وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
المعهد التقني / نينوى
قسم السياحة والفندقة

الحقيبة التدريسية
مبادئ السياحة
لطلبة الصفوف الأولى
قسم السياحة والفندقة

المحتويات

هدف المادة:

العام : التعريف بأساسيات علم السياحة والمبادئ التي تقوم عليها وتوضيح الظواهر السياحية .

الخاص : تعريف الطالب بالسياحة والسائح وتحليل المناطق السياحية وتطبيقات على الطلب والعرض السياحي والآثار الاقتصادية للنشاط السياحي .

1

الأسبوع الأول :

مقدمة عن السياحة – الزائر – المتنزه والاستجمام

الفئة المستهدفة : طلبة الصف الأول / قسم السياحة

الأفكار المركزية :

1- مقدمة عن السياحة .
2- تعريف الزائر والمتنزه والاستجمام ... والفرق بينهم ...

الأهداف التعليمية :

1- مقدمة عامة عن تطور السياحة ومراحلها ....
   . بداية النشأة
   . العصور الوسطى
   . المرحلة الحديثة
   . المرحلة المعاصرة
2- تعريف السياحة ومفهومها اللغوي وخصائصها وأركانها .
3- الأسباب التي أدت إلى توسع وانتشار السياحة .
4- العوامل المؤثرة على السياحة .

الاختبارات الذاتية :

أجوبـة الاختبـار :

((المحاضـرة))

2

الأسبوع الأول :

مقدمة عن السياحة – الزائر – المتنزه والاستجمام

المقدمة :

يقصد بالسياحة في اللغة التنقل من بلد الى آخر طلباً للتنزه او الاستطلاع او الاكتشاف . وتعد السياحة ظاهرة قديمة ارتبطت بوجود الانسان وتحركاته منذ زمن بعيد اما سعياً للبحث عن مناطق جديدة في بيئات جديدة في بيئات جغرافية افضل تتوفر فيها سبل الحياة او التبادل للمعارف والتجارب مع مجموعات بشرية اخرى أو لإقامة علاقة تجارية وسياسية مع الآخرين . ثم تحولت ظاهرة انتقال الانسان لتحقيق رغباته واحتياجاته اليومية الى ظاهرة اجتماعية وثقافية هدفها المتعة والراحة والثقافة والاستجمام . وقد تغيرت النظرة اليها في العصر الحديث وتطورت واصبحت صناعة مركبة من الصناعات الهامة التي تعتمد عليها كثير من الدول في تنمية مواردها لتحقيق التقدم الاقتصادي والاجتماعي . والسياحة عبارة عن مجموعة من الانشطة المتعلقة بالسفر والتنقل والاقامة خارج مقر السكن العادي لأغراض متعددة وللسياحة مجموعة من الخصائص والاركان والدوافع التي تعتمد عليها ومرتبطة بمجموعة من العلوم كالاقتصاد والقانون والاجتماع والاحصاء .. الخ ، ولها انواع واشكال متعددة تبعاً لتعدد الدوافع والمقومات السياحية .

تعتبر السياحة من الصناعات الرائدة التي تدر دخلاً كبيراً وقد تم الاعتماد عليها في كثير من الدول ونجحت في زيادة مواردها . يلعب القطاع السياحي دوراً هاماً في التنمية الاقتصادية والاجتماعية للدولة وذلك باعتباره مصدراً هاماً من مصادر الدخل بالعملة الصعبة وخلق فرص عمل مباشرة في القطاع السياحي والانشطة السياحية المختلفة وفرص غير مباشرة داخل القطاعات الاخرى التي تمد

السياحة بالسلع والخدمات كقطاعي الصناعة والزراعة وسد العجز في ميزان المدفوعات وزيادة الدخل الوطني بالإضافة الى دوره في تنشيط الاستثمار وتطور وتنمية المناطق السياحية وينتظر ان تتبؤأ السياحة مركزاً متقدماً بالنسبة للقطاعات الاخرى في القرن الواحد والعشرين والمتتبع للبيانات الخاصة بالسياحة الدولية يلاحظ ان صناعة السياحة اصبحت واحدة من اكبر الصناعات في العالم لمساهمتها بحوالي (12 %) من اجمالي الناتج العالمي وتساهم بحوالي (7 %) من حجم الاستثمارات العالمية وتستوعب اكثر من 64 مليون فرصة عمل .

نشأة السياحة ومراحلها التاريخية :

السياحة ظاهرة من الظواهر الانسانية التي نشأت منذ ان خلق الله الارض وما عليها فهي قديمة قدم الحياة ، عريقة عرافة التاريخ ، فمنذ زمن بعيد والانسان في حركة دائمة بين السفر والتنقل بحثاً عن امنه واستقراره سعياً الى رزقه ومعاشه ومتطلعاً الى العلم والمعرفة . عرفت الظاهرة السياحية (السفر والتنقل من مكان الى آخر) منذ العصور القديمة حيث لم تكن هناك حدود اقليمية او حواجز تذكر كما هو الحال في الوقت الراهن وكانت السياحة بسيطة وبدائية في مظهرها واسبابها واهدافها فكان هدف الافراد والجماعات من التنقل للبحث عن الطعام والماء والمأوى والهروب من الاخطار ثم ظهرت الزراعة وما نتج عنها من الاتجاه الى الاستقرار المعيشي قرب الانهار ومصادر المياه للتجمع وظهور الحرف وتربية الحيوانات وصناعة النسيج وبعض الادوات الخاصة بالصيد . كل هذه العوامل دفعت الانسان الى مواصلة التنقل والبحث عن الافضل ثم تطور التنقل والانتقال من البحث عن ظروف معيشة احسن الى البحث عن الراحة والمتعة وهو ما يعرف في وقتنا الراهن بمفهوم السياحة واصبحت في بعض الدول كصناعة لها اسس وقواعد ويمكن التمييز بين اربعة مراحل ميزت السياحة وهي :

مرحلة الحضارات القديمة :

منذ نشأة الانسان وهو يحاول التطلع الى الافضل فكان ينتقل من مكان الى آخر حيث كان السفر جزءا من حياته ولم تكن هناك قوانين تنظم تصرفاته سوى الطبيعة فلم تكن هناك وسائل نقل ولم يكن عنصر الوقت ذو اهمية بالنسبة اليه وعندما قامت الحضارات اصبح السفر وسيلة للتجارة والثقافة والمنفعة فكان للفينيقيين السبق في الاهتمام بالتجارة والتنقل وهم اشهر الشعوب القديمةً التي اتسمت بحب المخاطرة والاهتمام بالترحال البحري بحثاً عن المعرفة والكسب المادي والتي تعد من اهداف السياحة بمفهومها الحديث ويعتبر الرومان اول شعوب الحضارات القديمة التي اهتمت بشغل اوقات الفراغ بالسفر والترحال من اجل المتعة .

مرحلة العصور الوسطى :

تمتد هذه الفترة بين حوالي القرن الخامس والقرن الخامس عشر الميلاديين واتسمت هذه المرحلة بنشاط وتعدد الرحلات التي قام بها كل من الأوربيين والعرب فقد اقتصر نشاط رحلات الاوربيين في اوائل هذه المرحلة على الطابع الديني والسفر الى المعابد المسيحية وفي مرحلة تالية تجاوزت رحلات سفرهم الى الأماكن المقدسة في فلسطين وخلال القرن الخامس عشر الميلادي نشطت الرحلات البحرية الاوربية كرحلات استكشاف الجغرافية التي كان من نتاجها اكتشاف الامريكيتين عام 1492 ورأس الرجاء الصالح عام 1497 وهو ما سمح بربط اسيا واوروبا بحرياً .

4

أما بالنسبة للعرب فقد تميزت رحلاتهم في بداية العصور الوسطى بقطع مسافات طويلة بحرية وبرية ثم اتسعت الرحلات العربية منذ القرن الثامن الميلادي بعد ظهور الاسلام وانتشاره وامتداد الدولة الإسلامية بين شبه القارة الهندية في الشرق وشمال افريقيا وجنوب اوروبا في الغرب . وتوسعت الرحلات الى ان بلغت جنوبي الصين وكوريا وجزر اليابان وبلغت كذلك سيبيريا وكانت بغداد في عهد الخلافة الاسلامية وقرطبة في الاندلس من اهم المراكز الحضارية والثقافية في الدولة الاسلامية واكثرها ثراء لذلك كانت قصورها وحدائقها من المزارات التي جذبت اعداد كبيرة من الزوار سواء من داخل الدولة الاسلامية او من خارجها . وفي هذه العصور ظهر الرحالة ابن بطوطة وكريستوفر كولومبس والايطالي ماركو باولو وكانت في هذه الاوقات اغراض السياحة هي (التجارة والحج والرحلات الدراسية) واصبح التعلم ظاهرة من ظواهر القرن السادس عشر الميلادي ، ولقد اهتم العرب خلال القرن الثامن والقرن الرابع عشر الميلادي بتطوير مبادئ السياحة فكانت التجارة مزدهرة وكانت بغداد مركز للحياة الثقافية والحضارية واحتوت الدولة الاسلامية وعاصمتها بغداد على العديد من المباني والتجهيزات الخاصة بإقامة النزلاء والزائرين فكثرت الفنادق والحمامات في مدن القاهرة والاسكندرية وبغداد والبصرة ودمشق وحمص وتونس وسمر قند والاندلس وامتازت هذه المرحلة بعدم وجود قيود وقوانين منظمة للانتقال كما لم يكن هناك وسائل نقل متطورة ولم يظهر اثر لكلمة سياحة .

المرحلة الحديثة :

تمتد هذه الفترة بين القرنين السادس عشر ونهاية القرن التاسع عشر الميلاديين وشهدت هذه المرحلة التي بدأت بعد بدء حركة الاستكشاف الجغرافي خلال القرن الخامس عشر الميلادي تغييرات عديدة في المجال العلمي كالاكتشافات الجغرافية التي ادت الى زيادة الاسفار والتنقلات ولعل اهمها اكتشاف امريكا من قبل كريستوفر كولومبس واكتشاف رأس الرجاء الصالح من قبل فاسكودي كاما عام 1498 واكتشاف استراليا عام 1605 ونيوزلندا عام 1769 لتبدأ بعد ذلك الرحلات القارية حيث غطت رحلات الأسبان معظم أقاليم أمريكا اللاتينية خلال الفترة الممتدة بين عامي(1513– 1783). فقد ساعد ظهور البواخر والسيارات والسكك الحديدية على جعل السفر اكثر راحة وصحب ذلك تطور

اجتماعي بظهور علماء وفنانين في مختلف المجالات العلمية والدراسية فكان الناس تسافر الى عواصم العالم لمشاهدة الاثار والمراكز الثقافية وكانت مقتصرة على فئة معينة تعرف بالسياح الاثرياء وازداد عدد هؤلاء في القرنين السابع عشر والثامن عشر وخضعت السياحة في هذه المرحلة لبعض القيود والقواعد والقوانين كجوازات السفر والتأشيرات لظهور الدول ذات نظم سياسية واقتصادية ودينية وظهور التشريعات وادراك اهمية السياحة .

وفي أواخر القرن الثامن عشر وبداية القرن التاسع عشر احدثت الثورة الصناعية تغييرا كبيرا في وسائل الموصلات والاتصالات والذي ادى الى اختصار الوقت والمسافات وزيادة عدد المسافرين وكذلك تطور الطائرات وتطور الطباعة وطرق ووسائل الاتصال المختلفة والتي لعبت دوراً كبيراً في الاثارة ونقل الاحداث والتشويق لزيارة بعض الاماكن .

المرحلة المعاصرة :

تبدأ هذه المرحلة مع بداية القرن العشرين الذي تطورت خلاله السياحة بصورة لم تشهدها من قبل وخاصة بعد الحرب العالمية الثانية حيث استقرت الاوضاع السياسية وازدهرت الاوضاع الاقتصادية وزاد الاهتمام بالجوانب الاجتماعية والنفسية للبشر في العديد من اقاليم العالم التي سنت فيها القوانين والتشريعات التي تحمي العامل والانسان . كم شهدت هذه المرحلة ظهور العديد من المنظمات الدولية كالمنظمة العالمية للسياحة التابعة للأمم المتحدة ويعتبر القرن العشرين بمثابة العصر الذهبي للسياحة لعدة اعتبارات اهمها :

1. التطور والتقدم الكبير في وسائل النقل البحرية – الجوية – البرية .
2. التطور والتقدم الكبير في وسائل الاعلام والاتصال .
3. التحسن الملحوظ في النواحي الاقتصادية والاجتماعية وارتفاع مستوى المعيشة .
4. تزايد اوقات الفراغ والعطل السنوية المدفوعة الاجر .
5. اهتمام الدولة بالسياحة .

وشهدت المرحلة المعاصرة ظواهر سياحية انفردت بها ومنها :

1. ظهور الرحلات السياحية الجماعية الرخيصة .
2. انتشار فكرة المنتجعات السياحية في العديد من دول العالم .
3. ظهور المخيمات السياحية منخفضة التكاليف .
4. ظهور القرى السياحية .
5. تزايد الافواج السياحية المتجهة الى المناطق التي تزخر بالآثار والتاريخ والمتاحف .

نتج عن كل العوامل السابقة الذكر تضاعف حجم الحركة السياحية العالمية وحجم التدفقات النقدية الناتجة عن السياحة وسمي القرن العشرين بقرن السياحة .

تعريف السياحة : Tourism

تعددت واختلفت تعاريف السياحة حسب تعدد الجهات الدارسة للسياحة وتعدد اختصاصات الباحثين وعليه سنقدم اهم واحدث تعريف لها .

لفظ السياحة وهي لغة تعني التجوال وعبارة ساح في الارض تعني ذهب وسار على وجه الارض حسب (المنظمة العالمية للسياحة / احصائيات السياحة العالمية / 2003) اما في اللغة الانكليزية نجد ان Tour يعني يجول أو يدور أما كلمة Tourism أي السياحة فعناها الانتقال والدوران .

وأصل كلمة السياحة Tourism من Tour والتي تعني رحلة واطلقت على طلاب العلم الانجليز في اوروبا كلمة السياح Tourism في القرن الثامن عشر . وانتشرت هذه الكلمة من الفرنسية الى اللغات الاخرى واستعملت للسياحة والسائح أي التحرك في رحلة لغرض المتعة او الترفيه او الصحة وليس لاكتساب الاموال او الاقامة الدائمة في الدول المضيفة .

المفهوم اللغوي للسياحة :

وهو السفر والتجوال أي الانتقال من مكان لآخر فاذا كان الانتقال من مدينة لأخرى بنفس البلد يسمى سياحة داخلية اما اذا كان الانتقال من دولة الى اخرى فيسمى سياحة خارجية .

أما تعريف السياحة الذي اقرته المنظمة ينص على ان السياحة هي مجموعة العلاقات والخدمات الناتجة عن السفر والاقامة الى ذلك الحد الذي لا يحتاج السائح فيه إلى إقامة دائمة ولا يترتب على سياحته أي نشاط بأجر مدفوع . وبصيغة عامة فان السياحة مصطلح شامل للعديد من المنتجات والخدمات المعروفة والمرغوبة التي يتلقاها السياح في مكان غير مكان الاقامة المعتاد .

بعد تحديد مفهوم السياحة لابد لنا من التعرف على خصائص السياحة على اعتبارها انها صناعة مركبة متميزة عن باقي الصناعات نظراً لتداخل العديد من المكونات التي تدخل في تركيبها . وما دامت هذه الصناعة مركبة رأينا انه من الضروري معرفة وتحديد اهم الاسباب التي تؤدي الى القيام بها واهم اركانها ودعائمها واهم العلاقات التي تربطها بالعلوم الاخرى .

خصائص السياحة :

تهدف السياحة إلى استثمار الموارد الطبيعية والبشرية المتاحة في المنطقة او الدولة كالمناطق الجبلية أو الشواطئ أو المناخ المعتدل أو الغطاء الجليدي أو الأماكن التاريخية والدينية والأثرية وهي بذلك لا تختلف عن الأنشطة الاقتصادية الأخرى التي تسعى الى استغلال الموارد الطبيعية المتاحة كالموارد المعدنية والغابات ويمكن حصر أهم خصائص السياحة فيما يلي :

1. تعد السياحة نشاطاً اقتصادياً متزايد او متضاعف فيما يتعلق بالدخل وهذا يأتي من اقدام السياح على الإنفاق وتحويل نقودهم إلى عملات الدولة المستضيفة من اجل دفع اجور الخدمات السياحية التي تقدم اليهم وكذلك مشترياتهم من الهدايا والسلع الاخرى ويعني ذلك انتقال النقود من السياح الى عدة اشخاص وقنوات ومستويات بالإضافة الى استخدامها اكثر من مرة عن طريق انتقالها من حائز الى اخر مما يؤدي الى تزايد الدخل وهو ما يطلق عليه المضاعف السياحي .
2. تأثر السياحة بعاملي اسعار السفر والخدمات السياحية وعامل مستوى مدا خيل السياح .
3. تعتبر السياحة صادرات غير منظورة فهي لا تتمثل في ناتج مادي يمكن نقله من مكان الى مكان ، فعليه إن الدولة المصدرة للمنتج السياحي ((الدولة المضيفة)) لا تتحمل نفقات نقل المنتوج الى خارج حدودها كما هو الحال بالنسبة للمنتجات الاخرى .
4. إن المنتج السياحي الذي هو عبارة عن (عوامل الجذب السياحي) والتي هي موارد طبيعية وتاريخية واثرية لاتباع الا من خلال السياحة كمنتج سياحي وهذا المنتج لا يباع الا اذا توفر معه سلع وخدمات مساعدة وتسهيلات سياحية.
5. إن المنتج السياحي منتج مركب من السلع والخدمات التي تبيعها المنشآت السياحية كالإقامة والنقل والهدايا والتذاكر ودور اللهو .... ومنها ما يتعلق بالتي تبيعها المنشآت الأخرى (التجارية) ومنها ما يتعلق بالمنتجات الاخرى .
6. ان السياحة منتج تصديري يتعرض في بعض الاحوال الى عدم استقرار لأنه يتعلق بتأثيرات من القوى الخارجية كوجود الاضطرابات السياسية والتغيرات المناخية والاسعار والمداخيل بالاضافة الى مشكلة الموسمية .
7. عدم قابلية المنتج السياحي للتخزين أو النقل من مكان الى اخر .
8. صعوبة جذب السايح سنوياً نظراً لكثرة المغريات السياحية وكثرة التنافس .

الأسباب التي أدت إلى توسع وانتشار السياحة :

هناك عوامل عديدة شجعت على تطور وانتشار صناعة السياحة اهمها :

1. التمدن وتميز الحياة في المدينة بكثرة الضجيج والصخب مما شجع المواطنين الى البحث عن

أماكن توفر نوع من الراحة والمتعة وخاصة عملية الانتقال الكبير للعيش من الريف الى المدينة .

2. تخفيض ساعات العمل نتيجة ادخال الآلات والمعدات الحديثة ادى الى زيادة اوقات الفراغ مما ادى الى توفير فرص السفر والسياحة .
3. ظهور العديد من القوانين والتشريعات الخاصة بتنظيم العمل وساعاته وظهور مبدأ العطل والإجازات .

4. نتيجة استخدام الآلة ونظم وطرق الانتاج الحديثة ادى الى ظهور فائض في الانتاج الأمر الذي أدى الى البحث عن اسواق خارجية لتصريف هذا الفائض .
5. بعد نهاية الحرب العالمية الثانية شهد العالم نوع من الاستقرار والامن والسلام مما شجع على السفر والتنقل من دولة الى اخرى .
6. التطور الهائل الحاصل في وسائل النقل وتنوعها وخاصة بعد الحرب العالمية الثانية حيث تم تحويل الطائرات الحربية الى طائرات لنقل المسافرين مما ادى الى سهولة وسرعة الانتقال بين الدول .
7. التلوث نتيجة التطورات الصناعية والتكنولوجية التي ظهرت بعد الثورة الصناعية صاحبها ظاهرة التلوث وخاصة في المدن الصناعية الكبرى مما أدى إلى هروب الأشخاص خلال فترة العطل والإجازات إلى مناطق خالية من التلوث .
8. تطور وسائل الاتصال الحديث فاصبح السائح يسافر الى ابعد نقطة في العالم من دون التأثير على أعماله بحيث يمكنه ان يدير اعماله عن طريق اجهزة الهاتف والفاكس والانترنيت .
9. زيادة النمو والوعي الثقافي والعلمي والاجتماعي كل ذلك ادى الى زيادة اهتمام الناس بالسياحة للاطلاع على العادات والثقافات المختلفة .
10. التقدم العلمي في مجال الطب والأدوية والقضاء على الاوبئة ساعد في زيادة السفر من غير الخوف من الأمراض والإصابات .
11. التطور الهائل في البنى التحتية في العالم من طرق المواصلات البرية والموانئ وخطوط السكك الحديدية والمطارات أدى الى سهولة الانتقال من مكان الى آخر .

العوامل التي تؤثر على السياحة : هناك مجموعة من العوامل التي تؤثر في النشاط السياحي منها :

1. العوامل الطبيعية : وأهمها المناخ الذي يمثل درجات الحرارة ومتوسطاتها في مختلف الفصول والمواعيد المناسبة لكل نوع من السياحة وكذلك الرياح وسرعتها واوقات هبوبها وأوقات هطول الأمطار وحجم هذه الأمطار فهذه كلها عوامل تؤدي الى تحديد المواعيد المناسبة لاستقبال السياح ونوع السياحة

الواجب تنميتها . وكذلك طبيعة ونوع الارض (جبال ، هضاب ، وديان) وطبيعة الشواطئ فالخريطة الطبوغرافية تؤثر في اختيار الاماكن المناسبة لعناصر المشروع السياحي .

2. الأماكن المزارة : تلعب دور كبير في جذب السياح سواء كانت هذه الاماكن دينية ، اثرية ، تاريخية . وكلما زادت هذه الاماكن زادت فرص الزيارة لها لهذا يجب ان تكون هذه الاماكن جاهزة ومهيئة لاستقبال السياح .

3. البنية التحتية : وتوفرها تعتبر من العوامل الهامة في التنمية السياحية والتي تتمثل اساساً في طرق الوصول للمنطقة المراد تنميتها من (مطارات ، مياه الشرب) الطاقة الكهربائية ، وسائل الاتصالات السلكية واللاسلكية وشبكات الصرف الصحي .

4. البيئة : والتي تتمثل بالعناصر الطبيعية والبيولوجية والحضارية والتاريخية (مناخ ، ارض ، انهار، جبال) والتي يعيش فيها الانسان مع الكائنات الاخرى من نبات وطيور وحيوانات في تجانس وانسجام وتوازن طبيعي يساعد على استمرار الحياة وبقائها وأثبتت الدراسات أن للسياحة اتجاهين نحو البيئة :

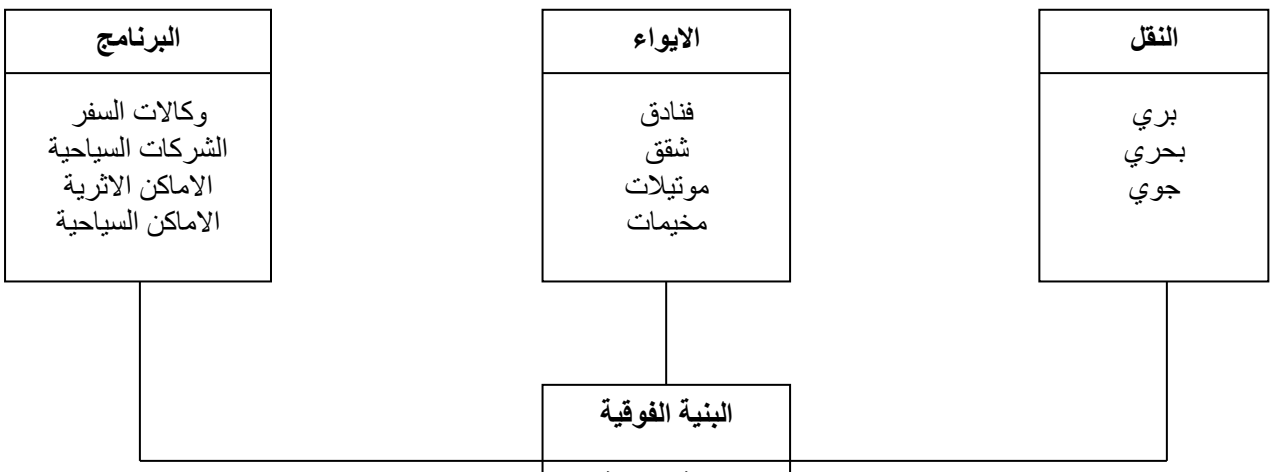
أ- **اتجاه ايجابي :** وهي أن السياحة تحدث تطوراً كبيراً في العناصر الطبيعية والبيئية المختلفة نتيجة الاهتمام بها وحمايتها والمحافظة عليها من التلوث الهوائي والمائي وذلك لتحقيق تنمية سياحية لان البيئة النظيفة تعني سياحة ناجحة .

