دور القطاع السياحي في النمو الإقتصادي
(نظرة مستقبلية لدور السياحة في الأهوار العراقية في التنمية)

م.م. احمد مزهر عبد / كلية التربية الأساسية / جامعة واسط

تاريخ التقديم:2018/5/2
تاريخ القبول:2018/7/9

المستخلص

يعد النشاط السياحي أحد الأعمدة التي يرتكز عليها إقتصاد أي بلد إذا ماتوفرت له معالم سياحية، وتبرز أهمية القطاع السياحي في إمكانيته أن يصبح البديل التنموي الفعال في العديد من الدول لاسيما العراق ، وذلك لأثره المباشر على الأقتصاد القومي بوصفه مصدراً أساسياً مهماً في إستقطاب العملة الصعبة والقضاء على البطالة ، كما أن ضم الأهوار العراقية للائحة الآثار سوف يجعلها تسهم في تنويع مصادر الدخل ومحفّزاً لبقية القطاعات الإقتصادية ، فالإمكانيات والمؤهلات التي يمتلكها العراق في مجال السياحة ولا سيما الدينية سيكون لها الأثر البالغ على الموازنة العامة للدولة فيما لو تم إستغلالها الإستغلال الأمثل ، ويهدف البحث الى التعرف على مدى مساهمة قطاع السياحة في النهوض بالإقتصاد الوطني لما له من علاقة مباشرة مع القطاعات الأخرى (إنتاجية - تجارية - خدمية) ، ودوره في تشجيع الإستثمارات المحلية والأجنبية ، وتوصل البحث الى وجوب توفير المخصصات المالية لتطوير منطقة الأهوار وإنشاء المشاريع الإستثمارية فيها ، وإستقطاب القطاع الخاص للإستثمار في هذا المجال ، فضلا عن دعم المنتوجات الوطنية ولا سيما المشهورة في المنطقة وكذلك تشجيع أصحاب الحرف اليدوية وإقامة المعامل الصغيرة والورش التي ترفد السوق السياحي لهذه المنطقة .

المصطلحات الرئيسة للبحث/ السياحة ، الأهوار العراقية ، التخطيط السياحي .

مجلة العلوم
الاقتصادية والإدارية
العدد 108 المجلد 24
الصفحات 413ـ 427

المقدمة

تزخر منطقة الأهوار في المحافظات الجنوبية للعراق بموارد طبيعية وتأريخية وثقافية فقد تميزت بالتعدد الثقافي على مدى الحقب الزمنية التأريخية التي مرت بها ، علاوة على التنوع البيئي في هذه المنطقة ، وضم الأهوار العراقية الى لائحة الآثار يجعلها تسهم في تنويع مصادر الدخل ومحفزاً لقطاع السياحة وبقية القطاعات الإقتصادية للإستثمار فيها ، ومصدراً للجذب السياحي ، إن الإستثمار في المناطق السياحية الثقافية منها أوالطبيعية له المنافع الإقتصادية إضافة الى منافعه الإجتماعية على النطاق المحلي و الوطني ، ونظراً للجوانب الإيجابية المتوقعة من الإستثمارات السياحية المتمثلة في توسيع القاعدة الإقتصادية للقطاعين المحلي والوطني ، وللتعرف على مدى اسهام قطاع السياحة في النهوض بالإقتصاد الوطني مع علاقته المباشرة بالقطاعات الأخرى (إنتاجية - تجارية - خدمية) ، ودوره في تشجيع الإستثمارات المحلية والأجنبية كان هو الهدف الرئيس للبحث ، فقد تم تقسيم البحث على مقدمة ومحورين ، يتناول المحور الأول الإطار العام لقطاع السياحة ، المفاهيم والأهداف ومتطلبات التنمية السياحية والمراحل التأريخية للسياحة في الأهوار، وضم المحور الثاني الآثار الإقتصادية للسياحة والسبل المثلى للتخطيط السياحي ، وبعدها تم عرض الإستنتاجات والتوصيات التي تم التوصل اليها .

- فرضية البحث : إن الإستثمار في القطاع السياحي ولا سيما في منطقة الأهوار العراقية له دور فاعل في تنويع مصادر الدخل القومي ورفع مستوى الإقتصاد العراقي .
- أهمية البحث : للنشاط السياحي في منطقة الأهوار القدرة على أن يكون البديل التنموي الفعال في دعم الإقتصاد العراقي من حيث مايحققه من موارد مالية وتنمية محلية للمحافظات التي بها الأهوار .
- مشكلة البحث : تنبع مشكلة البحث من ضعف الإستثمار في النشاط السياحي ولا سيماَ في منطقة الأهوار ، فالنشاط السياحي في الأهوار يواجه العديد من العوائق التي تعرقل النمو الإقتصادي للبلد .
- أهداف البحث : التعرف على مدى اسهام قطاع السياحة في النهوض بالإقتصاد الوطني لما له من علاقة مباشرة مع القطاعات الأخرى (إنتاجية - تجارية - خدمية) ، ودوره في تشجيع الإستثمارات المحلية والأجنبية ، التعرف على الموارد السياحية بمنطقة الأهوار وإحصائها وتحليلها والعمل على وضع خطط لتطويرها وتنميتها وتوظيفها بشكل إقتصادي وذلك عن طريق الإستثمارات السياحية ، القيام بتنويع مصادر التمويل عن طريق النشاط السياحي ولا سيما في منطقة الأهوار.
- أسلوب البحث : بهدف تحقيق أهداف البحث فقد تم الأعتماد على المنهج الإستقرائي للوصول الى النتائج ، والمنهج الوصفي والتحليلي في تحليل المصادر والأبحاث المتعلقة بمفهوم السياحة والإستثمارات السياحية ومجالاتها التي تم الأعتماد عليها في كتابة البحث .

المحور الأول / الإطار العام لقطاع السياحة

أولاَ : تعريف السياحة

لفظ السياحة من الألفاظ العربية التي تدل على التنقل والتجوال ، ومن الألفاظ المعروفة في اللاتينية ، وفي الإنكليزية نجده مختلفاً فالتجول يعني tour أما لفظ السياحة فيعني tourisme ، وهناك عدة تعاريف للسياحة من قبل باحثين ومنظمات ، من أهم هذه التعاريف :

1- تعريف فونش وليرن للسياحة وهو باحث إقتصادي نمساوي، أنها جميع العمليات المترابطة والمتداخلة ولا سيما الإقتصادية منها التي تتعلق بدخول وخروج الأجانب من والى البلاد وإقامتهم بصفة مؤقتة ، وهنا تم التركيز على الجوانب الإقتصادية (الطائي ، 2006: 16) .

2- تعريف Akoller للسياحة، تتكون السياحة السويسرية من مجموعة من الأفراد يقيمون بشكل مؤقت بسويسرا بعيدون عن أماكن إقامتهم الأصلية وذلك لأسباب صحية أو ثقافية أو علمية أو تجارية أو ترفيهية ، وهنا لم يتم التطرق الى المدة الواجب قضاؤها في الدولة المضيفة لاعتباره سائح (دعبس ،2002: 14) .

3- المنظمة العالمية للسياحة عرفت السياحة بأنها " إنتقال الأفراد من مكان الى آخر لأهداف مختلفة ولمدة زمنية تزيد عن أربع وعشرون ساعة وتقل عن السنة ، مع توفير كل المستلزمات والخدمات المتعلقة بهذا النشاط " (مقابلة ،2007: 24) ، وهذا التعريف يبين أن السياحة ترتبط بشروط ومعايير ،أهمها :

أ- الإنتقال ، أي التنقل من مكان الى آخر ، وأختلفت المسافة التي يجب أن يقطعها السائح من تعريف لآخر ، بينما حددتها اللجنة السياحية بـ 50 ميل ، واللجنة السياحية الكندية بـ 25 ميل .
ب- المدة الزمنية ، تم تحديد المدة الزمنية وهي لا تقل عن 24 ساعة ولا تزيد عن السنة ، فإذا زادت عن السنة أعتبرت إقامة أو هجرة ، وإذا قلت عن الـ 24 ساعة يمكن إعتبارها نزهة .
ت- الهدف ، يمكن تحديده من خلال نوع السياحة فقد تكون ترفيهية ، علاجية ، أو ثقافية .
ث- توفير الخدمات المتعلقة بالسياحة ، لا يمكن أن يتم النشاط السياحي إلاّ بتوفير الخدمات للسائحين .

