهذه الأنماط المختلفة تمثل مقومات جذب لأفراد الشعوب الأخرى ومن هنا يبدأ التحرك لمعرفة هذه الأنماط وربما دراستها وتعتبر المقومات الدينية التي تتمثل فيما يمتلكه العراق من مزارات ومراقد الأئمة واضرحة الصحابة التي ترتبط بمنشأ الديانة الاسلامية كأماكن مقدسة وأماكن الاحتفالات الدينية ، كل هذا يعتبر مقومات جذب هامة لدى فئات وأفراد معينة من مختلف شعوب العالم .

(4) مقومات حديثة: وتتمثل في الأبنية والمنشآت الحديثة والضخمة ذات الطراز المعماري المتطور في العالم

ثانيا: التسهيلات السياحية: وتنقسم هذه التسهيلات الى:

- مشاريع البنية الأساسية.
- مشاريع الاقامة والإيواء.
- مشاريع النقل والمواصلات.

(أ) مشاريع البنية الأساسية: وتعتبر من الدعائم الهامة التي تعمل على تسهيل وتقديم الخدمة السياحية من حيث عناصر السرعة والراحة والأمان والانتظام ولذا فهذه المشروعات ضرورية لتمكن الدولة من السير في الطريق نحو التنمية السياحية ويمكن القول ان هذه المشروعات المتمثلة في شبكات المياه الصالحة للشرب وشبكات الطرق والصرف الصحي والاتصال وهي لا تخدم فقط القطاع السياحي بل تخدم القطاعات الأخرى. ويمكن القول ان هذه المشروعات السابقة وما يجري الآن من توسيع وتطوير مستمر في الموانئ والمطارات تقتصر الطريق نحو السير في خطى ثابتة نحو التنمية السياحية ومن ثم الى التنمية الاقتصادية الشاملة.

(ب) مشاريع الاقامة والإيواء: وتتمثل في بناء وتجهيز المنشآت اللازمة بالكم والكيف الذي تتطلب الحركة المتوقعة حيث يسبب ذلك عقبة أمام حركة وحجم السياحة وهذه المشروعات تضم كل ما هو مخصص للإيواء واقامة السائحين في منطقة الزيارة وتشمل الفنادق، القرى السياحية، البواخر العائمة، بيوت الشباب، والمعسكرات والشقق المفروشة. كما تضم أيضا تقديم خدمة الطعام في المطاعم والكافتيريا.

يعد العراق من أبرز دول العالم، من حيث تعدد الأماكن الأثرية والدينية، خصوصا أنه موطن حضارات بلاد ما بين النهرين القديمة، مثل أكد وسومر وآشور وبابل مروراً بالحقبة الإسلامية وانتهاء بالعثمانية.

على الرغم من أن العراق يحتوي خزينا أثريا قلما يوجد مثله في بلدان العالم، إلا إن الآلاف من المواقع التي تمثل مهد الحضارة الإنسانية بقيت عبارة عن كثبان رملية، ولم يتم استكشاف ما تحتها حتى ألان، وأما الجزء اليسير الذي تم تنقيبه منها فتعرض للنهب والسرقة خلال العقود العجاف التي مرت على العراق، والشيء الوحيد الذي بقي شاخصا بوجه الرياح العاتية ، ويمثل البلد وتاريخه الروحي والحضاري هو الأماكن المقدسة في النجف وكربلاء وبغداد وسامراء، حيث تطورت السياحة الدينية بشكل ملحوظ في السنوات الأخيرة, ويتوقع المسؤولون في العراق أن يصل عدد السياح القاصدين للأماكن الدينية إلى عدة ملايين من الزوار.

في المقابل تشهد مدن إقليم كردستان العراق انتعاشا سياحيا ملحوظا خلال موسم الصيف إذ يتوافد عليها الآلاف من مختلف المناطق العراقية والعربية، هربا من سخونة الطقس، مما يسبب دعم الاقتصاد هناك، ناهيك عن الأهوار مترامية الأطراف في جنوب العراق، التي عادت الى الانتعاش مجددا، الى جانب المصايف الطبيعية المنتشرة في شمال البلاد، كلها تشكل عوامل جذب للسياح. وبعد عقود طويلة من الحروب والصراعات التي أثرت على قطاع السياحة في العراق، بدأت مجموعات السياح بالتوافد على المواقع الأثرية والمزارات الدينية في العراق. ويبقى عامل الأمن وتوزع المهام بين الوزارات المختلفة يشكلان أهم العوائق.

تعتبر السياحة أحد روافد اقتصاد العراق وتضم أرض العراق أراضي خصبة ومصادر للمياه العذبة ويشقه نهري دجلة والفرات وغيرهما من المصادر خاصة في مناطق الشمال حيث تكثر الينابيع والشلالات، كذلك يحوي العراق عددا من الأضرحة والمراقد الدينية المقدسة

السياحة الدينية

تزدهر السياحة الدينية في العراق نظراً لوجود مراقد عدد من الائمة لدى المسلمين الشيعة والسنة بشكل عام من ابرزها يرجع أصل كلمة السياحة لكلمة رحلة Tour المشتقة من الكلمة اللاتينية Torno إذ في عام 1643 تم استخدام المفهوم Tourism لأول مرة ليدل على السفر أو الانتقال من مكان لآخر. والسياحة بشكلها العام هي ظاهرة من الظواهر الإنسانية التي نشأت منذ القدم، فالإنسان في حالة حركة تامة بين السفر والتنقل بحثا عن رزقه وطمأنينته وأمنه واستقراره وأماكن راحته ورفاهيته متحرراً من القيود البيئية ومتطلعا إلى مجال العلم والمعرفة وتبادل الثقافة والقيم والتحاور الحضاري. وتحولت ظاهرة انتقال الإنسان لتحقيق رغباته واحتياجاته اليومية إلى ظاهرة اجتماعية وثقافية هدفها المتعة والراحة والثقافة والاستجمام، بل ان السياحة لم يعد ينظر إليها كنوع من أنواع الرفاهية وإنما يجب اعتبارها عنصرا هاما في تواصل وتضامن الشعوب فيما بينها.

أما فيما يتعلق بالسياحة الدينية Religious فيمكن تعريفها بأنها السفر من دولة لأخرى أو الانتقال داخل حدود دولة بعينها لزيارة الأماكن المقدسة لأنها سياحة تهتم بالجانب الروحي للإنسان فهي مزيج من التأمل الديني والثقافي، أو السفر من أجل الدعوة أو من أجل القيام بعمل خيري. كما تعرف بأنها ذلك النشاط السياحي الذي يقوم على انتقال السائحين من أماكن إقامتهم إلى أماكن أخرى، وذلك بهدف القيام بزيارات ورحلات دينية داخل وخارج البلد لمدة معينة، الهدف منها هو تلبية نداء الدين وإشباع العاطفة الدينية وأداء واجباتها والتقرب إلى الخالق سبحانه وتعالى عبر زيارة مراقد أوليائه والتبرك بها، واستحضار القيم الإسلامية والمبادئ الإنسانية الحقة.

ويعد العراق من البلدان التي تضمنت عدد كبير من المراقد والمشاهد والمقامات المقدسة، إذ ضمت أرضه عدد من قبور الأنبياء (عليهم السلام). كما يضم العراق المراقد المقدسة لأهل بيت الرسول (ص) حيث مرقد أمير المؤمنين علي ابن أبي طالب عليه السلام في مدينة النجف الأشرف، ومقبرة وادي السلام التي تعد اكبر مقبرة في العالم التي تضم قبور العديد من الأنبياء. وفي مدينة كربلاء المقدسة حيث مرقدي الإمام الحسين وأخيه العباس عليها السلام بالإضافة إلى أولاد الحسين وأهل بيته وصحبه (عليهم السلام) كما تضمنت مدينة الكاظمية ببغداد مرقدي الأماميين موسى بن جعفر الكاظم ومحمد بن علي الجواد عليهما السلام. بالإضافة إلى ذلك يوجد في العراق أيضا مراقد ومقامات مقدسة أخرى ومساجد وأماكن تاريخية وإسلامية تتوزع على مختلف المدن العراقية كالكوفة والبصرة وبغداد والموصل والسماوة والديوانية والحلة و واسط وغيرها، إذ لا تكاد تخلو مدينة عراقية من وجود الآثار الإسلامية والتاريخية. فضلا عن المتاحف الإسلامية التي يحتويها البلد ذات القيمة الحضارية والفنية والتاريخية العظيمة.

السياحة الرياضية: تعتبر السياحة الرياضية في العراق من اقل صنوف السياحة جذباً للزوار وذلك لقلة المرافق الرياضية فيه حيث تتمثل بالبطولات الدولية التي تقام في العراق ومن هذه المرافق الرياضية ملعب الشعب الدولي ومدينة البصرة الرياضية وملعب فرانسو حريري وملعب دهوك

السياحة الترفيهية: وهي نوع من السياحة المنتشرة في اماكن متعددة من البلد مثل:

أربيل:(اكوا پارك، حديقة باغي شار، متنزه روناكي، متنزه سامي عبد الحمن، متنزه شاندر، متنزه گلكه ند، متنزه منارة، مدينة العاب عينكاوا، مدينة العاب فاملي فان، حديقة عينكاوا الجديدة

السياحة العلاجية: وتتمثل بعدة عيون مائية منها:(عين التمر في كربلاء : من ابرز ما تتميز به هذه الواحة هي كثرة العيون المعدنية الموجودة فيها بحيث اضحت الملاذ الذي يلجأ اليه من يبحث عن علاج للأمراض الجلدية وتقع عين التمر إلى الجنوب الغربي من مدينة كربلاء بمسافة 67 كم وسميت بعين التمر لكثرة التمر الموجود فيها تنتشر العيون ذات المياه المعدنية التي يخرج من اعماقها ويلاحظ كثرة الكائنات الحية الموجودة فيها ويمكن مشاهدتها بكل وضوح ومياه العيون هذه قليلة الملوحة بصورة عامة وهي تحتوي على الكلوريدات والكبريتات مما يجعلها غير صالحة للشرب لكنها مميزة في علاج الكثير من الامراض الجلدية خاصة.

