



Mat No AB0175

St Clements University

The Impact of Strategic Thinking and Organizational Creativity on Tourist Attractions in the Province of Diyala

**A thesis submitted to the
Council of St Clements University as part requirements of
the Doctoral requirements in the jurisdiction of Hotel &
Tourism Administration**

The student

Abdulkareem Yaseen Aswad

Supervised by

Dr. Hussein Ajlan Hassan

2013 AD

Diyala

1433 AH

Chapter One :

The first chapter Contains on research methodology and discussion of previous studies, which can be summarized in the research problem related in the governorates of Iraq in general, including the Diyala province has an abundance of natural ingredients, material and human and cultural support to the process of sustainable tourism development, but these elements did not work or are published in accordance with a strategic plan and organizational performance is characterized by creativity to show outstanding tourist activity. Research, one of the attempts that seek to shed light on the most important problems and obstacles facing the tourism activity in Diyala province. And tourism resources available in the province of Diyala, of tenets of natural, human and material collectively represent the elements of an important tourist attraction. And the lack of management thinking and strategic vision so that they are able to tailor the creative and organizational performance in this sector institutions and its various activities. Making there is a correlation relationships, causal relationships and relationship studies using description analysis based on data and information, refer to the relevant sources. Since the thesis tourist exclusively in Diyala province (as geographical area) as a place for the purposes of analysis through the collection of data from various sources put a default form for the study and move on to a discussion of the previous studies, which include studies of Iraq and the Arab world, has helped to benefit include Find some sources and scientific references.

Chapter Two :

This chapter contains the concept of strategic thinking and the main dimensions in the origin and evolution in the level of human ability historical stages from primitive times to the birth of the valley civilizations of Mesopotamia and Greece and the Romans and the emergence of the Pharaonic civilization of the Nile Valley. After growing strategic thinking with the industrial revolution is moving towards the establishment of industrial enterprises and make it work. And crystallized as a scientific subject taught in several universities and institutes in the last decade of the twentieth century. It is characterized by activity stages passed through a phase of initial understanding and development of the logical and the stage of excellence simple then act Institutional addition to the entrances of strategic thinking in the region like intrance leadership and strategic decision and who cares about the field of cognitive and determined stages of the decision-making first determine the resolution and the development of decision and choose the resolution wiser planning being a stage analytical programmed within the strategic decision-making processes and add entrance for being chaotic is not subject to the programmed operations and structured, followed by the entrance of the diverse operations and scientific entrance called Analytical entrance or entrance convergent then the entrance, the highest levels of creative evolution that has reached the entrances to the study of strategic thinking. The division of opinions into categories in the policy-making organization for future prospects of long-term ability to deal with organizational phenomena and future phenomena and in line with the nature of work in the tourist activity to include a range of capabilities like prediction in future and transpires and telepathy and intuition and physiognomy and insight . The creative thinking includes thinking at the time and thinking with recognition systems. In terms of creativity and nurture characteristics and development stages called free improvisation and creative ability.

Chapter Three :

This chapter contains the concept of tourism and factors of its inception, evolution and types who meet the tourism from the perspective of economists, sociologists and scholars of law and the difference between a tourist and tourism point of view of scientists different in determining the time and place and means of transport and its impact on tourism income from revenue derived from foreign currencies and its impact on the balance of payments. Determinants of the daily deal of tourists, including the general level of prices and the length or short duration of stay, and a way of life according to the tourist place material in addition to the expenses of others calculated by tourists. And profiles historical origins of tourism and factors of development when I started craft and profession but has become an industry have to keep it away from the primitive times, Central and Renaissance era after the industrial revolution and the modern era and the most important thing occupies the advantages and characteristics and factors emergence of tourism and development. In raw material and natural places attraction for tourists places decade tourism non-natural (man-made) and labor in the field of tourism and travel patterns according to the criteria types of tourism according to the model school Spanish, French, and economic importance of the tourism industry and its role in providing job opportunities and their impact in creating the kind of economic balance and the distribution of income and the general level of prices. With the impact of indirect and multiplier for tourism and its involvement with industry and consulting, agriculture and transport sector. And awareness of tourism and marketing mix and promotional health and the environment in accordance with the UN measure of sync with the political and security environment.

And appears in the action plans for countries most revenue of hypocrisy and a reception for tourists and planners to manage the services and benefits created by marketing.

Chapter Four :

Is the study of the reality of the components of the tourism industry in the province of Diyala, a study partly from the College within the limits of the Republic of Iraq from its inception, and its evolution from 1940, which authorizes the establishment of tourism areas in the whole of Iraq to industry tourism product of land and climate, water, cover it and an abundance of wildlife in addition to the pillars archaeological and shrines and religious sites for the whole of Iraq and Diyala province. With the role of the Tourism Authority of different classification activities and the development of competencies and participate in the conferences and the work on the development of tourist areas and to encourage and promote tourism and tourist services. Development of human resources and creative energies and the quantity and quality of the caliphate.

With geographical and historical description of Diyala province, in terms of percentage and important content of the archaeological sites guestrooms (766) archaeological site on a map cursor and religious attractions and heritage fields and the most important industrial activities. Major transportation routes and internal and external with the outside world was based on the vision of the proposed strategy for the development of tourism in the province of Diyala in many ways the most important of a proposed model for the development of tourism on the level of Diyala province, in the framework of the preparation of local politics at the level of the provincial council that tourism activity can not stop at a particular sample lie so activity. And taking specific policy term describes the functions and responsibilities of (the province) for Tourism Advisory Board is responsible for the planning and development of tourist areas.

Chapter Five :

Is applied in the analysis of side effect relationship and the link between the dimensions of strategic thinking and organizational creativity and tourist attractions in the province of Diyala. The description and analysis of the study variables to the first hypotheses impact of tourist attractions in the province dimensions of strategic thinking for the management of tourism enterprises and the second tourist attractions in the province organizational dimensions of creativity and the third hypothesis dimensions of strategic thinking and the dimensions of the elements of organizational creativity attractions. Taken from the questionnaire (39) question presented to the eight arbitrators to confirm the sincerity of the measuring instrument study virtual honesty and structural stability of the measurement tool results in the extraction of 112 questionnaire distributed according to the statistical methods (Cronbach). Analysis of the link and effect relationship between the dimensions of strategic thinking and tourist attractions in Diyala province, according to tables for each element of the spreadsheet and calculated in the extraction results. And factors related to maintaining internal and external factors. After generation of new ideas and organizational culture, motivate and encourage innovations and down to the conclusions is to analyze the theoretical side and the results applied according to the conclusions of (8) points to recommendations based on the ideas and propositions theory in the classroom in the form of recommendations contain (17 points) capable of developing and promoting the tourist industry.

Abstract :

This study highlights the importance of being a research attempts that shed light on the most important problems and challenges facing the tourism activity in one of the provinces of Iraq, a province (Diyala). It should be noted here that the researcher has adopted the issue of tourism at the micro level, not the total, by trying to field to diagnose the impact of the most important variables that possible that affect active on the tourist attractions in the province in question, especially since this province where there elements attractions of natural elements , material and human, cultural and that would contribute to and actively to achieve tourism development enterprising at the county level whether used and invested these elements efficiently, and by activating the work contexts administrative leadership based on perceptions strategic dimensions organizational and creative in the field of tourism activity. Accordingly, the researcher had someone in advance, provided these ingredients, although they have not been exploited or invest in a scientific sound was planned (according to the strategic plans) as it makes its functional and

organizational performance in achieving the development of tourism in the form required and desired. So under this activity in this province suffering from problems reduce its effectiveness and weaken its performance and its role in economic activity, cultural and social at the county level .



جامعة سانت كليمنتس العالمية

العراق

قسم إدارة واقتصاد

أثر التفكير الإستراتيجي والإبداع التنظيمي على عوامل الجذب السياحي في محافظة ديالى

أطروحة مقدمة إلى

مجلس جامعة سانت كليمنتس St Clements University وهي جزء
من متطلبات نيل شهادة الدكتوراه في اختصاص إدارة – سياحة
وفنادق

من قبل الطالب

عبد الكريم ياسين أسود الفارس العزاوي

بإشراف

الأستاذ المساعد الدكتور

حسين عجلان حسن

2013 م

1434 هـ

المحتويات

الصفحة	الموضوع
	العنوان
أ	الآية القرآنية
ب	إقرار المشرف
ج	إقرار الخبير اللغوي
د	إقرار لجنة المناقشة
هـ	الإهداء
و	شكر وعرفان
ز	ملخص البحث باللغة العربية
ح - ك	المحتويات
4-1	المقدمة

~ ح ~

الصفحة	الموضوع
	الفصل الأول
15-6	منهجية البحث ومناقشة الدراسات السابقة
10-6	المبحث الاول : منهجية البحث
15-11	المبحث الثاني : مناقشة الدراسات السابقة

الصفحة	الموضوع
	الفصل الثاني
59-17	التأصيل النظري والمفاهيمي للتفكير الاستراتيجي والابداع التنظيمي
47-17	المبحث الاول : مفهوم التفكير الاستراتيجي
56-48	المبحث الثاني : الابداع التنظيمي / المفهوم والابعاد والخصائص
59-57	المبحث الثالث : موقع الاقتصاد السياحي ضمن اطار التفكير الاستراتيجي والابداع التنظيمي

~ ط ~

الصفحة	الموضوع
	الفصل الثالث
137-61	عناصر الجذب السياحي وأهميتها في السياحة المستدامة
76-61	المبحث الاول : مفهوم السياحة وعوامل نشأتها وتطورها وأنواعها
92-77	المبحث الثاني : الاهمية الاقتصادية للصناعة السياحية
137-93	المبحث الثالث : عناصر التنمية السياحية المستدامة

الصفحة	الموضوع
	الفصل الرابع
195-139	دراسة واقع مكونات الصناعة السياحية في محافظة ديالى
163-139	المبحث الاول : نشأة وتطور صناعة السياحة في العراق
179-164	المبحث الثاني : واقع مكونات السوق السياحية في محافظة ديالى
195-180	المبحث الثالث : الرؤية الاستراتيجية المقترحة لتطوير صناعة السياحة في محافظة ديالى

~ ي ~

الصفحة	الموضوع
	الفصل الخامس
229-197	الجانب التطبيقي تحليل علاقة التأثير والارتباط بين ابعاد التفكير الاستراتيجي والابداع التنظيمي وعوامل الجذب السياحي في محافظة ديالى
204-197	المبحث الاول : وصف وتحليل متغيرات الدراسة
220-205	المبحث الثاني : تحليل علاقة التأثير والارتباط بين ابعاد التفكير الاستراتيجي وعوامل الجذب السياحي في محافظة ديالى
229-221	المبحث الثالث : تحليل علاقة التأثير والارتباط بين ابعاد الابداع التنظيمي وعوامل الجذب السياحي في محافظة ديالى

الصفحة	الموضوع
	الاستنتاجات والتوصيات
233-231	الاستنتاجات
237-234	التوصيات
	مصادر البحث
253-239	المصادر العربية
259-254	المصادر الاجنبية
271-261	الملاحق
B - C	ملخص البحث باللغة الانكليزية

الخلاصة

تلقي هذه الدراسة الضوء على أهمية كونها تمثل واحدة من محاولات البحوث التي تسلط الضوء على أهم المشاكل والصعوبات والتحديات التي تواجه النشاط السياحي في واحدة من محافظات العراق ألا وهي محافظة (ديالى). وتجدر الإشارة هنا إلى أن الباحث قد اعتمد مسألة السياحة على المستوى الجزئي، وليس الكلي، من خلال محاولته الميدانية لتشخيص تأثير المتغيرات الأكثر أهمية التي من الممكن أن تؤثر في تنشيط مناطق الجذب السياحي في المحافظة المعنية، خاصة وأن هذه المحافظة قد حظيت بوجود عناصر الجذب السياحي المتمثلة بالعناصر الطبيعية والمادية والبشرية والثقافية والتي من شأنها أن تسهم بهمة وبنشاط كبير لتحقيق التنمية السياحية مغامر على مستوى المحافظة سواء استخدمت واستثمرت هذه العناصر بكفاءة، من خلال تفعيل وسياقات العمل القيادية الإدارية على أساس تصورات الأبعاد الإستراتيجية التنظيمية والإبداعية في مجال النشاط السياحي. وبناء عليه، كان الباحث شخص في وقت مبكر، وفرت هذه المكونات، على الرغم من أنها لم تستغل أو تستثمر في علمية سليمة وكان من المفروض (وفقاً لخطط استراتيجية) لأنه يجعل أدائها الوظيفي والتنظيمي في تحقيق التنمية السياحية بالشكل المطلوب والمنشود. حتى في إطار هذا النشاط في هذه المحافظة التي تعاني من مشاكل تقليل فعاليتها وإضعاف أدائها ودورها في النشاط الاقتصادي والثقافية والاجتماعية على مستوى المحافظة.

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ
الرَّحِيمِ

وَقُلْ إِعْمَلُوا
فَسَيَرَى اللَّهُ
عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ
وَالْمُؤْمِنُونَ

صدق الله العلي

العظيم

القرآن
الكريم (سورة التوبة الآية 105)

إقرار المشرف

أشهد أن أعداد هذه الأطروحة الموسومة بـ " اثر التفكير الإستراتيجي والإبداع التنظيمي على عوامل الجذب السياحي في محافظة ديالى " التي تقدم بها الطالب : عبد الكريم ياسين أسود الفارس العزاوي

قد جرت بإشرافي في جامعة سانت كلمينس / العراق وهي جزء من متطلبات الحصول على درجة الدكتوراه في اختصاص إدارة – سياحة وفنادق .



:

2012 / 11 / 5 :

إقرار الخبير اللغوي

الإهداء

إلى / رسول الإنسانية وخير البرية

محمد (صلى الله عليه وسلم)

إلى / بلدي العراق حباً ووفاءً

إلى زوجتي وأولادي اعتزازاً

إلى / أخوتي وأخواتي أدامهم الله لي ذخراً

إلى / كل الذين أحبهم أهدي ثمرة جهدي المتواضع

الباحث

شكر و عرفان

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على أشرف المرسلين محمد وآل بيته وأصحابه الميامين أجمعين وبعد فقد من الله تعالى علي بالتوفيق وألهمني الصبر لإنجاز رسالتي ، وواجب الوفاء يحتم علي أن أتقدم بالشكر والتقدير والامتنان إلى أستاذي ومثلي الأعلى الاستاذ الدكتور حسين عجلان .. لتفضله بالإشراف على الرسالة ، فقد أحاطني برعاية علمية وأبوية صادقة وكان لا يعجز عن إبداء أية ملاحظات صغيرة أم كبيرة ، وتفهمه لكل الأحوال الصعبة التي واجهتني ولن أنسى أبداً فضله الكبير الذي شجعني ودفعني للتقدم في المسيرة العلمية .

كما أتقدم بالشكر إلى كافة أساتذتي في جامعة سانت كلمنتس / مكتب ديالى للجهـد العلمـي الذي بذلوه في مرحلة الكورسات .
وأقدم بفائق التقدير والشكر إلى السادة المحكمين المحترمين على ما أبدوه من ملاحظات قيمة عززت الرسالة . كما أسجل جزيل شكري وتقديري للسادة رئيس وأعضاء لجنة المناقشة على سعة صدرهم في قراءة الرسالة وعلى ملاحظاتهم السديدة التي ستكون محط اعتزاز واحترام الباحث . ومن العرفان بالجميل أن أشكر زوجتي وأولادي لتشجيعهم ومساندتهم لي طوال مدة الدراسة وإعداد الأطروحة . وأخيراً .. يود الباحث أن يتقدم بشكر الجزيل لكل من ساهم في مد يد العون في إعداد الرسالة ، وفقهم الله جميعاً وجزى الله الجميع عني خير الجزاء وأحسنه أنه سميع مجيب الدعاء .

الباحث

ملخص الرسالة

تبرز أهمية هذه الدراسة في كونها إحدى المحاولات البحثية التي تسلط الضوء على أهم المشاكل والتحديات التي تواجه النشاط السياحي في أحد محافظات العراق وهي محافظة (ديالى) . ويجدر الإشارة هنا إلى أن الباحث قد تبني موضوع السياحة على المستوى الجزئي وليس الكلي ، من خلال محاولة ميدانية لتشخيص أثر أهم المتغيرات التي ممكن أن تؤثر تأثيراً فاعلاً على عوامل الجذب السياحي في المحافظة المذكورة ، سيما وأن هذه المحافظة تتوافر فيها مقومات الجذب السياحي المتمثلة بالعناصر الطبيعية والمادية والبشرية والثقافية والتي من شأنها أن تساهم

وبشكل فاعل في تحقيق تنمية سياحية مقدامة على مستوى المحافظة فيما إذا استخدمت واستثمرت هذه العناصر بشكل كفؤ ، وذلك من خلال تفعيل سياقات العمل الإداري القيادي المبني على التصورات الإستراتيجية والأبعاد التنظيمية والإبداعية في مجال النشاط السياحي . وعليه فإن الباحث قد شخص مسبقاً ، إن هذه المقومات رغم توفرها إلا إنها لم تستغل أو تستثمر بشكل علمي سليم ولم يخطط لها (وفقاً لخطط إستراتيجية) بالشكل الذي يجعل أدائها الوظيفي والتنظيمي في تحقيق التنمية السياحية بالشكل المطلوب والمرغوب . لذلك ظل هذا النشاط في هذه المحافظة يعاني من مشاكل تقلل فاعليته وتضعف أدائه ودوره في النشاط الاقتصادي والثقافي والاجتماعي على مستوى المحافظة .

الفصل الأول

منهجية البحث ومناقشة الدراسات السابقة

المبحث الأول : منهجية البحث

المبحث الثاني : مناقشة الدراسات السابقة

المبحث الأول منهجية البحث

أولاً : مشكلة البحث :

تتحدد مشكلة البحث في أن محافظات العراق بشكل عام بما فيها محافظة ديالى تمتلك وفرة من المقومات الطبيعية والمادية والبشرية والحضارية الداعمة لعملية التنمية السياحية المستدامة ، إلا إن هذه المقومات لم تستغل أو تستثمر وفق خطة إستراتيجية وأداء تنظيمي يتميز بالإبداع لاطهار النشاط السياحي المتميز ، مما جعل أداء المؤسسات السياحية وبالتالي القطاع السياحي في المحافظة غير قادر على تنفيذ تنمية سياحية مستدامة .

ثانياً : أهمية البحث :

تبرز أهمية البحث في كونه أحد المحاولات البحثية التي تسعى إلى تسليط الضوء على أهم المشاكل والمعوقات التي تواجه نشاط السياحة في محافظة ديالى ،

واتباع الإستراتيجية المقترحة التي يمكن أن تعزز من عناصر الجذب السياحي المتاحة في المحافظة ولهذا تتحدد أهمية البحث بالأسئلة التالية :

- ما هي أبعاد أثر التفكير أو التخطيط الإستراتيجي والإبداع التنظيمي على رفع كفاءة نشاط المؤسسات السياحية في المحافظة؟
- هل توجد علاقة تأثير وارتباط بين أبعاد التفكير الإستراتيجي والإبداع التنظيمي على واقع تطوير مراكز الجذب السياحي في محافظة ديالى؟

ثالثاً : فرضية البحث :

ان الموارد السياحية المتاحة في محافظة ديالى والمتمثلة بالمقومات الطبيعية والبشرية والمادية مجتمعه تمثل عناصر جذب سياحي مهمة ، لكن في الحقيقة لم تساهم هذه العناصر في تحقيق تنمية سياحية فاعلة على مستوى المحافظة بسبب عدم توفر إدارة ذات فكر وتصور إستراتيجي بحيث تكون قادرة على تفعيل الأداء التنظيمي والإبداعي في مؤسسات هذا القطاع وأنشطته المختلفة . لذلك تنطلق الدراسة من الفرضيات التالية :

الفرضية الرئيسة : تتأثر عوامل الجذب السياحي المتاحة في المحافظة بأبعاد التفكير الإستراتيجي والإبداع التنظيمي لإدارة المؤسسات والمواقع السياحية في المحافظة وتتفرع عن هذه الفرضية الفرضيات الآتية :

- وجود علاقة ارتباط طردية ذات دلالة معنوية بين أبعاد التفكير الإستراتيجي للإدارة المسؤولة عن المواقع السياحية وعوامل الجذب السياحي المتاحة في المحافظة .

- وجود علاقة ارتباط طردية ذات دلالة معنوية بين أبعاد الإبداع التنظيمي لإدارة المواقع السياحية وعوامل الجذب السياحي المتاحة في المحافظة .

لذا يمكن القول أن فرضيات البحث تتضمن جانبين الجانب الأول يتمثل باختيار الإجابات الأولية عن التساؤلات المطروحة في استمارة الاستبيان المعتمدة

، والجانب الثاني يركز على اختبار علاقة الأثر والارتباط بين أبعاد هذين المتغيرين (التفكير الإستراتيجي ، والإبداع التنظيمي) ومتغير عوامل الجذب السياحي .

رابعاً : منهجية البحث واجراءاته :

علاقات إرتباطية – علاقات سببية – علاقة دراسات

استخدم الباحث أسلوب التحليل الوصفي من خلال الاعتماد على البيانات والمعلومات والرجوع الى المصادر ذات العلاقة بالموضوع وذلك بما يخدم أهداف البحث وهيكلته . فضلاً عن ذلك اعتمد الباحث على عدد من الرسائل الجامعية والمراجع العلمية التي تناولت النشاط السياحي بالبحث والتحليل والرسائل الجامعية التي تناولت موضوع التفكير الاستراتيجي والإبداع التنظيمي . ولغرض تطبيق صحة الفرضيات التي انطلقت منها الدراسة اعتمد الباحث أسلوب استمارة الاستبيان لدراسة وتحليل أثر العوامل أو المتغيرات المؤثرة في مراكز الجذب السياحي لمحافظة ديالى .

خامساً : الحدود الزمانية والمكانية للدراسة :

تبنى الباحث دراسة موضوع السياحة حصراً في محافظة ديالى (كرقة جغرافية) كحيز مكاني لأغراض التحليل ودراسة واختبار صحة الفرضيات التي حددتها الدراسة ، ولكن بالرغم من أن موضوع الأطروحة يعد موضوعاً جزئياً على مستوى المحافظة لكن لم يغفل جانب دراسة وتحليل القطاع السياحي وأهميته على المستوى الكلي .

أما الحدود الزمانية فقد اعتمد على الفترة الزمنية التي جاءت بعد عام 2010 وبالتحديد بعد فترة الاستقرار الامني النسبي في المحافظة ، حيث استطاع أن يحصل على بعض المعلومات من العينة المشمولة بالبحث والمتعلقة ببعض المؤسسات والمواقع السياحية في المحافظة .

سادساً : وسائل جمع البيانات :

1. السجلات الخاصة في هيئة السياحة .
2. الكتب والمراجع العلمية ذات العلاقة بالموضوع .
3. شبكة المعلومات الدولية للاتصالات (الانترنت) .
4. منشورات وزارة التخطيط والتعاون الإنمائي .
5. المعلومات المستحصلة من المقابلات الشخصية .
6. المعلومات المباشرة لعينة البحث (مسؤولي الإدارة العليا والإدارة الوسطى) في بعض المواقع السياحية في المحافظة .

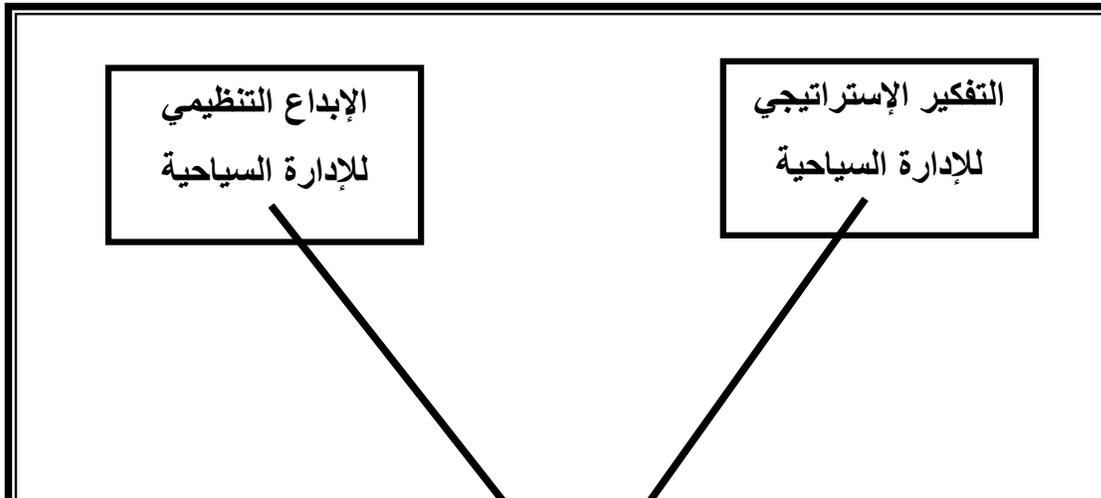
سابعاً : مشاكل البحث :

أبرز المشاكل والمعوقات التي واجهت الباحث هو تذبذب حركة السياحة في محافظة ديالى في الوقت الحاضر (باستثناء حركة السياحة الدينية لبعض المزارات والمرافد الموجودة في بعض مناطق المحافظة) وتوقف حركة النشاط السياحي الداخلي في المحافظة وذلك في ضوء الظروف السياسية والأمنية غير المستقرة التي عطلت الكثير من الأنشطة السياحية في العراق بشكل عام وفي ديالى بشكل خاص ، إضافة إلى عدم الحصول على البيانات والمعلومات الدقيقة التي تخص فترة ما بعد عام 2003 حيث توقف أداء المؤسسات السياحية في هذه الفترة .

ثامناً : النموذج الافتراضي للدراسة :

في ضوء الافتراضات التي حددتها الدراسة استطاع الباحث أن يتوصل إلى

النموذج الافتراضي التالي :



عوامل الجذب السياحي في
محافظة ديالى

المبحث الثاني

مناقشة الدراسات السابقة

أولاً : الدراسات العراقية :

1. دراسة ، رمزي بدر عاتي (1984)

الموسومة بـ (العوامل المؤثرة في الطلب السياحي في العراق) الجامعة
المستنصرية / كلية الإدارة والاقتصاد . وكانت تهدف الدراسة إلى إبراز العوامل
التي تؤثر في حركة السياحة الداخلية في العراق وهل هي إيجابية أم سلبية أم ثانوية
؟ وتوصلت الدراسة إلى أن العوامل المؤثرة في حجم الطلب السياحي الداخلي
يتضح من خلال التعرف على مواصفات السائح العراقي .

تبنت هذه الدراسة أسلوب الاستبيان وكانت عينة الدراسة خصيصاً
لمصطافي محافظة (مصيف صلاح الدين ، ومصيف سره رش) لإقبال الزوار
بشكل كبير على هذه المصايف . توصل الباحث إلى نتائج منها أن حركة السياحة
الداخلية تتأثر بعدد من العوامل المختلفة ، وكذلك إلى التناقض بين الطلب والعرض
السياحيين ، إذ يختلف الطلب السياحي عن العرض السياحي بشكل كبير جداً .

2. دراسة مكتب الاستشارات الإدارية والاقتصادية والإحصائية والسياحية

والمحاسبية (1992)

الموسومة بـ (مشروع دراسة تطوير السياحة الدينية في العراق - بغداد / النجف كربلاء ، صلاح الدين) المقدمة إلى كلية الإدارة والاقتصاد / الجامعة المستنصرية .

تناولت هذه الدراسة موضوع تطوير السياحة الدينية في العراق ، وكذلك أهمية المواقع الدينية في نفوس المسلمين وأثره الفعال في تنمية الطلب على السياحة الدينية .

3. خليل إبراهيم المشهداني (1993)

(دراسة تحليلية وميدانية حول إمكانية تطوير العرض السياحي في إقليم المدائن والعوامل المؤثرة في تكرار السفر إليه) ، بحث منشور في مجلة كلية الإدارة والاقتصاد - الجامعة المستنصرية . بينت الدراسة تزايد الطلب السياحي على منطقة المدائن مع زيادة التدفق السياحي لها لتمتعها بالمعالم السياحية والأثرية ، وتطرقت الدراسة إلى تحليل واقع الطلب السياحي من تكرار الزيارة والسفر من قبل الزوار لعدة مرات للمواقع السياحية في الإقليم .

توصل الباحث إلى مجموعة نتائج منها إلى أن الخدمات العامة السياحية (شبكة المواصلات ، شبكة المياه العذبة ، خدمات الصيانة والإدامة ... الخ والفعاليات وقلة الكادر المدرب لها تأثير في تكرار الزيارة إلى المنطقة .

4. سامي مجيد قاسم (1998)

الموسومة بـ (التنمية السياحة في منطقة الصدور وبحيرة حميرين وإمكانية الجذب السياحي) المقدمة إلى جامعة بغداد ، كلية التربية - ابن رشد . هدف الباحث إلى إبراز المقومات الطبيعية والبشرية للمنطقة كما بين آثار السياحة في المجتمع من زيادة نمو الدخل القومي وانعكاس ذلك على تطور الإقليم كما قوم القطاع السياحي في العراق منذ الأربعينات وتطرق إلى الرؤية المستقبلية لحجم الخدمات السياحية حتى عام 2010 .

5. نيشان سورين موسيس (2004)

الموسومة بـ (مقومات صناعة السياحة في محافظة دهوك) جامعة صلاح الدين / كلية الآداب . يحدد هذا البحث المقومات الطبيعية والبشرية الموجودة في محافظة دهوك التي لها القابلية على التطور السياحي وقد اعتمد الباحث على المنهج الأصولي والإقليمي لإتمام رسالته وقد اختار أسلوب الاستبيان للوصول إلى واقع الطلب السياحي .

ثانياً : الدراسات العربية :

1. شناق عدنان العتوم (2000) - الأردن

موقف المجتمع المحلي نحو السياحة في بلدة أم قيس ، بحث منشور في مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية العدد (2) مجلد (27) ، عمان .

هدفت الدراسة إلى تحليل اتجاهات المجتمع الاردني لمعرفة العوامل المؤثرة على السياحة وأبعادها الاجتماعية والسياحية والاقتصادية والثقافية وقد تبنت هذه الرسالة الوصول إلى أكبر قدر من سكان القرية الذين يجيدون القراءة وقد دعمت نتائج إيجابية نحو السياحة وهي تعبر عن نظرة الأردنيين للسياحة وأهميتها على المستوى الشخصي والقومي وأثر الجوانب الاقتصادية في حركة السياحة .

2. خالد الضباري (2000)

الموسومة بـ (الحج سياحة في رحاب التوحيد) . وهي من الدراسات المهمة التي بينت أهمية السياحة الدينية في العالم الإسلامي ، وعلى وجه الخصوص في مكة المكرمة إذ يقوم العديد من المسلمين بالسفر إلى هذه المدينة بالدافع الديني وكان هدف هذه الدراسة هو تسليط الضوء على هذا النوع من السياحة الذي يعد من أفضل الأنواع من حيث عدد الزوار إلى هذه المدينة .

ثالثاً : الدراسات الأجنبية :

دراسة ف . ب بندر (1979) - الهند

الموسومة بـ (السياحة في الهند / خطة المستقبل) ، وهي دراسة مفصلة للسياحة في الهند ، لكن الباحث خصص اهتمامه إلى منطقة محددة باعتبارها موقعاً سياحياً مهماً وهي منطقة (أوانغ آباد) وما يحيط بها من مناطق أثرية حيث توصل الباحث من خلال هذه الدراسة إلى وضع خطة مستقبلية لتطوير السياحة في المنطقة .

أما مشكلة الدراسة فاتضح في عدم وجود اهتمام في جانب الدعاية لبعض المناطق ومنها المنطقة أعلاه ، وكذلك محدودية الخدمات التي تقدمها الحكومة لتشجيع السياحة في المنطقة .

تهدف الدراسة إلى زيادة عدد السياح إلى المنطقة ، وكذلك توجيه الاستثمار إلى المنطقة أعلاه لغرض الاستفادة من المقومات السياحية في المنطقة .

ويفترض الباحث أن (زيادة الحركة السياحية في منطقة أوانغ آباد يمكن أن تكون أداة مثمرة في زيادة الدخل القومي) .

وقد أنتهج الباحث منهجاً وصفيّاً في معظم فصول البحث ، وكذلك استخدام الأسلوب المكتبي .

ومن النتائج التي توصل إليها الباحث أن نسبة الزوار إلى منطقة (أورانغ آباد) بالنسبة إلى زوار الهند قليلة جداً على الرغم من الأهمية السياحية للمنطقة ، وأن هناك إمكانية لتطوير المنطقة وجعلها تساهم بشكل جيد في دعم الاقتصاد القومي الهندي .

رابعاً : مدى الاستفادة من الدراسات السابقة :

1. استفاد الباحث من الدراسات السابقة في تضمين البحث ببعض المصادر والمراجع العلمية التي اعتمدها الدراسات السابقة .
2. تحديد مشكلة الدراسة .
3. تحديد هيكلية البحث .

الفصل الثاني

التأصيل النظري والمفاهيمي للتفكير الإستراتيجي والإبداع التنظيمي

المبحث الأول : مفهوم التفكير الإستراتيجي وأبعاده الرئيسية

المبحث الثاني : الإبداع التنظيمي/ المفهوم والأبعاد والخصائص

المبحث الثالث : موقع الاقتصاد السياحي ضمن إطار التفكير
الإستراتيجي والإبداع التنظيمي

المبحث الأول

مفهوم التفكير الإستراتيجي وأبعاده الرئيسية

أولاً : النشأة والتطور:

تشير الدلائل التاريخية أن مستوى قدرة الإنسان في التفكير الاستراتيجي تطور مع تطور حياة الإنسان ، من خلال تشكل التجمعات الزراعية اتجه التفكير الاستراتيجي نحو كيفية استثمار الأراضي الزراعية وتوفير الحماية لها وعندما تكونت الحضارات الإنسانية الأولى في وادي الرافدين وهناك حضارات تلتها في وادي النيل واليونان وبلاد الرومان وبلاد فارس تطور التفكير الاستراتيجي إلى مستويات متنوعة تجسد خلالها التفكير لحماية تلك الكيانات الحضارية أمنياً عن طريق بناء الجيوش النظامية وقانونيا عن طريق سن اللوائح والقواعد التي تنظم شؤون الرعية وتضان حقوقهم مثل مسلة حمورابي وإدارياً عن طريق التقسيمات إلى مدن ودويلات مثل دويلات المدن في الحضارة الإغريقية واقتصادياً في تنظيم الرحلات التجارية عبر السهول والبحار مثل ما كانت تصنع أساطيل الرومان واليونان وقوافل حضارات بلاد ما بين النهرين .

وجسد المصريون القدماء في بنائهم للأهرام تفكيراً استراتيجياً كان ينصب في خدمة الملك بعد مماته بتوفير المكان المناسب له عندما ينتقل إلى الحياة الأخرى التي سيعيشها ووفروا له الطعام والمجوهرات ودفنوها معه .

وشكلت الحضارة العربية الإسلامية قفزه نوعية في تطور التفكير الاستراتيجي إلى مستوى شمولي لكل البشرية وليس لحضارة بعينها أو لمجموعة بشرية محددة ، وتمثل التفكير الاستراتيجي لتلك الحضارة في تقديمها الأطروحة العادلة متمثلة في تعاليم الإسلام لإدارة الحياة الإنسانية في المجالات كافة مؤكدة على أهمية التفكير في إطار تلك الأطروحة (قل إنما أعظكم بواحدة أن تقوموا لله مثنى وفرادى ثم تتفكروا) (46 : سورة سبأ) ، (لو أنزلنا هذا القرآن على جبل لرايته خاشعاً متصدعاً من خشية الله وتلك الأمثال نضربها للناس لعلهم يتفكرون) (21 : سورة الحشر) .

وتتأى التفكير الاستراتيجي مع حدوث الثورة الصناعية لیتجه نحو التفكير لإنشاء المؤسسات الصناعية وإنجاحها ، واستمر تطور التفكير الاستراتيجي مع

تطور الحياة الإنسانية في القرن العشرين وأصبح أكثر ممارسة وخاصة من الدول والمؤسسات لتحقيق أهدافها الإستراتيجية . وبعد بلوغ مسيرة الحياة البشرية إلى ثورة المعلومات والمعرفة انتقل التفكير الاستراتيجي إلى مستوى متطور من الاستخدام بات يدخل في شتى المجالات العملية⁽¹⁾ .

وتبلور التفكير الاستراتيجي كموضوع علمي يدرس في العديد من الجامعات والمعاهد العالمية في العقد الأخير من القرن العشرين مع بداية حدوث التغيير الجذري وإعادة الهيكلة الشاملة في نشاطات وفعاليات وبيئات الدول والمؤسسات مما أفرز الحاجة إلى إعادة ابتكار مستويات جديدة وعالية من التفكير المستقبلي والإبداعي ، فظهر التفكير الاستراتيجي كمتغير علمي في ظل ارتفاع مستويات عدم التأكد البيئي في سياق التطور الطبيعي للإستراتيجية من مرحلة التخطيط الإستراتيجي في السبعينات من القرن الماضي إلى مرحلة الإدارة الإستراتيجية في الثمانينات من القرن الماضي وأخيراً إلى مرحلة التفكير الاستراتيجي في التسعينات من القرن نفسه . وبدأت خلال ذلك التطور تظهر ملامح التأطير في التفكير الاستراتيجي بقصد بناء نموذج موحد للقياس⁽²⁾ .

وتعد نشأة التفكير الاستراتيجي في سياق تطور الإستراتيجية انعكاساً للتغيرات السياسية والاقتصادية والتقنية في القرن العشرين وخاصة مع تزايد مستويات الشك وتعدد الاحتمالات مما أفرز تزايد الحاجة إلى العمليات الإستراتيجية العقلية بمستويات عالية . وبالإضافة إلى الإدارة الإستراتيجية ساهم التفكير خطوة - خطوة وسيكولوجية الإدراك ونظرية النظم في نشوء التفكير الاستراتيجي الذي أصبح مع تطوره على تماس مباشر مع الحدس والإبداع والرؤيا والخيال

1 - راند جبار لفته : أثر الاستشراف والتفكير الاستراتيجي في السلوك الاستراتيجي للدولة ، رسالة دكتوراه ، جامعة النهدين ، 2005 ، ص 109 .

2 - راند جبار لفته : مصدر سابق ، ص 110 .

والباراسايكولوجي . ويمكن تمييز أربع مراحل مر بها تطور موضوع التفكير الاستراتيجي هي (3) :-

1. مرحلة الفهم الأولي : تعود هذه المرحلة إلى محاولات بورتر Porter المبكرة في نهاية الثمانينات من القرن العشرين لتمييز مفهوم الإستراتيجية عن الإدارة الإستراتيجية كحقل علمي وعلاقتها بصياغة الإستراتيجية ، فقدم فهماً متواضعاً للتفكير الاستراتيجي كونه عملية تحليل الموقع التنافسي بهدف تحسين المكانة التنافسية للدولة أو المؤسسة بين مثيلاتها في مجالات نشاطاتها المختلفة . أن تلك المحاولة الأولية لبداية فهم التفكير الاستراتيجي وأن لم تكن محاولة ناضجة بما يكفي لتتطابق مع الإدراك الحالي للتفكير الاستراتيجي إلا إنها قدمت أثراء مهما في المعرفة العلمية لحقل الإستراتيجية بما ساهم لاحقاً في تطور فهم وإدراك التفكير الاستراتيجي .

2. مرحلة التطور المنطقي : تطور التفكير الاستراتيجي في هذه المرحلة تطوراً منطقياً مع تطور الإستراتيجية والإدارة الإستراتيجية فتوسع ليتمد إلى صياغة وتنفيذ الإستراتيجية والأداء الاستراتيجي للمؤسسة . وأصبح يتداخل مع كل من التحليل الاستراتيجي والتخطيط الاستراتيجي والتنظيم الاستراتيجي والرقابة الإستراتيجية والقيادة الإستراتيجية . لذلك فإنه يغطي بشكل عام كل الفعاليات المقترنة بالفعل الاستراتيجي (4) .

3. مرحلة التمييز البسيط : بعد أن تطور التفكير الاستراتيجي في المرحلة السابقة متداخلاً مع بقية النشاطات والمتغيرات الإستراتيجية ، بدأ في هذه المرحلة يظهر بشكل واضح كعملية إستراتيجية مستقلة عندما حاول العديد من المفكرين الاستراتيجيين تمييزه عن التخطيط الاستراتيجي والإدارة الإستراتيجية بشكل

³ - محمد مازن : التفكير الاستراتيجي / سياسات وتصورات ، بيروت ، دار العربي للنشر والتوزيع ، 1999 ، ص 165 .

⁴ - سيروان عبد العزيز : التخطيط الاستراتيجي والأبعاد والسياسات ، عمان ، دار اليازوري للطباعة والنشر ، 2006 ، ص 180 .

دقيق . فميز (Mintzberg) بين التخطيط الاستراتيجي معتبراً إياه عملية تحليل تهدف إلى برمجة الاستراتيجيات المحددة آنفاً بحيث يكون المخرج النهائي لتلك العملية هو الخطة ، وبين التفكير الاستراتيجي معتبراً إياه عملية تركيب تعتمد على الحدس والإبداع ويكون مخرجها النهائي هو تصور متكامل للإستراتيجية ، وأكد أن كل من العمليتين هما شكلين مختلفين لصياغة الإستراتيجية .⁽⁵⁾ وذهب (Heracleous) أبعد من ذلك في تحليله للعلاقة المتبادلة بين التخطيط الاستراتيجي والتفكير الاستراتيجي واصفاً الأول بالتعلم ذو العقدة الواحدة والثاني بالتعلم ثنائي العقدة . إلا أن محاولات التمييز هذه كانت بسيطة ولم تكن كاملة فهناك من أعد التخطيط الاستراتيجي جزء من التفكير الاستراتيجي وهناك من أعدمها في فلك الإدارة الإستراتيجية كعمليتين تكمل أحدهما الأخرى .

4. مرحلة الفعل المؤسسي : تقدم التفكير الاستراتيجي في هذه المرحلة خطوة هامة باتجاه استقلاله وتمييزه كمنشأ أو فعل استراتيجي له خصوصيته ضمن نشاطات المؤسسات والدول بفعل اتساع دائرة التغيرات المتعددة في البيئة الخارجية وتزايد الحاجة إلى النشاطات المرتبطة بالقدرات العقلية العالية ذات التأثير المباشر على التفكير الاستراتيجي كالإبداع والخيال والحدس والإدراك والتنبؤ وأصبحت المؤسسات بحاجة ماسة إلى التفكير الاستراتيجي وبات من الضرورة للقيادات جميعها أن تجيد قدرات التفكير الاستراتيجي وأن تتدرب عليها وعلى المهارات المطلوبة للتفكير إستراتيجياً كالذكاء العالي والرؤيا البعيدة والتفكير الزمني والابتكار وخلق البدائل والمحاكاة والتنبؤ .

مداخل التفكير الاستراتيجي :

دخل موضوع التفكير الاستراتيجي بشكل واسع في أدبيات الإدارة الإستراتيجية . ويعد التفكير واحداً من أقدم الفعاليات دراسة في العمليات

⁵ - باسمه الحياي : أثر الخصائص الباراسيكولوجية للقيادات الإدارية ، دكتوراه ، المعهد العالي للدراسات السياسية ، 2007 ، ص 86 - 102 .

الإستراتيجية إلا أن دراسته لم تتطور إلا في عقد التسعينات من القرن العشرين . وتلاحقت آراء واتجاهات المدارس الفكرية المختلفة في دراسة الإستراتيجية لتنتج ستة مداخل لدراسة التفكير الاستراتيجي تعد انعكاساً لتطور فهم التفكير الاستراتيجي ، هي (6) :- .

1. المدخل القيادي : يعود هذا المدخل إلى آراء المدرسة النمساوية التي هي واحدة من أقدم المدارس في دراسة الإستراتيجية . ومن روادها الأوائل Schumpeter الذي كان يرى أن الإستراتيجية هي مهمة القيادات العليا فقط . وبناءً على تلك الرؤيا للإستراتيجية يرى (Mintzberg) أن التفكير الاستراتيجي هو جزءاً من خبرة وسمات ومدركات القادة يساعدهم في تبني الإستراتيجية الأفضل . ومن ثم فإن التفكير الاستراتيجي لا يكون موجوداً ضمن الرؤيا الشاملة للدولة أو المؤسسة وإنما فقط ضمن الخرائط العقلية لقادة متخذي القرار في تلك الدول أو المؤسسات . وهذا الفهم للتفكير الاستراتيجي يؤكد اتجاهات واحدة من أكثر المدارس شهرة في الإدارة الإستراتيجية القائمة على افتراض القائد العليم بكل شيء ، إذ تعد التفكير الاستراتيجي واحداً من الأدوات الإستراتيجية المستعدة للقائد في تحليل البيئة الخارجية .

2. مدخل القرار الإستراتيجي : يهتم الحقل المعرفي للإستراتيجية بشكل أساس بنماذج صنع القرار الاستراتيجي كما هو الحال مع مدرسة صنع القرار والتي لا تشير دائماً إلى المحلل الفرد أو المفكر الفرد إلا إنها ، وطبقاً لهذا المدخل ، ترى التفكير الاستراتيجي أنه عملية ضمن نموذج سلسلة عمليات خطية متكاملة لصنع القرار الاستراتيجي . ويحدد (Torset, 2000:5) ثلاث مراحل رئيسة لصنع القرار الاستراتيجي هي (7) :- .

6 - سيروان عبد العزيز : مصدر سابق ، ص 181 - 185 .

7 - أياد محمد ثامر : القيادة والقرارات الإستراتيجية ، عمان ، دار الميسرة للطباعة والنشر ، 2007 ، ص 120 .

- أ- تحديد القرار : وتتضمن مرحلتي تمييز القرار وتشخيص القرار .
- ب- تطوير القرار : وتتضمن مرحلتي البحث عن القرار وتصميم القرار.
- ج- اختيار القرار: وتتضمن مراحل فحص القرار وتقييم القرار والتفويض باختيار القرار .

ويظهر التفكير الاستراتيجي ضمن تلك المراحل كخطوة أو مرحلة ثانوية ضمن مراحل تمييز القرار وتشخيص القرار والبحث عن القرار . وهذا المدخل وأن كان متطوراً عن المدخل القيادي لأنه يخلص التفكير الاستراتيجي من كونه خصيصة قيادية إلى كونه مرحلة تحليلية مبرمجة ضمن عمليات صنع القرار الاستراتيجي ، إلا أن التفكير الاستراتيجي بقي ، على وفق هذا المدخل ، مقتصرأ على القيادات العليا في الدولة والمؤسسات .(8)

3. المدخل الفوضوي : اعتمد (Langley) ورفاقه عام 1995 ، عندما حددوا أبعاد المدخل الفوضوي ، على نموذج علبة القمامة لـ March و Olsen و Cohen وأوضحوا أن صنع القرار الاستراتيجي لا يخضع للعمليات المبرمجة والمهيكلية بسبب مستويات عدم التأكد العالية وصعوبة رصد وتوقع التغيرات في البيئة الخارجية بل يعد مجموعة عمليات متداخلة بشكل فوضوي غير مبرمج ولا محدد مسبقاً (مشابهاً لحالة الفوضى في علبة القمامة)(9) . وينظر إلى التفكير الاستراتيجي على وفق هذا المدخل كونه عملية غير مبرمجة ضمن عمليات صنع القرار الاستراتيجي أو ضمن عمليات صياغة الإستراتيجية . وعلى الرغم من أن المدخل الفوضوي يؤشر التعقيد والارتباك العالي للعمليات الإستراتيجية إلا أنه لا ينظر إلى التفكير الاستراتيجي باعتباره عملية رئيسة ذلك التعقيد وفك التشابك (Torest , 2001 : 6) .

8 - أياد محمد ثامر : مصدر سابق ، ص 123 .

9 - سعد الدين طعمه : أساسيات الإدارة الإستراتيجية ، بيروت ، دار العربي للطباعة والنشر ، 2002 ، ص 65 .

4. مدخل العمليات المتنوعة : تدرك الاتجاهات الفكرية ضمن هذا المدخل العمليات الإستراتيجية إدراكاً أكثر تطوراً وتكاملاً إذ تقرر بالترابط الوثيق بين تلك العمليات والأبعاد الهيكلية والسياسية والتنظيمية الأخرى داخل الدولة أو المؤسسة . ومن هنا تؤكد تلك الاتجاهات أن العمليات الإستراتيجية لا تقتصر على القيادات العليا فحسب وإنما تمتد إلى المستويات القيادية كافة وتعد من بين مسؤولياتها . ومن رواد هذا المدخل Bower و Noda و Burgelman الذين تعمقوا أكثر في دراسة العمليات الإستراتيجية معتبريها سلسلة متكاملة ضمن الكيان المؤسسي من الأسفل إلى الأعلى ومن الأعلى إلى الأسفل . وانطلاقاً من أن هذا المدخل يرى التفكير الاستراتيجي بمثابة إحدى العمليات الإستراتيجية ذات العلاقة بالنواحي السياسية والتنظيمية والهيكلية الأخرى والذي يتنوع مع تنوع المستويات القيادية الدنيا والعليا التي تقوم به ، فإنه لا يعبر عن عملية خطية مبرمجة ولا فعل عشوائي غير منظم . أن هذه النظرة ذات الطبيعة المتنوعة للتفكير الاستراتيجي تعد خطوة هامة في مجال تطور مداخل دراسة التفكير الاستراتيجي إذ ينتهي هذا المدخل إلى اعتبار التفكير الاستراتيجي الطريقة التي يستخدمها الأفراد والمؤسسات للتفكير والمؤسسات للتفكير في الإستراتيجية(10) .

5. المدخل العلمي : حقق Raimond قفزة نوعية في الدراسات الإستراتيجية عام 1996 عندما نظر إلى التفكير الاستراتيجي نظرة علمية باعتبارها عملية إستراتيجية رئيسة وهامة قائمة على التحليل وله مراحل متتابعة بشكل يجعله مرتبطاً بالجانب الأيسر من الدماغ ويهدف إلى التنبؤ بالمستقبل بتطبيق أدوات وتقنيات تحليلية لتحديد القوة الرئيسة المؤثرة في النتائج المستقبلية . ويسمى هذا المدخل أيضاً بالمدخل التحليلي أو المدخل التقاربي . ويعد هذا المدخل خطوة

10 - رائد سلمان فاضل : العقل الاستراتيجي للقيادات الإدارية وأثره في إدارة الإبداع ، رسالة ماجستير ، الجامعة المستنصرية ، 2007 ، ص 59 .

هامة في تطور إدراك ودراسة التفكير الاستراتيجي لتحديد نماذجه وأبعاده وعلاقاته واقترن بشكل واضح بالدول والمؤسسات في أمريكا الشمالية وأوروبا .

6. المدخل الإبداعي : قدم Raimond مدخلاً آخرًا هو المدخل الإبداعي ويمثل أعلى مستويات التطور الذي وصلت إليه مداخل دراسة التفكير الاستراتيجي متفقاً مع Nonaku وTakeuchi في اعتبار التفكير الاستراتيجي ابتكاراً للمستقبل بواسطة التفكير حدسياً وإبداعياً في المجالات الرئيسية التي يجب أن تنشط فيها الدول والمؤسسات وللسيطرة عليها . ويسمى هذا المدخل أيضاً بالمدخل الحدسي أو المدخل التشعبي ويقترن بشكل واضح بالدول والمؤسسات في آسيا ويرتبط فيه التفكير الاستراتيجي بالجانب الأيمن من الدماغ . وساعد هذا في دراسة التفكير الاستراتيجي على طرح الباحثين لنماذج مختلفة للتفكير الاستراتيجي وتحديد علاقاته مع المتغيرات الأخرى⁽¹¹⁾ . ويؤكد Raimond على النظرة التكاملية للتفكير الاستراتيجي من خلال المدخلين الأخيرين العلمي والإبداعي لأن التفكير الاستراتيجي في ذات الوقت هو عملية علمية وإبداعية تعتمد على التحليل والتركيب والإبداع والتنبؤ ويشترك في تأديته كلا جانبي الدماغ .

ثانياً : مفهوم التفكير الاستراتيجي :

يعد موضوع التفكير الاستراتيجي الأكثر حداثة ضمن حقل الإدارة الإستراتيجية مما يضيف على دراسته صعوبة مضافة إلى كونه في الأساس من المواضيع المرتبطة بالقدرات العقلية والذهنية ذات المستوى العالي وهو ما يعقد إجمالاً محاولات تحديد مفهومه . وعلى الرغم من ذلك حاول عدد من الباحثين دراسة مفهومه لتيسير عملية إدراكه وطرحوا لذلك مفاهيم عدة . كما أنهم سعوا إلى تحديده بشكل أكثر دقة من خلال تشخيص أبعاده وخصائصه . وبناءً يعرف

11 - واعد واصف : مداخل التفكير والقرارات الإستراتيجية ، دمشق ، الحكمة للطباعة والنشر ، 1998 ، ص 85 .

التفكير الاستراتيجي في بداية نشوء بأنه التخطيط للمستقبل وأنه لا يختلف عن التخطيط الاستراتيجي . ولذلك حدث خلط كبير بين فهم التفكير الاستراتيجي وعلاقته بكل من الإدارة الإستراتيجية والتخطيط الاستراتيجي وحاول العديد من الباحثين دراسة وتوضيح تلك العلاقة ثلاثية الأبعاد (التفكير الاستراتيجي والإدارة الإستراتيجية والتخطيط الاستراتيجي) إلا أن دراسة (Mintzberg) تعد قفزة نوعية لحسم ذلك التداخل بين الموضوعات الثلاثة عندما رفض أن يكون التفكير الاستراتيجي مجرد نوع من الأفكار المتعلقة بالإدارة الإستراتيجية بل هو طريقة خاصة بالتفكير ذات خصائص مميزة بحد ذاتها .(12)

وأوضح (Mintzberg) أن التخطيط الاستراتيجي عملية تحليلية غرضها برمجة الإستراتيجية مسبقاً وتكون النتيجة النهائية هي الخطة ، في حين أن التفكير الاستراتيجي هو عملية تركيبية تستخدم الحدس والإبداع وتكون نتيجتها النهائية تصور متكامل للمشروع الاستراتيجي .

وأختلف الباحثون في تحديد مفهوم التفكير الاستراتيجي ، فقدم مجموعة منهم مفاهيم أولية وعامة من دون الخوض في التحليلات الدقيقة والأعمق لذلك المفهوم ، فنظر (سعد الدين) إلى التفكير الاستراتيجي كونه (عملية استنتاج لواقع أدائي مطلوب تعتمد على القدرة التي يمتلكها صانع القرار في توظيف عناصر فكرية في مجرى عملياتي تستوعب الواقع وإحداثياته وتعتمد إلى محاكمته بحقائق واعية تمثل جوهر المعرفة بالهدف والوصول إليه عبر وسائل لا تتغير بتغير الظروف فحسب وإنما بتغير الوعي الذاتي للقيم على الإستراتيجية) فاعتبر التفكير الاستراتيجي (تعبير مجرد لمفهوم العقيدة يعتمد على مجموعة من الأفكار والأهداف والأساليب التي تنتظم وفق إطار عام يغلب عليه التنظيم ووحدة الوعي والأداء حتى يصبح التفكير أو العقيدة مرجعاً تقاس عليها الأهداف وتتحقق عبرها) فرأى Prahalad و Hamel أن التفكير الاستراتيجي هو (مهارة بناء الإستراتيجية) . وأعدده

¹² - واعد واصف : مصدر سابق ، ص 86 - 90 .

Wilson, 1994) مجرد التفكير في الإستراتيجية) . وقدّم (Dror, 1998:1) مفهوماً أعمق يرتبط بالإدراك والمعرفة والتفكير فأعد التفكير الاستراتيجي هو (البنى الإدراكية المتوفرة في الدولة لخدمة الأساس المعرفي والفكري لتحديد الخيارات المهمة للتأثير في المجالات المختلفة) . وأشار (Jonas, 1999:1) إلى التفكير الاستراتيجي على أنه (عمليات عقلية ينحصر تطبيقها في عمليات صنع القرار لإيجاد الأسس المنطقية للحصول على الفرصة الإستراتيجية) . وقدّم (Nawb, 2001:1) مفهوماً مقتضياً عندما أعد التفكير الاستراتيجي (طريقة لاستخدام المعلومات والموارد لتحقيق النتائج) .⁽¹³⁾

وطرحت مجموعة أخرى من الباحثين مفاهيم أعمق وأدق للتفكير الاستراتيجي متباينين فيما بينهم إلى ثلاث فئات . ركزت الفئة الأولى على أهداف التفكير الاستراتيجي والغرض منه ، في حين ركزت الفئتين الثانية والثالثة على طريقة التفكير استراتيجياً . وعلى النحو الآتي⁽¹⁴⁾ :-

الفئة الأولى : تطرقت هذه الفئة من المفكرين إلى التفكير الاستراتيجي من زاوية الغاية والهدف من عملية التفكير فأشار (Stacey, 1992) إلى أن التفكير الاستراتيجي هو (استخدام أساليب نوعية لتطوير أفكار إبداعية جديدة وصياغة أفعال على أساس التعلم الجديد) وأعدّه Hendry و Johnson و Newton, 1993 كونه (عمليات إدراكية يجري خلالها فهم المؤسسات والبيئات وتطور الاستراتيجيات) . وعرض Robert مفهوماً آخر للتفكير الاستراتيجي هو (توليد صورة مسبقة لما يجب أن تتطلع إليه المؤسسة في المستقبل على أساس المتغيرات النوعية أكثر من الكمية) ورأى Ginsberg, 1994 أنه (عملية حل القضايا الإستراتيجية الحدية من خلال توليد الأفكار الإبداعية) . وعرفه

¹³ - William R . Lasher : Strategic thinking for smaller Business and division Nichols college , 1995 , P 16 .

¹⁴ - مؤيد عبد حسين : التحليل الاستراتيجي في منظمات الأعمال ، عمان ، أترء للطباعة والنشر ، 2008 ، ص 128 - 130 .

Oshannassy,1999:15 على أنه (وسائل متناسقة لحل المشكلات الإستراتيجية وإدراك المستقبل ضمن هيكل الإدارة الإستراتيجية بجمع الفعاليات العقلية للأفراد والمجموعة) . وأما Nehdi,2001:4 فقد رأى أنه (عملية عقلية تسمح بتوقع القضايا والأحداث في المستقبل وخلق البدائل المختلفة وفهم الآراء وتقرير الأهداف وتحديد اتجاه تحقيق تلك الأهداف على أساس المنفعة) وشبهه DPI,2002:1 بـ (عملية الولادة والحياة التي تمكن القائد من صياغة الإستراتيجية وفحص البيئتين الداخلية والخارجية والتخطيط للمستقبل) .