ثانياً : المراحل التاريخية للسياحة

1- مرحلة العصور القديمة : لقد كان الإنسان في قديم زمانه محباً للسفر والتنقل من مكان الى آخر حيث ساعياً بذلك لحياةٍ أفضل حيث لم تكن هناك جهات مختصة توفر له إحتياجاته ، فكان عليه أن يقوم بالسعي والإعتماد على نفسه في توفير هذه الاحتياجات ، في وقت لم تكن فيه قوانين أو أعراف تحد من تنقله من مكان الى آخر ، وبداية هذه المرحلة كانت عند نشأة حضارة بلاد الرافدين في العراق والفراعنة في مصر في الألف الخامس قبل الميلاد إنتهاءً بسقوط الدولة الرومانية في نهاية القرن الرابع، وإمتازت هذه الفترة بظهور العلوم وتطور وسائل النقل والمواصلات ، خاصة السفن الشراعية ، وتركزت أنواع الرحلات التي قام بها الإنسان في هذه المرحلة على (الظاهر والياس،2007: 12):
أ- تحقيق المنافع : وهو خلق علاقات تبادل تجارية بين القبائل المختلفة متجاورة كانت أم بعيدة ، فرحلات قبائل قريش قبل الإسلام بقصد التجارة خير مثال على ذلك ، وهذا ما ساعد أكثر في تجارة أهل مكة وتحسين مستوى معيشة سكانها من هذه التجارة، وهذه الرحلات كانت مُقسمة ما بين فصلي الشتاء والصيف، ففي الشتاء تتّجه قوافل التجارة إلى الحبشة مروراً باليمن عند عودتهم ليجلبوا التوابل والعطور التي لم تكن موجودةً في مكة، أما في الصيف فتتجه القوافل إلى بلاد فارس مروراً بالشام قبل عودتهم لمكة ليجلبوا المحاصيل الزراعية والمواد الغذائية المتوفرة آنذاك.
ب- الإسكتشاف والإستطلاع : وهي غريزة لدى البشر في حبهم للإستكشاف والإستطلاع والمعرفة أدى ذلك الى القيام برحلات طويلة للتعرف على عادات وتقاليد الشعوب ورحلة المؤلف الإغريقي (هيرودت) خير مثال فقد كان من أوائل الرحالة في العصور القديمة (الظاهر والياس ،2007: 13) .
ت- الدافع الديني : الحافز الديني لدى الإنسان دفعه للقيام برحلات تكون بعيدة في بعض الأحيان لزيارة الأماكن المقدسة ولكسب العلوم الدينية.
2- مرحلة العصور الوسطى : بسقوط الإمبراطورية الرومانية في نهاية القرن الرابع بدأت مرحلة العصور الوسطى وأستمرت حتى القرن الخامس عشر ، وتعتبر الدولة الرومانية لها الدور الكبير في تطور حركة النقل والترحال عبر بلاد العالم (الظاهر والياس ،2007: 16) ، وتوجه السياحة أصبح بإتجاه التجارة، الحج ورحلات العلم والدراسة ، وتعتبر الفترة الممتدة بين القرن الرابع عشر والثامن عشرهي فترة التطور ووضع الأسس والمباديء لعلم السياحة على يد العرب حيث كانت البلاد الإسلامية تفوق أوروبا بهذا المجال وبغداد وقرطبة كانت أغنى المدن وأكثرها ثراءً من حيث التجارة وأصبحت مركزاً للحياة الحضارية والثقافية والعلمية ، وبات العرب يجوبون أطراف العالم برحلاتهم الإستكشافية والثقافية أمثال الرحالة (إبن بطوطة ،الإدريسي ، إبن جبير الأندلسي والمسعودي) ، وأصبح المسلمين يقومون برحلاتهم الى الأماكن المقدسة لديهم كالحج ، وظهرت هنا فئة طلاب العلم والمعرفة ليقوموا برحلاتهم الدراسية والعلمية فيجوبون البلاد القريبة والبعيدة قاصدين كسب العلوم والمعارف والتعرف على خبرات الدول الأخرى .
3- مرحلة العصر الحديث : بداية هذه المرحلة عند ظهور عصر النهضة التي أحدثت إنقلابات وتغيرات عديدة في جميع المجالات العلمية والصناعية والتجارية وتأثير الثورة الصناعية كان بالغاً وواضحاً في وسائل النقل والمواصلات وتطوريها الذي أدى الى تسهيل عمليات التنقل والسفر وأختصار في الوقت والجهد ، فأصبحت القطارات والطائرات هي وسيلة النقل الحديثة ، وأصبح علم السياحة متميزاً ومتوافقاً مع حركة السياحة الدولية بعد الحرب العالمية الثانية بسبب (إبراهيم،2006:66) :
أ- التطور التكنولوجي الذي أدى الى تحسين الطرائق الخاصة بالنقل البري ووسائل الإنتاج ومن ثم توافر الجهد البشري وتحسين الظروف المعاشية للفرد .
ب- التطور الكبير في وسائل النقل والمواصلات والإتصالات أدى الى سهولة التنقل وتقارب المسافات

ت- التطور الكبير الذي شهده قطاع الإعلام ساعد على سرعة تبادل التجارب والخبرات .
ث- إرتفاع المستوى المعيشي ومعدل المدخولات للكثير من شعوب العالم والزيادة في الثروات .
ج- الإهتمام الحاصل من قبل الهيئات والمنظمات بالسياحة وأهمية السياحة الإقتصادية والإجتماعية .
وبذلك أصبح السفر اليوم مختلف عنه بالأمس ورحالة اليوم ليسوا كرحالة الأمس بسبب وسائل النقل الحديثة والتكنولوجيا المتطورة والتعداد السكاني المتزايد ، فإستحدثت وسائل وإستخدمت مكاتب تقوم بعمليات النقل والسياحة تستخدم أساليب متطورة للإعلان عن الرحلات والترويج لها (الرفاعي ،1998: 29) .

ثالثاً : أنواع السياحة

تعددت التصنيفات لأنواع السياحة وأغلبها يعتمد على السبب والهدف والغاية من السياحة :
الأول : وفقاً للأهداف والدوافع
1- السياحة الدينية : تعرف السياحة الدينية بأنها " ذلك التدفق المنظم من السواح القادمين من الداخل أوالخارج بهدف التعرف على الأماكن الدينية وتأريخها وما تمثله من قيم روحية لهذا الدين أو المعتقد او ذاك فهي سياحة تقليدية تمثل مصدراً للتعرف على التراث الديني لدولة ما مثل ، زيارة مكة والمدينة المنورة بالنسبة للمسلمين والفاتيكان بالنسبة للمسيحيين " (عبيدات ، 2005: 141) .
2- السياحة الرياضية : هو الإنتقال من مكان الإقامة للفرد الى آخر لفترة مؤقتة لممارسة الأنشطة الرياضية المختلفة أو المشاركة في دورات الألعاب الأولمبية أو مشاهدتها (الصريفي ،2007: 62) .
3- سياحة المؤتمرات : ويعد من أحدث أنواع السياحات ، ويحصل عن طريق تنظيم مؤتمرات دولية وهي في أغلب الأحيان علمية أو أدبية أو ثقافية ، ويجب هنا توفير خدمات سياحية على مستوى عالي ، إضافة لقاعات تكون ذات أسلوب حديث ومميز بالإمكانيات الخدمية والتكنولوجية من راحة وترجمة ، مضافاً لذلك توفير وسائل النقل والإقامة المناسبة في الفنادق ، حيث تكون هناك جولات سياحية قصيرة تتخلل أنعقاد المؤتمر أغلبها يكون تعريفي بالأماكن السياحية للبلد المضيف (توفيق ،1996) .
4- السياحة الثقافية : وهي السياحة القائمة على إشباع الفرد لرغباته المعرفية والإطلاع على ثقافات البلدان الأخرى وحضاراتهم في الزمن القديم ، عن طريق إقامة المهرجانات الثقافية والشعرية مثل مهرجان كان السينمائي و بابل والمربد والمعارض والمسابقات الثقافية (إبراهيم ، 2006 :67) .
5- السياحة العلاجية : وتشتهر في البلدان التي تتمتع بوجود الآبار والعيون الكبريتية و المياه الساخنة والحمامات الرملية لعلاج الأمراض المختلفة مثل حمام العليل في الموصل (دعبس ، 2002: 174) .
6- السياحة الترفيهية : تتم بتغيير مكان إقامة الفرد الى آخر بغرض الإستمتاع بالمناظر الطبيعية والحدائق والمتنزهات ،وتهدف لقضاء أوقات العطلات للترفيه وإستعادة الن(الصريفي ،2007: 56).

