

تحليل الأستثمار السياحي

دراسة لآراء عينة من المديرين في المنظمات السياحية في إقليم كردستان العراق

“مستل من رسالة الماجستير الموسومة بتحليل الأستثمار السياحي في إقليم كردستان العراق، رسالة ماجستير، فاكولتي العلوم الإنسانية، جامعة زاخو، 2015”

نافسر عبد القادر عبدال

د. خيرى علي اوسو

استاذ

الكلية التقنية الادارية-جامعة بوليتكنيك دهوك

الكلية التقنية الادارية-جامعة بوليتكنيك دهوك

إقليم كردستان العراق

إقليم كردستان العراق

المستخلص

هدفت الدراسة الحالية الى تحليل الاستثمار السياحي في اقليم كردستان العراق ، وتمثلت مشكلة الدراسة بان قطاعات الاقتصاد الوطني في الاقليم تعاني من الضعف والاهمال كالزراعة والصناعة ، والنفط ما زال في البداية ، ورغم تمتع الاقليم بالعديد من المقومات الطبيعية والبشرية والمساعدة الى جانب وقوعه في موقع حضاري مهم ، الا انه مع ذلك لم تستغل تلك المقومات وبقي النشاط السياحي مكملا ، وان هذا الاهمال اقد الاقليم العديد من المنافع الاقتصادية والاجتماعية التي يمكن الحصول عليها من الاستثمار في القطاع السياحي ، وتمثلت اهمية الدراسة بدور القطاع السياحي في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية للاقليم ، واعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي ، واستخدمت استبانة استبانة للحصول على المعلومات ، وتم توزيع الاستبانة على مجموعة من مجموعة من المديرين في المنشآت السياحية في محافظة دهوك واربييل والسليمانية ، بلغ عددها (250) استبانة ، وتم استرداد (206) استبانة صالحة للتحليل الاحصائي ، وبمعدل الاستجابة (82,4 %) . تمثلت اهم الاستنتاجات بقيام الحكومة بتوفير فرصة الاستثمار في القطاع السياحي وتحسين مستوى الخدمات المقدمة الى السياح، وتوصلت الدراسة الى جملة من المقترحات تمثلت بضرورة استغلال الفرصة التي وفرتها الحكومة للمستثمرين للاستثمار في القطاع السياحي، وتحسين مستوى الخدمات المقدمة الى السياح.

الكلمات المفتاحية: الاستثمار السياحي

1. المقدمة

الماضية فقد كان عدد السياح عام 1995 (530) مليون سائح وصل في عام 2013 إلى مليار وخمسة وثلاثون مليون سائح، أما فيما يخص الإيرادات السياحية الدولية فيلاحظ تطور هذه الإيرادات خلال الفترة (1990 – 2012)، فقد زادت من (264) مليار دولار عام (1990) إلى (1075) مليار دولار عام (2012) بزيادة قدرها (811) مليار دولار. وتعد السياحة من المنظور الاجتماعي والحضاري حركة ديناميكية ترتبط بالجوانب الثقافية والحضارية للانسان وأنها بمثابة رسالة حضارية وجسر للتواصل بين الثقافات والمعارف الانسانية للامم والشعوب ومحصلة طبيعية لتطور المجتمعات السياحية وارتفاع مستوى معيشة الفرد.

وعلى الصعيد البيئي تحقق السياحة منفعة كبيرة للبيئة عن طريق التدابير المتميزة لحماية السات المادية للبيئة والمواقع والمعالم التاريخية والحياة البرية، وعادة ما يكون الترفيه والسياحة الهديفين الثانويين من انشاء وتتمية المواقع الوطنية، وانواع اخرى من المناطق

تعد السياحة ظاهرة بشرية قديمة، بدأت مع وجود الانسان وكان اساسها عمليات انتقال الافراد من مكان الى اخر لتحقيق اهداق معينة كجمع القوت والتجارة وحب الاستطلاع والدين وغيرها.

اما اليوم فقد اصبحت السياحة حركة انسانية هدفها المتعة والاستجمام واكتساب الثقافات المختلفة وتعميق الصلات بين الشعوب، كما اصبحت واقعا حضاريا ونشاطا اقتصاديا واجتماعيا يضم مرافق عديدة تخرق قطاعات مختلفة. ان لصناعة السياحة اثر كبير على ميزان المدفوعات ويعد أحد القنوات المهمة للحصول على العملات الاجنبية والمساهمة في سد العجز المادي في الميزانية او التخفيف منه. ووفقا لاحصاءات منظمة

السياحة العالمية فان قطاع السياحة العالمي قد حقق نموا قياسيا خلال السنوات

المجلة الاكاديمية لجامعة نوز، المجلد 9، العدد 1 (2020)

ورقة بحث منظمة نشرت في 2020/2/17

البريد الالكتروني للباحث : khairy.a@gmail.com

حقوق الطبع والنشر © 2017 أساء المؤلفين. هذه مقالة الوصول اليها مفتوح موزعة تحت رخصة

المشاع الايداعي النسبي - CC BY-NC-ND 4.0

أستثمري ملائم وذلك من خلال توفير الأمن والأستقرار السياسي في عموم العراق.