الفئة الثانية : ركزت هذه الفئة في المفاهيم التي قدمت للتفكير الاستراتيجي على طريقة التفكير استراتيجياً متفكراً في ذلك مع الفئة الثالثة التي تليها إلا إنها تميزت عنها في تمسكها بطريقة التفكير الغربية القائمة على التحليل والكم والتي تدرك الإستراتيجية كونها علماً فعرض Suutari,1993 التفكير الاستراتيجي على أنه (قدرة توليد الأفكار وصنع القرارات على وفق فهم مبادئ صياغة الإستراتيجية وطبقاً للأهداف والاتجاهات الإستراتيجية) . وفهم Lawrence,1999:4 التفكير الاستراتيجي كونه (عمليات تفكير وفعل تتضمن مجموعة جيدة من بدائل الفعل والتخمينات للجوء إليها عند حدوث التحديات المختلفة للمؤسسة) . ووصفه Dan&Trigg,2000:1 أنه (مجموعة عمليات تسمح للقائد والفريق القيادي المساعد بتصميم النواحي الكمية للخطة الإستراتيجية لتطوير تصور حول كيفية نظرة المؤسسة لمدة نهاية الخطة) . وقد توسع Masifern,2002:5 في مفهوم التفكير الاستراتيجي أكثر فقدمه على أنه (مجموعة من المبادئ والأفكار والسياسات والقواعد العملية التي تكون طريقة للقادة يفكرون بواسطتها ودليل يرشدهم في أعمالهم اليومية) . وجسد WBC,2003:1 فهماً آخر للتفكير الاستراتيجي عندما أكد على أنه (عملية صياغة رؤيا واقعية بواسطة تطوير

القدرات ضمن فريق العمل وحل المشكلات والتفكير الحدي وبما يساعد على مواجهة التغيير والتخطيط للمستقبل واستثمار الفرص). (15)

الفئة الثالثة : ركزت هذه الفئة على طريقة التفكير الأسيوية أو الشرقية القائمة على الإبداع والخيال والنوع والتي تنظر إلى الإستراتيجية كونه فناً. وينطبق ذلك على مفهوم Ohmae, 1982 للتفكير الاستراتيجي إذ قدمه كونه (اتحاد مجموعة طرق تحليلية هي الاختبار والإدراك وتعيين أولويات الأفكار والمرونة العقلية لإطلاق العنان وبحرية للخيال والموهبة لإنتاج الأفكار الإستراتيجية الإبداعية). إلا أن أكثر ما يجسد التوجه العام لهذه الفئة هو مفهوم Mintzberg,1994:108 الذي يعد من أدق المفاهيم توضيحاً للتفكير الاستراتيجي إذ يرى أنه (تركيب من الحدس والإبداع لإنضاج تصور متكامل للمشروع الاستراتيجي ولوضع رؤيا شاملة ومنتقنة للاتجاهات والاستراتيجيات الواجب تحريرها لتظهر في أي زمان وأي مكان في خلال عمليات غير منظمة من التعلم غير الرسمي المهم تنفيذه بواسطة الأفراد في المستويات المختلفة والمتخصصين في قضايا محددة) وأنفق معه Bagg2001:1 في أن التفكير الاستراتيجي هو عبارة عن (توليفة مكونة من الحدس والإبداع لإنتاج منظور متكامل ورؤيا معقدة ومنتقنة بمستوى عالٍ للاتجاه الذي يجب أن يكون حراً ومطلقاً ليظهر في أي وقت ويأخذ مكانه ضمن المؤسسة) . ورأى Nadler, 1994 أنه (عمليات إبداعية للتفكير في التكوين والفعل والتعلم الخاص بالإستراتيجية) . وأشارت إليه كونه (طريقة تفكير خاصة تتضمن خمسة عناصر أساسية هي إدراك النظم والنية الإستراتيجية والتفكير الفرصي والتفكير في الوقت والتفكير الإبداعي) . وعرض Torset,2001:23 مفهوماً آخر للتفكير الاستراتيجي معتبراً إياه (عمليات إدراكية فردية وجماعية تهدف إلى البحث عن القضايا والفرص الإستراتيجية عبر مراقبة الموارد والبيئة) . وبعد عرض تلك

15 - سعد غالب حسين : الإدارة الإستراتيجية المفاهيم والمداخل ، عمان ، اليازوري للطباعة والنشر ، 2006 ، ص 88 .

المفاهيم يمكن تشخيص مفهوم محدد التفكير الاستراتيجي هو (التفكير المستقبلي عالي المستوى في الأبعاد الحيوية لتحقيق الأهداف الإستراتيجية). (16)

ثالثاً : أبعاد التفكير الاستراتيجي :

يعد التفكير الاستراتيجي من الأنشطة الإستراتيجية ذات القدرات العقلية عالية المستوى والذي يحتاج تطبيقه على أرض الواقع إلى تحديد لخصائصه ولأبعاده بشكل دقيق ، لذا قدم الباحثون إسهامات متعددة لوصف أبعاد التفكير الاستراتيجي تقارب بعضها وتباعد الأخر تبعاً للاتجاهات الفكرية لهؤلاء الباحثين . فقد حدد الباحث Ohmae,1982 خمسة حالات لأبعاد لتفكير الاستراتيجي هي (الحدس ، والإبداع ، والخيال ، والتحليل ، والفعاليات الكمية) .

كما قدمت الباحثة Liedtka,1998 خمسة أبعاد أخرى هي (النية الإستراتيجية ، وإدراك النظم ، والتفكير الفرصي ، والتفكير في الوقت ، والتفكير الإبداعي). في حين ذهب الباحث Sanders,1998:62 إلى أبعد من ذلك محدداً ستة أبعاد أخرى هي (النظرة الشاملة ، والتغير المؤسسي الذاتي ، والأخذ بالتأثيرات الصغيرة ، والتفكير التصوري ، والبحث البيئي ، والتفكير اللاخطي) . وعرض الباحثان Grundy,1999 و Wensley أبعاداً للتفكير الاستراتيجي بشكل هرم قوامه الأبعاد الآتية من القاعدة إلى القمة (التحليل الاستراتيجي ، والعلاقات السببية ، والخيارات الإستراتيجية ، والرؤيا ، والسلوك العملي) . وطور الباحث Osannassy,2000:6 أبعاداً تعتمد إلى حد كبير على أبعاد الباحثة Liedtka هي (النظرة الشاملة ، والنية الإستراتيجية ، والتفكير في الوقت ، والمشاركة الشاملة) . وأشار الباحث Tan,2000:2 إلى ستة أبعاد هي (تشخيص

16 - سعد غالب حسين : المصدر السابق ، ص 85 .

حالة المؤسسة ، وتحليل البيئة ، ووضع الرؤيا الإستراتيجية ، وتطوير الاستراتيجيات ، وتطوير المحتوى الشامل ، وقيادة التغيير الاستراتيجي). (17)

وبين Bagg,2001,1 أن أبعاد التفكير الاستراتيجي هي (التخطيط ، وتركيز القيادة على اتجاه محدد ، والتركيز على الهدف الأهم ، والتخطيط للمكان المناسب) . واقتصرت آراء Nawb,2001:2 على ثلاثة أبعاد هي (الرؤيا الإستراتيجية ، والمهمة الإستراتيجية ، والخطة الإستراتيجية) . في حين ركز St على ثلاثة أبعاد أخرى هي (الإبداع ، والرؤيا ، والحدس) . وشخص DSO,2002:4 ثلاثة أبعاد أيضاً ولكنها (التركيب ، والتحليل الشعبي ، والإبداع) وطرح Masifern2002:6 ثلاثة أبعاد أخرى مستنداً إلى مدخل مختلف في دراسته للتفكير الاستراتيجي وبناءً على أدوات وتقنيات تحليلية متعددة ، وتلك الأبعاد هي (الإبداع ، والرؤيا ، والتخطيط) .

وعبر ST,2002:1 عن أربعة أبعاد هي (التركيز ، والتفكير بعيد المدى ، وانتقاء الهدف الأهم ، والفعل التطبيقي) . ودرس WBC,2003:1 أبعاداً (التنظيم ، والرؤيا الشاملة ، والتفكير متعدد النواحي ، والقوى المؤثرة ، والخيار العقلاني) . والملاحظ من دراسة تلك الطروحات لأبعاد التفكير الاستراتيجي أن الباحثين لم يتفقوا على أبعاد معينة وأن عدداً منهم تبنى الأبعاد ذاتها ولكن بمسميات مختلفة بعضها عن البعض . ويعزى ذلك إلى حداثة البحث والتنظير في موضوع التفكير الاستراتيجي بالإضافة إلى تباين الاتجاهات الفكرية للباحثين . ويمكن تأشير عدد من الأبعاد نالت الاهتمام والاتفاق الأكثر من الباحثين وهي (الرؤيا ، والإبداع ، والحدس ، والنية الإستراتيجية ، والتفكير في الوقت) . ونحن نميل الى اعتبار أبعاد الباحث Liedtka,1998 هي الأكثر تعبيراً عن التفكير الاستراتيجي وهي (النية

17 - عادل عبد الكريم : الخيارات الإستراتيجية على مستوى منظمات الأعمال ، مجلة الدراسات الاقتصادية ، الإمارات ، عدد 32 ، السنة السابعة ، ص 180 .

الإستراتيجية ، وإدراك النظم ، والتفكير الفرصي ، والتفكير في الوقت ، والتفكير الإبداعي) .

رابعاً : التفكير الاستراتيجي ضمن التحليل المنظمي :

في ضوء اختلاف مفاهيم التفكير الاستراتيجي نستطيع أن نصنفه ضمن التحليل المنظمي ودوره في البناء التنظيمي إلى الأصناف التالية : -

أكد التصنيف الأول أن التفكير الاستراتيجي يتسم بالشمولية كونه معرفة علمية شاملة يعنى إنها تسري على جميع أمثلة المظاهر التي يبحثها العلم . وأشار (Takur and colinge)⁽¹⁸⁾ إلى أن التفكير الاستراتيجي يمثل سلسلة متواصلة من الأفكار غير المرئية وشبه هذه الأفكار بسلسلة من اللؤلؤه فإذا فقدت بعض فرزها تعطي سعة لشدة السلسلة ولكن يكون قد أزيل جوهر وجمالية هذه القلادة ، وهذا يعني أن الكاتب أعطى حقه الشمولية لسلسلة متواصلة ومتنوعة لأفكار . وعده Nadler,1994:22-31⁽¹⁹⁾ حالة متصلة مع الماضي عندما أشار إلى أن التفكير الاستراتيجي عملية إبداعية لتكوين الفعالية وتعلم الإستراتيجية . وبكلمات أخرى فأن التفكير الاستراتيجي يعطي الأرضية والخلفية المتكاملة من خلال الفهم والتحليل للأعمال لتقييمها في الوقت المناسب . ومفهوم التفكير الاستراتيجي لدى William R . Lasheres,1995:122 على أنه نظام يوصلنا لتحليل حركة المنظمة في بيئتها ، وتقديم أفضل الطرق للحصول على أفضل المصادر . وهذا يساعدنا على تقليل الخسائر التي تتعرض لها المنظمة في الجوانب التي يكتنفها بعض الضعف وأشار (David Wikinson and Mikle Peder,1995:194)⁽²⁰⁾ إلى أن عملية التفكير الاستراتيجي في المرافق العامة لا تختلف لأنه في الواقع أن مفاهيم التوجه والتفكير المستقبلي .

¹⁸ -David wikinson and Mikle Peder: Strategic thinking in public service, 1995 .

¹⁹ -Takav and coliny : Strategic thinking is hip but does it Make difference , Business Horizons , 1992 .

²⁰ -William R .Lasher :Strategic Thinking for smaller Businesses and

وبناء المشاهد وطريقة التعامل المميزة وقضايا تشبه القيادة العليا تتشابه
المواقف جميعها سواء هنا أو هناك قطاع عام أو خاص . وميز George
Mornisey,1996:5-6 التفكير الاستراتيجي بالمنطق وسعة الأفق عند إشارته
إلى أن التفكير الاستراتيجي قواعد منطقية . كما أنه يمثل عملية حوار في حالة
اختلاف الرأي . ويمكننا القول أن Garrol,1998:63 توافق بالرأي مع
Takurand,1992 عندما أشار إلى أن التفكير الاستراتيجي عملية متكاملة . (21)
تستطيع المنظمة من خلاله أن تحقق توجهاتها العملية بتجاوز الأزمات الحاصلة
من خلال التغييرات البيئية للمنظمة ليعطي المزيد من الفاعلية . ويبين
Timo shannassy,2000:9 أن إمكانية القدرة على بناء التفكير الاستراتيجي
للمنظمة يسهل العملية مما يمكنها من الدخول إلى حالة متطورة ومواكبة للعملية
الإستراتيجية . (22) وأضاف (يونس،2002:103) على التفكير الاستراتيجي
بتجاوز عملية الخطوات التشريعية الممدودة حيث ما يكون التعقيد في المواقف
وتداخل متغيراته يكون التفكير الاستراتيجي وهي حالة لا بد منها . (23) والذي يؤدي
بالنتيجة إلى تحويل الضبابية في المواقف وغموض المستقبل إلى حالة واضحة
ومعاني عملية . ومن الباحثين أعطى أبعاداً عدة للتفكير الاستراتيجي في آن واحد
اتسمت بالشمولية ، إذ عد نهوضاً للتفكير العام ، ويتضمن مجموعة من القدرات
الإشرافية والحدسية والابتكارية والإبداعية والفكرية التي تمكن من يتصف بها من
التجول في محطات الإدارة الإستراتيجية بمرونة عالية وتركيب المعطيات الملائمة
لمستقبلها من خلال إجراء مناظرات معنوية للمختبرات البيئية باستخدام البوستر
والسيناريوهات والنوافذ الإستراتيجية والمواقف الاختيارية والتنبؤية للوصول إلى
أفكار جديدة ، تتجسد بشكل سلوك تضمن البقاء للمنظمة . (24) أما التصنيف الثاني

Division , Nichols college , 1995 . P.122 .

21 - المبرجي ، عادل حرحوش وأحمد علي صالح: رأس المال الفكري ، طرق قياسه وأساليبه
المحافظة عليه ، القاهرة ، المنظمة العربية الإدارية ، جامعة الدول العربية، 2003 ، ص47 .

22 - Geory Morrissey :The national lead ship w.w.w wib leader ship.com
, 1996 , P.5-6.

23 - Garrol , 1998 , P.63.

24 - Ohmae k :The mind of the strategist , Business planning for
competitive Advantage Mear aw Hill , 1982 ,P.12-13.

للتفكير الاستراتيجي على أنه عملية فقد تطرق اليه الباحث Ohmaa k,1982:12-13 إلى أن التفكير الاستراتيجي "عملية تفهم الطبيعة الخاصة لكل عنصر من عناصر الموقف ثم استخدام القدرة الابتكارية والخيال الواسع لاعادة تركيب العناصر بشكل يحقق فائدة ممكنة" وأشار Colinsworder إلى أنه من الممكن وصفة بسلسلة من الأنشطة والفعاليات التي تمكن المنظمة من الوصول إلى هدفها . مما حدى بالعديد من الباحثين والمؤلفين إلى اعتبار التفكير الاستراتيجي بأنه أكثر من عملية لإيصال المنظمة إلى المستوى المطلوب⁽²⁵⁾ ، إذا كان الباحثون واضحين حول التنافس للوصول إلى المرحلة العالمية فإنهم يعملون بشكل راقى في قطاعهم⁽²⁶⁾ بينما تصور Hendry وآخرون بأن التفكير الاستراتيجي عبارة عن عمليات تستطيع المنظمة والبيئة من خلالها أن تستوعب الإستراتيجية في حالة متطورة بينما صور Ginsbery التفكير الاستراتيجي على أنه عملية لمواجهة التفكير الذي يتولد من الإبداع الفكري لوضع الحلول وتقويم الأفكار .⁽²⁷⁾ وبين Bagg A . g,1996:25 أن التفكير الاستراتيجي بأنه عملية تركيب مقارن يشمل الحدس والإبداع . وتقارب Hendry في الرأي مع Torest,2000:120 عندما مثل التفكير الاستراتيجي بعملية معرفية شخصية فتهدف إلى فحص وتحقيق الأهداف الإستراتيجية المناسبة من خلال التعرف على بيئة ومصادر المنظمة .⁽²⁸⁾ وأشارت (شبكة الاتصالات 2004 و SBA) إلى أن التفكير الاستراتيجي هو العملية التي تعمل من خلالها على كيفية تحويل الرؤية للعمل إلى حقيقة بحث طريق تطوير القدرات في جمال عمل القريب وحل المشكلات والتفكير النقدي ، كما أنه أداة مساعدة في مواجهة التغير والتخطيط للتحويلات وتحقيقها وتصور إمكانيات وفرص جديدة . وتمثل التصنيف الثالث بالإبداع والخيال والحدس ، إذ

²⁵ - Ginsbery , A : The completion ion from mapping to Mastery , Strategic Management , 1994 ,p.25.

²⁶ - Hendry , J and G Johnson with J Newton : Strategic Thinking Leadership and management change ,Strategic Management series , John willey and sons, New york , 1993 .

²⁷ - Colin sworder , 1990 .

²⁸ - Torset , C : Strategic Thinking why what and How ? An organizational model of Strategic thinking ,www .Daaphine . Fr , 2000 , P.120 .

أشار (أبن تبرغ ، 192:193-2001) إلى أن الإبداع عملية ذهنية شديدة الترابط ويشكل الإبداع الفني والاكتشافات العلمية واصطلاح عليه (E-De Bone) بالتفكير الجانبي ، أما (كلة : 241) فقد بينت أن الخيال هو إدراكات حسية دون وجود مدرك خارجي فهو مجرد انطباعات ذهنية .⁽²⁹⁾ Mental Impress داخلية المنشأ يسقطها لاشعورياً إلى الخارج فينفذ وخالية المصدر بينما بين (أبن تبرغ :216) أن الحدس Intuition إدراك فوري دون اللجوء إلى تدخل الوعي . ويصاحبه أحساس عاطفي بالافتناع ويعرف شعبياً على أنه الحدس الباطني أو المشاعر الداخلية .⁽³⁰⁾ وأكد التصنيف الرابع أن التفكير الاستراتيجي تحليل تعد عدة Kenichi ohmae,1982:43 على أنه مزيج بطريقة تحليلية (اختيار يساعد على تحديد أولوية للأفكار) وعقلية مرنة (تطلق العنان للخيال والملكة لكي تتمكن من الوصول بشكل واضح لابتكار أفكار إستراتيجية) .⁽³¹⁾ كما شاطره بالفكر التحليلي Lawrence,1988:55 حيث أشار إلى أن التفكير الاستراتيجي تحليل للقوة المؤثرة في العمليات وعد Bob de wit,1988:70 التفكير الاستراتيجي بأنه أحد الصيغ الأكثر تقدماً للتفكير التحليلي يتطلب الاستخدام الثابت والدقيق للمنظمة . وأضاف Porter عنصر منافسة التحليل عندما أشار بقوله إلى "أعتبر التفكير الاستراتيجي شركة منافسة للتحليل" . هذه الرؤية للتفكير الاستراتيجي تطورت من خلال تقييم معنى الإستراتيجية أبعد من كونها طريقة لرسم التفكير الاستراتيجي لا يشمل تطبيق الخطط ، أنه ليس طريقاً لتقييم الإستراتيجية من خلال وضعها المالي أو الاستشاري ،⁽³²⁾ التفكير الاستراتيجي يرتبط بتشكيل أو تكوين الإستراتيجية . وعد التصنيف الخامس للتفكير الاستراتيجي من قبل بعض الباحثين كونه طريقة بافتراضه طريقة للتعرف على القابليات الفردية والتنبؤ - بتفكير الاستراتيجي بشكل يشمل ويؤكد القابليات ، وعرفته

²⁹ - Bob de wit : Strategy Process , content , con text , Thomson Business Press , 1988 , p.70 .

³⁰ - M.E Porter : "what is strategy" Harvard Business Review , 1996 , P.61-78 .

³¹ - Christophe , To rest , 2001,P.99 .

³² - أبن تبرغ هاوارد : الفضاءات الداخلية للاستكشافات الباراسايكولوجية للعقل،توجيه الحارث عبد الحميد وأسيل عبد الرزاق ، المراجعة العلمية عبد الأمير الأسم ، بغداد، دار الحكمة ، 2001، ص 216.

Ledtka,1998 على أن التفكير الاستراتيجي كونه طريقة محددة تتمثل في خمسة عناصر أساسية ، إدراك النظم والبيئة الإستراتيجية والتفكير الفرصي في الوقت والتفكير الإبداعي . ومن الباحثين من عد التفكير الاستراتيجي في تصنيفه السادس على أنه رؤية ومنهم Hasen,1991 من وجهة نظر الباحث باعتبار الإستراتيجية من مخرجات التفكير الاستراتيجي وتابع لرؤية مشتركة لتوجه المنظمة . (33) وتطور هذا البعد عند Henry Mintzebery,1994:108 عندما أشار إلى أن التفكير الاستراتيجي يختلف عن التفكير العادي في حقيقة الأمر باعتبار أن المفكرين الاستراتيجيين بصنوفه على نحو مناسب "الرؤية التي تصور مختلف مكونات التفكير الاستراتيجي من خلال النظر ثم التفكير" . (34)

وأتفق (1996 و Harisey مع 1991 و Hasen) عندما عد التفكير الاستراتيجي يسيء للمنظمة الرؤية الواضحة لمخرجات الأداء وليس وفق برنامج عملي . ومن الباحثين من صنف التفكير الاستراتيجي (oshnassy , T 2001) . إلى ثلاثة عناصر إضافة لعملية التخطيط والرؤية الواضحة للقيادة الإدارية والرؤية للنظام لمعرفة ما هو المهم وإمكانية الخطة على تعديل الفعاليات . (35)

قبل صياغة القرار النهائي ... وهذان البعدان يخدمان الفكر الاستراتيجي في صياغة قراره بما ينسجم مع وضع المنظمة ، إضافة لبعد الإدراك فقدمه Senge,1992:4-10 إلى أن الأفكار الحديثة والبعيدة لا يمكن أن تطبق بدون أن تشكل جزءاً آمناً للعقلية الإدارية ، التفكير الاستراتيجي له القدرة على قيادة الفعاليات الإدارية فقط في حالة أن يعزز بأحكام مرجعية في هذه الحالة يكون التفكير الاستراتيجي تفكير لوضع ذهني . بينما أشار Henry

³³ - oshnassy , T :Models and methodology to study strategic thinking Australian public , 2001 , P.6.

³⁴ - Horrisey , 1996 .

³⁵ - لندال ، دافيدون : مدخل علم النفس ، ط2 ، القاهرة ، دار ماكجروهل للنشر ، 1982 .

Mintzbery,1994:108 إلى التفكير الاستراتيجي كونه ليس "بديل غير عقلاني لكل شيء يجب أن تنسبه تحت غطاء الإستراتيجية". (36)

أنه عبارة عن صفات متميزة للتفكير يشبه بشكل خاص وواضح للإدراك .
ووصف التصنيف الثامن للتفكير الاستراتيجي على أنه معرفة (دافيدون ، 1983)
وتمثل حصيلة المعلومات والخبرات التي يستقيها الإنسان على مدى سنين عدة من
ثقافة وخبرة عن طريق الدماغ لتكوين الخزين المعرفي والتي تترجم بسلوك
الإنسان من خلال الوظائف الحسية والحركة ويقوم بها المخ الأمامي . وبين
(زكريا ، 1989: 22) على أن المعرفة حالة متغيرة تسير في اتجاه تراكمي رأسياً
وافقياً وفق فلسفية . فلذلك نجد الباحثين في العلوم الإدارية لم يفضل الجانب
المعرفي كما وضحه Georjy Morrsey,1996:110 بأن التفكير
الاستراتيجي يشمل كل القدرات المستندة إلى قاعدة رصينة من الخبرات باتجاه
مستقبل المنظمة ، التفكير الاستراتيجي شيء فوق قدرات الإبداع العقلي للخصائص
المتعارف عليها والتي تمكن المنظمة من العمل لمواكبة المستقبل بأخلاقية أو
قدرات عالية مع كل من يفهم الأمر . (37) ومن خلال التصنيف التاسع للتفكير
الاستراتيجي ومنهم Torset C.,2001:99 إذ اعتبره بأنه فكر ناقد حيث أشار
إلى أن "التفكير الاستراتيجي يحصل صفتي الإبداع والنقد العملية التي يمكن من
خلالها التحرك نحو المستقبل وهي التجربة الشخصية والتي تمثل أفضل تفكير
إبداعي لصياغة الأفكار وأفضل فكر ناقد لاختيار هذه الأفكار . ووفقاً للتصنيف
العاشر أن Boland,1990:36 عدة أساساً لمعاني تمثل وسيلة إدراك الفعاليات
الاجتماعية وتابع لهذه الفعاليات . فأشار إلى أنه " ارتباط ديناميكي وسيلة للتفكير

³⁶ - Mintzbery 1994 , Liedtke 1998 : "Strategic thinking" why what and how? An organizational Model of strategic thinking -Loyon ,france.

³⁷ - senge , P: Mental Models , Planning Review . 1992 , P . 4-10.

الاستراتيجي لإعادة بناء فعاليات جديدة تمثل المشروع الذي ينجم عن التفكير الاستراتيجي . (38)

ومن خلال تصنيف مفاهيم التفكير الاستراتيجي يمكن أن تقسم الآراء التي طرحت بشأنه إلى فئتين ومنهم : (39)

أ - أكدت هذه الفئة أبعاد معينة ومنهم (Palph sacey 1992) فالإبداع والابتكار والخيال والحدس والاستشراف . فالتفكير الاستراتيجي من وجهة نظر Palph sacey,1992 هو " قياس المستوى عالٍ من التشابهات لتطوير حالة الإبداع لأفكار جديدة ، وابتكار لقواعد على أساس التعليم الجديد" أما Robert,1993:35 فقد عدة طريقاً واضحاً للتعبير عن الحالات المبدعة والمؤثرة في إستراتيجية الأعمال بدون تفاصيل محددة . ويمكننا التعبير لكي يتحقق التفكير الاستراتيجي أن يترك العنان للفكر الاستراتيجي ليستطيع الوصول إلى هدفه . فالتفكير الاستراتيجي كما عده (Mintzbery,1994) بأنه عملية حدس وإبداع وتأمل مع حقائق معينة⁽⁴⁰⁾ . وأعطى (Phil Hanford) عمقاً كبيراً للتفكير الاستراتيجي عندما عد التفكير الاستراتيجي في جوهره جبل لمتسلق بأكثر من طريقة إبداعية للتفكير بإدارة المنظمة ومفاتيح حقيقية لاغتنام الفرص المنظمة . ومن الباحثين من أجرى مقارنة (P.208-214 , 1996 , Raimond,) بين التفكير الغربي والياباني حيث أن الإستراتيجية الأولى أبدت اهتمامها على قيم الإبداع والخيال والعاطفة والالتزام والطاقة . ومن هنا نجد أن الفئة الثانية أكدت الجانب المستقبلي .

³⁸ - Boland , R . J , RH . Green berg ,S . H Park and Han : Mapping the Process of Problem reform lunation,Implication or strategic though , 1990 , P.36.

³⁹ - cheistoph Torest , 2001, p.99 .

⁴⁰ - عامر محمد ياسين : أبعاد الرقابة الإستراتيجية في منظمات الأعمال ، القاهرة ، المنظمة العربية للتنمية الإدارية ، 1998 ، ص 20 .

ب - أكدت الفئة الثانية ومنهم (Paimand 1996) اعتبار الإستراتيجية منظمة أو هيئة عقلانية والبيانات تقودنا لمستقبل واعد و "الإستراتيجية عبارة عن إبداع وخيال ويتوقف هذا الرأي مع رأي (Robert 1993) عندما أشار إلى أن التفكير الاستراتيجي يولد صورة متميزة للمنظمة تستطيع النظر من خلالها للمستقبل والذي يستند على النوعية وليست الكميات المتغيرة . وعد (لفتة ، 2003 : 31) التفكير الاستراتيجي "هو التفكير المستقبلي عالي المستوى في الأبعاد الحيوية لتحقيق الأهداف الإستراتيجية".(41)

مما تقدم يمكن أن نستخلص أن التفكير الاستراتيجي يمثل نظرة شمولية لتفكير عالي المستوى نتمكن من خلاله الوصول لأفضل النتائج لتحقيق الأهداف المستقبلية للحفاظ على وضع المنظمة التنافسي . ويمكن أن تقول أن التفكير الاستراتيجي تفكيراً راقياً لمستقبل واعد يسير نحو الزمن ليصل بشكل متجذر لأهداف خلاقة .

وانطلاقاً من هذه التصنيفات لمفهوم التفكير الاستراتيجي وقدرته الخلاقة في رسم سياسة المنظمة لأفاق مستقبلية بعيدة المدى ، لأبد من معرفة خصائص التفكير الاستراتيجي ونماذجه الرئيسة .

❖ خصائص التفكير الاستراتيجي :

هي عملية علمية قائمة على التحليل والتنبؤ بالمستقبل من خلال استعمال أدوات تحليلية لتحديد نقطة الوصول للنتائج المحددة بالهدف ، وبنسب متفاوتة وتكون عادة ضمن الحسابات المنطقية بغض النظر عن المرحلة العمرية بهدف اختزال الزمن لحل المشكلة موضوعة البحث . وقد عبرنا عن هذه القدرات بفقرات وكما يأتي : (42)

41 - عامر محمد ياسين : مصدر سابق ، ص 22 .
42 - باسمة نوري الحيايلى : مصدر سابق ، ص 89 - 92 .

أ - قدرات التعامل مع الظواهر التنظيمية وتتمثل (الظواهر المستقبلية ، الظواهر الذهنية ، الإدراك) وتشمل هذه القدرات التنبؤ بالمستقبل ولغرض البحث العلمي وبما يتلائم مع طبيعة العمل في النشاط السياحي تناولنا القدرات الآتية :

1. التنبؤ بالمستقبل Precognition في حجم النشاط السياحي ومعرفة الماضي Retro cognition هو شكل من أشكال الإدراك ومن خلاله يمكن معرفة المستقبل واستطلاع أسرار ه من دون الرجوع إلى البيانات في الوقت الحاضر

2. الاستشفاف clairvoyance اكتشاف معلومات ناتجة عن حادثة مادية معاصرة أو شيء ضمن إطار الحواس الحسية خلافاً للتخاطر .

3. الرؤية viewing صورة ذهنية لمستقبل مشترك منبثقة من الحدس .

ب - قدرات التعامل مع الأفراد : القدرات التي يمكن الاستفادة منها انسجاماً مع طبيعة عمل البيئة التنظيمية من داخل أو خارج المنظمة ، وتشمل : (43)

1. التخاطر Telepathy مصطلح للإشارة إلى صيغة الساي المستقبلية التي يكون من خلالها القدرة على قراءة أفكار ومشاعر الآخرين .

2. الحدس Institution القدرة على التصور والتخيل ، تجمع المعرفة والخبرة لانضاج بصائر جديدة .

3. الفراسة Physiognomy المهارة في تعريف مواطن الأمور من ظواهرها . وفي الحديث الشريف (المعجم الوسيط ص681 ج 2 ، 1) (اتقوا فراسة المؤمن فإنه ينظر بنور الله) .

ج - القدرات العامة : وتمثل قدرات متنوعة في أدائها ومختلفة في مسمياتها وتشمل (المهارات الفردية والقدرة على اتخاذ القرار المناسب والنظرة إلى المستقبل بتفحص وتخطيط مبرمج والاستغلال الأمثل للمصادر والأنشطة ولفعاليات المختلفة) .

❖ نماذج التفكير الاستراتيجي :

43 - باسم نوري الحياي : مصدر سابق ، ص 112 .

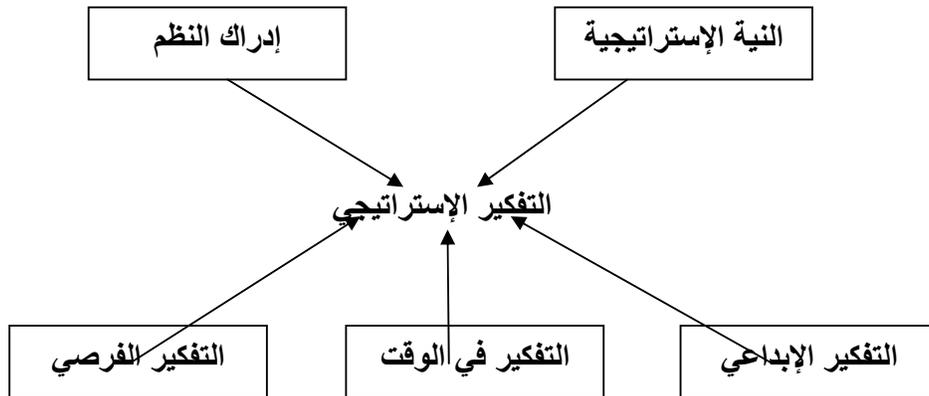
ينظر إلى التفكير الاستراتيجي على أنه من المتغيرات الإستراتيجية المهمة ذات التأثير في تحقيق الدول والمؤسسات لأهدافها الإستراتيجية بإتباع نموذج من نماذجه وخاصة بعد الاتفاق على سرعة حدوث التغيرات البيئية مما افرز عدم جدوى تطبيق المتغيرات الإستراتيجية الأسبق ظهوراً وتطوراً بمعزل عن التفكير الاستراتيجي . ومن هذا المبحث نماذج التفكير الاستراتيجي وعلاقته مع المتغيرات الإستراتيجية الأخرى . (44)

قدم الباحثون نماذج عديدة للتفكير الاستراتيجي ، ونعرض هنا لثلاثة منها الأكثر أهمية وهي (45) :-

1 - نموذج Liedtka 1998 : طورت الباحثة هذا النموذج بالاعتماد على آراء 1994 Mintzberg معتبرة التفكير الاستراتيجي طريقة خاصة في التفكير ذات خصائص محددة . ويتضمن هذا النموذج خمسة أبعاد هي (إدراك النظم ، والنية الإستراتيجية ، والتفكير الفرصي ، والتفكير في الوقت ، والتفكير الإبداعي) . ووجهت دعوات كثيرة من المفكرين لاختبار هذا النموذج ميدانياً . ويوضح الشكل (1) هذا النموذج وأبعاده .

شكل (1)

نموذج Liedtka للتفكير الاستراتيجي



44 - رائد صابر لفته: أثر الاستشراف والتفكير الاستراتيجي في السلوك الاستراتيجي للدولة ،رسالة

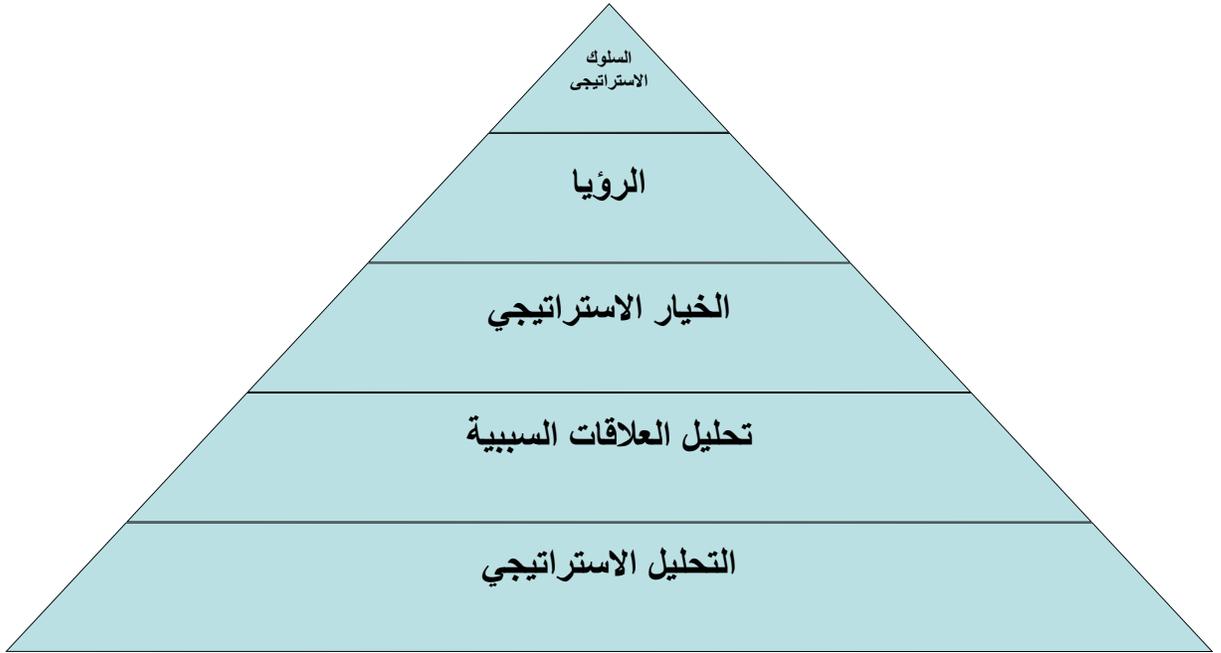
ماجستير ، 2005 ، ص 34 .

45 - رائد صابر لفته : المصدر السابق ، ص 16 .

2 - نموذج Wensley Grundy 1999 : طرح Wensley Grundy 1999 نموذجاً للتفكير الاستراتيجي يعتمد على القدرات الذهنية والإدراكية والتي بسبب إهمالها غالباً ما تفشل الخطة الإستراتيجية . وهذا النموذج يكون بشكل هرم يشمل خمسة أبعاد يمثل كل بعد منها مرحلة مهمة لتحقيق التفكير الاستراتيجي وهي من القاعدة إلى القمة (التحليل الإستراتيجي ، وتحليل العلاقات السببية ، والخيار الاستراتيجي ، والرؤيا ، والسلوك الاستراتيجي) . ووجهت دعوات كثيرة من المفكرين لاختبار هذا النموذج ميدانياً . ويوضح الشكل (2) هذا النموذج .

شكل (2)

هرم Wensley Grundy للتفكير الاستراتيجي (1)



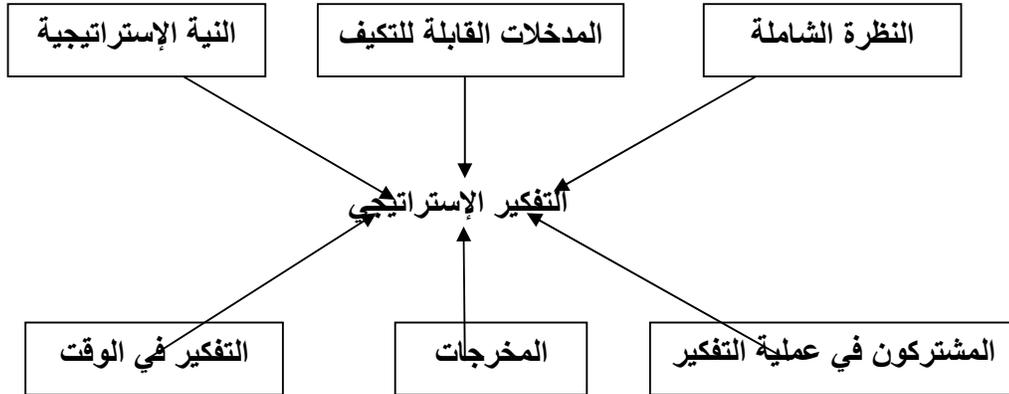
3 - نموذج Oshannassy 2000 : قدم هذا الباحث نموذجاً اعتمد فيه على نموذج Liedtka مع بعض التعديل في الأبعاد والتأكيد على أهمية تأثير المدخلات

¹- Reference : Torest , 2001 , 18 .

القابلة للتكيف في عملية التفكير الاستراتيجي . ويتكون النموذج من أربعة أبعاد هي (النظرة الشاملة ، والنية الإستراتيجية ، والتفكير في الوقت ، والمشاركين في عملية التفكير)⁽⁴⁶⁾. ويوضح الشكل (3) هذا النموذج .

شكل (3)

نموذج Oshannassy للتفكير الاستراتيجي (2)



المبحث الثاني

الإبداع التنظيمي/ المفهوم والأبعاد والخصائص

تعددت الدراسات حول الإبداع ، وفي مختلف المجالات ، ولقد امتدت الظاهرة الإبداعية قديماً في تراث الإنسانية . ويرجع بعض الباحثين وجودها إلى العصور القديمة (الإغريقية والرومانية) . ولقد تعددت تبعاً لتنوع الشعوب

⁴⁶ - رائد صابر لفته : مصدر سابق ، ص ص 35-36 .

²- Reference : Oshannassy , 2000 : 9 .

والمجتمعات والطوائف ، النظرة إلى الإبداع ، ومن ثم تباينت التعاريف الموضوعية له ، كما تنوعت وتعددت مراحل الإبداع التي صنف لها الباحثون ، ويشمل هذا المبحث : النشأة والتطور ، مفهوم الإبداع ، مراحل الإبداع .

أولاً : النشأة والتطور : (47)

يبدو للوهلة الأولى أن كلمة (الإبداع) والتي أصبحت شائعة الاستعمال سواءً من قبل الأكاديميين أو رجال السياسة والاقتصاد وحتى جمهور الناس ، مفهومه ومحددة المعالم لدرجة لا تستدعي السؤال عن جوهرها أو ماهيتها ، ولكن واقع الحال هو غير ذلك . لقد تطور مفهوم الإبداع عبر ثلاث مراحل أساسية أثناء العصور الماضية .

المرحلة الأولى :

تمتد منذ أقدم العصور صعوداً نحو العصر الإغريقي ، ومروراً بالعصر الجاهلي وانتهاءً بعصر النهضة الأوروبية والعقود الأولى من القرن العشرين ومن أبرز سماتها :

1. الخلط بين مفاهيم الإبداع والعبقرية والذكاء والموهبة والنبوغ المبكر .
2. الاعتقاد بأن الإبداع والعبقرية تحركها قوى خارجة عن سيطرة الإنسان .
3. التركيز على دور الوراثة والقطرة إذ يوجد الإبداع والعبقرية في سلالات معينة .
4. اقتصار صنف (مبدع وعبقري) على قلة من من يأتيون بأعمال خارقة.
5. التفاوت بين الحضارات في مختلف العصور فيما يختص بميادين العمل الإنساني إذ حظيت الانجازات الإبداعية فيها بالاعتراف والتقدير والتي اقتصر على ميادين الحكم والفلسفة والأدب وفنون القتال والهندسة المعمارية والرسم والنحت وبدرجة أقل ، العلوم .

المرحلة الثانية :

47 - رائد سلمان : مصدر سابق ، ص 42 - 50 .

ظهرت بدايات هذه المرحلة تقريباً مع نهايات القرن التاسع عشر مع ظهور الأفكار المتعلقة بالعوامل الاجتماعية والبيئية في السلوك الإنساني ، إذ اتسعت دائرة النقاش والخلاف أثناء النصف الأول من القرن العشرين بين كل من أنصار البيئة من جهة والوراثة من جهة أخرى من حيث دورهما في تشكل السلوك الإنساني والسمات والقدرات العقلية المختلفة ، ومن سمات هذه المرحلة : (48)

1. المساواة بين مفاهيم الإبداع والعبقرية والذكاء .
2. ظهور عدة نظريات حاولت تفسير الظاهرة الإبداعية .
3. اتساع دائرة الاهتمام بالإبداع في العلوم الحياتية والطبية .

المرحلة الثالثة :

يمكن القول بأن منتصف القرن العشرين حتى العصر الحاضر ، هو الامتداد الفعلي لهذه المرحلة إذ أصبح مفهوم الإبداع ينظر إليه على أنه توليفه تنتج فيها العمليات العقلية والمعرفية أنماط التفكير والشخصية والدافعية . ومن سمات هذه المرحلة :-

1. التمايز بين مفهومي الذكاء والإبداع وكذلك الموهبة .
2. ظهور نظريات جديدة في الإبداع .
3. تطوير عدداً كبيراً من البرامج المختصة بالإبداع .
4. الاعتقاد بأن الإبداع موجود لدى جميع الأفراد كالذكاء وأنه يتوزع على وفق منحني التوزيع السوي للقدرات العقلية .
5. اتساع دائرة مجالات العمل الإنساني التي تعترف المجتمعات بالإنجازات الإبداعية فيها .
6. تطورت مقاييس الإبداع بدورها .

ثالثاً : مفهوم الإبداع :

48 - رائد سلمان : مصدر سابق ، ص 51 .

يعد الإبداع ظاهرة قديمة ، فمنذ بدء الخليقة والإنسان يبدع ويخترع وكذلك تفعل الجماعة والمنظمة والمجتمع وقد دخل هذا الموضوع محوراً للتناول الفلسفي ، إلا أن الاهتمام العلمي المنظم بدأ في أوائل الخمسينات من القرن العشرين . (49)

وقد تعددت المفاهيم حول الإبداع إلى عدة مجاميع . عبرت المجموعة الأولى من الباحثين عن نظرتها للإبداع على أساس تعبيره عما هو (جديد) كما وعرفه Ivancevich ولادة لفكرة جديدة وتنفيذها بتحويلها من حالتها المثالية إلى واقع بوصفه منتجاً أو عملية جديدة أو خدمة جديدة ، التي تؤدي إلى النمو وزيادة سرعة التنفيذ وتوليد الأرباح . وفي اللغة الانكليزية فإن كلمة Innovate جاءت من الكلمة اللاتينية Innovare وتعني : يجدد . وجاء في (معجم العلوم الاجتماعية) بأن كلمة إبداع تعني : أي فكرة أو سلوك أو شيء جديد يختلف نوعياً عن الأشكال الموجودة ويرى آخرون إن للإبداع خصوصية تميزه ، فهو يمتلك دورة حياة تبدأ بابتكار وتنتهي مع ظهور ابتكار لاحق على الموضوع قيد النظر ، وفي الاتجاه نفسه . يرى لـ (Skinner & others) : إن الإبداع خلق أفكاراً جديدة واستخدامها في منتجات ، عمليات ، خدمات تكون قائمة للاقتصاد القومي باتجاه النمو مع زيادة كل من التوظيف والأرباح . أما بالنسبة لـ (Jones & others) : عملية خلق بضائع وخدمات جديدة أو تطوير أفضل الإنتاج أو التوريد بخدمات أو بضائع . أما (Thompson) : توليد للجديد من الأفكار والعمليات والمنتجات أو الخدمات وقبولها وتطبيقها . أما (Daft) : تبني فكرة أو أسلوباً جديداً لصناعة المنظمة أو سوقها أو بيئتها العامة . أما (الشماع وحمود - 1989) : أدخل شيئاً جديداً إلى العالم لم يسبق أن وجد . وبذلك فقد قربا الإبداع من الابتكار (50) .

وضمن سياق آخر نورد سلسلة أخرى من التعاريف أشارت إلى مفهوم آخر للإبداع ، وذلك لمجموعة أخرى من الباحثين طرحوا تصوراً مختلفاً ، على أساس

49 - حمزة عبد الموجود : الإبداع المنظمي ومقوماته ، المنظمة العربية للتنمية والعلوم الإدارية ، القاهرة ، 1995 ، ص 130 .

50 - حمزة عبد الموجود : مصدر سابق ، ص 135 .

الإبداع (عملية) . وهنا نجد أن Smith قال : أن العملية الإبداعية هي التعبير عن القدرة على إيجاد علاقات بين أشياء لم يسبق أن قيل عنها شيئاً . فيما نجد أن Kant في كتابة (نقد العقل) يقول : أن الإبداع عملية طبيعية تخلق قوانينها الخاصة⁽⁵¹⁾ ، وأن فعل الإبداع يخضع لقوانين مختلفة من ضمنها لا يمكن التنبؤ به . وبعض الباحثين جعل للابتكار والإبداع مفهوماً واحداً . أما Cariol : فعده عملية اجتماعية إلى جانب اكتشاف علمي وأما Meer & Stein : عملية تتضمن معرفة دقيقة بالمجال ، وما يحتويه من معلومات أساسية ووضع الفروض واختبار صحة هذه الفروض ، وإيصال النتائج إلى الآخرين . ويتفق Schermerhorn مع الرأي السابق ، مضيفاً : تطبيق الأفكار سوف ينتج عنه خدمة المستهلك أو الإنتاجية⁽⁵²⁾ . كما أن كلا من (Moorhead & Griffen) قد قالا بالاتفاق مع الرأي السابق موضحين : ضرورة إدخال السلع أو/و الخدمات أو/و العمليات الجديدة المواقع التسويقية . ولقد طرح كل من (Robbins & Coulter) مفهوماً متفقاً مع ما سبق ، وأشار إلى ضرورة أن تكون الفكرة خلاقية وأن تكون الناتج مفيداً . فيما أشار آخرون إن الإبداع عملية جماعية تنظيمية تهدف إلى ضمان تبني متغيرات جديدة على المنظمة أو المنظمات ذات الأهداف المتشابهة تتمثل في مدخلات جديدة للمنظمة (اختراعات وأفكار) وتحفيز أعضاء المنظمة على تقديم مقترحات للتغيير (التكنولوجي والإداري) عن طريق توفير المناخ المناسب لضمان النجاح في تقديم مخرجات جديدة لتحقيق إشباع حاجة ما⁽⁵³⁾ .

وضمن سياق آخر وردت من تعاريف الإبداع أشارت إليه بوصفه (قدرة).وفي هذا المجال أشارت (The New Empirical Reference Dictionary) : القدرة على الاتيان بشيء جديد . فيما قال (Kreitnes & Kinicri) بالمفهوم نفسه في سياق التعريف السابق . وأورد بعض الباحثين

51 - محمد حسين جواد : القيادة الإدارية والإبداع ، عمان ، دار إثراء للنشر والتوزيع ، 2005 ، ص 12 .

52 - محمد حسين جواد : مصدر سابق ، ص 135 .

53 - وائل حسين : فن الإبداع الإداري والتنظيمي ، مجلة البحوث الاقتصادية والإدارية ، الرياض ، العدد السادس ، السنة الثانية ، 2008 ، ص 130 .

التصور نفسه جاعلاً الإبداع قريناً للابتكار وكما عرفه Simpson : الانشقاق من التسلسل العادي في التفكير إلى مخالفته كلياً . فيما أشار البعض أنه : مظهر نفسي داخلي للنشاط الإبداعي الذي يتضمن الآليات واللحظات والديناميات النفسية بدءاً من بداية المشكلة أو صياغة الافتراضات الأولية وانتهاء بتحقيق الناتج الإبداعي . وتدرج في إطار هذه العملية ديناميكية الحياة الانفعالية والعاطفية والعوامل الشخصية بكاملها⁽⁵⁴⁾ ، وتدرج أيضاً نشاطات التفكير والقدرة على نقل المعلومات وإيجاد العلاقات بين العناصر المعرفية . فيما أشارت القدرة على إيجاد شيئاً جديداً كحل لمشكلة ما أو أداة جديدة أو أثر فني أو أسلوب جديد . أما Stolenter ، فعده قدرة على حل المشكلات أو عرض أسئلة في مجال معين بطريقة فيها جديد . ولكنه يشترط أن تكون مقبولة في مجال ثقافي أو علمي معين .

وضمن مدلول إضافي أشارت سلسلة أخرى من التعاريف إلى الإبداع بوصفه (تغييراً) . إذ عرفها (الدهان) : السلوك الإنساني الذي يؤدي إلى تغيير في ناتج المواد المستخدمة في المنظمة . ويتصف التغيير بالجدية والأصالة والقيمة والفائدة الاجتماعية . وفي هذا السياق يرى (الدهان) بانتفاء مفهوم التمييز بين الإبداع والابتكار في اللغة ، لذلك يستخدم الإبداع كقرين للابتكار . فيما عرفه Peter Durker : التغيير الذي يخلق أبعاداً جديدة للأداء . أما Knight : تغيير جديد سواءً في المنظمة أم البيئة ذات العلاقة . في حين نجد آخرون يرى بأن تعريف الإبداع يعني بالإشارة إلى ثلاثة أمور :⁽⁵⁵⁾

1. هو فعل تغيير معتمداً الخيال والتصور والمعرفة .
2. هو عملاً واعياً وجهداً دؤوباً .
3. هو عملية تستنبط فيها الحقائق غير المعروفة أصلاً .

التفكير الإبداعي والقدرات الإبداعية :

54 - وائل حسين : مصدر سابق ، ص 135 .
55 - عبد العظيم الدهان : الإبداع والابتكار / مفاهيم ومدخل ، دمشق ، دار العربي للنشر والتوزيع ، 1985 ، ص 106 .

هناك عوامل أساسية مستقلة للقدرة الإبداعية ، بدونها لا تستطيع أن نتحدث عن وجود إبداع . من هذه العوامل ما يأتي : (56)

1. الطلاقة : ويقصد بها القدرة على إنتاج أكبر عدد من الأفكار الإبداعية .
2. المرونة : هو بقاء الشخص بمقتفاه إلى تبني أنماط فكرية محددة يواجه بها مواقف الحياة مهما تنوعت واختلفت .
3. الحساسية للمشكلات : الشخص المبدع يستطيع رؤية الكثير من المشكلات في الموقف الواحد . فهو يعي الأخطاء ، ونواحي النقص والقصور ، ويحس بالمشكلات أحساساً مرهفاً .
4. الأصالة : الشخص المبدع ذو تفكير أصيل أي أنه لا يكرر أفكار المحيطين به فتكون الأفكار التي يولدها إذا ما حكمنا عليها في ضوء الأفكار التي تبرز عند الأشخاص الآخرين .

❖ عصر الإبداع

لقد دخل عالم الأعمال الآن مساراً جديداً . فالمتطلبات القديمة - رأس المال ، والمواد الخام ، وتكنولوجيا العمليات - تظل باقية كما هي . ولكن دوائر الأعمال تسعى الآن إلى تحقيق ميزة جديدة - دقيقة وخطيرة ، وجوهرية للغاية - وهي ميزة الإبداع .

هذا هو عصر الإبداع لأنه عصر المعرفة . وفي الزمن الذي يطلق فيه المعرفة ، فإن الإبداع يضيف إلى المعرفة قيمة ويجعلها أكثر منفعة بصورة مطردة . وعندما نكون قد حددنا وفهمنا ، أصولنا الإبداعية ، نستطيع أن نبدأ في استكشاف مسألة (كيف) - كيف نعثر على القدرات الإبداعية ، وتحولها إلى نجاح ، أي كيف يمارس الارتجال الحر . (57)

❖ القدرة العامة

56 - صلاح الدين : التفكير الإبداعي ، ط1، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع ، 2010 ،

ص 13 - 15

57 - جون كاو : الإبداع في المشروعات ، ترجمة أسعد حليم ، ط1 ، مركز الأهرام للتوجيه والنشر ، 2001 ، ص 1 - 4 .

فقد لا نجد خلافاً كبيراً في القول بأن هذا العصر هو عصر العلم وتطبيقاته ومع ذلك فإننا لن نجد إلا أقلية محدودة تؤمن إيماناً عميقاً بهذه الحقيقة . وقد أمكن التعرف على كثير من رجال العلم والفكر ممن يشهد لهم بالبراعة ، والدقة ، والنظرة اللامعة ، والحماس للتغيير الاجتماعي والإفادة من العلم وتطبيقاته وسترى أن تلك القدرة العامة تنقسم إلى عدد من القدرات الفرعية الأخرى والتي منها : (58)

1. القدرة على الإحساس بوجود مشكلة .

2. القدرة على انتخاب واختيار الحلول الملائمة .

3. القدرة على وضع تصورات أو صياغات جديدة تثبت فاعليتها وكفاءتها.

4. القدرة على متابعة الجهد العقلي عبر كل المشتقات .

الارتجال الحر وأداء القدرة الإبداعية :

أنها سلسلة من الخطوات لتحقيق التوازن . فهو يحب دائماً أن يكون منضبطاً وملتزمًا ولكنه لا يكون مقيداً قط - بالصياغات ، والخطط المرسومة المدونة . ويجب دائماً أن يكون متدفقاً إلى الخارج ، وإلى الأمام ، وإلى الأعلى . ولذا فهو بالضرورة الحقيقية لا يقبل الاكتفاء أو الرضا عن النفس .

وهناك سبعة جوانب للتحدي المصاغ صياغة جيدة : اللغة ، والسياق والجمع بين القول والمال ، والإعداد ، والانضباط ، والمشاركة ، والتقمص الوجداني . (59)

القدرات العقلية بين الذكاء والإبداع

إن الإبداع أو القدرة على الإبداع وإلى وجودها لدى الناس المبدعين بوجه خاص ، وتكون هذه القدرة من مستويات متعددة ، وتبدو في أشكال من السلوك المبدع ، وفي مقدمة ما يشملها هذا السلوك : التأليف والتخطيط والاستنباط والاختراع ، والانتهاج من الاختيار والتمييز بين الإمكانيات المتعددة إلى حلول مبتكرة وذات معنى لمسألة أو موضوع ، ويحتمل في هذه الزاوية تبدو هذه القدرة

58 - صلاح الدين العمري : مصدر سابق ، ص 26 - 29 .

59 - جون كاو : مصدر سابق ، ص 31 - 125 .

في نوع الانفكاك في منظومات فكرية سابقة أخذت صيغة جديدة تنطوي على الأصالة وتوصف بالإبداع أو الابتكار. (60)

المبحث الثالث

موقع الاقتصاد السياحي ضمن أطار التفكير الإستراتيجي والإبداع التنظيمي

تشير الدراسات والأبحاث في مجال إدارة منظمات الأعمال المعاصرة ، أن أغلب هذه المنظمات ، الإنتاجية منها والخدمية في ظل التغيرات البيئية المتسارعة هي تكون بأمس الحاجة إلى النماذج المتكاملة من التفكير الاستراتيجي والخطط الإستراتيجية المنطلقة من رؤية إبداعية تنظيمية لكي تستطيع هذه المنظمات أن تحقق أهدافها وتعزز من قدرتها التنافسية في السوق . والحقيقة أن الاقتصاد السياحي هو أحد القطاعات الخدمية المهمة التي تبرز ضمن سياق منظوماتها

60 - ثامر غباري وخالد أبو شعيرة: القدرات العقلية بين الذكاء والإبداع ، ط1 ، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع ، 2010 ، ص 215 .

العملية في تقديم الخدمات السياحية وتطوير قدراتها الإنتاجية في مجال الصناعة السياحية ضرورة وجود منظومة التخطيط الاستراتيجي ، وذلك من خلال تحديد الرؤية المستقبلية لتطوير هذا القطاع وتحديد رسالته المستقبلية وضمن هذه السياقات يستطيع الاقتصاد السياحي أن يحدد أهدافه وغاياته الإستراتيجية والمرحلية .

ومن الجدير بالذكر هنا أن منطلقات فهم وإدراك التفكير الاستراتيجي ودوره في تنمية وتطوير الاقتصاد السياحي تتأتى من خلال مراحل أعداد وصياغة وتنفيذ الخطة الإستراتيجية لهذا القطاع ، وتأتي في مقدمة هذه المراحل هي مرحلة صياغة الخطة الإستراتيجية من خلال دراسة وتحليل العوامل البيئية بجانبها عوامل البيئة الخارجية المتضمنة التحديات التي تواجه السوق السياحية وتغيرات الطلب السياحي والفرص المتاحة للاستثمار السياحي وضرورة استغلال هذه الفرص في المجالات أو الاتجاهات التي تنمي وتطور هذا القطاع .

وعوامل البيئة الداخلية التي تتحدد بالإمكانات المادية والبشرية والمالية المتاحة ضمن أنشطة القطاع السياحي ، إذ إن حجم وقدرة هذه الإمكانيات ومدى توفرها هي التي تضمن نجاح الخطة الإستراتيجية ، وبعد توافر هذه الإمكانيات من المقومات الأساسية لصياغة الخطة الإستراتيجية ، وفي ضوء دراسة وتحليل العوامل البيئية (الداخلية والخارجية) التي تعكس أمام متخذي القرار نقاط القوة والضعف التي تواجه عملية التفكير الاستراتيجي المطلوب لتنمية وتطوير مؤشرات واقع هذا القطاع وآفاقه المستقبلية ، تستطيع إدارة القطاع السياحي أن تحدد نمط الاختيار الاستراتيجي وماهية الإستراتيجية المطلوبة لتخطيط هذا القطاع من خلال مقابلة نقاط القوة والضعف (في داخل القطاع السياحي) مع الفرص والتحديات أو التهديدات الخارجية (التي تواجه القطاع السياحي) من خلال متغيرات البيئة الخارجية المتعددة والمتسارعة .