الثاني: وفقاً للموقع الجغرافي

1- السياحة الداخلية : هو الإنتقال داخل حدود البلد لمواطني البلد نفسه ويقضي المواطن على الأقل ليلة في المكان الذي يزوره بغرض الترفيه أو حضور مؤتمر أو زيارة دينية وليس بنية العمل ، وهو من المرتكزات المهمة التي ترتكز عليها السياحة الخارجية ، فهي تشجع على تحسين وإستكمال الخدمات وتعطي قدرة وخبرة لقيادة فنية لتقديم أفضل أنواع الخدمات السياحية (إبراهيم ، 2006 :139) .
2- السياحة الخارجية : هو الإنتقال من مكان إقامة السائح في دولة ما الى مكان آخر في دولة أخرى ، وتعتبر الممول للدولة المستضيفة بالعملة الصعبة ، في حين يجب على الدولة المستضيفة تقديم أفضل الخدمات السياحية ،وعليه يجب توفر الخدمات السياحية والتطور في البنى التحتية وتوفر الأمن والإستقرار والأسعار المعتدلة في الدولة الممستضيفة للسياح (توفيق ، 1966) .

الثالث : وفقاً لمدة الإقامة

1- السياحة الموسمية : هي توجه الفرد في مواسم معينة الى أماكن معينة لايمكن قصدها في غيرها ، كتوجه السياح الى الشواطيء في فصل الصيف للتمتع وممارسة الهوايات البحرية (دعبس ، 2002: 274).
2- السياحة العابرة : وتقسم على نوعين :

أ- سياحة عبر الطرق البرية : وتحدث عند توجه السياح الى بلد معين للسياحة عن طريق البر خصوصاً إذا كان هناك دولة تحد بين دولة السائح الأصلي والدولة المقصودة للسياحة ، فتحصل الإقامة ليوم أويومين في هذه الدولة فتقوم بعض الشركات السياحية بتنظيم برنامج سياحي قصير وسريع .
ب- سياحة عبر الطرق الجوية : وتحصل عند حصول عارض يؤدي الى هبوط الطائرة في غير المكان المقصود لأسباب أمنية أو فنية ، فتقوم بعض الشركات السياحية بتنظيم برامج سياحية سريعة إعتماداً على المرونة والعلاقة بين الشركات السياحية وشركات الطيران (فؤاد رشيد ، 2001: 14) .

الرابع: وفقاً لعدد الأفراد

1- السياحة الفردية : وهو عبارة عن زيارة بلد من قبل شخص أو عدة أشخاص ومدة الإقامة مجهولة ، فهي تعتمد على وقت الفراغ ، أو مدى الإستمتاع ، فهي سياحة غير منتظمة ولاتعتمد على برنامج محدد، وللإعلان والترويج السياحي أثره البالغ في هذا النوع من السياحة (فؤاد رشيد ، 2001: 104) .
2- السياحة الجماعية : ويعد هذا النوع منظماً وقائماً على برنامج معد سابقاً ومعلن عنه من قبل شركات سياحية ، والسفر هنا يكون على شكل مجاميع (السكر ، 1999: 22) .

المحور الثاني / الدور الإقتصادي للسياحة والتخطيط السياحي

أولاً : الأسس الاقتصادية للسياحة الى :

1- العرض السياحي : هو كل ما يعرض ويقدم في المنطقة السياحية ويشمل كل من عوامل الجذب التأريخية والطبيعية والصناعية وكل الخدمات المقدمة والسلع المعروضة التي تستقطب الأفراد لزيارة هذا البلد وتفضيله على الآخر (فؤاد رشيد ، 2001: 107) ، ومن أهم مكونات العرض السياحي (المناخ ، التضاريس ، الأماكن الصحية الطبيعية ، النباتات والحيوانات بمختلف انواعها) (الصريفي ،2007: 62) .
أما خصائص العرض السياحي ، فهي :
أ- لاتنتقل السلعة السياحية الى المستهلك : أن السلع السياحية تختلف عن بقية أنواع السلع الأخرى فهي لا تنتقل الى المستهلك بل أن المستهلك هو الذي ينتقل اليها بعكس السلع الأخرى التي تنتقل الى المستهلك ، والمنتوج السياحي شهد تقدماً من حيث النوعية والجودة ، وتم إستحداث منتجات سياحية جديدة تواكب التطور في جميع الأصعدة والمجالات (بوفليح و تقرورت ، 2010: 4) .
ب- عدم المرونة : فهو غير قابل للتغيير طبقاً لرغبات المستهلكين فلا يمكن تغيير المكونات الرئيسة له كالمقومات الطبيعية ، ولكن الخدمات السياحية أكثر مرونة فهي قابلة للتطوير والتعديل .
ت- الإستخدام في منطقة التواجد : هو إنتقال السياح الى المناطق التي يتواجد فيها المنتج السياحي الملبي لرغباتهم ، ويكون الإستمتاع هنا بكل المقومات السياحية المتوفرة والموجودة بهذه الدولة بإستخدام مختلف وسائل الترفيه والإقامة والخدمات (المؤسسة العامة للتعليم الفني والتدريب المهني ،2011: 41) .
2- الطلب السياحي : هو الكمية المعينة من هذه الخدمة أو السلعة التي يرغب المستهلك في الحصول عليها مقابل أجر معين في مكان معين ، وبمفهوم آخر هو الرغبة أو القدرة على الشراء (المؤسسة العامة للتعليم الفني والتدريب المهني ،2011: 43) ، ويعرف الطلب السياحي بأنه مجموع القادمين (الوافدين) الى البلد ، ويتأثر الطلب على المنتج السياحي بعاملين رئيسيين هما :
أ- الجذب السياحي : ويشمل كل مايجذب السائح في الموقع السياحي ،وهنا يلعب الترويج أو الإعلان على المنتج دوراً كبيراًفي الأسواق العالمية .
ب- الدافع للسياحة : ويقصد به الإبتعاد عن النمط الشائع في الحياة أو الروتين الذي يقيد الفرد الى التغيير والبحث عن البدائل التي تختلف عن الروتين .
أما خصائص الطلب السياحي المهمة فهي :
أ- المرونة : هو مدى قابلية الطلب للتغيير تبعاً للظروف والعوامل الإقتصادية للدولة المقصودة بالسياحة التي ترتبط بتغير الخدمات السياحية وهي تؤثر في مرونة الطلب السياحي ، فكلما إنخفضت الأجور في الخدمات إرتفع الطلب والعكس صحيح (المؤسسة العامة للتعليم الفني والتدريب المهني ،2011: 44) .