حمام العليل في نينوى : ويتميز بمياهه المعدنية التي تحتوي صفات كيمياوية تصلح لمعالجة امراض متعددة منها أمراض الروماتيزم والتهاب الفقرات والمفاصل والامراض الجلدية ولأمراض النسائية والالتهابات والاورام المزمنة والعصبية وداء الملوك وافرازات الغدة الدرقية

السياحة الثقافية: العراق مهد الحضارات تزخر أرضه بالكثير من الآثار والمواقع الأثرية المختلفة والمتعددة باختلاف الحقبة والحضارات التي نشأت فيه وامتدت اليه فمنذ نشأة الخلق وجنات عدن إلى حضارات ما قبل التاريخ وحضارة أور والأكادية والحضارات السومرية والبابلية والآشورية والآرامية والرومانية واليونانية والفارسية والإسلامية.

الثالث والعشرون الرابع و العشرون	خطة المسح السياحي الشامل للعراق

المسح السياحي والأثري والتراثي في العراق:

ان السياحة في مفهومها هي الانتقال من مكان لآخر بهدف الاطلاع والتعرف والاستمتاع بمواقع مختلفة ويشمل ذلك السياحة الداخلية والسياحة الخارجية، كما تنقسم السياحة حسب نوعية المنتج السياحي إلى سياحة ترفيهية وثقافية ودينية وعلاجية، لسياحة بأنواعها المختلفة ترتكز على العديد من المقومات تشمل المنتج السياحي والمصادر البشرية والتمويل والتسويق.تستند السياحة في العراق إلى المقومات نفسها التي تقوم عليها هذه الصناعة في بلدان العالم الأخرى، وهي العناصر الطبيعية والبشرية التي تتمتع بها المواضع والمواقع الحالية، لكن ما يميز حالة العراق هو امتداد الإرث الحضاري في عمق التاريخ البشري ممثلاً بالموروث المعرفي والعلمي والمعماري وقيام أقدم الحضارات فيه.والعراق غني بموروثه الحضاري المتميز ويحتضن مراقد الأنبياء والصحابة الأجلاء والائمة الأطهار، فضلاً عن التنوع البيئي والطبوغرافي للبلاد متمثلاً بالجبال والسهول والأهوار والصحراء, إذ يندر أن يمتلك بلد آخر نظيراً لها،

إن إطلاق صناعة سياحية في العراق لابد من أن يكون أحد أبرز العناصر الاستراتيجية الجديدة التي تعتمد عليها البنى التحتية الرصينة كونها الأرضية التي ستبنى عليها أيّ خطة سياحية.إلا أنه وللأسف تعاني المواقع السياحية في العراق من إهمال متراكم عبر تأريخه الطويل، مع استثناء المواقع الدينية من هذا الوصف، مع أنها لم تأخذ الاهتمام الذي تستحقه، كما أن العراق بتأريخه العريق الذي يعد بحق أبرز البلدان التي أنتجت حضارات متنوعة ولاّدة لمختلف المبتكرات الحضارية يفتقر إلى متاحف أنموذجية تتناسب والكم الهائل من الآثار والموروث الذي أكتشف فيه والذي سيكتشف لو أُجريت عمليات تنقيب علمية مبرمجة، ولا يخفى علينا أن المتاحف فضلاً عن أهميتها الثقافية تعد رافداً آخر للموارد الاقتصادية ومشغلاً للأيدي العاملة.

لم تكن عمليات إنشاء وتطوير المرافق السياحية تتم على وفق خطة علمية مبنية على نتائج عمليات مسح سياحي للحقبة التي سبقت عام 1970م، وأول عملية مسح سياحي دقيقة شهدها العراق كانت في عقد السبعينيات من القرن الماضي وأُعدَّت الدراسة من قبل شركة فرنسية، إذ وضعت خطة المسح السياحي الشاملة (Plan Tourism Master) والتي أُعدَّت لتغطية متطلبات العراق لمواجهة الطلب الخارجي والداخلي بوتيرة نمو سنوية ثابتة حتى نهاية عام 2000م، ووضعت لتتلاءم مع خطط التنمية الخمسية التي بدأتها الحكومة عام 1975م، والعناصر الأساسية التي اعتمدتها الدراسة هي التنبؤ للطلب السياحي المحتمل والكامن في ما يخص السياحة الوافدة والمحلية، فضلاً عن الأنماط السياحية التي يمكن أن تقوم في العراق والتي تعتمد على معيار الدافع (Motivation).

وشهدت سبعينات وبداية الثمانينيات القرن الماضي تطوراً كبيراً في المجال السياحي جراء تطبيق خطة إنشاء المرافق السياحية الضخمة في العديد من المحافظات العراقية، إلا أن ظروف الحرب مع إيران 1980-1988م وبعدها مع الكويت 1991م أدت إلى تراجع كبير في النشاط السياحي وصل ذروته مع دخول القوات الأميركية إلى العراق عام 2003م، وجراء هذه الأحداث شهدت المرافق السياحية حالات من التخريب والتدمير، فضلاً عن التجاوز على المواقع الأثرية وسرقة ونهب الآثار وفقدان جزء من الأرشيف والأوليات الخاصة بهيئة السياحة ومنها الدراسة الفرنسية أعلاه.

واجهت الأبنية التراثية التي تمثل التراث المعماري للعراق جملة من المشاكل منها هدم العديد منها بحجة التطوير والاستثمار الاقتصادي والتخطيط الحضري مما أدى إلى تفكيك النسيج الحضري الممثل لثقافة الأمة وحضارتها, فضلاً عن الترميم العشوائي غير المدروس للأبنية من قبل أصحابها أو المستثمرين لعدم وجود قواعد أساسية للترميم.

لقد باشرت الهيئة العامة للآثار والتراث في عام 2007م بأعمال مسح وحصر أعداد المواقع الأثرية والدور التراثية ومواقعها وبيان واقع حالها في العديد من المحافظات العراقية وتم تحقيق نسب إنجاز جيدة في قسم من هذه المحافظات، من جهتها قامت هيئة السياحة بتشكيل لجان مهمتها الإعداد للمسح السياحي، وأعدت لهذا الغرض استمارة خاصة لأغراض المسح

السياحي على وفق المعايير الدولية وعرضت على الجهاز المركزي للإحصاء لإبداء الرأي فيها وتأشير ملاحظاته عليها، وقد حصلت الموافقة على إدراج المسح السياحي في الخطة الاستثمارية لعام 2009م، ودمج مشروع المسح الأثري والتراثي ومشروع المسح السياحي بمشروع واحد هو مشروع المسح السياحي والأثري والتراثي في العراق.

وبموجب الأمر الوزاري 10728 في 2009/8/11م الصادر من وزارة الثقافة باشرت لجنة مركزية مؤلفة من وزارة الثقافة وهيئة السياحة وهيئة الآثار والتراث والجهاز المركزي للإحصاء ولجان فرعية في المحافظات في آب/2009م عملها بتنفيذ مشروع المسح السياحي والأثري والتراثي في العراق بغية إجراء عمليات المسح وجمع المعلومات والبيانات والإحصائيات والخرائط والمخططات والتقارير والاستبيانات وإعداد قاعدة بيانات واسعة وخرائط رقمية باستخدام نظام المعلومات الجغرافي (GIS) وإجراء دراسات لتطوير السياحة والاستثمارفي المجال السياحي للمواقع السياحية والأثرية والتراثية والدينية والثقافية والبيئية في 14 محافظة عراقية، وتم التعاقد مع المركز الاستشاري التخطيطي / جامعة بغداد لتقديم خدمات استشارية لتنفيذ المشروع.

والجدير بالذكر أن عمليات المسح وجمع البيانات على وفق استمارات المسح السياحي والأثري والتراثي المعدة وتحليلها تشكل المدخلات الأساسية لخطط التنمية السياحية، وتحتاج هذه المرحلة إلى دقة وتنظيم كبيرين، وأهم الجوانب التي يمكن جمع معلومات عنها:

- عناصر الجذب السياحي.
- المرافق السياحية والخدمات القائمة.
- المواقع الأثرية والتراثية والبيئية
- الصناعات التقليدية والحرف اليدوية والفلكلورية.
- وسائل النقل.
- خدمات ومرافق البنية التحتية.

وتتطلب هذه المرحلة الأخذ بآراء المسؤولين في أجهزة الدولة كل حسب تخصصه، وأيضاً ممثلي القطاع الخاص وممثلي المجتمعات المحلية، ومراجعة الدراسات المتوفرة والخرائط والبيانات الجغرافية والخصائص الطبيعية والبيئية ودراسة الأسواق السياحية، وخصائص السياح ومعدلات إنفاقهم وأوجه الإنفاق السياحي وكفاءة السياحة المحلية، وخطوط النقل الجوي.