وفي ضوء هذا التحليل ونتائجه ، يستطيع صاحب القرار بما يمتلكه من قدرة في التفكير الاستراتيجي للقيادة العليا وما تمتلكه من قدرة إبداعية تنظيمية أن تحدد

نمط الإستراتيجية المطلوبة للنهوض بهذا القطاع ، هل هي إستراتيجية توسعية أم إستراتيجية انكماشية أو إستراتيجية مستقرة ، حيث لكل نمط من هذه الأنماط أسسها ومقوماتها وشروطها ويتم ذلك في ضوء ضرورة مقابلة نقاط القوة والضعف (عوامل البيئة الداخلية) مع عوامل البيئة الخارجية (الفرص والتحديات) .

وبعد أن تم تحديد الإستراتيجية المطلوبة للنمو القطاعي المعتمدة على عمق فهم وإدراك قيادة هذا القطاع لمنطلقاتها الرئيسية المبنية على قوة الإبداع والابتكار التخطيطي تستطيع المنظمة أن تحدد رسالتها المستقبلية وأهدافها طويلة الأجل التي تتضمن أهداف إستراتيجية وتكتيكية ممكن أن تتغير هذه الأهداف في ضوء التغيرات البيئة والإمكانات الذاتية لمنشآت وأنشطة القطاع السياحي . وبعد أن يتم تحديد أهداف النمو القطاعي والعمل المستمر لتحقيق هذه الأهداف تأتي مرحلة تقييم نتائج أهداف التفكير الاستراتيجي (الخطة الإستراتيجية القطاعية) ومدى قدرة الإدارة في صياغة هذه الأهداف ومواصفاتها مع الظروف البيئية الداخلية والخارجية ومن خلال نتائج تقييم عملية صياغة الخطة الناتجة من :-

- القدرة أو قابلية الأهداف المحددة للتخطيط .
 - تحليل اتجاهات نمو هذا القطاع .
 - آراء الزبائن أو مستخدمي الخدمة السياحية .
- تستطيع الإدارة الإستراتيجية (الإدارة العليا) أن تعتمد عمليات التغذية العكسية كأسلوب لمراجعة عملية صياغة الخطة الإستراتيجية وإعادة النظر في منطلقات التفكير الاستراتيجي في ضوء ما آلت إليه النتائج العملية لتنفيذ الخطة الإستراتيجية وعملية نمو النشاط السياحي .

الفصل الثالث

عناصر الجذب السياحي وأهميتها في السياحة
المستدامة

المبحث الأول : مفهوم السياحة وعوامل نشأتها
وتطورها وأنواعها

المبحث الثاني : الأهمية الاقتصادية للصناعة السياحية

المبحث الثالث : عناصر التنمية السياحية المستدامة

المبحث الأول

مفهوم السياحة وعوامل نشأتها وتطورها وأنواعها

أولاً : مفهوم السياحة

تعرف السياحة على إنها عملية انتقال الأشخاص من مكان إقامتهم الدائمة إلى مكان آخر لفترة لا تقل عن (24) ساعة ولا تزيد عن سنة . والسياحة نشاط يزاوله الإنسان بهدف الترويح عن النفس من زحمة العمل اليومي الذي يؤديه ، وعليه يمكن تعريف السياحة بأنها التحرك الذي يقوم به " الفرد أو مجموعة من الأفراد بفرض الانتقال من مكان إلى آخر لأسباب اجتماعية أو للترفيه أو لقضاء الإجازات أو لحضور المؤتمرات أو المهرجانات أو للعلاج والاستشفاء ، وليس بغرض العمل والإقامة الدائمة ، ولا يدخل في السياحة الهجرة من بلد إلى آخر أو حتى العمل المؤقت ، أو أعضاء السلك الدبلوماسي" (61) .

ويمكن تحديد أكثر من وجهة نظر للسياحة إذ ينظر علماء الاقتصاد للسياحة من زاوية الطلب والعرض السياحي . ذلك من خلال طلب السائح لخدمات السفر

61 - كافي ، حسين : رؤية عصرية للتنمية السياحية في الدول النامية ، الهيئة المصرية العامة للكتاب ، القاهرة ، 1991 ، ص 51 .

والمواصلات والإقامة المتمثلة بالفنادق أو الشقق المؤثثة أو المخيمات وكل ما يتعلق بذلك من خدمات وسلع توفر الراحة للسائح وينظرون إليها من ناحية العرض على أنها هي التي تقوم بإنتاج كل تلك الخدمات المذكورة في أعلاه وتعد السياحة من المنتجات ذات الخصوصية ، إذ لا يمكن نقلها من مكان لآخر "... لذلك تعد من الصناعات القليلة التي يقوم فيها المستهلك بالانتقال بنفسه إلى المنتج في مكانه للحصول عليه"⁽⁶²⁾ .

أما علماء الاجتماع فإنهم ينظرون إلى السياحة باعتبارها تلبي رغبة الإنسان في الاطلاع على نمط حياة الشعوب الأخرى من علاقات اجتماعية وثقافية وعادات وتقاليد ، وبذلك فهي تحقق للسائح رفاهية خاصة وشعور بالراحة النفسية والجسدية والعقلية والتي من شأنها أن تخلق ثقافات جديدة ناتجة من تداخل او امتزاج ثقافات الشعوب المختلفة .

أما علماء القانون فإنهم ينظرون للسياحة من زاوية المعاملات والإجراءات الرسمية المتعلقة بموضوع الانتقال وفترة الإقامة وكيفية الدخول والتي يمكن من خلالها التمييز بين السائح والعاير والمهاجر والمقيم ، وهناك عدة تعريفات للسياحة تبنتها منظمات وهيئات السياحة العالمية أهمها⁽⁶³⁾ تعريف منظمة السياحة العالمية (W.T.O) (*) التي تؤكد أن السياحة هي مجموعة الأنشطة التي يمارسها الأشخاص المسافرون أو المقيمون في الأماكن المعتادة لهم طلباً للمتعة والترفيه والتي تتم خارج بيئتهم الاعتيادية .

كما تعرف السياحة بأنها " فن تنظيم الاستقرار والراحة المعنوية وتقليل التوتر لدى السائح ، وإشباع رغباتهم ودوافعه ، وهذا بالطبع يتعلق بالبرنامج السياحي وطبيعته لدى الشركات السياحية وسر نجاحها يتوقف على إيجاد مزيج من

62 - كافي ، حسين : مصدر سابق ، ص 16 .

63 - الانصاري ، رؤوف محمد علي : السياحة في العراق ودورها في التنمية والأعمار، بيروت ، ط1 ،

2008 ، ص 13 .

(*) (W.T.O) : منظمة السياحة العالمية (World Tourism Organization)

البرامج السياحية المناسبة للسائحين ، وهي من العوامل الهامة لتحقيق أهداف أي شركة سياحية وتنشيط إقبال السائحين على برامجها وتعاملهم معها "(64) .

❖ السائح

السائح هو ذلك الزائر المؤقت الذي يتواجد في بلد غير بلد إقامته الدائمة ، والذي لا ينوي الإقامة أو العمل الدبلوماسي أو العبور وأنه غير عامل في أطقم نقل المسافرين ولا تتجاوز مدة إقامته على سنة ولا تقل عن يوم وأن تكون الإقامة برغبة منه وليس لها هدف تحقيق مكتسبات اقتصادية ، وعليه أن يقوم بصرف أموال جاء بها من بلده الأصلية أي أنه سوف يقوم بعمل استهلاكي يتحقق من خلاله للبلد المضيف زيادة في الدخل من خلال قيام السائح بدفع اجور الخدمات وشراء المنتجات المحلية .

وقد عرف " المؤتمر العالمي للسياحة عام 1963 السائح أنه من يزور بلداً غير بلده يقيم فيه بصورة دائمة ومعتادة لأي سبب من الأسباب عدا قبول وظيفة بأجر في البلد الذي يزوره أي تغيير مكان الإقامة المعتادة لفترة مؤقتة ، وبعبارة أوضح تغيير البيئة الاجتماعية لأي غرض غير غرض العمل بأجر"(65) .

وقد عرف السائح بأنه : " الإنسان الذي يسافر لقضاء إجازته خارج سكنه الأصلي أو مكان عمله بهدف الاستمتاع بالطبيعة أو زيارة الأماكن الأثرية التاريخية ، وقد يعد سائحاً من غادر بلده للمشاركة في مؤتمر أو لقاء علمي أو اجتماعي أو ثقافي أو قاصداً منطقة معينة تتميز بمناخها الصحي الذي يعالج من بعض الأمراض المزمنة"(66) .

64 - كافي ، مصطفى يوسف : التسويق السياحي مدخل استراتيجي واقتصادي متكامل ومنسق ، ط1 ، 2009 ، ص 18 .

65 - الحسن ، حسن : السياحة صناعة وعلاقات عامة ، الدار اللبنانية للنشر والعلاقات العامة ، بيروت ، ط2 ، 1978 ، ص 20 .

66 - عبد القادر ، مصطفى : دور الإعلان في التسويق السياحي ، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع ، بيروت ، 2003 ، ط1 ، ص 37 .

ونعتقد أن السياحة هي عملية انتقال طوعية الى المقصد السياحي لغرض الاستجمام والراحة على أن لا تقل عن 24 ساعة ولا تزيد عن سنة .

❖ الدخل السياحي

"هو ذلك الإيراد المتحقق من العملات الأجنبية والذي ينفقه السائح الوافد داخل البلد الجاذب للسياحة بما في ذلك أجور النقل للشركات الوطنية العاملة في مجال نقل السواح ، وتدخل في ميزان المدفوعات متضمنة الإيرادات من زوار اليوم الواحد وفق توصيات دليل ميزان المدفوعات الصادر من صندوق النقد الدولي"(67) .

من ذلك يتضح أن أهم البنود التي يشتمل عليها الدخل السياحي هي :

1. رسوم تأشيرات الدخول والمغادرة للسائحين .
 2. نفقات النقل التي تتفق على وسائط النقل الوطنية .
 3. رسوم الخدمات التي تأخذ من وسائط النقل السياحية ، وكذلك رسوم الهبوط والمرور بالنسبة للطائرات والسفن السياحية الأجنبية .
- من ذلك يتحدد لنا مجموع الدخل السياحي والذي يبين من خلال الميزان السياحي مدى الربحية المتحققة في البلد . وهناك عدة محددات للإنفاق اليومي للسائح منها :

1. المستوى العام للأسعار في الدولة المضييفة .
2. طول أو قصر مدة إقامة السائح .
3. طريقة حياة السائح وفقاً لوضعه المادي .

⁶⁷ - كافي ، مصطفى يوسف : مصدر سابق ، ص 18 .

4. النفقات الغير محسوبة من قبل السائح مثل الضرائب التي يمكن أن تفرض على الإقامة .

ثانياً نشأة السياحة وعوامل تطورها

تزامنت نشأة السياحة مع ظهور الإنسان ، وكانت بسيطة وبدائية في مظهرها وأسبابها ووسائلها ، كما أن الغرض منها يتناسب مع النشاطات والتطلعات الإنسانية في بداية تقدمها التي كانت تتصف مظهرياً بضروريات الحياة ، مثل البحث عن الطعام والشراب أو المسكن أو الصيد أو البحث عن مجتمعات بشرية أخرى لأغراض اجتماعية أو اقتصادية أو لزيادة المعرفة بأساليب الحياة عندهم .

ومع التطور والتقدم الحضاري والتكنولوجي للإنسانية لم تعد السياحة نشاطاً ترفيهي ووسيلة للتسلية ، بل أصبحت صناعة قائمة لها أبعادها وأهدافها ومساهماتها في المداخل القومية للاقتصاد الوطني في كثير من دول العالم وأداة للثقافة بين الشعوب(68) .

وتعتبر صناعة السياحة إحدى الظواهر الهامة التي شهدها القرن العشرين ، ومن هنا سمي القرن العشرين (قرن السياحة) كما ويعتبر القرن الحادي والعشرون هو (قرن صناعة السياحة) لأنه من المتوقع لهذه الصناعة أن تكون أكبر صناعة في هذا القرن وذلك لحجم العوائد التي تتحقق جراء الإنفاق السياحي ولأهمية هذه الظاهرة في حياة الأفراد والجماعات البشرية في مختلف أنحاء العالم . لذلك تغيرت النظرة السياحية من مجرد ظاهرة اجتماعية إنسانية إلى إنها صناعة مركبة تهدف إلى تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية في العصر الحالي .

مراحل تطور السياحة :

⁶⁸ - ثائر ، محمد مهدي : التسوق السياحي المعاصرة ، المكتب العربي دمشق، 2005 ، ص 118 .

أ. العصور البدائية والحقبة الأولى :

ومن أبرز مظاهرها استخدام الدواب في التنقل والسفن الشراعية وكانت أهدافها (الانتقال بهدف التجارة ، الانتقال بهدف زيارة الأماكن المقدسة ، مثل زيارة مكة المكرمة وبيت لحم وانتقال أبناء الملوك للتعليم في المراكز الدينية في لندن وأوروبا وكذلك انتقال أبناء الأغنياء للتمتع بالطبيعة والمصايف والمشاتي والبحار والشلالات وزيارة عجائب الدنيا السبع مثل اهرامات مصر وجنائن بابل المعلقة ومنارة الإسكندرية وتمثال رودس الكبير ، ومعبد رتيמוש ومقبرة مزوليس ، وسور الصين وبرج بيزا) . وتأتي لفظة السياحة في اللغة العربية من جذر الفعل (ساح السائح سائحاً) ، الذهاب الى الارض للعبادة والترهب او جال في البلاد للتنزه او التفرج ، والسائح هو الصائم الملازم للمساجد لأنه يسبح في النهار بلا زاد ، وفي سورة التوبة / الاية 2 ، من قوله تعالى : " فسيحوا في الارض اربعة اشهر واعلمة انكم غير معجزى الله وان الله مخزي الكافرين " ، وفي سورة التوبة ايضا / الاية 121-122 ، من قوله تعالى : " التائبون العابدون الحامدون السائحون الراكعون الساجدون الآمرون بالمعروف والناهون عن المنكر والحافظون لحدود الله وبشّر المؤمنين " (1) . وروي عن الامام علي بن ابي طالب (ع) انه قال : " روّحوا عن انفسكم فإن القلب إذا أكره عمى " .

وتقسم هذه المرحلة إلى : (2)

- العصور البدائية الأولى : وتمتد ما قبل التاريخ إلى ظهور الحضارات .
- العصور القديمة : في مصر والرافدين وتبدأ من نشأة حضارات وادي النيل والرافدين 5000 ق،م وتنتهي بسقوط الدولة الرومانية وأهم ما يميز هذا العصر

1- لويس مخلوف ، المنجدة في اللغة ، دار المشرق ، بيروت ، ط 35 ، سنة 1963 ، ص 368 .

2- الخضيرى ، أحمد محمد : تطور السياحة في العالم ، مكتبة مدبولي في القاهرة ، ط 1 ، 2007 ، ص 129 .

ظهور الجيوش والأديان والأنظمة والقوانين وظهور دوافع جديدة مثل (الدافع الديني ، الدافع المادي (التجاري) ، الاستطلاع)

ب. العصور الوسطى :

تبدأ هذه المرحلة من سقوط الإمبراطورية الرومانية عام (395م) حتى القرن الخامس ومن المعروف أن الإمبراطورية الرومانية تعد آخر إمبراطورية في العصور القديمة وكانت آنذاك مركز إشعاع ثقافي وفكري وتجاري وكان لها الأثر الأكبر في تطور حركة الأسفار .

وبعد ذلك انتقلت التجارة إلى الدولة البيزنطية وشهدت العصور الوسطى تطور في النقل البحري الأوربي وكذلك ظهور الدولة الإسلامية كقوة وحضارة منافسة وامتدادها إلى بيزنطية عاصمة البيزنطيين وكذلك امتدادها في أوروبا وأسيا وأفريقيا جعل ذات إشعاع فكري تطورت خلالها الأسفار بهدف الحج إلى بيت المقدس ومكة المكرمة وبروز عدد من الرحالة العرب أمثال ابن بطوطة وابن جبير والمسعودي والبلاذري ، وكان من أهم دوافع السفر في هذا العصر: (69) (دافع التجارة ، الدافع الديني ، الترحال والاستكشاف ، الاستشفاء) .

ج. مرحلة عصر النهضة :

تبدأ هذه المرحلة بعد انتهاء عصر الإقطاع في أوروبا في القرن الخامس عشر الميلادي ونشوء الرأسمالية التجارية وحتى قيام الثورة الصناعية في النصف الثاني من القرن الثامن عشر الميلادي التي سميت بعصر النهضة . ومن أهم ميزاتها الاستكشافات الجغرافية للعالم الجديد والتنافس بين الدول والمستكشفين للحصول على ثروات العالم الجديد وعودة ظهور الدول والحكومات (70) .

69 - الخضيرى ، أحمد محمد : مصدر سابق ، ص 136 .
70 - الخضيرى ، أحمد محمد : مصدر سابق ، ص 138 .

د. عصر ما بعد الثورة الصناعية والعصر الحديث :

تطورت دوافع السفر والسياحة في العصر الحديث الذي شهد تطور واستقرار للطبقة العاملة وحصولهم على إجازات مدفوعة الأجر على أثر الثورة الصناعية وما أفرزته من تطورات شتى في المجالات الاقتصادية والاجتماعية المختلفة .

مميزات السياحة في عصر ما بعد الثورة الصناعية :

- ظهور التشريعات التي تمنح الإجازات مدفوعة الأجر للعاملين .
- ارتفاع مستوى دخل الأفراد وخاصة في أوروبا وأمريكا .
- تزايد حجم السكان بشكل مضطرد .
- تطور العلاقات بين الدول .
- تطور كبير في وسائل النقل والاتصالات وخاصة النقل الجوي ، وتطور صناعة السيارات والقطارات السريعة .

مميزات السياحة في العصر الحديث : (71)

1. عدم اقتصار السفر والسياحة على طبقة الأغنياء .
2. انخفاض تكاليف السفر نسبياً .
3. تطور أماكن الإيواء وتعددتها وتنوعها واتساع الرقعة الجغرافية المنتشرة عليها .

71 - الخضيرى ، أحمد محمد : مصدر سابق ، ص 150 .

4. اتجهت الرحلات السياحية من الرحلات الفردية إلى الرحلات الجماعية .

5. أصبحت ظاهرة السياحة مؤثرة إيجاباً في اقتصاديات الدول .

6. ظهور علم السياحة في بداية الستينات من القرن الماضي لأول مرة كعلم بوصفه علم مستقلاً ومتكاملاً ومعترفاً به . وتم إنشاء المدارس والمعاهد والجامعات المتخصصة بتدريس هذا العلم .

7. اعتبرت السياحة فن تقديم الخدمة ، وفن الضيافة .

8. ظهور السياحة الدولية نتيجة تطور وسائل النقل العابرة للقارات .

9. تزايد الاستثمارات الدولية في قطاع السياحة .

عوامل نشأة السياحة وتطورها :

وبعد أن تم استعراض مراحل تطور نشأة السياحة ، سوف نستعرض فيما يلي أهم العوامل التي أسهمت في نشأة السياحة وتطورها والتي بدون وجودها لا يمكن أن يكتمل المنتج السياحي بالصورة التي تجعل منه مقصداً سياحياً ، ومكاناً سياحياً يأموه السياح .

1 - المادة الخام :

تعدّ المادة الأولية من المقومات الأساسية لصناعة السياحة ، فالموارد الطبيعية الجاذبة للسياح تمثلها المقومات السياحية الطبيعية التي أوجدها الله سبحانه وتعالى في مختلف مناطق العالم مثل المناخ والتضاريس والشواطئ والمحيطات والبحار والأنهار والغابات والحياة الحيوانية . كما تتضمن عوامل الجذب الحضارية المنتشرة في العالم من أماكن تاريخية وأثرية ، وعلى العموم تشكل المادة الخام القيمة الأصلية للمنتج السياحي وتقسّم إلى قسمين :

أ - أماكن القصد الطبيعية الجاذبة للسياح :

والتي هي من (صنع الخالق سبحانه وتعالى) حيث قام الإنسان بتهيئتها
لاستقبال السياح مثل :

- المناطق الطبيعية ذات المناظر الخلابة والساحرة في مظهرها .
- الشواطئ بتعرجاتها ورمالها الناعمة وأشكالها الطبيعية التي تبعث على الراحة .
- المحيطات بأنواعها ومياهها العميقة وبأحيائها المائية . وما يمكن للناس أن يمارسوه من رياضة ونشاطات بحرية مثل ركوب الأمواج والغوص ... الخ .
- البحار بمياهها وأحيائها المائية ونباتاتها وشعبها المرجانية وتكويناتها المختلفة وما يمكن القيام به من نشاطات سياحية بحرية .
- الأنهار بتعرجاتها وما تصنعه من بيئة نباتية على ضفافها وما يمكن ممارسته من نشاطات مائية مثل ركوب الزوارق النهرية ومراكب الصيد ومراقبة الطبيعة ... الخ .
- الثلوج وما يرتبط فيها من نشاطات ورياضات ومن أهمها التزلج على الجليد والثلج وركوب المزلج الحيوانية والآلية .
- الجبال بجميع أشكالها وأنواعها وما ترتبط بها من رياضات مثل تسلق الجبال أو التجوال عبر ممراتها أو التزلج على الثلوج التي تغطي أجزاء منها .
- المياه المعدنية الحارة الكبريتية . وما يرتبط بها من التمتع والاستشفاء .

ب - أماكن القصد السياحي غير الطبيعية (من صنع الإنسان) :

تتميز هذه العناصر بأنها من أهم مقومات الجذب السياحي لأنها من صنع الإنسان وإبداعه المتراكمة عبر العصور المتوالية لتشكل في نهاية المطاف إرثاً إنسانياً يهم جميع بني البشر ويمكن تصنيفها إلى: (72)

1. الأماكن الأثرية والتاريخية: حيث تعتبر من أهم المقاصد السياحية ، للاهتمام العالمي بها إذ إنها تعتبر من أرقى أنواع السياحة الذي يستقطب السياح من كبار السن وذوي المستويات العلمية العالية . ومن أشهر هذه الأماكن عالمياً (البتراة إحدى عجائب الدنيا السبع الجديدة وكذلك سور الصين العظيم ،الخ) .

2. المواقع الدينية التي تشكل محجاً في موسم معين مثل : بيت لحم والقدس الشريف ومكة المكرمة ، وكذلك المزارات المختلفة عند مختلف أصحاب العقائد السماوية وغيرها في مختلف بقاع العالم .

3. المدن الحضارية مثل روما ، لندن ، نيودلهي .

4. ناطحات السحاب .

5. الخدمات الحضارية (فنادق ، مطاعم ، وسائل ترفيهية ، وسائل مواصلات ، خدمات أخرى ،الخ) .

6. توفر المسارح ودور السينما والصالات والمدن الرياضية .

7. إضفاء أجواء آمنة على مختلف مراحل العملية السياحية .

وهذه العناصر الحضارية يمكن تقليدها ومنافستها ، من هنا يمكن القول أن الدول السياحية يمكن أن تتميز بتوفير الجودة العالية من الخدمة وتقديم أفضل الخدمات لإشباع الحاجات والرغبات التي يطلبها السائح .

72 - ثائر محمد مهدي : مصدر سابق ، ص 120 - 122 .

2 - اليد العاملة :

تمثل الشغيلة العاملة عنصراً أساسياً في حياة المجتمع الإنساني ، فلولا العمل لما تطورت الحياة على كوكب الأرض ، فهو يمثل أيضاً من زاوية أخرى الجهود البشرية التي يبذلها العاملون في مختلف الأنشطة السياحية المعروفة العامة والخاصة ، كما يعتبر هو المحرك الرئيسي لأي نشاط إنتاجي وخاصة النشاط السياحي .

ويعد حقل السياحة والسفر مكاناً هائلاً للطاقة في مجال استخدام الايدي العاملة وتهيئة العمل بمستوى محلي وعالمي ، لذا يصح القول بأن كل عمل واحد من مجموع ثمانية أعمال في العالم يمكن اعتباره ناتج عن السياحة والسفر بصورة مباشرة أو غير مباشرة ويدخل ضمنها أيضاً الأعمال الزراعية بهدف توفير الطعام إلى السياح وتعتبر المناطق الريفية التي تعني بالصناعات الشعبية والتقليدية من المناطق التي تعاني من نقص في العمالة ، وهذا يدل على حاجة قطاع السياحة إلى أيدي عاملة كبيرة وقدرة هذا القطاع على استيعاب قدر كبير من أعداد العاطلين عن العمل سواء في الأعمال السياحية المباشرة أو غير المباشرة .(73)

ثالثاً : أنواع السياحة

تعدد المعايير والأشكال التي على أساسها يتم تحديد أنواع السياحة ، وذلك تبعاً للرغبات والإمكانيات المادية للسياح والمستوى الثقافي والوعي ، وكذلك يتأثر معيار تحديد أنواع السياحة برغبة السائح في التعرف على أنماط حياة وعادات وتقاليد شعوب أخرى أو إلى زيارة أماكن تراثية أو مقدسة . وقد انتهجت دول مثل فرنسا واسبانيا أسس لتصنيف وتقسيم أنواع السياحة المختلفة إلى عدة أنماط وفقاً لعدة معايير منها ، معيار المنطقة الجغرافية ومعيار سمات الحركة السياحية وصلتها بمدة الإقامة في البلد ومعيار طبيعة الموسم السياحي وموقعه في فصول

73 - ثائر محمد مهدي : مصدر سابق ، ص 123 .

السنة ومعيار البواعث والدوافع التي تدفع بالسائح مغادرة بلده الأصلي أو طبقاً للخصائص الاجتماعية والاقتصادية التي يتميز بها الطلب السياحي ... ويمكن تحديد أهم أنواع السياحة بما يلي : (74)

1. السياحة الدينية : هذه السياحة تقوم على اساس المعتقدات والعواطف الدينية والرغبة في اشباعها وقد تكون داخلية او خارجية .

2. السياحة الأثرية : هي الاطلاع على حضارة وتاريخ الشعوب من خلال مواقعها الاثرية ومتاحفها التي تضم كنوزها الاثرية .

3. السياحة الترفيهية : وهذه السياحة تستهدف الراحة والاستجمام للسائح وتكون موسمية ، صيفية او شتوية .

4. السياحة العلاجية : وقد عرفت هذه السياحة منذ القدم في المناطق ذات المناخ الخاص والمياه المعدنية لعلاج بعض الامراض ، مثل الامراض الجلدية ، وامراض المفاصل .

5. سياحة التسوق : هو البحث عن حاجات ورغبات الزبون لغرض اشباعها وتحقيق عائد معقول من الارباح .

6. سياحة المؤتمرات : وتمثل هذه السياحة استضافة المؤتمرات والتي اصبحت من الانشطة السياحية إذ تحرص الدول على استضافة تلك المؤتمرات على اراضيها لتحقيق لتحقيق منافع اقتصادية واعلامية وثقافية .

7. السياحة البيئية أو الطبيعية : هو كل ما تمنحه الطبيعة من تضاريس طبيعية وغابات ومياه وحياة برية خالية من التلوث والي تجذب السواح اليها .

74 - توفيق ، ماهر عبد العزيز : السياحة بين النظرية والتطبيق ، المؤسسة الثقافية الجامعية ، الإسكندرية ، 2008 ، ص 119 .

8. سياحة رجال الأعمال وتشمل الرحلات التي تنطوي على اغراض اقتصادية مختلفة مثل حضور المعارض الدولية او لأغراض التجارة وانجاز المشروعات .

9. السياحة الثقافية : يستهدف السائح من هذا النوع من السياحة الاطلاع على حياة الشعوب وتاريخها وعاداتها .

10. السياحة الرياضية : وتتضمن التنقل لممارسة انواع الرياضة مثل رياضة الصيد ، تسلق الجبال ، المباريات والدورات الرياضية المحلية والاقليمية والدولية . (1)

وسيتم التطرق إلى تفاصيل أنواع السياحة في الفصل الخاص بمقومات السياحة في العراق .

المبحث الثاني

الأهمية الاقتصادية للصناعة السياحية

¹- البكري ، علاء الدين ، السياحة في العراق ، التخطيط العلمي الجديد ، مطبعة نيسان ، بغداد ، 1972 ، ص 15 .

السياحة صناعة (Industry) لها مقوماتها كباقي الصناعات من المادة الخام ورأس المال والعمل والسوق والنقل . وعندما نطلق على السياحة بالصناعة لا نشير بذلك إلى مصطلح (Manufacture) والذي يخص عمليات التحويل وصناعة الخدمات (75) . وقبل الدخول في أهمية السياحة اقتصادياً لأبد لنا أن نقول وبوجه عام أن للسياحة رسالتين ، الأولى ثقافية واجتماعية نابعة من الاحتكاك بالشعوب المختلفة وتفهم العادات والتقاليد وما ينتج عن ذلك من سعة في الذهن والتسامح ، والثانية في أغناء الاقتصاد الوطني من حيث إنها صناعة إذ إن دورها المهم في ميزان المدفوعات ونظرة في البداية إلى الأقطار السياحية تكفي لإقناعنا بأن (الذهب غير المنظور) كما يطلق على السياحة أحياناً يمكن أن يطغي على الذهب الأسود في البلاد المصدرة للنفط .

والسياحة تمثل في كثير من الدول عنصراً هاماً من عناصر الدخل القومي ومورداً من موارد النقد الأجنبي ووعاء رحباً لاستيعاب اليد العاملة وفرصة مؤاتية لتوظيف عوامل الإنتاج (76) .

وتشير بعض الدراسات على أن القطاع السياحي يمكن أن يقوم بدور حاسم في الدول النامية خاصة وأن هذا القطاع أخذ ينمو نمواً مطرداً منذ انتهاء الحرب العالمية الثانية ومما يؤكد ذلك خبراء منظمة السياحة العالمية (W.T.O) حيث يؤكدون على أن فرص النمو والتطور السياحي متوفرة في المستقبل وبنفس المعدلات المتحققة خلال أواخر القرن العشرين للأسباب الآتية :-

1. زيادة عدد سكان العالم باضطراد المصحوب بارتفاع المستوى الاجتماعي والثقافي .

75 - الراوي ، عادل سعيد : إمكانات العراق السياحية في المادة الخام الطبيعية ، المناخ - مجلة الجمعية

الجغرافية العراقية - العدد 26 ، بغداد ، 1991 ، ص 202 .

76 - الراوي ، عادل سعيد : المصدر السابق نفسه ، ص 200 .

2. زيادة الدخول القومية والفردية خاصة للدول الرئيسية المصدرة للسياح بالإضافة إلى سائحي الدول البترولية .

3. زيادة النمو في الحياة الحضرية وزيادة العاملين في قطاع الصناعة وقطاع الخدمات .

4. تخفيض ساعات العمل وزيادة مدة الإجازات الأمر الذي يوفر وقت الفراغ والباعث على السياحة والترويج .

5. زيادة فرص التعليم تزيد من قابلية الأفراد التعرف على الكثير من معالم الحياة في البلدان المختلفة وتبعث على السفر والسياحة .

6. التطور الكبير في وسائل النقل والمواصلات وانطواء المسافات البعيدة بفعل هذا التطور مما سهل عملية السفر .

فإذا ما أولت الدول النامية هذا القطاع ما يستحقه من عناية خاصة في مجال الاستثمار وتوفير مستلزمات هذا القطاع من أماكن الإيواء ووسائل النقل فضلاً عن كل الخدمات التي تقدم إلى السائح فإنه يمكن أن يؤدي دوراً بارزاً في النمو الاقتصادي (77) .

ويمكن النظر إلى الأهمية الاقتصادية لصناعة السياحة من ناحيتين :

أولاً : الأهمية الاقتصادية المباشرة للسياحة

❖ دور السياحة كمصدر للعملة الصعبة (Foreign Exchange)

تعد السياحة مصدراً هاماً من مصادر العملات الصعبة فكل تذكرة على أية وسيلة نقل وكل غرفة بأي وسيلة إقامة وكل وجبة طعام وكل سلعة يشتريها السائح

77 - الراوي ، عادل سعيد والدباغ : اقتصاديات السياحة ، مكتب الرواد للطباعة ، بغداد ، مطبوع بالرونيو ، 1985 ، ص 16 .

الأجنبي تعني عملة أجنبية تحصل عليها الدولة . فكل نشاط من النشاطات السياحية يستخدمها السائح يقوم بإنفاق الأموال عليها من عملية السفر والتمتع بأي نوع أو غرض سياحي تشكل هذه الأموال رصيماً للدولة المستقبلية للسائح ويكون ايجابياً إذا كانت الدولة قادرة على الايفاء والتوفير بكل مستلزمات السياح دون الاستيراد فأن النتيجة ستكون سلبية لأن الإيرادات من العملات الصعبة ستخرج من النافذة الثانية وأن تحقيق الإيرادات من العملات الصعبة ذات أهمية بالغة في الاقتصاد السياحي(78).

❖ دور السياحة في ميزان المدفوعات :

إن الأهمية الاقتصادية للسياحة تقاس بآثارها في ميزان المدفوعات (balance payment) في الدولة(79) حيث يعكس ميزان المدفوعات القوة الاقتصادية لأي بلد كان على الصعيد الدولي حيث يظهر هذا الميزان القوة التنافسية لصادراته من الناحية والواردات من ناحية أخرى وبالتالي فإنه يعكس الهيكل الاقتصادي لأي بلد من حيث كونه بلداً زراعياً أو صناعياً أو كليهما ويوضح موقف البلد من الناحية المالية على الصعيد الدولي كونه دائناً أو مديناً(80) .

ومن هنا فأن الميزان السياحي يمكن أن يؤدي دوراً مهماً في تصحيح الخلل السلبي في ميزان مدفوعات البلد .

والميزان السياحي يعني الفرق بين الصادرات السياحية و وارداتها . وفي جميع الأحوال فأن (الصادرات السياحية للدولة والواردات السياحية) تظهر في

78 - Al-Rawi , A.S :The Tourist Industry in Iraq , A Geographical case study and its character , problems and potential .ph.D. thesis Glasgow .1982 , p 35 .

79 - عبد الوهاب ، صلاح الدين : السياحة الدولية ، نظريتها واتجاهاتها ومقومات صناعتها وأسس تنميتها في مصر ، دار الهنا للطباعة ، 1986 ، ص 130 .

80 - الراوي ، عادل سعيد : دور السياحة في ميزان المدفوعات الأردني، مجلة الإدارة والاقتصاد، العدد 8 كانون الثاني ، 1988 ، ص 240 .

الميزان السياحي حيث يؤثر هذا الميزان في اقتصاد الدولة لكونه يمثل جزءاً مهماً في مجموع الدخل القومي .

ولإعطاء صورة واضحة للميزان السياحي أوردنا الجدول رقم (1) ، (2) للدول التي تتوافر عنها الإحصاءات لعامي 1998 - 1999 . فكان الميزان السياحي موجباً في سبعة دول هي أمريكا وفرنسا وإيطاليا والصين والنمسا وأستراليا وسويسرا وسالبا في المملكة المتحدة وألمانيا وكندا وروسيا وكما مبينه في الجدول رقم (3) .

فالدول ذات الميزان الموجب تعكس أهميتها في استقطاب السياحة الخارجية فيما الدول ذات الميزان السالب تعكس حجم سفر مواطنيها إلى الخارج .

والصفة الايجابية تنعكس على ميزان المدفوعات وتقل من العجز فيه أو قد تقلب العجز إلى فائض . وبالعكس سلبية الميزان السياحي تقلل الفائض أو قد تعكس الفائض إلى عجز .

جدول (1)

يبين إيرادات الدول الخمس عشرة سياحياً للأعوام

Words top (15) tourism eamers 1999/1998

Market share 1999	Change 1999/1998	International tourism Receipts us \$ billion		اسم الدولة	ت
		1999	1998		
16.4	4.5	74.4	71.3	أمريكا	1
7.2	10.7	32.9	29.7	اسبانيا	2
7.0	5.9	31.7	29.9	فرنسا	3
6.2	5.1	28.4	29.9	ايطاليا	4
4.6	0.0	21.0	12.0	المملكة المتحدة	5
3.7	2.4	16.8	16.4	ألمانيا	6
3.1	11.9	14.1	12.6	الصين	7
2.4	0.9-	11.1	11.2	النمسا	8

2.2	6.7	10.0	9.4	كندا	9
1.9	41.6	8.8	6.2	اليونان	10
1.7	19.4	7.8	6.5	روسيا	11
1.7	3.9-	7.6	7.9	المكسيك	12
1.7	2.6	7.5	7.3	استراليا	13
1.6	5.9	7.4	7.8	سويسرا	14
1.6	5.9	7.2	7.1	هونكونك	15

المصدر : منظمة السياحة العالمية ، نشرة العراق السياحي ، بغداد ، العدد (5) ، آب 2000 .

جدول (2)

يبين انفاق ومصروفات الدول الخمس عشرة سياحياً بالمليار للأعوام

Words top (15) tourism spender 1999/1998

Market share 1999	Change 1999/1998	International tourism Receipts us \$ billion		اسم الدولة	ت
		1999	1998		
14.8	7.1	60.1	56.1	أمريكا	1
12.4	2.6	48.2	46.9	ألمانيا	2
8.5	—	—	32.3	المملكة المتحدة	3
7.6	13.8	32.8	28.8	اليابان	4
4.7	0.3-	17.7	17.8	فرنسا	5
4.7	4.2-	16.9	17.7	ايطاليا	6
2.9	3.6	11.4	11.0	هولندا	7
2.8	5.0	11.3	10.8	كندا	8
2.5	3.3-	9.2	9.5	النمسا	9
2.4	—	—	9.2	الصين	10
2.3	—	—	8.8	بلجيكا	11
2.2	10.2-	7.4	8.3	روسيا	12
2.0	2.1-	7.6	7.7	السويد	13
1.0	1.8-	7.0	7.1	سويسرا	14
1.4	7.5	5.8	5.4	استراليا	15

المصدر : منظمة السياحة العالمية ، نشرة العراق السياحي ، بغداد ، العدد (5) ، آب 2000 .

جدول (3)

يبين الميزان السياحي لأحدى عشر دولة سياحياً لعام 1998

اسم الدولة	الصادرات العوائد	الواردات المصروفات	الميزان السياحي الصادرات - الواردات العوائد - المصروفات	
أمريكا	71.3	56.1	15.2 = 56.1 – 71.3	موجب
فرنسا	29.9	17.8	12.1 = 17.8 – 29.9	موجب
ايطاليا	29.9	17.7	12.2 = 17.7 – 29.9	موجب
الصين	12.6	9.2	3.4 = 9.2 – 12.6	موجب
النمسا	11.2	9.5	1.7 = 9.5 – 11.2	موجب
استراليا	7.3	5.4	1.9 = 5.4 – 7.3	موجب
سويسرا	7.8	7.1	0.7 = 7.9 – 7.8	موجب
المملكة المتحدة	21.0	32.3	11.3- = 32.3 – 21.0	سالِب
ألمانيا	16.4	46.9	30.5- = 46.9 – 16.4	سالِب
كندا	9.4	10.8	1.4- = 10.8 – 9.4	سالِب
روسيا	6.5	8.3	1.8- = 8.3 – 6.5	سالِب

المصدر : منظمة السياحة العالمية ، نشرة العراق السياحي ، بغداد ، العدد (5) ، آب 2000 .

❖ دور السياحة في توافر فرص العمل :

ثبت حديثاً أن السياحة تؤثر تأثيراً ايجابياً في زيادة فرص العمل والتوظيف في الدول السياحية لأنها ترتبط في أغلب الأحيان بالتنمية ، وذلك لأن السياحة هي صناعة مركبة تشتمل على كثير من الصناعات وأوجه النشاط التجاري التي لا تزال تعتمد على العامل الإنساني اعتماداً رئيسياً⁽⁸¹⁾ لهذا فأن للسياحة أثراً اقتصادياً كبيراً له ارتباط بالعمل لأن زيادة الحركة السياحية تخلق فرص عمل لعدد كبير من الناس فهي تهيئ مجالات عمل عديدة⁽⁸²⁾ ومن جراء ذلك فالسياحة تمتص جانباً كبيراً من الأيدي العاملة للاشتغال في مرافقها وقنواتها ويكون ذلك عن طريق الفنادق والمطاعم والمنتجات السياحية والمؤسسات السياحية المختلفة .

ولابد لنا أن نشير إلى أن العمل في القطاع السياحي يتطلب قدرات فنية وإدارية لمواجهة احتياجات هذا القطاع ولتنميته وتطويره باستمرار إذ أن تشغيل أفراد تنقصهم الخبرة والتعليم والتأهيل الكافي يؤدي إلى فشل هذه المشاريع وكما أسلفنا سابقاً بأن هذه الصناعة هي صناعة خدمات⁽⁸³⁾ .

حيث تشير احصاءات منظمة السياحة العالمية (W.T.O) لعام 2004 – 2014 ان السياحة توفر فرص عمل حوالي (214) مليون فرصة أي ما تساوي 8% من مجموع الوظائف في العالم .

❖ دور السياحة في خلق نوع من التوازن الاقتصادي والاجتماعي داخل البلد

الواحد :

81 - عبد المجيد ، حامد :بحوث ودراسات إحصائية في اقتصاديات السياحة والاستثمار فيها ، مصر، 1979 ، ص 10 .

82 - الراوي ، عادل سعيد والعبدي، خالد عبد الحميد :دور السياحة في خلق فرص العمل في العراق ، بحث منشور ، 1987 ، ص 2 .

83 - أمين ، ازاد محمد و خليل ، مضر :سياح شقلاوة وإمكانات المركز السياحي ، مجلة كلية الآداب، جامعة البصرة ، العدد (20) ، 1982 ، ص 262 .

تؤدي السياحة إلى تطوير وتنمية (Development) المناطق أو الأقاليم الأقل حظاً في التنمية إذ غالباً ما تتجه التنمية السياحية إلى المناطق التي تتوفر فيها المزايا الطبيعية والمناخية (84) والتي لم تنشأ فيها المشاريع الصناعية أو التجارية وعلى ذلك فإن السياحة تحسن المناطق من ناحية العمران وتحسن أهلها من الناحية الاقتصادية والاجتماعية . ولولا صناعة السياحة لكان سكان هذه الأقاليم فقراء أو عاطلين عن العمل . وبهذا فإن السياحة تحل مشكلتين في وقت واحد وهما مشكلة (التخلف الاقتصادي والتخلف الاجتماعي لأهالي المناطق السياحية) (85) .

❖ دور السياحة في إعادة توزيع الدخل :

لا شك أن السياحة بامتدادها إلى مناطق أقاليم بعيدة ، تعيد التوازن إليها نتيجة الاستثمارات التي تصحب الدخول في المشروعات السياحية نتيجة التنمية السياحية وبالتالي تزيد من دخول المنشآت والأفراد في هذه المناطق بسبب قيام النشاطات الفرعية التي تقوم على السياحة فيها ويترتب على ذلك إعادة توزيع الدخل بين المدن ومراكز العمران والمراكز السياحية الجديدة بحيث يستفيد من ذلك المواطنين والأيدي العاملة الذي ينتقلون إلى هذه الأخيرة .(*)

فعند قيام الدولة بالتوجيه في إنشاء السياحة سواء كانت خاصة أو مملوكة لها في الأقاليم المختلفة فإن هذا من الممكن أن يؤدي إلى تنمية وتطوير الأقاليم لأنه يؤدي إلى (86) :-

أ. خلق فرص عمل جديدة .

84 - عبد الوهاب ، صلاح الدين : السياحة الدولية نظريتها واتجاهاتها، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان ، 2007 ، ص 134 .

85 - عبد الوهاب ، صلاح الدين : المصدر السابق نفسه ، ص 135 .
(*) في إحدى الدراسات في جامعة الاقتصاد القومي لجامعة ميسوري الأمريكية حول اثر السياحة في المقاطعة المذكورة تبين ان ما تم صرفه من قبل الزوار الامريكان والاجانب في هذه المقاطعة لعام 1967 بلغ حوالي (564 مليون دولار موزعة على القطاعات المختلفة ، وقد حصل القطاع الصناعي على (165) مليون دولار .

86 - المحمدي ، نظير : مناخ الأنبار دراسة تقييمية للأغراض السياحية ، 2000 ، ص 228 .

ب. تحسين مستوى المعيشة .

ج. استغلال المزايا الطبيعية المتوفرة في هذه الأقاليم .

د. تنمية وخلق مجتمعات حضارية جديدة .

هـ. إعادة توزيع الدخل بين المناطق الحضرية والريفية .

هذا فضلاً عن العديد من الآثار والمنافع الجانبية أو غير المباشرة الأخرى ولاشك أن تحقيق درجة معينة من التنمية الاقتصادية للأقاليم قد يساهم مساهمة بناءه في تحقيق التوازن الاقتصادي بين أقاليم الدول وحل الكثير من المشكلات الاجتماعية فيها⁽⁸⁷⁾ .

❖ دور السياحة في المستوى العام للأسعار :

أن السياحة كغيرها من القطاعات الإنتاجية تزيد من الإنتاج والاستهلاك (Production and Consumption) على السواء وبذلك تميل الأسعار إلى الارتفاع نتيجة مستوى المعيشة وزيادة الطلب على أنواع جديدة من السلع والخدمات .

ومن المسلم به أن الأسعار تميل إلى الارتفاع عامة سواء في النشاط السياحي أو في غيره من النشاطات الأخرى إذا لم يستطع المعروض من السلع والخدمات مواجهة الطلب ، لذلك تبرز هنا ضرورة التخطيط العلمي لأجل التوازن بين العرض والطلب في ظل سياسة مركزية تقوم على الاهتمام المستمر بهذا القطاع .

87 - أبو قحف ، عبد السلام: صناعة السياحة في مصر الآثار الاقتصادية والاجتماعية والمشكلات والمعوقات والتخطيط الاستراتيجي ، المكتب العربي الحديث ، 1986 ، ص 31 .

حيث تزداد الأسعار خاصة في فصل ذروة النشاط (Peak period) حيث يتوافر عدد كبير جداً من السياح إلى موقع معين يصبح هذا العدد مضافاً إلى سكان ذلك الموقع فيؤدي إلى رفع الأسعار وعكس ذلك يحدث في فصل الركود (Off Season)⁽⁸⁸⁾ .

ثانياً الأهمية الاقتصادية غير المباشرة للسياحة

❖ الأثر المضاعف للسياحة :-

تظهر أهمية أثر المضاعف للسياحة في تحليل دور السياحة في التنمية الاقتصادية فهو يوصلنا إلى ما يحدثه تأثير الإنفاق السياحي على الاقتصاد ويعود هذا الأثر إلى مرور كل صنف من النفقات السياحية بسلسلة متعاقبة من الإنفاق وإعادة الإنفاق داخل الاقتصاد المحلي على المنتجات والسلع والخدمات المحلية⁽⁸⁹⁾ ولا تقتصر الآثار الاقتصادية للدخل السياحي على المبلغ المحدد به هذا الدخل ابتداءً بل تتعدى ذلك إلى مضاعفته نتيجة الطبيعة الخاصة بالإنفاق لذلك فإن مفهوم المضاعف السياحي (هو تأثير وحدة من إنفاق السائح على وحدات الدخول الأخرى في الاقتصاد) ويحدث ذلك من خلال أثر المضاعف السياحي (الذي يساوي 1/الميل الحدي لإنفاق السائح) وهو عدد المرات التي تزيد بها الدخل من الإنفاق السياحي⁽⁹⁰⁾ فإذا كان المضاعف يساوي 3 دينار أذن كل دينار يستخدم ثلاث مرات ويزيد الدخل ثلاث مرات .

وكما أسلفنا فالمضاعف السياحي له أهمية في إيضاح دور السياحة في التطور الاقتصادي حيث أن المضاعف السياحي يعمل على النحو الآتي :

أن ما ينفقه السائح يؤثر على الاقتصاد تأثير قوي فعندما يدفع السائح حسابه فإن ما تتسلمه المنشآت السياحية يدفع في تسديد الالتزامات ومقابلة احتياجاتهم وهذا يعني أن إنفاق السائح يتكرر عدة مرات منتشراً في قطاعات مختلفة وفي كل مرة

⁸⁸ - Donal E. Lund berge: The tourist Business , New York ,1991,p 65

⁸⁹ - خالد ، حميد حسين : فن السياحة في العالم ، عمان ، 2007 ، ص 118 .

⁹⁰ - خالد ، حميد حسين : مصدر سابق ، ص 119 .

يحدث دخلاً جديداً حتى إذا حدث إنفاق على سلع وخدمات خارجية تأخذ الأموال مرة ثانية خارج التداول مثل الإنفاق على الواردات ، الاستثمارات الخارجية ، الادخار وغير ذلك . وهذه السلسلة من تحول الإنفاق السياحي تتضمن تأثيراً للمضاعف وكلما كانت الأيدي التي تتداول هذه البنود كثيرة ومتعددة زادت المنفعة التي تعود على إجمالي الناتج القومي .

والخلاصة أن الإنفاق الذي يولد عملية الأثر المضاعف (Multiplier effect) يشمل الزيادة في الاستثمار والتصدير - فالاستثمار هنا يعني في المنشآت السياحية والتصدير معناه إنفاق السائح على البضائع والخدمات المنتجة محلياً (91) .

❖ أثر السياحة في الصناعة :

أن الإنفاق السياحي يقدم خدمة واسعة للاقتصاد القومي بما يحققه من عائدات انفاقية وزيادة في القوى الشرائية ، مما يعمل على تنشيط مختلف نواحي الاقتصاد من تجارة وصناعة وزراعة ، وهذا يتضح بأن القائمين على إدارة الخدمات يستفيدون من المستهلك (السائح) كما يستفيد معهم أيضاً أصحاب السلع الاستهلاكية المنتجة من قبل فروع الصناعة الأخرى(92) حيث أن قدوم أعداد كبيرة من السياح إلى دولة أو منطقة أو مكان معين يعني زيادة الطلب على ما يفي باحتياجات هؤلاء الوافدين من الطعام والشراب والاحتياجات الأخرى مما يترتب عليه زيادة في الإنتاج والمبيعات ومن ثم زيادة دخول المنشآت التجارية - الصناعية - الزراعية والتي تعمل على سد كافة المستلزمات التي تستخدمها السياحة . وتبين الدراسات التي قامت بها مكاتب الدراسات الأوروبية وأبحاث منظمة السياحة العالمية أن السائحين يحتفظون بجزء كبير من ميزانياتهم الترويحية للإنفاق على المشتريات

91 - زيتون ، مصطفى : الإحصاء السياحي بين الشرق والغرب ، مكتبة المشرق للطباعة والنشر ، عمان ، ص 77 .

92 - زيتون ، مصطفى : مصدر سابق ، ص 78 .

التي يرغبون بشرائها من أسواق الدول التي يزورونها كسواء بعض الصناعات الحرفية والوطنية أو شراء ما تشتهر به الدولة من منتجات أو صناعات .

❖ أثر السياحة في جذب الاستثمارات :-

أثبتت الدراسات والتجارب الحديثة في مختلف الدول السياحية أن المشاريع السياحية من أكثر المشروعات الإنتاجية جذباً لرؤوس الأموال (أموال المستثمرين) والسبب في ذلك أن السياحة صناعة (مركبة) تتضمن مجالات مختلفة للاستثمار (الفنادق ، ومراكز العلاج ، والمطاعم ، ومراكز الرياضة، والبواخر السياحية ، ووسائل النقل السياحي، والمدن السياحية)⁽⁹³⁾

ومن هنا فإن السياحة تؤدي إلى زيادة الاستثمار والادخار والترويج لتصدير المنتجات المحلية مما يؤدي إلى زيادة الدخل القومي .

وثمة جانب آخر هو أن دخول استثمارات أجنبية إلى الدول السياحية وخاصة الدول النامية تكون مفيدة وتؤدي إلى زيادة الخبرة للمستثمر المحلي نتيجة الاحتكاك بالمستثمر الأجنبي وتؤدي إلى زيادة الإبداع التي من شأنها تساعد على تطوير المجتمع وزيادة فرص ارتفاع مستوى المعيشة للمواطنين .

❖ أثر السياحة في الزراعة :

تتأثر الزراعة باعتبارها إحدى قطاعات الإنتاج والاقتصاد وفي أي بلد سياحي فهي تمد القطاع السياحي بجانب كبير من متطلباته من السلع الزراعية سواء كانت النباتية أو الحيوانية وذلك لتقديم الخدمة السياحية بشكل مناسب . ومن هنا فإن

⁹³ - هروبنسون : الجغرافية السياحية ، ترجمة محبات أمام، ج1، دار المعارف ، القاهرة، 1985 ، ص 214 .

إنفاق السائح لو تعقبنا مصروفاته لوجدنا إنها متغلغلة في كل صغيرة وكبيرة ليس القطاع السياحي فحسب وإنما في قطاعات أخرى ومنها الزراعي (94) .

وقد قدر نسبة إنفاق السائح على الأطعمة والمشروبات حوالي 32% من إجمالي إنفاق السائح في القطر المضيف الذي يتوجه إليه . فمن هنا السياحة تسهم في توسيع السوق أمام المنتجات الزراعية وتشجيعها على زيادة الإنتاج .

❖ أثر السياحة في قطاع النقل :

أن الارتباط وثيق بين النقل والسياحة في الفترات التاريخية مختلفة ، ومن يتتبع تاريخ النقل والسياحة يتبين له الحقيقة بوضوح حيث كلما نشطت الحركة السياحية نشطت حركة النقل بطريقة موازية ، وقد شهد العالم منذ أوائل القرن التاسع عشر وحتى الآن تطوراً مثيراً في وسائل النقل البرية والبحرية والجوية ، وفي كل مدة تتغير الأهمية النسبية لكل وسيلة سواء كانت هذه المسافات قصيرة ، متوسطة ، طويلة . حيث كانت السكك الحديدية في بداية الأمر مجرد وسيلة نقل ولكنها جعلت الوصول إلى المناطق السياحية أمراً متاحاً في كثير من البلدان ثم وسائل النقل البرية وتطورت الحالة إلى الوسائل الجوية في الوقت الحاضر لسرعتها واختصار الزمن والكلفة وتشكل عملية النقل سبباً وعاملاً مؤثراً في نمو السياحة فتسهيلات النقل المتطورة أُنعت السياحة وتوسع ونمو السياحة أُنعت عملية النقل لأن العملية مترابطة بين الاثنين حيث لا يجوز إنشاء مشروع سياحي لا يمكن الوصول إليه بوسائل النقل (95) .

❖ أثر السياحة في الدخل القومي :

وللسياحة العديد من الآثار المهمة في الاقتصاد القومي ، منها مباشرة ، وأخرى غير مباشرة . ويمكن أن نستعرضها كما يأتي :

94 - هروينسون : المصدر السابق نفسه ، ص 217 .
95 - بشير العلاق وحמיד الطائي : سلوكيات السائح والطلب السياحي ، الأردن ، الجامعة الأردنية ، 2006 ، ص 120 .

- 1- أثر السياحة في ميزان المدفوعات والتجارة الخارجية (توفير العملة الصعبة) .
- 2- أثر السياحة في الاستخدام وتوفير فرص العمل .
- 3- أثر السياحة في اعادة توزيع التنمية والدخل بين الاقاليم .
- 4- زيادة الايرادات الحكومية من الضرائب والرسوم .
- 5- تحقق السياحة دخلا بالعملات الحرة نتيجة بيع الخدمات السياحية والسلع المتعلقة بها . (2)

المبحث الثالث

عناصر التنمية السياحية المستدامة

Sustainable Touristic Development Resources

السياحة المستدامة : هو الذي يحاول صناعة لها تأثير أقل قدر ممكن على البيئة ، والمنطقة المحلية والثقافة مع القيام في نفس الوقت مما يساعد على خلق الثروة وفرص العمل والادوات اللازمة لحماية وصيانة الموارد المحلية والنظم الايكولوجية .

²- ملوخية ، احمد فوزي ، مدخل الى علم السياحة ، ط 1 ، دار الفكر الجامعي ، الاسكندرية ، 2006 ، ص 120 – 203 .

إن التنمية السياحية المستدامة ترمي إلى استغلال واستثمار الموارد السياحية الطبيعية والبشرية ورفع كفاءة الأداء للعاملين في النشاط السياحي بشكل متميز على المستويين الإقليمي والدولي وفق نظرة تخطيطية شمولية لتحقيق الرفاهية لأفراد المجتمع في الوقت الحاضر ولأجيال قادمة وبالقدر المادي المتحقق من ذلك وبالنظر إلى تطور نشاط حركة السياحة العالمية فإن ذلك يحفز الدول السياحية على تنمية وتطوير جميع المنشآت والخدمات السياحية وكل ماله علاقة بالنشاط السياحي سعياً وراء إرضاء وجذب السياح بشكل دائم ومستمر وتعني المقومات السياحية هو مدى توافر الأسباب الحقيقية لتحفيز السياح لزيارة مكان دون غيره بفرض السياحة وان عناصر التنمية السياحية تمثل العرض السياحي (Tourism Supply) وهي ظاهرة معتقدة لسببين رئيسيين أحدهما يتعلق بطبيعة العرض السياحي والأخر بكيفية استهلاك ذلك العرض ومبدئياً فإن المنتج السياحي (Tourist Product) لا يمكن خزنة ولا يمكن نقلة ولا يمكن فحصة قبل الشراء فمن الضروري أن نسافر لغرض استهلاك هذا المنتج أو الاستفادة منه ولذلك يمكننا أن نعرف العرض السياحي بشكل عام على أنه (مجموعة المقومات، (المغريات والجاذب) القدرة على جذب السياح إلى منطقة ما وإبقائهم فيها لمدة من الزمن) (96)

أما التعريف الأكثر استعمالاً في هذا المجال هو أن العرض السياحي هو (كل المستلزمات التي يجب أن توفرها أماكن القصد السياحي لسياحها الحقيقيين أو المحتملين والخدمات والبضائع وكل شيء يحتمل أن يغري الناس لزيارة بلد معين) (97)

ويمتاز العرض السياحي بتعدد وتنوع وتداخل العناصر التي يتكون منها وبالنظر إلى تعدد وتنوع وتداخل العناصر المكونة للعرض السياحي فقد تعددت الدراسات التي اهتمت بتصنيف عناصر العرض السياحي حتى ظهرت الاختلافات

96 - الحوري، د. مثنى طه : نحو خطط رضية لتنمية السياحة في العراق (نموذج لتصنيف وجرد مقومات العرض السياحي)، بحث منشور في مجلة كلية الإدارة والاقتصاد، الجامعة المستنصرية، العدد (31)، 2000، ص: 276 .

97 - الحوري، د. مثنى طه : مصدر سابق، ص: 150 .

في وجهات النظر ولغرض تحقيق تنمية سياحية مستدامة لابد من توفر شروط هي أولا وفرة العناصر وثانيا تطويرها وتنميتها وفيما يلي عرضا شاملا لعناصر التنمية السياحية المستدامة .