ب. دراسة (حمد 2008)، تخطيط وتنمية خدمات السياحة الدينية وأثرها في نمو الطلب السياحي في محافظة نينوى. هدفت الدراسة الى بيان أهمية السياحة الدينية والنهوض بها، وكذلك تحديد نقاط القوة ونقاط الضعف للخدمات المقدمة للسياح في المحافظة من خلال تخطيط وتنمية الخدمات المتعلقة بطبيعة الموقع السياحي ونوعية الخدمات السياحية الدينية التي تمارس من قبل السياح ، وتوضيح مقدار وحجم تأهيل خدمات الايواء كالفنادق والمطاعم والنقل... الخ على نمو النشاط السياحي ، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي ، وتم استخدام الاستبانة لاستطلاع آراء العينة ، تمثلت اهم الاستنتاجات بعدم وجود رقابة صحية سياحية جيدة على فنادق ومطاعم المحافظة بدرجاتها المختلفة ، وعدم الأهتمام ، الكافي بالنسيج الثقافي والحضاري القديم للمحافظة والذي يشكل بدوره عامل جذب سياحي كبير، فضلا عن وجود اهبال ونقص في خدمات النقل بكافة وسائلها بالإضافة الى تقادمها ورداءتها الأمر الذي يتعذر عليها خدمة أنماط السياحة ومنها السياحة الدينية ، وتوصل البحث الى مجموعة من المقترحات من اهمها التركيز على التخطيط السياحي السليم لأغراض التنمية المكانية لما تعانيه المحافظة من تجاوز على المواقع الدينية والأثرية والثقافية ، والعمل على تنشيط أنماط أخرى من السياحة في المحافظة كالسياحة العلاجية وسياحة الصيد ، بالإضافة الى السياحة الدينية ، وأستخدام وسائل نقل حديثة لنقل السياح من وإلى المحافظة والعمل من أجل تنمية الطلب السياحي الديني والأثري والعلاجي وذلك من خلال وسائل الدعاية والاعلام السياحي المتخصص لكي يعرف الزوار بالموورث الحضاري والديني والتاريخي وبالمنافع العلاجية لما تمتلكه المحافظة من مقومات جذب السياحي.

ت. دراسة (بوعومشة 2012)، دور القطاع السياحي في تمويل الاقتصاد الوطني لتحقيق التنمية المستدامة-دراسة حالة الجزائر. هدفت الدراسة الى معرفة مساهمة القطاع السياحي في النهوض بالاقتصاد الوطني وتحقيق تنمية مستدامة ، وإبراز القطاع السياحي كقطاع مساهم في تمويل الاقتصاد الوطني بالعملة الأجنبية ، وكذلك إبراز جهود الدولة من خلال إتباع مجموعة من البرامج و السياسات وهل هناك تشجيع للنهوض بهذا القطاع من خلال الأستثمار المحلي

الجيلة، لذلك اصبحت المناطق الطبيعية عوامل الجذب الاساسية للسياحة الطبيعية والايكولوجية.

تعد بيئة اقليم كردستان العراق بيئة غنية بالمقومات السياحية، اذ يتمتع الاقليم بالثراء الطبيعي والمناخ اللطيف، الى جانب وقوع الاقليم في موقع حضاري مهم مرت عليه الحضارات، وتركت فيه اثارا خالدة الى الابد. هذه المقومات تثير الافراد وتدفعه الى السفر نحو مناطق تواجدها.

ومن هنا ظهرت الحاجة الى تناول موضوع تطوير القطاع السياحي في اقليم كردستان العراق، دراسة استطلاعية لآراء عينة من المديريين في المنشآت السياحية في إقليم كردستان العراق.

2. عدد من الدراسات السابقة

استكمالا للإطار النظري للبحث يستلزم الأمر استعراض مجموعة من الدراسات السابقة التي تعد أحد المرتكزات الأساسية التي يستند عليها أي دراسة، يهدف عرض جهود الكتاب والباحثين في هذا المجال خلال السنوات السابقة، ومدى تجانس وتوافق الدراسة مع الدراسات السابقة، مع بيان ما يميز الدراسة عن هذه الدراسات، وفيما يأتي عرض لهذه الدراسات:

أ. دراسة (محمد. 2006)، دور الأستثمار السياحي العربي والأجنبي في دعم الاقتصاد العراقي/دراسة تطبيقية في محافظة كربلاء. هدفت الدراسة الى التعرف على المواقع السياحية الدينية والأثرية والتاريخية في محافظة كربلاء ، وايضا التعرف على مجالات وامكانية الأستثمار العربي والأجنبي في المحافظة، وكذلك معرفة المقومات الأخرى لدعم التوجه الأستثمري ، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي ، وتم استخدام الاستبانة لاستطلاع آراء العينة ، تمثلت اهم الاستنتاجات بأنخفاض مساهمة قطاع السياحي في الدخل القومي وذلك بسبب عدم الأهتمام بالسياحة اضافة الى الظروف التي مر بها البلد في الفترات الماضية ، وعدم فتح المجال أمام الأستثمارات العربية والأجنبية للأطلاع على الفرص الأستثمارية المتاحة في البلد ، اضافة الى عدم توفر الظروف والمناخ الأستثمري المناسب والمشجع للمستثمر العربي والأجنبي للقدوم وأتخاذ قرارات في مجال الأستثمار السياحي ، وتوصل البحث الى مجموعة من المقترحات من اهمها خلق وتهيئة عوامل الجذب للقطاع السياحي ، وكذلك العمل على خلق مناخ

العينة ، تمثلت اهم الاستنتاجات بأن الاستثمار في قطاع السياحة يوفر فرصا جديدة لجذب الاموال والترويج لثقافة التضامن.

ج. تقويم الدراسات السابقة يتضح من عرض الدراسات السابقة التي قدمها مجموعة من الباحثين في دراسة القطاع السياحي، أنها ساهمت بشكل كبير في اغناء هذه الدراسة وساعدت الباحث في كتابة الجانب النظري والاستفادة منها في الجانب الميداني، واستناداً إلى ماسبق يمكن تحديد عدد من المؤشرات للدراسات السابقة وكما يأتي:

- تنوعت الدراسات السابقة بين العربية والاجنبية، والتي تختلف من حيث العناوين والمنهجية المستخدمة ونوع العينة ومجموع الدراسة والنتائج والتوصيات التي توصلت اليها.
- التعرف على بعض المصادر العلمية التي تناولت موضوع القطاع السياحي.
- التعرف على المنهجية المعتمدة لهذه الدراسات وطبيعة متغيراتها.
- ساعدت على اعطاء تصور عن مجتمعات الدراسة وطبيعتها فضلا عن أهميتها في توضيح مجالات الدراسة المنتخبة لاجراء هذه الدراسات.
- ساعدت في التعرف على أهم الأساليب الاحصائية المستخدمة في جمع البيانات وطرائق تحليلها.
- ساعدت الباحث في تصميم استارة الاستبيان.
- إن التوجه المغاير للدراسة الحالية هو تناوله لموضوع تحليل الاستثمار السياحي في اقليم كردستان العراق، وهي بيئة تختلف عن بيئة بعض الدراسات السابقة.

3. منهجية الدراسة

1.3 مشكلة الدراسة

يعد القطاع السياحي احد القطاعات الأساسية للاقتصاد في إقليم كردستان، الا انه يواجه العديد من المعوقات التي حال حتى الان دون وصوله الى المستوى المطلوب، رغم تمتع الاقليم بالعديد من المقومات الطبيعية والبشرية والمساعدة الى جانب وقوعه في موقع حضاري مهم، الا انه مع ذلك لم تستثمر تلك المقومات السياحية بالشكل المطلوب وبقي النشاط السياحي محملا، وان هذا الاهمال افقد الاقليم العديد من

والاجنبي، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي ، وتم استخدام الاستبانة لاستطلاع اراء العينة ، تمثلت اهم الاستنتاجات بوجود ضعف في أداء القطاع السياحي في الجوائز ويعود ضعف الاستثمار في هذا القطاع الذي كان بعد الاستقلال وما تبعه من مخططات أعطت الأولوية لقطاع الصناعات الثقيلة على حساب قطاع الخدمات بصفة عامة و السياحة بصفة خاصة ، وعدم توفر الاستقرار السياسي والمؤسسي كان من الأسباب التي لعبت دورا هاما في تعطيل واهمال هذا القطاع رافقها تراجع في عدد الوافدين ، وكذلك ضعف نوعية المنتج السياحي بالرغم من المؤهلات المميزة الا انه غير تنافسي فيما يخص نوعية الخدمات السياحية المقدمة على مستوى المؤسسات الفندقية وهياكل الاستقبال التي تتميز هي الأخرى بضعف طاقاتها وعدم احترامها للمعايير المعمول بها عالميا ، وتوصل البحث الى مجموعة من المقترحات من اهمها دعم مناطق الجذب السياحي عموما ومنتجات السياحة البيئية على وجه الخصوص من أجل الحفاظ على الطابع البيئي الثقافي لتلك المناطق كما يجب التركيز على تخطيط قطاع السياحة بالاعتماد على المعايير واللوائح الدولية ، وكذلك تحسين جودة وكفاءة البنية الأساسية والخدمات المتعلقة بالسياحة مثل الفنادق والطرق والمرافق العامة و وسائل النقل والمواصلات من أجل تقديم خدمات سياحية على المستوى العالمي .