ب- **اتجاه سلبي :** يظهر في حالة اقامة مشاريع سياحية في مناطق معينة قد تكون سبباً في تدهور العناصر البيئية في هذه المناطق ، فالارتباط الوثيق بين السياحة والبيئة تتحقق بمفهوم مفاده (البيئة توفر الاساس الحقيقي للنشاط السياحي بينما السياحة عامل مهم للمحافظة على البيئة وتحسينها) .

5. العوامل الاجتماعية : حيث الثقافة التي يتمتع بها السائح والدين واللغة والتقاليد كلها عوامل تساعد على توفير دوافع سياحية .

6. العوامل الاقتصادية : على اعتبار ان السياحة نشاط ترفيهي وان الفرد يتعين عليه توفير بعض المدخرات حتى يتمكن من القيام بالنشاط السياحي كما ان الدولة يجب ان تخصص جزء من دخلها الوطني لتطوير وانشاء المشاريع السياحية لتحقيق التنمية السياحية .

أركان السياحة :- تتمثل اركان السياحة بما يأتي :



1. النقل : حيث ترتبط السياحة ارتباطاً وثيقاً بصناعة النقل ويعتبر النقل احد الاركان الاساسية للنشاط السياحي فبدون النقل والمواصلات لا توجد سياحة .
2. الايواء ((الاقامة)) : لا يوجد سياحة بدون وجود اماكن ايواء فأول ما يبحث عنه السائح عند وصوله الدولة المستضيفة هو مكان الاقامة .
3. البرنامج : لا تنجح السياحة بدون برنامج معين يتفق مع رغبات السائح وهذه البرامج تشمل زيارة المتاحف والاماكن الاثرية والتاريخية واماكن الترفيه والمتعة والمناطق العلاجية والدينية والطبيعية والرياضية بالاضافة الى الخدمات السياحية الاخرى كالمحلات والاسواق والمتنزهات والحدائق .
4. البنية التحتية للسياحة : وتتمثل بالخدمات الاساسية الاولية الواجب توافرها لقيام أي مشروع سياحي او منطقة سياحية ومنها (شبكات المياه– شبكات الصرف الصحي– الكهرباء– الغاز– الطرق والمواصلات – الخدمات الصحية – البنوك ..الخ) فانعدام هذه البنى لا تسمح لأي مشروع سياحي للقيام بخدماته بصورة كاملة .
5. البنية الفوقية للسياحة : تتمثل بمنشآت الاقامة والايواء ومشاريع الاستقبال ومكاتب المعلومات السياحية كوكالات السفر والسياحة – الشركات السياحية – مكاتب ايجار السيارات – المترجمين – المنظمات السياحية – المسارح – الملاعب – السينما – .... الخ .

المتنزه :

هو كل زائر لا تتجاوز مدة اقامته 24 ساعة على الاكثر خارج مقر اقامته المعتادة وهؤلاء لا يدخلون ضمن السياح انما يعتبرون متنزهين .

فمن خلال التعاريف المتعددة للسياحة نستخلص ان : مفهوم السياحة له اساسين ، يختص الاول منها بضرورة انتقال الانسان من موطنه الاصلي او من مقر عمله الى دولة او منطقة اخرى لسبب معين يرتكز على الانتفاع بوقت الفراغ اما الاساس الثاني فيتمثل في عملية الانتقال تكون مؤقته وتتجاوز 24 ساعة وان الانتقال لا يكون بهدف الهجرة او الاقامة الدائمة حيث ان السياحة عبارة عن نشاط مركب يشمل العديد من القطاعات(النقل والإيواء والإطعام والتسلية) وتكون لأسباب عديدة (الترفيه ، الراحة ،

العلاج ، الاعمال ، الرياضة ، الديانة ..... وهي تؤثر وتتأثر بالمحيط الاجتماعي ، الثقافي ، الاقتصادي ، السياسي ، البيئي ، التكنولوجي) .
وحسب معهد التخطيط القومي / اقتصاديات القطاع السياحي في مصر / 1998 .

الاستجمام : Recreation

يقصد به استغلال الفرد لوقت فراغه في ممارسة النشاطات الترفيهية البعيدة عن جو العمل بأنواعه بهدف الراحة البدنية والنفسية .

الزائر : Visitor

هو الشخص الذي يزور بلد غير بلده او مكان اقامته الاعتيادي لأي سبب عدا عن اشتغال وظيفة مأجورة او الاقامة الدائمة في البلد التي يزورها . ويمكن تقسيم الزوار الى مجموعتين لتسهيل قياس حجم الحركة السياحية وتأثيره الاقتصادي وهي :

- سياح Tourists
- متنزهين Excursionists

كما يمكن تقسيم السياح لمجموعتين سائح عالمي/ دولي International Tourist وسائح محلي Domestics Tourist

الزائر العابر : Transient Visitor

أي شخص يسافر في بلد غير بلده لفتره اقل من 24 ساعة شريطة ان يكون كل توقف Stop over لفترة زمنية بسيطة ولأسباب غير سياحية .

12

الأسبوع الثاني والثالث :

من هو السائح . أنواع السياح . دوافع السياحة

الفئـة المستهدفـة : طلبـة الصف الأول / قسم السياحة

الأفكار المركزيـة :

1- توضيح من هو السائح .
2- أنواع السياح .
3- ما هي دوافع السياحة .

الأهداف التعليميـة :

1- بعض المصطلحات المهمة في تخصص السياحة :
   . ما هي الخدمات السياحية
   . النزهة
   . النشاط السياحي
   . التنشيط السياحي
2- ما هي أنواع السياحة بضوء تعدد الدوافع السياحية .
3- ما هي أنواع السياحة الحديثة .

الاختبارات الذاتيـة :

أجوبـة الاختبار :

((المحاضـرة))

13

الأسبوع الثاني والثالث :

من هو السائح – أنواع السياح – دوافع السياحة

السائح :

هو كل زائر مؤقت يقيم في البلد الذي يزوره لمدة 24 ساعة على الاقل بحيث تكون اسباب الزيارة (من اجل الترفيه – الراحة – الصحة – قضاء العطل – الدراسة – الديانة – الرياضة – من اجل اعمال عائلية – حضور مؤتمرات – ندوات علمية – ثقافية وسياسية) وتبعاً لهذا التعريف فأنه لا ينطبق على الاشخاص الذين يرغبون في الحصول على اقامة دائمة او للحصول على عمل . وعليه يمكن أن يعرف السائح على أنه " الشخص الذي يزور البلد او مدينة لمدة 24 ساعة للأغراض التالي (الترفيه – التمتع – الراحة – الصحة – قضاء العطل – الدراسة – الديانة – الرياضة – التاريخ – مؤتمرات – ندوات – ثقافة – زيارات اجتماعية) .

وهناك أشخاص يتنقلون أو يزورن البلدان لكن لا ينطبق عليهم تعريف السائح هم :

1. اعضاء الهيئات الدبلوماسية .
2. افراد القوات المسلحة الاجنبية .
3. العاملون المؤقتون ممن يرتبطون بعقود عمل في دول اجنبية .
4. الاشخاص المقيمين عند الحدود ويعملوا في اراضي دولة اخرى .
5. من يوفد الى بلد بقصد التوطن كاللاجئين السياسيين او طالبي الاستقرار والسكن في بلد ما او الاشخاص الذين يرغبون في الحصول على اقامة دائمة .
6. المسافرون العابرون كالمسافرين الترانزيت (العبور) طاقم الطائرة ، الباخرة ، سائقي القاطرات ، الشاحنات ممن يعبرون البلد ويبقون فيه لفترة تقل عن 24 ساعة .

وانطلاقاً من تعريف السائح يمكن ان نقسم السياح الى :

- السائح العالمي وهو الذي يأتي من بلدان بعيدة عن البلد محل السياحة .
- السائح المحلي (الوطني) وهو الذي يقوم بالسياحة داخل حدود دولته او ما يعرف بـ (السياحة الداخلية) .

ومن خلال ما سبق يمكن وضع تعريف شامل للسائح كما يلي :

السائح : هو الشخص الذي يقوم بزيارة منطقة معينة غير التي يقيم فيها عادة سواء للترويح عن النفس او لأسباب عائلية او صحية او اقتصادية او لحضور اجتماعات دولية او لتمثيل بلاده ادارياً ، دبلوماسياً ، سياسياً ، دينياً ، رياضياً ... عن طريق البر او الجو او البحر لمدة تزيد عن 24 ساعة لا تتجاوز سنة ولا يعتبر سائحا الشخص الذي يوفد إلى البلاد بغرض التوظف او العمل او التوطن .

<u>بعض المصطلحات السياحية المهمة التي يكثر ذكرها :</u>

- **الإقامة الدائمة :** Per meant Residence

يقصد بها الفرد ومكوثه في بلد آخر بصورة مستمرة ودون العودة الى بلد اقامته الاصلية الا في زيارات خاصة .

- **وقت الفراغ :** Leisure

هو الوقت الذي يفضل للفرد بعد طرح الساعات الذاهبة الى العمل والنوم وقضاء الحاجات الرئيسية .

- **الخدمات السياحية :** Tourism Services

وتشمل مجموعة من الخدمات المتنوعة التي يحتاجها السياح مثل خدمات النقل والايواء والطعام والشراب وخدمات الاتصالات والتسويق والرياضة والترفيه وغيرها كثير .

- **النزهة :** Picnicking

هي من الفعاليات الترفيهية ايضاً للسكان حيث الأماكن القريبة وإمكانية تكرار هذه الفعالية لكنها تتطلب التخطيط والنقل والنفقات الاخرى التي لا توازي بمجموعها تناول وجبة طعام في مطعم سياحي راقي .

- **الليالي السياحية :**

مجموع ليالي المبيت التي يقضيها السائحون خارج اوطانهم في وسائل الاقامة في البلد المستقبلة للسائحين .

- **النشاط السياحي :**

هو مجموع الأعمال والأنشطة التي تقدمها الدولة المستقبلة للسائحين بغرض اشباع حاجات ورغبات السياح .

- **الإيرادات السياحية :**

هو اجمالي الايرادات المباشرة وغير المباشرة التي تعود على الدولة من ممارسة النشاط السياحي .

- **الإنفاق السياحي :**

هو إجمالي ما تنفقه الدولة بغرض التنشيط السياحي لإشباع حاجيات السياح وجذب اكبر عدد منهم .

- **المنتج السياحي :**

هو خليط من الظروف الطبيعية (الجغرافية والمناخية والبيئية والحضارية والاجتماعية والدينية وغير ذلك من المقومات) بالاضافة الى الخدمات والتسهيلات السياحية . فالمنتج هو عبارة عن مجموعة من العناصر التي تتواجد في بلد معين فتكون بمثابة مصادر جذب سياحية هامة تعتمد عليها في اثارة الطلب السياحي الخارجي ويمتاز المنتج السياحي بما يلي :

1. تكامل الخدمة السياحية .
2. المنتج السياحي غير ملموس .
3. تنوع المنتج السياحي .
4. الاعتماد على العناصر البشرية والطبيعية .
5. صعوبة التحكم بالمنتج السياحي .

- **التنشيط السياحي :**

وهي تلك الجهود التي تبذل بمختلف وسائل الأعلام والاتصالات السمعية والبصرية والشخصية لتوضيح الصورة السياحية للدولة وابرازها امام المستهلكين السياحيين وجذب انتباههم لزيارة البلد وشراء المنتج السياحي باستخدام مختلف وسائل الرعاية المختلفة كالملصقات والنشرات الدعائية المتعددة بالاضافة الى وسائل الاعلان المسموح والصحف والمجلات والتلفزيون والسينما بالاضافة الى الاعتماد على العلاقات العامة .

أنواع السياحة :

تتحدد أنواع السياحة بتعدد دوافع السياحة ومقومات الجذب السياحي ومن أهم هذه الدوافع ما يلي :

أولا : دوافع تاريخية وثقافية :

تتعلق بمشاهدة الآثار وتاريخ الحضارات القديمة والمواقع الاثرية ومشاهدة الاماكن المهمة في العالم او حضور مهرجانات ثقافية او معارض او الاطلاع على حياة الناس في البلدان الاخرى والتعرف على حياتهم واعمالهم وثقافتهم ونمط حياتهم الاجتماعية والحضارية والثقافية واكتشافها لغرض الثقافة والعلم والمعرفة او لمشاهدة المواقع الحضارية المهمة المشهورة بالعالم مثل زيارة برج الامارات المتحدة وبرج بيزا الايطالي ، برج ايفل في فرنسا ، الاهرام في مصر .

ثانياً : دوافع دينية :

يكون فيها السفر لدوافع الديانة والعبادة كالحج الى الاماكن المقدسة مثل مكة المكرمة وزيارة الاماكن الدينية المشهورة كأضرحة الصحابة او المساجد .

ثالثاً : دوافع عرقية :

وتكون فيها السياحة من اجل زيارة البلد الام لتجديد الروابط الاسرية كزيارة اماكن الميلاد واماكن قضاء الطفولة واماكن سكن الاهل والاقرباء والاصدقاء .

رابعاً : دوافع اقتصادية :

يكون السفر بسبب انخفاض الاسعار في بلد ما مما يؤدي الى تدفق السياح الى هذا البلد لرخص الخدمات المقدمة للسائح وكذلك لرخص السلع وكذلك السفر لغرض الاعمال والتجارة بالنسبة لرجال الاعمال .

خامساً : دوافع صحية :

يكون السفر فيها لغرض العلاج والتداوي ولغرض النقاهة والاسترخاء بعد الشفاء من مرض معين او لغرض الراحة النفسية .

سادساً : دوافع رياضية :

يكون فيها السفر لغرض مشاهدة مباراة رياضية او تشجيع فريق معين او المشاركة في دورة رياضية او لغرض ممارسة العاب معينة مثل التزحلق على الجليد او التزلج على المياه او أي رياضة اخرى .

سابعاً : دوافع اخرى :

يكون فيها السفر بهدف المغامرة او أي هدف آخر ، والتفاخر والمباهاة وكذلك لدراسة ظاهرة علمية معينة او صخور معينة .

وفي ضوء هذه الدوافع تتعدد انواع السياحة تبعاً للدوافع والرغبات والاغراض والاحتياجات المختلفة فهناك الترفيهية والعلاجية والثقافية والدينية والتاريخية والرياضية وسياحة المؤتمرات وسياحة المعاقين وسياحة المعارض فتنقسم انواع السياحة حسب الدوافع (حسب الغرض منها) أي تبعاً لأغراضها الى :

1. **سياحة الترفيه والاستجمام :**

تكون الزيارة فيها من اجل قضاء العطل (الاجازات) في الاماكن التي تشتهر باعتدال الطقس او بمناظرها الطبيعية وهدوء ربوعها وجمال شواطئها وصحاريها وتعرف بانها تغيير مكان الاقامة لغرض الاستمتاع والترفيه على النفس وليس لغرض آخر ويمكن ان يتخللها ممارسة الهوايات المختلفة كالصيد والغوص والتزلج ويعتبر هذا النوع من اقدم انواع السياحة التي عرفها العالم .

2. **السياحة الثقافية :**

تكون فيها الزيارة للمناطق الاثرية المشهورة بآثارها القديمة من مختلف الحضارات ويهدف السائح من خلالها الى تنمية المعارف الثقافية وتكون الزيارة هدفها التعرف على الحضارات القديمة وزيارة المناطق الاثرية ذات الماضي والتاريخ الهام لذلك فهي تجذب نوعيات السياح الذين يرغبون في اشباع رغبة المعرفة وزيادة معلوماتهم الحضارية والتمتع بها بما هو متاح من التراث القديم للبشرية من خلال المتاحف والمعابد .

3. **السياحة العلاجية (الاستشفاء) :**

تكون بهدف العلاج او قضاء فترات النقاهة وتكون في هذه الاماكن التي تحتوي على المستشفيات ذات الطابع الخاص او المصحات او الاماكن لعلاج حالات متميزة وعرف هذا النوع من قديم الزمان ، ويعتمد هذا النوع من السياحة على المقومات الطبيعية الموجودة بالبيئة اعتماداً رئيسياً مثل المناخ الدافئ والرمال الدافئة ومصادر المياه المعدنية والكبريتية .

4. **السياحة الرياضية :**

يقصد بها الانتقال من مكان الاقامة الى مكان آخر لفترة مؤقتة بهدف ممارسة الانشطة الرياضية المختلفة او الاستمتاع بمشاهدتها كالمشاركة في الالعاب الاولمبية وبطولات العالم المختلفة .

5. سياحة الأعمال (التجارية) :

تكون بهدف تجاري يضعه السائح باعتباره الاول ويقوم بها رجال الاعمال والتجار ويزورون فيها المعارض والاسواق التجارية الدولية والقيام بعقد الصفقات التجارية والوقوف على اسعار المنتجات الحديثة في دول اخرى .

6. السياحة الدينية :

تهدف الانتقال من مكان الاقامة الى مناطق اخرى بهدف القيام بزيارات ورحلات دينية داخل وخارج الدولة لفترة من الوقت وتجري في بعضها شعائر دينية معينة وزيارة اماكن خاصة ذات طابع تاريخي وديني كالحج والعمرة ، والاساس في هذا النوع من السياحة هو تلبية نداء الدين واشباع العاطفة الدينية ، كما تشمل زيارة الاثار والمعالم الدينية للتبرك بها وهناك مناطق معينة لها قدسيتها ومكانتها كـ (مكة المكرمة والمدينة المنورة بالنسبة للمسلمين ، والقدس بالنسبة للمسيحيين واليهود والمسلمين ، والفاتيكان بالنسبة للمسيحيين) .

7. سياحة المؤتمرات والاجتماعات :

هي من أنواع السياحة الحديثة التي ظهرت في اواخر القرن العشرين حيث ارتبطت ارتباطاً كبيراً بالنمو الحضاري والاقتصادي الذي شهده العالم وما تبعه من تطور ونمو كبير في العلاقات الاقتصادية والسياسية والثقافية والاجتماعية بين مختلف دول العالم وهناك عوامل شجعت هذا النوع من السياحة على الظهور :

- ❖ زيارة التخصص العلمي والمهني والتطور التكنولوجي ، الامر الذي ادى الى كثرة المؤتمرات واللقاءات العلمية والمهنية والثقافية .
- ❖ كثرة الصراعات التي سادت العالم في المدة الاخيرة وما تبع ذلك من تكتلات دولية نتج عنه تنظيم العديد من المؤتمرات لحل المشكلات السياسية والاقتصادية ومناقشة دراسة البحوث والدراسات العلمية المختلفة لتطوير المجتمع الانساني .

8. سياحة المعارض :

ظهرت بعض الأنشطة السياحية الجديدة كجزء من مكونات النشاط السياحي العالمي من بينها هذا النوع من السياحة الذي يرتبط بالمعارض التي تقام في الدول المختلفة كالمعارض الصناعية والتجارية والفنون التشكيلية ومعارض الكتب فأصبحت المعارض نافذة من نوافذ

حضارية يطل منها الزائرون على الانجازات العلمية والتكنولوجية والحضارية للدول المختلفة وهذا عامل من عوامل التنشيط السياحي .

9. **سياحة المهرجانات :**

تعتبر من أنواع السياحة الحديثة حيث تكون فيها الزيارة للحضور او المشاركة في المهرجانات المختلفة الثقافية والفنية والرياضية والتي تهدف الى تحقيق الرواج العام والجذب السياحي وتحضى سياحة المهرجانات باهتمام كثير من الدول .

أنواع السياحة الحديثة :

1. سياحة المعاقين .
2. سياحة المحفزات .
3. السياحة البديلة .
4. سياحة الاهتمامات الخاصة .
5. سياحة الصحاري والواحات .
6. سياحة المغامرات .
7. سياحة الفضاء .
8. سياحة التسوق .

الأسبوع الرابع والخامس :

العرض السياحي . مفهومه ومكوناته

الفئـة المستهدفـة : طلبـة الصف الأول / قسم السياحة

الأفكار المركزيـة :

1- تعريف ما هو العرض السياحي وما هي مكوناته ...
2- أنواع العرض السياحي .
3- خصائص العرض السياحي .

الأهداف التعليميـة :

1- ما المقصود بالسوق السياحي وممن يتكون ...
2- ما هو المنتج السياحي وما هي دورة حياة المنتج السياحي .
3- ما هي مقومات العرض السياحي في العراق .
4- ما هي الخدمات السياحية وما هي أنواعها ...

الاختبارات الذاتيـة :

أجوبـة الاختبار :

((المحاضـرة))

21

الأسبوع الرابع والخامس :

العرض السياحي – مفهومه ومكوناته

انطلاقا من كون السياحة صناعة لذا يتوجب التعرف على طبيعة هذه الصناعة والمنتج السياحي الذي تنتجه (العرض السياحي) مكوناته وخصائصه وتصنيفاته وكذلك معرفة الطلب على هذا المنتج وكيفية التقاء العرض بالطلب (السوق السياحي) .

السوق السياحي ومكوناته :

السوق عموما يتمثل في العمليات المتصلة من صفقات البيع والشراء والتي تؤثر في تحديد الاسعار ويشتمل على عنصرين اساسين هما العرض والطلب ، والسوق هو التعبير عن التقاء العرض والطلب وهو مجموع فرص الشراء واحتمالات البيع . والجدير بالذكر أن سوق الخدمات يختلف عن سوق السلع والبضائع فبينما يمكن تخزين العديد من السلع والمنتجات , فان الخدمات لا تقبل التخزين بطبيعتها لأنها تنشأ في اللحظة التي يتكون الطلب عليها وبالتالي فان ظروف عرض الخدمات تختلف عن ظروف عرض السلع والمنتجات .

والسياحة ليست في مجموعها سلعة بل هي مركبة من عمليات كثيرة بعضها خدمات وبعضها سلع , فعمليات شركات السياحة عبارة عن خدمات في حين صناعة الفندقة تعد خليطا من الخدمات كالمبيت والإطعام ومن السلع المصنوعة كالمنتجات التقليدية والتذكارات السياحية التي تقبل التخزين. (معهد التخطيط القومي / اقتصاديات القطاع السياحي في مصر / 1998 ص 18) . يعرف السوق آيا كان نوعه بأنه ذلك المكان الذي يلتقي فيه الطلب بالعرض , وبمعنى أخر فان سوق الخدمات السياحية هو ذلك المكان الذي يتقابل فيه الطلب السياحي مع العرض السياحي الذي تقدمه المؤسسات والشركات السياحية العاملة في مجالات الخدمات السياحية .

ومن هنا جاءت أهمية دراسة عناصر السوق السياحي أي كل من العرض السياحي والطلب السياحي والمحددات والعوامل المؤثرة على كل منهما.

- **العرض السياحي يمثل المنتج السياحي :**

فالمنتج السياحي في أي دولة سياحية يمثل جزءً هاماً من تراث وحضارة وتاريخ هذه الدولة وهو يتكون من عناصر مختلفة ومتنوعة ومستقلة بعضها عن البعض الآخر وتعتبر الخدمات السياحية والتسهيلات عنصراً رئيسياً من هذه العناصر لذا تسعى الدول إلى رفع مستوى تلك الخدمات لاعتبارها

عامل مشجع في زيادة حجم الحركة السياحية وهذا ما يسمى بالتنافس بين الدول السياحية على جودة الخدمات السياحية لأنه بالرغم من توفر المقومات السياحية العديدة وعناصر الجذب السياحي الجيدة والكثيرة فأن السياحة لا تسطيع أن تتطور وتزدهر بدون وجود خدمات سياحية جيدة ومتطورة . هذا يتطلب منا معرفة ما هو مفهوم عناصر الجذب السياحي وما هي الدوافع السياحية وبناءً على هذه الدوافع يجب أن تقوم بتحديد أنواع السياحة ومن ثم علينا معرفة ما هو المنتج السياحي وما هي تلك الخدمات السياحية التي تقدم للسائح.

إن تعقد الظاهرة السياحية ترجع بالدرجة الأولى إلى مجموعة المغريات السياحية الطبيعية والاصطناعية والاجتماعية والتاريخية المتوفرة في المنطقة السياحية بالإضافة إلى تشكيلة السلع والخدمات الموجودة فيها في وقت معين وبثمن معين والتي تجعل من السياح ينجذبون نحوها بين عدة مناطق (جهات) سياحية , ويتكون العرض السياحي من عنصرين أساسيين وهما يعتبران أنواعا للعرض السياحي :-

1. **العناصر الطبيعية " العرض الأساسي "** : ويشمل هذه العناصر كل من المناخ , التضاريس بأنواعها , السهول , الوديان , والبحيرات , والأنهار , والشواطئ والشلالات والغابات والطيور والأسماك والحياة البرية والمياه والعيون المعدنية والكهوف والجزر والخلجان وفوهات البراكين الهامدة والصخور الغربية والمستعمرات المرجانية و الحشرات النادرة والفراشات الملونة .
2. **العناصر البشرية " العرض الناتج عن العمل البشري "** :وتشمل وسائل الإقامة المختلفة والمنشآت السياحية ووسائل النقل المختلفة البرية , الجوية ، البحرية , النهرية والموانئ والمطارات والاثار التاريخية والمعالم الثقافية والمعارض الفنية المختلفة والمتاحف المتنوعة والعروض الفنية والفلكلور والسلع السياحية والصناعات التقليدية والاحتفالات الثقافية والدينية المختلفة والمطاعم , ووسائل الاتصال , المصارف , السدود الصناعية , المقاهي .