مقومات الجذب السياحي :

أولا :- البيئة الطبيعية (Natural Environment)

بات ارتباط الإنسان ونشاطه الاستثماري بالبيئة الطبيعية أمرا مفرغا منه حيث أنها تشكل الأساس الطبيعي للبيئة البشرية بصورة عامة ومن جانب آخر فإنها ومنذ بداية الخليقة دائمة الحرص على أسباب بقائه على سطح المعمورة ولذلك فإنها تتمثل بتلك الهبة المجانية التي تكرم بها الخالق عز وجل والمتمثلة بجميع الجوانب الفيزيائية والبيولوجية المحيطة بالإنسان فهي الأساس الطبيعي له كما تحرص على توفير جميع حاجاته الأساسية الآنية منها والمستقبلية فضلا عن مساهمتها في تلبية وتحقيق رغباته الأخرى (98)، وتمثل البيئة الطبيعية بالنسبة للنشاط السياحي هي من عناصر الجذب السياحي (Attraction) وتعد احد أهم المرتكزات والمقومات الأساسية للنشاط السياحي وعلى الأقل عنصر الأرض والتي تتمثل بالمغريات التي تنفرد فيها المنطقة وتتميز بها على غيرها وتمثل القيم الأصلية للمنتوج السياحي وتبعاً لذلك وعلى الرغم من عدم تجانس توزيع هذه العناصر والمقومات في أرجاء المعمورة أو ضمن مجالات الحيز المكاني والزمني المختلفة غير أنها سوف تتمثل بكونها الوازع الرئيسي لتلك العوامل والمسببات التي تثير الرغبة لدى الفرد السائح لممارسة مثل هذا النمط من النشاط الإنساني ومن ثم العمل على جذب لزيادة جهة أو قصد سياحي معين وهذه تشمل العناصر الطبيعية الموجودة في الطبيعية أو المقومات الطبيعية (Natural Resources) وهي تمثل مجموعة العناصر الناتجة بفعل الطبيعة وليس من عمل الإنسان وتتضمن جميع الثروات والمغريات

98 - الخوام ،عبد المطلب محمود :دراسة في الاستثمار السياحي وأبعاده الاقتصادية ،رسالة ماجستير ، كلية الإدارة والاقتصاد ،جامعة بغداد ،1996 ،ص : 66 .

والجاذبيات الطبيعية (Natural Attractions) ذات القيمة السياحية (2) ،
وتتمثل بما يأتي :-

1. المناخ (Climate)

ويتمثل بالجو اللطيف ودرجة الحرارة ، نسبة الرطوبة ، كمية الأمطار ،
كمية تساقط الثلوج ، أشعة الشمس ، درجة النفاوة .

للمناخ أهمية كبيرة في نشأة أهم التجمعات السكانية وتمركزها في بقع معينة
لتكون نواة للمجتمع والمحصلة النهائية تكون بداية الحضارات البشرية عبر
العصور وان جميع الحضارات التي نشأت لم تنشأ في أماكن غير ملائمة أو معزولة
أو ذات ظروف مناخية قياسية كالمناطق القطبية الشديدة البرودة أو المناطق القاحلة
الشديدة الجفاف ولكنها نشأت في مناطق مناخية تتميز بالاعتدال والدفء مع توافر
المياه والأرض الخصبة ومنها حضارات (بلاد وادي الرافدين ، ووادي النيل) قد
نشأت في مثل هذه المناطق المناخية (99) ، وأن التنمية السياحية تعتمد على
ثروات طبيعية ولكن من نوع آخر وتحدد كما ذكرنا بالمناخ الجيد والملائم لقيام
السياحة والمناخ بعناصره المختلفة والذي يعد ثروة سياحية فعالة لا يمكن الاستغناء
عنها في عملية الجذب السياحي والسياحة التي تعد قطاعاً اقتصادياً سريع التأثير
بالمناخ فأن أي نوع تغيير فيه سوف يؤدي إلى المزيد من التغيرات في البيئة
الطبيعية وان كثيراً من أشكال السياحة تعتمد على جاذبية الموارد الطبيعية وهذه
التغيرات سيكون لها تأثيرات في السياحة (100) ، وعلى الرغم من عدم وجود مناخ
مثالي للأنشطة السياحية فأن لكل نشاط مناخه المفضل ويعرف المناخ الملائم بشكل
عام للحركة السياحية بأنه (المناخ المعتدل) خلال الموسم السياحي والذي لا يتصف
بالتقلبات الحرارية الكبيرة خلال الليل والنهار مع وجود أيام مشمسة في اغلب

²- دانيال ، بنيامين يوخنا ، المغربيات السياحية ، ط 1 ، دار أدي شير للنشر والاعلان ، اربيل ، 2006 ، ص

36 .

⁹⁹- الخوري ، الياس : السياحة لبنان والعالم ، الطبعة الأولى ، 1987 ، ص 22 — 23 .

2-Bruno Abegg , Urskoing , Rolf Buki and Elsasser, Climat impact
Assessment In Tourism , Department of Geography, Zurich
University , Volume , 51, 1988 p.6 .

الأوقات (101) ، وينظر إلى المناخ على مستويين المستوى الأول بوصفه عامل موقع مهم وأساس والمستوى الثاني بوصفه عامل تباين موقعي في المناطق السياحية فضلاً عن كونه عاملاً حيوياً له تأثيره في مناطق السياحة العلاجية ويكاد يكون المناخ عاملاً مؤثراً في جميع نشاطات الإنسان وأن جميع الأنشطة والفعاليات السياحية تسهم في دعم التنمية السياحية وذلك من حيث الأثر الايجابي (102) .

اما مناخ منطقة الدراسة في محافظة ديالى ، فيعدّ من العناصر المهمة في صياغة خصائص الواقع الطبيعي لأي منطقة او اقليم ، وان مناخ محافظة ديالى هو جزء من مناخ العراق القاري الحار الجاف صيفا ، والبارد المعتدل الممطر شتاءً . ويسود التباين في المناخ طبقاً لطبيعة السطح بفضل عناصر المناخ في انشاء المواقع السياحية لأغراض الراحة والاستجمام (2)

2. طبوغرافية الأرض (Topography)

ويتمثل بالمناظر اللطيفة الجذابة من اختلافات في تضاريس الأرض مثل السهول ، الجبال ، الوديان ، الهضاب ، الكهوف ، لون الأرض ، تكسرات الصخور، وجميع المناظر المغرية الأخرى .

والتي تتميز بما تقدمه من تنوع المشاهدة ، وبالنشاطات السياحية (كالنشاطات الصيفية والشتوية والرياضة الشتوية ... الخ) وهنا يمكن التركيز على جانب الارتفاع بالدرجة الأولى بالنسبة (للرياضة الشتوية) وكما هو الحال في جبال الألب النمساوية (3) ، وان صفة تضاريس السطح يمكن استغلالها لإيجاد التفاعل بين الإنسان وصورة التضاريس ويكون هنا التعايش مثمرا من خلال التفاعل الذي يجعلنا ندرك القيمة أو الندرة الفعلية للموارد الطبيعية والإمكانات المتاحة

101 - البعقوبي : دراسة عن التسهيلات السياحية في شمال القطر، رسالة ماجستير، مقدمة إلى مركز

التخطيط الحضري والإقليمي للدراسات العليا، جامعة بغداد ، دارا طلعت، 1980 ، ص 14 .

102 - فؤاد محمد الصفار : التخطيط الإقليمي ، القاهرة ، بور سعيد للطباعة ، 1977 ، ص 14 .

2 - جمهورية العراق ، وزارة التخطيط والتعاون الإنمائي ، الجهاز المركزي للإحصاء وتكنولوجيا المعلومات ، المجموعة الإحصائية لعام 2007 .

3- كولنيات ، كلاوس ، شتانيكة ، البرت : جغرافية السياحة ووقت الفراغ ، الأردن ، 1992 ، ص 78 .

وتسخيرها لخدمة النشاط السياحي وكذلك إخضاع وتطوير الاعتبارات الطبيعية للتضاريس التي قد تعمل لغير صالح الإنسان ومعرفة الدرجة التي تستجيب بها ضوابط التضاريس لعملية التنمية السياحية لما يبذله من جهد فعال لتطويرها وتميئتها (103) .

اما منطقة الدراسة ، تقع ضمن السهل الرسوبي الذي يعود الى احداث العصور الجيولوجية ولا يتجاوز ارتفاع سطح المنطقة عن 100 م فوق سطح البحر في جميع اتجاهاته ، يبدأ من جنوب سامراء وصولاً الى رأس البيشة في أقصى الجنوب ، حيث يبلغ طوله 650 كم وعرضه 250 كم . اما مساحة المحافظة الكلية البالغة (17685) كم² (2) ، اما موقعها بالنسبة لخطوط الطول والعرض ، تقع عند خطي عرض (33,2) و (35,6) شمالاً ، وخطي طول (44,22) و (45,5) شرقاً (3) .

3. الموارد المائية (Water Resources)

وتشمل كل أنواع مصادر المياه مثل المحيطات ، البحار ، الأنهار ، البحيرات ، الشلالات ، الينابيع ، الجداول ، الأهوار ، المياه المعدنية الحارة والباردة .

وهذه تشكل جميعها عناصر جذب سياحي للموقع السياحية التي يرتادها السياح من مختلف أنحاء العالم المصدرة للسياح ولاسيما إذا ما اجتمعت معظم مقومات عناصر الجذب السياحي حيث يتيح للسياح إمكانية ممارسة الفعاليات السياحية المائية مثل (السباحة والتجذيف والغوص واستخدام الزوارق البخارية والشراعية.... الخ) (104) فضلاً عن دورها في تلطيف الجو عندما تكون المسطحات المائية ذات مساحات واسعة كذلك تمثل المياه الجوفية عناصر جذب لحركة السياحة

103 - محمد فؤاد الصفار : مصدر سابق ، ص 84 .
2- ابراهيم شريف ، الموقع الجغرافي وأثره في تاريخه العام حتى الفتح الاسلامي ، مطبعة شفيق ، بغداد ، 1963 ، ص 245 .
3- وزارة التخطيط ، الجهاز المركزي للإحصاء ، كتاب الجيب السنوي للإحصائيات العامة للسنوات ، 1957 ، 1967 ، مطبعة وزارة التخطيط ، بغداد ، 1968 .
104 - كولنيان ، كلاوس ، شتانيكة ، البرت : جغرافية السياحة ووقت الفراغ ، ترجمة دنسيم فارس برهم ، منشورات الجامعة الأردنية ، عمادة البحث العلمي ، عمان ، 1991 .

العلاجية في معظم بلدان العالم التي توجد فيها عيون المياه المعدنية فهي تشكل مراكز للتجمع الحضري كما في مدينة (أخن) في ألمانيا (105) ، وذات أهمية بالغة بالنسبة الى بلدان كثيرة أخرى مثل (إيطاليا) و (بولندا) (106).

4. الغابات والأشجار والنباتات (Plants , Forests and Flora)

ويمكن أن نطلق عليها بالحياة النباتية وتشمل الغابات والبساتين والأشجار والحدائق والنباتات البرية النادرة ، وكما يطلق عليه بالنبات الطبيعي، وهو النبات الذي ينمو من دون تدخل الإنسان في أنباته .

وفي الحقيقة أنه قلما يوجد عنصر سياحي طبيعي من دون ان تمتد إليه يد الإنسان ففي الغالب هناك تظافر مابين الطبيعة والإنسان فالإنسان يتدخل في الطبيعة بهدف زيادة جمالها فهناك الغابات الاصطناعية أي من صنع الإنسان وهناك المتنزهات ، حيث أن الإنسان يحاول أن يخلق الطبيعة ويوجد اهتمام متزايد لدى بلدان العالم بخصوص المحافظة على هذه الثروة الطبيعية ومحاولة زيادة المساحات المزروعة لأغراض بيئية وسياحية في آن واحد فتعد الغابات والأشجار والنباتات ذات أهمية كبيرة في تنمية السياحة وتطويرها وكذلك تشجع على إقامة النشاطات السياحية الترفيهية والمخيمات والمعسكرات ...الخ هذا بالإضافة إلى الحشائش المنبسطة والتي تلاءم العديد من الهوايات الرياضية والترفيهية (107).

واما منطقة الدراسة ، فهي من الاراضي الصالحة للزراعة والخصبة والتي تشتهر بزراعة الاشجار ، مثل النخيل والحمضيات وأشجار اخرى منتجة مختلفة ، اضافة الى الزراعة الدائمة مما ساعد على نمو الاشجار الطبيعية والنباتات الموسمية والتي تظهر خصوصا في فصل الربيع . وان مساحة الاراضي الصالحة للزراعة في المحافظة تبلغ حوالي (1327250) دونم (2) .

105 - عباس عبد الرزاق : جغرافية المدن ، جامعة بغداد ، كلية الاداب ، مطبعة السعدون، 1977 ، ص 329 .

3 - نبيل الروبي : نظرية السياحة ، ج1 ، مؤسسة الثقافة الجامعية ، جمهورية مصر العربية الاسكندرية ، 1986 ، ص 58 .

107 - علي حسين الشلش : الأقاليم المناخية ، بغداد ، 1978 ، ص 108 .

2 - مديرية زراعة ديالى ، قسم الاحصاء ، 2012 .

5. الطيور والحيوانات (Fauna & Birds)

وتمثل كافة مظاهر الحياة الحيوانية والتي تشكل عناصر جذب للسياح وجميع الحيوانات البرية والطيور البرية والتي تكون بشكل حر موجودة في الطبيعة أو حدائق الحيوان أو الحدائق والمحميات الطبيعية (Reserves Natural) والتي تشكل ثروة طبيعية وتحظى باهتمام السياح لما توفره من متعة المشاهدة ومزاولة هواية الصيد والقنص وتحظى الأنواع النادرة منها باهتمام المهتمين والباحثين وتسعى الدول جاهدة للمحافظة على هذه الثروة الطبيعية من خلال تجميعها في أماكن محمية لتشكل أماكن جذب سياحي وللمحافظة على الأنواع النادرة من الحيوانات والطيور من الانقراض وتكثير الطيور والحيوانات في الغابات والنباتات الطبيعية وتكون ملاجئ دائمة لها⁽³⁾.

أما منطقة الدراسة ، تحتوي على ثروة حيوانية متنوعة وذلك لتوفر المراعي الطبيعية التي تساعد على ديمومتها وتكاثرها ، إضافة الى الحيوانات البرية من انواع الطيور والحيوانات ، وذلك يعود الى كثرة الجدول والينابيع التي تحتوي على المياه العذبة .

6. مناطق الجمال الطبيعي الفريد (Natural Aesthetic Areas)

وهي هبة الخالق سبحانه وتعالى وتشمل المطورة منها والمستغلة والطبيعية وتعد المناطق البانورامية الاتساع والمكونة من ظواهر وشواخص طبيعية المميّزة لمنطقة ما والفريدة في تكوينها وسماتها عنصر جذب سياحي رئيسي فمن سلاسل الجبال وقممها التي يكسوها الجليد في موسم الصيف إلى الكهوف والمغارات الطبيعية إلى البراكين والصحاري والمستنقعات والغابات الكثيفة... الخ كل هذه وغيرها هي (Beauty Areas of Unique Natural) وبعض هذه الأماكن الفريدة الجمال طورها الإنسان واستغلها تجارياً فأصبحت عروضاً سياحية متميزة وأساساً لمشاريع تنموية كبيرة والبعض الآخر بقي على حالة الطبيعي والبري ولم يطور (Undeveloped Reserved) وبحالته يشكل عرضاً سياحياً متميزاً

³- Wahab, Salah , Op , Cit , P . 77.

وفريداً هو الآخر لشرائح معينة من السياح الباحثين عن البيئة الطبيعية الأصلية النقية (108). ولذلك تعد هذه المغريات مقصداً للسائحين للتمتع بجمال الطبيعة والابتعاد عن التلوث بأشكاله المختلفة والازدحام وتوتر الأعصاب التي تنسم بها الحياة (109).

ثانياً : البيئة الحضارية (Cultural Environment)

إن عناصر البيئة الحضارية يمكن أن تتحدد في كمين من مفردات الحضارة وهي (كم حضاري مادي وكم حضاري لا مادي) أما الكم الحضاري المادي للبيئة الحضارية للإنسان فتشمل على كل ما استطاع الإنسان أن يصفه أو يستحدثه ملموساً مادياً ويشتمل على أنماط وأشكال مختلفة والكم الحضاري اللامادي للبيئة الحضارية فهو في ذات الإنسان (كالأخلاق والعادات والتقاليد ، والعقائد ، والأفكار ، والثقافات ... الخ) (110) ، أما منطقة الدراسة (محافظة ديالى) تتمتع بموقع جغرافي يساعد على تنمية وانشاء المشاريع السياحية :

1- انتشار المستوطنات البشرية والاثرية القديمة لذلك اصبحت اهميتها للسياحة الاثرية عظيمة .

2- تعتبر ارضها منبسطة بالنسبة للاراضي المجاورة وتساعد اهميتها لحركة السياحة لان معظم طرق النقل قريبة منها او تخترقها . (2)

وتعد عناصر البيئة الحضارية هي المقومات الحضارية لأي شعب أو بلد من بلدان العالم وما خلقه الإنسان أو صنعه من تراث حضاري للبشرية (3) ، وتعد عنصر

108 - مثني طه الحوري : مصدر سابق ، ص 284 .

109 - نبيل الروبي : نظرية السياحة ، مصدر سابق ، ص 51 .

110 - محمد عبد الرحمن الشربوني : الإنسان والبيئة، ط2، مكتبة الانجلو مصرية، الكويت، 1981، ص 20 - 21 .

2- الفيل ، محمد رشيد ، كلية الاداب والعلوم ، جامعة بغداد لسنة 1959 .

جذب سياحي وذات أهمية كبيرة في نمو الحركة السياحية ومن أهم العوامل التي تهذب الشعوب وتنمي فيها روح الإنسانية سواء كان هذا التراث على شكل فن معماري أو تشكيلي أو فن شعبي أو معالم حضارية شاخصة لأنه في الواقع يعلو بالإنتاج والابتكار إلى الانسجام والموازنة وهي القواعد الرئيسية لقيم الإنسان ووعيه وإدراكه وتتضمن عناصر البيئة الحضارية على كل الجوانب الأصلية والموروثة (Original & Inherited Attractions) ذات القيمة السياحية (111) ، أن هذا النوع من العرض السياحي والذي كما ذكرنا سابقاً هو من نتاج الإنسان سواء كان بالماضي أو حالياً يتضمن العناصر التالية :-

1. التاريخ والتراث والدين : ويقسم إلى :- (112)

- أ. الأماكن الأثرية والتاريخية وبقايا الحضارات السابقة التي يتم العثور عليها عن طريق التنقيب والحفريات وتشمل (المدن التاريخية ، والمعابد ، التماثيل ، الحصن ، القلاع ، الأسوار .. الخ) ، ويضم العالم وفي أماكن متعددة معالم أثرية تعد مغريات سياحية مهمة وأهمها (أثار بابل ، آشور ، الحضر .. الخ في العراق والأهرامات في مصر) .
- ب. الأماكن التراثية والفنية وتشمل الصناعات اليدوية الفولكلورية ، الأسواق التراثية ، النصب التذكارية ، المعارض الشعبية ، المكتبات ، قاعات الفن الخ .
- ج. الأماكن والعتبات الدينية المقدسة لدى الأديان المختلفة ، الجوامع ، الكنائس ، الأديرة ، المزارات ، المقامات .. الخ وتعد هذه المغريات السياحية مصدر دخل كبير لبعض البلدان كإيطاليا ، والمملكة العربية السعودية ، والعراق وغيرها .

3- محمد عبد الرزاق موسى البغدادي : جغرافية العراق السياحية ، جامعة الموصل ، دار الكتب للطباعة والنشر ، 1991 ، ص 200 .

111 - قيس رؤوف عبد الله : الجغرافية السياحية ، مكتب الرواد للطباعة ، بغداد ، 1981 ، ص 136 - 137 .

112 - مثني طه الحوري ، إسماعيل محمد علي الدباغ : مبادئ السفر والسياحة ، ص 151 .

د. العادات والتقاليد الاجتماعية وتشمل الأعياد والمهرجانات ، الاحتفالات ... الخ ، وتعد بمثابة مقومات اجتماعية تعبر عن طريقة حياة الشعوب وسلوكها وهي التي قد تجمع بين القديم الرائع والحديث المتقدم إضافة إلى النظم الاجتماعية التي تعيش في ظلها والتي تم ذكرها مسبقاً .

2. الخدمات التكميلية المساعدة (Complementary Services)

وتعد هذه الخدمات أساسية لقيام أي نشاط سياحي وان عدم وجودها يمثل عقبة للسائح في الاستجابة لعوامل أو مغريات الجذب السياحي فهذه الخدمات تعد عوامل مكملة لعوامل المجموعة الأولى وان توفيرها بمستوى جيد يشجع السائح على اتخاذ قرار الزيارة ويولد قناعة لديه بالمنتج السياحي أثناء زيارته ويزيد من شعوره بالرضا بما يحققه من منفعة وإشباع نتيجة القيام بهذه الزيارة ويقوي من اعتقاده بأن المنتج السياحي الذي حصل عليه يستحق ما بذله من جهد وما دفعه من سعر (113) . وتشمل الخدمات التكميلية ما يلي :-

أ. مشاريع البنى التحتية (Infrastructure)

وهي الخدمات الأولية الواجب توفرها لقيام أي مشروع أو منطقة سياحية مثل المطارات والموانئ وشبكات المياه الثقيلة ، المياه العذبة ، الكهرباء ، الغاز ، الاتصالات ، شبكات الطرق والجسور ، والأمن والخدمة الصحية ، البنوك وان أي مشروع سياحي لا يستطيع أداء خدماته بصورة كاملة بدون توفر هذه الخدمات (114) ، لأنها تشكل أساس الاقتصاد القومي والتي تزود القطاع السياحي بمستلزمات الإنتاج الأساسية .

وتعد ركيزة أساسية لان المشروع الواحد يخدم جميع المشروعات الصناعية والسياحية وغيرها وكلما أفادت هذه المشاريع عددا أكبر من المشروعات الأخرى

113- نبيل الروبي : نظرية السياحة ، ج 1 ، مصدر سابق ، ص 49 .

114 - منال عبد المنعم مكية : مصدر سابق ، ص 140 .

كلما قلت تكلفتها (115) ، ومشروعات البنى التحتية هي ركيزة التنمية وان التنمية المستدامة تهدف إلى زيادة عدد تلك المشاريع أو الخدمات والعمل على صيانتها وتطويرها بشكل مستدام لأجيال المستقبل .

وتبلغ أهمية هذه المشاريع باتجاه الطاقة الاستيعابية بصورة عامة على جانب الطلب وبضمنة الطلب السياحي حيث يزداد بالتأكيد كلما أوجدت مشروعات متطورة للبنية التحتية وبما يفضي إلى زيادة مستوى خدماتها المقدمة كما ونوعا ولاسيما فيما يتعلق بتيسير عملية الوصول إلى المناطق السياحية المختلفة والتي طالما ركزت عليها الدراسات السياحية ولا شك ان هناك الكثير من المناطق التي تتمتع بأفضل الأجواء والبيئات الملائمة لأغراض الاستثمار السياحي غير أن عدم توفر خدمات المشروعات الأساسية للبنية التحتية وخدمات المشروعات التكميلية الأخرى سوف يحول دون استغلالها واستثمارها بالتأكيد وذلك نتيجة لفاعلية اثر فقدان هذه الخدمات في تقليص مستوى الطلب السياحي والى حدود ضيقة جدا أن لم يكن تجميده بشكل كامل .

ومن جانب آخر فان وجود مثل هذا النقص سوف يكون كافيا لإيجاد وخلق آثار الطرد الفاعلة وباتجاه أبعاد المستثمرين عن مثل هذه النشاطات (116) وتقوم هذه المشاريع بخدمة القطاعات المكونة للهيكل الاقتصادي حيث يستفيد من الخدمة كل السائحين ومنها مشاريع المواصلات الداخلية تخدم المسافر العادي كما تخدم السائح أيضا ، كذلك من المهم تحسين وتوسيع الهيكل الأساس للخدمات السياحية عن طريق زيادة استيعاب المطارات والموانئ ومراكز الحدود البرية

115 - حمدي عبد العظيم : اقتصاديات السياحة ، مكتبة زهراء الشرق ، القاهرة ، 1996 ، ص 61 .

116 - للمزيد من الاطلاع راجع :-

F.S. Brooman. Macro – Economics. Sixth Edition, open University, Set Book, 1997, Great Britam, Chep.6, p.p. 180 -181.

الراوي ، علي عبد محمد سعيد ، أهمية ودور البنى الإرتكازية في التنمية ، مع إشارة خاصة للتجربة العراقية ، أطروحة دكتوراه ، كلية الإدارة والاقتصاد ، جامعة بغداد ، 1986 ، ص : 29 .

أبو رباح ، د. عبد الرحمن : السياحة العربية سياسة وإستراتيجية ، مطابع ، الدستور ، الأردن ، 1987 ، ص 269 .

وتحسين أجهزة السيطرة على الحركة الجوية والبرية والبحرية (117)، ومن خلال عملية التنمية السياحية فإنها تساهم في تطوير السياحة والتي تساهم بدورها في دفع تكاليف خدمات البنية التحتية وبالتالي تعمل على الحد من مشاكل عديدة يرتبط وجودها بغياب خدمات البنية التحتية . (118)

ب. مشاريع البنى الفوقية (Superstructure)

وهي المشاريع السياحية المتخصصة التي تقدم خدماتها مباشرة إلى السياح مثل الفنادق وأماكن الإقامة بمختلف أنواعها كالموتيلات والمخيمات والشقق المؤتثة والكرفانات وفنادق الشباب والقرى السياحية وتشمل كذلك أماكن تقديم الطعام والشراب وأماكن التسلية واللهو كالمسارح والمقاهي (119)، وتشمل أيضا منشآت الاستقبال السياحي ومكاتب المعلومات السياحية ووكلاء السفر، الشركات السياحية، مكاتب إيجار السيارات أدلاء سياحيين، المنظمات السياحية وهذه الخدمات تختلف من دولة إلى أخرى وحسب مستوى تقدم البلد (120)، ومن المعروف أن السائح في العادة ينفق ما يقارب (25%) من ميزانيته على وسائل الإيواء والتي تكون بشكل فندق، موتيل... الخ، وينفق على الطعام والشراب (35%)، وان غالبية المناطق السياحية تحاول ترويج ما لديها من طعام وشراب للحصول على أكبر قدر ممكن من ميزانية السائح ولزيادة ما يسمى بتأثير المضاعف السياحي (121) (Tourism Multiplier Effect) وكلما توفرت بنية فوقية متطورة أدى ذلك إلى تيسر حياة السائحين وأنشطتهم الترويجية أثناء القيام برحلة سياحية وان توفر المعريات السياحية إلى جانب توفير الخدمات السياحية المختلفة تعمل على خلق تنمية سياحية والتي يدور وان تكون لها العديد من الآثار الحقيقية والملموسة على الحركة

117 - مكية، منال عبد المنعم: مصدر سابق، ص 103 .

118 - حمد، د. عيسى: القطاع السياحي في ليبيا، مجلة البحوث الاقتصادية، المجلد 14، العدد الثاني 2003، ص: 28 .

119 - الدباغ، إسماعيل محمد علي: مصدر سابق، ص 110 .

120 - مكية، منال عبد المنعم: مصدر سابق، ص 140 .

121 - Mill, Robertc. Tourism prentice. Hill International Inc. NJ, 1990.P.24

السياحية وتعد هذه المشاريع من المستلزمات الحاضرة الحديثة لهذا لا يمكننا تصور بلد متحضر بدون فنادق مثلا وتلعب الفنادق الدور الرئيسي في تنمية السياحة في أي دولة في العالم فالسائح يقضي وقتا طويلا في الفنادق ولا توجد سياحة بالمعنى الحقيقي بدون أماكن إيواء فان أول ما يبحث عنه السائح في وقت وصوله إلى أي دولة لغرض الإقامة (122) إذ يبحث عن الإقامة قبل البحث عن الطعام والشراب والترفية وقد شهد العالم تطور واهتمام واسع بالفنادق فقد بدأت صناعة الفنادق تلعب دورا فعلا في التنمية السياحية للدولة المعنية وأصبحت صناعة الفنادق تشكل ركنا أساسيا في صناعة السياحة وتعد الفنادق موردا هاما للنقد الأجنبي (123) ، ويعد توفير هذه الخدمات وتطويرها دعما لعملية التنمية السياحية المستدامة وكذلك هي تدعم وتساند وزيادة النمو الشامل في المنطقة السياحية .

3. النقل (Transportation)

أن وسائل النقل تشمل البري والجوي وتطور السياحة مرتبط بشكل مباشر مع تطور المواصلات في المنطقة ومن المهم أن تكون جميع المناطق السياحية سهلة الوصول من خلال شبكة من الطرق البرية أو الممرات المائية ليتسنى للسائح زيارة الأماكن السياحية المختلفة متوخين في ذلك حصول السائح على أكبر قدر ممكن من الراحة (124) ،ومما لا شك فيه أن اختيار السائح لمنطقة معينة يعتمد على أسعار وسائل النقل من تلك المنطقة واليهما وانسجامها مع دخولهم كما أن هناك العديد من الأنشطة الترويحية التي تعتمد بصورة رئيسة على مدى توفر وسائل الانتقال داخل المناطق السياحية ولكي تتقدم المواصلات بالشكل الأفضل ينبغي أن تتمتع بالأمان والسعة والانتظام والسرعة والأسعار المناسبة وان التنمية السياحية تعمل على تطوير قطاع النقل السياحي من خلال التركيز على النقل الجوي من حيث الطائرات وأنواعها ومدى ملاءمتها الطيران ومحاولة تطوير أسطول النقل

122 - مكية ، منال عبد المنعم : مصدر سابق ، ص 136 .

123 - المصدر نفسه .

124 - مقابلة ، د. خالد : مصدر سابق ، ص 28-29 .

الجوي وكذلك النقل البري بالنسبة للباصات السياحية الكبيرة وكذلك المتوسطة والصغيرة وينبغي وضع قانون واضح لها ومراقبتها لغرض منع استغلال السواح وخاصة بالنسبة للنقل البري السياحي مثلا تشريع قانون للنقل السياحي الداخلي بالنسبة للباصات من حيث متانتها ووسائل الأمان وعدد المقاعد وتجهيزها بالتدفئة والتبريد (125) ، ولقد ساعد التقدم التكنولوجي في وسائل النقل في تقصير المسافة بين الدول حيث أصبح بإمكان السائح السفر إلى ابعد نقطة في العالم بسرعة كبيرة مع بقاءه مطمئنا على أعماله في بلده الأصلي بفضل تكنولوجيا النقل والاتصالات الحديثة لذلك فالتنمية السياحية تعمل على خلق فرص الإبداع وتنميتها وتخصيص ميزانية أبحاث وتطوير حتى يمكن ومواكبة التكنولوجيا الحديثة وهذا يؤدي بالتالي إلى اجتذاب اكبر عدد من السياح وتحقيق اكبر عدد من الليالي السياحية لذلك فان إمكانية وسهولة الوصول (Accessibility) وهي من عناصر الجذب السياحي والتي تؤثر في رغبة الفرد في السفر (126) والتنمية المستدامة تعمل على تقليل التلوث الناتج من استخدام الوقود في وسائل النقل لغرض المحافظة على البيئة وحمايتها وهناك أمثلة على قيام شركات خطوط جوية ومطارات بتقليل درجة التلوث والضجيج ومحافظة سفن الرحلات على البيئة البحرية واستثمار شركات تأجير السيارات أموالا في أساطيل تستخدم الوقود بكفاءة متزايدة واستخدام السكك الحديدية مواد عازلة للصوت للتخفيف من شدة الضجيج وقد نتج عن كل ذلك وضع عدد من المبادرات الرامية إلى تحسين الإدارة البيئية لشركات السفر والسياحة وتعد شبكات النقل الكفؤة ضرورة من ضرورات التنمية الاقتصادية والرفاه الاجتماعي كما أنها تضيق نطاق التأثيرات الضارة بالبيئة (127) ، تعمل التنمية المستدامة على التشجيع على زيادة كفاءة الطاقة وإعداد البرامج الرامية إلى استخدام الطاقة بكفاءة وتعد عنصرا هاما في الاستراتيجيات الهادفة إلى تخفيض استهلاك الموارد الطبيعية

125 - مكية، منال عبد المنعم : مصدر سابق ، ص 142 - 143 .

126 - مقابلة ، د. خالد ، فيصل الحاج ذي ، صناعة السياحة في الأردن : مصدر سابق ، ص 251 .

127 - الأمم المتحدة: المجلس الاقتصادي والاجتماعي ، لجنة التنمية المستدامة التحضيرية لمؤتمر القمة العالمي للتنمية المستدامة ، ورقة للحوار مقدمة من الأعمال التجارية والصناعية ، الدورة التحضيرية الثانية ، 2002 ، ص 15 .

القائمة مع تمكين الاقتصاد من النمو في الوقت نفسه وتنفيذ برامج الكفاءة الطاقة التي توفر الطاقة والمال وتحسين نوعية الهواء بزيادة وعي العملاء بطرائق الاستخدام الرشيد للطاقة وتمكن احد العناصر الرئيسية الأخرى لتحقيق استخدام الطاقة بكفاءة في ابتكار تكنولوجيا فعالة من حيث التكلفة ونشرها وهو أمر قد يتطلب الأخذ بمعايير الحد الأدنى فيما يتعلق بالمعدات والخدمات (128) ، فالتلوث يلحق الضرر بملايين الأشخاص لاسيما في البلدان النامية وقد أصبح تغير المناخ العالمي واحدا من الشواغل الهامة وقطاع الطاقة يمثل مجالا حققت فيه التكنولوجيا الجديدة المتوافرة بسهولة تقليل الانبعاثات فعلا ويعد بمنجزات أخرى في المستقبل وبطبيعة الحال ينبغي تطوير التكنولوجيا غير الضارة بالبيئة ونشرها وصيانتها ونقلها إلى جميع أنحاء العالم وبالتالي تدعو الضرورة إلى تعزيز قدرات محلية وافية وذلك لكفالة استخدام السكان المحليين للتكنولوجيات وصيانتها (129) ، ولذلك فان استخدام تكنولوجيا الطاقة هي أهم مجالات التكنولوجيا التي يجب تنفيذها على أسس دائمة إذ أن توليد الطاقة واستخدامها هما المسئولان عن اكبر نسبة من نسب التلوث بكل أشكاله ولهذا السبب وحده سوف يستحيل تنفيذ التنمية المستدامة بدون وجود تكنولوجيا جديدة للطاقة والمستخدم في قطاع النقل ذلك أن الطلب على الطاقة لإنتاج السلع والخدمات في الصناعة والنقل بتزايد باطراد كل عام وان تنفيذ التنمية المستدامة من خلال نظام للطاقة المستخدم في قطاع النقل يستلزم وضع إستراتيجية تنفيذ على مراحل أو خطوات وهي :-

الخطوة الأولى: إستراتيجية زيادة كفاءة الطاقة أو الحفاظ عليها .

الخطوة الثانية: إستراتيجية استخدام تكنولوجيا الطاقة النظيفة القائمة .

128 - الأمم المتحدة : المصدر السابق نفسه ، ص 21 .
129 - A. Johansson, Clean Technology, Lewis publishers, Ann Arbor, MI, 1992, Chapter4 .

الخطوة الثالثة: إستراتيجية تطوير واستخدام أنواع متقدمة ونظيفة ورخيصة من تكنولوجيا الطاقة (130)، لذلك فإن التنمية المستدامة تعمل على الحفاظ على البيئة من التلوث في الهواء وتبني السياسات والإجراءات الكفيلة بتفادي حدوث أي تلوث ضوضائي أو نتيجة انبعاث والعمل على ترشيد الاستهلاك والتنمية المستدامة تراعي التوازن بين احتياجات التنمية والبيئة وبين احتياجات الجيل الحالي والجيل القادمة وذلك من خلال ضمان عدم تجاوز حدود المقاييس البيئية المسموح بها . (131)

اما منطقة الدراسة لقطاع النقل والاتصالات فهي من القطاعات المهمة والتي تلعب دوراً حيوياً في التنمية الاجتماعية والاقتصادية وتحقيق الارتباط بين أجزاء العراق وتقريب المدينة الى الريف ، اضافة الى ربط المحافظة بالمحيط الاقليمي والعالم الخارجي ، وان مجموع طول الطرق المعبدة لأرجاء المحافظة هي (1885 كم من الطرق البرية ، ووجود محطات للنقل في عموم منطقة الدراسة عددها (75) محطة (2) .

4. التقدم الاقتصادي والحضاري (Cultural and Economical progress)

وهي المقومات التي تتمثل في الأنشطة العمرانية ومظاهر التقدم الحضاري وتتميز في مختلف أوجه النشاط المعماري وفن طراز العمارة والبناء ومشاهدة معالم المدينة الحديثة بطرقها الواسعة وعماراتها الشاهقة (3) ، وكذلك المشاريع الضخمة التي تمثل علامات للتطور الحضاري الحديث ومن فنون الإبداع الجميل لفن العمارة والطراز في الفنون العربية والإسلامية للقباب والأقواس والزخارف أو

¹³⁰- T.T. Shen,"Designing environmentally compatible Products", in proceedings of the7th Pollution Prevention conference. Albany,NY, June, 1994, P.3 .

¹³¹ - NCE, choosing a Sustainable Future,The Report of the National Commission on the Environment,Island press,Washington, D.C . 1993. P.2.

²- خزعل ، خضير عباس ، دراسة في جغرافية النقل ، المطبعة المركزية ، جامعة ديالى ، 2012 ، ص 52 .
³- البغدادي ، محمد عبد الرزاق : مصدر سابق ، ص 243 .

الأعمدة الرومانية واليونانية وطرز العصور الوسطى إلى فن العمارة الحديثة لعواصم ومدن العالم الكبرى مثل نيويورك وشيكاغو والمتمثلة بناطحات السحاب مثلما موجود في لندن وطوكيو ، وما تحويه تلك المدن من عناصر التحضر المهمة سياحيا كالخدمات والتسهيلات الترويحية والعملية وان التنمية المستدامة مهمتها هي المحافظة وصيانة المعالم العمرانية القديمة وتطويرها لكي تبقى محافظة على أصالتها وإنشاء المعالم العمرانية الحديثة وتطويرها لكي تكون عناصر جذب سياحية مهمة في الحركة السياحية إضافة إلى تلك الأنشطة فهناك مناطق جذب سياحي خاصة أو مميزة وهذه تشمل على الحدائق والمتنزهات والعباب السيرك وكذلك التسوق ، الندوات ، المؤتمرات ، الاجتماعات ، الأحداث الخاصة ووسائل الترفيه مع احدث الاجهزة المتطورة... الخ . (132)

5. مقومات الضيافة (Hospitality)

وتتمثل بالوضع الاجتماعي للإقليم السياحي وروح الضيافة للمجتمع المحلي والمعاملة الجيدة للسياح وعدم استغلال السائح وأن للمعاملة النوعية التي يتلقاها السياح من الناس أثراً كبيراً في مدى الجذب السياحي⁽¹³³⁾ ، إذ يزداد إقبال السياح على الدول التي يبدي سكانها قدراً كبيراً من التسامح والكرم والنزاهة والمسالمة والمؤانسة والالتزام بدقة المواعيد ، والنظافة... الخ . (134)

والعكس صحيح وهذه لاشك مشكلة ثقافية واجتماعية معا فبعض الثقافات اعتاد أفرادها على كره الغرباء وتنمي مشاعر الازدراء والرفض إزاءهم وهذا بالطبع يقود إلى أضعاف السياحة إليها ولا يخفى أن مدى انتشار الأمية بشكليها الأبجدي والحضاري يؤثر في انسيابية السياحة حيث يتردى مستواها في الدول التي تشتد قبضة الأمية على أعداد كبيرة من سكانها⁽¹³⁵⁾ ، ومن الملاحظ أن الدول

132 - مكية ، منال عبد المنعم : مصدر سابق ، ص 134 .

133 - إسماعيل الدباغ محمد علي : مصدر سابق ، ص 110 .

134 - إسماعيل الدباغ محمد علي : المصدر السابق نفسه ، ص 20 .

135 - إسماعيل الدباغ محمد علي : المصدر السابق نفسه ، ص 21 .

المرموقة سياحياً خصوصاً في العالم الثالث (كتايلاند وأندونيسيا وماليزيا) لأنها دخلت ضمن مجموعة الـ (40) دولة الجاذبة للسياحة ، حاولت وتحاول خلق أجواء ثقافية منسجمة مع أذواق السياح التي تعول عليهم لجعلها مقاربة لجوائهم التي يستحسنونها (136) ، لذلك فإن الضيافة هو الشعور بالترحيب الذي يتلقاه السائح عندما يرتاد أو يزور المنطقة السياحية وكذلك فهي مجموعة الذكريات لمن قابله خلال زيارته بالإضافة لذلك فهي تشتمل على التفاعل والتعامل مع السياح الآخرين وسكان المنطقة السياحية أو مع مستخدم المطاعم ، الفنادق ، محلات التحف الشرقية ... الخ ، ويحتاج هذا إلى برامج ترويجية فعالة تقوم بها الجهات المعنية على السياحة في كلا القطاعين العام والخاص لتوسيع مفاهيم وإدراك قاطني المنطقة السياحية وتوعيتهم بدورهم الفعال (137) ، ويتم ذلك عن طريق نشر الوعي السياحي والتي يتم عن طريق تثقيف مواطني البلد المضيف من خلال توعية المواطن ، فهناك كثير من المناطق السياحية في العالم والتي تعتبر اجمل اماكن العالم ، ولكن السائح يمنع بسبب اجبار سكان تلك المناطق على ارتداء الزي السائد بالمكان وكذلك الحشمة ، وكذلك عقد الندوات والدراسات للمواطنين أهمية السياحة والسواح في تطوير البلد وفائدة المواطن العادي من السياحة ويتم هذا عن طريق وسائل الإعلام الرسمية وكذلك إدخال مادة السياحة ضمن مناهج التدريس في المدارس وكذلك المعاهد والكليات والجامعات أو تكون على شكل فصول معينة لبعض المواد (138) ، لذلك من أجل قيام تنمية سياحية في إقليم معين فمن المهم نشر الوعي السياحي فيه وتعتبر مقومات الضيافة لها دور كبير في دعم كبير التنمية السياحية على المدى البعيد .

6 - التقدم التكنولوجي (Technological Advancement)

-
- 136 - قيس النوري : مصدر سابق ، ص 20 .
137 - مقابلة د . خالد : مصدر سابق ، ص 29 .
138 - منال عبد المنعم مكية : مصدر سابق ، ص 101 - 102 .

لأن التقدم التكنولوجي سيؤثر بلا شك على تطور وسائل النقل وسلوك السفر وتطور كذلك الاستخدامات لأماكن الإقامة (الإيواء) وأماكن اللهو والترفيه والخدمات التكميلية وتطور طرق الحجز واستخدام وسائل الاتصال المتقدمة في الحجز ووسائل الترويج السياحي عن طريق شبكة الانترنت (Internet) العالمية وكذلك أساليب الدفع عن طريق استخدام وسائل الدفع وتصفية الحسابات عن طريق الأقمار الصناعية (Satellite Tourism Accounts) (STA) بين الشركات السياحية وأماكن تقديم الخدمات السياحية مما سيخلق أساليب جديدة لتحركات المجاميع السياحية⁽¹³⁹⁾ ، وستدخل التكنولوجيا إلى النشاط السياحي ضمن الاتجاهات التالية :-

- حجوزات الفنادق .
- بيع الرحلات السياحية وحجزها .
- تحصيل الضرائب والأجور .
- الاستثمارات السياحية .
- حجوزات النقل .
- الترويج السياحي .
- النقل السياحي بكافة أنواعه .

أن التنمية المستدامة تساهم في عملية التقدم التكنولوجي من خلال دعمها له وفي جميع الفعاليات المتعلقة بالنشاط السياحي وأن استخدام التكنولوجيا تؤدي إلى تنشيط الحركة السياحية والتدفق السياحي مما يؤدي إلى زيادة الطلب السياحي وتساهم التكنولوجيا في المحافظة على حماية البيئة من خلال استخدام التكنولوجيا في وسائل النقل ومحاولة التقليل من التلوث كذلك يؤدي استخدام التكنولوجيا إلى محاولة تطويرها بشكل مستمر ودائم وذلك لمحاولة الاستفادة منها من قبل الجيل ونقلها إلى الجيل القادم مع محاولة التطور التقني الدائم حيث أن العالم في تطوير

¹³⁹ - WTO , Tourism and technology ,Research , News & Trends , Madrid , Sept , 1997 , P 9 .

وتقدم تكنولوجيا مستمر ومتواصل وبما يجعل التنمية ومتطلباتها متوازنة مع البيئة والمحافظة عليها لذلك فالتقدم التكنولوجي عنصر مهم جداً في عملية التنمية السياحية لأنه يساهم مساهمة كبيرة وفعالة جداً من خلال إدخاله في جميع النشاطات السياحية من جهة ومساهمته في المحافظة على البيئة من التلوث وأشكاله من جهة أخرى ، وكذلك تساهم في تطور حقول المعرفة المؤثرة في صناعة السياحة وعلاقتها بالنشاط السياحي لغرض خلق الجودة (Quality) في تقديم الخدمات السياحية والمنتوج السياحي (140) .

7 - الخدمات المساندة (Supporting Services)

إن الخدمات المساندة تشمل ما يلي :-

أ - الموارد البشرية

المقصود بهذا المفهوم حجم سكان الدولة وتوزيعهم الجغرافي ونسبة القادرين على العمل من فئاته العمرية إلى المجموع العام وعلى هذا يعد السكان مصدر القوى العاملة وما تقدمه من دعم للسياحة الوطنية وللتنمية السياحية(141) ، وعلى الرغم من أن الأيدي العاملة هي أحد العناصر الأساسية بالنشاط السياحي وفي أي صناعة عند قيامها فهي أحد العناصر الأساسية في أي مشروع اقتصادي حيث ترتبط السياحة بصورة عامة بتوفر الأيدي العاملة الماهرة في مجال التخصص السياحي والفندقي فالمهارة المتخصصة تؤدي إلى زيادة اقتناع السائح بالخدمة المقدمة له وتشجعه على تكرار الزيارة وأن تطور صناعة السياحة لاشك يؤدي إلى زيادة مستوى العمالة فيها ومن ناحية أخرى فإن للسياحة دوراً مهماً في توفير فرص العمل خصوصاً في المناطق ذات الجذب السياحي العالي على الرغم من انها غير دائمية بسبب تذبذبها الموسمي إذ من النادر أن تتساوى معدلات الزخم السياحي على مدار السنة ، وتكاد شواطئ البحار تخلو من السياح في الشتاء ولكنها

140 - منظمة السياحة العالمية ، النشرة الدولية لمنظمة السياحة العالمية، كانون الثاني ، العدد (1)،

1995 ، ص 9 .

141 - قيس النوري : مصدر سابق ، ص 20 .

تزدحم في فصل الصيف كما يلاحظ ذلك في (الريفيرا الفرنسية والإيطالية) ومن الملاحظ أيضاً أن البلاد المدارية الحارة ذات الصيف الشديد الحرارة كمعظم البلاد العربية تجتذب أعداداً أكبر في موسم الشتاء والربيع مما يأتيها في الصيف وكذلك تتأثر الخدمات السياحية وغير السياحية بتركيب السكان (142) ، ونلاحظ أن للعمالة الماهرة تأثيرين رئيسيين فهو يؤثر في أنسابية السياحة وتوزيعها الجغرافي وفقاً للتخصص المعروف عند الدول المستقبلية كما يؤثر من جهة أخرى في حركة العاملين ومما يثير الانتباه أن كثيراً من الدول النامية بسبب نقص كوادرها المؤهلة تضطر إلى توظيف مدراء سياحيين من دول أجنبية مختلفة كثيراً عنها مما يجعل أداءهم الوظيفي بعيداً عن واقعها الثقافي والاجتماعي (143) وتحتاج النشاطات السياحية لاستخدام الأيدي العاملة في المراحل التالية :-

- المرحلة التحضيرية أثناء إنشاء المشاريع السياحية والبنية التحتية والفوقية اللازمة (Intensive Short Period of time) .

- أثناء التشغيل مباشرة حيث يحتاج الفندق إلى (1.5 - 2.5) شخص لكل غرفة وكذلك يحتاج إلى موظفين إدارة عليا ، وسطي ، أيدي عاملة ماهرة ، غير ماهرة لذلك نحتاج إلى مراكز ومعاهد يتم أنشاؤها وبأعداد كافية ليتم تدريب القوى العاملة المحلية وفي الواقع يجب ربط خطط التنمية السياحية بخطط التنمية الاقتصادية والاجتماعية للوصول إلى خطة تنمية سياحية متكاملة ضمن الخطة الشاملة للدولة وهذا يدعو إلى إتباع المنهج العلمي في تخطيط القوى البشرية وخاصة في مجال السياحة (144) ، وان برامج تدريب الكوادر البشرية في مجال الخدمات المقدمة للسياح يجب أن تشمل جميع الوظائف والمستويات من أدناها إلى أعلى المستويات مثل منظمي الرحلات (Tour operators)

142 - قيس النوري : مصدر سابق ، ص 20 .

143 - قيس النوري : المصدر السابق نفسه ، ص 21 .

144 - مقابلة د . خالد : مصدر سابق ، ص 103 - 104 .

وأن هذه البرامج هي الضيافة⁽¹⁴⁵⁾ (Hospitality) أي كيف يصبح الفرد مضيفاً من خلال الابتسامه ، المجاملة ، الود الخ .

وتشمل برامج التدريب أولئك الذين يقدمون خدمات شخصية أو لهم علاقة وصلة مباشرة مع الذين يقدمون معلومات للسياح وأولئك الذين يجب أن يقدموا خدمات متخصصة للسائح والمواطن معاً مثل رجال الأمن والدفاع المدني والمؤسسات المالية ، كذلك تشمل المجتمع بكامل أفرادهِ لتنمية روح الصداقة والمحبة للسياح وتشمل أيضاً الأفراد في مراكز خدمات السياح نظراً للعلاقة الشخصية ما بينهم وبين السياح⁽¹⁴⁶⁾ ، وتجدر الإشارة إلى أهمية الرقابة على نوع الخدمة التي تقدم للسائح في الفنادق المختلفة والأماكن السياحية⁽¹⁴⁷⁾ ، لذلك لا يمكن إغفال أهمية العمالة السياحية والفندقية المدربة والماهرة والمتقفة في تنشيط ودعم الحركة السياحية وزيادة عائدات السياحة لذلك فإن من مهام التنمية المستدامة هو تطوير الموارد البشرية في القطاع السياحي من خلال إتباع برامج مخصصة للتعليم والتدريب وتطوير المهارات⁽¹⁴⁸⁾ ، وأن أفراد المجتمع كذلك يعدون جزءاً من برامج التدريب من خلال البرامج طويلة الأمد لتوعيتهم وتثقيفهم في هذا المجال ومثل هذه البرامج تكون شاملة ومستمرة لذلك فإن نجاح المشروعات السياحية ومن ثم أسباب نموها واستمرارها سوف يكون مرهوناً وإلى حد كبير بمدى النجاح في خلق وتكوين القوى البشرية العاملة فيها أي بعبارة أخرى على مدى إمكانية تكوين رأس مال بشري المناسب لتلك المشروعات والذي غالباً ما يتطلب بدوره زمناً طويلاً وجهداً كبيراً ونفقات طائلة⁽¹⁴⁹⁾ ، وبما أن صناعة السياحة والفنادق تمثل صناعة خدمات أي تعتمد اعتماداً كلياً على العنصر البشري وكل شخص يعمل في مجال السياحة والفنادق يعد مثلاً أو سفيراً لبلده والعنصر البشري يحتاج إلى كادر متخصص مدرب تدريباً كاملاً ويحتاج إلى الخبرة والكفاءة الأكاديمية فينبغي

145 - مقابلة د . خالد : مصدر سابق ، ص 151 .

146 - مقابلة د . خالد : المصدر السابق نفسه ، ص 151 .

147 - حمدي عبد العظيم : مصدر سابق ، ص 151 .

148 - حمدي عبد العظيم : المصدر السابق نفسه ، ص 160 .

149 - حمدي عبد العظيم : مصدر سابق ، ص 152 .

الاهتمام بالمدارس والمعاهد والكليات والجامعات التي تدرس مواد السياحة والفنادق أو فتح كليات ومعاهد وجامعات تخرج كادر سياحي مثقف ومدرّب ومؤهل للعمل في هذا المجال (150) .

ب - الإدارة السياحية (Managing Tourism)

إن الخدمات السياحية عبارة عن منتج سياحي وهذا المنتج يخضع للمنافسة الدولية لذلك ينبغي أن يكون الجهاز الإداري الذي يتولى إدارة المنشآت السياحية جهازاً جيداً ومتخصصاً ويتميز بما يتميز به جهاز قطاع الأعمال من حيث الكفاءة والمرونة والسرعة في إنجاز القرارات لكون السياحة من الأنشطة التي تحتاج إلى معالجات خاصة تختلف عن معالجات القطاعات الإنتاجية الأخرى فهي حركة بشر لا حركة سلع تقوم على أحاسيس وتوقعات وتصورات وعلى مستوى الخدمات السياحية المقدمة في الموقع والمقصد السياحي من إيواء وطعام ونقل واتصالات ووسائل الراحة والتسليّة وغيرها من الخدمات مع الأخذ بنظر الاعتبار مستوى الأسعار المعلنة مقبولة مع خدمة جيدة وتوفر عناصر الجذب السياحي الأخرى .

حظي الموقع السياحي باهتمام وسمعه عالمية فضلاً عن الجانب التنظيمي السياحي⁽¹⁵¹⁾ الفعال لعرض المنتج السياحي وتهيئته مع ضمان كفاءة الإدارة السياحية وتبرز أهمية الدور الحكومي في ذلك ضماناً لحسن سيرها فالحكومة هي المنظم والمراقب للنشاط السياحي وهذا لا يمنع بأن تمارس المؤسسات الخاصة بعض النشاطات والخدمات المتعلقة بالسياحة⁽¹⁵²⁾ ، وأن إدارة الخدمات السياحية تتضمن (التخطيط ، والتنسيق ، والتدريب ، وتقييم الخدمات) وأن عدم وجود جهاز إداري كفوء يقوم على تكامل دقيق بين كل من (إدارة الإنتاج والتسويق) لا بد وأن يجعل من الطاقة الاستيعابية بعيدة تماماً من الطاقة الإنتاجية وهذا بدوره يمكن معه

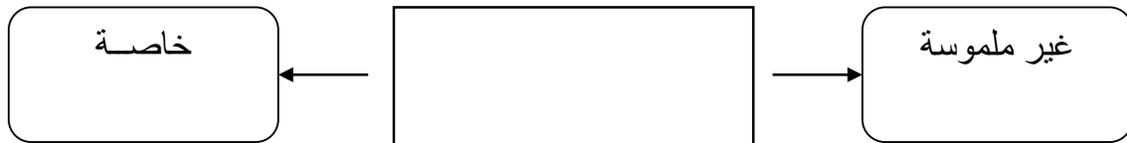
150 - منال عبد المنعم مكية : مصدر سابق ، ص 140 .

151 - نبيل الروبي: التخطيط السياحي ، مؤسسة الثقافة الجامعية، الإسكندرية، 1987، ص 31- 33 .

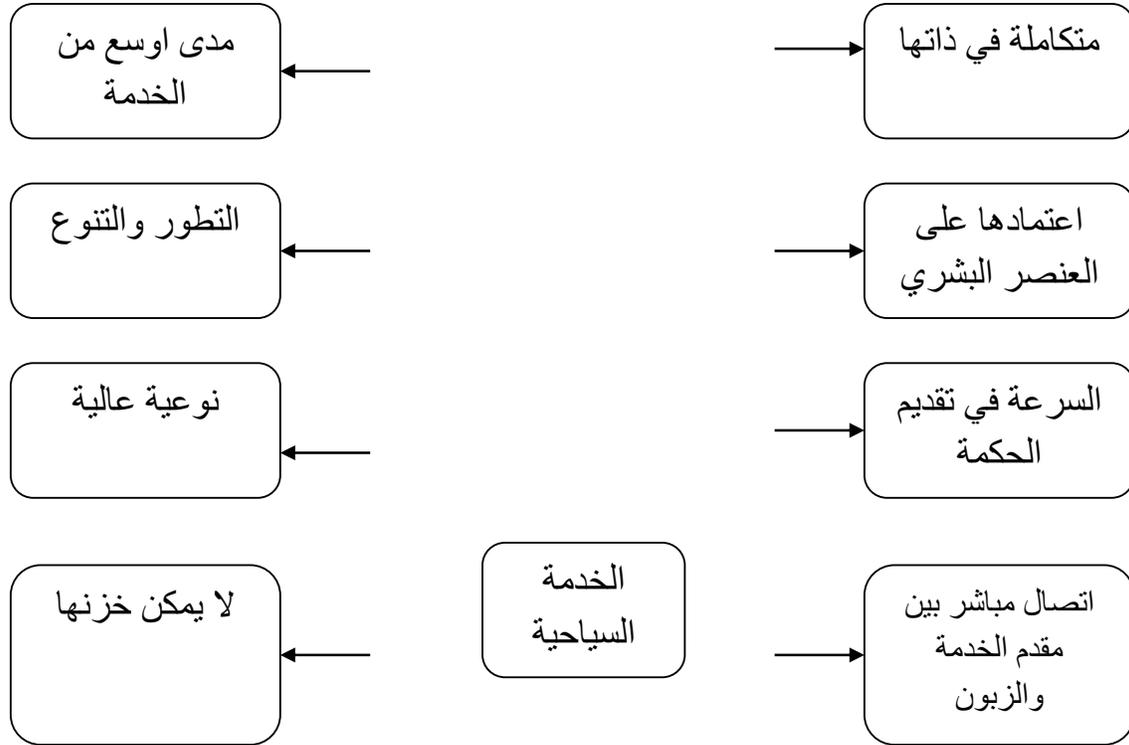
152 - عثمان عبد الباسط: البعد الاقتصادي للتنمية السياحية، بحث مقدم إلى ندوة الانثروبولوجيا والتنمية السياحية بإشراف جامعة اليرموك ، الأردن ، 1997 ، ص 131 - 132 .

القول بأنه كلما ازداد الجهاز الإداري تخلفاً فإن ذلك لا بد وأن يتبعه اتساع الفجوة بين الطائفتين فعندما تتحمل إدارة التسويق ومن خلال جميع البحوث العلمية المتخصصة مسؤولية الكشف عن التوجهات الفعلية للسياح الوافدين منهم والمحليين ومن ثم العمل على تحديد رغباتهم الدقيقة من حيث (طبيعة المناخ ، وطوبوغرافية الأرض ، والعيون المائية والمعدنية ، والمنتجات الصحية وجميع شروط البيئة الاجتماعية والثقافية والنفسية المطلوبة ... الخ) يتوجب حينذاك على إدارة الإنتاج أن تعمل باتجاه استثمار هذه الأبحاث العلمية - التسويقية ومن ثم العمل بجدية للاسترشاد بها وتكريس إمكانية إدخال التطويرات والتجديدات اللازمة بغية تحقيق الارتقاء بمستوى العرض السياحي من خلال تمكينه لاحتواء مقومات جذب إضافية وجديدة ومن جانب آخر فإن لمثل هذه المسوحات العلمية المتخصصة أثراً مهماً أخرى حيث يمكن من خلالها تأشير الكثير من التفاصيل الدقيقة عن الفرص الاستثمارية المتاحة وكذلك الأكثر ربحية التفاصيل عن الفرص الاستثمارية المتاحة وكذلك الأكثر ربحية أي تلك التي تحقق أعظم كفاءة حدية للاستثمار⁽¹⁵³⁾ ، لذلك فإن التنمية المستدامة تتحقق من خلال الإدارة السياحية الكفوءة مع تقديم الخدمات الجيدة وينبغي الانفتاح على الأسواق العالمية وكذلك دعم القطاع الخاص وذلك لأن الدولة قد لا تنجح دائماً في إدارة المنشآت السياحية فينبغي إعطاء إدارة المنشآت السياحية والفندقية إلى القطاع الخاص ولكن تبقى تحت إشراف الحكومة في المراقبة والمتابعة وذلك منعاً من استغلال السواح ورفع الأسعار بصورة غير طبيعية ولا بد من وجود إستراتيجية واضحة المعالم ، وبعيدة المدى⁽¹⁵⁴⁾ .