ث. دراسة (Meihami & Karami 2014)،

Review Some Effects of the Investment in the Tourism Sector (Evidence of the Qhorveh City) استعراض بعض الآثار المترتبة على الاستثمار في قطاع السياحة تعد صناعة السياحة من أكبر الصناعات في العالم، وواحد من أسرع القطاعات نمواً، ويمثل أكثر من ثلث قيمة إجمالي تجارة الخدمات في جميع أنحاء العالم. وللسياحة دور كبير في تحقيق التنمية الاقتصادية وتخفيض معدل البطالة ، حتى انه يمثل القوة الدافعة لاقتصاد أي بلد ، وتعد استخدام الموارد المحدودة كراس المال ، والموارد المادية ، والقوى العاملة والموارد الطبيعية من تحقيق اهداف الدولة ، وان عدم استخدام هذه الموارد بشكل جيد من قبل المستثمرين يعد خسارة للمنظمة او الدولة ، ومن اجل تجنب هذه الخسائر يجب وضع خطة استثمارية مدروسة وتقييمها ، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي ، وتم استخدام الاستبانة لاستطلاع اراء

المنافع الاقتصادية والاجتماعية التي يمكن الحصول عليها من جراء الاستثمار في القطاع السياحي.

2.3 أهمية الدراسة

تكم أهمية الدراسة بالآتي:

- إبراز جهود الدولة من خلال إتباع مجموعة من البرامج والسياسات ومدى التشجيع للنهوض بهذا القطاع من خلال الاستثمار المحلي والأجنبي.
- التعرف على جنسية السياح العراقيين، عرب، اجانب، وكذلك التعرف على نقاط القوة والضعف في هذا القطاع ومحاولة إيجاد الحلول المناسبة لنقاط الضعف، وتعزيز نقاط القوة.
- يمكن ان يصبح القطاع السياحي بديلا تنمويا، اذ يساهم في الحصول على العملات الاجنبية الصعبة، وتنشيط حركة الاقتصاد الوطني، وتقليل البطالة، وتقليل الفوارق بين مختلف اقاليم الدولة الخ.

4.3 منهج الدراسة

بناء على طبيعة الدراسة والاهداف التي تسعى الى تحقيقها فقد استخدم المنهج الوصفي التحليلي من خلال اعطاء شرح لمختلف مفاهيم السياحة، وكذلك استخدم المنهج التحليلي لتحليل البيانات التي يتم جمعها بواسطة استبيان تم تصميمه وتطويره لهذه الغاية، ومن ثم تحليل المعلومات وتفسيرها وصولا للاستنتاجات والمقترحات

5.3 فرضيات الدراسة

تستند الدراسة على مجموعة من الفرضيات الرئيسية تتمثل بالآتي:

- يزداد الطلب السياحي في اقليم كردستان سنويا وبشكل منظم للفترة من (2007-2013).

- يتميز الطلب السياحي في اقليم كردستان بالموسمية.
- يتباين الطلب السياحي في اقليم كردستان العراق حسب اماكن الإقامة.
- تنوع مصادر العرض السياحي في اقليم كردستان العراق.
- تنوع مجالات الاستثمارات السياحية في اقليم كردستان العراق.
- ضعف الاستثمارات السياحية في اقليم كردستان العراق.
- تشجع التسهيلات والحوافز التي تقدمها حكومة الاقليم للاستثمار في القطاع السياحي.
- ضعف المنافسة بين المنشآت السياحية في اقليم كردستان العراق.
- ضعف الاساليب التسويقية والترويجية السياحية التي تقوم بها الحكومة.
- ضعف دور الهيئة العامة للسياحة في تنشيط الطلب السياحي والاستثمار السياحي في الاقليم.

- ضعف الدور الاقتصادي للقطاع السياحي في الاقليم.
- ضعف الدور الاجتماعي للقطاع السياحي في الاقليم.

• سيفيد البحث القطاع الحكومي والخاص بإعادة النظر في توجهاتهم بخصوص الاستثمار في القطاع السياحي.

• وتعد السياحة من المنظور الاجتماعي والحضاري حركة ديناميكية ترتبط بالحواسب الثقافية والحضارية للانسان وأنها بمثابة رسالة حضارية وجسر للتواصل بين الثقافات والمعارف الانسانية للامم والشعوب ومحصلة طبيعية لتطور المجتمعات السياحية وارتفاع مستوى معيشة الفرد.