وللوقوف على واقع السياحة في العراق ندرج في أدناه أهم البيانات التي استطعنا الحصول عليها التي تخص السياحة في العراق، وهذه البيانات تعطينا فكرة واضحة عن واقع السياحة في العراق وأهم مرتكزات النشاط فيها، ولابد لنا من ذكر أن هذه البيانات هي أحدث ما أعلن من قبل هيئة السياحة، فبيانات سنة 2009م لا تختلف كثيراً عن بيانات 2010م، وهي على النحو الاتي:

- الزوار والسياح الوافدون إلى العراق من مختلف الجنسيات

من خلال جمع وإعداد البيانات الخاصة بالمجاميع السياحية الوافدة إلى العراق حسب الجنسيات وللأعوام 1997–2009 وبعد تحليل النتائج تم التوصل إلى ما يأتي:

1. استعادة السياحة الدينية نشاطها لأعوام (2006-2009م) إذ سجلت الإحصائيات تصاعداً بأعداد المجاميع السياحية الوافدة إلى العراق من (1,376) زائرا عام 2005م إلى (266,922) زائرا عام 2006م و(504.975) زائرا عام 2007م و(863,657) زائرا عام 2008م، وبلغت أعلى نسبة عام 2009م إلى (373%).
2. إن أكثر الجنسيات الوافدة إلى العراق هي الجنسية الإيرانية إصافة إلى جنسيات عربية وأجنبية أخرى، وذلك لزيارة العتبات المقدسة في محافظتي كربلاء المقدسة والنجف الأشرف على الرغم من الوضع الأمني الذي كان سائداً في العراق، وهناك تزايد واضح في عدد المجاميع الإيرانية اعتباراً من 2003م، إذ وصل أعداد الإيرانيين من (88,085) زائرا عام 2006م إلى (504,972) زائرا عام 2007م ليصل العدد إلى أعلى ذروة عام 2009م، إذ بلغ عدد الزوار (1,161,541) زائرا.
3. نلاحظ أيضاً ارتفاعاً ملحوظاً في الجنسيات أخرى لعام 2009 منها الهندية والباكستانية بنسبة زيادة (364%) و(254%) عن عام 2008

يعد العراق من أبرز دول العالم، من حيث تعدد الأماكن الأثرية والدينية، خصوصا أنه موطن حضارات بلاد ما بين النهرين القديمة، مثل أكد وسومر وآشور وبابل مروراً بالحقبة الإسلامية وانتهاء بالعثمانية.

على الرغم من أن العراق يحتوي خزينا أثريا قلما يوجد مثله في بلدان العالم، إلا إن الآلاف من المواقع التي تمثل مهد الحضارة الإنسانية بقيت عبارة عن كثبان رملية، ولم يتم استكشاف ما تحتها حتى ألان، وأما الجزء اليسير الذي تم تنقيبه منها فتعرض للنهب والسرقة خلال العقود العجاف التي مرت على العراق، والشيء الوحيد الذي بقي شاخصا بوجه الرياح العاتية ، ويمثل البلد وتاريخه الروحي والحضاري هو الأماكن المقدسة في النجف وكربلاء وبغداد وسامراء، حيث تطورت السياحة الدينية بشكل ملحوظ في السنوات الأخيرة, ويتوقع المسؤولون في العراق أن يصل عدد السياح القاصدين للأماكن الدينية إلى عدة ملايين من الزوار.

في المقابل تشهد مدن إقليم كردستان العراق انتعاشا سياحيا ملحوظا خلال موسم الصيف إذ يتوافد عليها الآلاف من مختلف المناطق العراقية والعربية، هربا من سخونة الطقس، مما يسبب دعم الاقتصاد هناك، ناهيك عن الأهوار مترامية الأطراف في جنوب العراق، التي عادت الى الانتعاش مجددا، الى جانب المصايف الطبيعية المنتشرة في شمال البلاد، كلها تشكل عوامل جذب للسياح.

وبعد عقود طويلة من الحروب والصراعات التي أثرت على قطاع السياحة في العراق، بدأت مجموعات السياح بالتوافد على المواقع الأثرية والمزارات الدينية في العراق. ويبقى عامل الأمن وتوزع المهام بين الوزارات المختلفة يشكلان أهم العوائق.

السياحة تعود إلى العراق

وفي ذات الصدد قال مسؤولون وخبراء في مجال السياحة إن السياح الأجانب بدأوا يتوافدون إلى العراق مع تحسن الوضع الأمني، وغادرت العراق مجموعة سياحية روسية بعد أن أطلعت على عدد من المعالم الأثرية في بغداد وبابل وكربلاء وذي قار والمثنى، وتألفت المجموعة من تسعة أشخاص، بينهم ثلاث نساء، وأمضى السياح أسبوعا واحدا في العراق، تخلله زيارات للمتحف الوطني العراقي وبعض المعالم الأثرية والتراثية في بغداد وبابل وموقعي تلال الطار وكنيسة القصير في محافظة كربلاء، وشملت المحطة الأخيرة من الزيارة مواقع أور ولكش ولارسا الأثرية ومناطق الأهوار في مدينة الجبايش ضمن

محافظة ذي قار، بالإضافة إلى موقع أوروك الأثري في مدينة السماوة بمحافظة المثنى، من جهته، قال فاضل الصائغ، المدير المفوض لشركة الرافدين للسياحة والسفر التي نظمت رحلة المجموعة الروسية، أن زيارة المجموعة جاءت بعد الجهود التي قامت بها الشركة للترويج للسياحة في العراق من خلال المشاركات المستمرة في معارض التسويق السياحي الكبيرة التي تقام في بلدان العالم المختلفة. بحسب رويترز.

وأكد الصائغ أن جميع السياح الأجانب الذين يحضرون إلى العراق كانوا يعبّرون عن دهشتهم للتطور والتقدم الذي يشهده البلد على كافة المستويات، وأوضح الصائغ أن شركته تعتزم استقدام مجموعات سياحية أخرى من ايطاليا وألمانيا وفرنسا قريبا، وأعرب طلال الزوبعي، نائب رئيس لجنة السياحة والآثار في مجلس النواب العراقي، عن ارتياحه لإزدياد أعداد الأفواج السياحية الأجنبية القادمة لزيارة المواقع الأثرية في العراق، ودعا الزوبعي الحكومة العراقية إلى الاهتمام بقطاع السياحة الأثرية لما له من إمكانية لجذب السياح والأموال إلى داخل العراق، وأضاف ينبغي بذل جهود كبيرة لإعادة تأهيل وإعمار كل المواقع الأثرية وتهيئة كافة العوامل الجاذبة للسياح وتشجيع شركات القطاع الخاص السياحية.

السياحة في بلاد الرافدين

وفي الشأن ذاته منذ فجر التاريخ كانت بلاد الرافدين تعرف باسم مملكة الجهات الأربع، لأن من يحكمها يشرف في موقعه على الجهات الأربع من العالم. وبعد أن كانت مدن العراق في الماضي، كالكوفة والبصرة وسامراء وبغداد، تعج بالسياح الأجانب، تراجعت حركة السياحة في الفترة الأخيرة نتيجة للحروب والصراعات المدمرة التي عصفت ولا تزال تعصف بالعراق، إلا أن الحياة بدأت تدب تدريجياً في قطاع السياسة العراقي، وإن كانت تلك السياحة في أغلبها سياحة دينية منذ تسعينات القرن الماضي، إذ بدأ السياح والحجاج من إيران وباكستان والهند وبعض دول الخليج، خاصة من الشيعة، يتوجهون إلى العراق لزيارة عتباته المقدسة، وبعد عام 2008، بدأت الصحف العراقية على استحياء بتناول أخبار حول مجموعات سياحية غربية تأتي لمشاهدة آثار الحضارتين السومرية والبابلية، تحت حماية عسكرية أمنية مشددة ووفق برنامج حكومي تشغل الترتيبات الأمنية جل فقراته.

يضم العراق العديد من المعالم الأثرية والتراثية القديمة، التي يعود تاريخها إلى آلاف السنين، كمنطقة زقورة أور، وبقايا بابل، وقلعة أربيل في شماله، كذلك يضم أهم المراقد الدينية والمزارات الإسلامية، فضلاً عن مجموعة من القصور والقلاع والمتاحف من كافة الحقب التاريخية، ناهيك عن الأهوار مترامية الأطراف في جنوبه والمصايف الطبيعية المنتشرة في شمال البلاد. وكلها كانت تشكل منذ عقود خلت عوامل جذب للسياح.

ولدعم الاقتصاد من ضرورة أن تولي الحكومة العراقية اهتماماً أكبر بقطاع السياحة الأثرية والطبيعية، مستفيدة من تجربة إقليم كردستان العراق "في الاهتمام بتطوير مرافقها السياحية، وأن في حال الاستثمار في قطاع السياحة في العراق، فإنه سيحل الكثير من مشكلاته الداخلية وأهمها البطالة، وذلك لما تجنيه من عملة أجنبية، فضلاً عن خلق فرص عمل لجيش الشباب العاطلين، إلا أن أسباب أمنية تعيق تطور القطاع السياحي في بلد يعاني من تذبذب وضعه الأمني وغياب القانون والتسامح المجتمعي والتعايش السلمي، و أن ما تشهده محافظات الوسط والجنوب، التي تضم أهم المواقع الأثرية، من اضطرابات أمنية تؤدي بدورها إلى تأخر استقطاب السياح الأجانب إلى البلاد، أما المعوقات الإدارية التي تواجه قطاع السياحة في العراق، عن أن العامل الأمني ليس سبباً وراء تأخر السياحة في العراق، خاصة وأن "الكثير من السياح الأجانب يتوافدون على البلاد ولم يسجل أي خرق أمني يذكر ضدهم، من أبرز المعوقات ازدواجية القرارات بين وزارتي السياحة والثقافة، الأمر الذي يؤدي إلى تشتت تنفيذها، فضلاً عن غياب الوعي الثقافي للكثير من المواطنين حول كيفية الحفاظ على مرافق القطاع السياحي، الى ذلك.

الاهوار

في المقابل يجري بناء مجمع لرسو للقوارب في هور الحَمار بمحافظة البصرة في جنوب العراق في محاولة لاجتذاب الزوار الى منطقة الأهوار الجنوبية العتيقة وإنعاش اقتصاد المنطقة، وأوضح فتاح محسن رئيس لجنة إنعاش الأهوار في البصرة الهدف من بناء المنشآت الجديدة قائلا هذا الموقع أنشيء من قبل مركز إنعاش الأهوار العراقية التابع لوزارة الموارد المائية، هذا الموقع في بداية إنشائه مخصص لرسو الزوارق.. زوارق الصيادين والزوارق الاخرى.. ولذلك يسمى مرسى الزوارق. الا أنه نحن ممكن أن

نستغله في موضوع آخر.. أن يكون هذا منتجع سياحي أو مرفق ترفيهي، وتشهد منطقة الأهوار عملية إحياء بعد عقد التسعينات الذي أمر خلاله

ونصف المليون لعام 2010 وفي تزايد في عام 2011.