مخطط لإدارة الخدمات / خصائص الخدمات السياحية



153 - عبد المطلب محمود الخوام : ه
154 - منال عبد المنعم : مصدر سابق



المصدر : ماهرة عبد العزيز ، صناعة السياحة ، دار زهران للنشر ، عمان ، 1996 ، ص 155 ، 156 .

ج - الاستثمار السياحي

يتطلب تطوير السياحة استثمارات مالية كبيرة خصوصاً لمرافق الإقامة والخدمات بالنسبة للنقل والبنية التحتية وتساهم المسوحات والدراسات في تحديد سياسات الاستثمار الحالية في المناطق السياحية المختلفة وما يلزم التحريك الاستثمار لكافة أوجه التنمية المطلوبة وينبغي دراسة فرص الاستثمار المحلية والعالمية المتاحة وينتج عن الخطط والبرامج السياحية تقديرات للاستثمارات السياحية المطلوبة لإنشاء المرافق وخدمات البنية التحتية وتجهيز وتطوير عناصر الجذب السياحي وتحدد الحكومة مصادر تمويل مشاريع البنية التحتية وينبغي أن تهدف خطة التنمية السياحية إلى تحقيق الاستقلال الأمثل وكذلك الأشمل للبنية

التحتية المتوفرة والقائمة والجديدة (155) لذلك فإن عملية الإنتاج السياحي تعني إلى جانب توفر وجود عوامل الجذب السياحي المختلفة عوامل طبيعة وحضارية متنوعة ضرورة العمل على بناء العديد من المشروعات السياحية وفي مجالات متنوعة مثل :-

- مجالات الإيواء السياحي الرئيسية والتكميلية .
 - مجالات اللهو والترفيه وتقديم الطعام والشراب .
 - مجالات النقل والاسواق الكبيرة وجميع متطلبات البنية التحتية للاقتصاد السياحي بالإضافة إلى الحاجة لتعويض الاستهلاك السنوي لرأس المال الثابت .
 - مجالات الترويج والأعلام والتسويق السياحي .
 - مجالات التعليم والبحث السياحي .
 - مجالات المسح السياحي .
 - مجالات الإدارة السياحية وجميع متطلباتها (156) .
 - جميع متطلبات الاضطلاع بمهمة بناء صناعة سياحية متطورة أو القيام بتنمية أو تطوير المناطق السياحية التقليدية بإضفاء الطابع العصري عليها .
- وبناء قاعدة بيانات (data base) ترشد السائح عن الاماكن السياحية ، ولا يقتصر الأمر على ذلك فحسب بل أن عملية الإنتاج السياحي تتطلب أيضاً القيام ببناء العديد من المشاريع المهمة والمكملة الأخرى كمشروعات البنية الأساسية العامة بالإضافة إلى مجمل مستلزمات الخدمات الإدارية والصحية والتعليمية الأخرى ... الخ هذا ومن الطبيعي أن تكون هذه الاستثمارات السياحية بحاجة إلى رؤوس أموال طائلة فكلما توفرت الأرصدة الكافية لتمويل تلك الاستثمارات وضمن حدود المجالات المتقدمة الذكر فإن ذلك سوف لا يؤدي بالضرورة باختيار الأسبقيات والأولويات في تنفيذ المشروعات الاستثمارية ومن جهة ثانية فإن توفر رؤوس الأموال وبحجم يغطي من خلاله طبيعة المناهج وكذلك البرامج الاستثمارية

155 - منال عبد المنعم : المصدر السليق نفسه ، ص 26 .

156 - يحيى غني النجار : دالة استثمار صناعة السياحة ، مجلة البحوث الاقتصادية،المجلد الثاني عشر ، العدد 162 ، 2001 ، ص 54 .

المخطط لها سوف يعمل بدوره على خفض كلفة الفرصة لرأس المال ضمن مجالات النشاط السياحي بصورة عامة إذ إن كلفة الفرصة البديلة نابعة من الندرة النسبية للموارد المالية فعندما تكون هناك وفرة في الموارد المالية فسوف تنخفض كلفة الفرصة إن لم نقل لا يكون لها وجود أي أن جميع الفرص الاستثمارية يمكن أن تستغل لوفرة هذه الموارد ومن جهة أخرى فأن توفر الأرصدة سوف يعمل بدوره على حمل هذه الصناعة باتجاه اكتمال حلقاتها من خلال تحقيق التوسع والتكامل العمودي والأفقي بين القطاعات الاقتصادية الأخرى والنشاط السياحي أو على مستوى النشاط السياحي في حد ذاته ومن ثم في تحقيق المساهمة الجادة في رفع ربحية الكثير من البدائل ذات التكاليف المنخفضة أي ذات الربحية المرتفعة فضلاً عن طبيعة الإسهام في نشر الوعي السياحي فالتوسع في إنشاء المشروعات السياحية المختلفة في ظل الأرصدة النقدية اللازمة على سبيل المثال قد يتبعه توسع مماثل أو ظهور مشروعات جديدة ذات نشاطات اقتصادية وخدمية أخرى لمقابلة الزيادة في الحركة السياحية نشاطاً وطلباً فعالاً أي بمعنى آخر فأن زيادة عدد الفنادق مع الافتراض القائم على زيادة عدد السياح لا بد وأن يتبعه زيادة في الطلب على جميع المستلزمات الضرورية لانجاز المنتج السياحي بالكم والنوع المناسب والملائم وهذا من شأنه يؤدي إلى دخول موردين جدد أو إنشاء مشروعات جديدة لتوفير وتهيئة جميع المستلزمات الضرورية (1).

إن توافر رؤوس الأموال ولاسيما النقدية منها بالإضافة إلى اكتمال مشروعات البنية الأساسية اللازمة سوف يكون كفيلاً لضمان تدفق الاستثمار السياحي المحلي (الخاص) وكذلك الأجنبي وذلك من خلال قدرة هذا النشاط على تحريك العناصر الإنتاجية المختلفة الأخرى وفي أكثر من مجال إنتاجي وهذا بدوره يتطلب دعم برامج التوعية السياحية والإرشاد السياحي بالإضافة إلى المساهمة الجادة في انتهاج إستراتيجية تسويقية وترويجية متكاملة لغرض خلق الصورة السياحية الملائمة في الأسواق السياحية العالمية وذلك من خلال استثمار جميع الظروف

¹ - St. clements lectures @yahoo.com ، المحاضرة رقم (5) .

والمعطيات المتاحة باتجاه خلق الطلب السياحي الفعال وتدعيم فرص وأسباب استمراره بالإضافة إلى تفعيل محاولات كسب وتحويل الطلب الكامن المتعطل لأسباب مباشرة والطلب المحتمل المتعطل لأسباب غير مباشرة⁽¹⁾ ، وبما يؤدي إلى تقوية المركز التنافسي مقارنة بجميع الدول المجاورة والقريبة وأن لعلاقة رأس المال إلى الإنتاج ومدى توفر رؤوس الأموال اللازمة لغرض استغلال الموارد الطبيعية والبشرية أهمية خاصة لا يمكن تجاوزها أو التقليل من شأنها حيث غالباً ما تشير الأدبيات الاقتصادية إلى ارتفاع نسبة رأس المال إلى الإنتاج بالنسبة لأغلب الدول النامية وبالمقارنة مع الدول المتقدمة وذلك للحاجة القائمة لكثير من مشروعات البنى الأساسية اللازمة لأي نشاط اقتصادي بالإضافة إلى انخفاض المستوى الفني للعاملين وكذلك انخفاض العناية برؤوس الأموال العينية وما يترتب على ذلك من كثرة الاستهلاكات أيضاً الاندثار والهدر وبما يؤدي إلى انخفاض مستوى الانتفاع منها ومن ثم إلى انخفاض الكفاءة الحدية لرأس المال بصورة عامة أي بعبارة أخرى انخفاض مجموع الإنتاج المتولد عنها خلال مدة أعمارها الإنتاجية بالإضافة إلى مجمل الظروف والأسباب والمعطيات السياسية وكذلك الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والصحية الأخرى التي تعاني منها دول هذه المجموعة وأيضاً أن القيام بتنمية سياحية متقدمة سوف يتطلب استثمارات كبيرة لرؤوس الأموال⁽²⁾ ، إضافة إلى خبرات فنية متقدمة والتي غالباً ما تتصف هذه الاستثمارات بما يلي :-

- بقاؤها أي الاستثمارات السياحية في أصول ثابتة لمدة طويلة (20) -
- (25) سنه مع تعرضها إلى مخاطر عدم الاستقرار السياسي والأمني والاقتصادي محلياً وعالمياً .

¹- ابو قحف ، عبد السلام ، اقتصاديات الاعمال والاستثمار الدولي لسنة 2001 ، بدون مكان طبع ، ص 287

²- وزارة التخطيط والتعاون الانمائي ، هيئة التخطيط الصناعي ، بغداد ، 1988 ، ص 5 .

- تأثر الاستثمارات السياحية بظاهرة الموسمية حيث أن موسمية الطلب السياحي تؤدي إلى عدم إمكانية تحقيق معدلات مرتفعة من الأشغال على مدار السنة ومن ثم عدم تمكنها من تحقيق أرباح مرتفعة .

- الانخفاض البين للعائد الصافي من الاستثمارات في المشروعات السياحية الفندقية والذي يتراوح ما بين (10 - 15%) وهذا مما لا يشجع أصحاب رؤوس الأموال الخاصة على استثمار أموالهم في هذه المشروعات (157) .

وبمعنى آخر فإن دورة رأس المال الناجمة عن القيام بالاستثمارات في هذا النشاط ستكون بطيئة بالإضافة إلى انخفاض مستوى أرباحها وعوائدها في ضوء النسب المشار إليها وبالتالي فإن تلك الاستثمارات ستكون مخيبة للكثير من الأموال بالنسبة لأصحاب رؤوس الأموال الخاصة والهادفة إلى الربح السريع العائد العالي لذلك تحتاج التنمية السياحية إلى رؤوس أموال طائلة وجهود إنمائية كبيرة لتبليتها (2) ، وغالبا ما تتجاوز إمكانيات القطاع الخاص وحتى في الحالات التي يتوافر فيها دعم سوق النقد لهذا النشاط فإنه سيعتمد في إقامة تلك المشاريع كمشاريع المرافق العامة أو تلك المشاريع التي تعود بالنفع العام على القطاع العام ولقد بينت مختلف الدراسات التي أجريت في بعض الدول إلى أن الاستثمارات الخاصة لرؤوس الأموال لو تركت وشأنها فأنها لا تؤدي إلى وجود نمط استثماري امثل لان مصالح أصحاب هذه الأموال تقتضي بان تتجه إلى الجهات المعمورة والمناطق المألوفة حيث تقل المخاطرة وتتحقق فرص الربح السريع بينما تكون مخاطر القطاع العام اكبر ويكون رائدا في فتح المناطق السياحية الجديدة في الوقت الذي لا يستهدف فيه للربح بحد ذاته (158) ، ولهذا تتجه الاستثمارات الحكومية إلى الأماكن التي لا يتوافر فيها الاستثمار الخاص ففي (اليونان) مثلا لعب الاستثمار الحكومي دورا هاما في

157 - رابطة الفنادق والمطاعم في العراق: تقرير على واقع السياحة، المشاكل والمقومات، ومقترحات للتطوير، الندوة السياحية، النوار، 1992، ص 42 .

2- ابراهيم، مثنى معن، تحليل واقع الاستثمار السياحي في العراق من سنة 1980 الى سنة 1997 وامكانات تطويره، رسالة ماجستير، بغداد، كلية الادارة والاقتصاد، الجامعة المستنصرية، 1999، ص 39 .

158 - وزارة السياحة جمهورية مصر العربية: بحوث ودراسات إحصائية في اقتصاديات السياحة والاستثمار فيها، الشركة المصرية للطباعة والنشر، 1968، ص 170 - 171 .

أقامة وإنشاء وسائل الإيواء المختلفة وباقي المرافق السياحية الأخرى ، ثم هبطت أهمية الاستثمارات العامة عندما اتجه المستثمر الخاص إلى المناطق الجديدة وتحولت سياسة الحكومة إلى نقل ملكية تلك المنشآت إلى الملكية فمثلا في (تونس) أيضا فقد كانت استثمارات الفنادق في يد القطاع العام عندما كانت التنمية السياحية هدفا حكوميا رسميا آنذاك ولكن ما لبث أن تولى القطاع الخاص زمام الأمور (159) ، لذلك نرى بان القطاع العام ولا اعتبارات عديدة أخرى هو الذي يتولى مهمة القيام بالاستثمارات السياحية وعلى الأقل عند البدء أو الشروع في بناء أو تنمية سياحية متطورة وهذه الاعترافات هي اقتصادية واجتماعية وثقافية وإعلامية وسياسية (160) ، وأيضا بالنسبة للوضع السياسي والأمني غير المستقر فانه سيتأثر بلا شك سلبا على عموم النشاط الاقتصادي والذي بضمنه النشاط السياحي حيث أن الدولة والحكومات ستكون في مثل هذه الظروف والأوضاع منشغلة بأمر تكون مصيرية وان حالة عدم الاستقرار ستجعل من المناخ الاستثماري مناخا ومفتقدا للامان وبالتالي فان ذلك سوف يعمل على عزوف أصحاب رؤوس الأموال الخاصة على الاستثمار ولا سيما في النشاط السياحي بعده نشاطا حساسا اتجاه الأوضاع السياسية والأمنية (161) ، وهذا ما أكده أيضا الاجتماع العام الحادي عشر لمنظمة السياحة العالمية والذي عقد في القاهرة عام 1995 حيث ركزت افتتاحية على أهمية الربط المتبادل بين السياحة والسلام قد عبر عن ذلك بالقول بأنه "لا يمكن أن تكون هناك سياحة في ظل غياب السلام " وأضيف إلى ذلك بان السياحة تعزز وتدعم فرص الإدراك والسلام وذلك من خلال تأثيراتها الايجابية في تقوية وسائل توحيد البشرية وتعميق أواصر التبادل الثقافي وتحقيق وحدة شعوب العالم في كل أنحاء المعمورة (162) ، كذلك هناك عوامل أخرى تؤثر على الاستثمار في النشاط السياحي كدعم وتطوير قوانين وأنظمة الاستثمار بما يكفل توجيهها نحو الاستثمار في هذا النشاط

159 - المصدر السابق ، ص 171 .

160 - النجار ، د. يحيى غني : مصدر سابق ، ص 55 .

161 - عاتي ، رمزي بدر : العوامل المؤثرة في الطلب السياحي في العراق ، رسالة ماجستير مقدمة إلى كلية الإدارة والاقتصاد ، جامعة بغداد ، 1984 ، ص 44 .

162 - WTO News, No.6, December 1995, P.1.

وتوفير المناخ الملائم للاستثمارات السياحية بإقامة أكبر من الأمان والضمانات القانونية بإزالة العوائق الإدارية والنقدية وتقديم التسهيلات والخدمات اللازمة والإعفاءات الضرورية المشجعة وأيضاً بالإضافة إلى ذلك مدى تأثير الإدارة السياسية على النشاط السياحي حيث أن السياحة تعني أيضاً بكل التنظيمات والقوانين التي تدير وفقها السياسة الحكومية أي تسييس السياحة فقد يكون تأثير هذه السياسة عاملاً لتنشيط السياحة وكذلك قد تكون عاملاً لعرقلتها وعلى هذا الأساس فقد تدعو دولة ما إلى إقامة علاقات طيبة مع دول أخرى ولأي سبب كان لربما يترأى لها أن تقدم تخفيضات معينة وربما لا ترغب حتى في إقامة علاقات دولية وطبقاً لذلك تستخدم جهازها القانوني من خلال مختلف الطرق والوسائل ليقف مانعاً دون ذلك (163)، ولذلك فإن التنمية المستدامة تهدف إلى إيجاد مناخ ملائم للاستثمارات السياحية على مدى البعيد ولأجيال قادمة وذلك من خلال دراسة مجموعة قوانين الاستثمار عامة وما يخص السياحة على وجه التحديد فقد تبين أهمية وضع قانون خاص بالاستثمار السياحي الهدف من هذا القانون هو تنمية وتطوير صناعة السياحة ومرافقها وتشجيع الاستثمار في مجالاتها المختلفة وخلق وإيجاد الظروف الملائمة للاستثمارات السياحية وترسيخ أسباب تشجيعها والعمل على ضمان حمايتها وإن تشجيع الاستثمار في صناعة السياحة يتم عن طريق إعفاء شركات الاستثمار السياحي والفندقي من الضرائب في بداية افتتاح المشاريع وتسهيل إجراءات الجمارك بالنسبة للأجهزة والمعدات التي يحتاجون إليها في منشاتهم وتقديم القروض الطويلة الأجل بالنسبة لشركات الاستثمار السياحية والفندقية وكذلك تطبيق سياسات الحوافز (164).

د. الوعي السياحي

يمكن أن نفهم الوعي السياحي بكونه مدى توفر الدراية والإطلاع والمعرفة فضلاً عن المستوى الثقافي العام التي تمتاز بها مصادر وعناصر الطلب السياحي

163 - النجار ، د. يحيى غني : مصدر سابق ، ص 56 .
164 - مكية ، منال عبد المنعم : مصدر سابق ، ص 27 .

وبما يترتب عليه معرفة جميع البدائل السياحية المتاحة ومن ثم تحقيق أفضل إمكانية للاستمتاع بالنشاط السياحي بصورة عامة ويأتي الوعي السياحي من خلال قنوات عديدة ويمكن تحديد أهمها بالآتي :-

- وسائل الاتصال الجماهيرية المقروءة والمسموعة والمرئية والتي لا يمكن تكريسها من خلال الإعلانات التجارية والملصقات والنشرات والمجلات المتخصصة والأفلام الوثائقية بالإضافة إلى مختلف الوسائل الأخرى والتي يكون فيها الإبداع والابتكار الإعلاني سمة إيجابية ومميزة لتلبية الأغراض المنشودة وهنا كلما كانت هذه الوسائل أكثر وضوحا وموجهة باتجاه أكثر الجماعات قربا للمناطق المستهدفة سياحيا أو مواجهة بأساليب إعلامية متطورة فان الوعي السياحي سيزداد أكثر وينتشر بين مختلف الفئات وخاصة المثقفة منها (165) .

- المعرفة المسبقة والخبرة المتراكمة عن زيارة السياح لمناطق معينه في مدد ماضية سوف تعمل وحسب حالة الإشباع الحاصل للدوافع والأغراض التي دفعت باتجاه تحقيقها ومن ثم بمدى حالة الرضا المتحققة عن ذلك للبحث أما عن تكرار تلك الزيارة للمنطقة السياحية المعينة او الاكتفاء بعدم تحقيقها مجددا إذ إن "الاهتمام في هذا المجال لا بد وان ينصب على طبيعة العلاقة القائمة بين المتوقع والحقيقة أو المتوقع والواقع" (166) ، وبعبارة أخرى فان السياح يفضلون في العادة تكرار زيارة تلك المناطق التي انجذبوا إليها في مدد سابقة ولاسيما عندما تحافظ هذه المناطق بمميزاتها من عناصر الجذب السياحي فضلا عن إدخال أي من التطويرات والتحسينات التي يراها مناسبة للارتقاء بمستوى المنتج السياحي بالإضافة إلى جميع الخدمات الأخرى وطبيعة السلوكيات المنتهجة في مثل هذه المواقع بغرض تمييز مرتاديه عن بقية

165 - جامعة الدول العربية، الأمانة العامة _ المنظمة العربية للسياحة ، وثائق جدول أعمال المؤتمر الطارئ لوزراء السياحة العرب والقائمين على شؤونها، تونس، 1987، ص 97 .

166 - Wto News. Quality: A challenge for Tourism "No.3. May\ June, 1994, Spain, P.9 .

السياح الآخرين حيث "أن الطلب المتحقق فعليا على منطقة معينة يبقى دائما متأثرا بعوامل خارجة عن المستهلك لكنها تؤثر في قراره وتتعلق بمنطقة القصد السياحي ذاتها ومميزات وصفات العروض السياحي المتوفر والمنتوج السياحي المقدم لروادها ويرتبط بمقدرتها على جذب الأفراد اليها واقناعهم بالمشاركة فيما تقدمه من خلال سياسة ترويجية _ ودعائية _ وإعلامية _ ملائمة ومن ثم تحقيق الرضا والاستمتاع المتوقع من تلك الزيارة" (167) ، وبالتأكيد سيكون لهذا الأمر ابلغ الأثر على السياح القادمين من الدول النامية لتطابق هذا الاتجاه مع السلوك الاجتماعي السائد فيها أما بالنسبة للسياح القادمين من الدول المتقدمة فان المعرفة والخبرة المسبقة سوف تتعلق بنواقص المعلومات التي يمكن استكمالها بزيارات متكررة للمناطق المعنية او أية دوافع وأغراض أخرى لا تمت بصلة إلى السلوكيات الاجتماعية .

- مستوى التعليم والثقافة التي يتحلى بها السياح حيث يعد المتعلمون والمثقفون بشكل عام ولاسيما فهم أصحاب المستويات الثقافية العليا أكثر وعيا من غيرهم بالسياحة ومجالاتها كونهم أكثر بحثا عن ما يمكن إضافته إلى خزينهم من المعلومات وبما يلبي إشباع دوافعهم إذ أن القدرات العلمية التي يتمتع بها أفراد هذه النخبة تمكنهم من الاطلاع على الدراسات والوثائق والأفلام وبلغات وأساليب وطروحات مختلفة وبالتالي فان السمة الغالبة لهذا النوع من الطلب السياحي سيكون انتقائيا لطالح تطوير المعلومات وان "الثقافة من الأهمية بمكان أن تصبح فيه غرضا سياحيا جديدا في الوقت الحاضر وقد عرفت بسياحة المؤتمرات وكذلك السياحة الثقافية المتخصصة معتمد فيها على تنظيم وإقامة الندوات الثقافية المختلفة لتبادل الرأي والحوار البناء في مختلف الاتجاهات

167 - الحوري ، د. مثنى طه : مصدر سابق ، ص 13 .

الثقافية وفي إقامة المعارض الخاصة بالكتب وزيارة المراكز البحثية المتخصصة" (168).

هـ - المزيج التسويقي السياحي

يعرف المزيج التسويقي بأنه "برنامج متكامل من القرارات المتعلقة بالمنتج أي (نوع الخدمات) والسعر والمكان (المكان السياحي) والترويج وعلاقة وتأثير كل منهما على الآخر" (169).

أي انه يتعلق بدراسة واتخاذ القرارات المتعلقة بهذه العناصر ولكن ليس بالشكل الذي يعني عزل كل منها عن الأخرى أي أن القرارات يجب أن لا تفسر أو تؤخذ بشكلها المنفصل وإنما بأفقها الشامل وكأجزاء متفاعلة مع الأخرى .

فالعامل على تسويق منطقة سياحية معينة يجب أن تنوع البرامج لهذه المنطقة والرحلة تشمل النقل والخدمات والإيواء ومقسمة حسب الأسعار والدرجات أي لا نستطيع أن نعزل الخدمة عن النقل أو المكان السياحي المطلوب أي عندما نسوق على سبيل المثال (البتراء) يجب أن نسوقها مع الفنادق المتوفرة فيها ومع المطاعم ومع الخدمات المتوفرة في البتراء ومع النقل من وإلى البتراء ومع الأسعار .

أما مكونات المنتج السياحي فيشمل :-

- عناصر الجذب السياحي .
- التجهيزات .
- سهولة الوصول .

جدول العلاقة بين الفجوات والوظائف التسويقية والمنافع التي يخلقها التسويق

168 - محسن احمد الخضيرى : التسويق السياحي مدخل اقتصادى متكامل، مكتبة مدبولي ، جمهورية مصر العربية ، بدون سنة نشر ، ص 67 .

169 - ماهر عبد العزيز توفيق : صناعة السياحة ، دار زهران للنشر والتوزيع ، عمان ، 1997 ، ص 156 .

المنافع	الوظائف التسويقية التي تغلق الفجوات	الفجوات
المنفعة المكانية	النقل - التخزين - التوزيع	المكان
المنفعة الزمانية	التخزين - النقل - التوزيع	الزمن
منفعة التملك	الشراء - البيع - تحمل المخاطر - التمويل	التملك / الحيازة
منفعة التملك	الاتصالات التسويقية - معلومات وبحوث وتسويق	الادراك / المعلومات
منفعة التملك	الشراء - البيع - معلومات وبحوث التسويق	القيم

المصدر : الحديد ، ابراهيم اسماعيل ، ادارة التسويق السياحي ، الطبعة الاولى ، دار الاعصار العلمي ، عمان لسنة 2010 ، ص 42 .

والترويج يشمل قنوات توصيل المعلومات إلى السياح سواء كانت عن طريق وكلاء السفر أو عن طريق الراديو أو التلفزيون أو الانترنت أو عبر الأقمار الصناعية (الفضائيات) أو الصحف أو المجلات ... الخ . والسعر يجب أن تسوق الخدمات السياحية بعده أسعار مختلفة ومنها وسائل النقل كل حسب كلفته . أما المكان هو المكان السياحي أو المكان استهلاك أو التمتع بالخدمة .

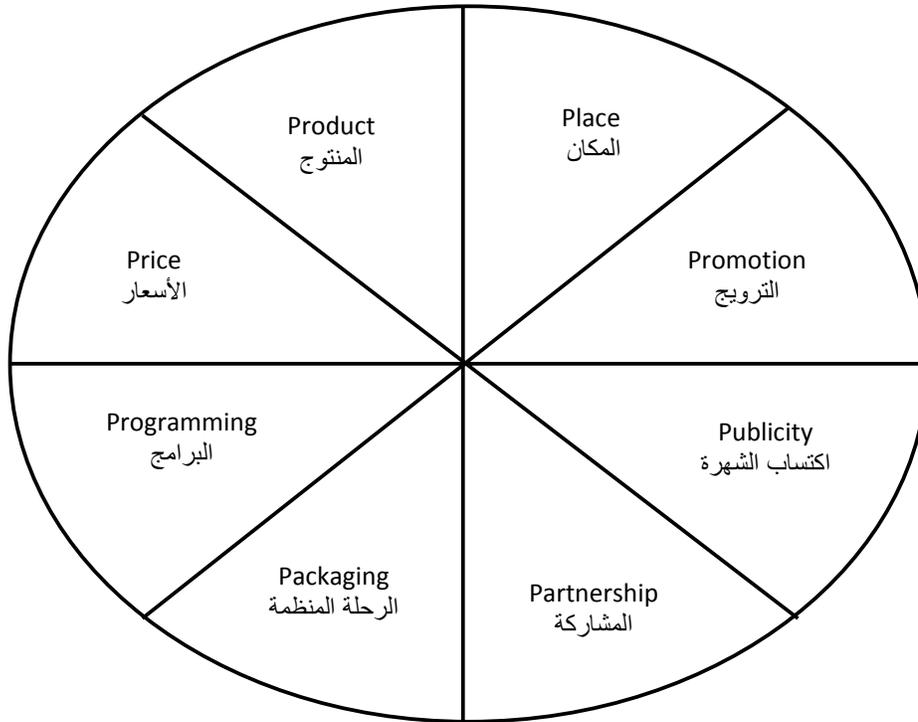
ولذا فإن المزيج التسويقي السياحي الحالي يشمل أربعة عناصر رئيسية (170)

هي :-

- البرنامج Programming .

170 - ماهر عبد العزيز توفيق : مصدر سابق ، ص 158 .

- الرحلة المنظمة (الحزمة السياحية) Packaging .
 - المشاركة Partnership .
 - اكتساب الشهرة والعلاقات العامة Publicity .
- هذا بالإضافة إلى السعر (Price) والمنتج (Product) والمكان (Place) والترويج (Promotion) .



شكل (4)

المزيج التسويقي السياحي – PS Marketing Mix

ثالثا : البيئة الصحية

تشكل المميزات البيئية التي تتسم بها المنطقة وكذلك نوعيتها وأوضاعها والتي من ضمنها الوضع الصحي عاملا هاما أو عنصرا مهما من عناصر التنمية السياحية في تحديد أي مرفق سياحي وفي ذات الوقت فأنها تعد من أهم العوامل التي تؤثر في إيجاد أكثر مواقع الجذب السياحي شهرة في العالم فعلى سبيل المثال لا يمكن قبول وجود منطقة ذات وضع صحي متدهور سواء أكانت موبوءة أو أنها ذات وضع صحي غير جيد ولأي سبب كان وتتمثل بكونها منطقة جذب سياحي

وهذا ما أكدته منظمة السياحة العالمية (W.T.O) (*) أيضا ومن خلال إحدى دراساتها المتخصصة والتي خلصت فيها بالاستنتاج والإشارة إلى وجود العديد من البلدان ولاسيما ضمن مجموعة الدول النامية التي تزخر بإمكانيات سياحية كبيرة إلا إن توطن بعض الأمراض فيها هو الذي يحول دون الاستفادة منها على النطاق الواسع سياحيا وبما يقود إلى حرمانها وشعوبها للكثير من المزايا الاقتصادية والاجتماعية ولعل مناطق الغابات والأدغال في أفريقيا وأمريكا اللاتينية المثال المناسب لمثل هذه الحالات وبناءا على ذلك فإنه يمكن تأشير البيئة الصحية على أنها من المقومات المهمة التي تدخل ضمن عناصر التنمية السياحية المستدامة أو بكونها احد العناصر المهمة (171)، لما تعرفه الدراسات والأبحاث السياحية بالعرض السياحي الأولي أو العرض السياحي الأساسي أو العرض السياحي الطبيعي بالنسبة للنشاط السياحي بصورة عامة وخاصة فيما يتعلق بالنسبة للأنماط السياحية الجديدة في العالم كالسياحة البيئية (ECO- Tourism) وسياحة الصحراء والتي أخذت تحوز اليوم على نسبة لا يستهان بها من مجمل حركة السياحة العالمية حيث بلغت في عام 1997 بحدود (20%) (172)، فضلا عن الدور الرئيسي الآخر الذي يمكن أن تضطلع به البيئة الصحية لأنها تكون المقوم الرئيس بالنسبة لنمط السياحة العلاجية تحديدا لذلك فالبيئة الصحية تعد من عناصر التنمية السياحية المستدامة وذلك لان النشاط السياحي المستدام يتطلب بيئة صحية ملائمة .

رابعا : البيئة السياسية والأمنية

أن توفر الجانب الأمني للسياح ذو أهمية بالغة لدى السياح إلى جانب توافر عناصر الجذب السياحي ويعد من مقومات التنمية السياحية المستدامة والاستقرار السياسي إذ تنشط الحركة السياحية ولاسيما الوافدة إلى الأماكن السياحية التي يسود فيها الأمن والاستقرار وعلى النقيض من ذلك يبتعد السياح عن الأماكن غير الآمنة

(*) منظمة السياحة العالمية (World Tourism Organization)

171 -Edward Inskeep, Op. Cit.p.43 .

172- W. To News, Ecotourism now one –Fifth of Market, No.1. Jan-Feb, 1998, Spain P.5 .

وذاآ التوتراآ السفااسفة والنزاعاآ العسكرفة (173) ، ولما كان الاسآآمام والراآة فف طلفة ءوافع هؤلآء السفاآ للسفر إلى البلفان الآف فآآارونفا فلفس من المعقول أن فآآاروا بلفانا آآوض آربا أهلفة أو آعفش موفة من العنف وعلف هذا الأساس فان الاسآآرار السفااسف واسآآباب الأمن النظام وآوطء السلام فف ربوع البلفان المرشآة للسفاآة هف من المزافا والشروط الأساس لءعم موقعفا فف السفاآة ءولفة (174) ، وآآضح الصلة الوآففة للسلام والأمن بالسفاآة من آلال آراآع أعااء السفاآ بعء آرب الآلفآ الآلفة عام 1991 فف السعوففة فقء بلغت النسبة المئوية (46%) كما انآفضآ فف مصر بمقءار (33%) فف عام 1993 نآفآة لآآرار آواءآ العنف الآف وقعت لبعض السائآفن ورفهم (175) ، ولا ننسف آءهور السفاآة فف لبنان أثناء الآرب الأهلفة فف السبعفناآ وكذلك فف الآزائر نآفآة لءعم اسآآرارها السفااسف ومن هنا فمكن القول أن عءم آوفر الأمن والاسآآرار فؤآر سلبا علف السفاآة ولذلك فآب العمل علف إءامة الاسآآرار السفااسف والأمنف فف البلفان السفاآفة لانعكاس ذلك علف نآمفة السفاآة وآنشفط الآركة السفاآفة الوافءة من آلال آمع وشعور السائآ بالآمان الشآصف واسآآرار الوضع السفااسف .

2 - الآورف ، الباس : مصدر سابق ، ص 97 .

174 - النورف ، ءقفس : مصدر سابق ، ص 22 - 23 .

175 - Vellas, F:& Becher1 .Internal Tourism,Macmillan, Hampshire,V k , 1995 , P 44.

الفصل الرابع

دراسة واقع مكونات الصناعة السياحية في محافظة ديالى

**المبحث الأول : نشأة وتطور صناعة السياحة في
العراق**

**المبحث الثاني : واقع مكونات السوق السياحية في
محافظة ديالى**

**المبحث الثالث : الرؤية الإستراتيجية المقترحة لتطوير
السياحة في محافظة ديالى**

المبحث الأول

نشأة وتطور صناعة السياحة في العراق

العراق من بين الدول النامية والغنية بالمقومات السياحية وبما وهبها الله تعالى من خيرات وفيرة ومتنوعة ويعد من الدول النامية والحديثة العهد بالسياحة . والذي يمكن أن يلعب فيه هذا النشاط دوراً فاعلاً في دعم التنمية الاقتصادية كقوة الدور الذي لعبه في دول العالم المختلفة إذا ما استغل الاستغلال الصحيح ، ولكن نرى أن هذا النشاط المهم لم يحض بالاهتمام المطلوب حتى منتصف الخمسينات . كانت السياحة في العراق لا تعدو عن كونها سياحة عشوائية في البدء حيث اقتصرت على بعض الأماكن في شمال العراق والسفر إليها من قبل شرائح اجتماعية محدودة وميسورة الحال من المجتمع العراقي وكانت السياحة مقتصرة على السياحة الداخلية في فصل الصيف وقد كان القسم الأعظم من هذه الشرائح

نفسها تشارك بالسفر إلى خارج العراق إلى الدول المجاورة مثل لبنان ، وسوريا ، وتركيا ، والأردن وبعض الدول الأوروبية لغرض الاصطياف⁽¹⁾.

ولذلك فقد تولت بعض الأجهزة والمؤسسات السياحية وغير السياحية الحكومية مسؤولية إدارة النشاط السياحي ابتداءً من أربعينات القرن الماضي وحتى الوقت الحاضر ولقد تفاوتت قوة وفعالية هذه المؤسسات في إدارة المنشآت السياحية وتطويرها وسوف نستعرض بشيء من التحليل تطور مكونات أو المقومات الإستراتيجية لهذا القطاع لفترات زمنية مختلفة وذلك في ضوء ما متاح من بيانات ومعلومات تم الحصول عليها من الجهات ذات العلاقة .

أولاً : نشأة وتطور السياحة في العراق

يمتد الاهتمام بالسياحة في العراق إلى ثلاثينات القرن الماضي إذ شهد هذا القطاع إصدار الكثير من القوانين التي اهتمت بتنظيم شؤون السياحة في العراق كان أولها قانون رقم (45) لسنة 1940 والذي سمي بقانون (تأسيس مناطق المصايف وبيع العرصات الأميرية فيه) ولقد وضع هذا القانون الأسس العامة للسياحة والذي تألفت بموجبه (لجنة الاصطياف)⁽¹⁷⁶⁾ ، أعقب هذا القانون صدور القانون رقم (73) لسنة 1956 وهو قانون (مصلحة المصايف والسياحة) وبموجبه ارتبطت هذه المصلحة بوزارة الأعمار وأناط بها واجب الأشراف على السياحة في العراق ، وخول فيها مجلس إدارة لمصلحة المصايف والسياحة صلاحية اتخاذ كافة التدابير الممكنة والتي يراها مناسبة لتشجيع حركة الاصطياف والسياحة ، وجاء القانون رقم (123) لسنة 1960 ليلغي مصلحة المصايف والسياحة ويلحق مصلحة السياحة بوزارة العمل والشؤون الاجتماعية⁽¹⁷⁷⁾ ، ويلاحظ أن كلا القانونين قد اهتمتا بوضع الخطوط العامة لتشجيع حركة الاصطياف والسياحة لكنها أغفلت

1- حسين ، ازر ناجي ، السياسة العامة السياحية في العراق ومعوقاتهما ، بغداد ، رسالة ماجستير ، كلية العلوم السياسية ، جامعة النهرين ، سنة 2002 ، ص 60 .
176 - نشر في جريدة الوقائع العراقية العدد (3819) في 1956/7/2 .
177 - نشر في جريدة الوقائع العراقية العدد (427) في 1960/10/17 .

الاهتمام بتوفير المستلزمات التشغيلية للمشاريع السياحية سواء في تهيئة وتدريب الكادر المتخصص للأداء السياحي بصورة صحيحة ، أو في مجال التسويق الذي يوازي في أهميته ما ينفق من أموال على إقامة هذه المشاريع .

كان اهتمام الدولة آنذاك بالسياحة والسعي لزيادة الاستثمارات السياحية في مختلف مناطق العراق سبباً في صدور قرار رقم (49) لسنة 1977 والذي تم بموجبه إنشاء (المؤسسة العامة للسياحة) وارتبطت حينها بوزارة الأعلام وصارت هذه المؤسسة وحدة إدارية مسؤولة عن إدارة القطاع السياحي في العراق من حيث عملية التخطيط والتنفيذ للعملية السياحية⁽¹⁷⁸⁾ . وكان من أهداف المؤسسة التي حددها القانون تطوير المناطق السياحية في القطر واستثمارها للأغراض السياحية ورعايتها بما يكفل تحسين معالمها الحضارية والثقافية والشعبية ، وكذلك تشجيع وترويج الحركة السياحية في القطر لكونها وظيفة اقتصادية وثقافية وإعلامية مهمة .

وبسبب حرب الخليج الأولى حصلت شحة في العملات الأجنبية أدت إلى تعثر الكثير من خطط التنمية الاقتصادية والاجتماعية وتوقف بعضها ، وقد كان تأثير هذه الأحوال واضحاً في النشاط السياحي وخطط تنميته . وكان تطبيق نظام الترشيح الإداري سبباً في حل (المؤسسة العامة للسياحة) وإنشاء مديرية ترتبط بديوان الرئاسة آنذاك سميت (مديرية السياحة العامة) بموجب قرار رقم (410) لسنة 1987 أعقب ذلك وفي عام 1988 صدر قراراً بحل هذه المديرية وتشكيل (لجنة السياحة) تابعة إلى وزارة المالية التي كان من أهم واجباتها تصفية ممتلكات المؤسسة العامة للسياحة واستطاعت تحويل (11) مرفقاً سياحياً معظمها من الفنادق الكبرى إلى شركات مساهمة⁽¹⁷⁹⁾ .

178 - نشر في جريدة الوقائع العراقية العدد (2581) في 1977/4/4 .
179 - نشر في جريدة الوقائع العراقية العدد (3319) في 1990/8/6 .

لقد كان إلغاء المؤسسة العامة للسياحة وإنشاء لجنة لتصفية الممتلكات وظهور الحاجة إلى وجود تنظيمياً أو جهازاً يسهم في جميع ما تفرق ويحقق الانسجام الإداري سبباً في صدور قرار رقم (299) لسنة 1990 والذي تشكلت بموجبه (هيئة السياحة) والتي ارتبطت بديوان الرئاسة آنذاك ، بعد ذلك صدرت قرارات تشكلت بموجبها شعبة السياحة في وزارة الداخلية وشعباً للسياحة في كل محافظة من محافظات القطر . وفي عام 1996 صدر قرار رقم (92) والذي بموجبه ألغي رقم (299) واكتسبت هيئة السياحة الشخصية المعنوية والاستقلال المادي والإداري وعدت الجهة القطاعية المسؤولة عن القطاع السياحي في العراق عن طريق إدارة وتوجيه ومراقبة الشؤون السياحية⁽¹⁸⁰⁾ . وفي ظل هذا التطور المؤسسي يلاحظ أن القطاع السياحي في العراق قد بني على امتلاك الحكومة للمشاريع السياحية وإدارتها المركزية مما أثقل كاهلها بمشكلات تشغيلية إدارية في تلك الفترة أبعدها عن واجبها الحقيقي في التخطيط السياحي المبني على إستراتيجية وأسس علمية متطورة ومن ثم أدى إلى تهميش وانكماش لدور القطاع الخاص في التنمية السياحية أضف إلى ذلك عدم تبلور الوعي والإدراك الكافي بالسياحة وأهميتها سواء على المستوى الاقتصادي والثقافي والحضاري .. أن أهمية الصناعة السياحية في العراق من خلال مكوناتها أو مقوماتها الأساسية أدناه :

أولاً : الموقع السياحي :

يزخر العراق وبشكل ملفت للنظر بالمكونات ذات الأصل الطبيعي وهي الموارد الطبيعية ذات القيمة الترويحية والمهمة في تكوين المنتج السياحي المتميز والقادر على الجذب وفي مقدمة هذه الموارد تقع الجبال والغابات الواقعة في الشمال والشمال الشرقي من أرض العراق والتي تشكل عنصر جذب وشد سياحي متميز وبخاصة حينما يتفاعل معها عامل المناخ ، كما أن العراق يتميز بغزارة مياهه وتنوع وكثافة الغطاء النباتي فيه ووفرة الحياة البرية في البادية الغربية ، كما أنه

¹⁸⁰ - نشر في جريدة الوقائع العراقية العدد (3635) في 1996/9/16 .

ينفرد بوجود الأهوار في الجنوب والتي تتميز بمكونات بيئية فريدة وغربية والتي يمكن استثمارها لأغراض السياحة البيئية أو السياحة الطبيعية⁽¹⁸¹⁾.

أما الموارد البشرية ذات الأهمية السياحية ، فإن الأجداد كبير ومتنوع وفريد ويتمثل بالمواقع والشواخص الاثرية المنتشرة في عموم العراق ، والتي تمثل حقبة زمنية وتاريخية متعددة كالأبنية والنصب التاريخية⁽¹⁸²⁾ وجميع هذه المواقع إدارتها والإشراف عليها وإدامتها واستثمارها ، هو من مسؤولية الجهات الحكومية والمتمثلة بهيئة السياحة ، يساعدها في ذلك مؤسسات حكومية أخرى ، مثل المؤسسة العامة للآثار والتراث والدوائر الإدارية .

أما المراقدة والمواقع الدينية ، فهي عنصر جذب متميز وحتى فريد من نوعه أمام السياح الوافدين ، إذ يعد العراق موطناً لكثير من الديانات ولكل ديانة معابدها وأثارها التي تعتر بها فبالإضافة إلى مزارات أنبياء اليهود والمسيحيين وكنائسهم ودور عباداتهم التاريخية المهمة ، هناك معابد ومزارات للصابئة الايزيدية وحتى الشيخ ، كما أنه يتبوأ مكانه مرموقة بين الدول الإسلامية ، لما يزره به من مناطق مقدسة إذ يضم بين جنباته رفاة الأئمة الأطهار وأهل البيت عليهم السلام والصحابة والصالحين (رض) والتي تستقطب قلوب الآلاف من المسلمين من كل بقاع العالم ، ويمكن تحديد ما يقارب (100) موقع ديني ولمختلف الطوائف والأديان يوضحها الجدول رقم (4) .

1. إن إدارة هذه المواقع كانت وحتى أحداث عام 2003 من مسؤولية وزارة

الأوقاف والشؤون الدينية .

إن إدارة وصيانة المواقع الدينية الإسلامية يخضع لأحكام نظام العتبات

المقدسة رقم (21) لسنة 1969 المعدل والذي ما زالت معظم أحكامه سارية . إن

181 - الحوري ، مثنى طه : المعوقات الأساسية أمام نمو السياحة الوافدة إلى العراق وسبل تجاوزها ،

مجلة الإدارة والاقتصاد، كلية الإدارة والاقتصاد- الجامعة المستنصرية، العدد 21 ، حزيران

1997 ، ص 254 .

182 - الحوري ، مثنى طه : المصدر السابق نفسه ، ص 246 .

فقرات هذا النظام حددت كيفية تعيين العاملين في هذه المراقذ إذ يخصص 20% من إيراد المراقذ الكبيرة لإجراء الصيانة والترميم⁽¹⁸³⁾.

أما المواقع الدينية العائدة للطوائف غير المسلمة فإن إدارتها هي من مسؤولية متولي هذه المواقع وتتنحصر مسؤولية ديوان الأوقاف غير المسلمة في توجيه هذه المواقع ورعايتها وذلك استناداً إلى أحكام نظام رعاية الطوائف الدينية رقم (32) لسنة 1981 والذي حدد رعاية (17) طائفة دينية غير مسلمة معترف بها رسمياً في العراق⁽¹⁸⁴⁾.

ولا يخلو مكان في العراق من وجود دير أو كنيسة وذلك لكون الديانة المسيحية هي ثاني ديانة بعد اليهودية سكنت العراق قبل الفتح الإسلامي وقد كانت هذه الأديرة والكنائس ليست أماكن لإقامة الشعائر والطقوس الدينية فقط بل كانت مركزاً لنشر الثقافة والعلم وأن معظم هذه الأماكن الآن مواقع أثرية وذلك يعود إلى قدم المدة الزمنية لبنائها وكذلك اقتصار إقامة الشعائر الدينية فيها على مناسبات معينة⁽¹⁸⁵⁾. أما الطوائف الأخرى والتي يتركز وجودها في العراق مثل الطائفة الايزيدية والصابئة المندائين فإن مواقعها الدينية تتميز بخصوصية معينة فالاييزيدية تتركز مزاراتهم في الجزء الشمالي للعراق وفي محافظة الموصل تحديداً وهذه المواقع أو المزارات تقع في مناطق جبلية وتقام فيها المراسيم الدينية في الأعياد الدينية وبخاصة مناسبة ولادة صاحب المقام وهي غير متاحة للجميع وذلك يعود إلى الطبيعة المتعلقة للديانة الايزيدية، أما الصابئة المندائيين فأن مزاراتهم والتي تعرف بالمندى تنتشر في أماكن استقرارهم في العراق وخاصة في محافظتي ذي قار

183 - عبد الرزاق هوبي محمد : التشريعات في إدارة الأوقاف ، مطبعة الرشاد، بغداد ، 1989 ، ص 191 .

184 - نشر في جريدة الوقائع العراقية العدد (2867) في 1982/1/18 .

185 - محمد خضير حسين : السياحة الدينية في العراق ، دار الرشيد للطباعة والنشر ، 2008 ، ص 23 .

وميسان وتكون قريبة من الأنهار وذلك لاعتماد طقوس هذه الديانة على الماء وهذه المنديات مفتوحة دائماً وتشهد إقامة الشعائر والطقوس الدينية طوال العام (186) .

وبسبب ما تعاني بعض المواقع الدينية من الإهمال والعبث أدى إلى اندثارها مثل دير الاقيصر ودير مارأيليا الحيري التي تحولت إلى أماكن للرماية لوقوعها في مواقع عسكرية وكذلك مقام النبي العزيز (ع) في محافظة ميسان الذي تعرض إلى السرقة والتخريب .

جدول رقم (4)

المواقع الدينية في العراق لمختلف الديانات

ت	اسم الموقع الديني	المحافظة	الديانة
1	ضريح الإمام علي بن أب طالب (ع)	النجف	الإسلامية
2	مقام الإمام زين العابدين (ع)	النجف	الإسلامية
3	مرقد أنبياء الله (هود) و (صالح) (ع)	النجف	الإسلامية
4	مقام الإمام المهدي (ع)	النجف	الإسلامية
5	مرقد الصحابي كميل بن زياد (رض)	النجف	الإسلامية
6	مسجد الحنافة _ موضع رأس الحسين ((ع))	النجف	الإسلامية
7	مسجد الكوفة	النجف	الإسلامية
8	مرقد مسلم بن عقيل (ع) / الكوفة	النجف	الإسلامية
9	مرقد هاني بن عروة (رض)	النجف	الإسلامية
10	مرقد مختار الثقفي	النجف	الإسلامية
11	مقام نبي الله آدم (ع)	النجف	الإسلامية
12	مقام نبي الله نوح (ع)	النجف	الإسلامية
13	مقام نبي الله إبراهيم (ع)	النجف	الإسلامية
14	مقام الملاك جبرائيل (ع)	النجف	الإسلامية
15	دكة القضاء (في مسجد الكوفة)	النجف	الإسلامية

186 - محمد خضير حسين : المصدر السابق نفسه ، ص 24 .

16	بيت الطشت (في مسجد الكوفة)	النجف	الإسلامية
----	----------------------------	-------	-----------

ت	اسم الموقع الديني	المحافظة	الديانة
17	محراب استشهد الأمام علي (ع) في مسجد الكوفة	النجف	الإسلامية
18	تنور الطوفان (في مسجد الكوفة)	النجف	الإسلامية
19	مسجد السهلة	النجف	الإسلامية
20	مسجد صعصعة بن صوحان (رض)	النجف	الإسلامية
21	مسجد زيد بن صوحان (رض)	النجف	الإسلامية
22	مرقد ميثم التمار (رض) / الكوفة	النجف	الإسلامية
23	بيت الإمام علي (ع) / الكوفة	النجف	الإسلامية
24	مرقد رشيد الهجري (رض)	النجف	الإسلامية
25	مرقد زيد بن علي زين العابدين (ع)	النجف	الإسلامية
26	مرقد بكر بن الإمام علي (ع)	بابل	الإسلامية
27	مرقد القاسم بن الإمام الكاظم (ع)	بابل	الإسلامية
28	مرقد الحمزة بن الحسن بن العباس (رض)	بابل	الإسلامية
29	مسجد رد الشمس	بابل	الإسلامية
30	مرقد نبي الله ذو الكفل (ع)	بابل	الإسلامية
31	مرقد الإمام الحسين (ع)	كربلاء	الإسلامية
32	مرقد الإمام العباس (ع)	كربلاء	الإسلامية
33	مرقد شهداء كربلاء	كربلاء	الإسلامية
34	مرقد حبيب بن مظاهر (رض)	كربلاء	الإسلامية
35	مرقد إبراهيم بن الإمام الكاظم (ع)	كربلاء	الإسلامية
36	مرقد الحر بن يزيد الرياحي	كربلاء	الإسلامية
37	مرقد عون	كربلاء	الإسلامية

ت	اسم الموقع الديني	المحافظة	الديانة
---	-------------------	----------	---------

38	موقع مخيم الإمام الحسين (ع)	كربلاء	الإسلامية
39	التلة الزينية	كربلاء	الإسلامية
40	مرقد أولاد مسلم بن عقيل (محمد وإبراهيم)	كربلاء	الإسلامية
41	مرقد القاسم بن الحسن (ع)	كربلاء	الإسلامية
42	مرقد الإمامين موسى الكاظم ومحمد الجواد (ع)	بغداد	الإسلامية
43	جامع برائثا ومقام الإمام علي	بغداد	الإسلامية
44	مرقد سفراء الإمام (رض)	بغداد	الإسلامية
45	الحضرة القادرية	بغداد	الإسلامية
46	مرقد الإمام أبو حنيفة النعمان	بغداد	الإسلامية
47	مرقد الشيخ جنيد البغدادي	بغداد	الإسلامية
48	مرقد حبيب العجمي	بغداد	الإسلامية
49	مرقد الشيخ شهاب الدين السهروردي	بغداد	الإسلامية
50	مقام نبي الله يوشع (ع)	بغداد	الإسلامية
51	مرقد بهلول الكوفي	بغداد	الإسلامية
52	مرقد حسين بن روح	بغداد	الإسلامية
53	مرقد الشيخ منصور الحلاج	بغداد	الإسلامية
54	مرقد الشيخ بشار الحافي	بغداد	الإسلامية
55	مرقد سلمان المحمدي (رض)	بغداد	الإسلامية
56	مرقد عبد الله جابر الأنصاري (رض)	بغداد	الإسلامية
57	مرقد حذيفة اليماني (رض)	بغداد	الإسلامية
58	مرقد طاهر بن الإمام الباقر	بغداد	الإسلامية

ت	اسم الموقع الديني	المحافظة	الديانة
59	مرقد السيد محمد (سبع الدجيل) / بلد	صلاح الدين	الإسلامية
60	مرقد الإمامين علي الهادي والحسن العسكري (ع) / سامراء	صلاح الدين	الإسلامية

61	مرقد السيدة حكيمة بنت الجواد	صلاح الدين	الإسلامية
62	مرقد السيدة نرجس	صلاح الدين	الإسلامية
63	بيت الإمام المهدي (ع) وسرداب الغيبة / سامراء	صلاح الدين	الإسلامية
64	مقام النبي دانيال (ع)	نينوى	الإسلامية
65	مقام النبي شيت (ع)	نينوى	الإسلامية
66	مقام الإمام الباهر	نينوى	الإسلامية
67	مرقد يحيى بن القاسم	نينوى	الإسلامية
68	مقام النبي يونس (ع)	نينوى	الإسلامية
69	مرقد الصحابي الزبير بن العوام / الزبير	البصرة	الإسلامية
70	مرقد الصحابي طلحة بن عبيد الله	البصرة	الإسلامية
71	مرقد الشيخ الحسن البصري	البصرة	الإسلامية
72	مرقد الشيخ مالك بن دينار	البصرة	الإسلامية
73	كنيسة مريم العذراء في الميدان	بغداد	المسيحية
74	كنيسة اللاتين في الشورجة	بغداد	المسيحية
75	كنيسة كوشي	بغداد	المسيحية
76	كنيسة الكلدان (أم الأحزان)	بغداد	المسيحية
77	كنيسة شمعون الصفا	نينوى	المسيحية
78	كنيسة الطاهرة	نينوى	المسيحية
79	كنيسة مارتوما	نينوى	المسيحية

ت	اسم الموقع الديني	المحافظة	الديانة
80	كنيسة مسكنتة	نينوى	المسيحية
81	دير مار أوراها	نينوى	المسيحية
82	كنيسة مار اسعيا	نينوى	المسيحية
83	دير الربان هرمز	نينوى	المسيحية
84	دير مار كوركيس	نينوى	المسيحية

المسيحية	نينوى	دير مار بهنام	85
المسيحية	نينوى	دير مار متي	86
الايزيدية	نينوى	مقام الشيخ عدي بن مسافر	87
الايزيدية	نينوى	مقام الشيخ ملك ميران	88
الايزيدية	نينوى	مقام الشيخ محمد رشان	89
الصابئة المندائيين	بغداد	مندى الصابئة	90
الصابئة المندائيين	البصرة	مندى الصابئة / الطويصة	91
الصابئة المندائيين	ذي قار	مندى الصابئة / الصبة	92
الصابئة المندائيين	ميسان	مندى الصابئة / قلعة صالح	93
اليهودية	ميسان	مقام نبي الله العزيز (ع)	94
اليهودية	بغداد	معبد ساني كوك	95
اليهودية	ديالى	معبد مندلي	96
لكل الطوائف	بغداد	مقام الخضر (ع)	97
السيخية	بغداد	مرقد بابا نونوا	98

المصدر : محمد خضير حسين : السياحة الدينية في العراق .

** وهناك الكثير من مرقد الأولياء والصالحين المنتشرة في محافظات العراق الأخرى .

ثانياً : المرفق السياحي :

من المعروف أن أماكن الإقامة والإيواء تولد الانطباع الأول لدى الزائر عن البلد المزار ، لأن مكان الإقامة سيقضي فيه السائح أكبر مدة ممكنة قد تصل إلى 50% من مجموع وقته الذي يقضيه في رحلته ومن ثم فإن الخدمات المنوعة التي

يقدمها الفندق أو مكان الإيواء هو الذي سيعطيه الفكرة الحقيقية عن البلد المزار (187)

إن صناعة الفنادق هي صناعة تعكس حال النشاط السياحي فإذا انخفضت السياحة خلت الفنادق وإذا نشطت ارتفع التشغيل الفندقي . ولقد أدركت الجهات المعنية بالقطاع السياحي في العراق هذا الأمر وبدأت حملة لبناء الفنادق في ثمانينيات القرن الماضي لغرض دعم الحركة السياحية وعلى هذا الأساس تم بناء العديد من الفنادق الممتازة في بغداد والموصل والبصرة وبعض المحافظات الأخرى من أجل تغطية الطلب على أماكن الإيواء والجدول رقم (5) يبين عدد الفنادق في العراق بحسب المحافظات ودرجة التصنيف بعد استثناء الفنادق الشعبية غير المصنفة .

ومن الملاحظ أن توزيع الفنادق غير مبني على أساس مناطق الجذب السياحي حيث تركزت معظم الفنادق في بغداد وتوزعت البقية على محافظات العراق الأخرى . كما يلاحظ ارتفاع أعداد الفنادق وأماكن الإيواء في محافظتي النجف وكربلاء وذلك لغرض تغطية الطلب السياحي الناتج عن السياحة الدينية إلا أن معظم هذه الفنادق هي من الدرجة الأولى والثانية وغياب تام لفنادق الدرجة الممتازة .

جدول رقم (5)

الفنادق في العراق حسب المحافظة ودرجة التصنيف

المحافظة	الدرجة الممتازة	الدرجة الأولى	الدرجة الثانية	الدرجة الثالثة	الدرجة الرابعة	المجموع
بغداد	5	39	67	72	44	227

187 - أبو رحمة ، مروان وآخرون : إدارة المنشآت السياحية ، دار البركة للنشر والتوزيع ، عمان ، الأردن ، ط1 ، 2001 ، ص 21 .

80	41	19	10	8	2	نينوى
12	-	5	2	4	1	التأميم
2	2	-	-	-	-	ديالى
4	1	-	1	2	-	الأنبار
1	-	-	-	1	-	صلاح الدين
2	-	-	1	1	-	بابل
135	44	45	45	1	-	النجف
275	140	70	61	4	-	كربلاء
33	6	5	8	13	1	البصرة
3	-	1	1	1	-	ذي قار
5	2	2	1	-	-	ميسان
2	1	1	-	-	-	واسط
6	4	2	-	-	-	المتنى
2	-	1	-	1	-	القادسية
724	285	223	197	75	9	المجموع

المصدر : هيئة السياحة / دائرة التفنيش / تقرير عام 2005

أن تصنيف منشآت الإقامة في العراق هو من مسؤولية هيئة السياحة وهذا التصنيف يراعى فيه الاعتبارات الآتية⁽¹⁸⁸⁾ :

1. الموقع .

2. الطاقة الاستيعابية (عدد الغرف ، عدد الاسرة) .