خصائص العرض السياحي :-

1. عدم المرونة : أي عدم امكانية تغيير طبيعة واستخدامات المشاريع السياحية وتحويلها إلى مشاريع لها استخدامات مغايرة ذات النفقات الباهظة مثلاً من الصعوبة تحويل منتجع سياحي جبلي إلى مطار دولي .
2. تأثره بأسعار السلع والخدمات المتنوعة المتوفرة في المنطقة السياحية .
3. تأثره بمدى قوة الجذب التي تظهرها المغريات السياحية في المنطقة السياحية .

فالعرض السياحي بمجمله يتكون من المنتج السياحي والخدمات السياحية .

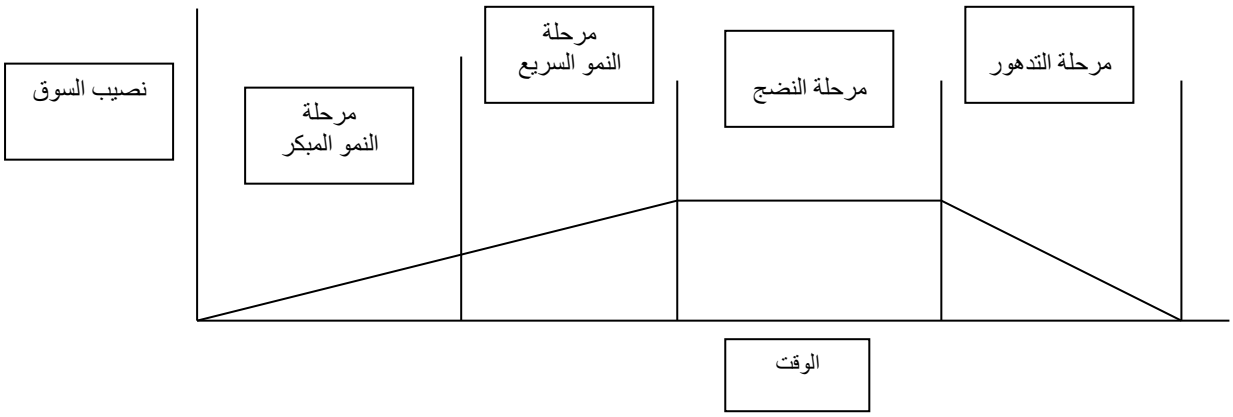
المنتج السياحي :-

هو خليط من الظروف الطبيعية (الجغرافية والمناخية والبيئية والحضارية والاجتماعية والدينية وغير ذلك من المقومات) بالاضافة الى الخدمات والتسهيلات السياحية فالمنتج هو عبارة عن مجموعة من العناصر التي تتواجد في بلد معين فتكون بمثابة مصادر جذب سياحية هامة تعتمد عليها في اثارة الطلب السياحي الخارجي ويمتاز المنتج السياحي بما يلي :

1. تكامل الخدمة السياحية .
2. المنتج السياحي غير ملموس .
3. تنوع المنتج السياحي .

دورة حياة المنتج السياحي :-

لكل منتج دورة حياة معينة يمر بها وتتغير عبر الزمن , فالنسبة للسياحة نلاحظ كيف نشأت ونمت وتوسعت وأصبحت تقدم خدمات متنوعة وكثيرة وعموما فان دورة حياة المنتج السياحي تمر عبر أربع مراحل كما في الشكل التالي :



1. **مرحلة النمو المبكر :**

تكون الخدمة في تتطور مستمر وتصبح مثيرة وتحتاج إلى ترويج كبير واعطاء تفاصيل اكثر عن المكان أو المنطقة السياحية ويبدأ السياح بالتدفق على هذه المنطقة وتبدأ الخدمات بالتنوع والازدهار وتكون المنافسة في هذه المرحلة ضعيفة وتبدأ الارباح بالارتفاع بصورة بطيئة وتزداد حصة السوق من السياح .

2. مرحلة النمو السريع :

تكون المنطقة في هذه المرحلة معروفة ومشهورة لدى السياح وتبدأ الارباح بالصعود السريع وكذلك حصة السوق من السياح والبيع يزداد بصورة سريعة وتبدأ الخدمات بالتوسع والتنوع اكثر وتزداد المنافسة وتبدأ الاسعار بالاستقرار وكذلك الخدمات وتزداد حملة الاعلانات والترويج .

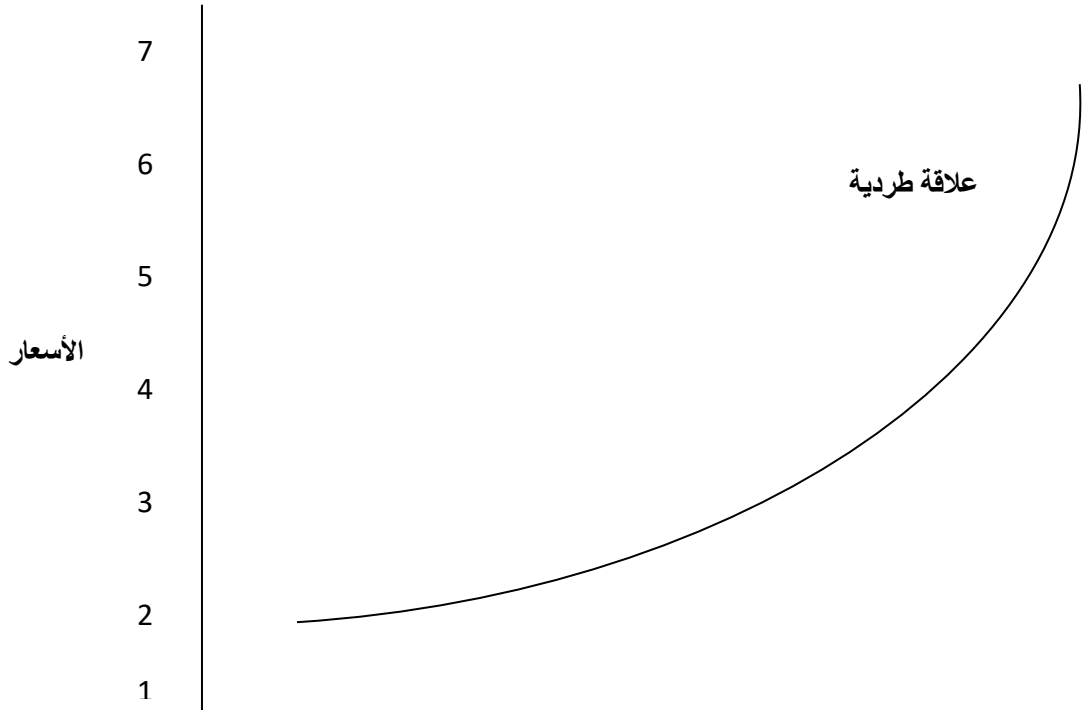
3. **مرحلة النضج :**

في منتصف هذه المرحلة تبدأ الارباح بالانخفاض والبيع كذلك ينخفض وحصة السوق هي الاخرى تنخفض . وفي هذه المرحلة معظم المناطق السياحية المعروفة وصلت مرحلة النضج وتبدأ الشركات هنا بتنويع خدماتها وتنفيذ خططها ومن اجل تحتاج إلى عدة تعديلات على المنتج والخدمات في هذه المرحلة تزداد المنافسة وتصبح مؤثرة وفعالة وشديدة وتزداد الاعلانات والترويج لغرض المحافظة على السوق والتغلب على المنافسة وتخفيض الاسعار .

4. **مرحلة التدهور :**

في هذه المرحلة تبدأ الارباح بالهبوط السريع وتقل حصة السوق وتقل المبيعات واذا استمرت هذه المرحلة طويلاً تؤدي إلى نهاية المنطقة السياحية أي سوف لا يزورها أي سائح إلا اذا تم صرف مبالغ كبيرة للإعلان والترويج .

وبدراسة علاقة العرض السياحي بالأسعار تبين بأن هناك علاقة طردية بين العرض السياحي والاسعار أي كلما ارتفع سعر المنتج السياحي ارتفع العرض السياحي نتيجة اقبال عدد من المستثمرين إلى الاستثمار في المشروعات السياحية المختلفة نظرا لربحية هذه المشروعات كما في الشكل التالي :

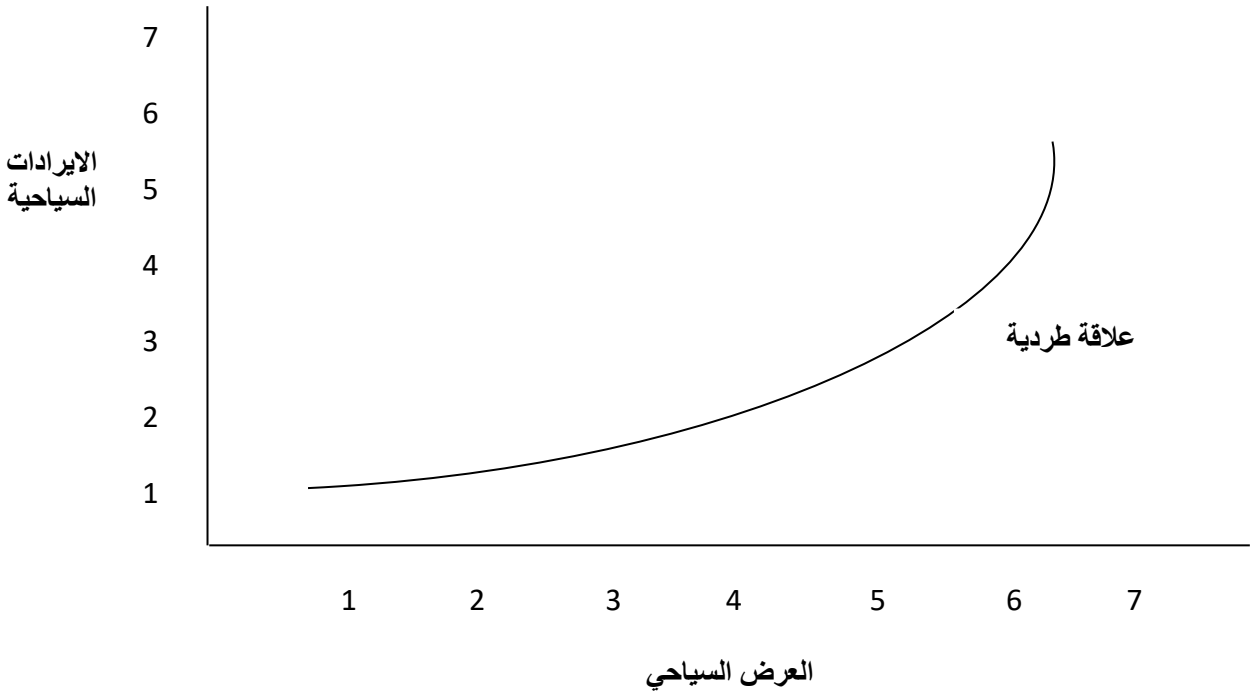


22

العرض السياحي

25

كما توجد علاقة طردية بين العرض السياحي (المنتج السياحي) وبين الايرادات السياحية التي تتحقق من بيعه كما في الشكل التالي :-



مقومات العرض السياحي في العراق :-

1. **الموارد الطبيعية** : للعراق خصائص مناخية مختلفة فهناك الإقليم الصحراوي والجنوبي ذو البيئة المائية في الاهوار وإقليم الوسط والإقليم الجبلي في الشمال . ووجود الغابات بمساحة واسعة والآثار الحضارية في وداي الرافدين والمياه المعدنية حيث يحتوي العراق على (166) ينبوع من الينابيع الحارة والبادرة والتي تستعمل في الاستشفاء من إمراض الروماتيزم والمفاصل وبعض الإمراض الجبلية .

2. **الطرق والمواصلات :** تطورت كثيرا عما كانت عليه في السابق الا انها لا تزال لا تتماشى مع ما يتلاءم مع التنمية السياحية المرجوة .
3. **البنية الفوقية :** لا تزال لا تلبي احتياجات التنمية السياحية .
4. **البنية التحتية :** نظرا لكون البنية الفوقية ضعيفة لذلك فان البنية التحتية حتما ستكون ضعيفة هي ايضا .

الخدمات السياحية :

وتمثل الجزء الثاني من العرض السياحي ويشمل مفهوم الخدمات السياحية جميع أنواع الخدمات التي تقدم للسياح مثل خدمات الفنادق والمطاعم والمحلات السياحية العامة وشركات السياحة والنقل السياحي والترفيه والمشتريات السياحية وتساهم الخدمة السياحية في تحقيق الأهداف العامة للسياسة التسويقية السياحية من خلال تقديم منتج سياحي على مستوى راقي من الجودة وبالسفر المناسب الذي يحقق رضاء السائح وإشباع رغباته وحاجاته .

ويمكن تعريفها أيضا بأنها :

الرحلات السياحية الشاملة والتي تشمل على التذكرة الخاصة بالسفر والترتيبات الأرضية من فنادق ومنتجعات سياحية وشقق وفلل وملاهي ومتنزهات وحضور مهرجانات ومعارض ومؤتمرات وحجز رحلات بحرية ورياضية ترفيهية وغيرها وغير من الخدمات التي تقدم للسائح في البلد السياحي .

أنواع الخدمات السياحية الأساسية :

1. **خدمة الإقامة :**

تقدمها جميع وسائل الإقامة السياحية المعروفة مثل الفنادق والموتيلات والقرى السياحية والمخيمات والشقق

وبيوت الشباب .

2. **خدمة الإعاشة (الأطعمة والمشروبات) :**

تقدمها وسائل الإقامة المختلفة بالإضافة إلى المطاعم والكافيتريات والمحلات العامة والشعبية .

3. **خدمة النقل السياحي :**

تتولى شركة النقل السياحي العامة والخاصة ووسائل النقل العامة والشركات السياحية وبعض الفنادق ومكاتب تأجير السيارات تقديم هذه الخدمة تيسيرا للسائح في التنقل من مكان إلى آخر داخل البلد المضيف .

4. خدمة شركات ووكالات السفر :

تقوم هذه الشركات والوكالات بتقديم خدماتها للسائحين مثل الحجز بالفنادق ووسائل النقل الداخلية والحجز والرحلات الجوية الدولية والمحلية إلى غير ذلك من الخدمات .

5. خدمة المعلومات السياحية :

تقدم هذه الخدمة بعض الفنادق الكبرى ومكاتب الاستعمالات السياحية الرسيمة والخاصة للدول السياحية سواء داخل الدولة أو خارجها عن طريق مكاتبها الموجودة في الدول الأخرى .

6. خدمة المشتريات السياحية :

هذه الخدمة تقدمها محلات بيع الهدايا والتذكارات السياحية وبعض المحلات العامة الأخرى التي تبيع مثل هذه السلع السياحية .

7. خدمة الاتصالات :

تقدم هذه الخدمة مكاتب حكومية تابعة للدولة بالإضافة إلى المكاتب الخاصة بالفنادق وفي العصر الحالي أصبحت خدمة الاتصالات متوفرة في معظم دول العالم السياحية ولكن يختلف مستوى تقديم تلك الخدمة حسب إمكانيات الدولة السياحية وقدرتها الاقتصادية لأن الاتصالات تتطلب بنية تحتية قوية ومكلفة .

8. خدمة الترفيه السياحي :

تقدمها المحلات العامة السياحية ومختلف وسائل الترفيه السياحي العاملة في الدولة السياحية وتكون متنوعة للتلبية رغبات واحتياجات السائحين المتعددة .

28

الأسبوع السادس . الثامن :

الطلب السياحي . خصائصه . الموسمية

الفئـة المستهدفـة : طلبـة الصف الأول / قسم السياحة

الأفكار المركزيـة :

1- ما هو مفهوم الطلب السياحي . خصائصه .
2- ما هي علاقة الطلب السياحي بالموسمية .

الأهداف التعليميـة :

1- ما هو الطلب وما هي أنواعه .
2- ما هي سياسات تنشيط الطلب السياحي .
3- توضيح الطلب السياحي في العراق .
4- ما هي أهمية تقدير حجم الطلب السياحي .
5- ما هي العوامل المؤثرة في الطلب ..

وما هي العوامل التي تؤدي إلى زيادة الطلب السياحي .

6- مشكلة الموسمية والعوامل التي تؤدي إلى تخفيف هذه المشكلة .

الاختبارات الذاتيـة :

أجوبـة الاختبـار :

((المحاضـرة))

29

الأسبوع السادس – الثامن :

الطلب السياحي – خصائصه الموسمية

الطلب السياحي :

يشير مصطلح الطلب السياحي إلى كمية السلع والخدمات التي يعرب السياح عن استعدادهم لشرائها من مكان ما ولقاء ثمن معين وخلال فترة زمنية محددة . أما خصائص الطلب السياحي فهي :

1- **المرونة** Flexibility ..... فهو يميل إلى الارتفاع بانخفاض سعر السلع والخدمات في المنطقة السياحية والعكس صحيح .
2- انه يتأثر بالإمكانيات المادية للفرد وفيما إذا كان لديه أي فائض للدخل يمكن توجيهه نحو السياحة والسفر .
3- عدم المعاودة والرجوع فالسائح بطبيعته يميل إلى تغيير وتبديل الجهة السياحية التي سبق وأن توجه إليها خصوصا لو توفرت البدائل .
4- انه متنوع وذلك لاختلاف الدوافع والميول والاتجاهات لدى السياح .
5- انه يتأثر بالدعاية بكل أنواعها المعروفة .
6- انه يتأثر بالواقع السياسي والاجتماعي السائد في البلد المقصود والظروف الأمنية .
7- انه في ارتفاع دائم مع ارتفاع الحركة السياحية العالمية .
8- انه يتأثر بالموسمية Season , وهي موسم الذروة وموسم الكساد .

ويقسم الموسم السياحي إلى ثلاث مواسم ثانوية وهي :-

أ – موسم ما قبل الموسم السياحي .

ب – الموسم الرئيسي (موسم الذروة) Peak Season .

ج – موسم ما بعد الموسم الرئيسي (موسم الكساد) off Season .

9- كما أنه شديد التأثر بوقت الفراغ Leisure هو الوقت الذي يفضل للفرد .

أنواع الطلب السياحي

1. **الطلب السياحي العام** General Demand :- أي طلب على عموم (إجمالي) الخدمات السياحية المتوفرة في بلد ما مثل ايطاليا أو بريطانيا من قبل السائح أو مجموعة سواح .
2. **الطلب السياحي الخاص** Particular Demand :- أي الطلب على الخدمات السياحية المرتبطة ببرنامج سياحي معين من قبل سائح او مجموعة سواح وهو طلب خاص بسائح أو مجموعة .

3. **الطلب السياحي المشتق** Derived Demand :- أي الطلب على الخدمات التكميلية أو الخدمات السياحية الداخلة في تركيبة البرنامج السياحي مثل الطلب على شركة الطيران أو الفندق ويتضمن أنواع الطلب الثلاثة وبإمكان تحيل الطلب المشتق إلى الطلب الخاص ومن ثم تحويله إلى الطلب العام .

وهناك أيضا أنواع أخرى وهي :

1. **الطلب السياحي الفعال** : هو الحالي الذي يتحقق فعلا بتوفير جميع عناصر الطلب .

الطلب السياحي الكامن Potential Demand : وهو الذي لا يتحقق حاليا لافتقاره إلى احد تلك العناصر أو أكثر بعكس الأول منها . * توفر الرغبة في السفر والسياحة لدى الأشخاص . * توفر وقت الفراغ الكافي . * توفر الإمكانيات المالية لتغطية السفر * توفر الظروف المناسبة للقيام بالسفر . * توفر المعلومات الكافية حول الجهة السياحية وتفاصيل السفر من خلال وسائل الإعلام والترويج .

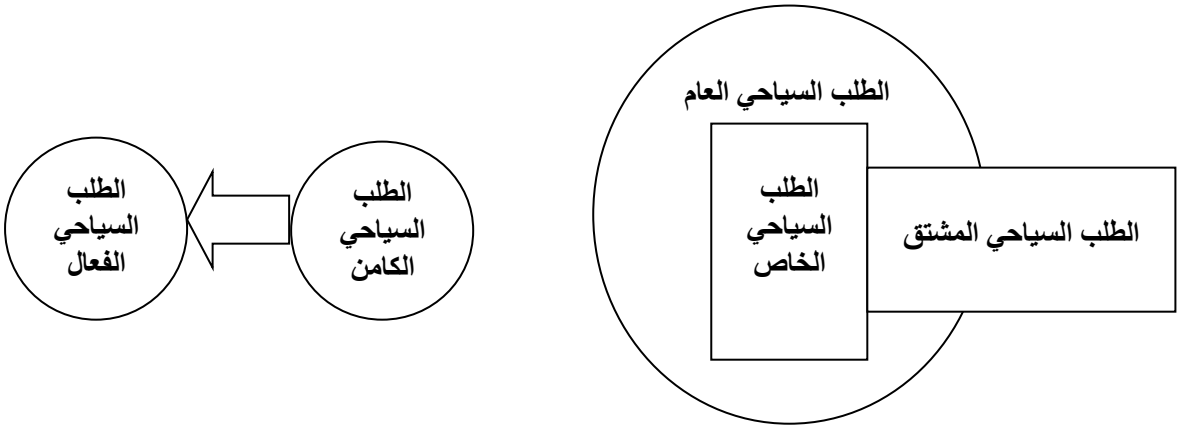
وبالإمكان تحويل الطلب الكامن الى الطلب الفعال عن طريق :

- زيادة البرامج والتنوع فيها .
- توفيرها اسعار مختلفة لتتناسب وامكانيات جمع الفئات .
- توفير الخدمات الاساسية والمكملة ورفع مستواها .
- توعية السياح واحاطتهم علماً بالمعلومات اللازمة .
- اعتماد الخطط الضرورية في سبيل ذلك .
- ادامة هذه الخطط والاستمرار فيها .

سياسة تنشيط الطلب السياحي :

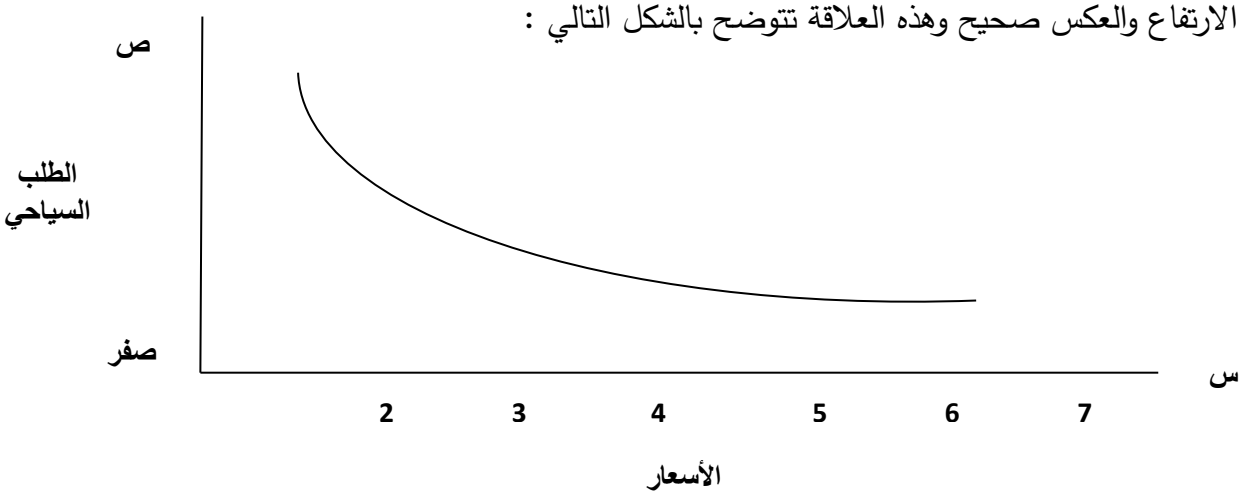
التنشيط السياحي يشمل كل من الدعاية والاعلان والعلاقات العامة ففي تكامل هذه العوامل تتكون سياسة التنشيط السياحي

أ- الدعاية .... ب – الإعلان .... ج- العلاقات العامة .