ب- الحساسية : هناك علاقة قوية بين أمن وإستقرار الدول وبين إرتفاع الطلب السياحي عليها، فعند مواجهة هذه الدول لأي مشكلة إقتصادية أو إجتماعية أو سياسية سوف يؤدي الى تقلّص في عدد السياح ، وتصبح غير مرغوب بها سياحياً (المؤسسة العامة للتعليم الفني والتدريب المهني ،2011: 57) .
ت- المنافسة : الآثار القديمة أو الطبيعية التي لدى بعض الدول هي مقومات تجعلها أكثر رغبة عن بقية الدول في جذب السياح ، مما يخلق لدى الدول المنافسة في إستقطاب السياح (بلالطة وكواش ،2005: 163) .
ث- الموسمية :إرتفاع الطلب السياحي في أوقات معينة من السنة سواء مرتبط بالمناخ أو الأعياد فالطلب السياحي يكون في فترات أعلى مستوى له وفي أخرى ينخفض الى أدنى مستوى، فدول أوروبا وأمريكا تزداد الحركة السياحية القادمة منها في الشتاء وبعكسها الدول العربية في الصيف (الصريفي ، 2007: 77) .
3- الإيرادات السياحية :هو كل مايتم تحقيقه من قبل الدولة كإيرادات من السياح وما يتم تحقيقه من السياحة كنشاط إقتصادي بالإضافة الى مايحققه الأفراد والشركات السياحية الوطنية والمؤسسات العامة والخاصة منها من الجانب السياحي يعتبر إيراداً سياحياً ، وتتأثر الإيرادات السياحية بعوامل مثل المنتوج السياحي للبلد وقوته ، المستوى الخدمي والخدمة السياحية المقدمة ، النظامين السياسي والأقتصادي وطبيعتهما ، وحجم الإمكانيات المادية والطبيعية المتوفرة في البلد (بوفليح و تقرورت ،2010: 6) .
4- الإنفاق السياحي : هي المبالغ المصروفة لأجل الحصول على السلع والخدمات الإستهلاكية ، ويشمل إنفاق السائح النقدي على السلع والخدمات التي يستهلكها ، وهذا الإنفاق هو بمثابة عوائد سياحية للدول المستقبلة للسياح وتدرج في جانب المتحصلات في ميزان المدفوعات ، ويتوقف حجم الإيرادات على حجم الإنفاق في الدول المستقبلة بحسب مجموعة من المتغيرات مثل نوع الإقامة وعدد الليالي التي سوف يقضيها السائح ، وغيرها (الأمم المتحدة ، إدارة الشؤون الإقتصادية والإجتماعية ، 2008 : 18) .

ثانياً : دور السياحة في دعم الإقتصاد

إن النشاط السياحي باستقطابه للسياح يعد مصدراً ممولاً لمدخولات البلد السياحي ، فالنشاط السياحي يعد مصدّراً للسلع دون الحاجة الى توصيل هذه السلع الى المستهلك ، فالسائح هو الذي يأتي الى الموقع السياحي وهو بمثابة الموقع الإنتاجي، ويقوم بشراء واستهلاك السلع والخدمات المقدمة، ويؤدي هذا الى نشوء أنماط من التكاليف يختلف عن أنماط الصادرات المعروفة ، (شعوبي ،2007: 24) .
ويبرز دور السياحة في تحفيز النشاط الاقتصادي من خلال الأثر الاقتصادي للسياحة على المتغيرات الإقتصادية الوطنية (ميزان المدفوعات والاستثمارات في البنى التحتية ، وتشكيل الدخل الوطني للبلد) :
1- خلق فرص ومناصب للعمل : يقوم النشاط السياحي بتحقيق المنافع للإقتصاد الوطني بخلق فرص للعمل لإرتباطه بالعديد من من القطاعات سواء الإقتصادية أوالتجارية أو الثقافية فبصورة مباشرة أو غير مباشرة يساهم بخلق العديد من مناصب العمل في الجزء الذي تُنشأ فيها مرافق وخدمات سياحية كالفنادق والمطاعم فبمجرد البدء في تشييد فندق سياحي أومطعم أو مقهى هذا كفيل بإنشاء فرص عمل دائم في ذلك المرفق السياحي لتقديم الخدمات الفندقية والخدمات الإدارية والأمنية والصيانة ، علاوةً على ذلك فإن عملية التشييد لهذه المرافق السياحية بجميع مراحله تتطلب العاملين والموظفين والمستشارين والمهندسين والخبراء في هذا المجال ، مما يؤدي هذا الى خلق فرص عمل غير مباشرة من خلال إستخدام منتجات القطاعات الأخرى كالتجارة والصناعة والنقل ، فالنشاط السياحي يخفض نسبة البطالة في البلد لإعتماده على الأيدي العاملة ، وأن إرتفاع حجم النشاط السياحي يؤدي الى إرتفاع مدخولات مواطني البلد السياحي وبالأخص الحرفيين منهم والتجار وأصحاب الشركات السياحية والمطاعم والفنادق (موفق ،2002: 21) .
2- أثر السياحة في تحسين ميزان المدفوعات : بوصفه صناعة تصديرية فله الدورالكبيرفي رفع كفاءة ميزان المدفوعات للدولة المضيفة نتيجة لتدفق رؤوس الأموال الأجنبية المستثمرة في المشاريع السياحية وكذلك الموارد السياحية المستحصلة (الأنصاري وعواد ،2002 :32) ، وصادرات النشاط السياحي هي إنفاق السائح الأجنبي داخل البلد المضيف ، فالنشاط السياحي يمثل مورداً هاماً بالنسبة لأغلب الدول ، وقدوم السياح الأجانب الى دولة ما يسهم في تحسين ميزان مدفوعات البلد فهم يدخلون العملات الأجنبية ، وبعكس ذلك فإن إنتقال مواطني البلد الى الخارج يؤدي الى خروج العملات الوطنية وهذا يؤثر سلباً في ميزان مدفوعات البلد (شعوبي ،2007: 24) .

3- الأثر على تدفق رؤوس الأموال الأجنبية : يساهم القطاع السياحي بشكل واضح في توفير جزء من النقد الأجنبي في تنفيذ المشاريع وخطط التنمية ، فمساهمة رؤوس الأموال الأجنبية في الإستثمارات في القطاع السياحي مثل (بناء الفنادق والمطاعم) تعد أحد تدفقات النقد الأجنبي الناتج عن السياحة ، وكذلك المدفوعات السياحية التي تحصل عليها الدولة مقابل منح تأشيرات الدخول ، وإيرادات الفنادق من السياح ، والإنفاق اليومي للسائح وفرق تصريف العملة (سعداوي وبوجطو،2010: 5) .

4- الأثر على تنمية بعض المرافق الأساسية : ويحدث غالباً في الدول النامية والفقيرة والتي لم تصل فيها المرافق الأساسية الى المستوى المطلوب وذلك لإنخفاض المستوى المعيشي ، والنهوض بهذه المرافق يحتاج الى رؤوس أموال ضخمة ، لذا فإن تقدم النشاط السياحي فيها وما يجلبه من عملات صعبة داخلة من شأنه أن يرفع قدرة الدولة على زيادة الإستثمارات وخاصة في البنى التحتية مثل الطرق والمطارات والموانئ وغيرها ،وهو بدوره يرفع المستوى الإقتصادي للمقيمين (نور الدين ،2010: 28) .

5- الأثر على الأنشطة الإقتصادية الأخرى : يؤثر الإنفاق السياحي بصورة مباشرة على العديد من الأنشطة التي تمول القطاع السياحي بالخدمات والسلع ، وبذلك يؤدي الى تنمية وتطويرالمناطق عن طريق الإستثمارات والمشاريع ، وأغلب السياح يوفرون مدخولاتهم لإنفاقها في البلدان التي يزورونها على المشتريات ، وهو تصدير للمنتجات دون الحاجة الى تصدير (عبد الحكيم والديب ،2001: 158) .

ثالثاً : الآثار المباشرة وغير المباشرة للنشاط السياحي على الإقتصاد

يعد القطاع السياحي من الأنشطة المهمة التي تؤثر في العديد من القطاعات الإقتصادية الأخرى، فالنشاط السياحي له الأثر البالغ في نمو الدخل القومي بصورة مباشرة وغير مباشرة وعلى النحو الاتي :