• وعلى الصعيد البيئي تحقق السياحة منفعة كبيرة عن طريق التداير الحفازة لحماية السمات المادية للبيئة والمواقع والمعالم التاريخية والحياة البرية.

3.3 اهداف الدراسة

تسعى الدراسة الحالية الى تحقيق الاهداف الاتية:

- التعرف على واقع الاستثمار السياحي في اقليم كردستان العراق.
- التعرف على العوامل التي تشجع او تعيق الاستثمار السياحي في الاقليم.
- التعرف على دور القطاع الخاص في تحقيق متطلبات الاستثمار في الاقليم.
- التعرف على مفهوم السياحة، وعلى مقومات الجذب السياحي في الاقليم بالاستفادة مما طرحته الادبيات التي اتيح للباحث مراجعتها، وتقديم اسهام متواضع فيما يخص هذه المفاهيم.
- التعرف على أهمية السياحة في رفع معدلات النمو الاقتصادي، ودعم التنمية في الاقليم.
- تقديم مجموعة من التوصيات بما يؤدي إلى مساعدة الجهات على استثمار القطاع السياحي بشكل أفضل لتحقيق أهدافها بكفاءة وفعالية.

تعد صناعة السياحة من أكثر الصناعات نمواً في العالم، وتضم العديد من القطاعات الاقتصادية والاجتماعية، مما يجعلها قاطرة التنمية في أي بلد. وقد أظهرت الأستطلاعات أيضاً بأن السياحة هي الصناعة الأولى لترويج الأستثمار في جميع أنحاء العالم (Endo,2006: 600).

يعد الأستثمار في القطاع السياحي ضرورة ملحة لتنوع مصادر الأقتصاد في اقليم كردستان العراق بدلا من الاعتماد على مصدر واحد للأقتصاد وهو النفط، لذلك أصبح من الضروري التوجه نحو تنوع مصادر الأقتصاد لتحقيق الأهداف الاجتماعية والأقتصادية في الاقليم، وان أستتباب الأمن والأستقرار في الاقليم يعد من العوامل الأساسية لتوفير بيئة مناسبة للمستثمرين للأستثمار في مختلف القطاعات الاقتصادية للأقليم ومنها قطاع السياحة. إذ يمتلك الاقليم العديد من المقومات السياحية الطبيعية والتاريخية والاثريّة المتنوعة، لذا لابد على أصحاب القرار في اقليم كردستان عرض الفرص الأستثمارية المتوفرة في قطاع السياحة، والقيام بدورهم في هذا الاتجاه من خلال بلورة وتصميم استراتيجية لتنمية هذا القطاع وتسهيل فعالياته على أساس المنافسة الاقتصادية السليمة وفق اليات أقتصاد السوق، إذ أن الأستثمار في القطاع السياحي يعد من المجالات الأستثمارية المرحة، والتي تعطي مردودات مالية كبيرة اذا أعمدت على أسس سليمة، إذ أن الاقليم يمتلك بيئة سياحية مليئة بالمقومات السياحية، لذلك لابد من فتح باب الأستثمار في هذا المجال، وتأسيس بنية تحتية متطورة تتناسب مع البيئة السياحية المتوفرة باعتماد تكنولوجيا المعلومات والاتصالات المتطورة كبناء الفنادق المتطورة، ومطارات ومجمعات تجارية وطرق ومدن سياحية متكاملة من شأنها أن تحقق جذبا سياحيا محما .

ان الأستثمار في القطاع السياحي لا يهدف فقط لجذب رؤوس الأموال، ولكن أيضاً لجذب رأس المال البشري، كرجال الأعمال، والضيافة، ومدراء وكالات السفر والسياحة، والعديد من الامتيازات الدولية (UNWTO, 2007).

يعمل الأستثمار السياحي الناجح على توفير رؤوس الأموال وتوجيهها إلى إقامة مشروعات سياحية سواء في جانب العرض السياحي كالفنادق والمنتجعات والقرى السياحية والمطاعم والمنتزهات والأماكن السياحية والمزارات الدينية وشركات النقل السياحي وغيرها، أو في جانب الطلب السياحي كالمعارض وشركات التسويق والترويج والاعلام وغيرها، أو في جانبي الطلب والعرض كما في شركات ووكالات السفر والسياحة التي تتعامل مع الطرفين، ولا تقتصر رؤوس الأموال على رؤوس

- يؤيد المديرين للشركات السياحية في الاقليم مبدأ الشراكة ما بين القطاع العام والقطاع الخاص.