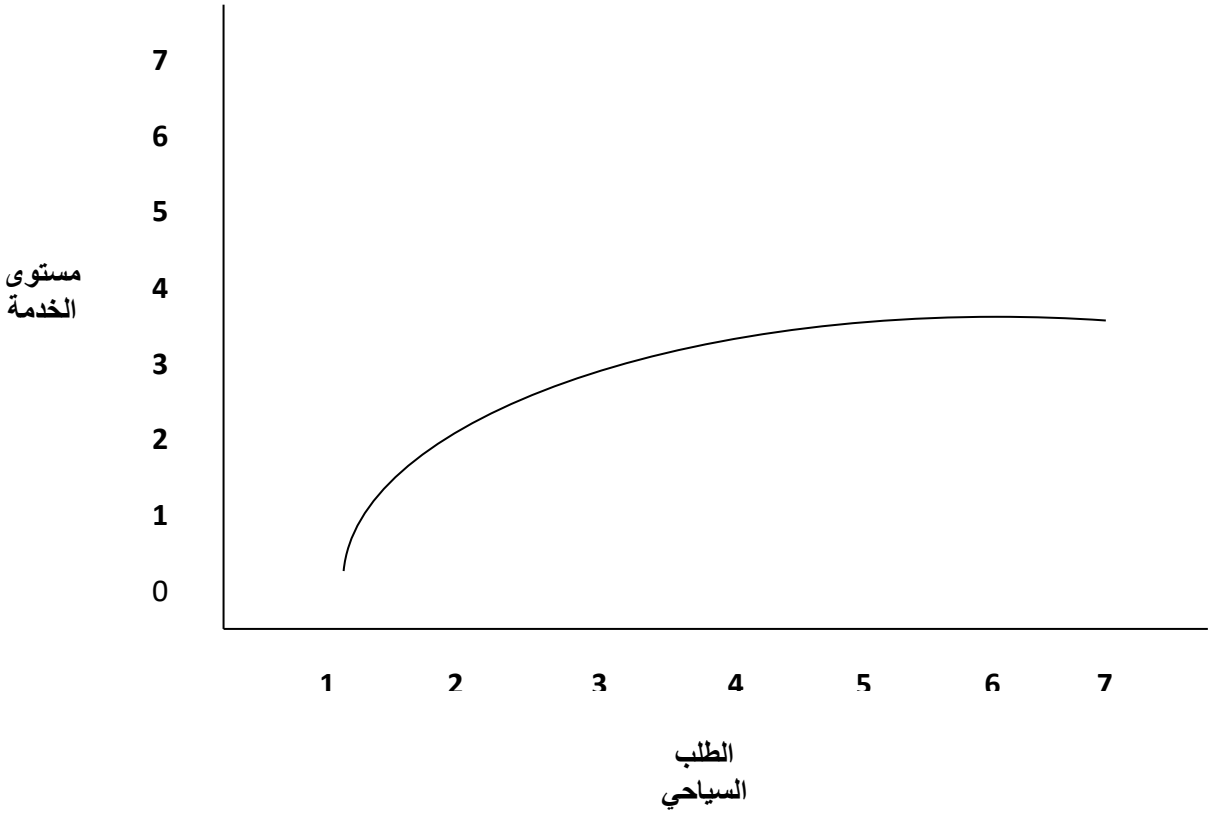


31

وبدراسة علاقة الطلب السياحي بالأسعار يتبين انه كلما انخفضت الاسعار اتجه الطلب السياحي الى الارتفاع والعكس صحيح وهذه العلاقة تتوضح بالشكل التالي :



وبدراسة علاقة الطلب السياحي بمستوى الخدمة السياحية يتبين انه كلما ارتفع مستوى الخدمات السياحية يتبين مع ثبات الاسعار ادى ذلك الى اتجاه الطلب السياحي الى الارتفاع ، أما إذا أنخفض مستوى الخدمة السياحية اتجه الطلب السياحي إلى الانخفاض وهذه العلاقة تتوضح بالشكل التالي :



32

الطلب السياحي في العراق :

تؤثر عوامل مختلفة في حجم الطلب السياحي في العراق واهمها :

1. **الدخل القومي :** بدأ الدخل يتنامى منذ اوائل السبعينات الى اوائل الثمانينات حيث تشير الدراسة على ان الدخل الفردي ارتفع من (109.3) دينار في عام 1971 حتى وصل الى (998) في عام 1980 وادى ذلك على نمو الانفاق الشهري للفرد وتنامت القوى الشرائية .

2. **الأسعار :** لما كان انخفاض الاسعار يزيد من الاقبال على السياحة وان التكاليف اليومية للسائح في العراق في الفنادق الممتازة مع وجبة فطور مجانية اقل من دول الخليج الى حوالي النصف . هذا يشجع على زيادة الطلب السياحي .

3. **النمو السكاني :** لقد ازداد عدد السكان في العراق منذ تعداد 1947 حتى تعداد 1977 حوالي ثلاثة اضعاف أي من (4.8) مليون الى (12.8) مليون حتى بلغ عدد السكان في تعداد 1997 حوالي 25 مليون نسمة . كل هذا يؤدي الى زيادة الطلب وزيادة عدد السياح العراقيين .

4. **تطور العلم** : يقاس ذلك بعدد المدارس ومؤسسات التعليم العالي وزيادة الانفاق عليهما الامر الذي ادى زيادة الثقافة والوعي والتعلم فكلما زاد ذلك زاد الوعي بأهمية السياحة ودورها في الاقتصاد .

5. **امتلاك السيارة** : نتيجة ارتفاع الدخل القومي للبلد وارتفاع الدخل الشهري للفرد ادى ذلك الى زيادة عدد المالكين للسيارات الخاصة الامر الذي يساعد على زيادة حركة السياحة والترفيه والاستجمام ومن ثم زيادة في الطلب السياحي.

أهمية تقدير حجم الطلب السياحي :

1. امكانية تقدير حجم النشاط السياحي المتوقع في الدولة .
2. وضع خطة سليمة وملائمة للطاقة الاستيعابية تستطيع مواجهة الطلب السياحي المتوقع في المستقبل .
3. تنمية المرافق والخدمات السياحية في الدولة .
4. امكانية تقدير الايرادات السياحية المتوقعة .
5. وضع خطة واقعية لمستقبل الاستثمار السياحي تبنى على التقديرات المختلفة لحجم الطلب السياحي .

العوامل المؤثرة في الطلب ولعل اهمها :

1. **سعر السلعة او الخدمة** : فزيادة سعر الخدمة يؤدي لقلة الطلب عليها مع بأن مرونة الطلب السعرية هي التغير النسبي في الطلب نتيجة التغير النسبي في السعر .
2. **نوعية السوق** : ان حجم الطلب على منتجات وخدمات المشروع يمثل منحنى الايراد المتوسط الذي يتوقف اتجاهه على شكل السوق الذي يعمل بها المشروع والتي تختلف من سوق منافسة كاملة الى سوق منافسة احتكارية ، الى سوق احتكار القلة او الاحتكار المطلق .
3. **دخل المستهلك ورغباته** : يلعب دخل المستهلك دوراً اساسياً في دور الطلب لان أي مشروع يجب ان يحدد فئات المستهلكين التي يوجه لها سلعة او يقدم لها خدماته وبذلك يتوجب عليه تقدير الطلب المناسب لحجم مبيعاته التي يخطط لها في المستقبل بما يتلاءم مع اشباع حاجات ورغبات زبائنه ومستهلكيه وجذب مستهلكين جدد .

4. **اسعار السلع او الخدمات البديلة او المكملة :** حيث نعلم ان السوق تحوي العديد من المشاريع المنافسة التي تقدم سلع وخدمات بديلة والمستهلك دوماً يتجه نحو السعر المنخفض وهنا يتحدد الطلب وفق معامل مرونة الطلب المتقاطعة او معامل الاحلال بين هذه الخدمات .
5. **الخطة الاستثمارية القومية :** تقوم الدولة بإعطاء اولوية لتنفيذ بعض المشاريع في الخطة الاستثمارية وتساعد معرفة توزيع استثمارات الخطة على القطاعات المختلفة في امكانية التنبؤ بحجم الطلب على السلع والخدمات في المستقبل فمن خلال معرفة الاستثمارات المخصصة لقطاع السياحة يمكن تقدير الطلب المتوقع على خدمات المشاريع السياحية .
6. **الدخل القومي ونمط توزيعه :** يعتبر مستوى الدخل القومي واسس توزيعه من اهم العوامل التي تحدد شكل الانفاق الاستهلاكي للفرد والمجتمع الذي يتوقف عليه حجم الطلب الكلي اذ ان حجم الطلب يتدرج بين شرائح اصحاب الدخل " منخفضة ومتوسطة ومرتفعة " .
7. **التدخل الحكومي :** ان تدخل الحكومة مهم لضمان نجاح السياسات المتبعة والتي تؤثر على حجم الطلب والعرض الكلي مثل سياسة الضرائب .
8. **عدد السكان ومعدل نموهم واتجاهات ميولهم :** فالزيادة السكانية تعني زيادة الطلب الكلي وتختلف احتياجات السكان وفقاً للمستوى العلمي والاجتماعي والمادي ، كما يتبع حجم الطلب اذواق وعادات المستهلكين ونمط الاستهلاك السائد .
9. **جودة السلع او الخدمة :** كلما زادت جودة سلع وخدمات مشروع معين كلما كانت حصته في السوق اكبر وبالتالي زيادة مبيعاته وارباحه وقدرته التنافسية .

أهم العوامل التي ادت الى التوسع والزيادة في الطلب السياحي :

- ❖ التقدم العلمي والتكنولوجي والمعلوماتي الذي يعيشه العالم والتطور الكبير في وسائل النقل البري والبحري والجوي .
- ❖ ارتفاع مستويات المعيشة وزيادة الدخول الموزعة في كثير من الدول المصدرة للسائحين .
- ❖ التقدم في مجال المعلومات وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات وتوفير المعلومات والبيانات والاتصال الجيد بين الدول المصدرة والمستقبلة .
- ❖ اهتمام كثير من الدول السياحية بمقوماتها الطبيعية والصناعية وخدماتها السياحية بشكل ملحوظ .
- ❖ ظهور الرحلات السياحية الشاملة التي تنظمها الشركات السياحية العالمية في معظم دول العالم بأسعار منخفضة .

الموسمية :

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

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

ان السياحة الدولية منتج تصديري ويعاني من مشاكل عدم الاستقرار كما ذكر سابقاً لأنه يتعلق بتأثيرات من القوى الخارجية من خارج الدولة المستضيفة كوجود الاضطرابات السياسية او تغييرات في اسعار الصرف وكذلك التغييرات المناخية غير المتوقعة بالاضافة الى مشكلة موسمية (موسمية النشاط) التي تؤثر بدرجة كبيرة على النشاط السياحي لان النشاط السياحي في غالبيته نشاط موسمي لوجود عوامل تؤدي الى الموسمية اهمها تركز العطل المدرسية وكذلك العطل في المنشآت الصناعية وغيرها في موسم معين بالاضافة الى العوامل المناخية والجغرافية في كل الدول المصدرة والمستقبلة للسياح التي تساعد على هذه الظاهرة الامر الذي يؤدي الى تركز الطلب السياحي في موسم معين اكثر من موسم آخر وهذا يسمى (موسم الذروة) لذا تسعى المؤسسات السياحية والفندقية الى ضرورة تحقيق ارباح كافية خلال موسم الذروة وادخار جزء من العائد السياحي لمواجهة (موسم الكساد) .

وبذلت كثير من الجهود من اجل تخفيف وطأة الموسمية على السياحة منها :

1. خفض نفقات السياحة واسعار خدماتها في الفترات المتوقع حدوث انخفاض في مستوى الطلب مع تشجيع السياحة الداخلية بأسعار خاصة .
2. خفض نوعية الخدمات التي تقدم خلال (موسم الركود) ويقتصر تقديم الخدمات لمن يطلبها من اجل خفض نفقات السياح .

* واحد أهم أسباب الموسمية هو كون المنتج السياحي غير قابل للتخزين والنقل من مكان الى آخر كما في العديد من منتجات الصناعات الاخرى وبما يتفق وحجم العرض والاسعار .

الأسبوع التاسع . الثالث عشر :

السياحة صناعة مركبة . علاقتها مع باقي الصناعات

الفئـة المستهدفـة : طلبـة الصف الأول / قسم السياحة

الأفكار المركزيـة :

1- توضيح مفهوم السياحة صناعة مركبة .

2- علاقة السياحة بالعلوم والصناعات الأخرى .

الأهداف التعليمية :

1- توضيح مكونات المنتج السياحي :

. الموارد

. النقل

. الإيواء

. أسعار البرامج

. الخدمات المالية والتجارية

2- علاقة السياحة بالبيئة والمجتمع والاقتصاد .

الاختبارات الذاتية :

أجوبة الاختبار :

((المحاضرة))

37

الأسبوع التاسع - الثالث عشر :

السياحة صناعة مركبة – علاقتها مع باقي الصناعات

السياحة صناعة مركبة :

يعتبر المنتج السياحي منتج مركب يتكون من (سلع + خدمات) التي تبيعها المنشآت السياحية كالإقامة والنقل والهدايا والتذاكر ودور اللهو ومنها ما يتعلق بالتي تبيعها المنشآت الأخرى (التجارية) ومنها ما يتعلق بالخدمات الأخرى .

بعد تحديد مفهوم وتعريف كل من السياحة والسائح يجب التطرق إلى خصائص السياحة على أنها صناعة مميزة وتختلف عن باقي الصناعات نظراً لتداخل العديد من المكونات التي تدخل في تركيبها وما

دامت هذه الصناعة مركبة رأينا من الضروري تحديد أهم الأسباب التي تؤدي إلى القيام بها وأهم مكوناتها وأركانها ودعائمها وأهم علاقاتها مع العلوم والصناعات الأخرى .

أن المنتج السياحي يتمثل بـ (عوامل الجذب السياحي + الخدمات السياحية) والذي بدوره يمثل العرض السياحي . وتشمل عوامل الجذب السياحي (الموارد السياحية الطبيعية والتاريخية والأثرية والدينية) وهذه عناصر الجذب السياحي لا يتاح للسائح من خلال السياحة على شكل منتج سياحي وهذا المنتج السياحي لا يتاح للسائح إلا بتوفر خدمات سياحية وسلع وخدمات مساعدة تلك التي تتمثل بالتسهيلات السياحية التي من الضروري أن تتواجد جنباً إلى جنب مع الموارد السياحية . إذاً المنتج السياحي هو منتج مركب فهو مزيج من مجموعة عناصر تتكامل مع بعضها البعض وتؤثر وتتأثر بالقطاعات الأخرى في المجتمع .

تتألف السياحة من عدة عناصر تتراوح بين العناصر الطبيعية والبشرية والحضارية وترتبط ارتباطاً وثيقاً مع محيطها الاجتماعي والسياسي والبيئي والاقتصادي والقانوني . إذن السياحة مركبة من عمليات كثيرة بعضها خدمات وبعضها سلع . فعمليات شركات السياحة تعتبر خدمات في حين صناعة الفندقة والإيواء والأطعمة تعد خليطاً من سلع وخدمات .

وتتمثل مكونات المنتج السياحي (العرض السياحي) من المكونات الآتية :

1. **الموارد السياحية:** أ – طبيعية

   ب– اصطناعية (من صنع الإنسان)
2. **النقل والمواصلات .**
3. **الإيواء (المبيت) .**

4. **الحرف والصناعات التقليدية والفلكلور الشعبي .**
5. **التنمية الصحية .**
6. **الخدمات المالية والتجارية .**
7. **أسعار البرامج والخدمات (الأسعار) .**

للسياحة علاقات عديدة ومتعددة بجميع العلوم والوزارات الخدمية والتجارية فمنها :

1– علاقة السياحة بالصناعة :

يحتاج استقبال السياح إلى منتجات وزارة الصناعة من أثاث وأجهزة ووسائل نقل بالإضافة إلى السلع والحاجيات والطعام والشراب فكلما زاد عدد السياح القادمين على البلد تزداد الحاجة إلى هذه السلع والحاجيات وبالتالي ستؤدي إلى زيادة دخول من المنشآت الصناعية والتجارية والزراعية . كما أن السياح

يحتفظون بجزء كبير من ميزانيتهم الترويجية لغرض انفاقها على شراء السلع والصناعات التقليدية والفلكلورية والتذكارات .

2- علاقة السياحة بالزراعة والصناعات الغذائية :

تتأثر الزراعة باعتبارها إحدى قطاعات الإنتاج والاقتصاد وفي أي بلد سياحي فهي تمد السياحة بكثير من متطلباتها من السلع الزراعية سواء كانت نباتية أم حيوانية وقدر أن ينفق السائح حوالي 32% من أمواله على الطعام والشراب والذي هو من إنتاج القطاع الزراعي . لذلك فأن السياحة تشجع على تطوير القطاع الزراعي وزيادة إنتاجه .

3- علاقة السياحة بالصناعات التقليدية والفلكلورية الشعبية :

تعتبر الحرف والصناعات اليدوية والفلكلورية أحد أهم مكونات المنتج السياحي (العرض السياحي) وهي ايضاً من العوامل المشجعة لجذب السياح وتساهم في تعزيز الإيرادات السياحية وخلق فرص عمل للمواطنين فالسائح يحتفظ بحوالي 3/1 أمواله لينفقها على شراء الهدايا والتذكارات والملابس الشعبية والفلكلورية للبلد المضيف التي تعكس حياة السكان المحليين لهذا البلد . كل بلد لها عاداتها وتقاليدها في الصناعة الشعبية والفلكلورية (الملابس التراثية – العروض الخاصة بالأزياء الشعبية والمهرجانات) وكذلك ما يحتويه البلد من منتجات للأسواق الشعبية كسوق الصفافير والأسواق التراثية الشعبية في كل المحافظات .

وما تملكه محافظة نينوى من الفلكلور الشعبي والصناعات المحلية ذلك الذي يعتبر من أهم عناصر الجذب السياحي بالإضافة إلى ما تحويه من أزياء شعبية – فلكلورية (كردية وعربية ومسيحية ويزيدية وشبكية وتركمانية) ومن جميع أطياف شعب المحافظة .

4- علاقة السياحة بالنقل السياحي :

يعتبر النقل السياحي أحد أهم العناصر السياحية لقيام النشاط السياحي على اعتبار ان المنتج السياحي لا ينقل بل يستوجب السائح (المستهلك) إلى عين المكان , فالارتباط وثيق بين النقل وصناعة السياحة حيث أن التطورات الكبيرة التي عرفتها صناعة السياحة كانت نتيجة التطور الكبير الذي عرفته صناعة النقل (البرية , البحرية , الجوية) . فكان للنقل الجوي الأثر الكبير في ظهور العديد من الدول على خريطة العالم السياحية .

ويشمل النقل السياحي الأنواع التالية :

أ- **النقل الخارجي** .. ويشمل انتقال السائح من بلده الأصلي إلى الدول المستضيفة وهذا يتم بواسطة الطائرات أو السفن أو وسائل النقل البري (السيارات و الحافلات والسكك الحديدية .....) والتي تحدد بموجب بعد المسافة وتكلفة النقل ومدة الرحلة .

ب- **النقل الداخلي** .. يقصد به جميع التنقلات الداخلية التي يقوم بها السائح داخل الدولة التي يزورها باستخدام كافو وسائل النقل السياحي .

ومن أهم الوسائل المستعملة في النقل السياحي نجد :

1. **النقل الجوي** .. والذي يعتبر وسيلة سريعة ومريحة إلى حد كبير وينقسم إلى الأنواع التالية :

*** النقل الجوي المنتظم :**

وهو النشاط الذي يقوم به شركات الطيران العالمية وفق جدول منظم معترف به دولياً وتلتزم به كل دولة

تبعاً للقواعد التي تحددها , وتتولى هذا النشاط شركات عالمية للطيران مملوكة للدولة أو شركات خاصة .

*** النقل الجوي غير المنتظم :**

يعتبر هذا النوع من الظواهر الحديثة التي برزت حديثاً حيث ظهرت في الستينات وخاصة في انكلترا وانتشر في دول أخرى لعدة عوامل لعل أهمها :

أ – تزايد الحركة السياحية .

ب – زيادة الطلب على هذا النوع من الطيران لانخفاض سعر الرحلة .

ج – ظهور كثير من شركات الطيران التي تسمح بتأجير طائراتها للمجموعات السياحية التي تفضل هذا النوع من الرحلات .

*** التاكسي الطائر :**

يستخدم هذا النوع طائرات صغيرة تمتلكها شركات صغيرة تتسع لـ (5 – 25 شخص) وهذا ينتشر في كثير من الدول في العالم .

2. **النقل البـري** .. يتحدد النقل البري في مختلف دول العالم في وسيلتين هما السيارات والسكك الحديدية .

أ – السكك الحديدية :

باعتبارها الوسيلة الرئيسية للنقل البري للسياح بين الدول وبفضل التكنولوجيا الحديثة تطورت السكك الحديدية وأصبحت من السرعة العالية وأكثر راحة من قبل .

ب– الســيارات :

حيث أصبحت من الوسائل الرئيسية في الدول المتحضرة وتضم السيارات الصغيرة

والحافلات الكبير وتتميز السيارات بمزايا عديدة منها الراحة والأمان وانخفاض كلفتها ولقد ساعدت السيارات في انتشار السياحة بين دول العالم .

3. **النقل المائي** .. ينقسم إلى نقل بحري ونقل نهري :

أ – النقل البحري :

ويعتمد على البواخر والقوارب وقد تطور هذا النوع من النقل تطوراً كبيراً خصوصاً في مجال نقل الركاب بعد ارتفاع سعر السفر بالطائرات .

ب–النقل النهري :

ويوجد هذا النوع في البلدان الحاوية على أنهار طويلة مثل انكلترا وفرنسا ومصر ويعتبر هذا النوع من النقل من أرخص أنواع النقل وتستخدم فيه البواخر السياحية والأوتوبيسات والقوارب التجارية والشراعية .

5– علاقة السياحة بالعلوم الأخرى :

نظراً لتعدد وتباين أنواع السياحة وأغراضها جعل نجاحها يتوقف إلى حد كبير على الاهتمام بالعديد من المجالات التي تؤثر وتتأثر بالنشاط السياحي كما أن التخصص العلمي جعل من دراسة السياحة دراسة متكاملة تشمل العديد من العلوم الأخرى ذات الصلة المباشرة بها ومن أهم هذه العلوم :

1. **علم الاقتصاد** .. تلعب السياحة دوراً هاماً في تنشيط اقتصاديات كثير من الدول وأصبحت تمثل مصدراً رئيسياً للدخل الوطني نتيجة إنفاق السياح والذي يأخذ صورا متعددة منها الإقامة واستخدام وسائط النقل والغذاء والترفيه والمشتريات بالإضافة للأثر المضاعف الذي يولده هذا الإنفاق الناشئ من دوران الإيرادات السياحية في دورات اقتصادية متنوعة تولد رواجاً وانتعاشاً في مختلف المجالات وإضافة إلى ذلك هنالك روابط بين قطاع السياحة والقطاعات الأخرى سواء كانت صناعية أو زراعية أو إنتاجية أو خدمية التي تشترك في تقديم المنتج السياحي لذلك فأن النهوض بالسياحة يتطلب دراسة كافة المتغيرات الاقتصادية .

2. **الإحصاء** .. يعتبر ترجمة رقمية للأنشطة الإنسانية المختلفة لتساعد على التعرف على اتجاهاتها وعلى تحليلها للتمكن من وضع الخطط والاستراتيجيات المتعلقة بها على أسس علمية سليمة وتستخدم الإحصائيات السياحية لقياس العوامل المؤثرة على السياحة وعلى الطلب السياحي والعالمي والمحلي وعدد السائحين والإيرادات المتحققة منها والطاقات الفندقية المستغلة بالإضافة إلى إمكانيات التنبؤ لحجم السياحة المستقبلية وهو ما يساعد على وضع سياسة واقعية للاستثمار والتنمية على ضوء التقدير السليم والمؤشرات الدقيقة التي يمكن استنباطها.

3. التسويق.. يعتبر أحد الوظائف الأساسية للمؤسسة على اختلاف تخصصها خاصة مع التقدم العلمي والتكنولوجي بالإضافة إلى تطور وسائل الاتصال والمواصلات وتحرير التجارة الخارجية وتعدد وتنوع المنتجات مما أدى إلى اشتداد المنافسة بين المنتجين وبذلك أصبحت مشكلة العصر هي التسويق والحصول على الزبائن والمستهلكين وليس الإنتاج .

ويعد التسويق السياحي من التخصصات الدقيقة لعلم التسويق لأن طبيعة الأنشطة السياحية وخصائص المنتج السياحي تتطلب معالجة خاصة عند وضع السياسات التسويقية المتعلقة بها والتي تختلف إلى حد كبير عن تسويق السلع والخدمات الأخرى .

4. العلوم السياسية.. تتطلب السياحة الدولية كظاهرة إنسانية تقوم على التفاعل والتعامل بين الجنسيات المختلفة عبر حدود دول العالم المتعددة للتعرف على القوانين والسياسات والإجراءات والتسهيلات المتبعة في هذه الدول الت غالباً ما تكون انعكاساً لنظمها السياسية السائدة ولما كانت العلوم السياسية تختص بدراسة أسلوب ممارسة الدول لسلطتها وطرق حكمها وحقوق وواجبات الأفراد والإجراءات تتخذ لمراعاة السلام والنظام داخل المجتمع وضوح هذه الإجراءات والنظام يساعد على اتخاذ القرارات السياحية بمفهومها الشامل وارتباطها المباشر به .