1- الأثر المباشر : ويتمثل بحجم الدخل القومي عن طريق عرض المنتج السياحي في السوق ، فتشغيل عناصر الإنتاج المختلفة هي أحد متطلبات السوق فيصبح المنتج السياحي متداخلاً في كافة العناصر ، والمتغير الرئيس الذي يؤثر في النظام الإقتصادي هو الإستثمار حسب النظرية الكينزية (John,1937:147) ، حيث تنص هذه النظرية أن الزيادة التي تحصل في الدخل السياحي من شأنها أن تؤدي الى الزيادة في الإنفاق الإستهلاكي لمنشآت القطاع السياحي والعاملين فيها على جميع السلع والخدمات النهائية ، وهذا محفزاً على زيادة الإنفاق الإستثماري لإنشاء المشاريع الإستثمارية وغيرها من المشاريع بحكم العلاقة المتداخلة بينهما (دبور ،2004: 3) ، أما أثرالإنفاق السياحي في الدخل القومي فهو مجموع الدخول الناتجة من دورات الإنفاق السياحي وهو مايعرف بالأثر المضاعف السياحي والذي تعتمد قيمته على العلاقة والترابط بين قطاع السياحة والقطاعات الإقتصادية الأخرى (أبادير،1981 :17) ، وبالنتيجة فإن قيمة المضاعف السياحي يختلف من دولة الى أخرى بحسب العلاقة ودرجة الترابط بين قطاع السياحة والقطاعات الإقتصادية الأخرى ، والمضاعف السياحي هو أحد أهم الطرائق المستخدمة في قياس أثر الدخل السياحي في الإقتصاد القومي (مرسي ،2001: 41) ، وينظر هيكس الى وجود أثر ثاني غير الأثر المضاعف وهو مايعرف بالمعجل ، وهو التغيرات الحاصلة في حجم الدخل تؤدي الى تغييرات في حجم الإستثمار التابع في نفس الإتجاه ، ومعنى ذلك هو وجود علاقة طردية بين حجم الدخل وحجم الإستثمار (John,1932) ، ويرى صامويلسون في نظريته (Paul,1939: 66) ، أن هناك سلسلة لانهاية لها من التغييرات تحصل في الدخل والإنتاج والإستهلاك أثر التفاعل بين المضاعف والمعجل وإنفاق السياح على شراء المنتج السياحي هو زيادة في الصادرات التي تؤدي ،بدورها الى زيادة الدخل القومي (البشتوني ،1996: 22) ، إذن المحفز لرجال الأعمال والمستثمرين في قطاع السياحة هو إرتفاع مستوى الدخل السياحي الذي بدوره يؤدي الى زيادة في حجم الإستثمار السياحي والقطاعات المرتبطة به (Roy,1961: 209) .

2- الأثر غير المباشر : ويتمثل في زيادة حجم الناتج القومي الذي يتحقق من هذا النشاط بسبب الزيادة التي تحصل في إنفاق القطاع السياحي على السلع والخدمات متبوعة بالزيادة في الطلب على القطاعات الإقتصادية المرتبطة بالقطاع السياحي ، ويمكن قياس أثر الإنفاق السياحي في جزء سياحي معين من دولة ما باستخدام المضاعف السياحي (John Lea,1988:120) ، أما المحفز السياحي فله الأثرالبالغ في زيادة الدخل القومي نتيجة الآثار المباشرة وغير المباشرة في الإيراد السياحي (Brian,1996) ، وبذلك يكون أثر الإيرادات السياحية في الدخل القومي بتطبيق نظرية هكشر- أولين في التجارة الخارجية ، فيجب على الدول التي تمتلك عناصر الجذب السياحي فضلا عن القدرة العالية لعنصر العمل أن تكون متخصصة في إنتاج المنتوج السياحي وتغييره مع السلع ذات القدرة العالية في رأس المال (نايهانز ، 1997: 179) .

رابعاً : التخطيط السياحي

يعد التخطيط السياحي منهجاً علمياً في تنظيم وإدارة النشاط السياحي لأي بلد ، فهو يعمل على تنظيم العمل المشترك وإدارة الموارد السياحية ويعطي الأساليب والإتجاهات التي يجب السيرعلى خطها لتسهيل العمل الذي من شأنه توفيرالجهد وحصره في الإتجاه الصحيح لتدارك ضياع المجهودات في غيرمحلها ، فينسق الجهود المبذولة لجميع الأنشطة المساعدة في تنمية النشاط السياحي للوصول الى الأهداف المنشودة

1- مفهوم التخطيط السياحي : عندما أصبح الإهتمام متزايداً بالسياحة والأنشطة المرتبطة بها بعد إنتهاء الحرب العالمية الثانية عندها أصبحت حركة السفرالدولية قمة في الكثافة والسرعة وأدى ذلك الى زيادة عدد السياح بإختلاف أنواع السياحة، فأصبحت الحاجة ملحة لوضع ضوابط لهذه الأنشطة للحد من الآثار السلبية التي ترافقها وتؤثر في البيئة والمجتمع وكذلك للحصول على أعلى درجات المنفعة الإقتصادية ولاسيما عندما أصبح النظر الى السياحة على أنها مصدراً للصناعة ودخلاً أساسياً لكثيرمن الدول .

2- تعريف التخطيط السياحي : هو بناء لصورة تقديرية للمستقبل في النشاط السياحي لدولة معينة في فترة زمنية معينة ، ويلزم ذلك إحصاء الموارد السياحية لأجل تحديد أهداف الخطة السياحية لتحقيق النمو السياحي السريع والمنتظم عن طريق إعداد وتهيئة برنامج متناسق شامل لفروع النشاط السياحي والأماكن السياحية لذلك البلد ، وهوعمل مشترك بين القطاع الحكومي والخاص والأفراد مبتدأ من صياغة الأهداف المراد تحقيقها منتهياً بمراحل التنفيذ والتطبيق لبرنامج الخطة السياحية (الروبي ، 1987: 65) .

3- عوامل نجاح التخطيط السياحي : يعتمد نجاح التخطيط السياحي على مجموعة من العوامل ، أهمها (الشيراوي وعبد المنعم ، 2002: 37) :

أ- يجب أن تكون الخطة السياحية جزءاً من الخطة القومية الشاملة للتنمية الإقتصادية .
ب- يجب تحقيق التوازن بين القطاعات الإقتصادية المختلفة عند وضع الخطة السياحية .
ت- يجب عد التنمية في النشاط السياحي أحد الخيارات الستراتيجية للنمو الإقتصادي .
ث- يجب أن تكون الصناعة السياحية جزءاً من القطاعات الإنتاجية للدولة .

ويجب توفر أربع علاقات رئيسة لإنجاح التخطيط السياحي هي (الشيراوي وعبد المنعم ، 2002: 39) :

الأولى - علاقة التخطيط بالنشاط الإقتصادي : يرتبط نجاح التخطيط السياحي في أي بلد بمستوى الأنشطة التي تمكنه من تحقيق الزيادة في المدخولات بمقابل إمكانية الإقتصاد المحلي بإستخدام هذه المدخولات

الثانية - علاقة التخطيط السياحي بتدفق النقد الأجنبي : القدرة المستطاعة على زيادة التدفقات النقدية ولا سيما الأجنبية وإستقطابها الى الدولة من خلال العوائد السياحية أوإستثمار رؤوس الأموال الأجنبية .

الثالثة - علاقة التخطيط السياحي بالسياح : نجاح التخطيط السياحي مرتبط بتهيئة كل مستلزمات الراحة والإستمتاع للسياح وتزويدهم بالمعلومات سواء الثقافية أو الرياضية أو النفسية عن طريق تهيئة ملاك سياحي متخصص ، مما يجعلهم أكثر حرصاً ورغبة في العودة لزيارة هذه المناطق مرةً أخرى .

الرابعة - علاقة التخطيط السياحي بالبيئة : يرتبط نجاح التخطيط السياحي بعوامل الجذب والتي يكون أغلبها من الطبيعة أو البيئة مثل الشواطئ والبحيرات والأهوار والمناظر الطبيعية أوالتأريخية أو الأثرية مما يجعل النشاط السياحي أكثر حرصاً في المحافظة على هذه العوامل التي من شأنها زيادة عدد السياح .

4- مميزات التخطيط السياحي : لكي يكون التخطيط جيداً فيجب أن يركز على جوهرالنشاط السياحي وهوالمنتج السياحي وعملية التسويق والإعلان بإسلوب علمي إقتصادي بحيث يصل الى نقطة تحقيق التوازن بين الأهداف الإقتصادية والبيئية والإجتماعية ، ومميزات التخطيط السياحي الناجح هي :

أ- أن يكون متدرجاً ومرناً ليتقبل أي تعديل ممكن أن يطرأ عليه أثناء المتابعة .

ب- أن يكون شاملاً لجميع الأنشطة المرتبطة بالنشاط السياحي .

ت- أن يكون متكاملاً بوصف السياحة نظاماً متكاملاً كل جزء فيه مكملاً للآخر.

ث- أن يكون مجتمعياً ، أي السماح للجهات المتعلقة بالمشاركة في عملية التخطيط .

ج- أن يكون بيئياً أي المحافظة على عناصر الجذب السياحي اوالعمل على إيجاد إجراءات لصيانتها.