الخامس و العشرون	ستثمارات في التنمية السياحية

الكثير من بلدان العالم، تعتمد على مواردها السياحية في تقويم حياتها الاقتصادية ودخلها القومي، حيث

تشكل هذه الموارد النسبة الأكبر من هذا الدخل لتحقق لأبنائها دخلا فرديا عالي القيمة، رغم انها قد لا تمتلك شواخص ومعالم سياحية بارزة . ولكنها استطاعت بشكل او بآخر أن تخلق الفرص السياحية وتهيئ الكوادر المدربة لهذا النشاط . كذلك تمكنت من استجلاب رؤوس الأموال القادرة على الاستثمار في هذا المجال وهيأت لها ظروف انشاء مشاريع ضخمة أدت الى تحقق فرص عمل كبيرة، تسببت في دورة اقتصادية كاملة أنعشت اقتصادياتها التي كانت ضعيفة .

والإمارات العربية مثال نموذجي لذلك، إضافة الى لبنان وبعض دول جنوب شرق اسيا التي تميزت باستقبال افواج السياح الضخمة من مختلف انحاء العالم مستغلة طبيعتها الجغرافية او المناخية او التاريخية، وكل هذا متوفر في بلدنا ويشكل ثروات هائلة مهدورة لحد هذه اللحظة.

ولوعدونا كل هذه المميزات وأخذنا السياحة الدينية فقط لكانت من أعظم أنواع السياحة واكثرها اتساعا واوسعها مردودا اقتصاديا، ولو أضفنا لها المواقع والكنوز التاريخية التي تزخر بها ارض العراق لما كانت تقل عنها في الأهمية الاقتصادية. فالآثار العراقية علامات بارزة وفريدة في تاريخ الإنسانية وتراثها الخالد، والعجيب انها تغطي كامل خارطة العراق وتؤرخ لمختلف الحقب التي مرت على البشرية، فمن الآثار المتناثرة على أراضي محافظة البصرة في اقصى الجنوب وأكثرها آثار إسلامية مهمة، إضافة الى مجموعة قيمة من الآثار القديمة، الى محافظة ذي قار التي تبهرك كثرة وتنوع المواقع الأثرية في كل بقعة من ارضها : أور و زقورتها الشهيرة وبيت النبي ابراهيم الذي يجاورها - تلوو - اريدو - أكد - والكثير من آثار السومريين و الاكديين .

وحين تصل المثنى او الديوانية فهما لا تقلان عنها شانا من ناحية تعدد المواقع الأثرية وتنوعها، وما ان تقترب من مشارف الحلة حتى تفاجئك اثار بابل العظيمة وجنائنها المعلقة . وفي بغداد ثراء لا يوصف من المواقع الأثرية النفيسة مثل زقورة، عقرقوف وتل اسود والمواقع الاثرية العباسية والخانات القديمة .

وليس بعيدا عنها ترتفع مئذنة سامراء الملوية الشهيرة وما يحيط بها من الآثار والقصور العباسية في مدينة سامراء.

هذا من ناحية الآثار والمواقع التاريخية العظيمة وما ذكرت في هذه العجالة إلا غيض من فيض .

اما المراقد والأضرحة الدينية والمساجد المقدسة فحدث ما طاب لك الحديث عنها، من ناحية تعددها وتنوعها فان ترابنا الطهور حوا جثامين أئمة هداة، وأبطالا كماة ..وأنبياء عظماء ومخلدون شهداء، باتت مراقدهم الشريفة، منارة للزائرين، وقبلة للعارفين من مختلف أصقاع الأرض، ومن جميع المذاهب والملل والنحل والطوائف والأديان .

المراقد المتواجدة في العراق وبمجرد توفير الفرصة السانحة للمؤمنين و للسائحين سوف يتضاعف عدد الزائرين المسلمين الشيعة وحتى غيرهم من كل أنحاء الأرض لزيارة مراقد الإمام علي بن ابي طالب (ع) في النجف الاشرف والإمام الحسين والإمام العباس والحر ألرياحي في كربلاء المقدسة والإمامين الكاظمين وسفراء الامام المهدي في بغداد، والسيد محمد وعلي الهادي والحسن العسكري ومقام المهدي ومكان غيبته الصغرى والكبرى في سامراء،

ومسلم بن عقيل وهاني بن عروة والمختار الثقفي في في الكوفة (عليهم السلام اجمعين) وغيرهم من الشهداء والصديقين .

اضافة الى مراقد اخرى خارجها مثل الحسن البصري في الزبير والسيد الرفاعي قرب مدينة الرفاعي والكثير من الشخصيات والمراجع الاسلامية . وهناك المواقع المسيحية والكنائس القديمة والمواقع اليهودية ومراقد مهمة لأنبياء بني إسرائيل التي تشكل أهمية دينية بالغة للمسيحيين أيضا في مختلف أنحاء العالم .

وفيما يتعلق بالثراء الطبيعي والجغرافي للعراق فهو شديد التنوع من جبال وشلالات ووديان في الشمال بما يتبعها من مصايف واعتدال في الجو، الى الصحاري الواسعة غرب وجنوب البلاد التي يمكن ان تستغل للصيد والتخييم وخصوصا في الشتاء العراقي الدافئ , اما الاهوار فحكاية اخرى متفردة .. حكاية تثير الخيال وتستفز العقول بأجوائها الساحرة وطيورها الكثيرة وأسماكها الوفيرة ومياهها الغزيرة (والوضع الحالي هو وضع مؤقت وليس قاعدة وعلى الأغلب ستعود المياه الى مجاريها إن شاء الله تعالى)، اما مناظر القصب والبردي فلا يمكن ان تمحى من ذاكرة المواطن فضلا عن السائح، ان المدن الطافية في المياه و ركوب المشحوف والتجول بين جبال القصب وتلال البردي عبر الممرات الساحرة التي يسميها السكان المحليون (الگواهن ومفردها گاهن) متعة لا تجاريها أية متعة في عوالم السياحة والاصطياف .

صحيح اننا نتجه الى نظام الخصخصة، وتشجيع النشاط الفردي، ورفع يد الدولة من النشاطات التجارية والصناعية، مقابل تشجيع القطاع الخاص. وهذا لا غبار عليه من الناحية النظرية، ولكن اقتصادنا لم ينضج بما فيه الكفاية، ليكون مؤهلا لإدارة مجمل النشاطات وبكل تنوعها، فلا بأس من توفير الدعم المناسب من الدولة للمشاريع الفردية عن طريق القروض طويلة الأجل وتوفير قواعد البيانات والبنى التحتية . بل يمكن ان تقوم الدولة بإنشاء وتشغيل بعض المشاريع الاقتصادية في مجال السياحة بالذات ثم تبيعها بعد ان تثبت وجودها وتقف على أقدامها، بالسعر المعقول والطرق القانونية الى النشاط الخاص لضمان توفير التشجيع الكافي لهذا النشاط الحيوي والذي يعود على البلاد بالكثير من المنافع الاقتصادية و الاجتماعية ويشكل حلا نموذجيا للكثير من مشاكلها.

الخامس و العشرون	دور الاستثمارات في التنمية السياحية

يمثل المناخ الاستثماري مجموعة من الظروف الاقتصادية والسياسية السائدة في بلد ما التي تكون اما جاذبة للاستثمار او طاردة له، اذ انها تؤثر وبشكل كبير على القرار الاستثماري سواء بصورة مباشرة او غير مباشرة، فالوضع العام سواء الاقتصادي او السياسي للدولة ومدى ما تتسم به من استقرار في تنظيماتها القانونية والمؤسساتية وتطور النظم المالية والنقدية وما تتميز به من فاعلية وكذلك درجة الوضوح والثبات، فضلاً عن سياسات الدولة الاقتصادية وإجراءاتها وطبيعة السوق وآلياته وامكانياته من بنى تحتية وعناصر انتاج، وما يتميز به البلد من موارد، كل ذلك يمثل بيئة مناسبة او جاذبة للاستثمار، وسيتم توضيح اهم عناصر المناخ الاستثماري الجاذبة او الطاردة في العراق وكالاتي.

أولاً: دوافع تدفق الاستثمار الاجنبي المباشر نحو العراق:

يتدفق الاستثمار الاجنبي المباشر باتجاه البلدان التي تتمتع بمزايا تمكن المستثمر الاجنبي من زيادة ارباحه وتقليص تكاليفه، ومن اهم تلك المزايا توفر الموارد الطبيعة وحجم السوق الكبير وتكاليف العمل المنخفضة اضافة الى الحوافز والضمانات التي تقدمها هذه البلدان، ولا شك ان العراق يتمتع بجملة من المزايا التي تجعله محط انظار المستثمرين الاجانب ومن اهمها.

1- الثروات الطبيعية:

يتمتع العراق بوفرة نسبية من الموارد الطبيعية حيث يحتل المرتبة الحادية عشر في انتاج الغاز الطبيعي فضلاً عن ذلك توفر المعادن مثل الكبريت والفوسفات ومواد البناء الاولية وكذلك الاراضي الصالحة للزراعة والمراعي التي تبلغ حوالي ثلث مساحة العراق الكلية والتي تبلغ حوالي 435 الف كم2، ويأتي في مقدمة تلك الثروات النفط الذي يشكل حوالي (11%) من اجمالي الاحتياطي العالمي وهذه النسبة مرشحة للزيادة بسبب توقف عمليات التنقيب في العراق منذ عام 1991 ويمثل الاحتياطي النفطي العراقي وحده اربعة اضعاف الاحتياطي النفطي الامريكي فضلاً عن أن النفط العراقي يعتبر من جهة المواصفات الفنية من افضل انواع النفط في العالم وكذلك فان متوسط كلفة أنتاجه تعتبر الادنى في العالم اذ تتراوح بين دولار الى دولارين وتقدر الاوساط الامريكية الاحتياطات المحتملة الاخرى بحدود (214) مليار برميل، واذا ما جرى اعتماد (75%) من هذا الاحتياطي فان الاحتياطي الكلي المؤكد للنفط العراقي سيرتفع الى (275) مليار برميل مما يجعله الدولة الاولى وبنسبة (21%) من الاحتياطي العالمي.