5. القانون .. يشمل النشاط السياحي أنشطة ومجالات متنوعة سواء على المستوى المحلي أو الإقليمي أو الدولي والتي تخضع في تنظيمها وممارستها للقوانين والتشريعات مثل إجراءات الدخول والخروج والتأشيرات والإقامة وأنظمة النقد والصرف والكمارك والضرائب والعمالة والتوظيف والاستثمار وحماية السائحين والبيئة والمناطق الأثرية والصحة والآداب العامة فضلاً عن صناعة النقل والفنادق والسلع السياحية فيما يخص قواعد تشغيلها وشروطها ومواصفاتها كلها نواحي قانونية ذات تأثير على السياحة مما يتطلب ضرورة التعرف على طبيعتها والعمل بموجبها .

6. علم الاجتماع .. تتصل السياحة كنشاط انساني اجتماعي بعلم الاجتماع ويتطلب التعرف على النظم الاجتماعية القائمة وعلاقتها بالأنظمة الاقتصادية والسياسية والقانونية والاخلاقية بالاضافة الى العادات والتقاليد السائدة في المجتمعات والاسباب التي ساعدت الى تكوينها وسلوك الافراد والجماعات من الجنسيات المختلفة والدوافع من ورائها واهم المشكلات الاجتماعية والعوامل التي تتسبب فيها وعلم الاجتماع هو الذي يتعلق ويختص بالإنسان من الناحية الاجتماعية وما يتعلق بالمجتمع من الناحية الانسانية وعلاقة الانسان بالبيئة المحيطة بها .

7. علم النفس ..يرتبط السفر بالرغبات والدوافع الانسانية التي يسعى الفرد الى إشباعها لذلك

تحرص الدول قبل القيام بتخطيط برامجها السياحية على دراسة الاتجاهات والرغبات ولما كان علم النفس يعالج سلوك الانسان ودوافعه وانفعالاته وميوله وجوانبه النفسية وما يترتب عليها من مظاهر خارجية تتمثل في ردود الافعال وعلاقته مع الآخرين هي جوانب لها اهميتها حيث يساعد الإلمام بها في تنفيذ الحملات التنشيطية والترويجية في الاسواق المصدرة للسياحة .

علاقات صناعة السياحة مع البيئة والمجتمع والاقتصاد :

تعتمد مواقع السياحة الاكثر نجاحاً في الوقت الحاضر على المحيط المادي النظيف ، والبيئات المحمية والانماط الثقافية المميزة للمجتمعات المحلية . اما المناطق التي لا تقدم هذه المميزات فتعاني من تناقص في الاعداد ونوعية السياح ، مما يؤدي بالتالي الى تناقص الفوائد الاقتصادية للمجتمعات المحلية .

ومن الجائز أن تكون السياحة عاملاً بارزاً في حماية البيئة عندما يتم تكييفها مع البيئة المحلية ، والمجتمع المحلي ، وذلك من خلال التخطيط والادارة السليمة . ويتوفر هذا عند وجود بيئة ذات جمال طبيعي وتضاريس مثيرة للاهتمام ، وحياة نباتية برية وافرة وهواء نقي وماء نظيف ، مما يساعد على اجتذاب السياح .

ويتساوى كل من التخطيط والتنمية السياحية في الاهمية من اجل حماية التراث الثقافي لمنطقة ما . وتشكل المناطق الأثرية والتاريخية ، وتصاميم العمارة المميزة واساليب الرقص الشعبي ، والموسيقى ، والدراما والفنون والحرف التقليدية والملابس الشعبية والعادات والتقاليد وثقافة وتراث المنطقة عوامل تجذب الزوار ، اذا كانت على شكل محمية يرتادها السياح بانتظام ، فتتعزز مكانتها او تبقى ذات اهمية اقل ، وكل ذلك يرجع للطريقة التي يتم بها تنمية السياحة وادارتها .

علاقة السياحة بالإيواء (الاقامة) والبرنامج :

لا يوجد سياحة بدون وجود مكان ايواء فأول ما يبحث عنه السائح عند وصوله الدولة المستضيفة هو مكان الاقامة . ولا تنجح السياحة بدون برنامج معين يتفق مع رغبات السائح وهذه البرامج تشمل زيارة المتاحف والاماكن الاثرية والتاريخية واماكن الترفيه والمتعة والمناطق العلاجية .

الأسبوع الرابع عشر . الثامن عشر :

تطور السياحة العالمية . الدول المصدرة للسياح

الفئة المستهدفة : طلبة الصف الأول / قسم السياحة

الأفكار المركزيـة :

1- كيفية تطورت السياحة عالميا" .
2- ترتيب الدول النشطة سياحيا" .

الأهداف التعليميـة :

1- تاريخ تطور السياحة العالمية ومراحله .
2- تطور السياحة في الشرق الأوسط ونسبها .

الاختبارات الذاتيـة :

أجوبـة الاختبار :

((المحاضـرة))

الأسبوع الرابع عشر - الثامن عشر :

تطور السياحة العالمية – الدول المصدرة للسياح

تطور حركة السياحة العالمية :

أن حجم حركة السياحة الدولية في ازدياد مستمر فقد وصلت التدفقات السياحية بشقيها الداخلي والخارجي الى (5500) مليون زيارة سياحية تقريباً ووصل حجم الإنفاق الى (4200 مليار دولار) ويتوقع ان يصل التدفق السياحي الدولي في حدود سنة 2020 الى(مليار و 600 مليون سائح) ويتوقع أن تصل إيرادات السياحة العالمية خلال سنة 2010 الى (مليار و 500 مليون دولار) ولهذا فأن السياحة تصبح القطاع الرائد .

ويتجه العلم تدريجياً الى ما يمكن تسميته العوامل السياحية بموجب تطبيق اتفاقية التجارة الحرة في الخدمات في اطار المنظمة العالمية للسياحة وبذلك تصبح كافة اسواق الدول السياحية مفتوحة لممارسة النشاط السياحي دون تمييز او تفرقة بين الاطراف الوطنية والاجنبية في هذا النشاط .

ويصبح دور المنظمات السياحية العالمية الحكومية وغير الحكومية ذو اهمية بالغة في تنظيم وتطوير النشاط السياحي على المستوى الدولي ، اخذ النشاط السياحي في التطور والتزايد فتضاعف عدد السياح على الصعيد العالمي فوصل عدد السياح الى اكثر من مليار سائح سنوياً وتجاوز انفاقهم من الدولارات وامتدت السوق لتشمل كافة انحاء العالم وخاصة التطور والنمو في السياحة العالمية خلال النصف الثاني من القرن العشرين .

وهذا التطور مرتبط بالتطورات العلمية والتكنولوجية وكذلك التطور الاجتماعي والاقتصادي الذي شهدته الدول حتى اصبحت من الحاجات الاساسية . وكانت التدفقات الأوروبية في بداية الستينات لا تتعدى مجرد السفر الى دول مجاورة ثم بدأت تعرف اتجاهات اخرى .

وبقيت فكرة السياحة طويلاً بفكرة التجارة الدولية وبعمليات تسديد وموازنة المدفوعات . وفي بداية السبعينات بدأت السياحة تأخذ مكانها كقطاع اقتصادي في سنة 1978 مثلت ايرادات السياحة العالمية (5%) من التجارة العالمية وساهمت السياحة في دول عديدة في زيادة فائض ميزان المدفوعات او تخفيض العجز الى حد كبير ، فحسب احصائيات منظمة السياحة العالمية بلغ عدد السياح سنة 1964بلغ (105) مليون سائح اجنبي ووصل هذا العدد في عام 1994 الى حدود (500) مليون سائح بمعدل نمو سنوي متوسط يقدر بـ (12.3%) خلال الفترة من (1964 – 1994) . ثم بلغ عدد السياح في سنة 1995 نحو (66.4%) مليون سائح ، ثم بلغ (591.9) مليون سائح سنة 1996 و 696 مليون سائح في سنة 2000 بمعدل نمو يقدربـ (6.8%) مقارنة بنسبة 1999.

و(714.6) مليون سائح في سنة 2002 بمعدل نمو يقدر بـ (3.1 %) مقارنة بسنة 2001 .

وشهدت التدفقات السياحية تطورات سريعة ومستمرة خلال النصف الثاني من القرن العشرين فقد بلغ عدد السياح في سنة 1950 (25.3) سائح اجنبي وفي عام 1960 بلغ (72.1) مليون سائح وبلغ (450) مليون سائح 1991 و (500) مليون سائح في 199 بمعدل تطور سنوي متوسط يقدر (43.63 %) خلال الفترة من (1950– 1993) .

هذه الأرقام تؤكد التطورات السريعة للتدفقات السياحية في جانبها البشري وتوزيع هذه التدفقات يختلف من البلدان المتقدمة الى البلدان النامية . ان التطور في التدفقات السياحية في جانبها البشري تبعها من دول شك تطور في التدفقات النقدية فخلال الفترة (1950 – 1970) الإيرادات المتأنية انتقلت من (2.1) مليون دولار الى (4.17) مليار دولار بمعدل نمو سنوي (11 %) وحسب تقارير المنظمة العالمية للسياحة للفترة من (1950 – 1970) تضاعفت الايرادات السياحية بـ (47.6 %) مرة بمعدل زيادة سنوية تقدر بـ (12 %) .

ومن خلال الاطلاع على احصائيات السياحة العالمية / المنظمة العالمية للسياحة / 2001 والملحق رقم (51) الذي تضمن التدفقات السياحية على مختلف الدول خلال سنة 2002 / ص 217 تبين ان فرنسا اكبر الدول المستقبلية للسياح في سنة 2001 بأكثر من (75) مليون سائح يليها اسبانيا بأكثر من (50) مليون سائح ، ثم الولايات المتحدة بأكثر من (45) مليون سائح ثم ايطاليا بأكثر من (39) مليون سائح . وتعتبر الدول الخمس الوارد ذكرها سابقاً هي الدول المتطورة وهذا يعني ان السياحة مهمة للدول المتقدمة والمتطورة ليس فقط للدول النامية ، كما لا يمنع ذلك من ظهور دول نامية كوجهات سياحية تنافس تلك الدول كم هو الشأن بالنسبة لمصر والمغرب وتونس وان اهتمام هذه الدول النامية بالسياحة كونها توفر العديد من المزايا الاقتصادية والاجتماعية ولعل اهمها توفير العملات الصعبة وتوفير فرص عمل والحد من البطالة ولكن هذا يتطلب توفير الموارد السياحية والتنظيم والتخطيط والتسويق الفعال بالاضافة الى الهياكل القاعدية والمناخ القانوني والتشريعي المرن والمحفز .

تطور حركة السياحية في الشرق الاوسط :

أن تطور التدفقات السياحية في جانبها البشري يتبعها من دون شك تطوراً في التدفقات النقدية وقد تميزت سنة 2000 بوضعية اقتصادية متينة .

فالسياحة العالمية تطورت خلال عام 2000 بحوالي (4.7 %) والذي يعتبر اعلى معدل نمو خلال السنوات (1990 – 2000) . فقد بلغ عدد السياح على المستوى العالمي (698 مليون سائح) والجدول الآتي يبين حجم التطور عدد السياح على المستوى العالمي وحصة كل منطقة او دولة .

نتائج السياحة العالمية لسنة 2000

عدد السياح بالملايين		
السنة	**1999**	**2000**
على مستوى العالم	649.9	698.3
امريكا	122.3	130.2
افريقيا	26.5	26.9
آسيا الشرقية	97.6	111.7

آسيا الجنوبية	5.8	6.3
اوروبا	379.8	403.3
الشرق الاوسط	18.1	20.2

المصدر : منظمة السياحة العالمية

من خلال الجدول ان في العام 2000 كل مناطق العالم استقبلت السياح لكن التطور السريع شهدته آسيا الشرقية حيث استقبلت خلال عام 2000 (111.7) مليون سائح يليها الشرق الاوسط الذ استقبل (20.2) مليون سائح . في حين اكبر حصة كانت لأوربا فقد استقبلت خلال عام 2000 (403.3) مليون سائح تليها امريكا ثم آسيا الشرقية ثم الشرق الاوسط واخيراً آسيا الجنوبية .

وفيما يلي أهم خمس دول مستقبلة للسياح عالمياً :

الترتيب	الدول	عدد السياح بالملايين عام 2001	الإيرادات بالمليار
1	فرنسا	75.2	33.5
2	اسبانيا	50.1	36.7
3	الولايات المتحدة	45.5	80.7
4	ايطاليا	39.1	29.0
5	الصين	33.2	19.9

من خلال الجدول يتبين ان فرنسا اكثر الدول المستقبلة للسياح في سنة 2001 بحوالي (75.2 مليون) سائح بإيراد 33.5 مليار يليها اسبانيا بعدد (50.1مليون) سائح بإيراد 36.7ملياريليها الولايات المتحدة بعدد(45.5مليون) سائح ثم ايطاليا بعدد(39.1مليون) سائح أخيراً الصين بعدد(33.2مليون) سائح .

والخلاصة يمكن القول بأن السوق السياحي يتكون بصورة عامة من (الطلب السياحي + العرض السياحي) اللذين سبق وان تم التطرق اليها سابقاً . ويشمل العرض السياحي على عناصر الجذب السياحي بنوعيها الطبيعية والاصطناعية (من صنع البشر) زائداً الخدمات السياحية التي تقدم للسياح أي بعبارة اخرى فأن العرض السياحي يشمل (عناصر الجذب السياحي + الخدمات السياحية) والذي بمجموعها يطلق عليها ايضاً بالمنتج السياحي .

الأسبوع : التاسع عشر . الرابع والعشرون

عناصر الجذب السياحي في العراق

الفئـة المستهدفـة : طلبـة الصف الأول / قسم السياحة

الأفكار المركزيـة : 1- تطبيق مفهوم السوق السياحي على الواقع العراقي .

2- تطبيق مكونات العرض السياحي على الواقع العراقي .
3- توضيح عناصر الجذب السياحي في العراق ...
والتي هي جزء من مكونات العرض السياحي في العراق .

الأهداف التعليميـة : 1- توضيح المعطيات الطبيعية والتاريخية والتراثية ...
المتوفرة في العراق :
(المناخ . تضاريس . موقع العراق بالنسبة لمستوى سطح البحر
. غطاء نباتي . موارد مائية . مدن تاريخية وحضارية ودينية)
2- تبيان خارطة العراق السياحية والترويحية ومواقع المصاريف
والمدن التاريخية والدينية .
3- تبيان ما المقصود بإقليم بغداد وما هي الأماكن التاريخية والدينية
والمعالم الحضارية فيه .
4- تبيان ما هي أنواع السياحة التي يشتهر بها العراق ...وما هي
المجمعات السياحية الرئيسية والفلكلور الشعبي في العراق .
5- ما هي الهيئات المشرفة على السياحة في العراق .
6- بعض المصطلحات السياحية المهمة الواجب معرفتها في تخصص
السياحة .

الاختبارات الذاتيـة :

أجوبـة الاختبـار :

((المحاضـرة))

عناصر الجذب السياحي في العراق

مقدمة :

يوجد في العراق اكثر من عشرة الأف منطقة اثرية وان جميع ارض العراق من شماله الى جنوبه تزخر بالآثار التاريخية الشاخصة حتى الآن ومنذ اكثر من 9000 سنة من جرمو واور والوركاء والمعبد السومري وعانة وجبل حمرين و(قلعة آشور والنمرود ونينوى وخورسباد) التي هي من العواصم الاربعة

المتتالية للأشوريين خلال 25 قرن من حكمهم . ثم قلعة اربيل التي تعد اقدم مدينة مسكونة بدون انقطاع امتداد الى مدينة الحضر في نينوى .وان العراق بجميع مراحله سواءاً على المستوى الاقليمي او العربي او العالمي يشكل سلسلة حلقات لامعة في تاريخ الحضارة البشرية في العالم . وتشهد على ذلك الآثار العملاقة الشاخصة من الحضارات البشرية الاولى (السومرية والاكدية والأشورية والبابلية) تلك التي تركت جوانب حية من التراث الحضاري التاريخي الخالد وما قدمته للإنسانية على شكل (مسلة حمورابي) واختام مختلفة وعليها نقوش صور رخامية وتماثيل وجدران رخامية وادوات مختلفة كلها تكفي لتكون كدليل دافع على تقدم وتنظيم العلاقات البشرية والاجتماعية والزراعية والاقتصادية والانسانية في العراق قبل حوالي (40 قرناً) . بالاضافة الى الحضارات التي قامت قبل الاسلام كالمناذرة والحضر وغيرها ثم الحضارات العربية الاسلامية التي قامت على ارضه والتي تزخر بالآثار العمرانية والمعمارية والدينية المقدسة والعلمية وغيرها . بالاضافة الى وجود النهران العظيمان دجلة والفرات وروافدهما الهيزل في زاخو والخابور والزاب الكبير ونهر شيرانك والزاب الصغير وديالى والعظيم ووجود غابات النخيل التي تضع في العراق في مقدمة منتجي افخر انواع التمور في العالم .بالاضافة الى الموروث الشعبي العراقي الذي افرزته الحضارات القديمة التي تعاقبت على ارضه وما يزخر به من الادباء والفنانين والموسيقيين والشعراء والكتّاب والادباء ورجال الدين والعلم والمؤرخين المشاهير .

كل هذا يشكل القاعدة الاساسية لمقومات سياحية متطورة وهكذا فأن المعطيات الطبيعية والتاريخية والتراثية والحضارية متوفرة في العراق . لذا سيتم شرحها لاحقاً وكما يأتي :-

1. الموقع الجغرافي للعراق :

يقع العراق في الجزء الشمالي الشرقي من الوطن العربي فهو يمثل الحدود الشرقية للوطن العربي . فهو يقع بين خطي عرض (38.48) شرق مدينة كرينتج فهو بذلك يقع في المنطقة المعتدلة الشمالية . اما موقعه بالنسبة لقارة آسيا فهو يقع في الركن الجنوبي الغربي منها .

ويقع العراق في ملتقى القارات الثلاثة (آسيا واوربا وافريقيا) وهذا يعني انه يقع في قلب هذه القارات ويترتب على هذا الموقع انتقال الحضارات فيما بينها عبر العراق وبذلك اصبح العراق حلقة وصل بين هذه القارات وعبره تم عملية الانتقال والهجرة فيما بينها .

2. التضاريس : وتشمل

أ- الجبال :

(منطقة شمالية جبلية) تمتاز بكونها معتدلة الجو صيفاً باردة شتاء مع تساقط الثلوج فيها بكميات كبيرة وخاصة في الجبال العالية وتتوفر فيها الظروف الجيدة والملائمة للسياحة والرياضة الشتوية

وفيها انهار ومسطحات مائية كبحيرة دوكان وبحيرة دربنديخان وتوجد اغلب مصايف العراق في هذه المنطقة .

ب- الهضاب :

وتقع على جانبي المنطقة الجبلية في الشمال وتتميز بأنها ذات صيف وشتاء معتدلين اكثر من المنطقة الجبلية ويعتبر مناطق سياحية خلال فصلي الربيع والشتاء وينتشر فيها اشجار الغابات لجذب السياح راغبي الطبيعة الخضراء . وتبلغ مساحتها (167) ألف كيلو متر مربع وتضم هذه المنطقة منابع النفط (حمرين وكركوك واربيل والموصل) ومسارات الانهار وروافد دجلة .

ت- المنطقة السهلية :

منطقة سياحية خلال فصلي الربيع والخريف لقضاء عطلة نهاية الاسبوع يقصدها سكان العاصمة بغداد على مدار السنة ما عدا فصل الصيف . تبلغ مساحتها(93) ألف كيلو متر مربع أي حوالي(20%) من المساحة الكلية من العراق وهي المنطقة الاهم في العراق وتتواجد فيها المدن الكبرى وفيها اكثرية السكان حوالي(30%) من سكان العراق وتتواجد مدنها على شواطئ الأنهار.

ث- منطقة الأهوار :

تمثل بعض اجزاء السهل الرسوبي فهي مغطاة بالماء بشكل دائم وتمتاز بجمالها وعوامل الجذب السياحي فيها كثيرة ومتنوعة كصيد الطيور والمناظر الطبيعية الساحرة وحياة سكانها المحليين وطريقة بناء مساكنهم .

ج- الصحراء :

تمثل الصحاري حوالي (6 %) من مجموع مساحة العراق أي (270) الف كيلو متر مربع وهي مسطح صخري واسع تتخلله الوديان ويندر فيها تساقط الامطار وتضم هذه المنطقة البحيرات الثلاثة الشهيرة (الرزازة والحبانية والثرثار) وفيها مناطق اثرية مهمة مثل قصر الاخيضر واور ويعمل سكانها بتربية المواشي . وغطاؤها النباتي من الاشواك .

3. المناخ :

أن أهم ما يميز مناخ العراق هو ارتفاع درجات الحرارة وقلة الامطار والرطوبة النسبية مع نسبة عالية من اشعاع الشمس . وتؤثر على المناخ عوامل عدة منها :

أ - الموقع :

يقع العراق بين دائرتي عرض (37.29) شمالاً وهو بذلك يقع في المنطقة الشمالية . ويكون معدل طول النهار في تموز (14) ساعة بينما في شهر كانون الثاني (10) ساعات . وهذا ما يجعل الصيف اشد حرارة من الشتاء بالإضافة إلى صفو الجو من الغيوم وقلة الرطوبة الامر الذي يؤدي الى تباين درجات الحرارة .

ب - موقع العراق بالنسبة للبحار :

إن اقرب المسطحات المائية من العراق هو الخليج العربي والبحر المتوسط اللذان يصل تأثيرهما على مناطق واسعة من العراق ولا توجد عوائق وحواجز تعيق تأثيرهما على العراق . يحاذي البحر المتوسط العراق دون فاصل مسببا غيوم وأمطار وقد يصل إلى الموصل شمالاً . في حين تغزو الأقسام الجنوبية الكتل الهوائية الحارة الرطبة مصدرها الخليج العربي وتتسبب في مضايقة سكان المدن الجنوبية وخاصة محافظة البصرة .

ج – التضاريس الأرضية :

إن سطح العراق عموما قليل الارتفاع عن سطح البحر وان زيادة الارتفاع تتسبب هبوطا في درجة الحرارة وزيادة في تساقط الأمطار ونجد ان المناطق الجنوبية اعلى حرارة من الشمالية لهذا وجدت المصايف في الشمال (المنطقة الجبلية) والتي تمتاز بتساقط الأمطار والثلوج .

د – الغطاء النباتي :

يعتبر العراق فقيرا من حيث غطاءه النباتي وهو في الغالب يتكون من أشواك وحشائش قصيرة في حين توجد مساحات صغيرة منه غطاءها النباتي يتكون من الغابات والأحراش عدا المنطقة الجبلية التي يكثر فيها الغابات والنباتات بمساحات اكبر وهذا يمثل الغطاء الطبيعي والذي يمكن اعتباره في العراق من مكونات العرض السياحي حيث تشكل حوالي نسبة (4%)من مساحات الغابات في العراق.

*** عناصر المناخ :**

1. **الحرارة** .. تتناقص درجات الحرارة تدريجيا كلما تقدمنا نحو الشمال وسبب ذلك :
   - الابتعاد عن خط الاستواء .
   - ازدياد ارتفاع الأرض عن مستوى سطح البحر .
   - كثافة الغطاء النباتي .

أما الأقسام الوسطى والجنوبية فان الحرارة ترتفع وتزداد في الارتفاع كلما انحدرنا إلى الجنوب .

2. **الرياح** .. أن الرياح السائدة التي تهب على العراق خلال السنة هي الرياح القادمة من الشمال الغربي وتسمى محليا بالرياح الشمالية أو الغربية وسببها وجود ضغط عالي في الأراضي الجبلية في تركيا بينما في الجنوب يوجد منطقة ضغط واطئ تتركز فوق الخليج العربي وعليه يصبح العراق ممرا لهذه الرياح في هبوبها صيفا . اما في الشتاء فمرور أعاصير البحر المتوسط التي تكون بادرة جافة أما في الصيف فإنها تخفف من شدة الحرارة صيفا . أما الرياح الجنوبية الشرقية فهي دافئة ورطبة وتجلب الأمطار في الشتاء لأنها قادمة من الخليج العربي مارة بالأهوار فتزداد رطوبتها وبالتالي تسبب سقوط الأمطار .

3. **الأمطار** .. تسقط أمطار العراق في النصف البارد من السنة وتشمل الخريف والشتاء والربيع فهي تتبع نظام سقوط أمطار البحر المتوسط ويلاحظ عدم انتظام سقوط أمطار العراق كما تتفاوت كمياتها من سنة إلى أخرى. ويعتبر الخليج العربي المصدر الرئيسي لأمطار المنطقة الجنوبية والوسطى في حين المصدر الثاني لأمطار العراق هو البحر المتوسط وتستلم المناطق الشمالية (75%) من مجموع الكمية الساقطة سنويا وأكثرها تسقط في المنطقة الجبلية واقلها في مناطق السهول وتتناقص كلما اتجهنا نحو الجنوب .

أنواع المناخ :

يتضح من دراسة عناصر المناخ وجود تفاوت في عناصر المناخ في أقسامه الجغرافية الطبيعية المختلفة بحيث لا يمكن أن تنتمي الأقسام إلى نوع واحد من المناخ نظرا للاختلاف الواضح بين أقسام العراق من حيث الحرارة والأمطار . فأن نظام الأمطار من حيث نوعيته وموسم سقوطه يتبع نظام البحر المتوسط .