188 - الطائي ، حميد عبد النبي: واقع خدمات الإقامة (الإيواء) وحالة الطلب عليها في الفنادق العراقية للفترة من 1980 - 1986 ، مجلة الإدارة والاقتصاد ، كلية الإدارة والاقتصاد- جامعة المستنصرية ، العدد 10 ، 1989 ، ص 321 .

3. الكلفة .

4. الديكور والأثاث ومساحة الغرف والمطاعم .

5. الإدارة وعدد العاملين وكفاءتهم وخبرتهم .

6. خدمات المقدمة وأسعارها (الغرف ، المطاعم ، وسائل الترفيهية والترفيه) .

إن دراسة واقع هذه الأماكن يظهر أن مستوى الخدمات المقدمة لا يتناسب مع الأسعار العالية المحددة وكذلك فإن نسبة كبيرة من العاملين في هذه الأماكن تصل إلى 70% هم من غير المتخصصين ، إن غياب التخصص في مثل هذه الأماكن قد يؤدي إلى فقدان الخبرة الفنية التي تسعى إلى خلق ميزة تنافسية تساعد على رفع درجة التشغيل في هذه الفنادق بحيث لا تكون العملية مجرد تحقيق ربح على حساب نوعية الخدمات المقدمة⁽¹⁸⁹⁾ .

كما يلاحظ ارتفاع معدلات دوران العمل وبخاصة في مجالات إنتاج الأطعمة والتدبير الفندقي وتقديم الطعام والشراب ويعود ذلك إلى ضعف الكفاءة والخبرة العملية في تخصيص تقديم الخدمة إضافة إلى الأسباب الاقتصادية والإدارية كالحوافز ومعدلات الرواتب كذلك النظرة المتدنية للعمل في هذه الأقسام مقارنة مع الأقسام الأخرى .

أما أماكن الطعام والشراب فإن المشرع العراقي عرف المطاعم بأنها " المحلات المعدة لتقديم الطعام أو المشروبات الروحية أو كليهما" ، وهي تصنف على أساس الموقع والبناء والمدخل والصالات وقاعات الطعام ووسائل الترفيه وعدد المستخدمين وجميع التجهيزات والخدمات التي توفر الراحة للزوار .

189 - مجيد محمد العزاوي : تقييم كفاءة أداء العاملين في المنشآت السياحية العراقية، رسالة ماجستير، الإدارة والاقتصاد ، 2007 .

وتنتشر في أرجاء العراق المطاعم على اختلاف درجاتها وبخاصة في بغداد إذ تتركز المطاعم ذات الدرجة الممتازة تليها في ذلك المطاعم الموجودة في محافظة نينوى ويلاحظ قلة عدد المطاعم ولمختلف الدرجات في محافظتي النجف و كربلاء وهذا لا يتلائم مع الحاجة التي تفرضها حركة السياحة الدينية التي تشهدها هاتين المحافظتين في حين أن هناك انتشاراً للمطاعم الشعبية غير المصنفة ومطاعم الأكلات السريعة والكافيتريات وبشكل واسع وكبير والجدول رقم (6) يوضح عدد المطاعم وتصنيفها بحسب محافظات العراق .

أن مسؤولية توجيه عمل مرافق الإقامة والطعام هي من مقتضيات عمل رابطة المطاعم والفنادق والتي تأسست عام 1973 وهي رابطة مهنية غير حكومية تم إقرار نظامها الداخلي أثناء الجلسة (108) لهيئة السياحة المنعقدة بتاريخ 2000/8/31 ودورها الأساس يتمثل بالنقاط الآتية⁽¹⁹⁰⁾ :

1. الاشتراك مع هيئة السياحة في تحديد التصنيف للمرفق السياحي سواء كان فندقاً أو مطعماً .

2. تطوير الكفاءات والكوادر العاملة في المرافق السياحية على اختلاف أنواعها ودرجاتها عن طريق إقامة دورات تدريبية بالتنسيق مع هيئة السياحة والمنظمات السياحية العربية والدولية .

3. المشاركة بالمؤتمرات والندوات التي تنظمها المنظمات المهمة بالسياحة العربية منها والدولية .

190 - المصدر : هيئة السياحة / دائرة التفتيش .

4. تطوير المناطق السياحية في القطر واستثمارها لاغراض السياحة ورعايتها بما يكفل تحسين وتجميل معالمها الحضارية والثقافية والشعبية .

5. تشجيع وترويج الحركة السياحية في القطر ، باعتبارها وظيفة اقتصادية وثقافية واعلامية مهمة تعزز الثروة القومية . (*)

جدول رقم (6)

أعداد المطاعم حسب درجة تصنيف وتوزيعها في محافظات العراق

المحافظة	الدرجة الممتازة	الدرجة الأولى	الدرجة الثانية	الدرجة الثالثة	الدرجة الرابعة	المجموع
بغداد	7	34	44	74	105	264
نينوى	2	14	11	20	75	122
التأميم	-	4	3	4	4	15
ديالى	-	2	2	10	5	19
الأنبار	2	10	2	12	7	33
صلاح الدين	-	10	7	15	12	44
بابل	-	1	7	1	1	10
النجف	-	-	4	4	8	17
كربلاء	-	-	3	3	5	11
البصرة	1	4	7	3	25	40
ذي قار	-	3	1	1	-	5
ميسان	-	1	-	3	5	9

(*) راجع المادة الاولى من القانون رقم (182) لسنة 1978 قانون التعديل الاول .

15	9	5	1	-	-	واسط
6	4	2	-	-	-	المتنى
10	7	3	-	-	-	القادسية
620	272	160	93	83	12	المجموع

المصدر : هيئة السياحة / دائرة التفيتش / تقرير عام 2005

ثالثاً : الخدمات السياحية :

وهي المكون الثالث من المكونات الإستراتيجية لصناعة السياحة وهي تمثل الوسائل والأساليب التي تسهل للسياح من تحقيق الغرض من رحلتهم السياحية وتجعلهم قادرين على تحسس وتذوق التجربة السياحية وهي تقسم على قسمين القسم الأول خدمات وتسهيلات ومرافق موجهة نحو المواطنين المحليين أصلاً لكن وجودها ضروري ولازم لقيام النشاط السياحي وهي تشمل طرق النقل المختلفة (البري والبحري والجوي) ووسائله والمرافق العامة كالبنوك والمصارف والمراكز الصحية والأسواق ، أما القسم الثاني فهي خدمات ومرافق موجهة أصلاً للسياح ووجودها أساس لنمو الحركة السياحية كأماكن الإقامة وأماكن الطعام والشراب والإرشاد والدلالة السياحية والخدمات التوضيحية للسياح وكذلك تسهيلات الدخول والكمارك⁽¹⁹¹⁾ .

تقع خدمات النقل ووسائله في مقدمة الخدمات الأساسية الواجب توفرها لغرض إتمام التجربة السياحية للسائح . إن سبل الوصول إلى العراق ميسورة وبمختلف السبل والوسائل إذ يرتبط العراق بشبكة واسعة من الطرق السريعة التي تربطه بدول الجوار إضافة إلى الموانئ والمطارات . كذلك فإن سبل التنقل داخل

191 - محمد موسى حسين : جغرافية السياحة في العراق ، دار الرشيد ، بغداد، 2008، ص 80 .

البلد متاحة عن طريق الطرق السريعة التي تربط المحافظات والمدن ببعضها البعض وكذلك الطرق الداخلية التي تربط مراكز المدن بالأقضية والنواحي التابعة لها . إلا أنه يلاحظ أن طبيعة الطرق الداخلية الواقعة داخل المدن وبخاصة الدينية منها غير ملائمة من حيث السعة والتخطيط إذ أن طبيعة هذه المدن وعدد الزائرين إليها يؤدي إلى خلق الاختناقات المرورية وإلى حدوث حالة من التداخل بين حركة السيارات وحركة السابلة والناجئة من ضيق الطرقات وكثرة عدد الآليات .

أما بالنسبة لخطوط السكك الحديدية فإن العراق يمتلك شبكة من الخطوط تربط شماله بجنوبه لكنها لا تغطي معظم محافظات وبخاصة محافظتي النجف و كربلاء والتي تتركز فيها السياحة الدينية فيها .

أن السياحة في العراق وأثناء السنوات الماضية ، وبخاصة أثناء مدة الحصار الاقتصادي (1990 - 2003) اعتمدت بالدرجة الأساس على النقل البري وبخاصة النقل بالسيارات والباصات بكافة أنواعها ، فقد برز دور اثنين من شركات وزارة النقل في دعم الحركة السياحية وبخاصة الدينية ، وهي كل من الشركة العامة لنقل الركاب وشركة الظلال العامة لنقل البضائع والأشخاص ، إضافة إلى مساهمة ضعيفة من الشركة العامة لإدارة النقل الخاص .

لقد تمثل دور هاتين الشركتين في توفير الحافلات اللازمة لنقل المجاميع السياحية ، عن طريق التعاقد مع الشركات السياحية التي تنظم برامج السياحة الجماعية وتتميز هذه الحافلات بمتانتها ونظافتها وحادثة طرازها عن ما هو موجود لدى شركات النقل الخاصة ، إلا أن معظم شركات السياحة والسفر تميل إلى استئجار الحافلات من الشركات الخاصة ، وذلك يعود إلى قلة التكاليف أولاً وإلى سرعة وسهولة انجاز عملية التعاقد ثانياً (192) .

192 - هيئة السياحة ، دائرة التخطيط والمتابعة .

أما بالنسبة لوسائل النقل الأخرى كالتائرات والبواخر والقطارات فمزال دورها شبه معدوم بالنسبة للحركة السياحية عموماً وللسياحة الدينية خاصة يعود لبعدها عن أماكن القصد السياحي ولارتفاع تكاليفها .

أما الخدمات التكميلية فإن أولها هي الإرشاد السياحي ، إذ أضحى المرشد السياحي أحد مكونات الرحلة السياحية الإجمالية المنظمة ، بل هو في بعض الأحيان أحد أهم هذه المكونات وبخاصة عندما تكون الرحلة إلى بلد آخر ومن قبل شخص قليل الخبرة والتجربة مع السياحة ، وهو يعد من مميزات وعوامل الجذب التي تتجلى بها الرحلات السياحية المنظمة ، فهو مدير في حل المشاكل ومواجهة الصعاب أثناء الطريق وأثناء الزيارات ، وهو المنسق للأنشطة والفعاليات .

ومن الخدمات التكميلية الأخرى والتي تظهر واضحة أكثر في السياحة الوافدة الصرافة إذ أنه من المعروف أن لكل دولة عملتها الخاصة بها والتي تعد سمة من سمات استقلالها ولكل عملة قيمة تختلف عن قيمة العملات الأخرى ومن ثم لأبد عند إجراء المبادلة أن يكون هناك سعر صرف بين العملات يتغير باختلاف نوع العملة وكذلك باختلاف الوقت والظروف الاقتصادية والسياسية السائدة .

إن عملية تبادل وانتقال السياح من دول إلى أخرى غالباً ما يتأثر بأسعار الصرف وتغيراتها إذ يعد سعر صرف العملة واحد من العوامل الرئيسية المحددة للطلب السياحي فكلما زاد سعر الصرف قل عدد السائحين إذ أن هناك علاقة عكسية تربط الطلب السياحي وسعر صرف العملة⁽¹⁹³⁾ .

لقد تأثرت السياحة في العراق كثيراً بتذبذب أسعار صرف العملات الأجنبية وارتفاعها وخاصة بالنسبة للدولار وإن العراق يعد بلداً مستورداً للسياح وليس

193 - الدباغ ، إسماعيل: بعض العوامل الاقتصادية المحددة للطلب على السياحة الداخلية وإمكانية استخدامها لرسم ملامح الطلب السياحي في العراق مستقبلاً، بحث ألقى في الجلسة الأولى لمؤتمر السياحة العلمي الأول، بغداد ، 8 - 2005/11/9 .

مصدراً لهم⁽¹⁹⁴⁾ ، لذلك تمنع الدولة الأفراد من التعامل بالعملة الأجنبية إلا بموافقتها ويلعب البنك المركزي العراقي دوراً كبيراً في السيطرة على استقرار سعر الصرف .

أما التسهيلات التي تمنحها المؤسسات الحكومية والمهنية فلها دور كبير ومؤثر في تنمية النشاط السياحي في العراق فسرعة الحصول على تأشيره الدخول وسهولة الإجراءات المعتمدة في الكمارك والتخفيف من الإجراءات الروتينية في دخول السياح وبخاصة المجاميع السياحية كل ذلك يشجع الشركات السياحية المنتجة للرحلات الجماعية على الاستمرار في عملها وكذلك يشجع السياح أنفسهم على تكرار الزيارة . لقد أثرت الظروف التي مرت بالعراق كثيراً في سهولة ومرونة الإجراءات والتسهيلات الممنوحة لشركات السفر والسياحة ومن ثم أثرت كثيراً في عمل هذه الشركات والذي انسحب في النهاية على عدد المجاميع السياحية التي يمكن استضافتها وخدمتها ، وبالتالي خلق التأثير الإيجابي الذي يساعد على جعل هذه المجاميع وسيلة من وسائل الترويج للسياحة عند عودتها إلى موطنها الأصلي .

رابعاً : الموارد البشرية :

لا يمكن للمجتمع الحديث أن يتقدم ويتطور في المجالات المادية والتكنولوجية والحضارية والاجتماعية من دون تنمية موارده البشرية وطاقاته المبدعة والخلاقة كماً ونوعاً فموارد المجتمع الطبيعية مهما كانت أشكالها ونوعياتها لا يمكن استغلالها والاستفادة منها من دون وجود الطاقات والكفاءات البشرية المؤهلة للتعامل معها .

إن الموارد البشرية الكفوءة تستطيع أن تسهم في تطوير وتنمية مؤسسات ومنظمات المجتمع المختلفة بحيث تكون قادرة على تحقيق أهدافها وطموحاتها الآتية

194 - لطفي حميد جودة : صناعة السياحة ودورها في تنمية اقتصاديات الدول المضيفة مع إمكانية الاستفادة منها في العراق، بحث ألقى في الجلسة الأولى لمؤتمر السياحة العلمي الأول، بغداد، 8-11/9/2005 .

والمستقبلية وإذا ما استطاعت هذه المؤسسات من تحقيق أهدافها المرسومة لها فإن المجتمع برمته سيكون قادراً على التحول والانطلاق نحو المراحل المتطورة .

إن أهم ما يميز السياحة كنشاط إنساني اعتمدها الكبير على الأيدي العاملة بحيث أن الإنتاج السياحي يعتمد اعتماداً كبيراً على العنصر البشري وضمن علاقة ثنائية تجمع بين المنتج أو مقدم المنتج والمستهلك لذلك المنتج (195) .

إن هذه العلاقة وضعت مقدم الخدمة السياحية في موقع متميز من الأهمية ضمن عملية التنمية السياحية وجعلت من الأيدي العاملة أحد أهم مقومات العرض السياحي ومكونات المنتج السياحي النهائي هذه الأهمية فرضت على الجهات المعنية بالسياحة ضرورة الاهتمام بتكوين وإعداد الأيدي العاملة في صناعة الضيافة وبكل المستويات التعليمية والمهارية ولمختلف الأنشطة المكونة للمنتج السياحي والداخلية في إنتاجه بشكل مباشر وغير مباشر ومن ثم وجب على مدراء مؤسسات الضيافة وباختلافات أنواعها استخدام أساليباً وصيغاً لغرض جذب العاملين والاحتفاظ بهم إضافة إلى تطوير نوعاً من الفهم لحاجات العاملين لأنه ليس جميع العاملين متساوين أو مشتركون في القابليات وطبيعة الحاجات ، قسم يبحث عن طريق عمله في هذا القطاع عن المردود المادي لزيادة دخله والقسم الآخر ينظر إلى العمل باعتباره المصدر الوحيد لمعيشته ومن ثم فإن استمرار عمل المؤسسة وازدهارها وزيادة ثقلها في السوق يعتمد كلياً على المنافع التي تقدمها للعاملين في سبيل المحافظة عليهم باستمرار مع ضرورة الأخذ بعين الاعتبار أن البرامج التدريبية وبرامج حوافز العاملين يجب أن توضع بشكل يتلائم مع حاجات مجاميع العمل المختلفة وعلى اختلاف مستوياتها .

ولقد وعدت الجهات المعنية بالسياحة وبخاصة الحكومية منها أهمية تأثير دور المؤسسات الثقافية والتربوية في عملية تهيئة وتدريب الكادر البشري الذي

195 - لطفي حميد جودة : مصدر سبق ذكره ، ص 185 .

يعتمد عليه في هذا القطاع فسعت إلى الاهتمام بإيجاد مؤسسات تعليمية مسؤولة عن هذه العملية تتباين مستوياتها حسب الحاجة إلى هذه الاختصاصات المهنية⁽¹⁾.
أما منطقة الدراسة محافظة ديالى فتحتوي على صرح علمي لمختلف الجامعات العلمية والانسانية والمعاهد اضافة الى الجامعات الاهلية تخرج سنوياً آلاف الكوادر والتخصصات المختلفة وهذه الامكانات تتساوى مع مكان المحافظة السكاني البالغ تعدادها (1825338) مليون نسمة لسنة 2011 وعدد الاقضية البالغ (5) اقضية وعدد النواحي البالغ (18) ناحية اضافة الى عدد القرى البالغ (1068) قرية⁽¹⁾.

المبحث الثاني

واقع مكونات السوق السياحية في محافظة ديالى

1- خليل ، ذكرى عبد الرحيم ، استراتيجيات مواجهة ارتفاع دوران العمل في منشآت الإقامة والابواء ، رسالة ماجستير ، الجامعة المستنصرية ، كلية الادارة والاقتصاد ، قسم السياحة ، لسنة 2006 ، ص62 .
1- جمهورية العراق / وزارة التخطيط والتعاون المائي – مديرية احصاء محافظة ديالى للسنوات من 1997 – 2012 .

أولاً : الوصف الجغرافي والتاريخي لمحافظة ديالى :

يرتبط أسم محافظة ديالى بأهم معلم من حيث التسمية والأهمية ، وهو مصدر وجودها وتكوينها وعلى مر الزمن الطويل ، وهو نهر ديالى ، تاريخياً أهم التسميات التي أطلقت على هذا النهر (تامر) وهو أسم سرياني ، وبعد ذلك صححت التسمية إلى (تامرا) لذلك وردت بصيغة تورنات Turnat في الكتابات المسمارية منذ عهد الملك آشور ناصر بال الثاني في النصف الأول من القرن التاسع عشر قبل الميلاد . (196)

أما ديالى فهي تسمية تطلق على جدول يتفرع من الجانب الغربي لمشروع النهروان جنوب بعقوبة الحالية وينتهي بدجلة جنوب بغداد ، وقد أشار إليها الكتاب القدماء باسم (ديالاس) Dialas التي تعني (الزاب) . أما الدكتور مصطفى جواد فيعتقد إنها من الرامية (ديلتا) بمعنى النزول أو الانحدار وهي الأصح ، لأن معظم أراضي ديالى تكونت نتيجة الترسيبات فخفت اللفظة إلى ديالى . (197)

تتميز محافظة ديالى بموقع استراتيجي متميز وكانت تاريخياً تعد ممراً رئيسياً للعبور والاستيطان لخصوبة الأرض وصلاحيتها للزراعة الديمية منها والاروائية وتوفر مصادر المياه والثروة الحيوانية فيها . الأمر الذي جعل من هذه العوامل جاذبة لزيادة حجم الاستيطان في المنطقة وازدياد عدد المدن وهذا ما توضحه التنقيبات الأثرية والتاريخية منذ عام (1930) مع المعهد الشرقي لجامعة شيكاغو بقيادة هنري فرانكفورت الذي يعد واحداً من ابرز علماء التنقيب في العالم والتي بينت أن هنالك مراكز حضارية مهمة في هذه المنطقة مثل (تل أسمر ، خفاجي ، اشجالي اجرب ، حرمل ، سليمة ، بلخي ، تل محمد ، تل حرمل ،

196 - آدمز : تاريخ الاستيطان في مهد ديالى ، 1910 ، ص 145 .
197 - الأصهر : العراق وكتابات اليونان والرومان والاستشراق ، 1991 ، ص 134 .

الضباعي ، تل المقدادية ، تل حسن ، وغيرها ، وتشير الى أن حوالي (97) موقعاً أثرياً في المحافظة تعود الى فترات تاريخية مختلفة من تاريخ العراق (198).

- اشنونا : نسبة إلى مملكة اشنونا (تل اسمر) التي حكمت المنطقة في حدود الألف الثاني قبل الميلاد ، ويبدو ان الاسم من اصل سومري ، تعني (بيت) و nun التي تعني (امير) ، وبذلك يكون معنى الاسم (بيت الامير) .

- المدينة الرومية : تسمى اليوم بستان كسرى ولم يبق منها اليوم سوى سور المدينة الذي قاوم اكتساح نهر دجلة . بنيت هذه المدينة من قبل كسرى الاول انوشروان على غرار مدينة انطاكيا الشامية .

- مدينة عبكرا : نشأت هذه المدينة في أواخر العهد الساساني وهي تقع على الضفة الشرقية لنهر دجلة (حوض ديالى) ، في موقع اصبح يمر به طريق البريد الرئيسي من بغداد الى سامراء والموصل واقليم البلاد الشامية ، كما اشتهرت عبكرا ايضا باسم سبق اسمها هذا هو (بزرج سابور) .

- المدائن : التي نقلت أبوابها الكبرى إلى الكوفة بعد أن أخذها العرب المسلمون من الساسانيين الذي دمر هولوكو البلاد في سنة 656 هـ / 1258 م اتخذت معسكراً بعد أن اخذها العرب المسلمون من الساسانيين ، وظلت مأهولة حتى القرن السادس الهجري - الثاني عشر الميلادي على الاقل . (1)

- النهروان : هي المحطة الأولى في طريق خراسان العام الذاهب إلى إيران ، وتعد هذه المدينة من المدن المهمة ، فقد اورد ابن رسته وصفاً واضحاً لبلدة النهروان في بداية القرن الرابع الهجري .

198 - محمد حياة إبراهيم: الأهمية الجغرافية السياسية لمنطقة ديالى على خارطة وادي الرافدين ،مجلة بيت الحكمة ، العدد (29) ، 2000 ، ص 114 .
1- ادمز ، روبرت ، اطراف بغداد ، ص 228 ، 291 .

- شهربان : تأسست له عهد الساساني عام 1617 والجدول الآتي رقم (7) يبين عدد المواقع الأثرية في محافظة ديالى حوالي (766) موقع يشكل نسبة 13% من إجمالي المواقع الأثرية في العراق .

وتقدر عدد المواقع الاثرية بحوالي (10000) موقع موزعة في كافة انحاء العراق ، هذا فضلاً عن المراكز الدينية والطبيعية المنتشرة في جميع ارجاء البلد من شماله الى جنوبه ومن شرقه الى غربه (2) .

وهذه المواقع جعلت من اقليم ديالى ملتقى الطرق التجارية والعسكرية المهمة والتي كانت وما زالت حلقة وصل بين جنوب بلاد الرافدين وشرقه وشماله عبر سلسلة من طرق المواصلات المترابطة والتي سهلت حركة السكان في هذه المنطقة .

جدول رقم (7)

المواقع الأثرية في العراق

ت	اسم المحافظة	عدد المواقع الأثرية
1	اربيل	635
2	البصرة	85
3	بغداد	590
4	ديالى	766
5	واسط	267
6	كربلاء	103
7	كركوك	853

2- الدراجي ، حميد محمد حسن ، اضواء على سرقة المتحف العراقي ، الطبعة الاولى ، بغداد ، لسنة 2010 ، ص135 .

1757	نينوى	8
529	ذي قار	9
437	السليمانية	10
223	ميسان	11
223	الانبار	12
282	بابل	13
250	النجف	14
168	المتنى	15
133	القادسية	16

المصدر : صلاح شاكر : الإرث التراثي العراقي المحفوظ والمسروق ، مجلة أوروک ، هيئة السياحة ، العدد 23 ، 2012 ، ص 706 .

تعد المقومات الطبيعية من العوامل المهمة والرئيسة التي تستند إليها صناعة السياحة ، وذلك لأنها تشمل العديد من العناصر التي يمكن أن يستغلها الإنسان لإشباع رغباته وتلبية احتياجاته أو إنها عوامل الجذب السياحي المتمثلة في جملة من المغريات الطبيعية التي تتباين في الأثر الذي تحدثه مع منطقة معينة أو إقليم ما ، مما يؤثر على طبيعة المنطقة ونوعية الاستغلال البشري لها ولاسيما في الجانب السياحي . (199)

فعلى مستوى محافظة ديالى ، تتمتع هذه المحافظة بالمسطحات المائية المتفرعة وتتوفر فيها مصادر المياه المتمثلة بالأنهر والروافد الفرعية لنهر دجلة وكذلك تضم المحافظة مجموعة من المدن والتلال الأثرية التي جلبت انتباه عدد كبير من السواح الأجانب ، وكذلك تتمتع المحافظة بالصناعات الرئيسة الأثرية مثل (200)

- صناعة الفخار .

- صناعة الحصران اليدوية .

- صياغة الذهب .

- صناعة الصفر .

وهذه الصناعات في الحقيقة تعد عامل جذب سياحي يجعل من المحافظة منطقة ذات مقومات سياحية مستقطب أقطار السواح الأجانب ولاسيما القادمين من الدول الغربية .

إضافة إلى ما ورد ، أن محافظة ديالى تعد من المحافظات ذات الإرث والمعالم الدينية التي لها قدسيته لدى سكان المحافظة أو المحافظات الأخرى ، وذلك من خلال وجود المراقد الدينية التي لها مواسم معينة من أيام السنة يؤمها

199 - عبد المطلب محمود: العلاقة بين الإنشاءات السياحية والتأثيرات البيئية ، 2001 ، ص 22 .
200 - خليل المشهداني: التخطيط السياحي ، كلية الإدارة والاقتصاد - الجامعة المستنصرية، 2000، ص 139 .

الناس لغرض أداء بعض الطقوس الدينية المتوارثة عن الآباء والأجداد . (201)
المبينة أسمائها في الجدول الآتي :

جدول رقم (8)
(المراقد والمزارات الدينية في محافظة ديالى)

ت	اسم صاحب المرقد أو المقام أو المزار	الموقع الجغرافي
1	السيد يوسف بن السيد إبراهيم يرجع نسبة إلى الإمام علي (ع)	الخالص
2	السيد ولي الدين بن محمد الحائري من ذرية الكاظم (ع)	الخويلص
3	أحمد بن موسى الكاظم السيد عيسى بن الإمام موسى بن جعفر (ع)	قرية أبو صيدا الصغيرة
4	السيد محمد بن الإمام موسى بن جعفر الملقب محمد الصابر	قرية أبو صيدا قرية العواشق
5	عون بن الإمام علي الهادي (ع)	ناحية الوجيهية
6	السيد عبد الله بن علي الهادي (ع)	ناحية الوجيهية
7	السيد أحمد بن الحمزة بن القاسم الأمير الصادق	ناحية قزانية
8	الإمام الحاج يوسف الإمام الحسن المثنى	ناحية قزانية
9	الإمام عبد الرحمن بن الإمام موسى الكاظم (ع)	قضاء مندلي
10	السيد محمد الصابر بن موسى بن جعفر (ع)	جيزاني الإمام
11	السيد فرج الله بن السيد محسن بن محمد مهدي	داخل المزأع
12	السيد محمد بن الإمام الكاظم (ع)	ناحية أبو صيدا
13	السيد محمد الأوسط بن الإمام الكاظم (ع)	قرية بدن / المقدادية
14	السيد أبو الفضل بن الإمام الكاظم (ع)	قرية أبو صيدا / المقدادية

ت	اسم صاحب المرقد أو المقام أو المزار	الموقع الجغرافي
15	السيد حسين بن الإمام الكاظم (ع)	ناحية بهرز
16	السيد صالح بن الإمام الكاظم (ع)	بلدروز
17	السيد صالح بن الإمام الكاظم (ع)	بلدروز
18	قبر كتب الله السيد محمد الصابر	ناحية خرنابات
19	قبر كتب الله السيد محمد من ذرية السيد محمد الصابر	قرية الجديدة
20	السيد أحمد بن الإمام الكاظم (ع)	قرية الجديدة
21	السيد أبو جواد بن الإمام الكاظم (ع)	منطقة زراعية

201 - دائرة المؤسسات الإسلامية الخيرية، شعبة الإحصاء والمتابعة ، ديوان الوقف الشيعي في محافظة ديالى ، 2000 .

قرية برجة	السيد عبد الرزاق عن ذرية الكاظم (ع)	22
قرية	السيد إبراهيم بن الكاظم (ع)	23
ناحية المنصورية	السيد مبارك جده الثالث الإمام الكاظم (ع)	24
مندلي	السيد حبيب المعروف بن الإمام موسى بن جعفر	25
مندلي(داخل أرضة الزراعية)	السيد محمد بن الإمام الكاظم (ع)	26
مندلي	السيد محمد جده الرابع الإمام الكاظم (ع)	27
مندلي	السيد نور الدين جده الخامس الإمام الكاظم (ع)	28
المقدادية	السيد مسافر من ذرية الإمام الكاظم (ع)	29
مندلي	السيد عبد الرحمن جده السابع الإمام الكاظم (ع)	30
مباشر	السيد علي معروف بسيل الملا نسبة إلى الإمام الكاظم (ع)	31
المقدادية	السيد عباس من ذرية الكاظم (ع)	32
قضاء الخالص	السيد شهاب الدين جده الثامن الكاظم (ع)	33
قضاء بلدروز	السيد عسكر من ذرية الإمام الكاظم (ع)	34
الخالص / قرية أبو تمر	السيد تركان ابن الإمام الكاظم (ع)	35
بيت البساتين	السيد مرار بن الإمام الكاظم (ع)	36
المقدادية	محمد بن الحمزة من أولاد الكاظم (ع)	37
ناحية بدران	السيد العزيز بن السيد محمد بن السيد حمزة الكاظم (ع)	38
الخالص / القصيرين	السيدة زهدة بنت الإمام الحسن العسكري (ع)	39
الوجيهية	عون بن الإمام علي الهادي (ع)	40
ناحية قزانية	كذر الدين يرجع نسبة إلى الإمام الصادق (ع)	41
	السيد طالب بن ذرية الإمام الكاظم (ع)	42
	سلطان بن أحمد بن محمد بن علي	43
	الحسن بن المقداد بن الكاظم (ع)	44
	علي بن عبد الله بن محمد الحسن بن موسى بن جعفر (ع)	45

المصدر : ديوان الوقف الشيعي في محافظة ديالى / دائرة المؤسسات الإسلامية الخيرية ، شعبة الإحصاء والمتابعة .

وبالقرب من تلك المراقد توجد عين للمياه المعدنية تستخدم مياهها لشفاء الكثير من الحالات المرضية أو أحياناً تعد مكملة علاجياً للمرقدين موقع الإمام كرز الدين ومرقد الإمام الحاج يوسف ، كما أن أعداد الذين يصلون إليها ليس بالقليل ، ولكنهم ليسوا جميعاً مرضى ، وإنها النسبة العالية منهم يأتون لغرض المشاهدة والاطلاع وحب المعرفة .

ومجمل هذه الأماكن تشكل عنصراً مهماً يساهم في رفق حركة السياحة إلى المحافظة بشكل عام مما يؤدي إلى تهيئة سياحية إقليمية ، ومن ثم تهيئة اجتماعية ،

واققتصادية ، وحضارية وقد تضي إلى دفع عجلة السياحة عن طريق الاشتهار السياحي باتجاه أكثر من نوع من أنواع السياحة (الدينية والعلاجية) وعلى هذا الأساس سوف يرتفع مستوى تهيئة الطلب السياحي في تلك المنطقة ويعد ذلك أحد العوامل المحفزة للاستثمار السياحي في هذه المحافظة .

وتضم المحافظة أيضاً عدد من الخانات الأثرية ، مثل خان الشابندر في منطقة بعقوبة حيث يبلغ مساحة هذا الخان (6) دونم استخدم من قبل الدولة العثمانية أيام الحرب العالمية الأولى مذكراً للأرزاق ولا زالت آثاره حتى يومنا هذا . و خان حسين أفندي ، خان سعيد أفندي ، خان الحاج ارزوقي الذي تم بناءه عام 1951 ، خان عبد القادر أفندي المندلاوي وغيرها من الخانات الأثرية الأخرى (202) .

إما في مجال طرق النقل والمواصلات ، فقد كانت ديالى لها الأولوية والأسبقية في احتضان المسالك التاريخية المهمة نظراً لموقعها المتوسط بين العراق ومراكز الحكم التي توالى عليه من جهة إيران ودول الشرق من جهة أخرى ، هذا الموقع مهد أن تكون منطقة ديالى سابقاً من بين المنافذ الشرقية ودول الجزيرة وشرق البحر المتوسط .

يمر بالمحافظة مسلكين تاريخيين هما : (203)

- المسلك الأول : يسمى بطريق (الحرير) أو طريق خراسان وهو جزء من الطريق الثالث القادم من وسط آسيا .

- المسلك الثاني من بغداد متجهاً شرقاً ليمر بمرقد الأمام (محمد سكران) على مشارف حدود محافظة ديالى حالياً ثم يتجه إلى قرية (جديدة الشط) على نهر دجلة بطول (25) فرسخ .

202 - علاوي عبد الرزاق : لمحات من تاريخ بعقوبة القديم ، بغداد ، مطبعة أسعد ، 1980 ، ص 7 -

203 - مقابلة الباحث مع السيد المهندس سهيل حسين ، مسؤول موقع بحيرة سد العظيم ، بتاريخ 2004/4/10 .

إضافة إلى ذلك تتمتع المحافظة بشبكة طرق نقل رئيسة أطولها طريق بغداد - ديالى - كركوك بطول 250 كم وشبكة طرق نقل داخلية أطولها بعقوبة - قزانيا بطول 130 كم كما مبين في الجدول الآتي . (204)

جدول رقم (9)

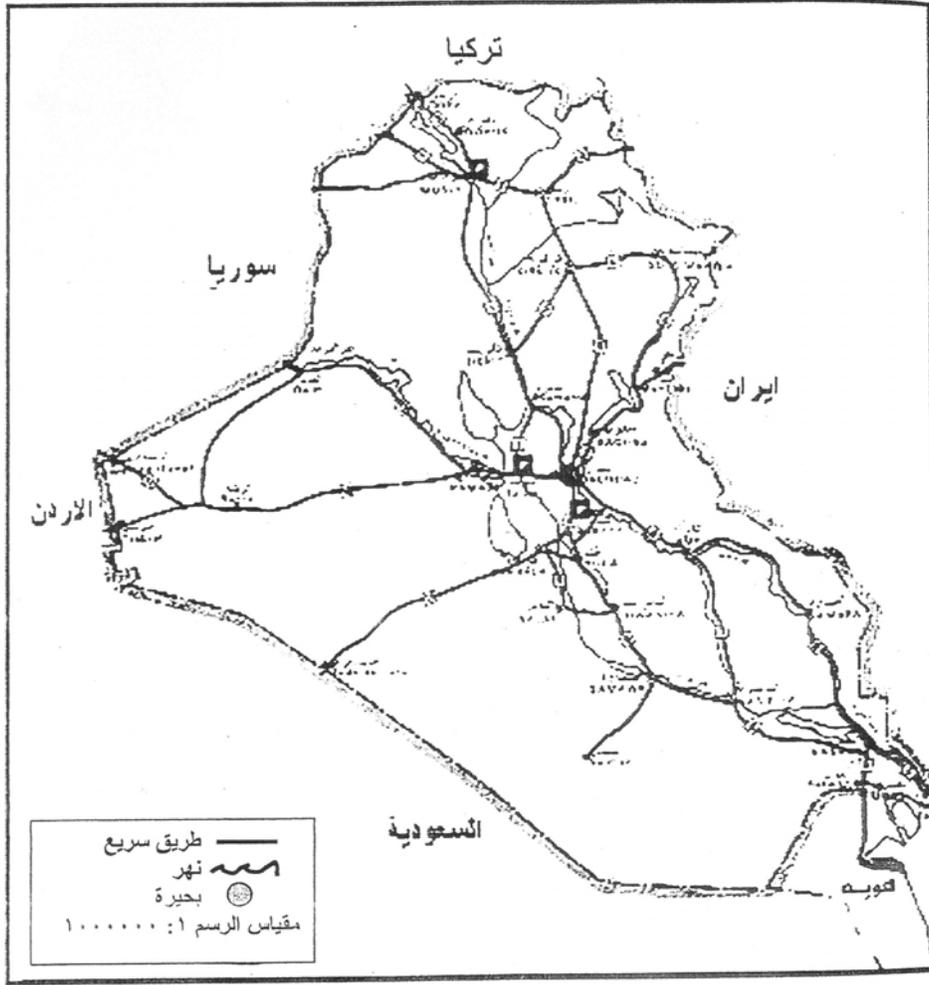
طرق النقل الرئيسية والداخلية في محافظة ديالى

الطرق الرئيسية	الطول (كم)	الطرق الداخلية	الطرق (كم)
بغداد - بعقوبة - خانقين	—	بعقوبة - خانقين	110
المنذرية - إيران	179	بعقوبة - جلولاء	90
بغداد - خالص - كركوك	250	بعقوبة - المقدادية	45
	—	بعقوبة - أبي صيدا	40
بغداد - بعقوبة - جلولاء	—	بعقوبة - الوجيهية	36
ديالى - دربندخان - سليمانية	180	بعقوبة - مندلي	88
بغداد - بني سعد - بعقوبة	65	بعقوبة - بلدروز	41

204 - وزارة التخطيط، الجهاز المركزي للإحصاء، إحصاءات النقل والمواصلات تقارير سنوية مختلفة .

شكل رقم (6)

طرق النقل البرية الداخلية والخارجية للعراق



طرق النقل البرية الداخلية والخارجية للعراق

المصدر : الهيئة العامة للمساحة ، خارطة العراق الإدارية

ثالثاً : المواقع الاثرية في ديالى

ابرز المناطق الاثرية والتاريخية في محافظة ديالى : (1)

1. سد العظيم : وهو سد قديم اروائي لنهر العظيم يرجع تاريخه إلى العصر الساساني يقع بمحاذاة تلال حميرين والتي تلتقي فيها حدود محافظة صلاح الدين بحدود محافظة ديالى في شمال قضاء الخالص .
2. تل خفاجة : يقع شرق نهر ديالى على بعد 24 كم يعود تاريخها إلى عهد شمسو ايلونا بن حمورابي أي إلى ما قبل 900 ق . م يقع جنوب ناحية بهرز بمسافة 35 كم ، اسمه الاكدي (تونوب) يعود الى الالف الرابع ق.م .
3. تل أسمر : يقع على مسافة ثمانين 54 كم من شمال مدينة بغداد و 25 كم عن مركز بعقوبة جنوب ناحية بهرز وهو بقية باقية من مدينة اشنونا السومرية ومن أشهر ملوك هذه المقاطعة هو (دادوشا) .
4. أطلال مدينة عبرتا : وهي مدينة عباسية جنوب ناحية بهرز بمسافة 70 كم الضفة اليسرى من نهر النهروان ولا تزال جدران بيوتها وسوقها وقسم من منارتها التي تسمى اليوم (المنارة) .
5. تل أجرب : هو بقايا إحدى المدن السومرية الأكديّة يقع جنوب كنعان بمسافة 60 كم .
6. النهروان : نهر أثري يبدأ من سامراء ماراً بقضاء الخالص ومدينة بعقوبة ويصب في دجلة قرب مدينة النعمانية . وقد ازدهرت على ضفافه مئات القرى والمدن خرب أيام المغول .
7. قنطرة (بهرز) : وتقع على نهر جلولاء (خريسان اليوم) في داخل مدينة بهرز المعروفة وتتكون من فتحتين على شكل أطواق وهي برهان ساطع على عبقرية المهندس العباسي في فن العمارة .
8. قبة أبي أدريس : وأصلها رباط للصوفية اتخذها أبو الحسن محمد ابن الحسين اليعقوبي قاضي المدينة محلاً للتدريس والعبادة .

¹- صالح عبد العزيز : التحديات الاثرية في محافظة ديالى ، بيت الحكمة ، العدد 26 ، 2002 .

9. الزاندان : يقع قرب قرية الجاجان في بزايذ المقدادية ، وهو بناء ضخم على شكل مستطيل وفيه أثنى عشر يوماً ، ذكر عنه أنه سجن كان قد أنشأه هناك كسرى ويبعد عن مدينة المقدادية قرابة العشرين كيلو متر .
10. مدينة دسكره : وتقع على بعد أربعة كيلومترات من مدينة المقدادية ، وتتكون من سور ضخم يبلغ طوله كل من أضلاعه 150م .
11. السبع قناطر : تقع في أراضي الوجبة من مقاطعة المقدادية وتسمى دار سكن بغداد آثارها باقية تبعد عن مدينة المقدادية عشرة كيلومترات من الجهة الشمالية .
12. تل عبارة : يبعد عن المقدادية عشرة كيلومترات من جهة الجنوب ويستدل من وضعيته بأنه بناء قديم لا تعرف حقيقته .
13. كرستل : بناء أثري قديم يبعد عن مدينة المقدادية بعشرة كيلومترات من جهة القرية .
14. قلعة سفيد : ومعناها القلعة البيضاء ويرجع عهدها إلى العصر الاخميني وبفعل تراكم الاتربة أصبحت من التلؤل المرتفعة ومنها يدل على فخامته .
15. تل ترسق : يبعد عن مندلي أربعين كيلومتر من جهة الجنوب لا يوجد فارق من حيث المظهر بين تل ترسق وقلعة سفيد .
16. كشك الردينة : بناء كسرى قائم وسقوفه معقودة من الاجر وتقدر مساحة البناء $50م \times 50م = 2500م^2$ يقع ضمن قضاء بلدروز .
17. توجد مواقع اثرية في أراضي بلدروز يقال لها كسرى .
18. وفي مدخل مدينة مندلي توجد تلؤل صغيرة ومتفرقة يقال إنها كانت في زمن الاكاسرة .
19. حوش كوري : موقع أثري في مقاطعة بسينكوره وبنائه قديم يقال أنه شيد من قبل كسرى أحد السلاطين الايرانيين ويبعد عن خانقين أربعين كيلومتر من

جهة الغرب ، وهناك قول بأنه كان معسكراً للساسانيين وتوجد في المنطقة مقبرة لضحايا الجيش البولوني إبان الحرب العالمية الأولى ، وهو عبارة عن سور ضخيم يبلغ طول كل من اضلاعه 150 م .

وهذه المواقع شهدت استيطاناً مبكراً عبر تعاقب فترات تاريخية مختلفة منذ الألف السادس قبل الميلاد حتى العصور التاريخية المتأخرة .⁽¹⁾

المبحث الثالث

¹ - بهيجة خليل اسماعيل ، نصوص مسمارية من وادي الرافدين ، بيت الحكمة ، ط 29 ، لسنة 2002 ، ص 111 .

الرؤية الإستراتيجية المقترحة لتطوير السياحة

في محافظة ديالى

أولاً : التصور الاستراتيجي المطلوب :

أمن مصادر الرؤية الإستراتيجية لتطوير النشاط السياحي في محافظة ديالى ينطلق أساساً من عمق التفكير الاستراتيجي والفهم الواعي للمديرين المسؤولين عن إدارة المؤسسات والأنشطة السياحية في هذه المحافظة ، إذ إن مصادر هذه الرؤية (التفكير الاستراتيجي المعمق) يعد أحد العوامل المهمة والفاعلة في صياغة الخطة الإستراتيجية وتحديد اتجاهاتها على مستوى النشاط السياحي . كون الرؤية الإستراتيجية تعبر عن حقيقة التفكير الاستراتيجي والإبداع التنظيمي التي تتصف به الإدارة الإستراتيجية (الإدارة العليا) المسؤولة على إدارة هذا القطاع .

أذن لأبد أن يكون هذا التصور مرتكز على مصادر حقيقته تشخيصه لواقع مكامن القوة والضعف فيه بالاعتماد على دراسة وتشخيص مكوناته الداخلية تفصيلاً . وذلك بغية تشكيل إطار العمل الذي يمكن تجسيده بمجموعة من السيناريوهات التي تعبر عن كيفية التعامل مع الاحتمالات المستقبلية التي تؤثر في تشكيل الرؤية الإستراتيجية للقطاع السياحي وتحديد مساراته سيما وأن الرؤية الإستراتيجية لأية نشاط تعتمد أساساً على تحديد نقاط القوة والضعف في ذلك النشاط وذلك لاستثمار الفرص المتاحة ومواجهة المشاكل أو التحديات التي تواجه هذا النشاط في تحقيق أهدافه . حيث تمتلك محافظة ديالى كما مبين في المبحث السابق من الدراسة مقومات النهوض بالقطاع السياحي وعناصر الجذب السياحي المناسب ، أي أن مقومات أو عناصر الجذب السياحي تكاد تكون متكاملة للعرض السياحي في هذه المنطقة ، وهي من المحافظات القلائل التي تمتلك تنوعاً في الجوانب السياحية وتنوعاً في المزيج الثقافي والإرث التاريخي (Cultural Mix) لا بأس بها إلا إنها لم تتطور بالشكل الذي يواكب التطور الحاصل في الخدمات السياحية في الأقاليم المجاورة ودول العالم ، والحقيقة أن هذه العناصر أو المقومات

كلها تشكل نقاط قوة Strengths تكمن في هيكلية القطاع السياحي وأنشطته المختلفة الموجودة في المحافظة إلا إنها لم تستغل أو تستثمر بالشكل الأمثل لعدم وجود إطار متكامل للتفكير أو التخطيط الاستراتيجي وقدرة إدارة هذا القطاع على الإبداع التنظيمي الكفيلة بزيادة فاعلية أداءه في زيادة وتطوير الإنتاج والإنتاجية المتحققة فيه .

وبما أن محافظة ديالى تمتلك ثروة بيئية على قدر كبير من الأهمية والندرة والجمال فيوجد فيها المناظر الطبيعية الفريدة والمواقع التاريخية الضاربة في القدم والحضارة فضلاً عن المناخ المتنوع في مختلف مواسم السنة إلا إنه رغم ذلك ، أن هذا القطاع أيضاً يعاني من المشاكل والمعوقات التي تحول دون تنميته وتطويره مثل :

- قلة الدعم والإسناد الحكومي لأنشطة القطاع السياحي في محافظة ديالى .
- قلة وعدم تشجيع القطاع الخاص من ذوي الخبرة والاختصاص للاستثمار في أنشطة هذا القطاع .
- عدم استخدام أسلوب التخطيط العمراني للمساحات الأرضية الصالحة للخدمات والأنشطة السياحية وترك أغلب المساحات التي يمكن تأهيلها سياحياً غير مستغله .
- عدم تكامل عناصر شبكة الخدمات والمرافق العامة في بعض مناطق المحافظة مما يعيق من جودة الخدمات السياحية في المحافظة .
- إهمال الأسس العلمية المتبعة في تصميم الحدائق والمنتزهات السياحية وكذلك تصميم الفنادق ومناطق الإيواء السياحي والمطاعم السياحية .
- عدم استثمار المساحات الممتدة لمسافات طويلة بمحاذاة الأنهار والجداول في مجال الأنشطة السياحية .

- قلة أعداد المطاعم السياحية والأكشاك النظامية المهنية لبيع المشروبات والأطعمة في المناطق السياحية .
- قلة الوعي الثقافي والسياحي لبعض إدارات الأنشطة والمؤسسات الصحية .
- عدم تفعيل الرقابة مع المؤسسات والأنشطة السياحية في المحافظة .

أن هذه المشاكل والمعوقات تحتم بشكل أو بآخر ضرورة اتباع التخطيط السياحي البعيد المدى والتفكير الاستراتيجي حتى تبقى السياحة في المحافظة نشاطاً إنمائياً قابلاً للاستدامة والاستمرار ومن أجل ذلك فإنه من الواجب أن نعطي رؤية استشرافية لمستقبل السياحة المستدامة في هذه المحافظة وأن هذه الآراء والأفكار الهدف منها رسم إطار إستراتيجية مقترحه للسياحة تقوم على مبادئ التنمية المستدامة وبأبعادها الثلاثة الاقتصادية والاجتماعية والبيئية بحيث تحقق التقدم الاقتصادي والرفاه الاجتماعي وتحافظ على البيئة والقيم الاجتماعية والثقافية وخطوات بناء الإستراتيجية تتضمن الآتي :-

1. الإيمان المطلق بضرورة تبني إستراتيجية وطنية جديدة للتنمية السياحية المستدامة في محافظة ديالى وفق رؤية اقتصادية وسياسة واجتماعية وبيئية وحضارية وثقافية .

2. بناء الإستراتيجية يجب أن ينطلق من مبادئ التنمية المستدامة لا بل أن تكون هي الأرضية التي منها تحدد أهداف الإستراتيجية وهذه المبادئ هي : الشفافية ، الإنصاف والعدالة ، التمكين والمشاركة ، المساواة .

3. ويجب أن تعتمد الإستراتيجية على العناصر التالية :-

أ. مشاركة جميع الأطراف المعنية بعملية التنمية بما في ذلك القطاع الخاص والمنظمات غير الحكومية وكافة دوائر الدولة ومؤسسات المجتمع المدني .

ب. اعتماد الأسس العلمية في فهم الترابط ما بين متطلبات التنمية الاقتصادية والاجتماعية ومكونات النظام البيئي وحماية التوازن البيئي والمتنوع الإحيائي في البيئات التي تستغل لأغراض التنمية السياحية المستدامة ، وهذا يعني لأبد من إدخال المحاسبة البيئية .

ج. وضع المبادئ والأسس العامة لإعداد التشريعات والقوانين التي تنظم الفائدة الاقتصادية وتوفير فرص العمل من خلال المشاريع السياحية التي تعود بالنفع العام على سكان المحافظة .

د. إدخال مبدأ المحاسبة البيئية في دراسة الجدوى للمشاريع السياحية التي تقترح تنفيذها في المحافظة .

هـ. لأبد من بلورة برامج التوعية البيئية بتعزيز دور الإعلام في السياحة للمؤسسات القائمة على السياحة إضافة إلى السياح .

و. تعزيز التنمية السياحية المستدامة بين هذه المحافظة ومحافظة العراق الأخرى وربط المناطق والقرى السياحية بشبكة يتم من خلالها تبادل الخبرات والتجارب في مجال التنمية السياحية المستدامة وبناء القدرات الذاتية في قطاع السياحة على مستوى المحافظات .

ز. الحفاظ على التراث والإرث الحضاري والقيم الاجتماعية المتصلة في هذه المحافظة ومحاولة تجديد هذا التراث والحفاظ عليه .

4. توجيه هذه الإستراتيجيات بحيث تعتمد الأسس العلمية للحفاظ على الموارد الطبيعية وخاصة غير المتجددة والتنوع الإحيائي والتخفيض إلى الحد الأدنى من التأثيرات السلبية للسياحة .

5. إرساء مفهوم السياحة البيئية وتشجيعها ضمن الإستراتيجية المعتمدة وتصنيف المناطق المؤهلة لهذا النوع من السياحة وتحديد قدراتها الاستيعابية ووضع

البرامج اللازمة لحمايتها والاستفادة منها بما في ذلك وضع مدد (نقاهاة أو إجازة) للمحميات وتنظيم وضبط هذه البرامج مثل برامج زيارات المحميات الطبيعية والمتنزهات الوطنية... الخ .

6. دعم القطاع الخاص وتعزيز مشاركته في التنمية السياحية المستدامة وإدخال التقنيات الصديقة للبيئة مع أفضل أساليب التشغيل والإدارة لتحسين أدائها الفني والبيئي وتشجيع الأداء الأمثل من خلال الحوافز المادية والمعنوية .

7. وضع أسس ومعايير لتخطيط المناطق السياحية في المحافظة واستخداماتها سواء كانت الأرضية أو الساحلية أو البحرية منها بالتعاون مع المنظمات الإقليمية ذات الصلة وذلك لمنع حدوث الآثار السلبية المحتملة عليها .

8. اعتماد خطط وبرامج عمل فعالة لمنع التلوث وترشيد استغلال المصادر الطبيعية والإدارة البيئية السليمة للمنشآت السياحية في المحافظة بما في ذلك إدارة المخلفات والنفايات والانبعاثات ضمن مفهوم السياسات الوقائية التي تعد أهداف الإستراتيجية .

9. تشجيع التعاون المشترك والتخطيط المتكامل في التنمية السياحية المستدامة بين مختلف الدول العربية وخاصة في مجال تنظيم التنمية السياحية المستدامة .

10. العمل على توحيد الأطر القانونية والتشريعات وتبسيطها وتكاملها في مجال السياحة بشكل عام والتنمية السياحية المستدامة بشكل خاص ووضع آليات رصد ومراقبة قادرة على التنبيه عن المشاكل الناجمة لتلافيها أو معالجتها بالوقت المناسب .

11. إنشاء شبكة عراقية تحت اسم (شبكة التنمية السياحية المستدامة في العراق) من الخبراء المهتمين بالتنمية السياحية المستدامة لتبادل المعلومات والخبرات وربطها بالمنظمات الدولية والإقليمية ذات الصلة والطلب من هذه المنظمات العمل على تأمين الدعم المادي والفني في هذا المجال .

ثانياً : نموذج مقترح لتنمية السياحة على مستوى محافظة ديالى

هذا النموذج هو مثال لسياسة سياحية ، ويمكن اعتباره دليلاً أو مؤشراً لمن يتوجه للتنمية وتبني سياسة محلية للسياحة . وهي لأغراض التوضيح ولها صفة العمومية كما إنها لا تقدم أفضل أو أنسب شكل أو مضمون لسياسة سياحية مطلقة لأن محاور السياسة السياحية تتعلق بعوامل خاصة بمنطلقات ومواقف كل بلد اتجاه السياحة وموقعها في سلم أولويات التنمية في ذلك البلد إضافة لظروفه الاقتصادية والاجتماعية وما يحيط به من ظروف سياسية عامة .

❖ إطار لإعداد أو سياسة محلية على مستوى مجلس محافظة / ديالى

1. محافظة ديالى تتمتع بجمال المنظر وامتلاك المواقع الاثرية التاريخية والموارد الثقافية والتنوع السكاني والفلكلور المحلي وتلك المقومات تجذب الزوار والسياح .
2. إن تلك الموارد يجب حمايتها والمحافظة على أصالتها ليس فقط لأنها تعجب المواطنين والزوار ولكن بسبب قيمتها وفوائدها للسكان المحليين .
3. مساهمة السياحة في اقتصاديات المدينة لأنها تخلق فرص عمل ودخل للأعمال المحلية .
4. السياحة هي وسيلة تعليم تساعد الزوار والمقيمين للتعرف على تاريخ المدينة وسوارها الطبيعية والثقافية ومنجزاتها الاقتصادية .

❖ مقومات تطوير النشاط السياحي في ديالى

إن النشاط السياحي لا يمكن أن يتوقف عند عتبة معينة كعتبة الرقاد لذلك النشاط ، بل هو متقلب المزاج وتعوزه متابعة مستمرة وخلق معايير جديدة تستند

على المصدقية والتطور وتكون علم مستمر بالمستجدات الحديثة في ذلك المجال الحساس ، بل الأكثر حساسية فقد نجد أن الحركة السياحية في مكان ما قد أخذت إلى الميل نحو الانخفاض ، ولا يعرف السبب الظاهري وقد تجد فجأة وبلا مقدمات أماكن أخرى ازدهرت وأخذت أسواقها تمتلئ ، ويكون السبب ليس ظاهرياً بل سوء تخطيط .

أ - التنسيق بين الجهات الرقابية المختلفة : للحد من تعدد عملية الرقابة على النشاط السياحي والفندقي ، بل يجب وضع سياسة محددة تجعل الرقابة أو التفنيس على ذلك القطاع من اختصاص جهة رقابية واحدة وتخص وزارة السياحة والوحدات التابعة لها ، أي يتم خلق جهاز رقابي سياحي لا يتدخل فيه أي جهاز رقابي خاضع لأي جهة قانونية أخرى .

ب - إصدار تشريعات خاصة بالقروض المالية والإدارية في النشاط السياحي : بحيث تكون تلك الثوابت تحت سيطرة وزارة السياحة والآثار للتحرك بحرية مطلقة لتطبيق الأنظمة الإدارية الأكثر تطوراً .

5. السياحة تكرر الشعور بالكرامة وتخلق التفاهم العام بين السكان وزوارهم .

6. التنمية والترويج لمحافظة ديالى يحقق مصلحة عامة .

7. السياحة في محافظة ديالى يجب تطويرها بطرق منظمة لكي تتم الفائدة القصوى للمدينة والسكان .

8. وضع سياسة محلية للسياحة هو ضرورة وهي إطار للتخطيط السياحي فيها (205)

سياسة مركز المحافظة السياحية معدة لأجل

1. تشجيع التطور العام المنظم والتنمية السياحية في المدينة .

2. تنمية المعرفة بتاريخ المدينة وخاصة لدى الشباب بهدف ترويج فكرة المحافظة والأهمية للمواقع التاريخية والآثار والأبنية والمناطق التراثية فيها .

205 - رعد مجيد العاني : الاستثمار والتسويق السياحي ، ط1 ، دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع ، 2008 ، ص 247 - 248 .

3. اعتبار السياحة هي الوسيلة المتاحة والأسراع التي تجعل السائح والزائر يحترم القيم والعادات والتقاليد الأصلية والمعتقدات الدينية للشعب الذي يعيش في المنطقة .
4. قياس تأثيرات السياحة على حقوق الإنسان لسكان المحليين بالنسبة لمتعمهم بمواردهم السياحية ، وإشاعة التوازن بين الزوار والسكان في استخدامات وتسهيلات السياحة .
5. التأكيد على حماية الموارد الطبيعية والمحافظة عليها جيولوجياً وأثرياً ، ودعم الكنوز الثقافية في المواقع السياحية .
6. تحسين رقعة الأعمال التجارية في المدينة وتعزيزها لتنظيم الاحتفالات والمعارض وتطوير المهن أغناء زيارة السائح بالظواهر الحضارية ن والتعرف على المنجزات الاقتصادية .
7. تشجيع السكان المحليين على تقديم الترحيب والاستقبال والتعبير عن روح الضيافة للزائر .
8. التأكيد على تنفيذ قواعد السلامة للسائح وحاجاته الشخصية وحماية حقوقه كمستهلك . (206)
9. تحسين ظروف الحياة والأحوال العامة بشروط مناسبة للزوار والسكان .
10. رفع مستوى السياحة في المدينة بتطوير البيئة التحتية الأساسية وتقديم حوافز للاستثمار ، وتأهيل الكوادر اللازمة للعمل في ميادين السياحة أو للتعامل مع السائح ، والمساهمة بتمويل المحافظة على الموارد السياحية المحلية وتطويرها .
11. تقييم الوعي السياحي بين السكان والعاملين ، وخاصة ما يتعلق بأهمية السياحة للاقتصاد والمجتمع ، وتعريف العالم بالتراث والحضارة والمنجزات والمواقف .

²⁰⁶ - رعد مجيد العاني : مصدر سبق ذكره ، ص 249 .