2- السكان والقوى العاملة

يمتلك العراق ثروة هامة وهائلة من القوى البشرية اذ يقدر نفوس العراق بـ(27.139) مليون نسمة، ان حجم السكان يمارس أثرين اساسيين على الاستثمارات الاجنبية المباشرة ينصب الاثر الاول على جانب الطلب اذ يؤدي نمو السكان بوتائر عالية الى اتساع حجم السوق نتيجة لزيادة الطلب، اما الاثر الآخر فينصب على انخفاض تكاليف الانتاج وذلك من خلال انخفاض الاجور الناتجة عن الزيادة في عرض العمل، ومن الجدير بالذكر ان معدل النمو السنوي للسكان في العراق يقدر بـ(3.1%) خلال السنوات (1977-1987) وبقى هذا المعدل مرتفع للسنوات العشرة اللاحقة حيث بلغ (2.99%) عام 1997 ويتميز المجتمع العراقي، بأنه مجتمع فتي تشكل فئة الاعمار الصغيرة والشابة قاعدته العريضة، حيث تقدر نسبة السكان بعمر يقل عن (15) سنة بـ(44%) في حين تقدر نسبة السكان بين عمري (15-64) سنة بـ(52%) وتشكل النسبة الباقية فئات الاعمار الكبيرة.

اما السكان النشطين اقتصادياً وهم الذين تقدر اعمارهم ضمن الفئات العمرية (15-64) سنة الذين يمكنهم مزاولة النشاط الاقتصادي فقد شهدت هذه الشريحة من المجتمع نمواً بمعدل قدره (4.5%) خلال المدة (1997 – 2001) اذ ارتفعت اعداد السكان النشطين اقتصادياً من (5040651) الف نسمة الى (6006055) الف نسمة خلال المدة المذكورة.

وتجدر الاشارة الى انخفاض المستوى النسبي لأجور اليد العاملة بشكل عام في العراق، فضلاً عن توفر المهارات البشرية وبكلف منخفضة نسبياً عما هو متوفر لدى الدول المجاورة.

3 – السوق الاستهلاكية العراقية الكبيرة

يشكل حجم السوق المحلي ومعدل نموه أحد اهم العناصر الاساسية في جاذبية الدول للاستثمارات الاجنبية المباشرة وتوطين الشركات الاجنبية حيث ان الشركات المتعدية الجنسية تحاول دائماً الحصول على الاسواق، لانه في ظل عدم جدوى المنافسة السعرية تصبح زيادة نصيب الشركة من الاسواق الدولية اساساً للبقاء الفاعل والمؤثر في المنافسة بين تلك الشركات.

ولا يقتصر حجم السوق على عدد السكان لكن ايضاً على القدرة الشرائية للمستهلكين وعلى الميل الحدي للاستهلاك، وكذلك تركز الشركات الأجنبية على مدى إمكانية هذا السوق في تحقيق منافذ كبرى نحو الأسواق الإقليمية.

ويعد السوق العراقي من الأسواق الاستهلاكية الكبيرة والواعدة فهو اصلاً يعتمد على سد احتياجاته من مواد خام ونصف مصنعة وسلع انتاجية واستهلاكية بشكل رئيس على الخارج، كما ان اعادة اعمار البنى التحتية والمنشآت الصناعية تؤدي الى زيادة الطلب على مختلف السلع والمنتوجات، وتمتاز السوق العراقية بارتفاع الميل الحدي للاستهلاك.

4 – الحوافز والضمانات التي يقدمها العراق

ان الحوافز التي تتمثل بالإعفاءات الضريبية والكمركية وكذلك الضمانات القانونية المتمثلة بالقوانين والتشريعات التي تسهل وتحمي الاستثمارات الاجنبية كقانون حرية التملك وحماية الملكية وفض المنازعات وقوانين المنافسة كلها تؤثر في القرار الاستثماري وتشكل اما عوامل جاذبة او طاردة للاستثمار الاجنبي، وهذا ما سيتم تناوله في الاطار التشريعي للاستثمار الاجنبي في العراق لاحقاً.

ثانياً: معوقات الاستثمار الاجنبي المباشر في العراق

أ – المعوقات والمحددات الاقتصادية

هناك عدد من المعوقات والمحددات الاقتصادية التي تواجه دخول وعمل الاستثمارات والشركات الاجنبية في العراق وهي:

1- ضعف القدرة الاستيعابية للأقتصاد العراقي..

يمتاز العراق عموماً بأنه ذو قدرة استيعابية ضعيفة، وهذه تشكل احد المعوقات التي تعترض دخول الاستثمارات والشركات الاجنبية الى السوق العراقية. اذ ان القيام بالمشاريع لا يتطلب توفر الاموال الاستثمارية فقط وأنما يتطلب وجود عوامل اخرى يمكن تسميتها بالعوامل المساندة التي تتضمن (مواد البناء والمكائن والمقاولين والاداريين والمهندسين والعمال الماهرين) وترتبط تلك العوامل بعلاقة طردية مع حجم وطبيعة المشاريع، حيث ان شحة تلك العوامل تؤدي الى رفع مستوى اسعارها وبالتالي زيادة كلفة المشروع التي تعني هبوط عائده وهبوط العائد يجعل المشروع قليل الجدوى ومن ثم عدم الرغبة في الاقدام على تنفيذه، وعليه يمكن القول بأن توفر الاموال الاستثمارية في العراق بالرغم من كونها ضرورية لكنها غير كافية وحدها وذلك لوجود محددات تحد من قدرة الاقتصاد العراقي على استيعاب كميات كبيرة من الاستثمارات، اذ يعاني العراق من عدم كفاية البنية التحتية (كالنقل والمواصلات والاتصالات والكهرباء والماء والمجاري والموانىء والمطارات ومؤسسات التعليم والصحة) وغيرها من الخدمات العامة التي يفتقر اليها العراق وكذلك النقص الحاد في اليد العاملـة وخاصة من ناحية النوعية وليست الكمية، وعليه يمكن القول بأن عدم توفر البنية التحتية اللازمة وضعف الجهاز المالي والمصرفي والافتقار الى الأطر المهارية عند مستويات التكنولوجيا السائدة في العالم والافتقار الى البيئة المحلية المساندة كلها تشكل عوائق اساسية وكابحة للحد من دخول الشركات والاستثمارات الاجنبية الى العراق.

2 – عدم وجود أسواق مالية متطورة

ان افتقار البلد للاسواق المالية المتطورة يشكل عامل طرد للاستثمارات الاجنبية المباشرة، لما تمثله هذه الاسواق من اهمية كونها الممول الرئيسي لشركات قطاع الاعمال وهي السبيل المفضل الذي يلجىء اليه المستثمرين والشركات لتمويل انشطتهم الاستثمارية، ان وجود سوق مالية قوية وفاعلة تنطوي على سهولة في تداول الاوراق المالية تيسر عملية تراكم الاموال في السوق المالية وتوفر للمستثمرين المحليين او الأجانب الاموال اللازمة لعملياتهم الاستثمارية، وعليه فان وجود اسواق مالية متطورة لها اهمية كبيرة فيما يتعلق بدخول الشركات والاستثمارات الاجنبية المباشرة لما توفره تلك الاسواق من امكانية التوقع والتنبؤ للمستثمر الأجنبي، وعليه يمكن القول بان افتقار العراق الى اسواق مالية متطورة هي عوامل تعمل على زيادة درجة عدم اليقين للمستثمر الاجنبي وبالتالي فإنها تشكل عوائق امام دخول الاستثمار الاجنبي المباشر اليه.

3 – معدلات التضخم الكبيرة في الاقتصاد العراقي

ان معدلات التضخم الكبيرة التي يعاني منها الاقتصاد العراقي تُعد من الكوابح التي تحول دون دخول الشركات والاستثمارات الاجنبية الى الاقتصاد العراقي، والسبب في ذلك ان في اجواء التضخم تنحسر قدرة الشركات الاجنبية واصحاب رؤوس الاموال على التخطيط للعمل والانتاج نظراً للاختلالات الخطيرة والمستمرة في الأسعار والتي تولد صعوبات كبيرة فيما يتعلق بإمكانية تلك الشركات في التنبؤ بتكاليف الانتاج والارباح المتوقعة..

4 – الفساد الإداري وانعدام الشفافية

يعاني العراق من آفة الفساد الاداري وهذا ما يضعف من قدرته على اجتذاب الاستثمارات الاجنبية المباشرة، فاشتداد الفساد الاداري يضر بالنمو الاقتصادي ويثني عن الاستثمار من خلال زيادة تكاليف المعاملات المرتبطة باستثمارات القطاع الخاص وهذا يقلل حوافز الاستثمار ولاسيما الاستثمار الاجنبي المباشر، حيث يضعف هذا الاستثمار في البلدان التي من خصائصها ارتفاع مستويات الفساد على الرغم مما تقدمه هذه البلدان من حوافز استثمارية كبيرة.

اما فيما يتعلق بالشفافية، فان البيئة الاقتصادية العراقية تفتقر الى الشفافية التي لها اهمية كبيرة في القرار الاستثماري للشركات المتعدية الجنسية وعموم المستثمرين، والشفافية هنا هي المعلومات التي تعين الشركات والمستثمرين على امكانية التنبؤ المستقبلي بظروف البيئة الاقتصادية للبلد المضيف والتي يمكن على ضوئها صياغة وتوجيه خطط الاستثمار.