6.3 اسباب اختيار الموضوع

ان المبررات التي دفع الباحثان لاختيار الموضوع تتمثل بالآتي:

- الحصول على العديد من المنافع الاقتصادية والاجتماعية نتيجة الأستثمار في القطاع السياحي.
- دور قطاع السياحة في دعم الأقتصاد الوطني ومساعدته على تجاوز التحديات الراهنة التي تواجهه، إذا ما تمت الاستفادة من هذا القطاع الواعد بالشكل الصحيح.
- المساهمة في رفع الوعي السياحي ونشر ثقافة السياحة في اقليم كردستان العراق.
- الاهتمام المتزايد وخاصة في الاونة الاخيرة من قبل حكومة الاقليم بالقطاع السياحي لدوره في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية للأقليم.
- نظرا لكون القطاع السياحي ذو مرافق متعددة وأنشطة مختلفة، يمكن من خلالها الخروج بنتائج مفيدة تلائم العديد من المنشآت الأخرى.
- امكانية الحصول على العديد من البيانات الذي تتطلبها الدراسة.
- قطاع خدي له أهمية كبيرة في المجتمع وركن أساسي من أركان الأقتصاد، فضلا عن كونها مصدرا من مصادر الحصول على العملات الصعبة لتنفيذ خطط التنمية الشاملة، وتوفير الخدمات للأفراد.
- ان القطاع السياحي بات اليوم حقل نشاط واسع تستوعب أعداد كبيرة من الايدي العاملة كوظفين ومشرفين وغيرها مما تساعد على تقليل نسبة البطالة في البلد.
- تعلم وتدريب الأفراد العاملين في المجالات المختلفة ورفع المستوى العمراني في البلد وتحقيق التوازن بين مختلف اقاليمه، فضلا عن الأعلام عن نهضة البلد وتحقيق السلام العالمي، وهي بذلك تعد إحدى المستلزمات الضرورية الحديثة، ولا يمكن لأحد إن يتصور بلد متحضر دون إن يمتلك منشآت فندقية يسمح بإقامة السياح فيها لضرورة العمل أو الاستجمام أو أية وسيلة.

4. الأستثمار السياحي

1.4 مفهوم الأستثمار السياحي

أما القانون البريطاني فقد عرفت منشآت الايواء بأنه المكان الذي يتلقى فيه المسافر خدمات المأوى والطعام مقابل سعر محدد قادر على دفعه، في حين عرف ويبستر الفندق: بأنه مبنى أو مؤسسة تمد الجمهور بالاقامة والطعام والخدمة (عبد العزيز، 1996: 9).

وعليه فنشآت الايواء تؤمن وسائل الراحة والسكن للسياح، وتمثل الخدمة الرئيسية له في توفير غرف النوم، وأن معظم الفنادق تقدم الطعام والشراب وخدمات التسلية والترفيه، وتوفر الكثير منها قاعات وخدمات للاجتماعات، ويضم بعض تلك المنشآت المحلات التجارية، وتتراوح أحجامها بين منظمات ضخمة تضم أكثر من ثلاثة آلاف غرفة، ومنشآت صغيرة تحتوي على أقل من عشر غرف، وهناك اختلاف في نوعية الخدمات بين المنشآت الكبيرة والتي تتميز بجودة عالية وأسعار غالية، والمنشآت الصغيرة الحجم تكون خدماتها مناسبة وأسعارها منخفضة، ويوظف العديد من منظمات الايواء الحديثة موظفا واحدا لكل غرفتين تقريبا، ويعمل الموظفون على مدى أربع وعشرين ساعة في اليوم من أجل توفير الخدمات الى السياح، وتوفر معظم مطاعم منشآت الايواء خدمة الغرف التي يستطيع السائح عن طريقها طلب إحضار الطعام والشراب إليه في غرفته، كذلك بإمكان السياح أن يطلبوا غسيل ملابسهم وكما، ويتقاضى بعض هذه المنشآت من الزبائن أجرة الغرفة فقط، أما الوجبات الغذائية والخدمات الأخرى فهي تخضع لرسوم إضافية، كما يقدم العديد من هذه المنشآت خدمات الطعام والنوم بسعر محدد إما أن تقدم وجبة الإفطار فقط أو وجبة الإفطار والعشاء.

وينتشر في محافظات إقليم كردستان العديد من المنشآت السياحية كالفنادق والموتيلات والقرى السياحية، وكان عددها في تزايد مضطرد خلال الفترة (2007-2014)، فيلاحظ تزايد عدد الفنادق بشكل بطيء من (106) فندق خلال عام (2007) الى (385) فندق خلال عام (2014)، وتزايد أيضا عدد الموتيلات خلال تلك الفترة، فبعد أن كان عددها (49) موتيل عام (2007) وصل الى (284) عام (2014)، كما تزايد عدد القرى السياحية من (29) قرية سياحية عام (2007) الى (75) قرية سياحية عام (2014)، وتزايد عدد الاسرة من (10451) عام (2007) الى (44504) عام (2014)، الجدول (1).