وفي ضوء ذلك يقسم مناخ العراق إلى ثلاثة أنواع هي :

1- مناخ البحر المتوسط :

يشمل المنطقة الجبلية في شمال العراق التي تستلم كمية كبيرة من الأمطار تتراوح بين (40-100) سم/سنويا وتمتاز بشتاء بارد وتسقط فيه الثلوج ويسودها صيف معتدل لذلك اشتهرت بالمصايف مثل (صلاح الدين – شقلاوة – حاج عمران – سرسنك وغيرها) .

2- مناخ السهوب :

وهو مناخ انتقالي بين البحر المتوسط والمناخ الصحراوي الحار في الجنوب ويقع في الغلب ضمن حدود المنطقة المتموجة تتراوح أمطارها السنوية (20-40) سم/ سنويا وتكفي هذه لقيام المراعي الفصلية .

3- المناخ الصحراوي الحار :

يسود السهل الرسوبي والهضبة الغربية ويحتل اغلب سطح العراق وتتراوح الأمطار فيه ما بين (5-20) سم/ سنويا حيث لا يساعد هذه الا على نمو النباتات الشوكية وكذلك يمتاز بالفرق الحراري الكبير بين النهار والليل وبين الشتاء والصيف .

4. الموارد المائية :

للموارد المائية أهمية كبيرة لكونها عاملا مهما من العوامل التي تساعد في تقدم وتطور السياحة العراقية وهي تشمل المياه السطحية (الانهار والبحيرات والمسطحات المائية والشلالات) وكذلك تشمل المياه الجوفية والينابيع المعدنية وكذلك شبكات الري علينا معرفتنا بدقة لصلتها بالسياحة وتنميتها .

أ- الأنهار :

تنحصر شبكة الأنهار بنهري دجلة والفرات وروافدهما الهيزل والخابور والزاب الكبير والزاب الصغير والمعروف أن هذين النهرين تكثر مياههما في فصل الربيع في حين تشح من بدء الخريف انتهاءاً بفصل الصيف . أن الهدف من تنظيم انسياب المياه فيها على مدى فصول السنة لتحقيق ما يأتي :

1. الاستفادة من الشواطئ في السياحة الداخلية حول المدن إذ تتيح هذه اكبر فرصة لإنشاء التجهيزات والمرافق السياحية لهذا الغرض .
2. الاستفادة من المياه في النقل المائي ومنها النقل السياحي والنزهات المائية .

ب-المياه الجوفية :

تعتبر المياه الجوفية عنصرا ايجابيا في التنمية الاقتصادية ومنها تنمية السياحة ومن المياه الجوفية أيضا الينابيع المعدنية حيث يعتبر العراق غنيا بالمياه المعدنية بدرجة كبيرة فقد دلت المسوحات التي أجريت (عام 1973) على أن العراق يحتوي على (166) ينبوع من الينابيع الحارة التي يستعمل بعضها ومنذ القدم للاستشفاء من الروماتيزم والمفاصل والإمراض الجلدية .

ج-البحيرات :

تشمل (بحيرة دوكان – بحيرة دربندخان – بحيرة الثرثار – بحيرة الحبانية – بحيرة الرزازة والاهوار) ويمكن استثمار البحيرات الطبيعية المنتشرة في ارض العراق وكذلك البحيرات الاصطناعية سياحيا .

تتوزع هذه المياه على المناطق الجغرافية الآتية :-

1. **المنطقة الجبلية :** تشمل ينابيع (كيرمارة) وعين السولاف وكاني حمام في محافظة دهوك حيث تتراوح حرارة مياه ينابيع كيرمارة (حرارة 33.7) وينابيع القلي في اربيل التي حرارة مياهها (24.8) وعيون (حاج عمران قرب قوسينجق) والتي تفيد في تنظيف ترسبات الأملاح التي قد تحدث في الكلى والمجاري البولية وكذلك عيون(خورمال) قرب حلبجة وعيون(بالي مثيلان) .

2. **منطقة الهضاب :** وتشمل ينابيع لعفر وعين الفرس
3. **منطقة السهل الأوسط :** التي تشمل حمام العليل قرب الموصل التي تدل الآثار في (تل السبت) المجاور لهذه العيون على وجود اثار للإنسان من العصر الحجري وتستخدم مياه هذه العيون في الاستحمام العلاجي كما يوجد في الموصل عين كبريت المشراق وعين كبريت الشلالات وقبر العبد . بالإضافة إلى عين الجرباء وعيون العصفورة في منطقة هيت وينابيع أخرى قرب حديثة في محافظة الانبار وعين التمر شثاثة في كربلاء في حين يوجد في الديوانية ثمانية ينابيع معدنية .

السياحة والاصطياف في العراق

توجد في العراق مراكز اصطياف ومناطق اثرية واماكن دينية يرتادها كثير من السياح والزوار لأغراض مختلفة . ان موجات السياح ومصطافي الدول الخليجية والاسلامية والهند وباكستان وايران هي فعلاً موضع اهتمام العراق نظراً لعوامل الاصطياف (شمال القطر خلال الصيف) والعوامل الدينية (زيارة العتبات المقدسة في النجف وكربلاء وسامراء) هذه العوامل الموقعية تخلق دوراً هاماً للعراق لكي يقوم به ويتنافس مع دول المنطقة بما يمتاز من عوامل جذب ويتعاون مع دول المنطقة لكي يتبادل معها المنفعة السياحية .

تقسم فئات السياح الوافدين الى العراق الى :

- سياح عراقيون (سياحة داخلية) .
- السياح العرب والشرق الاوسط .
- سياح أجانب (سياحة دولية) .

والسياح الدوليين فهم من دول باردة تبحث عن اجواء مشمسة حارة . في حين يفضل **السياح المحليين (العراقيين) والسياح العرب** الاجواء الباردة لكونهم يعيشون في اجواء حارة مشمسة طيلة السنة في بلدانهم .

* **خارطة العراق السياحية والترويحية :**

تتكون خارطة العراق السياحية والترويحية مما يأتي :

1. مصايف العراق :

يضم القسم الجبلي من العراق ثلاث مجموعات من المصايف كلها تمتع بمناظر طبيعية خلابة ذات مناخ منعش ولقد وفرت المديرية العامة للسياحة عدد الفنادق ودور الاستراحة ويجد المصطاف ما يحتاجه من متطلبات الحياة فيها وتكون ثلاث مجاميع هي :

أ – مجموعة مصايف دهوك ... وتضم مصيف زاويتا وسوارة توكا وسرسنك وسولاف وسامري واتروش .

ب – مجموعة مصايف اربيل ... وتضم مصايف صلاح الدين الذي يقع على جبل بيرمان ومصيف شقلاوة قرب شلالات شقلاوة وكلي علي بك ومصيف بيخال الذي يوجد بالقرب من شلال بيخال ومصايف ميركة سور ورايات وحاج عمران .

ج – مجموعة مصايف السليمانية ... وتضم مصايف سورداش وقرةداغ وسرجنار وقلعة دزه يضاف الى ذلك منطقتي سيدكان ودربنديخان اللتان تعتبران من المناطق السياحية المهمة في العراق .

2. مدن العراق التاريخية :

تزخر ارض العراق بالمدن التاريخية والآثار الشاخصة التي تحكي قصة حياة امم استوطنت في ارض الرافدين واسست امبراطوريات لامعة في تاريخ الحياة البشرية وحسب العراق فخراً ورصيداً تاريخياً فقد اشرقت شمس الحضارات الاولى فيه على ضفاف النهران العظيمان (دجلة والفرات) . ومن أهم هذه المدن :

❖ **مدينة الحضر (100 ق.م) :**

مدينة تجارية في العصور الفرثية تقع في الصحراء جنوب غرب الموصل تقع على الشارع الرئيسي الذي يربط الموصل – بغداد وتبعد عن الموصل بحوالي (80 كم) وهي مدينة عربية تعود لعهد الرومان وتم بناء معابدها وقصورها على طراز فن المعمار الروماني وفيها قصر فخم بايوان وقاعة احتفالات مفتوحة وعدة معابد وهي من سلسلة الحضارات التي ظهرت في بعلبك بلبنان والبتراء في الاردن وتدمر في سوريا .

واهم ملوك الحضارات هو نصر وهو ابو الملكين (لجش وسنطروق) ثم ابن سنطروق ثم ابن سنطروق الثاني الذي هو آخر ملوكها .

وقد عبد الحضريون (الشمس والنسر وكوكب الزهرة) والكتابة عندهم آرامية كما في تدمر وبعلبك . تعرضت مدينة الحضر الى التدمير من قبل الساسانيين عام 241 م .

❖ **سامراء (في محافظة صلاح الدين) :**

لهذه المدينة المكانة الدينية وكذلك التاريخية ومكانتها الدينية تتمثل بوجود مرقد الامامين العسكريين (علي الهادي وحسن العسكرين رضي الله عنهما) وتشتهر الروضة العسكرية المباركة بالقبة الذهبية الكبيرة التي تسطع بضياء الشمس من بعيد ويقدم اليها الاعداد الغفيرة من الزوار والسياح على مدار السنة .

أما مكانتها التاريخية فتتمثل عاصمة للدولة العباسية بدلا من بغداد من قبل الخليفة العباسي المعتصم بن الرشيد وهي موطن لآثار قديمة ومشهورة تمتد لعدة كيلومترات بمحاذاة نهر دجلة تلك الآثار التي بناها الخليفة العباسي كالمسجد الكبير الذي اشتهر بمنارة (الملوية) التي يبلغ ارتفاعها (57 م) وتحتوي على (300) درجة وتمتاز سامراء ومساجدها بالبناء والآثار العربية العظيمة ومن معالمها التاريخية الاخرى المسجد الجامع ودار الخليفة وجامع ابي دلف وقصر المعشوق .

❖ **بابل (في محافظة بابل) :**

اشتهرت مدينة بابل القديمة بجدرانها العالية المحصنة بصورة جيدة وبروعة معابدها وقصورها حيث قام الملك نبوخذ نصر الثاني ببناء الجنائن المعلقة المشهورة في مدينة بابل لزوجته (اميتاس) وهذه الجنائن من الروعة والجمال والخيال الامر الذي ادى الى اعتبارها احدى عجائب الدنيا السبعة في العالم القديم .

❖ **عقرقوف (في بغداد) :**

وهي تمثل أثار مدينة الملك (كوريكالزو) والتي تبعد (30 كم) عن مركز بغداد فقد تم بناؤها في القرن الخامس عشر قبل الميلاد واهم ما تحتويه الزقورة والمعبد .

❖ **أثار أشور (في نينوى) :**

موجودة في منطقة الشرقاط الحالية على ضفة نهر دجلة اليمنى على بعد (110 كم) جنوب الموصل وكانت عاصمة الامبراطورية وامتازت باحتوائها على المعبد والزقورة والذي يدعى (معبد الكون) مهدى للإله اشور ويمتاز هذا المعبد بعلوه البالغ (40 م) .

❖ **المدائن (في بغداد) :**

تقع جنوب شرق بغداد بحوالي (30 كم) وتم بناؤها من قبل الفرس بمحاذاة نهر دجلة وذلك اواسط القرن الثاني ق . م وتمتاز باحتوائها على اكبر قطع من الطابوق المقوس في العالم .

❖ **أثار النمرود (في النمرود) :**

تقع جنوب شرق الموصل بـ (37 كم) فهي عاصمة الاشوريين الثانية ويعود بناؤها في 1100 ق . م ومن اثارها العديد من القصور والزقورات وقبور الملكات الاشوريات . وفيها المعبد ذو البرج العالي بأحجاره الكبيرة والقصر الملكي .

❖ **أثار دهوك :**

هي أثار أشورية منحوتة جميله قرب (بيسكي وركلي) أي (دركل شيخان) وفي جبل ديركزنك – مانكيش وكلي دهوك والكهف المنحوت ذو الاعمدة الاربعة والغرفة المنحوتة .

❖ **مدينة نينوى القديمة (نينوى) :**

يعود تاريخ بناؤها الى سنة 721 ق . م حيث ذكرت في الانجيل كانت مركزاً للإدارة والدين والثقافة خلال فترة حكم الاشوريين والسومريين والبابليين ويحيط بالمدينة جدار يبلغ طوله اكثر من (12 كم) وفيها عدة ابواب (باب نركال وباب شمس وباب ماشكا وباب ادد) . واهم ما يميزها مكتبة

الملك اشور بانيبال المتكونة من (22 الف طن) رقم طيني وكذلك ما يميزها احتواء اثارها على الثيران المجنحة الرخامية وقصر الملك سنحاريب ذو الايوان المغلفة اعمدته بالنحاس .

❖ **القلعة الأثرية لأربيل (محافظة اربيل) :**

تحكي هذه القلعة قصة اربعين قرناً من الزمن مستمرة غير منقطعة في ايواء الانسان وهي اقدم مدينة مسكونة باستمرار ويقود هذه القلعة الى 2000 سنة ق . م واسمها عند البابليين والاشوريين(اربايلو). كما وتوجد في محافظة اربيل المنارة المظفرية التي تعود الى عصر الاتابكة .

❖ **أور (في محافظة ذي قار) :**

وهي أقدم المدن التي يعود بناؤها الى 600 سنة ق . م وتحتوي على عدد من المعابد والزقورات والمقبرة الملكية ويقال ان اور هي موطن ولادة النبي ابراهيم عليه السلام .

❖ **مدينة خور سباد (محافظة نينوى) :**

هي عاصمة الملك سرجون الاشوري وفيها قصره المشيد على مساحة (25 دونم) أي (62500 ألف متر مربع) وفي القصر وجدت كمية (200 طن) من الحديد .

❖ **محافظة نينوى (الموصل) :**

من المدن الأثرية القديمة (مدينة النبي يونس عليه السلام) وهي ثاني اكبر مدن من العراق بعد العاصمة (بغداد) بمساحتها ونفوسها وهي مركز الاتصال والوصل بين الشرق والغرب والشمال والجنوب عن طريق القوافل منذ فجر التاريخ . لها اسماء اخرى منها (ام الربيعين) لربيها وخريفها المتشابهين الى حد ما وتسمى ايضاً الحدباء واتخذها الملك اشور بانيبال الملك الاشوري العظيم عاصمة له وفيها من الاثار والأماكن التراثية والكثير من المناطق المقدسة والتاريخية وأثار دينية

وأسواق شعبية ورصيد حضاري وتاريخي وسياحي براق برفعها الى مستوى مدينة عالمية مثل (الجامع ألنوري – جامع النبي يونس – جامع النبي جرجيس – جامع النبي شيت – وقرة سراي – وباشطابيا – وكنيسة مارتوما – وكنيسة ديرماركوركيس – وكنيسة مار شعيا – ودير مار بهنام وغيرها) .

3. مدن العراق الدينية :

1– كربلاء :

تعتبر مدينة كربلاء من المدن الدينية المهمة لدى المسلمين حيث تضم ضريح اثنان من الائمة الشهداء ذوي المكانة المتميزة وهما الامام الحسين بن علي بن ابي طالب عليه السلام واخوه العباس بن علي بن ابي طالب عليه السلام احفاد الرسول محمد صلى الله عليه وسلم وال بيته الاطهار وهما ضريحان كبيران يمثلان محور السياحة الدينية في كربلاء .

2- النجف :

تقع على مسافة (280 كم) جنوب بغداد وفيها ضريح الامام علي بن ابي طالب عليه السلام ابن عم النبي محمد صلى الله عليه وسلم وصهره . وتعتبر المدينة مركزاً علمياً للدراسات الاسلامية والادبية وتستقبل المدينة اعداد غفيرة من الزوار والسياح سنوياً وهي نموذج ومركز رئيسي لاستقبال السياح والزوار من كافة الدول العربية والاسلامية والعالمية بما يتمثل بالسياحة الدينية حيث تستقبل مدينتي النجف وكربلاء بحدود مليوني زائر سنوياً .

3- الكوفة (محافظة النجف) :

وتقع شمال محافظة النجف حيث انشأت في عام 618 ق . م عاصمة الخلافة الاسلامية في عهد الخليفة الرابع علي بن ابي طالب رضي الله عنه وهي اول عاصمة اسلامية بعد المدينة المنورة وهي موطن ثاني اقدم مسجد في العراق .

4- سامراء : سبق التطرق أليها في فقرة المدن التاريخية .

5- إقليم بغداد :

بغداد عاصمة جمهورية العراق . تقع على خط طول 44 وخط عرض 33 ويخترقها نهر دجلة . بناها المنصور في العقد اول من القرن الثامن عشر الميلادي (الثاني الهجري) وجعلها عاصمة للدولة العباسية . كانت اهم مراكز العلم وملتقى للعلماء والدارسين . غزاها المغول بقيادة هولاكو خان بتأمر مع ابن العلقمي في منتصف القرن السادس الهجري 656 هـ (1258 م) وقام بتدمير الثروة العلمية التي كانت في بغداد من كتب ومخطوطات ، تعد بغداد اكبر مدن العراق وايضاً من كبرى مدن الشرق الاوسط وثاني خليفة عباسي بنى عاصمته بغداد على نهر

دجلة على شكل دائري ويعتمد ذلك اتجاه جديد في بناء المدن الاسلامية في وقته لان البناء في ذلك الوقت ان تبنى المدن الاسلامية اما مستطيلة الشكل كالفسطاط او مربعة كالقاهرة او بيضوية كصنعاء .

ويعتبر تخطيط المدينة المدورة (بغداد) في ذلك الحين ظاهرة جديدة في الفن المعماري الاسلامي وما احتوته من مساجد وقصور خلافية فخمة والى جانب العمارة وجدت فيها الزخرفة كزخرفة المساجد والقصور والقباب وبأشكال هندسية او بنائية جميلة تبعث في النفس الراحة والهدوء ويسمى فن الزخرفة الاسلامية في اوربا باسم (ارابسك) .

بلغت قمة بغداد مجدها في عهد الخليفة هارون الرشيد وامتدت فيها الابنية في جانبيها (الكرخ والرصافة) امتداداً عظيماً . ولا تزال نواة بغداد القديمة موجودة حتى الان تنتشر حولها الاجزاء الحديثة .

بلغت مدينة ذروتها العلمية والثقافية في عصر الخليفة العباسي الثالث هارون الرشيد عام (184هـ ،800 م) وبلغ عدد سكانها اكثر من مليوني نسمة واصبحت مركزاً للتعليم في زمانه .

تقع مدينة بغداد على بعد (90 كم) شمال موقع مدينة بابل الاثرية وعلى بعد بضعة كيلومترات شمال غرب مدينة طيسفون (المدائن) التي استمرت كمركز رئيسي للبلاد حتى حلت محلها بغداد في اوائل العصر العباسي وتكمن اهمية موقع بغداد في توافر المياه وتناقص اخطار الفيضانات مما ادى الى اتساع رقعة المدينة وزيادة نفوذها . ويقع فيها احد اكبر وانشط المجاميع اللغوية وتشغل مدينة بغداد مساحة قدرها (1000 كم مربع) .

اسماء مدينة بغداد :

من أسماء مدينة بغداد (المدينة المدورة – دار السلام – الزوراء) والمكان الذي شيدت عليه بغداد يعرف بالشونزيه او الشوينيزية .

المناطق الحضارية والاثرية في اقليم بغداد :

تزخر بغداد اليوم بآثار نفيسة وتضم أهم المرافق السياحية العصرية وكيف لا وهي عاصمة الدولة العباسية . فمن تل حرمل (شادويوم) الى المدائن (سلمان باك) التي تسمى طيفسون الى عقرقوف فهي اثار اكدية وكيشية موجودة في اقليم بغداد كما وتضم العديد من الاثار الاسلامية التي تتمثل في بقايا سور بغداد ودار الخلافة والمدرسة المستنصرية ذات الساعة العجيبة ومقر الخليفة المعتصم ومسجده الشهير .

وتحتوي على مسجدين تاريخيين هما مسجد الامام الاعظم ومسجد الامام موسى الكاظم والقصر العباسي والمشهد الكاظمي وجامع المنصور وجامع الشيخ عبد القادر الكيلاني وجامع المهدي وجامع الرصافة والمدرسة الشرقية بجوار قبر ابي حنيفة النعمان والمدرسة السلجوقية والمدرسة المستنصرية وجامع الخلفاء وجامع مرجان ومدرسة جامع مرجان كل ما سبق ينطق بروعة الحضارة العربية والاسلامية اضافة الى ذلك يوجد فيها عدة متاحف لعرض الاثار المختلفة من جواهر وعملات وهياكل بشرية وتماثيل من عصور ما قبل التاريخ كالمتحف العراقي والبغدادي ومتحف الازياء والمأثورات الشعبية .

تضم مدينة بغداد العديد من المعالم الشهيرة منها الحديث والترفيهي والخدمي ومنها الديني والاثري فمن اهم هذه المعالم :

* الحضرة الكاظمية .
* جامع الإمام الأعظم .
* المدرسة المستنصرية .
* مرقد الشيخ عبد القادر الكيلاني .
* ساعة بغداد (ساعة القشلة) .
* نصب الحرية في ساحة التحرير في الباب الشرقي .
* تمثال كهرمانة .
* جزيرة بغداد السياحية .
* المحطة العالمية للقطارات والسكك الحديد .
* ملعب الشعب الدولي .
* مكتبة بيت الحكمة .
* برج بغداد .
* ساحة الاحتفالات .
* قصر المؤتمرات .
* قصر الرحاب .
* المقبرة المكية في الاعظمية .
* ساحة الفروسية .
* دار الحكمة العثماني .
* باب الشيخ عمر احد ابواب بغداد في الرصافة .
* بالإضافة إلى أسواق بغداد القديمة في وسط المدينة واسواقها الشعبية الرائعة مثل (الشورجة وسوق التجار الكبير المسقف) .

أقسام بغداد :

ينقسم مركز بغداد الى قسمين هما الكرخ والرصافة فيقع الكرخ على الجانب الغربي من نهر دجلة في حين تقع الرصافة على الجانب الشرقي منه وفيها الجسور التي تربط طرفي المدينة الشرقي بالغربي اهمها :

- ❖ جسر الائمة .
- ❖ جسر الاعظمية .
- ❖ جسر الشهداء .

- ❖ جسر الجمهورية .
- ❖ جسر الاحرار .
- ❖ جسر الرشيد .
- ❖ جسر 14 تموز .
- ❖ جسر الجادرية .
- ❖ جسر ذو الطابقين .
- ❖ الجسر المعلق .
- ❖ جسر باب المعظم .
- ❖ جسر المثنى .
- ❖ جسر الصرافية .
- ❖ جسر الدورة .
- ❖ الطريق السريع العالي (طريق محمد القاسم) .

أما من الناحية الاقتصادية فتعد بغداد مركزاً للعديد من المصانع والورش والمركز الرئيسي للصناعة في العراق ، كما تعد مركزاً تجارياً رئيسياً وحلقة الوصل بين تركيا وسوريا والهند وجنوب شرق اسيا ، كما وتعد بغداد مركزاً سياحياً هاماً يزوره اكثر من مليون سائح سنوياً ، كما وتعد بغداد من المناطق الزراعية حيث يمتهن سكان الكثير من توابعها زراعة الكثير من الغلات . في حين تمتد فيها المناطق الصناعية من مركز المدينة الى خارجها وضواحيها واهمها منطقة التاجي الصناعية في شمال بغداد .

4. الجنوب العراقي :

يتميز جنوب العراق بأنه موطن العتبات المقدسة التي يزورها عشرات الالاف بل الملايين من الزوار كل سنة وبكثرة اثاره الاكدية والاشورية والبابلية والسومرية والعربية بابل واور والاخيضر واريدو والوركاء وكربلاء والكوفة والنجف كما يتميز الجنوب العراقي بالأهوار التي تغطي مساحة

واسعة من جنوب العراق وتشمل الاهوار المنطقة المحصورة بين محافظتي ميسان وذي قار مع الحدود العراقية الايرانية امتداداً الى الخليج العربي وتشغل المسطحات المائية فيها مساحة (1000) كيلو متر مربع وفيها فرصة لتطوير السياحة البيئية ، ويكثر فيها النباتات الزاهية والطيور المتعددة الاجناس ويرتادوها الكثير من محبي صيد السمك وصيد الطيور ومحبي الطيور في مواسم معينة .

5. الجوانب الاخرى :

توجد مواقع ومرافق حيوية اخرى غير التي سبق ذكرها في مناطق العراق من شماله الى جنوبه تستحق ان تكون مواقع جذب سياحية مثل خزان الثرثار وبحيرة الحبانية وسد دوكان ودربنديخان وسدة الكوت وسد ديالى وسدة الهندية كما توجد المتاحف والمكتبات بالاضافة الى قيام جهات مسؤولة في انشاء دور الاستراحة في معظم هذه المناطق لأجل راحة الزائر .

* **أنواع السياحة في العراق :** ينشط في العراق ثلاث انواع من السياحة وهي :

1. **سياحة المصايف :**

وتنشط في مصايف وغابات وبحيرات شمال العراق والتي تتميز بمناظرها الخلابة التي تجذب السياح بجوها الجميل على مدار السنة .

2. **السياحة الدينية :**

وتشمل المزارات والعتبات الدينية وخاصة في محافظة كربلاء والنجف وقد تم مؤخراً تنفيذ مطار النجف لتسهيل وصول السياح .