ب – المحددات والعوائق السياسية

ان المناخ السياسي في البلد له اهمية كبيرة في التأثير على القرار الاستثماري، ويتمثل المناخ السياسي في مدى تمتع البلد بالاستقرار السياسي من حيث نظام الحكم، واستقرار الحكومات، وطبيعة العلاقة بين الاحزاب السياسية وحالة الديمقراطية السائدة داخل الدولة المضيفة وبصورة عامة يمكن أن نحدد اهم تلك المحددات الموجودة في العراق وكالآتي:

1 – ظاهرة عدم الاستقرار السياسي والامني

ان من اهم المحـددات التي تواجـه دخول الشركات والاسـتثمارات الاجنبية المباشرة في أي دولة، متقدمة كانت ام ناميةهي ظاهرة عدم الاستقرار السياسي والامني، اذ أن انعدام الامن هو العدو الاول للاستثمار الاجنبي المباشر ذلك ان المستثمر لن يخاطر بنقل راس ماله او خبرته الى دولة ما الا اذا اطمئن الى استقرار الاوضاع الامنية والسياسية فيها، فرأس المال بطبيعته يبحث عن الامان والاستقرار ولا يمكنه ان يقوم بالاستثمار في ظل اجواء تسودها الازمات المختلفة[1].

وعليه يمكن القول بان عدم الاستقرار السياسي والامني في العراق سيكون عامل طرد لدخول الاستثمارات الاجنبية الى الاقتصاد العراقي، فالبيئة السياسية العراقية ما تزال غير مكتملة الملامح وليس هناك توجه حقيقي باتجاه اقامة ديمقراطية حقيقية وما تنطوي عليه من تعددية سياسية وعلاقة متوازنة بين الاحزاب السياسية واقامة مؤسسات تكون ضامنة للاستثمارات الاجنبية المباشرة وهذه تعد من اولويات اهتمام الشركات واصحاب رأس المال.

قطاع السياحة: يشكل هذا القطاع اهمية كبرى للمستثمر الاجنبي لما يمكن ان يجنيه من ارباح عالية من خلال الاستثمار فيه حيث يحتوي العراق على العديد من المواقع الدينية والاثرية والترفيهية ومن اهم تلك المواقع هي:

أ – المواقع الدينية

هناك الكثير من المواقع الدينية منتشرة في العراق من شماله الى جنوبه حيث يحتضن العراق مراقد العديد من الانبياء والاوصياء والائمة الصالحين. والتي تشكل مزاراً لجميع المسلمين في مختلف انحاء العالم.

ب – المواقع الأثرية

يمتلك العراق تراثاً حضارياً كبيراً حيث حضارة اور وبابل والوركاء والتي لاتزال اثارها شاخصة لحد الآن، اضافة الى الحضارة الاسلامية (الملوية في سامراء وجامع الكوفة والسهلة في مدينة النجف) وتستهوي هذه المواقع العديد من المهتمين بالتراث الاثري والحضاري..

جـ - المواقع الترفيهية

تنتشر هذه المواقع في شمال العراق حيث الجبال الشاهقة والشلالات والغابات الجميلة، كما تنتشر البحيرات والواحات في الوسط اضافة الى الاهوار في الجنوب والتي تضاهي ما موجود في بلدان العالم السياحية.

توفر هذه المواقع فرص استثمارية كبيرة امام المستثمر الاجنبي في مجالات الفندقة والخدمات السياحية والصناعات التراثية والاستثمار العقاري.

4 – مشاريع البنى الاساسية

احدثت الحروب المتتالية غير المجدية التي خاضها النظام السابق دماراً شبه كامل في البنى الاساسية (الطاقة الكهربائية، الاتصالات، النقل، الماء والصرف الصحي، اضافة الى المؤسسات العامة)، واصبحت مهمة أي حكومة تريد ان تحقق النجاح وتكسب ثقة المواطنين بناء وتطوير تلك البنى الاساسية، وحيث ان الامكانات المالية والمادية للعراق ضعيفة فلا مجال لتحقيق طفرة نوعية في تلك البنى الاساسية سوى فتح الباب امام الاستثمارات الاجنبية لتحقيق ذلك، وهذا يعني توفير الفرص الاستثمارية وبحوافز وضمانات مغرية امام المستثمرين الاجانب.

5 – قطاع الاسكان

يحتاج العراق اذا ما اريد معالجة مشكلة السكن فيه الى (6 مليون) وحدة سكنية، منها (1.5 مليون) لسد العجز السكني الصافي اما الباقي (4.5 مليون) لتعويض واستبدال الوحدات السكنية المبنية من مواد غير ثابتة والوحدات القديمة وكذلك لتوفير السكن للنمو المتوقع في السكان حتى عام 2008).

ولهذا الغرض وجب على الحكومة القيام بوضع استراتيجية وسياسة شاملة للإسكان في العراق تحدد فيها الحاجة السكنية بدقة وعلى اساس اعتماد معيار سكني مقبول، بالإضافة الى تعزيز دور القطاع الخاص المحلي والاجنبي في البناء السكني وتطوير اليات التمويل السكني عبر المصرف العقاري لجعل السكن في متناول مختلف شرائح المجتمع، ويجب العمل على جعل نشاط الاسكان نشاطاً استثمارياً وليس نفقة اجتماعية ضرورية فقط، وهذا يتطلب دوراً اكبر للقطاع المالي الخاص وقطاع البناء والتشييد والمستثمرين المحليين والاجانب.

رابعاً: تشريعات الاستثمار الاجنبي المباشر في العراق

أن الأطر التشريعية للاستثمار الأجنبي المباشر في العراق كانت قبل الاحتلال غير ملائمة ولا جاذبة لذلك الاستثمار ولا تعكس الرغبة الحقيقية للحكومة العراقية أتجاه الاستثمار الاجنبي المباشر، لذلك وكجزء من برامج الإصلاح الاقتصادي والانتقال الى اقتصاد السوق تم إصدار عدد من قوانين الاستثمار الأجنبي كان أهمها قانون (39) لسنة 2003 الذي صدر عن سلطة الاحتلال والذي تعرض الى انتقادات عديدة من المختصين بالشأن الاقتصادي والقانوني كونه لا يراعي المصالح العراقية بقدر مراعاته لمصالح المستثمرين الأجانب، الامر الذي دعى الحكومة العراقية المنتخبة الى صياغة قانون جديد للاستثمار الاجنبي في العراق وهو قانون رقم (13) لسنة 2006، وقد صوت البرلمان العراقي المنتخب على ذلك القانون بالقبول، ومن أجل الوقوف على حقيقة إيجابيات وسلبيات تلك القوانين* سيتم تحليلها وفق الآتي:

أ – قانون الاستثمار الأجنبي (39) لسنة 2003

صدر هذا القانون (39) عن المدير الإداري لسلطة الاحتلال (بول بريمر) للأسباب الموجبة التي حددها لتحقيق تغيرات أساسية على النظام الاقتصادي العراقي وتوفير فرص العمل وتسهيل الاستثمار الأجنبي وزيادة رأس المال ودخول التكنولوجيا للعراق والانتقال من الاقتصاد المركزي المخطط غير الشفاف الى اقتصاد السوق المتسم بالنمو المطرد لتأسيس قطاع خاص نشط، لكن عند قراءة نصوص هذا القانون، يتبين أنه لا يصب في مصلحة الاقتصاد العراقي لما يحققه من امتيازات للمستثمرين الأجانب على حساب المصلحة الوطنية، ويمكن استعراض أهم مخاطر ذلك القانون على الاقتصاد العراقي كالآتي:

- في القسم الاول (فقرة 3) لم يحدد القانون اولويات الاستثمار وانما اطلقها على جميع الانشطة المادية وغير المادية وشمل جميع انواع الاستثمار المباشر وغير المباشر[1]، هذا الامر خطير حيث يوفر القانون الميزات نفسها والحماية للاستثمار الاجنبي المباشر والذي يجلب رؤوس اموال كبيرة ويستثمرها في مشاريع الأجل الطويل مثل ما يوفره للاستثمار الاجنبي غير المباشر الذي يستثمر عن طريق المضاربة في الاسواق المالية والذي يستطيع ان يهرب من البلاد في أي لحظة محدثا ازمة مالية في البلاد وخير مثال على ذلك الازمة الاسيوية والذي كان سببها هروب رؤوس الاموال من اسواق المال الاسوية.

- في القسم الرابع، يعطي القانون الحق للمستثمر الاجنبي في اقامة استثمارات أجنبية في العراق بدون سقف استثماري، وشروط تفضيلية، لا تقل عن تلك الممنوحة للمستثمر العراقي. الاشكال في هذا القسم يكمن في المساواة غير العادلة وغير المتكافئة بين حقوق المستثمرين العراقيين وحقوق المستثمرين الاجانب بشكل يضع المستثمر العراقي في موقع تنافسي ضعيف. خصوصا وان لجميع الدول بما فيها الولايات المتحدة مؤسسات مالية متخصصة في تقديم امكانات وتسهيلات ائتمانية لشركاتها الوطنية لدعم وضعها التنافسي وزيادة حصصها التسويقية بالاضافة الى القدرات المالية والتقنية العالية التي تمتلكها الشركات الاجنبية يقابلها عدم وجود هذه المؤسسات الداعمة في العراق وايضا خلو هذا القانون من تشريعات تحمي المستثمر العراقي كل هذا يضع المستثمر العراقي في موضع تنافسي ضعيف، ان لم يدفعهُ لمغادرة السوق. كذلك ان جميع الدول بما فيها الولايات المتحدة لا تطبق معايير المساواة بين المستثمر الاجنبي والمستثمر الوطني، بل بالعكس فانها في دأب مستمر لحماية المستثمر الوطني عن طريق خلق العوائق امام المستثمرين الاجانب من خلال رفع نسب التعريفية الكمركية وتعقيد الشروط والقوانين ورفع نسب الضرائب المفروضة على المستثمرين الاجانب.

- اكدت الفقرة (2) القسم (6) على حق المستثمر الاجنبي في اقامة المشاريع الاستثمارية في انحاء العراق كافة ، من دون استثناءاً واعتبار للمناطق الضرورية لأمن العراق كالمناطق الدينية والاثرية، هذه الحرية المطلقة في اختيار الموقع الاستثماري قد تخلق مستقبلا تبعا ت وإشكالات اجتماعية وسياسية.