وتعد السياحة بشكل عام ومنشآت الايواء بشكل خاص ركافد أساسي في التنمية الاقتصادية ولذلك نجد ضخامة الاستثمارات المختلفة في القطاع السياحي، اذ تعتمد العديد من الدول على السياحة، كمصدر مهم من مصادر الدخل الوطني،

الأموال الوطنية، وإنما ينضم إليها رأس المال الأجنبي من خارج الدولة، ويرتبط ذلك بتوفير مناخ ملائم من اكتمال البنى الأساسية والتشريعات الميسرة، والحوافز المشجعة، والمعلومات المتاحة بشفافية، ونظم الإدارة العامة المتطورة، كما يعد توفير دراسات الجدوى للمشروعات السياحية عنصرا أساسيا في حفز وجذب الاستثمار إليها (بظاظو، 2012: 7).

تتباين آراء الكتاب والباحثين عند تحديد مفهوم الاستثمار السياحي، ويعزى ذلك الى تباين توجهات الكتاب والباحثين لمعايير ومجتمعات البحث وعيناتها، فضلا عن تباين المكان وفرضيات بحوثهم، ولكن ما يمكن تأكيده ان هذه التباينات لم تصل الى حدود التقاطع، بل ثمة قواسم مشتركة أفصحت عن مضامين متفق عليها بخصوص المفهوم وتشخيصها لتعريفات عديدة أقرته على نحو سليم، وفيما يأتي نستعرض عدد من هذه التعريفات:

يعرف الاستثمار السياحي بكونه المجال الذي يسمح بخلق ثروة جديدة وتجديد الثروات القائمة، وهو أحد المراحل الرئيسية في الدورة الاقتصادية التي تتمثل في الانتاج، التوزيع، الأستهلاك، الادخار والاستثمار، وتؤكد الدراسات الاقتصادية بأن ارتفاع معدلات الادخار تساعد على ارتفاع معدلات الاستثمار، والعكس هو الصحيح (رزق، 2001: 76).

وبموجب ما سبق يمكن القول بأن الأستثمار السياحي عبارة عن خلق ثروة جديدة من خلال القيام بسلسلة من المصروفات على القطاع السياحي، وأنتظار الإيرادات مستقبلا، ويعد الأستثمار في القطاع السياحي من الأنشطة الواعدة التي تتيح فرصا أستثمارية قادرة على المنافسة في سوق السياحة العالمية، ذلك أن رواج صناعة السياحة يؤثر بشكل مباشر على اقتصاديات الدول، وغو الصناعات والأنشطة المرتبطة بصناعتها.

2.4 مجالات الاستثمار السياحي في إقليم كردستان العراق

1.2.4 منشآت الايواء

يقصد بمنشآت الايواء المكان الذي يستطيع الأفراد المكوث والذين يحسنون التصرف ويستطيعون دفع أجور اقامتهم وتسليةهم والخدمات الأخرى كالطعام والشراب، فيكون لهم بمثابة بيت مؤقت، أي أنه بيت بعيد عن البيت، وتتوفر فيه جميع مستلزمات الراحة ولكن مقابل دفع أجور معينة (او نبعة، 2005: 155).

2.2.4 المطاعم السياحية

يشهد قطاع المطاعم في العالم نشاطا ملحوظا ، حيث يستقطب هذا القطاع الاستثمارات العالمية والمحلية من مقيمين ومواطنين ، خاصة الشباب الذين يتطلعون لدخول عالم التجارة والأعمال من خلال المشاريع الجديدة وعلى الرغم من الظروف الاقتصادية والاجتماعية الصعبة التي يمر بها العديد من الدول ، الا ان قطاع المطاعم يعد من أبرز القطاعات للاستثمار فيه ، وتمتلك محافظات اقليم كردستان العديد من المطاعم يمكن الاستثمار فيه داخليا او خارجيا ، ويلاحظ تطور عد المطاعم في اقليم كردستان العراق ، فقد تزايد عددها من (129) مطعم عام (2007) الى (643) في عام (2014) ، الجدول (3) .

الجدول (3) عدد المطاعم السياحية خلال الفترة (2014-2007)

السنة نوع المنظمة	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	حتى نهاية 2014
المطاعم والكافتريات	129	129	233	305	338	482	565	643

المصدر: احصاءات الهيئة العامة للسياحة في اقليم كردستان لعام 2015

وفي سياق متصل يبلغ عدد المطاعم من الدرجة الممتازة ذات الخمس نجوم (11) ، ويبلغ عدد مطاعم الدرجة الأولى ذات الاربعة نجوم (42) مطعم ، ويبلغ مطاعم الدرجة الثانية ثلاثة نجوم (55) ، ويبلغ عدد مطاعم الدرجة الثالثة نجمتان (144) مطعم ، ويبلغ عدد مطاعم الدرجة الرابعة ذات النجمة الواحدة (161) ، ويبلغ عدد المطاعم الشعبية بدون درجات (230) مطعم ، فيما يبلغ عدد المطاعم الخاصة (1015) مطعم ، وبذلك يبلغ عدد المطاعم الكلية (1658) مطعم ، وهي عدد قليل مقارنة بعدد السياح الداخلين الى اقليم كردستان العراق خاصة اذا علمنا بأن السياح يبحثون دائما عن المطاعم ذات الجودة العالية ، الجدول (4) .