ح- أن يكون واقعياً وقابلاً للتنفيذ ، أي إمكانية تنفيذه ، وتكون أهدافه في ضمن الإمكانيات المتاحة .

خ- أن يكون مرحلياً منظماً ، أي ضمن خطوات متسلسلة ومتتابعة .

د- أن يكون موجهاً ، أي عد السياحة نظاماً له مدخلات وعمليات ومخرجات ، بحيث يمكن التأثير في هذه المكونات وتوجيهها .

5- مستويات التخطيط السياحي :بشكل عام هناك أربعة مستويات رئيسة للتخطيط السياحي ،هي (غنيم ، 2004: 48) :

الأول - المستوى المحلي : يتضمن هذا المستوى من التخطيط عدة جوانب منها (الخدمات السياحية وتوزيعها الجغرافي ، التسهيلات والخدمات السياحية ، عناصر الجذب السياحي ومناطقها ، الأماكن التجارية وشبكات الطرق الرئيسة ونظام النقل وطرق المواصلات) ، ويجب أن تكون هناك دراسات تفصيلية إقتصادية أولية وأخرى لتقييم المردودات الثقافية والإجتماعية والبيئية ، وتقييم البرامج الإدارية والمالية وبرامج التنمية المناسبة لتنفيذها والتصاميم الهندسية فضلا عن برامج حركة السياح .

الثاني- المستوى الإقليمي : يتضمن هذا المستوى من التخطيط عدة جوانب منها (طرق المواصلات ومنافذ العبور الدولية ، النشاطات التي تهتم بالخدمات السياحية والفندقية ، الهياكل التنظيمية الإقليمية للسياحة والسياسات الإستثمارية للهياكل التنظيمية الإقليمية للسياحة والسياسات الإستثمارية السياحية وبرمجة المشاريع السياحية الإستثمارية ، شركات الإعلانات والتسويق السياحي ، برامج التعليم والتدريب السياحي) ويكون التخطيط السياحي هنا بشكل متخصص وتفصيلي أقل من التخطيط السياحي المحلي وأعلى من المستوى الوطني بحسب حجم الدولة أو الإقليم .

الثالث - المستوى الوطني : يشمل هذا المستوى من التخطيط جميع جوانب التخطيط الإقليمي بأقل تفصيل وتخصص على مستوى الدولة بجميع مناطقها .

الرابع - المستوى الدولي : ويشمل هذا النوع من التخطيط السياحي على خدمات الطرق والمواصلات وخدمات النقل بين الدول ، كما في دول الإتحاد الأوروبي ، كذلك تنمية وتطوير عناصر الجذب السياحي الموزعة جغرافياً في الدول المتجاورة ، والمشاركة من قبل مجموعة من الدول في وضع خطط في مجالات الإعلان والتسويق السياحي ، وتشارك منظمات عالمية في مثل هذا النوع من التخطيط ، وفي بعض الأحيان تقدم الدعم المادي والمعنوي في هذا النشاط كمنظمة السياحة العالمية .

خامساً: الأهوار في العراق

1- لمحة تأريخية عن الأهوار

وصفت منظمة اليونسكو منطقة الأهوار عند الإعلان عن إدراج الأهوار العراقية الى لائحة التراث العالمي في 2016/7/17 أنها " ملاذ تنوع بايلوجي وموقع تأريخي لمدن حضارة مابين النهرين " ، وهذين العنصرين (عراقة التأريخ وغنى الطبيعة) هما الكفيلين في وضعها ضمن كنوز العالم .

هناك لوح طيني سومري مكتوب عليه بالخط المسماري " حيث ما تغمر المياه الأرض ينمو الخير وتخرج أجنحة السعادة الى الوجود " ، فأرض الرافدين هي الأرض الوحيدة التي وهبها الله هذه الميزة والعالم الجميل والساحر الغريب وهي الأهوار ، فالأهوار هي تلك المساحات الواسعة من الأراضي التي غُمِرَت بالمياه عن طريق إرتباطها بنهري دجلة والفرات ، وموقعها في جنوب العراق ممتدة بين ثلاث محافظات هي ميسان وذي قار والبصرة ، ومساحتها غير ثابتة وتقدر بـ 9000 كيلو متر مربع .

ونشأت في العصور القديمة عندما حدثت فيضانات هائلة أدت الى هدم السدود المقامة على نهري دجلة والفرات وتحويل مساراهما عن المسار الأصلي لهما في مسارات جديدة الى أراضي شاسعة منخفضة أدت الى ركود المياه فيها ، وتحولها الى مستنقعات مائية عرفت بالبطائح أو الأهوار ، وعند دخول المسلمين الى العراق بهدف نشر الإسلام فكانت الحروب من دواعي عدم الإلتفات الى شدة المياه وتدفقها وغمرها لمناطق عديدة فدخل الناس بقواربهم وسفنهم فوجدوا أماكن عالية لم تغمرها المياه مما أدى الى إستغلالها في بناء قرى لسكنهم ومارسوا حياتهم بشكل طبيعي هناك فأنخرطوا في الزراعة حيث كانت المحاصيل المشهورة هناك قصب السكر والرز والتمور والبردي وتربية الحيوانات الداجنة مثل البقر والجاموس وأنواع الطيور (كافن يونغ ، 1998: 37) .

2- التقسيم الجغرافي لأهوار العراق

تقسم أهوار العراق جغرافيا الى :

- الاهوار الواقعة شرقي نهر دجلة وأهمها الحويزة وتبلغ مساحتها داخل العراق نحو 2863 كيلومتراً مربعاً.
- الاهوار الواقعة غربي دجلة وأهمها هور الحمار الذي تبلغ مساحته نحو 2441 كيلومتراً مربعاً.
- أهوار الفرات التي تمتد من الخضر الى الكفل بين فرعي الفرات (الحلة والهندية)، وتتألف من عدد من الاهوار الصغيرة.

والجدول التالي يبين إحصائية للأهوار وموقعها في المحافظات العراقية

المحافظة	الأهوار
القادسية	هور عفك
كربلاء	هور أبي دبس – هور الشنافية
واسط	هور الشويجة
ذي قار	هور الحمار – أهوار الجبايش
ميسان	هور الميمونة – هور أم البقر – هور السعدية
البصرة	هور كرمة علي – هور أم البني
واسط مع القادسية	هور الدلمج
القادسية مع النجف وبابل	هور ابن نجم
ذي قار مع البصرة	أهوار القرنة
ميسان مع البصرة	هور الحويزة
ذي قار مع ميسان والبصرة	هور السناف - هور أبو زرك - هور العدل - أهوار الفهود - هور غموكة - هور السنيه هور عودة - هور السودة - هور العظيم - هور أم نعاج - هور الترابة - هور المالح – هور الصحين - هور أبي كلام - هور الجكة

الجدول من تصميم الباحث ، المصدر (الشيباني ، مجلة الكاردينيا ، 2016)

3- الثروة الحيوانية في الأهوار

تضم أهوار العراق أنواع كثيرة من الأسماك مثل الشبوط ، الشلك ،البز ، الجصان ، الحمري ،البني العنزة ،الكطان ، البلعوط الجري ، الخشني ، بياح بوري (بياح) ، الزبيدي ، الصبور ، الكوسج او قرش الثور، ابو السلمبح ، البلطي ، السبتي ، هامور ، الحرش ، الزوري ، العجد ، وللأهوار دور بيئي كبير في إيواء الطيور المستوطنة والمهاجرة والمحافظة على أنواعها ، حيث تنشد الدفء فيها للتكاثر ، خاصة طيور الحباري و الصقور ومن أشهرها الحر والشاهين ، والبط ، والبط رخامي الذنب ، وصقر الأسماك البالزي ، والصقر أبيض الذنب ، والصقر الامبريالي المعروف بالصقر العراقي ، وطائر الزقزاق الشامي ، والبجع العراقي ، والقزم وهو طائر يعيش في الأهوار ثم يهاجر شتاء إلى الأنهار ، والإوزة الغراء أو الوز أبيض الجبهة ، والبط أبيض الرأس ، وطائر الكروان ، وكذلك يحتل الجاموس موقعا مهما في العيش في الأهوار ويعتبر مصدراً مهماً

لكسب المال من خلال بيع منتجات هذا الحيوان الأليف ، وقد اعتاد العراقيون على (الكيمر) أو القشطه والحليب والزبده (الشيباني ، 2016) .