12. التأكيد على أن أهمية السياحة فائدة يجب اعتمادها في عمل الفعاليات السياحية والتخطيط العام ، وأن ترسخ تلك القاعدة لدى الشعب والقادة والفعاليات السياحية في المدينة . (207)

❖ مهام ومسؤوليات (المحافظ)

هو المسؤول عن تنفيذ السياسات العامة في المحافظة بضمنها النشاط السياحي الذي يعد ثاني إنتاج صناعي دائم وبالنتيجة سينعكس على مكانة المحافظة اقتصادياً - اجتماعياً - سياسياً ، إضافة إلى إنعاش حياة السكان بزيادة مدخلات الفرد بتوفير فرص عمل مختلفة ، ولدعم المحافظ في تنفيذ تلك المسؤوليات المتعلقة بالسياحة يتم إنشاء مكتب سياحي بالمدينة برئاسة مدير السياحة الذي هو ممثل المحافظ في مجال السياحة ، ويكون تحت إشراف المحافظ .

ويقوم مكتب السياحة بالتعاون مع القطاع العام والخاص والفعاليات المحلية بتنفيذ المهام التالية :

1. تشجيع تطوير البيئة التحتية والتسهيلات والخدمات والموارد السياحية في المدينة .
2. التنسيق مع إدارة التعليم المهني لشمول السياحة في التخصصات المعتمدة ، وخاصة المهن الفندقية واليدوية والعلوم السياحية .
3. تشجيع التعاون والتنسيق بين فعاليات المدينة والأفراد والمؤسسات لتطوير مظاهر المدينة ومعالمها ، واستطلاع رأي تلك الجهات حول برامج وسياسات التنمية .
4. وضع واعتماد خطة شاملة لتطوير السياحة في المدينة بالاستفادة من خطط وتجارب مدن ودول أخرى والتجارب السابقة في المدينة .

207 - كمال المتوفي : أصول النظم الأساسية المقارنة ، الكويت، شركة الربيعات للنشر والتوزيع ، 1987 ، ص 293 .

5. قياس وتحليل وتوقع حجم الطلب السياحي والعائدات والتأثيرات على الاقتصاد والمجتمع .

6. تحديد المهام والصلاحيات للأجهزة العاملة في مجال السياحة في إطار الخطة المعتمدة .

7. تحديد الأولويات في تنفيذ سياسات التنمية والجهات المكلفة ببرامج العمل ويقوم المكتب بإشراف المحافظ ومجلس المحافظة بالتأكيد من إدراك الجميع بأن أهمية السياحة وقد روعيت في العملية التخطيطية في المدينة والمناطق وهيئات الأشغال العامة ومجالس التعليم وأدوات الأحياء ، وبشكل خاص بيان تأثير دور تلك الجهات في مستوى صناعة السياحة والسفر من خلال سياساتها وبرامجها وآلية عملها .

كما سيقوم مكتب السياحة بتطوير المواد والوسائل الترويجية المقدمة للزوار والسياح بهدف :

1. التعرف بتاريخ المدينة وأوضاعها الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والموارد الثقافية والمعالم السياحية ومواقع الاستجمام ومواعيد المناسبات والارشادات .

2. بيان دور السياح والزوار والطلب منهم حماية المواقع الخاصة والموارد الطبيعية والمراكز الأثرية والثقافية وقت التعليمات المتعمدة والمعلقة .

3. توفير أجواء الترحيب والتفاهم في مواقع زيارات السائح والمدينة بشكل عام .

ويقوم المكتب السياحي بمهامه بالتنسيق والتعاون مع الفعاليات والفنادق والمصارف ومؤسسات التعليم وإدارة السياحة الوطنية داخلياً ، من حيث تنفيذ السياسات والبرامج ومع المنظمات الإقليمية والعالمية للسياحة ، من بيان الإمكانيات لتوفير التسهيلات والخدمات الخاصة بالسياحة وخاصة ما يتعلق بالنظم النقدية (تبادل العملات والتعامل بالنقد الأجنبي محلياً) والجمركية وإجراءات السفر والإقامة إضافة إلى مدى توفير الخدمات الخاصة ببعض فئات السياح كالمسنين والمعاقين .

إدارة الصحة العامة في المدينة أو ما يعادلها مسؤولة عن البيان بأن المنطقة خالية من التلوث ، وتتوفر فيها شروط السلامة للسياح واستخداماتهم .

المكتب السياحي بالتعاون مع الجهات المعنية ستضع المعايير اللازمة والتعليمات المتعلقة بسلوك الزائر حول حماية الحياة البرية والموارد الطبيعية من التخريب أو الاستخدام الزائد .

وضع التعليمات المتعلقة بتوفير وسائل الراحة في مواقع الزيارة وخاصة في الحدائق ووسائل المبيت وأماكن تناول الأطعمة وتسهيلات وخدمات النقل والأنشطة الأخرى .

التنسيق مع الجهة المسؤولة عن النظافة العامة لتحقيق المستوى المطلوب لنظافة الشوارع والساحات والمواقع التي يرتادها بشكل خاص .

جميع الجهات المعنية بتطوير البنية التحتية والموارد الأثرية ، وخاصة مكتب حماية الآثار مسؤولون عن جعل تلك البنية التحتية متوفرة ، والمواقع الأثرية مميزة ومتاحة بالشكل المناسب للسياح والزوار .

تطوير كفاءة رجال الشرطة والموظفين الرسميين عليهم التعامل مع السياح بكل ترحيب ومودة ، وعليهم سرعة حل المشاكل التي يتعرض لها السائح وتأمين راحته .

مجلس التعليم الفني والمهني ينفذ برامج تأهيل وتدريب الكوادر اللازمة للسياحة ورفع مستوى التوعية للخدمات وأداء العاملين في مجال الضيافة ، وتلبية احتياجات وطلبات السياح .

إدارة الترخيص والأذونات تضع معايير صارمة لمنع الرخص للسائقين وأصحاب المرافق السياحية والمشرفين وأصحاب الامتياز للمشاريع السياحية ، وتراقب تنفيذها بحزم .

مجلس السياسة السياحية لمحافظة ديالى :

استحداث هيئة داخلية للتنسيق تدعى (مجلس السياسة السياحية) ، وهو يتألف من المحافظ رئيساً ومدير السياحة ومدراء الآثار والمتحف والأدارات الأخرى التي

يتعلق عملها بالسياحة ويتضمن كمثال وليس للحصر : مدير الصحة - مدير الحدائق والمنتجات - مجلس التعليم - مدير التخطيط والتنمية الاقتصادية - مجلس المحافظة - رئيس الشرطة . وكل عضو يمكن أن يقوم بدوره في تنفيذ مهام المجلس كممثل لجهته المسؤول عنها .

والمجلس يقوم بالمهام المحددة له من أجل :

1. تنفيذ التعليمات المحددة من قبل مكتب السياحة ، والمعتمدة من قبل المحافظ حول تأثير المنطلقات الحالية ، والضوابط الموضوعية للسياحة في المدينة .
 2. السعي للإقلال أو إلقاء أي تأثيرات سلبية من أو على السياحة .
 3. تطبيق السياسة السياحية كل حسب دوره فيها وما يخصه .
- ويمكن للرئيس (المحافظ) تشكيل لجان تساعد على تنفيذ تلك المهام وقد تضم :

1. لجنة تدقيق تشريعية :

- لتقييم وتحديد تقنين الظواهر التي تعرقل تنمية السياحة والضوابط المناسبة لها .
 - اقتراح أو إعداد مثل تلك القواعد والضوابط التي تكفل استقرار النمو السياحي .
2. لجنة فنية لإنجاز المخططات والدراسات المتعلقة بمهام المجلس .
 3. تجتمع اللجان بدعوة من رئيسها الذي يسمى من قبل رئيس المجلس ولمدة ستة قابلة للتمديد .

المجلس الاستشاري للسياحة :

يعين المحافظ عدداً من الأعضاء كمستشارين في مجلس السياسة السياحية ، ويتم انتقاء الأعضاء لتمثيل جهات معينة من فعاليات السكان المحليين ، وعلى سبيل المثال الاستعانة بأساتذة من اختصاصات مختلفة للاقتصاد - الجغرافية - التاريخ -

الهندسة والاستثمار لجامعة ديالى ويقدم المجلس الاستشاري الرأي والمشورة حول تنمية السياحة وسياسات التسويق السياحي وبرامج الترويج للمنطقة .

ويقوم أعضاء المجلس الاستشاري بمهامهم دون أجر أو رواتب ، ويقتصر عملهم على المواضيع التي يعرضها عليهم المحافظ ، وينتخب الأعضاء رئيساً ونائباً للرئيس لهم من بينهم ، وقد يتم استبدال الأعضاء لسبب معين ، أو يطلب منه التنحي عن إبداء المشورة في المواضيع التي لهم علاقة مباشرة بها . وتلك الملائمة ستكون سارية بعد اعتمادها من قبل مجلس المحافظة ومصادقة المحافظ .

المقترحات المتعلقة بتخطيط المناطق وتطويرها سياحياً

- مباني الموقع السياحي وتكوينه الطبيعي لتجنب قطع الأشجار وأي ضرر يقع على باقي المعالم الطبيعية .
- زيادة زراعة الأشجار وخصوصاً أشجار دائمة الخضرة .
- المحافظة على الحياة البرية الموجود عليها واعتماد تجنب تعرية الأرض في حالة إشارة الأبنية وتحديد مواقعها .
- وضع خرائط مستقبلية لتوجيه مجاري المياه بعيداً عن المسارات والطرق حتى لا تخلق عائقاً أو تسبب تخريباً لها .
- الإقلال قدر الإمكان من المعايير فوق الأنهر والجداول .
- زراعة مقتربات الطرق الخارجية والداخلية بأشجار دائمة الخضرة واستخدام وسائل ري حديثة .
- زرع ثقافة صحية وبيئية لعموم السكان بعدم رمي الأوساخ إلا في الأماكن المخصصة لها .

الفصل الخامس

(الجانب التطبيقي)

تحليل علاقة التأثير والارتباط بين أبعاد التفكير
الاستراتيجي والإبداع التنظيمي وعوامل الجذب
السياحي في محافظة ديالى

المبحث الأول : وصف وتحليل متغيرات الدراسة

المبحث الثاني : تحليل علاقة التأثير والارتباط بين
أبعاد التفكير الاستراتيجي وعناصر
السياحي في محافظة ديالى

المبحث الثالث : تحليل علاقة التأثير والارتباط بين
أبعاد الإبداع التنظيمي وعناصر
السياحي في محافظة ديالى

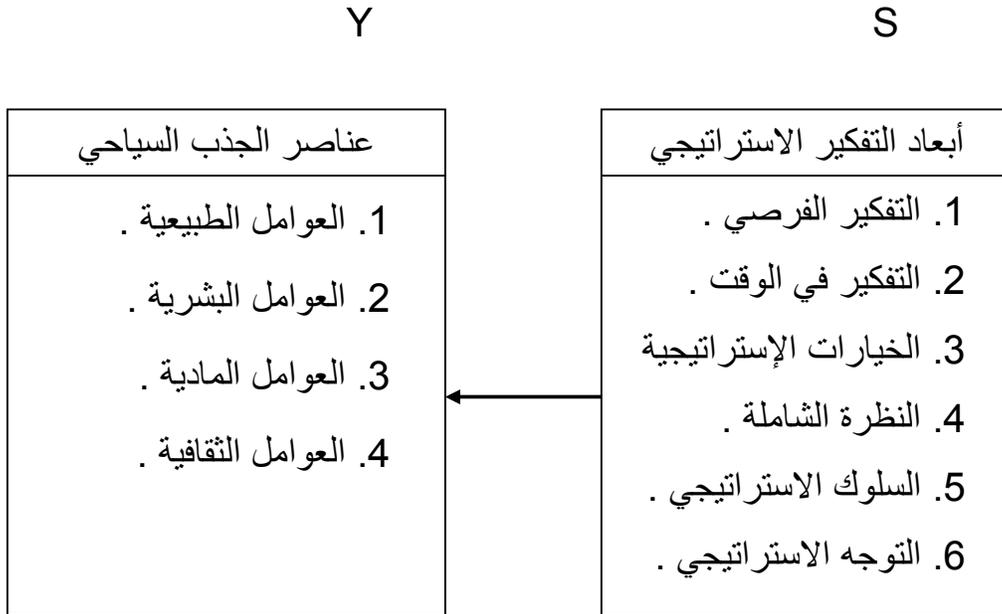
المبحث الأول

وصف وتحليل متغيرات الدراسة

تعتمد الدراسة في جانبها العلمي والتحليلي على المنطلقات النظرية التي
وردت في الفصول السابقة لوصف وتحليل العلاقات كميًا بين المتغيرات المبينة في
النموذج الافتراضي للدراسة المعتمد على الفرضيات التالية : -

الفرضية الأولى :

تتأثر عوامل الجذب السياحي في المحافظة بأبعاد التفكير الاستراتيجي لإدارة المؤسسات السياحية في المحافظة ، وقد عبرنا عن أبعاد هذه العلاقة بالمتغيرات التالية .



حيث أن مضمون هذه الفرضية تؤكد بأن عناصر الجذب السياحي المعبر عنها بـ الرمز (Y) هي دالة في متغير التفكير الاستراتيجي المعبر عنه بالرمز (S) وبذلك تأخذ هذه العلاقة الشكل الآتي :-

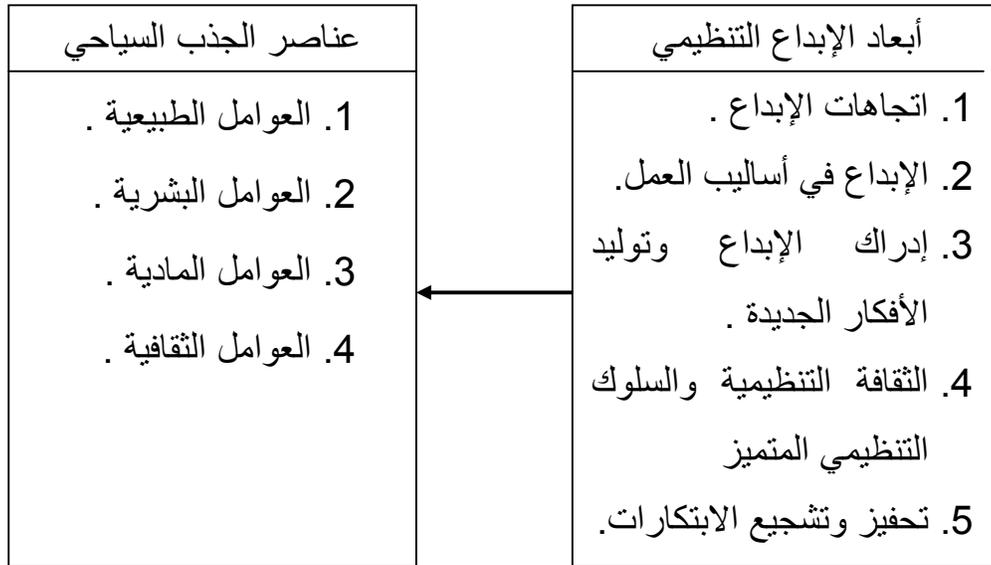
$$Y = F(S)$$

الفرضية الثانية :

تتأثر عوامل الجذب السياحي في المحافظة بأبعاد الإبداع التنظيمي الذي تنتهجه إدارة المؤسسات السياحية في المحافظة . وقد عبرنا عن أبعاد هذه العلاقة بالمتغيرات التالية :

(Y)

(I)



وتأخذ هذه العلاقة الصيغة التالية :

$$Y = F (I)$$

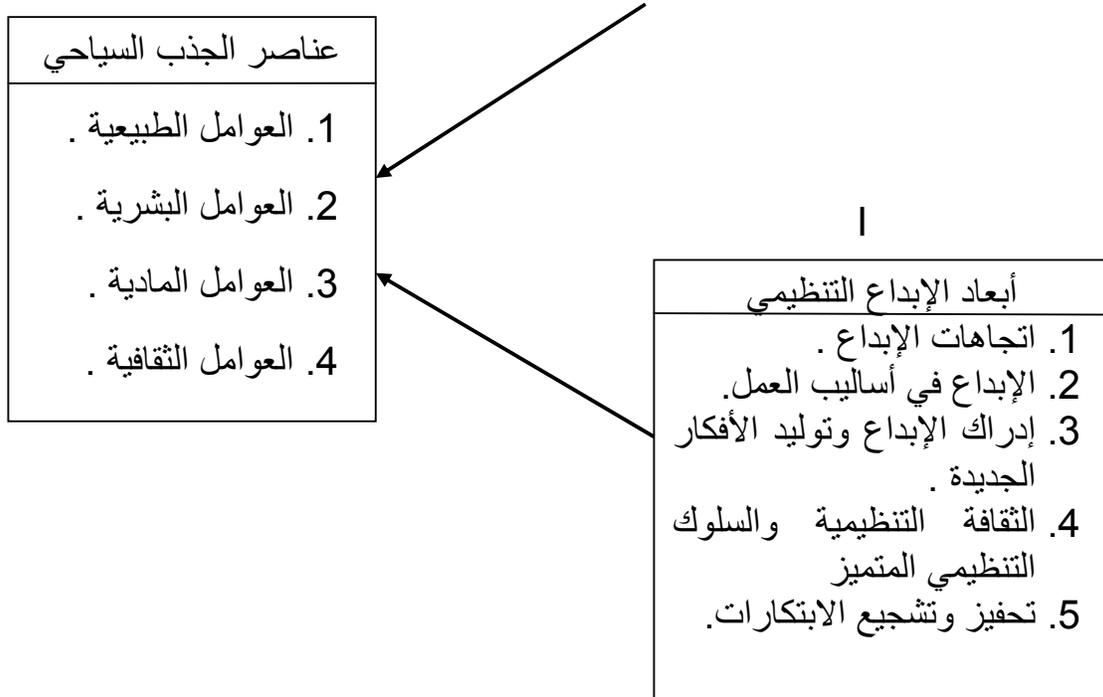
لذلك فإن الفرضية الرئيسة التي انطلقت منها الدراسة تؤكد أنه توجد علاقة ارتباط طردية ذات دلالة معنوية بين أبعاد التفكير الاستراتيجي والأبعاد التنظيمي للإدارة المسؤولة عن قيادة وتوجيه المواقع السياحية وعوامل الجذب السياحي المتاحة في المحافظة ديالى . ويمكن أن نعبر عن هذه الفرضية بالشكل التالي والصيغة أدناه :

$$Y = F (S + I)$$

Y

S

أبعاد التفكير الاستراتيجي
1. التفكير الفرصي .
2. التفكير في الوقت .
3. الخيارات الإستراتيجية .
4. النظرة الشاملة .
5. السلوك الاستراتيجي .
6. التوجه الاستراتيجي .



وفي ضوء هذه الفرضية ، فإن المنطلقات الأساسية للدراسة تؤكد أن عناصر الجذب السياحي في المحافظة المذكورة لا يمكن أن تتطور وترقى إلى مستوى النهوض بالواقع السياحي إلا من خلال تطور اتجاهات التفكير الاستراتيجي أو مؤشرات الخطط الإستراتيجية ووسائل الإبداع التنظيمي الذي تنتهجه هذه الإدارة في فهمها وإدراكها العميق لأهمية هذه المتغيرات في تطوير تنمية عناصر الجذب السياحي في المحافظة المذكورة .

وقد سعت الدراسة في هذا الإطار إلى إظهار نتائج تلك العلاقات كمياً من خلال إجراء عمليات التحليل المعتمدة على أسلوب استمارة الاستبيان Quaternaries لمجتمع عينة الدراسة (المواقع والمشاريع السياحية الواقعة في محافظة ديالى) يتضمن نموذج الاستمارة حوالي (39) تسعة وثلاثون سؤالاً تم توجيهها إلى العاملين في هذه المؤسسات السياحية بمستوياتها الإدارية المختلفة ، أغلب هذه الأسئلة تعبر عن أبعاد التفكير الاستراتيجي والإبداع التنظيمي لهذه

المستويات في إدارتها وقيادتها للواقع السياحية وكذلك أسئلة تعبر عن حقيقة التغير الواضح في عناصر ومقومات الجذب السياحي في ضوء هذه الأبعاد الإستراتيجية والتنظيمية لإدارة المؤسسات السياحية ، أن تصميم الاستثمار وبناء الأسئلة المختلفة فيها جاء بالشكل الذي ينسجم مع منطلقات الفرضيات الرئيسية للدراسة . وبما أن البحوث العلمية ذات المنهجية التطبيقية ، لأغراض الدقة تعتمد على اختبار أداة القياس سعياً من الباحث لكي يستمر في اختيار فرضياته في المرحلة اللاحقة ، ولتحقيق ذلك اعتمد الباحث أسلوب "قياس صدق الدراسة" وكما يلي :

أولاً : صدق أداة قياس الدراسة : الصدق الظاهري :

الصدق هو قياس يستخدم لمعرفة درجة صدق المبحوثين من خلال إجاباتهم على مقياس معين ، لذلك قام الباحث بعرض أداة الدراسة في صورتها الأولية على عدد من المحكمين المتخصصين في مجال إدارة الأعمال ، والذي بلغ عددهم (5) محكماً ، وذلك للتأكد من صدقها الظاهري والملحق رقم (2) يوضح أسماء المحكمين . وقد اعد الباحث استمارة خاصة لاستطلاع آراء المحكمين حول مدى وضوح كل عبارة ، من حيث المحتوى الفكري والصياغة ، وتصحيح ما ينبغي تصحيحه من العبارات ، مع إضافة أو حذف ما يرى المحكم من عبارات في أي محور من المحاور .

وفي ضوء الآراء التي أظهرها المحكمون قام الباحث بإجراء التعديلات التي اتفق عليها (75%) من المحكمين ، وتعديل وصياغة بعض العبارات التي رأى المحكمون ضرورة إعادة صياغتها لتكون أكثر وضوحاً . ونفس الشيء أجرى الباحث اختبار للمحكمين باستخدام معامل ارتباط التوافق ، وظهر قيمته ما يقارب (0.786) وهو معامل مقبول في الدراسات السلوكية والإدارية ، ومما يدل قبول المحكمين المتخصصين للاستبانة وعدها مقياساً جيداً للظاهرة المدروسة في موضوع الأطروحة قيد الدراسة .

ثانياً : الثبات البنائي لأداة القياس

قام الباحث بالتأكد من الثبات البنائي (Construct Reliability) لأداة القياس الخاصة بالدراسة الحالية من خلال استخدام اختبار ألفا كرونباخ وقد جرى حساب معامل الثبات لأداة باستخدام المعادلة الرئيسية لمعامل ارتباط "الفكرونباخ" والموضح في الجدول رقم (10) .

جدول رقم (10)
معاملات الثبات لأداة قياس الدراسة

المتغير	كرونباخ ألفا للمتغير	البعد	معامل كرونباخ ألفا لكل بعد
(1) المتغير الافتراضي الأول "التفكير الاستراتيجي" "المتغير المستقل الأول"(S)	0.866	1. التفكير الفرصي . 2. التفكير في الوقت . 3. الخيارات الإستراتيجية . 4. النظرة الشاملة . 5. السلوك الاستراتيجي . 6. التوجه الاستراتيجي .	0.706 0.802 0.727 0.800 0.921 0.561
(2) المتغير الافتراضي الثاني "الإبداع التنظيمي" X "المتغير المستقل الثاني"	0.755	1. اتجاهات الإبداع . 2. الإبداع في أساليب العمل. 3. توليد الأفكار الجديدة . 4. تحفيز الابتكارات. 5. السلوك التنظيمي المتميز .	0.80 0.822 0.734 0.766 0.880
(3) متغير عناصر الجذب السياحي Y "المتغير المعتمد"	0.823	1. العوامل الطبيعية . 2. العوامل البشرية . 3. العوامل المادية . 4. العوامل الثقافية .	0.894 0.913 0.910 0.887

ويلاحظ من الجدول السابق بأن قيم ألفا - كرونباخ ، قد تراوحت بين

(0.706 - 0.913) ، وهي مقبولة إحصائياً في البحوث الإدارية والسلوكية ، لأن قيمتها أكبر من (0.70 - 0.75) بحسب رأي الباحثين (Numaly and Bernstien) والتي تدل على أن الأداة تتصف بالاتساق والثبات الداخلي المقبول ، والذي يشجع الباحث على المضي قدماً باتجاه قبول الأداة للقياس والاختبار والاستدلال .

والحقيقة أن تحديد الموقع الذي يجري فيه البحث يعد أمراً مهماً وضرورياً من أجل تحقيق الموضوعية والصدق والثبات التي تعد كلها شروطاً لأزمة في الاستبانة التي ستخص العينة المبحوثة ، وعلى هذا الأساس فقد تقرر إجراء مسح للمواقع السياحية التي يمكن أن تكون مناسبة لإجراء الدراسة فيها ، فكانت المطاعم السياحية والمتنزهات والفنادق السياحية والمواقع الدينية السياحية في المحافظة هي المكان المناسب لآراء الدراسة الميدانية . وتم اختيار عينة البحث المستويات الإدارية المختلفة في هذه المواقع إضافة على عينة من العاملين في مجال الخدمة السياحية .

ج - عينة الدراسة وخصائصها

استخدمت العينة القصدية حيث جرى اختيار عينة المدراء ورؤساء أقسام المواقع السياحية المبحوثة ، الدراسة الحالية ، وبلغ المجموع الكلي لعينة الدراسة (100) شخصاً . فقد جرى توزيع (112) أستبانة ، بصورة مباشرة من قبل الباحث على هذه المواقع ، وتم استبعاد (12) لم يتم الإجابة عليها . ويلاحظ من الجدول (11) متغير الجنس ، الفئة العمرية ، والمؤهل العلمي ، ومدة الخدمة . حيث أن متغير الجنس يتميز بزيادة نسبة الذكور (81%) ، على نسبة الإناث (19%) ويلاحظ متغير الفئة العمرية الذي يتراوح ما بين سن (الأكثر من 56) هي أقل نسبة إذ بلغت (5%) ، بينما كانت النسبة الأكبر هي فئة (46 - 55) . بينما المتغير الثالث ، وهو المؤهل العلمي ، فكانت نسبة حملة البكالوريوس هي النسبة الأعلى

حيث بلغت (50%) ، ثم يليها الماجستير بنسبة (25%) ، ثم الدبلوم العالي (15%) . وتعد نسب المؤهل العلمي ومدة الخدمة مؤشراً يدل على أن العينة المبحوثة كانت على قدر كافٍ من الوعي للإجابة عن تساؤلات الاستبانة .

جدول (11) خصائص عينة البحث			
ت	المتغيرات	توزيع الخاصية	العدد
1	الجنس	ذكر	65
		أنثى	15
	المجموع		80
2	الفئة العمرية (سنة)	35 - 26	16
		45 - 36	20
		55 - 46	50
		56 فأكثر	6
	المجموع		80
3	المؤهل العلمي	بكالوريوس	40
		دبلوم عالي	20
		ماجستير	20
		دكتوراه	8
		المجموع	80
			80

أما على مستويات الإدارة المتخصصة في مجال النشاط السياحي ، فقد قام الباحث بتقسيم العاملين في هذه الأنشطة إلى المستويات الإدارية العليا وفئة المستويات الإدارية الوسطى ثم المستويات الإدارية الدنيا . كما بين في الجدول الآتي :-

جدول رقم (12)

ت	المستويات الإدارية	عدد العينة	النسبة %
1	الإدارة العليا	25	25%
2	الإدارة الوسطى	30	30%

3	الإدارة الدنيا	45	%45
	المجموع	100	%100

المبحث الثاني

تحليل علاقة التأثير والارتباط بين أبعاد التفكير الاستراتيجي

وعناصر الجذب السياحي في محافظة ديالى

يسعى هذا المبحث إلى تحليل وعرض إجابات عينة البحث ، وعرض النتائج المستحصلة من خلال استعمال الوسائل والتقنيات الإحصائية المختلفة والمتمثلة ، بالانحراف المعياري (S.D) Standard Deviation ، والوسط الحسابي Arithmetic Mean ، والتكرار Frequently ، فضلاً عن اختبار T. test ، ولتحديد مقدار الأثر كميًا بين المتغيرات المبحوثة استخدم معامل الارتباط (R^2) . Outscore Lotion .

ومن خلال إجابات أسئلة الاستبيان ، فقد تم تفريغ البيانات وعرض الجداول الإحصائية ، ومن ثم تحليل وتفسير طبيعة علاقة الارتباط والتأثير بين متغيرات البحث الرئيسية والفرعية (المتغيرات المستقلة والمتغير التابع) بالاعتماد على المعايير والمؤشرات الإحصائية السابقة الذكر . ونود أن نشير هنا إذا حقق المتغير وسط حسابي أعلى من أداة القياس وهي (3) دل ذلك على توافر مستوى أهمية لهذا المتغير في درجة أو مستوى تأثيره على عناصر الجذب السياحي والعكس صحيح ، والحقيقة أن هذا الأسلوب لتحليل نتائج أسئلة الاستبيان أولاً وإثبات صحة الفرضيات المحددة ثانياً ، لذلك سيركز هذا المبحث على فقرتين رئيسيتين هما :

أولاً : تحديد علاقة الارتباط بشكل عام بين متغير التفكير الاستراتيجي وعناصر الجذب السياحي .

ثانياً : قياس أثر أبعاد التفكير الاستراتيجي على عناصر الجذب السياحي .

أولاً : تحديد علاقة الارتباط بشكل عام بين متغير التفكير الاستراتيجي وعناصر الجذب السياحي .

سبق وأن بينا في المبحث السابق ، أن البحث قد عبر عن متغيرات أو أبعاد متغير التفكير الاستراتيجي (S) بأبعاد مختلفة منها (التفكير الاستراتيجي ، التفكير في الوقت ، الخيارات الإستراتيجية ، النظرة الشاملة ، السلوك الاستراتيجي للإدارة ، التوجه الاستراتيجي) ، وقد عبر عن كل بعد من هذه الأبعاد الأربعة بمجموعة من الأسئلة التي وجهت للإدارة العليا في المؤسسات والمواقع السياحية في محافظة ديالى وكذلك على مستوى الإدارة الوسطى (مدراء الأقسام ن ومدراء المواقع والوحدات الخدمية السياحية ، وكذلك الإدارة الدنيا التي تمثل مجموع العاملين المسؤولين عن تنفيذ القرارات الإستراتيجية والتشغيلية على مستوى الخدمات السياحية المقدمة في تلك المواقع ، وذلك لمعرفة مدى طبيعة العلاقة والتأثير بين أبعاد هذا المتغير وأبعاد عناصر الجذب السياحي في المحافظة المذكورة .

وفي ضوء النتائج المبينة تفصيلها في الجدول رقم (13) تبين أن متوسط إجابة أفراد عينة البحث لمستوى أثر التفكير الاستراتيجي بأبعاده التفصيلية والفرعية على تطوير عناصر الجذب السياحي بأبعاده المادية والبشرية والطبيعية والثقافية لم يكن بالمستوى المطلوب حيث أنه بلغ (3.0) كمتوسط حسابي ، وأن هذا المؤشر لم يكن بالمستوى العالي رغم انخفاض مؤشر الانحراف المعياري البالغ (0.83) ، ولكن رغم ذلك نلاحظ من بيانات الجدول رقم (13) أن بعض الفقرات الخاصة بأبعاد هذا المتغير (التفكير الاستراتيجي) الأبعاد الفرعية والتفصيلية له قد حققت متوسط حسابي أعلى من المتوسط العام ، ويظهر ذلك في الفقرة رقم (8) حيث حققت المرتبة الأولى في صحة إجابة المبحوثين من خلال وسط حسابي بلغ (4.17) وانحراف معياري (0.89) وجاءت في المرتبة الثانية فقرة رقم (6) بمتوسط حسابي بلغ (4.06) وانحراف معياري اقل من واحد صحيح (0.86) وجاء في المرتبة الثالثة مؤشر الفرص الاستثمارية المتاحة للاستثمار السياحي ولكن لم يوجد هنالك قرارات أو خيارات إستراتيجية لاستثمار هذه الفرص المتاحة والدليل

على صحة إجابة المبحوثين أن المتوسط الحسابي لهذه الفقرة بلغ (4.05) وهو أقل من مؤشر الانحراف المعياري البالغ (0.95) .

ومن المؤشرات الأخرى التي تعبر عن ضعف التفكير الاستراتيجي وعدم قدرته الفاعلة في التأثير على تنمية وتطوير عناصر الجذب السياحي في المحافظة هو ما ورد في نتائج إجابة المبحوثين عن الفقرة رقم (7) الخاصة (بأن الإمكانيات المتاحة في المواقع السياحية الموجودة في المحافظة غير قادرة على مواجهة التحديات الخارجية وظروف سوق الطلب السياحي غير المتوقع الذي يتميز عادة بالتغيرات المستمرة والسريعة ، حيث جاء معدل إجابة المبحوثين على الفقرة بالمرتبة الثامنة من خلال الوسط الحسابي الذي حققته هذه الفقرة البالغ (3.6) والانحراف المعياري الذي بلغت قيمته (1.17) .

جدول رقم (13)

الرقم	الفقرة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	إتقان أو عدم إتقان
1	هنالك فرص استثمارية متاحة في المحافظة في مجال السياحة	4.05	0.95	3	إتقان
2	إدارة المشاريع السياحية في المحافظة غير قادرة على اكتشاف الفرص الاستثمارية المتاحة في المحافظة	3.53	1.12	10	إتقان
3	عدم وجود الموارد المالية المخصصة للسياحة في المحافظة	3.38	1.32	11	إتقان
4	تدني كفاءة إدارة المشاريع السياحية هي السبب في تدني الفرص الاستثمارية في المحافظة أو عدم استغلالها	3.81	1.139	7	إتقان
5	الإمكانيات المتاحة في المواقع السياحية غير قادرة على مواجهة التحديات الخارجية وظروف السوق والطلب السياحي غير المتوقع	4.04	0.90	4	إتقان

6	تتميز المؤسسات الصحية بضعف الإمكانيات الداخلية وعدم وجود المستلزمات اللازمة لتطوير وتنمية العمل السياحي في المحافظة	4.06	0.86	2	إتقان
7	أن الإمكانيات المتاحة في المؤسسات الصحية تشجع على استثمار الفرص السياحية المتاحة	3.60	1.171	8	إتقان
8	المؤسسات الصحية في المحافظة يتميز بالكفاءة الإدارية ذات المهارات والخبرات العالية مجال التسويق السياحي	3.58	1.177	9	إتقان
9	هنالك دعم مادي ومعنوي للنشاط السياحي في المحافظة من قبل الدولة والمنظمات والهيئات ذات العلاقة بالسياحة	4.17	0.892	1	إتقان
10	تراعي المؤسسات السياحية في المحافظة عندما تحدد أهدافها الإستراتيجية عامل المنافسة الخارجية بنظر الاعتبار	3.93	0.971	5	إتقان
11	تمتلك أغلب المؤسسات على البقاء على ما هي عليه وعدم تطوير أهدافها وخططها الإستراتيجية	3.92	0.92	6	إتقان
12	يملك أغلب إدارات المشاريع السياحية إلى تغير أهدافها وتطوير خططها الإستراتيجية بما يتلاءم والطلب السياحي وظروف السوق	3.83	0.743	عالي	إتقان
13	القرارات الإستراتيجية في مجال النشاط السياحي دائماً تأخذ عامل الزمن بنظر الاعتبار	3.11	1.21	منخفض	إتقان
	الإجمالي	3.0	0.83	منخفض	

واعتماداً على النموذج الرياضي السابق ، سيقوم الباحث بقياس تأثير كل بعد من أبعاد التفكير الاستراتيجي السابقة (S_1, \dots, S_6) على عناصر الجذب السياحي من خلال صيغة الانحدار الخطي البسيط (Lanier Reparation) القائمة أساساً على افتراض أنه هنالك علاقة تأثير طردي موجب بدلالة معنوية بين كل بعد من الأبعاد الإستراتيجية الستة والمتغير التابع أو المعتمد وهو عناصر الجذب السياحي كما مبين أدناه :

1 - تأثير التفكير الفرصي (S_1) على عناصر الجذب السياحي (Y)

جدول رقم (14)

تأثير التفكير الفرصي (S_1) على عناصر الجذب السياحي

T		F		R_1	التفكير الفرصي S_1		المتغير المستقل المتغير التابع
الجدولية	المحسوبة	الجدولية	المحسوبة		B_1	B_0	
1.66	8.9	3.9	75.6	0.44	0.712	1.122	عناصر الجذب السياحي Y

نستطيع أن نعبر عن المؤشرات السابقة بالصيغة الرياضية التالية :

$$Y = F (S_1)$$

حيث أن : والعلاقة الخطية لهذه العلاقة تكون بالشكل التالي

$Y =$ عناصر الجذب السياحي

$$Y = B_0 + B_1 S_1$$

$S_1 =$ التفكير الاستراتيجي

$$Y = 1.122 + 0.712 (S_1)$$

$$T.test = 8.6$$

$$F.test = 75.6$$

$$R^2 = 44\%$$

حيث يتضح من مؤشرات الجدول السابق (14) ونتائج المعادلة الخطية ، أن درجة التأثير بين التفكير الاستراتيجي وعناصر الجذب السياحي في المحافظة المبحوثة هي ضعيفة إذ ظهرت قيمة معامل الارتباط 44% وقيمة معامل المتغير (S_1) هي أقل من واحد صحيح (0.712) وقيمة T المحسوبة بدرجة معنوية 5% وعدد عينة البحث (100) بلغت (8.6) وهي أعلى من الجدولية البالغة (1.66) وكذلك قيمته F المحسوبة بلغت قيمتها (75.44) وهي أعلى من الجدولية البالغة (3.9) . هذه المؤشرات أو الاختبارات الإحصائية جميعها تؤكد انخفاض درجة تأثير متغير التفكير الاستراتيجي وانخفاض فاعليته في درجة تطوير عناصر الجذب السياحي في محافظة ديالى ، وتفسر هذه النتيجة من الناحية الواقعية أن الإدارة الإستراتيجية للمشاريع والمواقع السياحية في المحافظة لم تعتمد الأطر والمفاهيم الإستراتيجية في العمل السياحي وأداء الأجهزة الإدارية قائم أساساً على القرارات الغير مدروسة وغير المخطط لها مسبقاً وأغلبها لم يكن قائم أساساً على أبعاد التفكير الاستراتيجي أو التصور الاستراتيجي المسبق لمتطلبات النهوض بعناصر الجذب السياحي وضرورة تطويرها ، إذ إن الإدارة الإستراتيجية المسؤولة عن القطاع السياحي في المحافظة يجب أن يكون لديها تصور مسبقاً عن طبيعة التغيرات البيئية الداخلية والخارجية ، إذ ينبغي عليها أن تقابل التحديات الخارجية التي تواجه السوق السياحية

بخيارات وخطط إستراتيجية ملائمة ، وكذلك ينبغي عليها أن يكون لديها تصور استراتيجي في تحليل عوامل البيئة الداخلية للسوق السياحية على مستوى المحافظة وذلك لتحديد نقاط الضعف وتشخيصها وتحديد الوسائل اللازمة لمعالجتها وتشخيص نقاط القوة التي تميز السوق السياحية في المحافظة ومحاولة تطويرها وتعزيزها بما يؤدي إلى تحقيق أهداف الخطة الإستراتيجية المحددة لتنمية وتطوير واقع السياحة وعناصر الجذب السياحي في المحافظة المبحوثة .

ثانياً : قياس أثر أبعاد التفكير الاستراتيجي على عناصر الجذب السياحي في محافظة ديالى

سنقوم في هذه الفقرة بتحليل النتائج الكمية لقياس أثر كل بعد من أبعاد التفكير الاستراتيجي المبينة في النموذج الافتراضي للدراسة ومدى تأثير كل بعد من هذه الأبعاد على عناصر الجذب السياحي مجتمعه في المحافظة موضوع الدراسة .
منطلقين في ذلك أن عناصر الجذب السياحي المتمثلة بـ(العوامل الطبيعية ، البشرية ، المادية ، الثقافية) مجتمعه تمثل المتغير التابع أو (المعتمد) في الدراسة والتي يرمز لها بالرمز (Y) وأبعاد التفكير الاستراتيجي الستة هي المتغير المستقل الذي أفترض إنها من المتغيرات المؤثرة في المتغير التابع السابق ، وللتعبير عن طبيعة هذه العلاقة بين هذين المتغيرين ستحدد الصيغة الرياضية التالية :

$$Y = F (S_1 + S_2 + S_3 + S_4 + S_5 + S_6)$$

حيث إن :

Y = المتغير التابع (عناصر الجذب السياحي)

S₁ = التفكير الفرصي

S₂ = التفكير في الوقت

S₃ = الخيار الاستراتيجي

S₄ = النظرة الشاملة

S₅ = السلوك الاستراتيجي للإدارة

S₆ = التوجه الاستراتيجي

واعتماداً على نموذج الرياضي السابق ، سيقوم الباحث بقياس تأثير كل بعد من أبعاد التفكير الاستراتيجي السابق (S1 ، S6) على عناصر الجذب السياحي من خلال صيغة الانحدار الخطي البسيط (Learner Reparation) القائمة أساساً على افتراض أنه هنالك علاقة تأثير طردي موجب بدلالة معنوية بين كل بعد من الأبعاد الإستراتيجية الستة والمتغير التابع أو المعتمد وهو عناصر الجذب السياحي كما مبين أدناه :

1 - تأثير التفكير الفرصي (S₁) على عناصر الجذب السياحي (Y)

جدول رقم (15)

أثر التفكير في الفرصي على عناصر الجذب السياحي

T		F		R ₂	S ₁		المتغير المستقل
الجدولية	المحسوبة	الجدولية	المحسوبة		B ₁	B ₀	المتغير التابع
1.66	8.6	3.9	75.6	0.44	0.712	1.122	عناصر الجذب السياحي Y

نستطيع أن نعبر عن المؤشرات السابقة بالصيغة الرياضية التالية :

$$Y = F (S_1)$$

حيث أن : وتكون المعادلة الخطية للدالة السابقة كما يلي

$$Y = \text{عناصر الجذب السياحي}$$

$$Y = B_0 + B_1 (S_1)$$

$$S_1 = \text{التفكير الاستراتيجي}$$

$$Y = 1.122 + 0.712 (S_1)$$

$$B_0 = \text{الحد الثابت}$$

$$T.\text{test} = 8.6$$

$$B_1 = \text{معامل المتغير المستقل}$$

$$F.\text{test} = 75.6$$

$$R^2 = 44\%$$

حيث يتضح من مؤشرات الجدول السابق (15) ونتائج المعادلة الخطية ، أن درجة التأثير بين التفكير الاستراتيجي وعناصر الجذب السياحي في المحافظة المبحوثة هي ضعيفة قد ظهرت فيه معامل الارتباط 44% وقيمة معامل المتغير

(S1) هي أقل من واحد صحيح (0.712) وقيمة T المحسوبة بدرجة معنوية (5%) وعدد عينة البحث (100) بلغت (8.6) وهي أعلى من الجدولية البالغة (1.66) وكذلك قيمة F المحسوبة بلغت قيمتها (75.44) وهي أعلى من الجدولية البالغة (3.9). هذه المؤشرات أو الاختبارات الإحصائية جميعها تؤيد انخفاض درجة تأثير متغير التفكير الاستراتيجي وانخفاض فاعلية في درجة تطوير عناصر الجذب السياحي في المنطقة وتفسر هذه النتيجة من الناحية الدافعية أن الإدارة الإستراتيجية للمشاريع والمواقع السياحية في المحافظة لم تعتمد الأطر والمفاهيم الإستراتيجية في العمل السياحي وأداء الأجهزة الإدارية قائم أساساً على القرارات الغير مدروسة وغير المخطط لها مسبقاً وأغلبها لم يكن قائم أساساً على أبعاد التفكير الاستراتيجي أو التصور الاستراتيجي المسبق لمتطلبات النهوض بعناصر الجذب السياحي وضرورة تطويرها ، إذ إن الإدارة الإستراتيجية المسؤولة عن القطاع السياحي في المحافظة يجب أن يكون لديها تصور مسبقاً عن طبيعة التغيرات البنية الداخلية والخارجية ، إذ ينبغي عليها أن تواجه التحديات الخارجية التي تواجه السوق السياحية بخيارات وخطط إستراتيجية ملائمة ، وكذلك ينبغي عليها أن يكون لديها تصور استراتيجي في تحليل عوامل البنية الداخلية للسوق السياحية على مستوى المحافظة وذلك لتحديد نقاط الضعف وتشخيصها وتحديد الوسائل اللازمة لمعالجتها وتشخيص نقاط القوة التي تميز السوق السياحية في المحافظة ومحاولة تطويرها وتعزيزها بما يؤدي إلى تحقيق أهداف الخطة الإستراتيجية المحددة لتنمية وتطوير واقع السياحة وعناصر الجذب السياحي في المحافظة المبحوثة.

2 - تأثير التفكير في الوقت (S₂) على عناصر الجذب السياحي (Y)

جدول رقم (16)

أثر التفكير في الوقت على عناصر الجذب السياحي

T		F		R ₂	S ₂		المتغير المستقل
الجدولية	المحسوبة	الجدولية	المحسوبة		B ₁	B ₀	المتغير التابع
1.66	6.419	3.99	41.210	0.30	0.416	2.257	عناصر الجذب السياحي Y

نستطيع أن نعبر عن المؤشرات السابقة بالصيغة الرياضية التالية :

$$Y = F (S_2)$$

حيث أن : وتكون المعادلة الخطية للدالة السابقة كما يلي

$$Y = \text{عناصر الجذب السياحي}$$

$$S_2 = \text{التفكير الاستراتيجي}$$

$$Y = B_0 + B_1 (S_2)$$

$$B_0 = \text{الحد الثابت}$$

$$Y = 2.257 + 0.461$$

$$B_1 = \text{معامل المتغير المستقل}$$

$$T.\text{test} = 6.419$$

$$F.\text{test} = 41.210$$

$$R^2 = 0.30$$

توضح مؤشرات الجدول السابق إلى وجود تأثير معنوي لمتغير (التفكير في الوقت) على عناصر الجذب السياحي ويظهر ذلك من خلال قيمة اختبار (F) المحسوبة البالغة (41.210) وهي أكبر من قيمتها الجدولية البالغة (3.99) عند درجتي حرية (1.94) ومستوى معنوية (0.05) . ولكن درجة تأثير هذا المتغير (التفكير الاستراتيجي) على عناصر الجذب السياحي ظهرت منخفضة . وذلك من خلال قيمة معامل الارتباط (R^2) البالغة (30%) ، وتتأكد هذه النتيجة من خلال قيمة معامل هذا المتغير التي بلغت أقل من الواحد الصحيح (0.461) وكذلك اختبار T الذي ظهرت قيمته (6.419) وهي أعلى من T الجدولية . وتفسير ذلك ، إن القيادات الإدارية للمواقع والمشاريع السياحية لم تأخذ عامل الوقت بنظر الاعتبار عن أعداد وصياغة الخطط الإستراتيجية على مستوى المشاريع السياحية في المحافظة وبذلك فهي لم تكن لديها رؤية استشرافية مستقبلية لحجم التغيرات التي تطرأ على الطلب السياحي والمتغيرات المفاجئة للسوق السياحية .

3 - تأثير الخيارات الإستراتيجية على عناصر الجذب السياحي (Y)

جدول رقم (17)

الخيارات الإستراتيجية وأثره على عناصر الجذب السياحي

T		F		R ₂	S ₃		المتغير المستقل المتغير التابع
الجدولية	المحسوبة	الجدولية	المحسوبة		B ₁	B ₀	

1.665	8.910	3.99	79.39	0.60	1.107	0.662	عناصر الجذب السياحي Y
-------	-------	------	-------	------	-------	-------	-----------------------

مؤشرات الجدول السابق تأخذ العلاقة الدالية التالية :

$$Y = F (S_3)$$

والعلاقة الخطية لهذه المتغيرين تكون كالآتي :

$$Y = B_0 + B_1 (S_3)$$

$$Y = 0.662 + 1.107$$

$$T.test = 8.910$$

$$F.test = 79.39$$

$$R^2 = 60\%$$

نوضح مؤشرات الجدول السابق والنتائج الكمية لتحليل المتغيرات الخاصة بهذه العلاقة ، أنه توجد علاقة معنوية بين الخيارات الإستراتيجية وتنمية وتطوير عناصر الجذب السياحي ، ويظهر ذلك من خلال قيمة اختبار (T) المحسوبة التي ظهرت قيمتها أعلى من الجدولية وكذلك اختبار (F) وكذلك قيمة معامل هذا المتغير (B₁) التي بلغت قيمتها أكبر من الواحد الصحيح (1.107) وكذلك معامل الارتباط (R²) كانت قيمته مرتفعه نسبياً (60%) . هذه النتائج تفسر أن إدارة المؤسسات السياحية في المحافظة المبحوثة تأخذ قراراتها وفقاً لخيارات إستراتيجية نأخذ عامل التوسع في المشاريع السياحية وعامل تطوير تنمية هذا القطاع بنظر الاعتبار عند أعداد وصياغة خططها الإستراتيجية ، وهذه الخيارات قد تكون إستراتيجية نمو وتوسع أو إستراتيجية استقرار واختيار هذا النمط أو ذاك من الإستراتيجية يعتمد بالحقيقة على الإمكانيات المتاحة وحجم ونوعية الأهداف المحددة لتنمية وتطوير الأنشطة السياحية في المحافظة .

4 - العلاقة بين النظرة الإستراتيجية الشاملة وعناصر الجذب السياحي

جدول رقم (18)

أثر النظرة الإستراتيجية الشاملة على عناصر الجذب السياحي

T	F	R ₂	S ₄	المتغير المستقل
---	---	----------------	----------------	-----------------

المتغير التابع	B ₀	B ₁	المحسوبة	الجدولية	المحسوبة	الجدولية
عناصر الجذب السياحي Y	0.811	0.749	0.584	13.911	3.99	11.489
						1.66

نستطيع أن نعبر عن المؤشرات السابقة بالعلاقة الدالية التالية :

$$Y = F (S_4)$$

$$Y = B_0 + B_1 (S_4)$$

$$Y = 0.811 + 0.749$$

$$T.test = 11.489$$

$$F.test = 13.911$$

توضح نتائج تحليل الانحدار أعلاه ، أنه هنالك علاقة تأثير بين النظرة الإستراتيجية الشاملة أحد أبعاد التفكير الاستراتيجي وعناصر الجذب السياحي في محافظة ديالى ، ويظهر ذلك واضحاً من قيمة معامل الارتباط (R^2) البالغة (58%) وكذلك من خلال الاختبارات الإحصائية (F و T) التي بلغت أقيامها المحسوبة أكبر من الجدولية عند مستوى معنوية (5%) وعدد المشاهدات (100) . والحقيقة أن هذه النتائج تعكس أن إدارة المنشآت السياحية في المحافظة المبحوثة عند صياغة وأعداد خططها وإستراتيجياتها ، تكون هذه الخطط شاملة ومتكاملة لجميع عناصر الجذب السياحي بأبعادها المختلفة البشرية ، المادية ، الثقافية ، الطبيعية ، إذ إن توجهات الخطط الإستراتيجية في النشاط السياحي لم تكن مقتصرة على جانب دون الجوانب الأخرى المكونة لهذه العناصر . وهذا التوجه الاستراتيجي تفرضه طبيعة الخطط الإستراتيجية والأهداف المحددة لها التي يجب أن تنفذ بشكل متكامل ومتسق مع كل المكونات أو الأبعاد الخاصة بعناصر الجذب السياحي .

5 - تأثير السلوك الاستراتيجي للإدارة وعناصر الجذب السياحي

جدول رقم (19)

السلوك الاستراتيجي وأثره على عناصر الجذب السياحي

T		F		R ₂	S ₅		المتغير المستقل
الجدولية	المحسوبة	الجدولية	المحسوبة		B ₁	B ₀	المتغير التابع
1.66	10.84	3.99	117.70	0.556	0.893	0.162	عناصر الجذب السياحي Y

المؤشرات أعلاه يمكن أن نعبر عنها بالعلاقة الدالية التالية :

$$Y = F (S_5)$$

وهذه الدالة تأخذ العلاقة الخطية التالية :

$$Y = B_0 + B_1 (S_5)$$

$$Y = 0.162 + 0.893$$

$$T.test = 10.84$$

$$F.test = 117.70$$

$$R^2 = 55\%$$

تشير نتائج الكمية أعلاه ، الى وجود علاقة تأثير معنوية بين السلوك الإستراتيجي للإدارة وتطوير مكونات عناصر الجذب السياحي في المحافظة المبحوثة ، ويظهر ذلك واضحاً من خلال قيمة معامل الارتباط (R^2) البالغة (55%) وكذلك من خلال قيمة اختبار (T-test) واختبار F المحسوبة حيث كانت قيمتها المحسوبة أعلى من قيمتها الجدولية عند مستوى معنوية (5%) وهذا يعني أن أداء الأفراد العاملين وبالذات الأداء الإستراتيجي للإدارة العاملة في المواقع السياحية في المحافظة له دور كبير وفعال في تطوير عوامل الجذب السياحي ، حيث كلما كانت قرارات المسؤول مدروسة ومبنية وفقاً للأسس الإستراتيجية المطلوبة كلما شعر بالطمأنينة لدى اتخاذ القرارات وتكون قراراته أكثر فاعلية وتؤثر على عوامل الجذب السياحي ، وكذلك كلما كان هنالك تعاون وتنسيق بين المهام الإدارية والفنية للمدراء الاستراتيجيين كلما يضمن ذلك نجاح الخطط الإستراتيجية وتحقيق أهدافها بالوقت المحدد لها .

6 - تأثير التوجه الإستراتيجي على عناصر الجذب السياحي

جدول رقم (20)

أثر النظرة الإستراتيجية الشاملة على عناصر الجذب السياحي

T		F		R ₂	S ₆		المتغير المستقل
الجدولية	المحسوبة	الجدولية	المحسوبة		B ₁	B ₀	المتغير التابع
0.671	12.321	6.521	74.211	0.756	3.612	0.321	عناصر الجذب السياحي Y

يمكن التعبير عن المؤشرات أعلاه بالعلاقة الدالية التالية :

$$Y = F (S_6)$$

$$Y = B_0 + B_1 (S_6)$$

$$Y = 0.321 + 3.612$$

$$T.test = 12.321$$

$$F.test = 74.211$$

$$R^2 = 75\%$$

التوجه الإستراتيجي ، نظرياً يقصد به منظومة الأهداف الإستراتيجية التي تحددتها المنظمة في ضوء الرؤية المستقبلية المحددة مسبقاً ، حيث عندما تحدد المنظمة رؤيتها الإستراتيجية التي تعبر عن تصورها المستقبلي في عملية التطوير والتغير وتعزيز موقفها التنافسي ، تستطيع أن تحدد رسالتها التي تعبر عن تصوراتها المستقبلية (Vision) وفي ضوء هذه الرسالة تحدد أهدافها (Mission) الإستراتيجية . النتائج الكمية أعلاه تعكس لنا أن العلاقة قوية جداً بين التوجه الاستراتيجي (الرؤية + الرسالة + الأهداف) وعملية تطوير عناصر الجذب السياحي . ويظهر ذلك واضحاً من خلال قيمة معامل الارتباط (R²) البالغة 75% وقيمة معامل هذا المتغير (B₁) والتي لأول مره ظهرت أكبر من واحد صحيح (3.612) والقيم العالية أيضاً لاختبارات (F و T) . هذا يعني في الحقيقة أن الإدارة

السياحية قد تكون نجحت في تحديد أهدافها وغاياتها لتطوير أنشطة القطاع السياحي وقد تكون هذه الأهداف والغايات مبنية وفق تصور مسبق معبر عن طبيعة الرسالة التي تحددها (الإدارة العليا) لتطوير المواقع السياحية وتؤثر عناصر الجذب السياحي في المحافظة المذكورة . ولكن رغم كل ذلك أن عملية تحقيق هذه الأهداف يكون مرهوناً بحجم الإمكانيات المتاحة وطبيعة اتجاهات السياسة المرسومة لتنمية القطاع السياحي ضمن سياسة الدولة العامة .

المبحث الثالث

تحليل علاقة التأثير والارتباط بين أبعاد الإبداع التنظيمي ومكونات

الجذب السياحي في محافظة ديالى

يتناول هذا المبحث وصفاً لإجابات (عينة البحث) بخصوص الأسئلة الموجهة والخاصة بأبعاد الإبداع التنظيمي ومدى أثرها على عناصر الجذب السياحي في المحافظة المبحوثة . وقد استخدم الباحث بعض الأساليب الإحصائية الوصفية ، مثل الوسط الحسابي ، الانحراف المعياري ، والأهمية النسبية بهدف تحديد مستوى متغيرات محاور الدراسة ، وحسب النتائج المبينة في الجدول رقم (21) يتضح أن جميع أفراد العينة المبحوثة يتفقون أن النشاط السياحي في المحافظة يفتقر إلى أي نوع من أنواع الإبداع التنظيمي على مستوى المشاريع والمواقع السياحية وحتى الخدمات السياحية المقدمة من قبل العاملين المسؤولين عن هذه الأنشطة ، الدليل

على ذلك أن الوسط الحسابي لجميع الأسئلة المتعلقة بالإبداع التنظيمي البالغ عدد (27) سؤالاً بلغ الوسط الحسابي لها (0.657) أقل من واحد صحيح وهو أقل من متوسط قيمة الانحراف المعياري التي بلغت (1.518) ، وهذا يعكس لنا في حقيقة الأمر أن عملية تقييم أداء النشاط السياحي في محافظة ديالى أنه يفتقر إلى عنصر المتابعة والإشراف الفني أو الإداري ويفتقر إلى المعرفة والتعلم أو التخصص في المجال السياحي ، وأن الإدارة المسؤولة لم تطبق الأساليب الحديثة المتطورة في العمل السياحي ونمط التنظيم الإداري والمهني دون المستوى المطلوب في تقديم الخدمة السياحية ، وقد يكون هذا التوجه ناتج عن عدم تحفيز وتشجيع الابتكارات ووسائل الإبداع المتجدد وعدم تشجيع البحث والتطوير في مجال الخدمات السياحية والحقيقية أن هذه النتائج يمكن أن تفسر بأن هنالك ظروف وعوامل ذاتية وعوامل أخرى خارجية تقف حائلاً دون تطوير وتنمية هذا النشاط يمكن أن نذكر منها الآتي :

❖ العوامل الداخلية / ذات العلاقة بالمحافظة وتتمثل بالآتي :

1. عدم تطبيق الأساليب الحديثة والمتطورة في العمل السياحي .
2. عدم تشجيع البحث والتطوير في مجال الخدمات السياحية .
3. عدم تعزيز جانب التعلم والمعرفة والخبرة للعاملين في مجال الخدمة السياحية .
4. لا توجد خطط واضحة لجذب الاستثمار السياحي الخاص في المحافظة .
5. ضعف وسائل الترويج السياحي داخل المحافظة .

❖ العوامل الخارجية وتتمثل بـ :

1. تدني حجم التخصيصات المالية المحددة لتنمية وتطوير السياحة في المحافظة .
2. الظروف الأمنية غير المستقرة في بعض مناطق المحافظة تحول دون تعطيل النشاط السياحي وإيصال الخدمات السياحية حولها بسهولة .
3. عدم الانفتاح والتعاون مع القطاع الخاص وبخاصة ذوي الخبرة والاختصاص في مجال السياحة والمبدعين والمعروفين منهم في هذا المجال لعدم وجود وسائل الدعم والتسهيلات والتشريعات القانونية المشجعة لهم للدخول في هذا المجال .

4. ضعف مشاريع البنى التحتية (التي تقدم خدماتها للمشاريع السياحية) وللسواح مباشرة مثل الفنادق وأماكن الإقامة والمطاعم والمسارح السياحية وشركات السفر المتخصصة .

5. عدم سهولة الوصول إلى بعض المواقع السياحية في المحافظة لعدم وجود شبكة من طرق النقل والمواصلات .