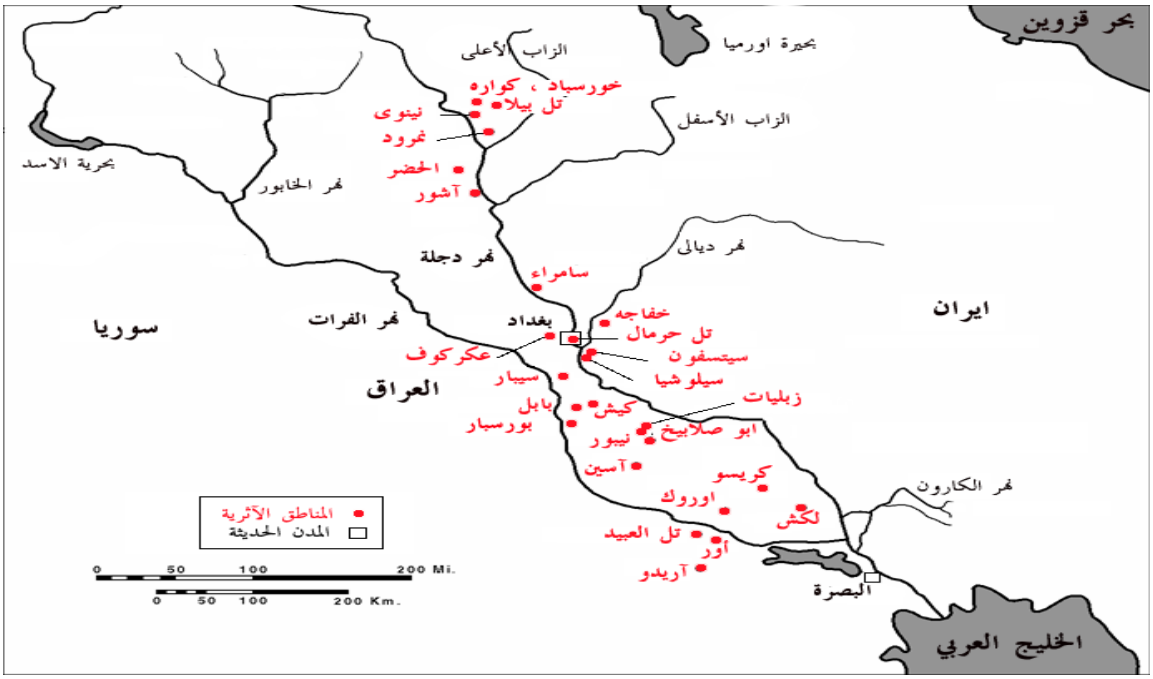
3. **السياحة الأثرية :**

وتشمل حضارات نينوى وبابل واور واكد واربيل ودهوك .

*** يوضح الشكل رقم (1) خارطة المواقع الأثارية في العراق والشكل رقم (2) مواقع المناطق السياحية والمصايف في العراق والموقع الجغرافي .**

شكل رقم (1)

خارطة توضح المواقع الأثارية في العراق



شكل رقم (2)

خارطة توضح المناطق السياحية والمصايف في العراق والموقع الجغرافي

1/ 62

*** المجمعات والقرى السياحية الرئيسية في العراق :**

هناك مجمعات متكاملة تشمل الفنادق والدور والشقق والبيوت السياحية في العراق والتي تقدم خدماتها المتنوعة من حيث الاقامة والاطعمة والمشروبات ووسائل التسلية والترفيه اضافة الى الخدمات الاخرى المكملة من حيث الطبابة والاسواق التجارية والمصارف والبريد ..... والخ . ومن الامثلة على ذلك من المجمعات والقرى والشقق والمدن السياحية في العراق هي :

- **المجمعات السياحية** :- مثل : سد دوكان في السليمانية .
  المدائن في قضاء المدائن في العراق .
- **القرى السياحية** :- مثل : سواره توكه في دهوك .
  سرسنك في دهوك .
  صلاح الدين في اربيل .
  سره رش في اربيل .
  شقلاوة في اربيل .
  قرية المدائن السياحية .
- **الشقق السياحية** :- مثل : المدائن في بغداد .
  السندباد في البصرة .
  عين التمر في كربلاء .
  انشكي في دهوك .
  سولاف في دهوك .
  سره رش اربيل .
- **المدن السياحية** :- مثل : الحبانية – 500 دار .
  دور الحظر في الموصل .
  دور السولاف في دهوك .

كما توجد عدة مرافق سياحية اخرى في العراق اهمها ما يلي :

1. **الفنادق** :- مثل : فندق الرشيد
   فندق عشتار شيراتون
   فندق بابل / اوبروي
   فندق منصور / ميليا
   فندق فلسطين / ميرديان
   فندق السدير / نوفوتيل

فندق بغداد

المدينة السياحية في الحبانية

فندق القناة

فندق الكاظمية

فندق ابن فرناس

فندق الناصرية

فندق الحضر

فندق الديوانية

فندق الرمادي

فندق ام القرى

فندق الخليج العربي / البصرة

فندق الكوت

فندق سولاف وفندق السلام / النجف

فندق الحوراء / كربلاء

فندق سامراء

فندق شقلاوة

مجمع المدائن

فندق نينوى / اوبروي

فندق الموصل

فندق الرطبة

فندق العمارة

فندق كركوك

مجمع القرنة

فندق سرسنك

فندق كربلاء

فندق عقرقوف

مجمع سد الموصل

فندق بابل

2. المصايف :-

هي المواقع التي يقصدها السياح صيفاً للتمتع بخصائصها المناخية المعتدلة ومن اهم مصايف المنطقة الجبلية في شمال العراق هي :

❖ **مصايف محافظة اربيل وهي :** - * مصيف صلاح الدين .

* مصيف شقلاوة .
* مصيف كلي علي بك .
* مصيف حاج عمران .
* مصيف بيخال .

❖ **مصايف محافظة دهوك وهي :** * مصيف زاويتا .

* مصيف سواره توكه .
* مصيف سرسنك .
* مصيف اينشكي .
* مصيف سولاف .
* مصيف سر عمادية .
* مصيف اردان العليا .
* مصيف اردان السفلى .
* مصيف بامرني .
* مصيف سنجار .

❖ **مصايف محافظة السليمانية :-**

* مصيف سرجنار .
* مصيف ازمر .
* مصيف دوكان .
* مصيف دربندخان .
* مصيف طويلة .
* مصيف بيارة .
* مصيف احمد اوه .
* مصيف قوبي قرداغ .
* مصيف بيرة مكرون .
* مصيف سر بشدر .

3. ألمشاتي :

أما ألمشاتي في العراق فقد يؤدي التباين المناخي الى ظهور ما يسمى بالمصايف التي نقصدها صيفاً وظهور المشاتي التي نقصدها شتاءاً للاستمتاع بالأجواء الطبيعية الدافئة فيها . وتعد منطقة الاهوار والمستنقعات والاجزاء الجنوبية من السهل الرسوبي والبصرة من مشاتي العراق وذلك لتوفر الشهور المشمسة شتاءاً ولاعتدال درجات الحرارة فيها . فقد تعتبر منطقة الاهوار مشتى عالمياً للطيور المهاجرة بأنواعها المختلفة وهي تعج شتاءاً بملايين الطيور المائية والخواضة المهاجرة .

* **الفلكلور الشعبي والصناعة الشعبية :**

لكل بلد في العالم ومنها البلدان التي تستضيف السياح لها عاداتها وتقاليدها من حيث الفلكلور الشعبي والصناعة الشعبية حيث يشاهد السائح من التراث الشعبي الملابس الشعبية التراثية والعروض الخاصة بالعروض الشعبية والمهرجانات وكثيراً ما تستخدم بمناسبة الاحداث التاريخية او في المواسم السنوية اضافة الى العروض الشعبية والاستعراضات الرائعة للجماهير من اداء الفرق الموسيقية والرياضة وفرق الغناء والرقص وكذلك ما يقدم البلد المستقبل للسياح من الصناعات الشعبية الفلكلورية مثال ذلك سوق الصفافير في بغداد – الاسواق التراثية الشعبية في المحافظات .

أن كل هذه الخدمات التي تقدم للسائح من خلال الفلكلور الشعبي ما هي الا دعاية للبلد المضيف وبالتالي فأنها من عناصر التشويق والجذب السياحي لمختلف السواح في العالم .

مثال ذلك : ان محافظة نينوى ما تحويه من الفلكلور الشعبي ما هو الا من عناصر الجذب السياحي في العراق حيث يعيش في هذه المحافظة من كل طوائف العراق فنلاحظ العربي له ازياؤه الشعبية – الفلكلورية والكردي والمسيحي كذلك .

ومن خلال الدراسات والتقارير والبحوث تبين ما يأتي :

- ان السائح ينفق (25 %) من ميزانيته على الاقامة والسكن في الفنادق والمصايف والمخيمات وبيوت الشباب ... والخ .
- ان السائح ينفق (35 %) من ميزانيته على الاطعمة والمشروبات .
- ان السائح ينفق (25 %) من ميزانيته على التسوق .

مما سبق تبين ان مجموع ما ينفقه السائح على خدمات الاقامة والاطعمة والمشروبات والتسوق حوالي (85 %) من ميزانيته وهذا يعمل وهذا يعمل على زيادة ما يسمى بالمضاعف السياحي .

*** الهيئات المشرفة على السياحة في العراق :**

هناك هيئات رسمية تشرف على الحركة السياحية في القُطر وهي :

1. المؤسسة العامة للسياحة .. التي تأسست عام 1977 وهي تقوم بالتنسيق والتعاون مع المنظمات والهيئات الرسمية في مجال تهيئة كادر سياحي متخصص ومتدرب عن طريق المجالات التالية :

- ❖ إقامة الدورات المكثفة لغرض تهيئة الكادر المتخصص في مجال السياحة .
- ❖ إقامة الدورات التنسيقية مع رابطة مكاتب السفر والسياحة .
- ❖ تنظيم الدورات المتخصصة باللغات بالتنسيق مع الجامعة المستنصرية / كلية الآداب / فرع اللغات الأوربية .
- ❖ التنسيق مع قسم السياحة وادارة الفنادق / كلية الادارة والاقتصاد / الجامعة المستنصرية وبصورة خاصة لتخرج كوادر علمية متخصصة في السياحة من حملة شهادة البكالوريوس حيث تم القبول للدفعة الاولى في العام الدراسي 1980 – 1981 .

2. **الشركة الوطنية للاستثمارات السياحية..** التي تأسست بموجب القرار رقم (3) لمجلس التخطيط 17 / 7 / 1977 .

3. رابطة مكاتب السفر والسياحة في العراق .

4. رابطة الفنادق والمطاعم .

**** بعض الهيئات والمنظمات الدولية المشرفة على السياحة في العالم :**

1- منظمة السياحة العالمية World Tourism Organization **ورمزها** W.T.O ومقرها في اسبانيا/ مدريد .

2- المنظمة العربية للسياحة Arab Tourism Organization **ورمزها** A.T.O ومقرها ، عمان / الأردن .

3- منظمة السياحة الأوربية الوسطى Euro-Mediterranean Tourism Organization **ورمزها** E.M.T.O ومقرها المملكة المغربية / الرباط .

4- المجلس الدولي للتعليم الفندقي والسياحي Council of Hotel Restaurant International Education **ورمزه** C.H.R.I.E ومقره الولايات المتحدة / واشنطن .

5- الاتحاد الدولي للفنادق International Hotel Association **رمزه** I.H.A ومقره فرنسا / باريس .

6- الاتحاد الدولي للترفيه International Recreation Association **رمزه** I.R.A ومقره الولايات المتحدة الأمريكية / نيويورك .

7- الاتحاد العربي للفنادق Arab Hotel Union **رمزه** A.H.U ومقره مصر / القاهرة .

8- السوق السياحية العالمية World Tourism Market **رمزه** W.T.M ومقره بريطانيا / لندن .

9- الاتحاد العالمي للسياحة والسفر World Travel and Tourism Council **رمزه** W.T.T.C ومقره الولايات المتحدة / واشنطن .

10- الاتحاد الدولي للفنادق والمطاعم International Hotel and Restaurants Association **رمزه** I.H. R.A ومقره المملكة المتحدة / لندن .

بعض المصطلحات السياحية الواجب معرفتها

1	التنمية السياحية	Touristic development
2	مكتب وطني للسياحة	Tourism bureau
3	المدينة السياحية	Tourist city
4	الإعلان والترويج	Advertising and promotion
5	سفرة سياحية م	All – expeuse toure
6	فنادق الأجنحة الكاملة	All – suite hotels
7	خدمات الإيواء	Accommodation services
8	حماية البيئة	Conservation
9	أسواق حرة	Duty – free stores
10	السياحة الايكولوجية (السياحة البيئية)	Eco – tourism
11	منطقة الاستجمام والترفيه	Recreation leisure zone
12	إقامة	Accommodate
13	إجراءات الدخول إلى الفندق	Cheek – in
14	إجراءات الخروج من الفندق	Cheek – out
15	احتياجات السياح	Customer – need
16	مطعم متخصص	Ethnic Restaurant
17	خدمات متكاملة	Full – service
18	تدفق السياح	Invasion
19	وصول متأخر	Late arrival
20	عملة محلية	Local Currency
21	حركة سياحية عالمية أو طلب سياحي عالمي	Mass Tourism
22	موسم الكساد	Off – season
23	موسم الذروة	Peak – Period
24	مصاريف الخدمة	Service fee
25	العرض المتوقع	Supply Forecasting
26	سعر تحويل العملة	Rate of exchange
27	التسهيلات السياحية	Tourist Faculties
28	وكيل السفر	Travel agent
29	منفذ السفرات السياحية	Time sharing system
30	قائمة الانتظار	Wait – List
31	حمام استحمام	Shower
32	الوجبات	Meal Plan
33	اسم البرنامج	Tour Name
34	إيجار سيارة	Car Rental
35	تاريخ الدخول	Check in date
36	تاريخ المغادرة	Check out date
37	الصلاحية	Validity
38	رقم رحلة الطيران	Flight
39	شاطئ البحر	Beach
40	المطعم الرئيسي	Main Restaurant

الأسبوع : الخامس والعشرون

دور الاستثمارات في التنمية السياحية

الفئـة المستهدفـة : طلبـة الصف الأول / قسم السياحة

الأفكار المركزيـة :

1- كيفية تحقيق التنمية السياحية .
2- أهمية التنمية السياحية .
3- دور الاستثمار بأنواعه في تحقيق التنمية .

الأهداف التعليميـة :

1- تبيان أهمية السياحة كرافد أساسي في تحقيق التنمية الاقتصادية .
2- كيفية تحقيق التنمية السياحية ودورها في تحقيق التنمية الشاملة .
3- تبيان الموارد الواجب توفرها لتحقيق التنمية السياحية .
4- توضيح تجارب الدول العربية المتقدمة سياحيا في تحقيق التنمية .

الاختبارات الذاتيـة :

أجوبـة الاختبار :

((المحاضـرة))

الأسبوع : الخامس والعشرون

دور الاستثمارات في التنمية السياحية

مقدمة :

تبرز أهمية السياحة في الدول المتطورة كرافد أساسي في التنمية الاقتصادية ولذلك نجد ضخامة الاستثمارات في التنمية المختلفة في القطاع السياحي كما حدث في ايطاليا واسبانيا واليونان تلك التي حققت تقدماً كبيراً في هذا المجال . فقد تعتبر السياحة اليوم احد أهم القطاعات الاقتصادية والاجتماعية في العالم والتي تلعب دوراً بارزاً في تنمية وتطوير البلدان حيث تقوم السياحة بدور كبير في تحقيق وكما يأتي :

أولاً : السياحة لها دور في تحقيق التنمية الاقتصادية .

ثانياً : السياحة لها دور في تحقيق التنمية الاجتماعية .

فيما يلي نبين دور الاستثمارات في التنمية السياحية تلك التي لها دور في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية .

دور الاستثمارات في التنمية السياحية :

من اجل الوقوف على وسائل النهوض بالسياحة أولاً ومن ثم تحديد المعوقات التي تساهم في التنمية السياحية والتي أهمها تشجيع الاستثمار وذلك لعدم توفر رؤوس الأموال المحلية اللازمة للاستثمار . فقد يعتبر الاستثمار من أهم عوامل التنمية فقد اعتمدت العديد من الدول على تشجيع وتحفيز الاستثمار المحلي والاجنبي عن طريق إعفاء شركات الاستثمار السياحي من الضرائب ولو لفترة محدودة مع السماح للمستثمرين بإعادة رأس المال والربح الى بلدهم الأصلي وكذلك تسهيل إجراءات الكمارك بالنسبة للأجهزة والمعدات التي يحتاجها المشروع السياحي بالإضافة الى تقديم القروض الطويلة الأجل لشركات الاستثمارات السياحي المحلية وإعفائها من الضرائب .

فقد تساهم السياحة في زيادة فرص الاستثمار الوطني والاجنبي بالتنمية السياحية من خلال كونها صناعة مركبة فهي توفر مجالات متعددة للاستثمار كمراكز الاستشفاء والمطاعم ودور اللهو ومراكز الرياضة والقرى السياحية ووكالات السفر ووسائل النقل السياحي وبالتالي تعمل على استقطاب رؤوس أموال كبيرة .

يتطلب النشاط السياحي موارد مالية ضخمة لإنشاء المرافق السياحية الأساسية كالفنادق والمراكز السياحية وغيرها من المشاريع التي تخدم القطاع السياحي ونظراً لكون الاستثمارات في السياحة تتطلب حجماً كبيراً من التمويل مما يجعل القطاع الخاص في الدول النامية مترددة للقيام بالاستثمار السياحي لبقاء هذا الاستثمار لمدة طويلة تقارب (25 – 30 سنة) مع ما يحدث من اضطرابات في

السوق السياحي والتغيرات السياسية والاجتماعية بالإضافة الى مشكلة الموسمية لذلك عملت العديد من الدول النامية الى تقديم قروض طويلة الأجل والاستفادة من الشركات السياحية المتعددة الجنسيات وعموماً تلجأ الدول النامية الى نوعين من الاستثمارات السياحية (استثمارات القطاع العام واستثمارات القطاع الخاص المحلي والاجنبي) . وتقدم الدول النامية مساعدات فنية الى مستثمري القطاع الخاص من خلال مساعدتهم في دراسة الجدوى الاقتصادية والفنية للمشاريع السياحية والفندقية وتكوين العاملين في القطاع السياحي في المعاهد والمدارس السياحية لرفع كفاءتهم . كما وتقدم هذه الدول الى المستثمرين حوافز متنوعة بهدف جذب رؤوس الأموال الاجنبية للاستثمار السياحي ، فمن هذه الحوافز توفير المناخ المناسب للاستثمار السياحي الاجنبي وإرساء عوامل الاستقرار الاقتصادي والسياحي لحماية رؤوس الأموال من التأميم والمصادرة مع وضع القواعد التي تسمح بتحويل الأرباح بسهولة . وأخيراً يمكن القول بأن الاستثمار من أهم عوامل التنمية السياحية كذلك فقد تعتمد الدول النامية على الاستثمار السياحي الاجنبي والمحلي .

- ❖ يعتبر الاستثمار احد أهم المؤشرات التي تقيس حجم الاهتمام الحقيقي بنشاط معين .
- ❖ تعتبر التسهيلات والإعفاءات الضريبية من المحفزات التي تشجع الاستثمار السياحي لذلك يجب على الدولة العمل في هذا الاتجاه لجلب الاستثمار وجذب الحركة السياحية .
- ❖ حققت كل من مصر وتونس والمغرب نتائج سياحية معتبرة باعتمادها على التنظيم والتخطيط الفعال وعلى الموارد البشرية المؤهلة والمدربة حيث أنشأت لهذا الغرض العديد من المدارس والمعاهد والكليات السياحية بالإضافة الى استفادتها من القطاع الخاص حيث قدمت حوافز وتشجيعات مالية وضريبية وتمكنت بذلك من استقطاب رؤوس الأموال الاجنبية من خلال التشريعات والقوانين المهمة وبالتالي تحقيق التنمية السياحية .

وعليه يتطلب الأمر :

- ❖ تشجيع وجذب رؤوس الأموال لإقامة مرافق سياحية عملاقة ومتطورة .
- ❖ زيادة الفرص الاستثمارية المريحة يمكن لهذا القطاع (دولة ومختلط وخاص) تحديد مجالات واسعة لعملية الاستثمار في هذا القطاع والقطاعات المرتبطة به وبشكل يؤدي الى الاستغلال الجيد لمقومات النهوض بالواقع السياحي بشكل خاص .
- ❖ تحديد وتعيين الفرص الاستثمارية لدعم السياحة من قبل وزارة السياحة لدعم وتحفيز القطاع السياحي الخاص للاستثمار .
- ❖ تشجيع الاستثمارات الاجنبية وإعطاء المزيد من الحريات للقطاعين العام والخاص بمزاولة العديد من الاستثمارات في إنشاء المرافق السياحي .

يأتي كل مما سبق من خلال تفعيل قانون 13 لسنة 2006 الخاص " قانون الاستثمار " .

- ❖ معالجة سوء توجيه الاستثمارات في قطاع السياحة حيث يلاحظ إن بعض شركات الاستثمار السياحية الوطنية والاجنبية تركز استثماراتها في مجالات ضيقة قد لا يحتاجها السائح أو يرغب فيها كالنوادي ومحلات الترفيه الليلية .

دور التعليم والتدريب السياحي في التنمية السياحية
وواقع التعليم والتدريب السياحي في العراق

الفئة المستهدفة : طلبة الصف الأول / قسم السياحة

الأفكار المركزية :

1- توضيح دور التعليم والتدريب للكادر السياحي في تحقيق التنمية السياحية .
2- تبيان واقع مؤسسات التعليم والتدريب السياحي في العراق .

الأهداف التعليمية :

1- تبيان أهمية الموارد البشرية في تحقيق التنمية السياحية .
2- تحديد مجالات الدراسة لتحقيق أهداف العملية التعليمية التدريبية.
3- تبيان أهمية توظيف التقنيات الحديثة في التعليم والتدريب .
4- توضيح الخطة العراقية العشرية لتطوير الواقع السياحي العراقي.

الاختبارات الذاتية :

أجوبة الاختبار :

((المحاضرة))

الأسبوع السادس والعشرون _ والثامن والعشرون :

دور التعليم والتدريب السياحي في التنمية السياحية

وواقع التعليم والتدريب السياحي في العراق

يعبر اصطلاح التنمية السياحية من إن البرامج والخطط التي تهدف إلى تحقيق الزيادة المستمرة والمتوازنة في الموارد السياحية وتعميق وترشيد الإنتاجية في القطاع السياحي . وهي عملية مركبة تضم عدة عناصر متصلة ببعضها ومتداخلة تقوم على محاولة عالية وتطبيقية للوصول إلى الاستغلال الأمثل لعناصر الإنتاج السياحي وربط ذلك بعناصر البيئة وتنمية مصادر الثروة والموارد البشرية للقيام بدورها في برامج التنمية .

التنمية السياحية :- يقصد بها تنمية مكونات المنتج السياحي وبوجه خاص في إطاره الحضاري والطبيعي أو بمعنى أخر تنمية الموارد السياحية الطبيعية والحضارية ضمن مجموع الموارد السياحية المتاحة للدولة .

- ❖ التنمية السياحية هي صياغة الهدف الرئيسي لسياسية سياحية إنسانية واعية بالبيئة .
- ❖ كما أن التنمية السياحية هي طريق المستقبل وهي مرحلة من مراحل تحقيق هدف أكبر هو تحقيق التنمية الاقتصادية الشاملة .
- ❖ أهم ركيزة من ركائز التنمية السياحية هو ((الاستغلال الأمثل للموارد البشرية والطبيعية)) وهو توفير العمالة وتدريبها لصالح المشاريع السياحية .

***إن أهم محاور التطوير لتحقيق التنمية السياحية هي :-**

- ❖ **العمل على رفع كفاءة العنصر البشري من خلال :-**

1. التعليم

ضرورة وجود قاعدة ثقافية فكرية للعاملين بهذا القطاع وفي مقدمتها التعليم وتنمية الموارد البشرية عبر الإكثار من المعاهد والكليات السياحية في جميع أنحاء العراق وإعادة النظر في عملية اختيار الطلبة لهذه المعاهد والكليات لما تحتاجه صناعة السياحية للعاملين فيها من مواصفات خاصة بالمظهر والشكل والتربية وأسلوب التعامل كما للتعليم الأكاديمي من أهمية .

لابد من تحديد مجالات الدراسة لتحقيق أهداف العملية التعليمية في المدارس والمعاهد والكليات السياحية والفندقية وعلى الدولة إن تقدم الدعم للمؤسسات التعليمية المتخصصة في السياحية والفندقة والمساعدة في تطوير برامجها الدراسية والاستفادة من تجارب وبرامج الدراسة في الدول المتقدمة سياحياً لتوفير كوارد كفؤة ومدربة لتلبي حاجة المنشات السياحية مستقبلا ولتصبح قادرة على تقديم الخدمات السياحية بشكل لائق ولتواكب عملية التطور .