- اعطى القانون في (فقرة 3/ قسم 6) الحق للمستثمر الاجنبي الدخول في استثمارات على مستوى الانتاج والتوزيع وحتى مستوى البيع بالمفرد بشرط ان يودع المستثمر الأجنبي مبلغ قدره (100 الف دولار) في حساب بلا فوائد في مصرف عراقي. وبالتالي فان هذا لا يحمي تجار المفرد في العراق من الإفلاس امام عمالقة السوبر ماركت الاجنبية كما لا يحمي المستهلك من الاستغلال بقبول البضائع الرديئة والفاسدة[1]، بالاضافة الى التاثير الاجتماعي والاخلاقي في عاداتنا وتقاليدنا.

- ان قضية حسم المنازعات المنصوص عليها في القسم (العاشر) لا تتضمن أي ضوابط أو أسس ثابتة لحسم الخلافات بين الجانبين العراقي والاجنبي، بل ان النص يتسم بالغموض، ويشير بشكل عام الى امكانية اللجوء الى أي اتفاقية تعالج مسالة النزاعات بين الاطراف، وهذا لا يضمن حقوق الطرف العراقي خصوصا في ظل الفجوة الكبيرة بين امكانيات الطرفين وتعقيدات القوانين التي صيغت اصلا من قبل الدول الصناعية الكبرى لحماية مصالحها.

- أجاز القانون (القسم السابع) للمستثمر الاجنبي امكانية التملك المطلق للمشروع (100%) أو بالمشاركة. وهذا يجعل الأقتصاد العراقي رهينة لتصرفات المستثمرين الأجانب وتوجيهاتهم بالاضافة الى ان هذا القانون لم يحدد نسبة المشاركة الوطنية في الاستثمارات الاجنبية وكذلك لم يجعل نسبة التملك تتدرج حسب الأهمية الاستراتيجية للمشاريع الاستثمارية.

- وكذلك لم يلزم هذا القانون المستثمر الأجنبي بتشغيل أو تدريب العمالة العراقية من أجل تقليص البطالة او رفع كفاءة العاملين.

- ولم يترتب على هذا القانون سوى التزام واحد (الفقرتين 1، 2، من القسم 11) والذي ينص على أن يقوم المستثمر الأجنبي بتقديم الأقرار بأنهاء العمليات الى أمين مسجل الشركات العراقي خلال اربعة عشر يوم من تاريخ حل أو

انهاء مشروعه، وأن يسدد الديون المترتبة عليه للحكومة العراقية قبل أن يسمح له بنقل كل أرباحه حيثما يشاء بالعملة الصعبة..

2 – قانون الاستثمار رقم (13) لسنة 2006

صيغ هذا القانون من قبل الحكومة العراقية المنتخبة وتم التصويت عليه في البرلمان العراقي بالقبول، وحددت، الأسباب الموجبة لتشريع هذا القانون بـ (المساهمة في دفع عملية التنمية الأقتصادية والاجتماعية وتطويرها وجلب الخبرات التقنية والعلمية وتنمية الموارد البشرية وايجاد فرص عمل للعراقيين بتشجيع الاستثمارات المحلية والأجنبية)، وتتجلى أهمية هذا القانون بأن نصوصه أنظر (ملحق 2) تضمنت العديد من المزايا والضمانات والإعفاءات والحوافز للمستثمرين الأجانب وبالشكل الذي يصون المصلحة الوطنية ولا يضر بالاقتصاد العراقي، ويمكن أيجاز ابرز ايجابيات هذا القانون والذي حل محل القانون العربي للاستثمار رقم (62) لسنة 2002 وقانون الاستثمار الأجنبي (39) لسنة 2003، بالاتي:

- يتيح هذا القانون مشاركة مستثمرين عراقيين مع مستثمرين اجانب ويعطي محفزات مغرية لذلك (الفصل الخامس المادة "15"، فقرة ثالثاُ) ، حيث يمكن للهيئة الوطنية للاستثمار أن تزيد عدد سنيين الاعفاء من الضرائب والرسوم بما يتناسب بشكل طردي مع زيادة نسبة مشاركة المستثمر العراقي لتصل الى 15 سنة اذا كانت نسبة شراكة المستثمر العراقي في المشروع أكثر من 50%.

- يلزم هذا القانون المستثمر الأجنبي بتدريب مستخدميه من العراقيين وتأهيلهم وزيادة كفاءتهم ورفع مهاراتهم وقدراتهم وتكون الأولوية لتوظيف واستخدام العاملين العراقيين (أنظر/ الفصل الرابع / المادة 14/ فقرة ثامناً) وكذلك يفرض هذا القانون على المستثمر الأجنبي الالتزام بالقوانين العراقية النافذة في مجالات الرواتب والإجازات وساعات وظروف العمل وغيرها (الفصل الرابع/ المادة 14/ فقرة سادساً).

- وفق هذا القانون يلتزم المستثمر الأجنبي بالمحافظة على سلامة البيئة والالتزام بنظم السيطرة النوعية المعمول بها في العراق والأنظمة العالمية المعتمدة في هذا المجال والقوانين المتعلقة بالأمن والصحة والنظام العام وقيم المجتمع العراقي (الفصل الرابع/ المادة 14 فقرة خامساً).

- من خلال هذا القانون يمكن توجيه الاستثمارات الأجنبية الى القطاعات أو المناطق الضرورية عن طريق تقديم حوافز واعفاءات إضافية للمستثمرين الذين يوجهون استثماراتهم لتلك المناطق او القطاعات الاقتصادية ذات الأهمية الاستراتيجية في عملية التنمية الاقتصادية والاجتماعية (الفصل الخامس/ المادة 15 فقرة أولاً وثانياً).

- يهدف هذا القانون الى جلب وتشجيع الاستثمارات واكتساب تقنيات متطورة وتعزيز دور القطاع الخاص المحلي والأجنبي في العملية الإنمائية في العراق وتوسيع حجم الصادرات وتطوير القدرة التنافسية للاقتصاد العراقي.

- يغطي هذا القانون جميع فروع النشاط الاقتصادي باستثناء الفعاليات المرتبطة باستخراج وانتاج النفط والغاز وكذلك الاستثمار في قطاع المصارف وشركات التأمين، وجاء هذا الاستثناء منسجماً مع مقتضيات المصلحة الوطنية لما يمثله هذين القطاعين من أهمية كبرى في الاقتصاد العراقي.

- تتأسس بموجب هذا القانون الهيئة الوطنية للاستثمار وتتولى رسم السياسات الوطنية للاستثمار ووضع الضوابط لها ومراقبة تطبيق التعليمات والأنظمة في مجال الاستثمار كما يكون للأقاليم والمحافظات هيئات تقوم بذات المهمات في أطار من التنسيق بين جميع هذه الجهات، وتكون تلك الهيئات مسؤولة عن منح إجازات الاستثمار وفق الشروط الموضوعة في هذا القانون وكذلك العمل على تعزيز الثقة في البيئة الاستثمارية والتعرف على الفرص الاستثمارية وتحفيز الاستثمار فيها والترويج لها.

- يهدف هذا القانون الى تشجيع المستثمرين العراقيين من خلال توفير قروض ميسرة وتسهيلات مالية لهم ويتم ذلك من خلال التنسيق بين الهيئة الوطنية للاستثمار ووزارة المالية والمؤسسات المصرفية (الفصل الثاني/ المادة 9/ فقرة ثامناً).

أضافة الى تلك الالتزامات التي فرضها القانون (13) على المستثمرين الأجانب فأنه وفر لهم مزايا وتسهيلات وضمانات واعفاءات ومن أهمها ما يأتي:

1– الاعفاء الضريبي لمدة (10) سنوات ابتداء من التشغيل التجاري للمشروع والاعفاء من رسوم الاستيراد لمستلزمات التأسيس والتوسيع والتطوير والتحديث بما في ذلك من مواد أولية ووسيطة وقطع غيار.

2- أدخال وإخراج رؤوس الأموال وعوائدها وتمكين المستثمر الأجنبي من فتح حسابات في المصارف العراقية والأجنبية.

3- الاستثمار في سوق الاوراق المالية بالأسهم والسندات وكذلك المحفظات الاستثمارية.

- استئجار الاراضي المخصصة للمشروع لمدة (50) سنة قابلة للتجديد ومنح حق امتلاك الأرض في مشاريع الاسكان.

4- تمتع المستثمر الأجنبي في ميزات إضافية واردة في الاتفاقيات الثنائية أو الدولية التي يكون العراق طرفاً فيها.

5- تحريم مصادرة أو تأميم المشروع الاستثماري باستثناء ما يصدر بحقه حكم قضائي بات.

6- الالتزام بحق المستثمر الأجنبي ببيع مشروعه كلياً او جزئياً.

يلاحظ أن هذا القانون قد وفر العديد من المزايا التي توفرها قوانين الاستثمار في الدول المجاورة مما يوفر امكانية التنافس والسعي لكسب المستثمرين العرب والأجانب وتشجيعهم على الافادة من الفرص المتاحة في العراق.

السادس و العشرون السابع و العشرون الثامن و العشرون	دور التعليم ,التدريب السياحي في التنمية السياحية واقع التعليم و التدريب السياحي في العراق
التاسع و العشرون الثلاثون	دور اليد العاملة الماهرة في صناعة السياحة

يعتمد التطور السياحي في أي بلد على العنصر البشري المتعلم، ومن ثم فإن القوى العاملة في القطاع السياحي المثقفة تعتبر عنصراً أساسياً في تطوير القطاع السياحي الأردني، حيث إنها رأس المال البشري الذي سيضمن المنافسة والابتكار والإبداع، ويحسن تطلعات ومستقبل العمل ويسهل عملية التعديل والتكيف في الأسواق السياحية المتغيرة.