جدول رقم (21)

ت	الفقرة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية	إتقان أو عدم إتقان
1	تتميز المنشآت السياحية في المحافظة بجودة المتابعة والإشراف على الخدمات السياحية	3.22	19.74	84.3	إتقان
2	تعتمد المنشآت السياحية أساليب لتقديم أداء العاملين في المنشآت السياحية على مستوى المحافظة	3.98	0.85	79.6	إتقان
3	تحرص إدارة المنشآت السياحية على توجيه العاملين في نظام السياحة على كسب المعرفة والتعليم وتعزيز خبراتهم في مجال تقديم الخدمة السياحية	3.97	0.94	79.3	إتقان
4	تتميز إدارة المنشآت السياحية في المحافظة بقدرتها على انجاز المهام المؤكدة لها في مجال تقديم الخدمات السياحية	3.78	1.08	75.0	إتقان
5	تحرص إدارة المنشآت السياحية في المحافظة دائماً على تطبيق الأساليب الحديثة المتطورة في مجال العمل السياحي	3.67	1.12	73.3	إتقان
6	تحرص إدارة المنشآت السياحية في المحافظة على تشجيع الابتكارات وتعزيز روح المبادرة والانجازات المبدعة المقدمة من قبل العاملين في قطاع السياحة	3.38	1.29	67.6	إتقان
7	تهتم إدارة قطاع السياحة في محافظة ديالى في تشجيع البحث والتطوير في مجال الخدمات السياحية بما يقضي إلى تنمية وتطوير هذه الخدمة	3.6	1.25	72.0	إتقان
8	من الصعوبات التي تواجه تطوير المؤسسات السياحية التابعة للدولة هو تدني حجم التخصيصات المالية وعدم مراعاة جانب الكلفة في تقديم خدمة السياحة	3.8	1.02	76.0	إتقان

ت	الفقرة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية	إتقان أو عدم إتقان
9	مقومات الجذب السياحي المتاحة في المحافظة تساهم في تشجيع القطاع الخاص للتوسع في الاستثمار السياحي	4.18	0.73	83.6	إتقان
10	تعتمد الإجراءات والتسهيلات المقدمة من قبل الدولة تعيق وتمنع القطاع الخاص من الاستثمار في القطاع السياحي في المحافظة	3.77	1.03	75.3	إتقان
11	تحرص الإدارة السياحية في المحافظة على الانفتاح والتعاون مع القطاع الخاص ذوي الخبرة في مجال الخدمات السياحية وخاصة المبدعين والمعروفين منهم في هذا المجال	3.78	0.96	75.6	إتقان
12	تعتمد إدارة المنشآت السياحية في المحافظة على إتباع نمط التنظيم الإداري والفني المعروفين والسليم في مجال تقديم الخدمات السياحية	3.65	0.98	73.0	إتقان
13	أن الظواهر الطبيعية التي تتفرد بها محافظة ديالى تعد من عوامل الجذب الرئيسة للمنتوج السياحي	2.95	1.17	59.0	إتقان
14	العوامل الطبيعية وما تتمتع به المحافظة من مظاهر تعد من المسببات التي تثير الرغبة لدى الفرد السائح لممارسة هذا النمط من النشاط الإنساني	3.65	0.86	73.0	إتقان
15	الظروف المناخية المعتدلة التي تتميز بها المحافظة من العوامل المشجعة لقيام السياحة في المحافظة	3.95	0.83	79.0	إتقان
16	ضوابط ونمط التضاريس في مناطق المحافظة تستجيب لعملية التنمية السياحية في المحافظة	2.16	1.32	76.0	إتقان
17	الشلالات والأنهار والينابيع والجداول تشكل جميعها عناصر جذب سياحي للمواقع السياحية في المحافظة	3.67	1.82	75.12	إتقان
18	البساتين والأشجار الممتدة وأشجار الحمضيات الحدائق والنباتات النادرة والبيئة الخضراء التي يتميز بها محافظة ديالى تشكل عنصر جذب سياحي واحد العوامل المشجعة لتنمية وتطوير السياحة في مناطق المحافظة	4.31	2.16	65.2	إتقان

ت	الفقرة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية	إتقان أو عدم إتقان
---	--------	---------------	-------------------	-----------------	--------------------

19	عناصر البنية الحضارية والكم الحضاري الذي ينعكس في أخلاق وعادات وتقاليده سكان ومناطق محافظة ديالى تعد عنصر جذب سياحي وذات أهمية كبيرة في نمو الحركة السياحية	3.61	1.121	75.0	إتقان
20	الأماكن التراثية في مناطق المحافظة والمراقد والمزارات الدينية ومقامات الأئمة مغريات سياحية لكثير من سواح محافظة ديالى	2.11	0.62	53.1	إتقان
21	مشاريع البنى التحتية (المشاريع السياحية) المتخصصة التي تقوم خدماتها مباشرة إلى السياح مثل الفنادق وأماكن الإقامة والمطاعم والمسارح السياحية وشركات السفر متاحة في مناطق المحافظة ومشجعة لقيام نشاط سياحي في بعض مناطق المحافظة	4.211	3.121	56.12	إتقان
22	أن غالبية المناطق السياحية في المحافظة تحاول أن تروج عن ما لديها من سلعة أو خدمة سياحية بوسائل وطرق مختلفة	1.121	3.11	41.0	إتقان
23	جميع المناطق السياحية في المحافظة سهلة الوصول من خلال وجود شبكة من الطرق البرية والمائية بحيث يحصل السائح مع أكبر قدر من الراحة ويضمن الوصول إلى المناطق السياحية بسهولة ويسر ووقت أقل	2.36	4.31	13.0	إتقان
24	أغلب المناطق السياحية تتميز بتوفر عناصر الأمانة والسمعة الجيدة والانتظام والأسعار المناسبة والخدمة الجيدة	7.61	2.31	50.6	إتقان
25	روح الضيافة للمجتمع المحلي (مجتمع ديالى) والمعاملة الجيدة للسياح وعدم استغلال السائح والمعاملة النوعية أثر كبير في جذب السياح	8.16	1.21	70.11	إتقان
26	تتميز المواقع السياحية في المحافظة بتوافر الأيدي العاملة الماهرة وذات الخبر والمؤهلات المطلوبة في مجال العمل السياحي	3.11	5.61	30.11	إتقان
26	تتميز المواقع السياحية في المحافظة بتوافر الأيدي العاملة الماهرة وذات الخبر والمؤهلات المطلوبة في مجال العمل السياحي	3.11	5.61	30.11	إتقان
27	تدار أغلب المواقع السياحية في المحافظة من قبل مدراء متخصصة في السياحة	0.657	1.518	—	منخفض
	الإجمالي	0.657	1.518	—	منخفض



جدول رقم (22)

نتائج العلاقة الكمية بين أبعاد الإبداع التنظيمي وعناصر الجذب السياحي

ت	الأبعاد الرئيسية للإبداع التنظيمي (X)	معامل الارتباط R ₂	قيمة المعامل B ₁	قيمة اختبار T	قيمة اختبار T الجدولية
---	---------------------------------------	-------------------------------	-----------------------------	---------------	------------------------

	المحسوبة				
1	اتجاهات الإبداع (X_1)	0.331	0.121	4.321	6.121
2	الإبداع في أساليب العمل (X_2)	0.401	0.031	3.216	4.321
3	توليد الأفكار الجديدة (X_3)	0.311	0.001	4.261	5.211
4	الثقافة التنظيمية والسلوك التنظيمي (X_4)	0.401	0.631	3.211	4.341
5	تحفيز وتشجيع الابتكارات (X_5)	0.321	0.512	4.361	5.672

❖ قياس أثر الأبعاد الرئيسة للإبداع التنظيمي على عناصر الجذب السياحي

1 - أثر اتجاهات الإبداع على عناصر السياحي :

يتبين لنا النتائج الكمية المبينة في الجدول رقم (22) علاقات التأثير والارتباط الضعيفة بين هذا المتغير ومكونات الجذب السياحي في محافظة ديالى ويظهر ذلك واضحاً من خلال معاملات الارتباط لجميع العناصر المكونة للإبداع التنظيمي ، فمثلاً اتجاهات الإبداع (x_1) تمثلت بعلاقة ارتباط (R^2) قدرها (33%) وقيمة معامل هذا المتغير هي (0.121) أقل من الواحد الصحيح ، وما يؤكد عدم فاعلية تأثير هذا المتغير أن قيمة T المحسوبة جاءت أقل من قيمتها الجدولية عند مستوى معنوية 5% ، وهذا يعبر في الحقيقة أن النشاط السياحي في المحافظة يفتقر إلى أساليب العمل الجديدة والمتطورة ولا توجد هناك ثقافة تنظيمية على مستوى أداء العاملين وواقع الخدمات السياحية المقدمة ، إضافة إلى أن هذه الأنشطة تفتقر إلى المهارات البشرية المدربة والمتخصصة في مجال الخدمة السياحية طبيعي أن اتجاهات الإبداع المتدنية هذه تنعكس بشكل أو بآخر على مستوى تعزيز وتطوير واقع المكونات السياحية في المحافظة وبالتالي تعيق عوامل الجذب السياحي فيها .

2 - أثر الإبداع في أساليب العمل على عناصر الجذب السياحي :

أما البعد الثاني من أبعاد الإبداع التنظيمي وهو "الإبداع في أساليب العمل" الذي يرمز له (X_2) فقد حقق معامل ارتباط أقل من 50% ، وكانت قيمة معامل

هذا المتغير أقل من واحد صحيح ، وهذه النتائج الكمية تشير إلى ضعف فاعلية الإبداع في أساليب العمل السياحي في المواقع السياحية وعدم تأثيرها على عناصر الجذب السياحي وما يؤكد حقيقة ذلك أن قيمة اختبار T المحسوبة هي منخفضة (3.216) مقارنة بقيمة T الجدولية البالغة (4.321) .

والحقيقة أن ضعف وتدني أساليب العمل تنعكس بفعاليات متعددة ، قد تكون إجراءات تنفيذ الأعمال والأنشطة السياحية غير سلسة ومعقدة ، أو أن تشريعات العمل السياحي واللوائح والتعليمات القانونية لا تسمح بتطوير وتعزيز العناصر الجاذبة للسياحة ، أو التوسع في لا مركزية العمل الوظيفي وعدم الاهتمام بالمتابعة المباشرة والإشراف الميداني قد ينعكس بآثار سلبية على عوامل الجذب السياحي ، أو احتمال تدني مؤشر الرضا الوظيفي عند العاملين في الأنشطة السياحية . كل هذه المظاهر في الحقيقة تنعكس بآثار سلبية مباشرة وغير مباشرة على عناصر الجذب السياحي مما أدى بالتالي إلى ضعف علاقة التأثير والارتباط بين هذا المتغير (X_2) والمتغير التابع (Y) عناصر الجذب السياحي في المحافظة المبحوثة .

3 - أثر توليد الأفكار الجديدة على عناصر الجذب السياحي :

تشير نتائج الجدول رقم (22) إن إدارة المؤسسات السياحية في المحافظة لم تولي مسألة توليد الأفكار الجديدة في العمل السياحي الاهتمام الكافي ، إذ إن أغلب إدارات المواقع السياحية معتادة على الأنماط التقليدية في تنظيم وإدارة الأنشطة السياحية ، لذلك لم تظهر هنالك أية علاقة تأثير وارتباط بين هذا المتغير (X_3) ومكونات عناصر الجذب السياحي حيث أن معامل الارتباط بلغت قيمته (31%) وهي نسبة ضعيفة وقيمة معامل المتغير أقل من واحد صحيح ، ونتيجة الاختبارات الإحصائية تؤكد مصداقية هذه النتيجة إذ إن قيمة T المحسوبة هي منخفضة (4.26) مقارنة بقيمة T الجدولية البالغة (5.211) .

4 - أثر الثقافة التنظيمية على عناصر الجذب السياحي (X_4)

نعتبر الثقافة التنظيمية عن عادات وتقاليد المجتمع السياحي ، أو نشاط الإدارة السياحية ودورها في تثقيف وتوعية المجتمع بفئات المختلفة على كيفية التعامل مع المؤسسات والمرافق السياحية وتوعيتهم على أهمية السياحة كنشاط ثقافي ترفيهي في حياة المجتمع .

الحقيقة أن درجة أثر فاعلية هذا المتغير في مكونات عناصر الجذب السياحي في المحافظة المبحوثة (ديالى) ظهر أيضاً دون المستوى المطلوب ، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (40%) وقيمة معامل هذا المتغير منخفضة ، ونتائج الاختبارات الإحصائية لـ T المحسوبة والجدولية تؤكد مصداقية ضعف وتدني علاقة الارتباط بين هذين المتغيرين . لذلك الإستراتيجية المقترحة في مجال تنمية عوامل الجذب السياحي في هذه المحافظة تتطلب ضرورة مشاركة إدارة المؤسسات السياحية بتنظيم البرامج الثقافية والتنظيمية المستمرة لتوعية فئات المجتمع المختلفة وخاصة فئة الشباب حول أهمية السياحة في حياتهم ولتحقيق هذا الهدف الاستراتيجي ينبغي التركيز على جانب الإثراء المعرفي السياحي وترسيخ الوضع الأمني واستقراره قدر الإمكان .

5 - أثر تحفيز وتشجيع الابتكارات (X5) على عناصر الجذب السياحي

أن طبيعة وهيكلية القطاع السياحي تختلف عن القطاعات الاقتصادية الأخرى ، إذ إن درجة العلاقات الترابطية والتشابكية لهذا القطاع مع متغيرات البيئة الخارجية قوية جداً ومتسارعة في ظل سياسة الانفتاح والعولمة والاستخدام المتزايد لمعطيات ومخرجات الثورة المعلوماتية والتكنولوجية ، لذلك ينبغي أن تكون إدارة هذا القطاع إدارة رائدة ومتميزة وذات أفق إستراتيجي يتجدد ومبدع باستمرار ، وعليه ينبغي أن تعتمد عامل التحفيز وتشجيع الابتكارات في مجال أساليب العمل السياحي ونوعية الخدمة السياحية وخلق فرص عرض سياحي متطورة تتناسب والتغيرات البنية الخارجية المتعددة والمتسارعة . أن النتائج الكمية لاختبار درجة تأثير هذا المتغير في عناصر الجذب السياحي جاءت منخفضة أيضاً

من خلال قيمة معامل الارتباط البالغة (32%) وتدني قيمة معامل المتغير البالغة (0.512) وانخفاض قيمة اختبار T المحسوبة مقارنة بقيمة T الجدولية .

الاستنتاجات والتوصيات

أولاً : الاستنتاجات

ثانياً : التوصيات

أولاً

الاستنتاجات

في ضوء ما ورد من تحليل في الجانب النظري والنتائج التطبيقية التي توصل لها البحث ، توصل الباحث إلى الاستنتاجات الآتية :-

1. تمتلك محافظة ديالى مقومات سياحية طبيعية وبشرية قلما نجد نظيراً لها في المحافظات الأخرى إذ تتوزع المواقع الأثرية على جميع مناطق المحافظة ولا توجد منطقة فيها خالية من موقع أثري فضلاً عن المقومات السياحية الطبيعية التي تمتاز بها المحافظة من جبال وسهول وصحاري ومسطحات مائية تنتشر من شمال المحافظة إلى جنوبها ومن شرقها إلى غربها .

2. تتميز المحافظة بكثرة الابنية الدينية بمختلف اطيافها إذ تمتاز السياحة الدينية عن باقي أنماط السياحة بكونها سياحة مستديمة وعلى طول أيام السنة على الرغم من أن الذروة السياحية تعد في أيام المناسبات الدينية وتعد الإيرادات

المتحققة من السياحة الدينية مردودات اقتصادية مهمة يمكن الاستفادة منها في دعم ميزانية المحافظة واقتصادها .

3. مستوى الخدمات المقدمة في المواقع السياحية والمناطق المحيطة بها تعتبر دون مستوى الطموح بل هي مهمله ، كذلك أن اغلب المؤسسات والأنشطة السياحية التي كانت من مسؤولية الدولة قد توقفت طاقتها الإنتاجية بسبب ظروف الحرب وتردي الوضع الأمني .

4. عدم وجود خطط إستراتيجية ذات بعد واضح وتصور استراتيجي مدروس للمواقع السياحية الحديثة في المحافظة إذ يفتقر الى وجود خطط لتطوير واقع مراكز الجذب السياحي فيها ، إذا اخذنا بنظر الاعتبار تطور السياحة العالمية والإقليمية أو التغيرات السريعة والمفاجئة التي تطرأ على سوق الطلب السياحي في العالم . سيما وأن السياحة تعد نطفة دائم إذا ما تم التخطيط لها وتم استغلالها بشكل أمثل .

5. استنتجت الدراسة أن محافظة ديالى تضم اماكن أثرية عديدة ، أغلب هذه المواقع الأثرية مهمله وغير مؤهلة سياحياً وتستخدم لأغراض غير سياحية ، وخاصة الخانات الأثرية التي يرجع استحداثها إلى تاريخ الدولة العثمانية مثل (خان سعيد أفندي ، خان عبد القادر أفندي ، وخان حسين أفندي الخ) .

6. توصلت الدراسة إلى أن محافظة ديالى تمتلك مقومات النهوض بالقطاع السياحي من خلال توفر عناصر الجذب السياحي المناسبة ، وهي من المحافظات الثلاث التي تمتلك تنوعاً في الجوانب السياحية وتنوعاً في المزيج الثقافي والإرث التاريخي وتنوعاً أيضاً في المصادر الطبيعية والموارد البشرية فضلاً عن وجود خدمات تكميلية مساعدة لا بأس بها ، إلا إنها لم تستغل أو تستثمر بالشكل الأمثل لعدم وجود خطط متكاملة للتفكير والتخطيط الاستراتيجي للإدارة الإستراتيجية المسؤولة عن إدارة وتوجيه هذا النشاط في المحافظة المذكورة .

7. إن الذي يدعم ما ذهبنا اليه في الفقرة السابقة هي النتائج العملية للدراسة بينت ضعف عامل التفكير الاستراتيجي بأبعاده المختلفة وعدم قدرته الفاعلة في التأثير على تنمية وتطوير عناصر الجذب السياحي وذلك من خلال نتائج إجابة المبحوثين التي بينت بأن الإمكانيات المتاحة في المواقع السياحية والإدارات الإستراتيجية أو القيادية فيها غير قادرة على وضع الخطط والأفكار الإستراتيجية بالشكل الذي تكون قادرة على مواجهة التحديات الخارجية وظروف سوق الطلب السياحي الذي يتميز بالتغيرات السريعة ، والدليل على ذلك أن الوسط الحسابي الخاص بهذا المتغير بلغ (4.04) وهو أقل من نسبة الانحراف المعياري البالغة (0.90) .

8. كما تبين نتائج الدراسة العملية أن علاقة التأثير والارتباط بين متغير الإبداع التنظيمي وعناصر الجذب السياحي أيضاً ضعيفه وذلك من خلال نسبة معامل الارتباط (R2) البالغة 33% وقيمة معامل هذا المتغير الواطئة البالغة أقل من واحد صحيح (0.121) . وهذا يعبر في الحقيقة أن النشاط السياحي في المحافظة يفتقر إلى أساليب العمل الجديدة المتطورة ولا توجد هناك ثقافة تنظيمية على مستوى أداء العاملين ونوعية الخدمات السياحية المقدمة إضافة إلى أن أغلب المواقع السياحية تفتقر إلى المهارات البشرية المتخصصة في مجال العمل السياحي .

ثانياً

التوصيات

في ضوء الاستنتاجات السابقة وبناءً على الأفكار والطروحات النظرية الواردة في فصول الدراسة توصل الباحث إلى التوصيات التالية :-

1. الدعوة إلى عقد مؤتمر سياحي يبحث واقع النشاط السياحي يحضر له مسبقاً يتم إشراك كل التخصصات العلمية لجامعة ديالى في الاقتصاد - الاجتماعي والهندسة والتاريخ والقانون ، ودعوة المستثمرين أو أصحاب الأموال المحليين في استثمار أموالهم لمشاريع تصب في النشاط السياحي.
2. المحافظة على المواقع الجغرافية (للأراضي) القريبة من مراكز المحافظة لإقامة مشاريع سياحية مختلفة ذات جدوى اقتصادية ناجحة مستقبلاً .
3. تخصيص مبلغ من ميزانية المحافظة لتحويله إلى قروض بفوائد ميسرة للراغبين بإنشاء مرافق سياحية وللذين بحوزتهم أراضي على الطرق المارة من المحافظة من خلال إنشاء فنادق - مطاعم - قاعات مناسبات - مدينة الألعاب - كازينو - مكاتب وشركات سياحية - قاعات الألعاب الالكترونية والانترنت .
4. العمل على تأسيس مكتب استشاري سياحي يضم كل من السياحة والآثار والاختصاصات المختلفة لإعداد التصاميم الهندسية للمشاريع التي سيتم انجازها .
5. الاهتمام بإنشاء مطار مدني للمسافرين من وإلى المحافظة لزيادة حركة النقل مع العالم الخارجي ولكون الطيران من أهم الوسائل المنشطة لحركة السياحة .
6. تنظيف مجرى نهر ديالى من الضفتين من العوالق والأشجار ابتداءً من نادي الفروسية وصولاً إلى الجسر الحديدي وتغليفه بالحجر على شكل مدرجات مع زراعته بالأشجار دائمة الخضرة وبناء مرافق سياحية على الضفتين وفق تصاميم فلكلورية تحاكي تاريخ ديالى القديم حيث تقدم فيه جميع الخدمات - الطعام - والخدمات الترفيهية لاسيما وانها منطقة متميزة في قلب المحافظة .
7. كتابة دليل سياحي يصف محافظة ديالى من ناحية الإمكانيات الطبيعية - والصناعية والموارد المتوفرة - والطاقة البشرية وأهم المعالم الأثرية والتراثية وأهم المعالم الحضارية .

8. الموافقة على منح إجازات لتأسيس شركات سياحية علماً بأن المحافظة تفتقر إلى الشركات السياحية والشركات العاملة في المحافظة هي خلاف لقانون الشركات ويعد دور الشركات مهم للترويج السياحي والتسويق وتفعيل دور النشاط السياحي . ويعد هذا النشاط العشوائي عامل محفز بما يترتب عليه من تبعات اقتصادية وقانونية ، لذلك ينبغي أن يصار إلى وضع قانون أو تشريع يحدد اسس وعمل المكاتب السياحية داخل المحافظة وخارجها وفقاً للضوابط والتعليمات الخاصة بهذا المجال .
9. الاهتمام بالنشاط الفني والفلكلوري من خلال إقامة المعارض السياحية والقاعات الشعبية والاهتمام بالمناسبات التي تتميز بها المحافظة من عادات وتقاليد شعبية موروثة .
10. بناء فندق حديث مع قاعات للمؤتمرات لاحتضان الفعاليات والأنشطة المختلفة في عقد المؤتمرات وذلك لتوسيع النشط الإعلامي المرافق لها ولكون المحافظة تفتقر إلى مثل هكذا مبان ، علماً إن هذا النشاط يتميز بالأرباح العالية مقارنة بالأنشطة الأخرى .
11. تفعيل دور السياحة مع إدارة المحافظة ومجلس المحافظة لغرض تسهيل إعطاء دفعة سريعة للنشاط السياحي ضمن التخصيصات المالية اللازمة للمشاريع السياحية التي تحقق مردود مالي داعم لافتقاد المحافظة لتفعيل مشاريع أخرى زراعية أو صناعية وتعزيز القاعدة الاقتصادية .
12. محاولة اشتراك الكادر الإداري لشعبة سياحة - ديالى في الدورات التدريبية والبعثات الدراسية لتطوير كفاءة العاملين ورصدهم بالمعرفة والإطلاع على العلوم السياحية .
13. العمل على إعادة ترميم البيوت التراثية والخانات وموقع السراي واستثمارها ضمن الأنشطة السياحية وفتح متحف ديالى أمام الزائرين من خلال مفاتحة الدوائر ذات العلاقة بذلك .

14. يقع النهروان شمال الخالص ويعود تاريخ هذا النهر إلى عهد قبل الفتح الإسلامي للعراق بما لا يزيد عن (70) عام يأخذ المياه من نهر دجلة تم انجاز هذا النهر بإمكانات بشرية صرفة وفي معدات بدائية وكان يعرف الجزء العلوي منه بـ (القاطول) يبلغ طوله حوالي (180) كم وعرضه (120)م وعمقه (10)م يصب جنوب بغداد عند مدينة النعمانية لذا يعتبر أكبر قناة عرفها تاريخ العالم ليأتي بعده قناة السويس بطول (60)كم ثم قناة (بنما) ولا تزال فتحات هذا المشروع باقية لحد الآن لذا نقترح إجراء عملية جباية بتقليب حافة المنخفض وتحويله إلى بحيرة تغذي بالواسطة من نهر دجلة ويبلغ طوله من جميع الجهات حوالي (10)كم واستغلال المنطقة المحاذاة للبحيرة في بناء منشأة سياحية .

15. الاهتمام بالمراقد الدينية والمزارات المنتشرة في عموم المحافظة بإيصال الطرق المعبدة . وتوفير الخدمات التي يحتاجها الزائرون والتي يبلغ عددها حوالي (41) مرقد ينحدر أصلهم إلى ذرية الرسول (ص).

16. إنشاء مصانع ذو إنتاجيات مختلفة وخصوصاً الغذائية لإعطاء دعم للواقع الزراعي وذلك لتطوير السياحة التجارية وإعطاء فرص أكثر اقتصادياً لزيادة المدخولات .

17. تقديم كافة التسهيلات القانونية والضمانات وتسهيل الإجراءات المالية والإدارية للمستثمر الأجنبي وإزالة كافة المعوقات التي تقف أمام دخوله للاستثمار في المواقع والمشاريع السياحية داخل المحافظة وبخاصة الشركات الأجنبية ذات الخبرة والكفاءة العالية في هذا المجال .

ثبث مصادر البحث

- المصادر العربية .

- المصادر الأجنبية .

- المصادر العربية

• القرآن الكريم .

1. ابراهيم ، مثنى معان ، تحليل واقع الاستثمار السياحي في العراق من سنة 1980 الى 1997 وامكانات تطويره ، رسالة ماجستير ، بغداد مكية الادارة والاقتصاد ، الجامعة المستنصرية لسنة 1999 ، ص 39 .
2. ابراهيم شريف ، الموقع الجغرافي واثره في تاريخه العام حتى الفتح الاسلامي ، مطبعة شقيق ، بغداد ، لسنة 1963ر ، ص 245 .
3. أين تبرغ هاوارد : الفضاءات الداخلية للاستكشافات الباراسايكولوجية للعقل ، توجيه الحارث عبد الحميد وأسيل عبد الرزاق ، المراجعة العلمية عبد الأمير الأعم ، بغداد ، دار الحكمة ، 2001 .
4. أبو رباح ، د. عبد الرحمن : السياحة العربية سياسة وإستراتيجية ، مطابع الدستور ، الأردن ، 1987 .
5. أبو رحمة ، مروان وآخرون : إدارة المنشآت السياحية ، دار البركة للنشر والتوزيع ، عمان ، الأردن ، ط 1 ، 2001 .

6. ابو قحف ، د. عبد السلام ، اقتصاديات الاعمال والاستثمار الدولي لسنة 2001 ، ص 287 .
7. أبو قحف ، عبد السلام : صناعة السياحة في مصر الآثار الاقتصادية والاجتماعية والمشكلات والمعوقات والتخطيط الاستراتيجي ، المكتب العربي الحديث ، 1986 .
8. أحمد سوسة ، الدليل الجغرافي للعراق ، بغداد ، 1960 .
9. آدمز : تاريخ الاستيطان في مهد ديبالى ، 1910 .
10. الأصهر : العراق وكتابات اليونان والرومان والاستشراق ، 1991 .
11. الأمم المتحدة :المجلس الاقتصادي والاجتماعي ،لجنة التنمية المستدامة التحضيرية لمؤتمر القمة العالمي للتنمية المستدامة ، ورقة للحوار مقدمة من الأعمال التجارية والصناعية ، الدورة التحضيرية الثانية ، 2002 .
12. أمين ، ازاد محمد و خليل ، مضر : سياح شقلاوة وإمكانات المركز السياحي ، مجلة كلية الآداب ، جامعة البصرة ، العدد (20) ، 1982 .
13. الانصاري ، رؤوف محمد علي : السياحة في العراق ودورها في التنمية والأعمار ، بيروت ، ط1 ، 2008 .
14. أياد محمد ثامر : القيادة والقرارات الإستراتيجية ، عمان ، دار الميسرة للطباعة والنشر ، 2007 .
15. باسمة نوري الحيايى : أثر الخصائص الباراسايكولوجية للقيادات الإدارية في التفكير الاستراتيجي ، أطروحة دكتوراه مقدمة إلى المعهد العالي للدراسات السياسية والدولية في الجامعة المستنصرية ، 2008 .

16. بشير العلاق وحميد الطائي : سلوكيات السائح والطلب السياحي ، الأردن ، الجامعة الأردنية ، 2006 .
17. البكري ، علاء الدين ، السياحة في العراق ، التخطيط العلمي الجديد ، مطبعة نيسان بغداد لسنة 1972 ، ص15 .
18. توفيق ، ماهر عبد العزيز : السياحة بين النظرية والتطبيق ، المؤسسة الثقافية الجامعية ، الإسكندرية ، 2008 .
19. ثائر ، محمد مهدي : التسوق السياحي المعاصرة ، المكتب العربي دمشق ، 2005 .
20. ثائر غباري وخالد أبو شعيرة : القدرات العقلية بين الذكاء والإبداع ، ط1 ، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع ، 2010 .
21. جامعة الدول العربية ،الأمانة العامة _ المنظمة العربية للسياحة ، وثائق جدول أعمال المؤتمر الطارئ لوزراء السياحة العرب والقائمين على شؤونها ، تونس، 1987 .
22. جون كاو : الإبداع في المشروعات ، ترجمة أسعد حليم ، ط1 ، مركز الأهرام للتوجيه والنشر ، 2001 .
23. الحديد ، ابراهيم اسماعيل ، ادارة التموين السياحي ، الطبعة الاولى ، دار الاعصار العلمي ، عمان ، لسنة 2010 ، ص42 .
24. الحسن ، حسن : السياحة صناعة وعلاقات عامة ، الدار اللبنانية للنشر والعلاقات العامة ، بيروت ، ط2 ، 1978 .
25. حسين ، ازر ناجي ، السياحة العامة السياحية في العراق ومعوقاتها ، بغداد ، رسالة ماجستير ، كلية العلوم السياسية ، جامعة النهريين ، لسنة 2002 ، ص60 .

26. حسين ، ازر ناجي ، السياسة العامة السياحية في العراق ومعوقاتها ، بغداد ، رسالة ماجستير ، كلية العلوم السياسية ، جامعة النهرين ، لسنة 2002 ، ص 60 .
27. حمد ، د. عيسى : القطاع السياحي في ليبيا ، مجلة البحوث الاقتصادية ، المجلد 14 ، العدد الثاني 2003 .
28. حمدي عبد العظيم : اقتصاديات السياحة ، مكتبة زهراء الشرق ، القاهرة ، 1996 .
29. حمزة عبد الموجود : الإبداع المنظمي ومقوماته ، المنظمة العربية للتنمية والعلوم الإدارية ، القاهرة ، 1995 .
30. الحوري ، مثنى طه : المعوقات الأساسية أمام نمو السياحة الوافدة إلى العراق وسبل تجاوزها ، مجلة الإدارة والاقتصاد ، كلية الإدارة والاقتصاد - الجامعة المستنصرية ، العدد 21 ، حزيران 1997 .
31. الحوري ، د. مثنى طه : نحو خطط رضية لتنمية السياحة في العراق (نموذج لتصنيف وجرد مقاومات العرض السياحي) ، بحث منشور في مجلة كلية الإدارة والاقتصاد ، الجامعة المستنصرية ، العدد (31) ، 2000 .
32. خالد ، حميد حسين : فن السياحة في العالم ، عمان ، 2007 .
33. خزعل ، خضير عباس ، دراسة في جغرافية النقل ، المطبعة المركزية ، جامعة ديالى ، 2012 .
34. الخضير ، أحمد محمد : تطور السياحة في العالم ، مكتبة مدبولي في القاهرة ، ط 1 ، 2007 .

35. خليل ، ذكرى عبد الرحيم ، استراتيجيات مواجهة اتساع دورات العمل في منشآت الإقامة والايواء ، رسالة ماجستير ، الجامعة المستنصرية ، كلية الادارة والاقتصاد ، قسم السياحة ، لسنة 2006 .
36. خليل اسماعيل ، بهيجة : نصوص مسمارية من وادي الرافدين ، بيت الحكمة ، ط 29 ، 2002 .
37. خليل المشهداني : التخطيط السياحي ، كلية الإدارة والاقتصاد - الجامعة المستنصرية ، 2000 .
38. الخوام ، عبد المطلب محمود : دراسة في الاستثمار السياحي وأبعاده الاقتصادية ، رسالة ماجستير ، كلية الإدارة والاقتصاد ، جامعة بغداد ، 1996 .
39. الخوري ، الياس : السياحة لبنان والعالم ، الطبعة الأولى ، 1987 .
40. دائرة المؤسسات الإسلامية الخيرية ، شعبة الإحصاء والمتابعة ، ديوان الوقف الشيعي في محافظة ديالى ، 2000 .
41. دانيال ، بنيامين يوحنا ، المقريات السياحية ، الطبعة الاولى ، دار ادي شير للنشر والاعلام ، اربيل ، لسنة 2006 ، ص 36 .
42. الدباغ ، إسماعيل : بعض العوامل الاقتصادية المحددة للطلب على السياحة الداخلية وإمكانية استخدامها لرسم ملامح الطلب السياحي في العراق مستقبلاً، بحث ألقى في الجلسة الأولى لمؤتمر السياحة العلمي الأول، بغداد ، 8 - 2005/11/9 .
43. الدراجي ، حيدر محمد حسن ، اضواء على سرقة المتحف العراقي ، الطبعة الاولى ، بغداد ، لسنة 2010 ، ص 135 .
44. رائد سلمان فاضل : العقل الاستراتيجي للقيادات الإدارية وأثره في إدارة الإبداع ، رسالة ماجستير ، الجامعة المستنصرية ، 2007 .

45. رائد صبار لفته : أثر الاستشراف والتفكير الاستراتيجي في السلوك الاستراتيجي للدولة ، رسالة ماجستير ، 2005 .
46. رابطة الفنادق والمطاعم في العراق : تقرير على واقع السياحة ، المشاكل والمقومات ، ومقترحات للتطوير ، الندوة السياحية ، النوار ، 1992 .
47. راجع المادة الاولى من القانون رقم 182 لسنة 1978 قانون التعديل الاول .
48. الراوي ، عادل سعيد : إمكانات العراق السياحية في المادة الخام الطبيعية ، المناخ - مجلة الجمعية الجغرافية العراقية - العدد 26 ، بغداد ، 1991 .
49. الراوي ، عادل سعيد : دور السياحة في ميزان المدفوعات الأردني ، مجلة الإدارة والاقتصاد ، العدد 8 كانون الثاني ، 1988 .
50. الراوي ، عادل سعيد والدباغ : اقتصاديات السياحة ، مكتب الرواد للطباعة ، بغداد ، مطبوع بالرونيو ، 1985 .
51. الراوي ، عادل سعيد والعبدي ، خالد عبد الحميد : دور السياحة في خلق فرص العمل في العراق ، بحث منشور ، 1987 .
52. الراوي ، علي عبد محمد سعيد ، أهمية ودور البنى الإرتكازية في التنمية ، مع إشارة خاصة للتجربة العراقية ، أطروحة دكتوراه ، كلية الإدارة والاقتصاد ، جامعة بغداد ، 1986 ،
53. رعد مجيد العاني : الاستثمار والتسويق السياحي ، ط1 ، دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع ، 2008 .
54. زكريا ، فؤاد ، التفكير العلمي ، ط3 ، سلسلة علم المعرفة الكويت ، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب .

55. زيتون ، مصطفى : الإحصاء السياحي بين الشرق والغرب ، مكتبة المشرق للطباعة والنشر ، عمان .
56. سعد الدين طعمه : أساسيات الإدارة الإستراتيجية ، بيروت ، دار العربي للطباعة والنشر ، 2002 .
57. سعد غالب حسين : الإدارة الإستراتيجية المفاهيم والمداخل ، عمان ، اليازوري للطباعة والنشر ، 2006 .
58. سيروان عبد العزيز : التخطيط الاستراتيجي والأبعاد والسياسات ، عمان ، دار اليازوري للطباعة والنشر ، 2006 .
59. صالح عبد العزيز : التحديات الأثرية في منطقة ديالى ، بيت الحكمة ، العدد 29 ، 2002 .
60. صلاح الدين : التفكير الإبداعي ، ط1 ، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع ، 2010 .
61. صلاح عبد العزيز : التحريات الأثرية في منطقة ديالى ، بيت الحكمة ، العدد 29 ، 2002 .
62. الطائي ، حميد عبد النبي : واقع خدمات الإقامة (الإيواء) وحالة الطلب عليها في الفنادق العراقية للفترة من 1980 - 1986 ، مجلة الإدارة والاقتصاد ، كلية الإدارة والاقتصاد - جامعة المستنصرية ، العدد 10 ، 1989 .
63. عاتي ، رمزي بدر : العوامل المؤثرة في الطلب السياحي في العراق ، رسالة ماجستير مقدمة إلى كلية الإدارة والاقتصاد ، جامعة بغداد ، 1984 .
64. عادل عبد الكريم : الخيارات الإستراتيجية على مستوى منظمات الأعمال ، مجلة الدراسات الاقتصادية ، الإمارات ، عدد 32 ، السنة السابعة .

65. عامر محمد ياسين : أبعاد الرقابة الإستراتيجية في منظمات الأعمال ، القاهرة ، المنظمة العربية للتنمية الإدارية ، 1998 .
66. عباس عبد الرزاق : جغرافية المدن ، جامعة بغداد ، كلية الآداب ، مطبعة السعدون ، 1977 .
67. عبد الرزاق هوبي محمد : التشريعات في إدارة الأوقاف ، مطبعة الرشاد ، بغداد ، 1989 .
68. عبد العظيم الدهان : الإبداع والابتكار / مفاهيم ومداخل ، دمشق ، دار العربي للنشر والتوزيع ، 1985 .
69. عبد القادر ، مصطفى : دور الإعلان في التسويق السياحي ، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع ، بيروت ، 2003 ، ط1 .
70. عبد المجيد ، حامد : بحوث ودراسات إحصائية في اقتصاديات السياحة والاستثمار فيها ، مصر ، 1979 .
71. عبد المطلب محمود : العلاقة بين الإنشاءات السياحية والتأثيرات البيئية ، 2001 .
72. عبد الوهاب ، صلاح الدين : السياحة الدولية ، نظريتها واتجاهاتها ومقومات صناعيتها وأسس تنميتها في مصر ، دار الهنا للطباعة ، 1986 .
73. عبد الوهاب ، صلاح الدين : السياحة الدولية نظريتها واتجاهاتها ، دار وائل للنشر والتوزيع ، عمان ، 2007 .
74. عثمان عبد الباسط : البعد الاقتصادي للتنمية السياحية ، بحث مقدم إلى ندوة الانثروبولوجيا والتنمية السياحية بإشراف جامعة اليرموك ، الأردن ، 1997 .

75. العقل الاستراتيجي للقيادات الإدارية وأثره في إدارة الإبداع ،رسالة ماجستير في إدارة الأعمال، الجامعة المستنصرية ، 2007 .
76. علاوي عبد الرزاق : لمحات من تاريخ بعقوبة القديم ، بغداد ، مطبعة أسعد ، 1980 .
77. علي حسين الشلش : الأقاليم المناخية ، بغداد ، 1978 .
78. غي لسترنج ، بلدان الخلافة الشرقية ، ترجمة بشير فرنسيس وزميله ، مطبعة الربطة ، بغداد ، 1954 .
79. فؤاد محمد الصفار : التخطيط الإقليمي ، القاهرة ، بور سعيد للطباعة ، 1977 .
80. قيس رؤوف عبد الله : الجغرافية السياحية ، مكتب الرواد للطباعة ، بغداد ، 1981 .
81. كافي ، حسين : رؤية عصرية للتنمية السياحية في الدول النامية ، الهيئة المصرية العامة للكتاب ، القاهرة ، 1991 .
82. كافي ، مصطفى يوسف : التسويق السياحي مدخل استراتيجي واقتصادي متكامل ومنسق ، ط1، 2009 .
83. كمال المتوفي : أصول النظم الأساسية المقارنة ، الكويت ، شركة الربيعات للنشر والتوزيع ، 1987 .
84. كولنيات ، كلاوس ، شتانيكة ، البرت : جغرافية السياحة ووقت الفراغ ، الأردن ، 1992 .

85. كولنات ، كلاوس ، شتانيكة ، البرت : جغرافية السياحة ووقت الفراغ ،
ترجمة د. نسيم فارس برهم ، منشورات الجامعة الأردنية ، عمادة البحث العلمي
، عمان ، 1991 .
86. لطفي حميد جودة : صناعة السياحة ودورها في تنمية اقتصاديات الدول
المضيفة مع إمكانية الاستفادة منها في العراق ، بحث ألقى في الجلسة الأولى
لمؤتمر السياحة العلمي الأول، بغداد، 8- 2005/11/9 .
87. لفته ، رائد جيار ، اثر الاستشراف والتفكير الاستراتيجي في السلوك
الاستراتيجي ، اطروحة دكتوراه ، كلية العلوم السياسية ، جامعة النهريين ،
2004 .
88. لندال ، دافيدون : مدخل علم النفس ، ط2 ، القاهرة ، دار ماكجروهل للنشر
، 1982 .
89. مؤيد عبد حسين : التحليل الاستراتيجي في منظمات الأعمال ، عمان ، أثارء
للطباعة والنشر ، 2008 .
90. ماهر ، عبد العزيز ، صناعة السياحة ، دار زهران للنشر ، عمان لسنة
1996 ، ص155-156 .
91. ماهر عبد العزيز توفيق : صناعة السياحة ، دار زهران للنشر والتوزيع ،
عمان ، 1997 .
92. مجيد محمد العزاوي : تقييم كفاءة أداء العاملين في المنشآت السياحية
العراقية، رسالة ماجستير، الإدارة والاقتصاد ، 2007 .
93. stclements lectures @ yahoo . com المحاضرة رقم (5)
94. محسن احمد الخضيرى : التسويق السياحي مدخل اقتصادي متكامل ، مكتبة
مدبولي ، جمهورية مصر العربية ، بدون سنة نشر .

95. محمد ، حياة إبراهيم : الأهمية الجغرافية السياسية لمنطقة ديالى على خارطة وادي الرافدين ،مجلة بيت الحكمة ، العدد (29) ، 2000 .
96. محمد حسين جواد : القيادة الإدارية والإبداع ، عمان ، دار إثراء للنشر والتوزيع ، 2005 .
97. محمد خضير حسين : السياحة الدينية في العراق ، دار الرشيد للطباعة والنشر، 2008 .
98. محمد عبد الرحمن الشربوني : الإنسان والبيئة ، ط2 ، مكتبة الانجلو مصرية، الكويت ، 1981 .
99. محمد عبد الرزاق موسى البغدادي : جغرافية العراق السياحية ، جامعة الموصل ، دار الكتب للطباعة والنشر ، 1991 .
100. محمد مازن : التفكير الاستراتيجي / سياسات وتصورات ، بيروت ، دار العربي للنشر والتوزيع ، 1999 .
101. محمد موسى حسين : جغرافية السياحة في العراق ، دار الرشيد ، بغداد، 2008 .
102. المحمدي ، نظير : مناخ الأنبار دراسة تقويمية للأغراض السياحية ، 2000 .
103. المصدر : جامعة st . clements university العالمية ، اسم المساق ادارة الاستثمار السياحي ، الاعلام خليل المشهداني ، رقم المساق 4181 ، محاضرة رقم (3) .
104. المفرجي ، عادل حرحوش وأحمد علي صالح: رأس المال الفكري ، طرق قياسه وأساليب المحافظة عليه ، القاهرة ، المنظمة العربية الإدارية ، جامعة الدول العربية، 2003 .

105. مقابلة الباحث مع السيد المهندس سهيل حسين ، مسؤول موقع بحيرة سد العظيم ، بتاريخ 2004/4/10 .
106. مكة ، شفيقة قره ، 1990 ، " فوارق الابداع " **ترمية** الابداع ، سلمان يعقوب المراجعة العلمية الحارث عبد الحميد ، سلسلة كتاب البارسايكولوجي ، 154 بغداد ، العراق ، الدار الوطنية للنشر والتوزيع والاعلان .
107. ملوقية ، احمد فوزي ، مدخل الى علم السياحة ، الطبعة الاولى ، دار الفكر الجامعي ، الاسكندرية ، لسنة 2006 ، ص102-103 .
108. منظمة السياحة العالمية ، النشرة الدولية لمنظمة السياحة العالمية ، كانون الثاني ، العدد (1) ، 1995 .
109. W.T.O ، منظمة السياحة العالمية ، World Tourism Organization .
110. نبيل الروبي : التخطيط السياحي ، مؤسسة الثقافة الجامعية ، الإسكندرية ، 1987 .
111. نبيل الروبي : نظرية السياحة ، ج1 ، مؤسسة الثقافة الجامعية ، جمهورية مصر العربية الاسكندرية ، 1986 .
112. هـ روبنسون : الجغرافية السياحية ، ترجمة محبات أمام ، ج1 ، دار المعارف ، القاهرة ، 1985 .
113. وائل حسين : فن الابداع الإداري والتنظيمي ، مجلة البحوث الاقتصادية والإدارية ، الرياض ، العدد السادس ، السنة الثانية ، 2008
114. واعد واصف : مداخل التفكير والقرارات الإستراتيجية ، دمشق ، الحكمة للطباعة والنشر ، 1998 .

115. وزارة التخطيط ، الجهاز المركزي للإحصاء ، إحصاءات النقل والمواصلات تقارير سنوية مختلفة .

116. وزارة السياحة جمهورية مصر العربية : بحوث ودراسات إحصائية في اقتصاديات السياحة والاستثمار فيها ، الشركة المصرية للطباعة والنشر ، 1968 .

117. يحيى غني النجار : دالة استثمار صناعة السياحة ، مجلة البحوث الاقتصادية ، المجلد الثاني عشر ، العدد 162 ، 2001 .

118. اليعقوبي : دراسة عن التسهيلات السياحية في شمال القطر ، رسالة ماجستير ، مقدمة إلى مركز التخطيط الحضري والإقليمي للدراسات العليا ، جامعة بغداد ، دارا طلعت ، 1980 .

119. يونس ، طارق شريف ، 2002 ، الفكر الاستراتيجي للقادة ، القاهرة ، المنظمة العربية للتنمية الادارية ، جامعة الدول العربية .

المصادر الأجنبية

1. A. Johansson, Clean Technology, Lewis publishers, Ann Arbor, MI, 1992, Chapter4 .
2. Al-Rawi , A.S : The Tourist Industry in Iraq , A Geographical case study and its character , problems and potential . ph.D. thesis Glasgow . 1982 .

3. Bagg, A. (2001) Strategic Thinking must precede strategic planning. www.corporate-images.com .
4. Bender , V.P. Tourism in India , printed by A.B. Dashratne , 1979 .
5. Bob de wit : Strategy Process , content , context , Thomson Business Press , 1988 .
6. Boland , R . J , 1990 , R.H . Green berg , S . H Park and Han : Mapping the Process of Problem reformulation , Implication or strategic thought .
7. Bruno Abegg , Urskoing , Rolf Buki and Elsasser , Climate impact Assessment In Tourism , Department of Geography , Zurich University , Volume , 51, 1988 .
8. Christophe , Torest , 2001 .
9. Colin Sworder, 1990.
10. David Wibinson and Mike Peder , 1995, " Strategic thinking in Public service".
11. Donal E. Lund berge : The tourist Business , New York , 1991 .
12. DPI (Decision Processes International) (2002) Strategic Thinking ; Creating and communicating corporate strategy . Search in www.google.com .

13. Dror , Y. (1998) Grand Strategic Thinking for ISR.
www.biu.ac.il .
14. F.S. Brooman. Macro – Economics. Sixth Edition,
open University, Set Book, 1997, Great Britam, Chep.6
.
15. Garrol , 1998 .
16. Geory Morrisey :The national lead ship w.w.w wib
leader ship .com , 1996 .
17. Geory Morrsey , 1996 , "A Guid to Strategic thinking "
San Francisco .
18. Ginsbery , A : The completion ion from mapping to
Mastery , Strategic Management , 1994 .
19. Hendry , J and G Johnson with J Newton : Strategic
Thinking Leadership and management change ,
Strategic Management series , John willey and sons,
New york , 1993 .
20. Horrysey , 1996 .
21. Lawrence, E. (1999) Strategic Thinking: A discussion
paper, www. psc- cfp. Gc. ca .

22. Liedtka, J, M, 1998, "Strategic thinking : Elements, outcome and implications for planning , long rang planning.
23. M.E Porter : "what is strategy" Harvard Business Review , 1996 .
24. Masifern , E. (2002) Strategic thinking: Strategy as a
25. Mill, Robertc. Tourism prentice. Hill International Inc. NJ, 1990.
26. Miutezberg ,H. (1994) The fall and rise of strategic planning,Harvard Business Review. N.1 .
27. Nadler, D, A. 1994, "Collaborative Strategic Thinking , Planning Review ".
28. NCE, choosing a Sustainable Future, The Report of the National Commission on the Environment, Island press, Washington, D.C . 1993 .
29. Nehdi,A.H. (2001) Creativity and strategic thinking: The coming competencies . www.hbdi.com .
30. Ohmac, k. (1982), The mind of the strategist: Business" Planning for competitive Advantage, McGraw- Hill

31. Oshannassy,T. (1999) Strategic Thinking: A continuum of views and conceptualization .www.rmit.edu.au .
32. Oshnassy , T : Models and methodology to study strategic thinking Australian public , 2001 .
33. Raimond , p. 1996 , " The Styles of foresight, long Range Planning ".
34. Robert, M. 1993, " Strategy Pure and Simple McGraw Hill .
35. Sanders J'.L (1998) Strategic thinking and the new science. Emergence. Vol : 1 . N:2.
36. Senge , P 1992 : Mental Models , Planning Review .
37. ST. (2002) Strategic thinking, www.bcwsa.be.ca
38. T.T. Shen, "Designing environmentally compatible Products" , in proceedings of the7th Pollution Prevention conference . Albany, NY, June, 1994 .
39. Takar and coliny, 1992, " Strategic Thinking is hip but does it make difference " , Business Horizons.
40. Tan ,V.S.(2000) Develop strategic thinking skills .www.adtimes.nstp.com.my .

41. Torset,C. (2001) Strategic Thinking: Why ,What and How ? An organizational model of strategic thinking .www,dauphine.fr .
42. Vellas, F:& Becher1 . Internal Tourism, Macmillan, Hampshire, V k , 1995 .
43. W. To News, Ecotourism now one – Fifth of Market, No. 1. Jan- Feb, 1998, Spain .
44. WBC (Women's Business Center), (2003) Forecasting the future: Strategic management thinking .www.onlinew bc.gov\ -20K .
45. William R .Lasher :Strategic Thinking for smaller Businesses and Division , Nichols college , 1995 .
46. WTO , Tourism and technology , Research , News & Trends , Madrid , Sept , 1997 .
47. Wto News. Quality: Achallenge for Tourism "No.3. May\ June, 1994, Spain .

المقدمة :

تشير أغلب الدراسات الإدارية والاقتصادية ، كون منظمات العمل المعاصرة سواء الإنتاجية منها أو الخدمية تبقى بأمس الحاجة إلى ضرورة استخدام النماذج المتكاملة من التفكير الإستراتيجي والخطط الإستراتيجية المنطلقة من رؤية إبداعية

تنظيمية (في ظل التغيرات البيئية المتسارعة) . والسبب في ذلك أن موضوع التفكير الإستراتيجي يعد من المواضيع الأكثر حداثة ضمن حقل الإدارة الإستراتيجية الذي يشير بأبعاده المختلفة على ضرورة انتهاج أسلوب التخطيط للمستقبل في تحديد غايات وأهداف المنظمة من خلال استخدام منظومة الحدس والإبداع بما يفضي في النهاية إلى تصور متكامل لنشاط المشروع وأهدافه وغاياته الرئيسية والفرعية .

إن الجدوى الاقتصادية للمشاريع السياحية هو أحد القطاعات الخدمية المهمة التي تظهر ضمن آليات منظوماتها العملية والمكتبية في تقديم وتطوير الخدمة السياحية وهي تستوجب ضرورة وجود منظومة التخطيط الإستراتيجي ، وذلك من خلال تحديد الرؤية المستقبلية (وفق خطة إستراتيجية) لتطوير هذا القطاع كي يحقق أهدافه وغاياته الإستراتيجية وعلى مراحل متعددة .

انطلاقاً من ذلك ، تحددت مشكلة البحث ، في أن محافظات العراق بما فيها محافظة ديالى تمتلك قدرات وكفاءات عالية يمكن أن تُعدّ من مقومات الجذب السياحي (الطبيعية منها والمادية والبشرية والثقافية والحضارية) الداعمة لعملية التنمية السياحية المستدامة ، إلا إن هذه المقومات لم تستغل وفق خطة إستراتيجية وأداء تنظيمي يتميز بالإبداع والكفاءة ، لذلك ظلت كفاءة أداء هذا النشاط في هذه المحافظة دون المستوى المطلوب والمرغوب فيه ... وعليه تحددت أهمية البحث في محاولة اختيار علاقة التأثير والارتباط بين أبعاد التفكير الإستراتيجي والإبداع التنظيمي ودورهما في دعم وتعزيز عوامل الجذب السياحي في المحافظة المبحوثة .

إن مضمون أهمية البحث تم التعبير عنه بفرضية رئيسة وفرضيات فرعية أخرى تؤكد أهمية كل بعد من أبعاد هذين المتغيرين (التفكير الإستراتيجي) و (الإبداع التنظيمي) في تطوير مراكز الجذب السياحي في المحافظة المبحوثة ، وذلك من خلال استخدام أسلوب التحليل الوصفي والتحليلي والإحصائي واستخدام

أسلوب تحليل استمارة الاستبيان ونود الإشارة هنا ، إلا أنه وعلى الرغم من ان موضوع الأطروحة يعد موضوعاً جزئياً على مستوى المحافظة إلا إنه لم يغفل جانب دراسة وتحليل القطاع السياحي وأهميته على المستوى الكلي .

لذلك تضمنت الدراسة بهيكلتها خمسة فصول رئيسية ، الفصل الأول جاء بعنوان منهجية البحث ويتضمن مناقشة الإسهامات العلمية والفكرية للدراسات السابقة في مجال السياحة والصناعة السياحية وكذلك تسليط الضوء على منهجية البحث في تحديد المشكلة والهدف من الدراسة وفرضيات الدراسة وأسلوب تحليل واختبار متغيرات الدراسة . أما الفصل الثاني فقد كان يتضمن التأصيل النظري والمفاهيمي للتفكير الإستراتيجي والإبداع التنظيمي ، متضمناً ثلاثة مباحث ناقش الأول منها مفهوم التفكير الإستراتيجي من ناحية الأبعاد والمضمون ، والثاني ناقش موضوع الإبداع التنظيمي من حيث المفهوم والأبعاد والخصائص والمبحث الثالث ناقش موقع الاقتصاد السياحي ضمن إطار التفكير الإستراتيجي والإبداع التنظيمي . أما الفصل الثالث فقد كان عنوانه عناصر الجذب السياحي وأهميتها في بناء السياحة المستدامة ، وهنا تم مناقشة دور واهمية السياحة كصناعة لها أبعاد وآثار على التنمية الاقتصادية الكلية ، بعد أن تم مناقشة نشأة وتطور السياحة وأنواعها الرئيسية وعناصر التنمية السياحية . في حين جاء الفصل الرابع من الدراسة مختصاً بمناقشة ودراسة وتحليل مكونات الصناعة السياحية على مستوى محافظة ديالى من خلال ثلاثة مباحث ، الأول منها استعرض نشأة وتطور السياحة بشكل عام في العراق ثم استعرض المبحث الثاني موقع النشاط السياحي في هذه المحافظة (محافظة ديالى) وتشخيص أهم معوقات ومشاكل تطورها ، ثم جاء المبحث الثالث مستعرضاً الرؤية الإستراتيجية المقترحة لتطوير السياحة في محافظة ديالى .

أما الفصل الأخير من الدراسة وهو (الفصل الخامس) فقد مثل الجانب التطبيقي في الدراسة لذلك جاء بعنوان "تحليل علاقة التأثير والارتباط بين أبعاد التفكير الإستراتيجي والإبداع التنظيمي وعوامل الجذب السياحي في محافظة ديالى"

متضمناً ثلاثة مباحث أيضاً الأول منها أهتم بوصف وتحليل متغيرات الدراسة وهما المتغير المعتمد (عوامل الجذب السياحي) والمتغيرات المستقلة (التفكير الإستراتيجي بأبعاده المختلفة) و (الإبداع التنظيمي بأبعاده المختلفة أيضاً) . وفي ضوء الأسلوب الإحصائي المستخدم المعتمد على تحليل وتفريغ بيانات استمارة الاستبيان عالج تحليل علاقة التأثير والارتباط بين التفكير الإستراتيجي وعناصر الجذب السياحي مرة على مستوى المتغير الرئيس (التفكير الإستراتيجي) ومرة أخرى على مستوى أبعاده الفرعية . وبنفس المنهجية والأسلوب جاء المبحث الثالث تحت عنوان تحليل علاقة التأثير والارتباط بين أبعاد الإبداع التنظيمي وعناصر الجذب السياحي في المحافظة المبحوثة .

من خلال ما ورد في الفصول السابقة توصلت الدراسة إلى عدد من الاستنتاجات من أهمها ، عدم وجود خطط إستراتيجية ذات بعد وتصور إستراتيجي للمواقع السياحية الحديثة والقديمة في المحافظة أو خطط لتطوير مواقع مراكز الجذب السياحي فيها على أن تراعى التطورات والتغيرات السريعة والمختلفة التي تطرأ على سوق الطلب السياحي في العالم سيما وأن السياحة تعد نطفة دائما فيما إذا خطط لها وتم استغلالها بشكل أمثل . وما يتركه الاستنتاج السابق أن النتائج العملية للدراسة بينت ضعف علاقة التأثير والارتباط لمتغير التفكير الإستراتيجي بأبعاده المختلفة وعدم قدرته الفاعلة في التأثير على عناصر الجذب السياحي . كما بينت نتائج الدراسة العملية أن علاقة التأثير والارتباط ضعيفة ومتدنية بين متغير الإبداع التنظيمي بكل اتجاهاته وأبعاده وعناصر الجذب السياحي .

وفي ضوء هذه النتائج توصلت الدراسة إلى عدد من التوصيات والمقترحات التي من شأنها أن تنهض بالواقع السياحي على مستوى المحافظة .

إقرار الخبير العلمي

أشهد أن هذه الأطروحة الموسومة بـ " اثر التفكير الإستراتيجي والإبداع التنظيمي على عوامل الجذب السياحي في محافظة ديالى " التي تقدم بها الطالب : عبد الكريم ياسين أسود الفارس العزاوي .

قد جرى تقويمها علمياً من قبلي وأنها مستوفية للمتطلبات

العلمية