4- مجالات الإستثمار السياحي في الأهوار

تعتمد مجالات الإستثمار السياحي في الأهوار على الإستخدام الأمثل للإمكانات والموارد السياحية وتوظيفها بالشكل المناسب لصالح التسويق عن طريق ربطها بالمشاريع السياحية لتحقيق الأهداف المنشودة منها ، ويعتبر هو الهدف الرئيسي لهذه الدراسة ، عن طريق وضع المخططات لمشاريع إستثمارية سياحية مستقبلية من الممكن إنشاؤها في منطقة الأهوار في القريب العاجل ، تعمل هذه المشاريع على توظيف الموارد الطبيعية والتأريخية المتوفرة في منطقة الأهوار وتحويلها الى موارد إقتصادية فضلا عن المنافع الإجتماعية والثقافية التي تسهم في تطوير وتنمية المنطقة نفسها ، ومجالات الإستثمار في منطقة الأهوارعديدة كونها تخلو من أي مشروع سياحي ، ومن هذه المجالات الإستثمارية :

- إنشاء المباني للسكن والإعاشة مثل كالفنادق والمطاعم وتقديم الوجبات الشعبية التي تشتهر بها المنطقة
- إقامة أماكن سكنية تراثية من القصب والبردي طافية في الأهوار .
- إنشاء مرسى للزوارق النهرية ، وتوفير وسائل النقل النهري الحديثة والتراثية مع وسائل الأمان فيها .
- متحف للتراث الشعبي خاص بمنطقة الأهوار ، يتضمن كل ماهو قديم وجديد من خلال مجموعة مترابطة من الأمور الجمالية والعمرانية والطبيعية والثقافية والتأريخية ،الى جانب القيم الإجتماعية والإقتصادية كونها تمثل رمزاً وشاهداً على شخصية وثقافة الإنسان الذي عاش في هذه المنطقة ولحد اللحظة ، حيث تمثل إستمراراً للثقافة والتراث الأصيل لهذه المنطقة .
- دور العرض والسينما لعرض الأفلام الوثائقية الخاصة بالأهوار وطقوس وعادات وتقاليد المنطقة .
- بانوراما خاصة بالأهوار تتضمن مراحل التطور التي مرت بها منطقة الأهوار .
- إقامة المهرجانات الثقافية والمؤتمرات والفعاليات الفلكلورية .
- إقامة المتنزهات الترفيهية بالقرب من هذه المناطق .
- إنشاء المعامل الحرفية الصغيرة التي تشمل الأعمال اليدوية والمنسوجات والحلي والملابس التراثية التي تشتهر بها المنطقة وبيع هذه المنتوجات بشكل مباشر .
- إنشاء معامل لصناعة المنتوجات الغذائية كقصب السكر وعصائره ، ومنتجات الألبان ومتاجر لبيع الأسماك الطازجة والمجففة التي تشتهر بها المنطقة .

الإستنتاجات والتوصيات

أولاَ : الإستنتاجات

- أصبحت السياحة في الوقت الحاضر تأخذ أشكال متعددة وليس شكلاً واحداً كما كان في السابق (سفر وإقامة) ، فتارة تأخذ شكل الترفيه تبعاً للهدف منها وهي بذلك تمثل نصف حركة السياحة الدولية ، وتارةً ثقافية والهدف منها التعرف على الحضارات القديمة والمناطق الأثرية ، وتارةً أخرى رياضية لمتابعة الأنشطة الرياضية ، وعلاجية ودينية وتعليمية ..... ألخ .
- عناصر الطبيعة التي خلقها الله سبحانه وتعالى هي أحد أهم العوامل في الجذب السياحي ، كالجبال والبحار والأنهار والشلالات وكذلك الأهوار التي هي موضوع البحث الحالي فضلا عن الى المخلوقات والكائنات الحية التي تعيش في هذه المنطقة ، سواء كانت نباتية أو حيوانية وبالتالي فإنها تمثل أحد روافد النشاط الإقتصادي ، وتشير الدراسات الى أن هذه المنطقة تتمتع بثروة هائلة في مجال الموارد السياحية من الممكن أن تؤهلها لتصبح واجهة سياحية ، حيث أنها توفر العديد من مجالات الإستثمار السياحي في مشاريع سياحية حديثة ومميزة .
- تعد السياحة أحد أهم القطاعات الإقتصادية في العديد من البلدان بوصفها مصدراً مهماً لجذب العملات الأجنبية مما يؤدي بدوره الى خفض العجز الحاصل في ميزان المدفوعات ، وتعتمد العديد من الدول على عائدات النشاط السياحي ، ومن ثم أصبح النشاط السياحي يوفر فرص عمل على مستوى القطاع نفسه وكذلك القطاعات المرتبطة به بصورة مباشرة أو غير مباشرة .

- يتعرض النشاط السياحي في العراق الى أحداث داخلية أوخارجية ، قد تكون هذه الأحداث سياسية ، مالية أو أمنية، بين فترة وأخرى والتي تؤثر سلباً على الوضع الإقتصادي للبلد .

ثانياً : التوصيات

- ضرورة عقد مؤتمرات وإجتماعات لكبار المسؤولين والمختصين بالشأن الأمني والسياسي لوضع البرامج والخطط لتحقيق الإستقرار الأمني في مناطق الأهوار ، ووضع حلول للمشاكل الخاصة بقطاع السياحة لاسيما في الأهوار لكون هذه المنطقة حديثة في مجال السياحة ولإفتقارها لأبسط مقومات العمل السياحي .
- توفير المخصصات المالية الكافية للبدء في تطوير منطقة الأهوار والنهوض بواقع السياحة لتلائم التوافد السياحي عليها ولتكون ضمن مستوى الجذب لأكبر عدد من السياح ، عن طريق إجراء إحصائيات للمنطقة والمسح الشامل حول الإمكانيات المتوفرة في المنطقة والمتاحة منها ، والإستعانة بالخبرات الأجنبية التي لها باع طويل في هذا المجال .
- إستخدام وسائل الإعلام في عقد المؤتمرات والندوات للترويج على السياحة في منطقة الأهوار وإقناع المجتمع الدولي بتمتع العراق بالأمن والإستقرار ، وبالذات في منطقة الأهوار .
- إجراء حملات تسويقية للسياحة على مستوى دولي لمنطقة الأهوارعن طريق مطالبة الجهات المختصة بالسياحة والآثار وحتى الإقتصادية منها بدعمها للنهوض بهذا القطاع المتميز .
- دور وزارة الثقافة والإعلام في هذا الجانب يجب أن يكون متميز ، فعن طريق طبع دليل سياحي عام يتضمن جميع المناطق السياحية في العراق، كذلك أسماء الفنادق والمطاعم والشركات السياحية وشركات الطيران ، وطبع كتيبات تركز على منطقة الأهوار، فضلا عن الى طبع خرائط للمنطقة كونها تمثل مناطق شاسعة وواسعة ، كذلك عمل أفلام قصيرة تعريفية وإرشادية ودعائية عن المنطقة .
- تفعيل دور شركات الإتصالات في التعاون مع قطاع السياحة عن طريق توفير شبكات الإتصال الخلوية و شبكات الإنترنيت .
- دعم وتشجيع أصحاب الحرف اليدوية والصناعات النسيجية اليدوية كالحياكة ، كذلك أصحاب الورش الصغيرة لإقامة معامل صغيرة التي من شأنها أن ترفد السوق السياحي في المنطقة بجميع مستلزمات السياح اليومية ،كذلك المقتنيات من الهدايا التراثية .
- دعم المنتوجات الغذائية التي تشتهر بها المنطقة وتشجيع القائمين على ذلك لإقامة معامل صغيرة لإنتاج هذه المنتوجات الغذائية مثل الألبان والزيوت النباتية كذلك قصب السكر والعصير المستخرج منه والتمور، فضلا عن محلات بيع الأسماك الطازجة والمجففة .
- إقامة ورش صغيرة لتصنيع الورق من البردي التي تشتهر بها المنطقة .
- إعداد دراسات الجدوى الإقتصادية للإستثمارات السياحية في المشاريع المقترحة .
- محاولة التركيز على القطاع الخاص وإستقطابه في مجالات الإستثمار السياحي في منطقة الأهوار عن طريق تقديم الحوافز وتذليل المعوقات .
- إنشاء مرسى للزوارق النهرية ، و توفير وسائل النقل النهري الحديثة منها والتراثية .