يتجه العالم بخطى سريعة نحو توظيف التقنيات الحديثة في كل جزيئات العمل السياحي في إعداد وتأهيل الكوادر السياحي وضرورة تحقيق التعاون مع المؤسسات والمنظمات السياحية والثقافية والهيئات العلمية والأكاديمية العربية والدولية من اجل تبادل الخبرات والمعلومات والاستفادة من ما توصلوا إليه من وسائل وتقنيات حديثة لتطوير العملية التدريبية والتدريسية والعمل على إدخال الحاسوب والبرامج المتطورة وإنشاء المختبرات وفتح المراكز التدريبية وتجهيزها بأحدث الوسائل والمستلزمات .

2. **التدريب**

لابد من تحديد أهداف التدريب السياحي والفندقي الحالية والمستقبلية على أساس الاحتياجات الفعلية لمجمل القطاع السياحي مع توفير الكوادر الملائمة للعمل في القطاع السياحي وبشكل يؤدي إلى رفع مستوى أداء الخدمات السياحية لمواجهة تنويع الطلب السياحي وكذلك تطوير البرامج التدريبية باستمرار واعتبار التدريب السياحي عنصرا أساسيا لازما من عناصر التنمية السياحية ما يقتضي التوسع في إنشاء المراكز التدريبية لرفع مستوى الخدمات المقدمة للسياح . وضرورة تنظيم دورات خاصة لتعليم خريجي أقسام السياحة اللغات الأجنبية والمحلية ودورات للمرشدين السياحيين بالإضافة إلى توفير فرص التدريب للعاملين بهدف إكسابهم الخبرة والمهارات بما يمكنهم من التعامل مع التحديات التنافسية . والتأكد على أنه بالتعليم والتدريب السياحي والفندقي من خلال دعم المعاهد والمراكز والكليات السياحية وتوسيع أقسام السياحة فيها لكي تقوم بتخريج الكوادر السياحية للاستفادة منها للعمل في المحافظات والمراكز السياحية لتواكب عملية البناء والتطوير .

وأخيرا يمكن القول إن لا توجد إستراتيجية واحدة للتنمية السياحية يمكن اعتمادها في جميع الدول ولكن توجد استراتيجيات تقوم على الأسس العلمية السليمة والقدر الكافي من الموضوعية والخبرة السياحية التي يمكن اختيار الأفضل منها بما يتناسب مع الظروف الجغرافية والمناخية والبيئية والاجتماعية والاقتصادية والتمويلية الخاصة .

واقع التعليم والتدريب السياحي في العراق

تأسست المؤسسة العامة للسياحة في العراق في عام 1977 بموجب تشريع خاص . وتم بموجبه منحها الصلاحيات المتعلقة بالتخطيط والإدارة السياحيتين ومن خلال الدراسات والبحوث فان السياحة في العراق متأثرة بفلسفة المدارس السياحية المشهورة في العلم كالمدرسة اليوغسلافية بعناصرها الأربعة التي هي :-

1. العناصر الفضائية أو المكانية

2. العناصر الكمية
3. العناصر الترفيهية
4. العناصر الثقافية

وكذلك تتأثر السياحة في العراق بالمدرسة الفرنسية والأسبانية والنمساوية وكذلك بالمدرسة الإنكليزية قليلا مع الاحتفاظ بالطابع العراقي وميزاته .

بدا اهتمام الدولة العراقية بالسياحة وعملت على تطويرها بأجراء مسح عام من قبل خبراء أجانب وكان ذلك في عام 1974 ثم وضعت الأهداف والمؤشرات الواضحة لتطوير السياحة وحللت العناصر الكثيرة التي تعتمد عليها السياحة ضمن العطاء الطبيعي والحيوي .

وجاءت الخطة للفترة من 1975- 1985 على مرحلتين :-

1. الإيواء والخدمات التكميلية والضوابط
2. سياسية التنفيذ والاستثمار والعوائد : حيث وضعت الخطوط العريضة لإحداث توازن في كافة الفعاليات الخاصة بتنفيذ الخطة . وأعطت الخطة على إعطاء الأولوية للمناطق السياحية الموجودة وتطويرها.

وشملت الخطة المناطق السياحية في بغداد والمحافظات والقرى السياحية في المواقع ذات الأفضلية والتي هي شواطئ البحيرات وفي المصايف الشمالية ومراكز الترفيه القريبة من مراكز المدن الرئيسية والتابعة لها . وكذلك تنفيذ مشاريع السياحة الدينية حيث رصدت الدولة لها المبالغ الكبيرة واللازمة لذلك . وقد أكملت المدينة السياحية من الدرجة الأولى وعلى مستوى عالمي في الحبانية وكذلك مجمعات سياحية في المنطقة الشمالية بطاقة (2800) سرير وكذلك المصايف بمواقع مختلفة بـ(600) سرير (نجمتين) وفنادق السياحة الدينية في مراكزها بطاقة (2000) سرير (3 نجوم) في بغداد والكاظمية وكربلاء والنجف . وفنادق في بغداد من الدرجة الممتازة وفنادق رئيسة في البصرة بطاقة (1200) سرير ممتازة وجيدة جدا وفنادق أخرى في ثماني محافظات بطاقة (1700) سرير جيدة جدا وفنادق في مصيفين بطاقة (400) سرير وأسس معهدان للفندقة واحد في بغداد والثاني في الموصل . أما القطاع الخاص فان الدولة شرعت قوانين خاصة بالسياحة وأصدرت التعليمات لهذه الممارسة والصناعة الوطنية الحديثة ومنحت المحفزات للقطاع الخاص وتوجيها بقرار رقم 353 في 1980/3/6 بهذا المجال ليكون العمل منتجا وبمستوى المسؤولية وضمن المواصفات العالمية . ويمنح هذا القرار جميع المستثمرين من العراقيين والعرب والعاملين في إدارة المرافق السياحية من المحفزات ووسائل الدعم والتشجيع وأهمها :

1. التسهيلات المصرفية بواسطة بنك الرافدين
2. منح قرض بنسبة لا تتعدى (65 %) من الكلفة الكلية للمشروع أو المرفق السياحي وبفائدة (1.5 %) والعرض في المناطق الأخرى لا يزيد عن (50 %) .

3. منح إجازة الاستيراد لاستيراد المكائن والمعدات والعدد والأدوات والأثاث وجميع ما يحتاجه المشروع السياحي .
4. إعفاء المستثمرين من ضريبة الدخل عن الإرباح المحققة من المشاريع لمدة خمس سنوات اعتبارا من سنة التشغيل الأولى وتعفى الإرباح التي لا تتعدى (10 %) من رأسمال المدفوع فعلا خلال السنوات الخمس اللاحقة بها .
5. الإعفاء من ضريبة العقار لمدة عشر سنوات من تاريخ إنهاء المشروع .
6. يمكن للمستثمرين العرب إضافة إلى ما ذكر إدخال رؤوس أموالهم بعملات أجنبية قابلة للتحويل وتحويل نسبة لا تتجاوز (100 %) إلى خارج القطر من صافي الإرباح المتأتية من الاستثمار .

وبهذه المحفزات تشجيع للقطاع الخاص في العراق والدول العربية لتطوير السياحة في العراق .

ثم حلت المؤسسة العامة للسياحة لتحل محلها الشركة الوطنية للاستثمار السياحي لسنة 1988 (مساهمة) إما الإشراف الحكومي فيتم عن طريق (لجنة السياحة) .

بالإضافة إلى ما سبق فان السياحة بالعراق تعاني من محددات ومعوقات تعرقل تحقيق التنمية السياحية بالرغم من توفر المقومات السياحية وهذا يحتاج إلى تطوير النقل والمواصلات والاهتمام بالبنية التحتية والفوقية واهم هذه المعوقات هو عدم تشريع قوانين الاستثمار لتشجيع الاستثمار الداخلي والعربي والأجنبي للنهوض بالسياحة وتحقيق التنمية السياحية وسنتطرق عن أهم مشاكل ومعوقات السياحة في العراق مع وضع الوسائل والخطط للنهوض بها .

واقع التعليم السياحي في العراق

تشكلت المؤسسة العامة للسياحة في العراق في العام 1977 والتي أعطيت الصلاحيات لتهيئة كادر علمي متخصص ومتدرب عن طريق إقامة الدورات المتخصصة بالتعاون مع الهيئات الرسمية وشبه الرسمية عن طريق إقامة الدورات بالتنسيق مع مكاتب السفر والسياحة والجامعة المستنصرية / كلية الآداب وكذلك كلية الإدارة والاقتصاد في نفس الجامعة فقد تم فتح قسم السياحة وإدارة الفندقة في سنة 1980 لتخريج طلبة حملة شهادة البكالوريوس في اختصاص السياحة وإدارة الفندقة وقد أقدمت المؤسسة على تأسيس المدرسة الفندقية ببغداد والدراسة فيها ثلاث سنوات بعد المتوسطة بالإضافة إلى فتح معهدين للفندقة احدهما في بغداد والثاني في الموصل . أما فيما يخص تدريب الفرق العاملة فيكون ذلك عن طريق المؤسسة العامة للسياحة بفتح دورات تدريبية لكافة العاملين في قطاع السياحة

داخل القطر وخارجه من اجل إكسابهم المهارة المهنية في هذا المجال . ونظرا للتطور الحاصل في قطاع السياحة والخطط الطموحة من اجل تطوير هذا القطاع وتحقيق التنمية السياحية لأهميته في الناحية

الاقتصادية فهناك خطط لفتح أقسام السياحة والفندقة في جميع معاهد القطر بالإضافة إلى الانتهاء من استحصال الموافقات في إنشاء كلية العراق السياحية في محافظة نينوى وذلك لحاجة السوق السياحي لمثل هذه التخصصات .

إدارة الموارد البشرية في القطاع السياحي
(دور الأيدي العاملة الماهرة في التنمية السياحية)

الفئـة المستهدفـة : طلبـة الصف الأول / قسم السياحـة

الأفكار المركزيـة :

1- توضيح دور الأيدي العاملة في التنمية السياحية .
2- كيفية إدارة الموارد البشرية .
3- الوصول إلى الإدارة الناجحة في إدارة مؤسسات القطاع السياحي.

الأهداف التعليميـة :

1- كيفية خلق كادر سياحي متعلم ومتدرب .
2- كيفية الارتقاء بجودة الخدمات السياحية.
3- تبيان أهمية توظيف التقنيات الحديثة في التعليم والتدريب .
4- توضيح أن السياحة تحتاج إلى فهم دقيق لطبيعة ومشاكل السياح . والأفراد العاملين في تقديم الخدمات .

الاختبارات الذاتيـة :

أجوبـة الاختبـار :

((المحاضـرة))

الأسبوع التاسع والعشرون والثلاثون :

إدارة الموارد البشرية في القطاع السياحي

(دور الأيدي العاملة الماهرة في التنمية السياحية)

أن للعنصر البشري دور مهم في تحقيق التنمية السياحية وفي دعم الإستراتيجية السياحية من خلال العاملين في القطاع السياحي سواءً كانوا في الإدارة العليا للقطاع ام في الإدارة المركزية المباشرة للمواقع السياحية . وكذلك من خلال الإدلاء السياحيين وموظفي الاستقبال في الفندق السياحي وحتى من خلال موظفي الاتصالات والعاملين في شركات النقل السياحي . أن إدارة الأماكن السياحية تعاني من بعض المشاكل المرتبطة بعدم انتظام عناصر الموهبة والمهارة الإدارية لدى معظم من يديرون هذه المواقع وذلك لأسباب قد يكون أهمها ضعف برامج التأهيل والتدريب الخاصة بهم بالإضافة إلى غياب الحافزية (الدافع للعمل) وذلك بسبب الرواتب والأجور المتدنية المعطاة لهم . ولعل التفكير بتأجير بعض الدوافع السياحية لأدارتها من قبل شركات متخصصة في العوم الإدارية والمالية والتسويقية . كما أن إدارة العملية السياحية تتطلب وضع البرامج الفعالة للتدريب السياحي ووضع المعايير الكفيلة بالرقابة وتقديم الخدمات السياحية بالتوازي مع برامج التوعية للعاملين والسكان المحليين بأهمية صناعة السياحة . تأهيل العاملين في مجال الاستقبال والاستضافة ومجاملتهم والتعرف على حاجاتهم والخدمات المطلوبة من قبلهم والتي يرغبونها ويأتي ذلك من خلال مل يلي :

1. وضع برامج تدريبية خاصة بالمدراء المعنيين بإدارة المواقع السياحية وتعريفهم بأهمية المحافظة على السواح والذي يمكن أن يتم من خلال المشاركة في وضع إستراتيجية تنموية متكاملة للموقع السياحي الذي يديرونه .
2. برامج تدريبية مستمرة ودورية للعاملين في السياحة بمختلف أدوارهم وأعمالهم وكذلك الإدلاء السياحيين لإكسابهم المزيد من الخبرات والمهارات الاتصالية واللغوية .
3. وضع برامج توعية لكافة شرائح المجتمع وللسكان المحليين وذلك بعقد الندوات والدورات والمحاضرات والنشرات لتعريفهم بأهمية المكان السياحي وكيفية المحافظة على الموقع السياحي وترحيبهم بالسائح وان يكونوا كقدوة حسنة في التعامل مع السائح لإعطاء صورة طيبة عن البلد .

وبما أن صناعة السياحة أصبحت صناعة حديثة ومتطورة وقد استثمرت فيها رؤوس أموال طائلة ولنشأت فيها المرافق السياحية الكبيرة لذلك فهي تحتاج الى أيدي عاملة ماهرة متدربة لكي تستطيع تقديم الخدمات السياحية الجديدة وذات جودة عالية وعلة هذا الأساس لابد من وجود إدارة حديثة قادرة على إدارة هؤلاء العاملين معتمدة على أساليب تقنية حديثة نظراً لتطور الحياة وتطور وتعدد حاجات ورغبات السائح ومن هنا فأن المنشآت السياحية تحاول تقديم أفضل الخدمات للسائح لان السائح يفتش

عن الخبرة والتجربة في الفندق والمطعم الذي يرغب الذهاب إليه من حيث علامته التجارية وسرعة وطبيعة الخدمات من حيث أسعارها وكفاءة العاملين فيها وكذلك قدرتهم على تقديم الخدمات بشكل يرضي حاجات السائح ورغباته .

لذلك نلاحظ أن الأيدي العاملة في هذا القطاع أصبحت او بدأت تتغير نحو الأفضل من حيث الثقافة والخبرة والتجربة والكفاءة والذوق وتعلم اللغات واستيعاب الظروف الاقتصادية والاجتماعية والسياسية للبلد الذي يعمل فيه والبلدان الوافدة والمستقبلة للسياح .

ومن الوسائل والسبل في تحقيق توفير الأيدي العاملة الماهرة في القطاع السياحي :

1. إقدام الجامعات والمعاهد على افتتاح أقسام متخصصة بقطاع السياحة .
2. الاستفادة من الفرص التدريسية والتدريبية التي تمنحها بعض الدول المتقدمة سياحياً للأقطار والبلدان النامية لعدم جهودها في عملية تهيئة العاملين للسياحة .
3. المشاركة في المجالات السياحية الإقليمية والمحلية والدولية لنقل خبراتها في هذا المجال .
4. عقد المؤتمرات والندوات ودورات التعليم المستمر لمواصلة عملية التدريب بشكل دوري والاطلاع على احدث الوسائل الحديثة في القطاع السياحي .

فيعتبر التدريب أساسا لتنمية الموارد البشرية ولإنجاح البرنامج التدريبي لا بد أن يكون هذا البرنامج هادفاً وشاملاً . وان الهدف الأساسي للتدريب هو تغيير السلوك الإنساني بتنمية مهارات الفرد واتجاهاته وتحسين مستوى أدائه . لذا يتطلب أولا تحديد احتياجات العاملين السياحيين من المهارات ومن ثم تحديد البرنامج التدريبي الذي يكفل هذه المهارات وتحسين مستوى وجودة الخدمة المقدمة للسائح وان هذا التدريب يجب أن يتم من خلال خبراء في السياحة .

وخلاصة يمكن القول بأن أهم محاور التطوير لتحقيق التنمية السياحية هي :

- ❖ الارتقاء بجودة الخدمات السياحية باعتبارها معيار السبق والتمييز في عالم اليوم والمستقبل .
- ❖ التعاون بين كافة مؤسسات الدولة لتطوير النشاط السياحي والارتقاء به حيث ان قطاع السياحة له علاقة مباشرة وغير مباشرة بجميع مؤسسات الدولة ومن ثم لابد من دراسة تأثير مؤسسات الدولة المختلفة على القطاع السياحي .
- ❖ العمل على رفع كفاءة العنصر البشري من خلال :

1. **التعليم** : لابد من تحديد مجالات الدراسة أولا لتحقيق أهداف العملية التعليمية في الكليات والمعاهد السياحية والفندقية وعلى الدولة تقديم الدعم اللازم لهذه المؤسسات التعليمية وتطوير برامجها الدراسية والاستفادة من البرامج الدراسية العالمية المتطورة .

2. **التدريب** : لابد من تحديد أهداف التدريب السياحي والفندقي الحالية والمستقبلية على أساس الاحتياجات الفعلية لمجمل قطاع السياحة مع توفير الكوادر الملائمة للعمل في السياحة بشكل

يؤدي الى رفع مستوى أداء الخدمات السياحية لمواجهة تنوع الطلب السياحي وكذلك تطوير البرامج التدريبية باستمرار .

3. الاهتمام بوعي المجتمع في مجال السياحة وذلك من اجل إيجاد صناعة سياحية راقية .
4. الاستفادة من الإمكانيات المتاحة في شبكة المعلومات العالمية (الانترنيت) .

وعليه يتطلب :

- ❖ فتح مؤسسات تعليمية عالية لتوفير وتأهيل الإدلاء والمرافقين للوفود السياحية .
- ❖ اعتبار التدريب السياحي عنصراً أساسيا لازماً من عناصر التنمية السياحية ما يقتضي التوسع في إنشاء مراكز التدريب السياحي والفندقي لرفع مستوى الخدمات السياحية التي تقدم للسائح .

وأخيرا يأتي عامل تطوير الموارد البشرية بالدرجة الأساس وكعامل من عوامل تحقيق التنمية السياحية حيث تعاني السياحة كثيراً من صعوبة الحصول على اليد العاملة الماهرة في صناعة السياحة . فقد تعيد النشاط السياحي على العنصر البشري بدرجة كبيرة فهو يستدعي تأهيل وتكوين مستمر للموارد العاملة في قطاع السياحة . لذلك يجب الاهتمام بالمدارس والمعاهد والكليات السياحية ومن خلال العرض ودراسة تجارب الدول المتقدمة سياحياً وجد بأنها تعاني من نقص في الكوادر السياحية على الرغم من توفرها على العديد من المدارس والكليات في جامعاتها ويقع على عاتق الدولة السياحية أن تعمل على تثقيف العاملين في القطاع السياحي عن طريق عقد دورات وندوات تثقيفية لكسب معارف وتقنيات جديدة والاطلاع على تجارب الدول المنافسة والمتقدمة سياحياً .

((في السياحة القاعدة الذهبية السائدة هي عامل الناس بالطريقة التي يفضلونها))

أن العوز إلى التدريب المناسب هي اكبر معوقات القطاع السياحي فالسياحة الحديثة تحتاج الى برامج تدريب متخصصة تتناسب مع متطلبات العصر من حيث التعليم والتدريب والمؤهل العلمي الذي يعتبر من المتطلبات الأساسية تم تنظيم رحلات خاصة للمرشحين للعمل في القطاع السياحي لاصطحابهم للمعالم التاريخية والحضارية والطبيعية والمنشآت السياحية لغرض إكسابهم المعلومات والمهارات والخبرة للتعامل مع السياح كذلك تنظيم لهم دورات انعاش لتقديم احدث المعلومات لهم في عدة فترات ولو مرة في كل عام .

* أن هدف القطاع السياحي هو تقديم الخدمات المناسبة للسياح وهي ما يتوافق مع حاجاتهم ورغباتهم وتجنب أي معوقات او مشاكل او معوقات للحركة السياحية . والهدف الرئيسي هو ضمان ان الزوار يتم خدمتهم من قبل أفراد مدربين كرزمة الخدمات السياحية المتكاملة وبجودة عالية بما يتناسب مع الصورة الذهنية التي تهدف الخطة السياحية الى رسمها في أذهان السياح .

أذن السياحة تحتاج الى فهم دقيق لطبيعة ومشاكل الأفراد الذين يعملون في تقديم تلك الخدمات .

أن برامج تدريب الكوادر البشرية في مجالات تقديم الخدمات يجب أن تشمل جميع الوظائف والمستويات من أدناها إلى أعلاها مثل منظمو الرحلات .كما يحتاج التدريب رجال الأمن والدفاع المدني وموظفي الصحة والمالية وأصحاب المحلات التجارية وكذلك على التدريب في مجال الضيافة.

وتنمية اتجاهات الاحتراف من خلال تعليمهم أداء الوظيفة بشكل كامل فاعل Professionalism .

* تعليمهم ما يجب القيام به في رحلات الطوارئ / النار / السرقة / الإغماء .

العديد من البلدان السياحية تقوم بتدريس معلومات سياحية عامة في الصفوف الإعدادية والثانوية مثل هذه البرامج تسمى ببرامج توعية الجمهور .

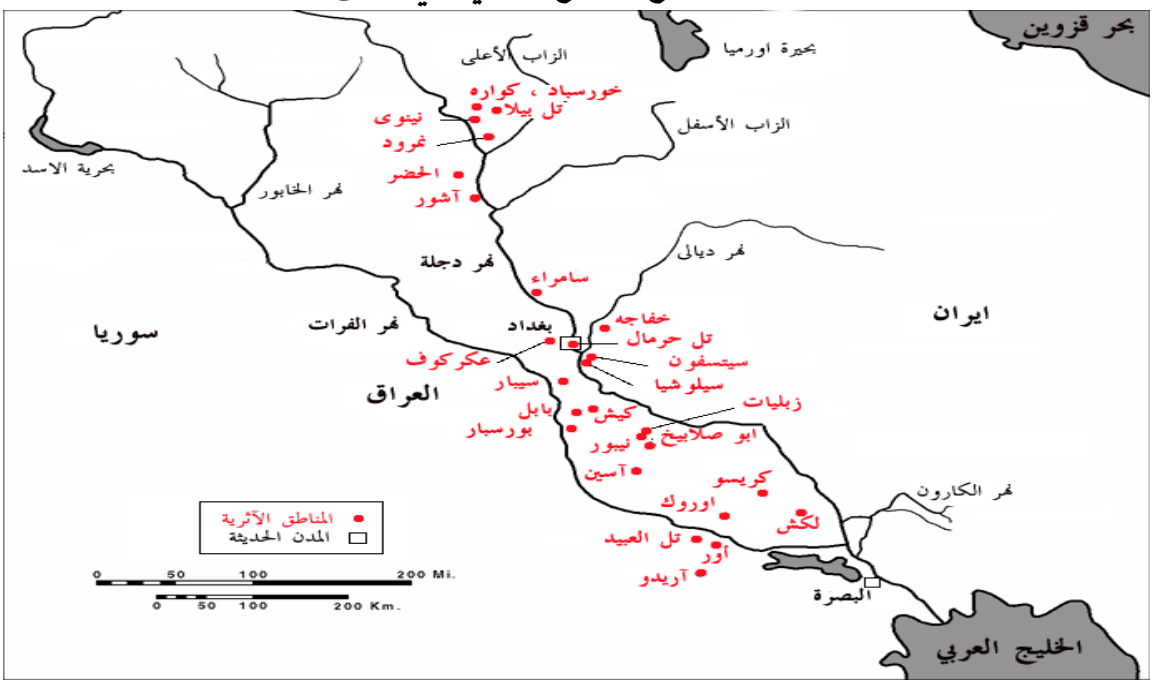
المصادر :

1. فن الدلالة السياحية / د. خالد مقابلة / دار وائل للنشر / الأردن / 2003 .
2. الاستعمالات والدلالة السياحية / د. رعد العاني / دار الحامد للنشر / عمان / 2005 .
3. مبادئ السياحة / مروان أبو رحمة وآخرون / دار البركة للنشر / عمان / 2001 .
4. السياحة ... أسس ومبادئ / بنيامين يوحنا / المديرية العامة للثقافة والفنون / 2006 .
5. إدارة المنشآت السياحية / آسيا الأنصاري وإبراهيم خالد عواد / دار صنعاء للنشر / عمان / 2001 .
6. إدارة القرى السياحية / د. نزيه الدباس / دار الحامد للنشر / عمان / 2002 .
7. السياحة في العراق ودورها في التنمية والأعمار / د. رؤوف الأنصاري / دار هاوس برس / بيروت / 2008 .
8. اهمية السياحة في ظل التحولات الاقتصادية / خالد كواش / اطروحة : دكتوراه / جامعة الجزائر / 2004 .

خارطة موقع العراق الجغرافي

شكل رقم (1)

خارطة توضح المواقع الأثارية في العراق



شكل رقم (2)