يشهد العالم اليوم سباقاً محموماً لبلوغ التميز والرفعة في مضمار الرقي والتقدم معتمداً على العلم الذي انطلق بخطوات واثقة إلى لأمام ليحقق انجازات رائعة يرنو إليها العالم بكل إكبار وتقدير. والحقيقة الراسخة التي لا يجال فيها أحد هي أن الإنسان المتسلح بالعلم والمعرفة المواكب بصورة مستمرة لمسيرة الحضارة الإنسانية هو أولاً وأخيراً حجر الزاوية في بنيان الحضارة الإنسانية، فالمورد الأغلى في عالمنا المعاصر هو الإنسان القادر بما امتلك من قدرات وطاقات إبداعية خلاقة على الإسهام في مسيرة الحضارة، لذلك حرص الأردن على بناء الإنسان وجعل العلم والمعرفة في متناول يديه وها هو الأردن يسجل صفحات مشرقة في هذا المجال في ظل مسيرة التحديث والتطوير التي يقودها حضرة صاحب الجلالة الهاشمية الملك عبدالله بن الحسين المعظم .
إن مستقبل التنمية السياحية في الأردن مرهون بشكل رئيسي بكفاءة وفعالية التعليم الفندقي والسياحي ،فقد طرأت

مؤخرا تغييرات واسعة في هذا المجال، وبدأ سوق العمل، من خلال حاجاته لمهارات ومؤهلات جديدة يفرض توجهات واختصاصات مستحدثة تلبي حاجات القطاع السياحي.

ومن المتفق عليه أن الاعتراف المتزايد بالأهمية الاقتصادية للسياحة قد سلط الضوء على ضرورة التوسع في تعليم هذا القطاع، وتقوم الميزة التنافسية للدول في الاقتصاد العالمي بشكل متزايد على إتاحة وتوافر العمالة الماهرة، وهذا الأمر ينطبق كذلك على الصناعات المتعلقة بالسياحة، وعليه تعتبر هيكلة التدابير التعليمية والمهنية والتركيز عليها في القطاعين «العام» و«الخاص» قضية مهمة.

وعلى الرغم من أن الموارد البشرية هي الرصيد الأكثر قيمة لهذه الصناعات، فإنه، وللمفارقة، تعتبر الرغبة في الاستثمار في التعليم والتدريب في بعض القطاعات الكبرى والمهمة منخفضة بشكل كبير، مقارنة بالصناعات في مجالات أخرى، بيد أن تحديث الموارد البشرية والتقنيات، إضافة إلى تحسين خبرات الإدارة، متطلبات ضرورية لمزيد من التطوير لهذه الصناعة، ويقوم تخطيط المورد البشري في الغالب على التفكير قصير الأجل، وهو ما يعارض النظر للمورد البشري كأصل استراتيجي.

إن زيادة الطلب على فرص العمل وزيادة أعداد المنشآت السياحية في الأردن يفرض استيعاب اعداد متزايدة من الطلب على خريجي الجامعات ، مما يفرض على جامعات تخريج طلبة لمواكبة احتياجات سوق العمل وتزويد السوق بكفاءات وقدرات نظامية أعلى، وتسهيل التخطيط، إضافة إلى مهارات التفكير والتأمل الذاتي، مما يؤثر في النهاية في مستقبل صناعة السياحة والضيافة في الأردن.

إن مشكلة غياب البرامج التدريبية المناسبة لاحتياجات سوق العمل السياحي وغياب التدريب في المنشآت الفندقية يؤدي إلى حدوث فجوة ينتج عنها تدنى مستوى الخدمة ومن ثم عدم القدرة على منافسة الأسواق المجاورة وضعف القدرة التنافسية للقطاع السياحي الأردني ويعمل التدريب السياحي على تزويد العاملين في المنشآت والمؤسسات الفندقية بالمعلومات والخبرات و المهارات اللازمة لأداء أعمالهم بفعالية. مما يؤدي إلى زيادة الإنتاجية و رفع معنويات العاملين و تقليل الحاجة للإشراف عن قرب و تخفيض حوادث العمل و تعميق المعرفة المتخصصة .....الخ .

فالتدريب يساعد المنشآت السياحية والفندقية على تحقيق الاكتفاء الذاتي و بالتالي تقليل الاعتماد على الأيدي العاملة الأجنبية. وهناك عدة مستويات من التدريب :منها تدريب العاملين الجدد ،أو التدريب أثناء العمل، أو تجديد المعلومات لإكساب العاملين المهارات الجديدة في مجال تخصصهم، أو إعادة تدريبهم لشغل وظائف أعلى، ويجب أن ينظر إلى التدريب السياحي على أنه وسيلة من وسائل الاستثمار المختلفة التي تحقق مكسبًا ماليًا يضاف لقائمة الأرباح و ليس عبئاً على ميزانية المنشأة السياحية لكونه أكثر الاستراتيجيات الفاعلة في مجال الموارد البشرية. ويصبح التدريب السياحي أكثر جدوى و فعالية عندما يكون مبنيًا على أساس التتابع و الاستمرارية من خلال تبني استراتيجية واضحة لتنمية و تطوير قدرات العاملين تعتمد على إعداد البرامج التدريبية لتقويم أي اعوجاج في الأداء.

إن مسألة التدريب السياحي والفندقي في غاية الأهمية ؛ لإكساب العاملين المهارات الأدائية فهناك دولاً مثل: فرنسا واسبانيا تلتزم المنشآت السياحية والفندقية بعمل دورات تدريبية للعاملين فيها, بعكس الأردن التي لا يوجد فيها نظام واضح للتدريب وتنمية العنصر البشرى , ففي اسبانيا تأخذ الحكومة نسبة 1% من أرباح جميع المنشآت السياحية والفندقية كي تخصص لتمويل برامج التدريب وتكون هذه البرامج تحت إشراف ورقابة وزارة السياحة, وبعد التأكد من تنفيذ برامج التدريب تقوم الحكومة برد نسبة ا% التي تم تحصيلها إلى كل مؤسسة سبق ان سددتها , أما في الأردن فهناك قوانين تلزم المنشآت السياحية التي يزيد عدد العاملين فيها عن 10 بتخصيص هذه النسبة للتدريب إلا ان ذلك يتم دون التأكد من تنفيذه.

إن مشكلة غياب البرامج التدريبية المناسبة لاحتياجات سوق العمل السياحي وغياب التدريب في المنشآت الفندقية يؤدي إلى حدوث فجوة ينتج عنها تدنى مستوى الخدمة ومن ثم عدم القدرة على منافسة الأسواق المجاورة وضعف القدرة التنافسية للقطاع السياحي الأردني ويعمل التدريب السياحي على تزويد العاملين في المنشآت والمؤسسات الفندقية بالمعلومات والخبرات و المهارات اللازمة لأداء أعمالهم بفعالية. مما يؤدي إلى زيادة الإنتاجية و

رفع معنويات العاملين و تقليل الحاجة للإشراف عن قرب و تخفيض حوادث العمل و تعميق المعرفة المتخصصة .....الخ . فالتدريب يساعد المنشآت السياحية والفندقية على تحقيق الاكتفاء الذاتي و بالتالي تقليل الاعتماد على الأيدي العاملة الأجنبية. وهناك عدة مستويات من التدريب :منها تدريب العاملين الجدد ،أو التدريب أثناء العمل، أو تجديد المعلومات لإكساب العاملين المهارات الجديدة في مجال تخصصهم، أو إعادة تدريبهم لشغل وظائف أعلى، ويجب أن ينظر إلى التدريب السياحي على أنه وسيلة من وسائل الاستثمار المختلفة التي تحقق مكسبًا ماليًا يضاف لقائمة الأرباح و ليس عبئاً على ميزانية المنشأة السياحية لكونه أكثر الاستراتيجيات الفاعلة في مجال الموارد البشرية. ويصبح التدريب السياحي أكثر جدوى و فعالية عندما يكون مبنيًا على أساس التتابع و الاستمرارية من خلال تبني إستراتيجية واضحة لتنمية و تطوير قدرات العاملين تعتمد على إعداد البرامج التدريبية لتقويم أي اعوجاج في الأداء.

يحقق التدريب السياحي الفعال التوازن في سوق العمل من حيث سد النقص و الفراغ الناتج عن عدم قدرة مخرجات التعليم على توفير العمالة المتخصصة و المدربة. فالكثير من الجامعات لا يوجد لديها خطط تدريب تطبيقية مرتبطة بأهدافها الإستراتيجية، لذلك فإن التدريب السياحي الفعّال يسهم في تحقيق التوازن و سد النقص في ظل غياب التأهيل التعليمي المؤهل من مخرجات التعليم، وتعد كلية الأردن الجامعية التطبيقية للتعليم السياحي والفندقي من بين أكبر المؤسسات الأكاديمية في الأردن والشرق الأوسط في مجال استقطاب وتدريب وتأهيل العاملين في القطاع السياحي الأردني والعربي، حيث تركز على تطوير كافة الجوانب التطبيقية في العمل الفندقي والسياحي من خلال برامج التدريب المتخصصة .

المؤسسات والمنشآت السياحية التي تعاني من عدم وضوح الرؤية فيما يتعلق بعملية التطوير والتدريب السياحي يجب عليها أن تعيد النظر من خلال توجيه الاهتمام بتبني سياسة شاملة لإعادة النظر في رفع كفاءة العاملين لديها وهذا لا يكون من خلال الحوافز المالية أو المعنوية فقط رغم أهميتها، و إنما يحتاج إلى إكساب العاملين المهارات التطبيقية والعلمية من خلال التدريب المتواصل . ومن خلال ما تقدم، يتضح لنا أهمية التدريب السياحي، وتوفير التدريب المناسب للحصول على موارد جديدة مؤهلة عن طريق تفعيل برنامج تطوير القطاع العام وتوفير التدريب المستمر فعلى الرغم من الخطوات الواسعة التي تخطوها المملكة في مجالات التنمية والتطوير السياحي، إلا أن الاهتمام في مجال تنمية وتطوير الموارد البشرية بقي محدوداً، ولم يوازن النمو في الاستثمار السياحي المتسارع. مما يتطلب إعداد دراسة شاملة للوضع الحالي للمؤسسات والمنشآت السياحية مقارنة بالمتوقع منها مستقبلاً.