المصادر

أولاً : المصادر العربية

- أبادير، عطا الله أبو يوسف ، دورالإيرادات السياحية في تمويل التنمية الإقتصادية في جمهورية مصر العربية ، رسالة ماجستير ، كلية التجارة وإدارة الأعمال ، جامعة حلوان ، القاهرة ،1981 .
- إبراهيم ، وفاء زكي .دور السياحة في التنمية الإجتماعية ،دراسة تقديمية للقرى السياحية ، مصر ،2006 .
- الأمم المتحدة ، إدارة الشؤون الإقتصادية والإجتماعية ، الحساب الفرعي للسياحة الإطار المنهجي الموصى به ، 2008 ،العدد 80 .
- الأنصاري ،آسيا محمد إمام وعواد ،إبراهيم خالد، إدارة المنشآت السياحية ،ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع ، الأردن ،2002 .
- البشوتي، محمد أنس ، دور المتغيرات المحلية والدولية على الإيرادات السياحيةفي مصر للفترة من 1947 الى1995 ، رسالة ماجستير ، كلية التجارة ، جامعة عين شمس ، القاهرة ،1996 .
- الشـــــيباني ، هيـــــثم ، أهـــــوار العـــــراق ، مجلـــــة الكاردينيـــــا ، 2016، https://www.algardenia.com/maqalat/24474-2016-06-26-15-35-08.html
- بلالطة مبارك ،كواش خالد ، سوق الخدمات السياحية ، مجلة العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير ، العدد4 ، 2005 .
- بوفليح نبيل ، تقرورت محمد ، دراسة مقارنة لواقع قطاع السياحة في دول شمال أفريقيا الجزائر ،تونس ، المغرب ،الملتقى الوطني الأول حول السياحة في الجزائر الواقع والآفاق ، البويرة ،2010.
- توفيق ، ماهر عبد العزيز . صناعة السياحة ، دار زهران للنشر والتوزيع ، الأردن 1996،
- دبور،نبيل ،(مشاكل وآفاق التنمية السياحية المستدامة في البلدان الأعضاء بمنظمة المؤتمر الأسلامي :وإشارة خاصة الى السياحة البيئية) التعاون الإقتصادي بين الدول الإسلامية،العدد2، 2004 .
- دعبس ، يسري . السلوك الإستهلاكي في ضوء واقع الدول المتقدمة والنامية ، البيطاس للنشر والتوزيع ، مصر، ط1 ،2002.
- الرفاعي ، هالة عبد الرحمن . التأثيرات الإجتماعية والثقافية للسياحة ، الملتقى المصري للإبداع والتنمية ، مصر، 1998 .
- الروبي ، نبيل ، التخطيط السياحي ، مؤوسسة الثقافة الجامعية ، الإسكندرية ، 1987.
- سعداوي ،موسى وبوجطو ،حكيم ، أهمية مقومات السياحة الجزائرية في التنمية الإقتصادية للدولة ،الملتقى الدولي إقتصاديات السياحة و دورها في التنمية المستديمة ،جامعة بسكرة ،2010 .
- السكر ، مروان .مختارات من الإقتصاد السياحي ، ط1 ،دار مجداوي للنشر ، الأردن ، 1999.
- شعوبي ، محمد فوزي ،السياحة والفندقة في الجزائر دراسة قياسية 1974-2002 ، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر،2007 .
- الصريفي ، محمد . التخطيط السياحي ،ط1 ، دار الفكر الجامعي ،مصر ، 2007 .
- الطائي ، حميد عبد النبي . أصول صناعة السياحة ، الوراق للنشر والتوزيع ، الأردن ،ط2، 2006.
- الظاهر،نعيم و الياس ،سراب . مبادئ السياحة ،ط2 ، دار الميسرة للنشر والتوزيع ، الأردن ، 2007 .
- عبد الحكيم ، محمد صبحي و الديب ،حمدي أحمد ،جغرافية السياحة ، ط2، مكتبة الأنجلو، مصر ،2001 .
- عبيدات ، محمد. التسويق السياحي ، دار وائل للنشر والتوزيع ، الأردن ،2005.
- غنيم ، محمد عثمان ، التخطيط السياحي والتنمية ، الأردن ،2004 .
- فؤاد رشيد ، سمارة .تسويق الخدمات السياحية ، ط1،دار المستقبل للنشر والتوزيع ،الأردن ،2001 .
- كافن يونغ ، العودة الى الأهوار ، دار المدى للثقافة والنشر ، بيروت ، 1998.

- محمد الشيراوي ، عبد المنعم واقع وآفاق مستقبل السياحة في البحرين ، بيروت ،دار الكنوز الأدبية ،2002
- مرسي ، سلوى محمد ، التنميةالسياحية مفهومها ومحدداتها وأهميتها مع الأشارة الى الحالة المصرية ، سلسلة مذكرات خارجية ، رقم 1605 ،القاهرة ، معهد التخطيط القومي ، 2001.
- مقابلة ، أحمد محمود. صناعة السياحة ، دار الكنوز والمعرفة للنشر ،الأردن ،2007 .
- المؤسسة العامة للتعليم الفني والتدريب المهني ، سفر وسياحة (تسويق سياحي) ، السعودية ، 2011 . www.alihmedali.com/pdf/library/063:pdf
- موفق ،علي،أهمية القطاع السياحي في الإقتصادالوطني، رسالةماجستير،جامعة الجزائر،2002.
- نايهانز، جورج ، تاريخ النظرية الإقتصادية : الإسهامات الكلاسيكية ، 1920 -1980، ترجمة صقر أحمد صقر (القاهرة : المكتبة الأكاديمية ، 1997) .
- نور الدين ،أحمد قايد ،الأهمية والأثر الإقتصادي لتنمية قطاع السياحة ، ،الملتقى الدولي إقتصاديات السياحة و دورها في التنمية المستديمة ،جامعة بسكرة ،2010.

ثانيا : المصادر الأجنبية

- **Brian H. Archer and John Fletcher, «The Economic Impact of Tourism in the Seychelles,» Annals of Tourism Research, vol. 23, no. 1 (1996).**
- **John Lea, Tourism and Development in Third World (London: Rutledge, 1988).**
- **John R. Hicks, ((Mr. Keynes and the (Classics): A Suggested Interpretation,)) *Econometrica,* vo1. 5, no2 (April 1937).**
- **John R. Hicks, The Theory of Wages (London:Macmillan, 1932).**
- **Paul A. Samuelson, «Interaction Between the Multiplier Analysis and the Principle of Acceleration,» *Review of Economics and Statistics*, vol. 21 (1939) .**
- **Roy F.Harrod, The Trade Cycle: An Essay (New York:M. Kelley, 1961).**
- **http://www.kau.edu.sa/Files/0002132/subjectes/TE%20%281%29.pdf**

The role of tourism in economic growth-outlook for the role of tourism in Iraqi marshes development.

ABSTRACT

The tourism activity is one of the pillars on which the economy of any country is based , the importance of the tourism sector is reflected in its potential to become an effective development alternative in many countries, especially Iraq ,this has a direct impact on the national economy as an important source in attracting hard currency and eliminating unemployment. Adding the Iraqi Marshlands to the list of effects makes it contribute to diversification of sources of income and stimulating rest of the economic sectors, the potentials and qualifications possessed by Iraq in the field of tourism and monuments have a significant impact on the state budget if they were exploited optimally. The research aims at identifying the contribution of the tourism sector to the advancement of the national economy because of its direct relationship with other sectors (productivity - commercial - service) , and its role in encouraging local and foreign investments , the research concluded that financial allocations should be made for the development of the Marshlands and the establishment of investment projects, and attracting the private sector in this field, in addition to supporting national products, especially the famous in the region, as well as encouraging craftsmen and setting up small factories and workshops that provide tourism market for this region.

Keywords: Tourism ، The Iraqi Marshlands , Tourism Planning.