الجدول (4) عدد المطاعم السياحية حسب الدرجات خلال الفترة حتى نهاية عام 2014

الدرجة نوع المنظمة	ممتاز *5	اولى *4	ثانية *3	ثالثة *2	رابعة *1	بدون درجة	المجموع	الخاصة	مجموع العام والخاص
المطاعم والكافتريات	11	42	55	144	161	230	643	1015	1658

المصدر: احصاءات الهيئة العامة للسياحة في اقليم كردستان لعام 2015

وأستطاعت الحصول على مدخولات سنوية كبيرة من القطاع السياحي ، أن الدخل السياحي له تأثير كبير في اقتصاديات الدول السياحية ، فهو يعزز ميزان المدفوعات ويعتبر مصدرا مهما لتوفير فرص العمل مما يدعم المستوى الاقتصادي والاجتماعي للأفراد ، ولأهمية السياحة فقد أصبحت ترتبط بالتنمية الاقتصادية ارتباطا وثيقا بعد أن كانت علما مجردا يدرس في الجامعات والمعاهد ، وتعتبر السياحة أحد العناصر الأساسية للنشاط الاقتصادي في الدول السياحية ، إذ أن السائح الذي يقصد دولة ما يتفق حوالي (31%) من ميزانيته على الفنادق .

الجدول (1) عدد المنشآت السياحية خلال الفترة (2014-2007)

السنة نوع المنظمة	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	حتى نهاية 2014
الفنادق	106	116	131	168	202	259	314	385
الموتيلات	49	53	72	96	128	168	206	248
القرى السياحية	29	33	37	42	44	54	72	75
عدد الاسرة	10451	11363	13480	22533	26811	31634	34954	44504
المطاعم والكافتريات	129	129	233	305	338	482	565	643

المصدر: احصاءات الهيئة العامة للسياحة في اقليم كردستان لعام 2015

وفي سياق متصل يبلغ عدد الفنادق من الدرجات المختلفة (385) فندق ، ويبلغ عدد الفنادق الخاصة (190) فندق ، وبذلك يصبح مجموع الفنادق العامة والخاصة (575) فندق ، ويبلغ عدد الموتيلات السياحية ذات الدرجات المختلفة (248) موتيل ، ويبلغ عدد الموتيلات الخاصة (84) موتيل ، وبذلك يصبح مجموع الموتيلات العامة والخاصة (332) موتيل ، ويبلغ مجموع القرى السياحية ذات الدرجات المختلفة (75) قرية سياحية ، الجدول (2) .

الجدول (2) عدد المنشآت السياحية حسب الدرجات حتى نهاية عام 2014

الدرجة نوع المنظمة	ممتاز *5	اولى *4	ثانية *3	ثالثة *2	رابعة *1	بدون درجة	المجموع	الخاصة	مجموع العام والخاص
الفنادق	16	44	84	130	102	9	385	190	575
الموتيلات	4	8	30	81	119	6	248	84	332
القرى السياحية	8	4	16	22	25	0	75	0	75

المصدر: احصاءات الهيئة العامة للسياحة في اقليم كردستان لعام 2015

3.2.4 مكاتب السفر والسياحة

من قيمة الانتاج بسعر المنتج، منها (2781,9) مليون دينار مستلزمات خدمية و(631) مليون دينار مستلزمات سلعية.

- القيمة المضافة الاجالية المتحققة (7.0) مليار دينار في حين بلغ فائض العمليات (3.9) مليار دينار لعام 2011.
- بلغ عدد العاملين في شركات السفر والسياحة (653) عامل.
- بلغت قيمة النفقات الرأسالية لشركات السفر والسياحة الموجودات الثابتة (52) مليار دينار في، 2011/1/1 في حين بلغت قيمة تكوين رأسال الثابت (4.9) مليار دينار في 2011/22/31.
- أظهرت نتائج المسح إن عدد المسافرين المنقولين لهذا النشاط (209078) مسافر منهم (19700) مسافر نقل داخلي وبنسبة (9.4 %) في حين بلغ عدد المسافرين كان في النقل الخارجي (189378) مسافر وبنسبة (90,6%) من مجموع المسافرين.

4.2.4 النقل

يشمل النقل مرافق البنية الأساسية من طرق وموانئ ومطارات وما يتم إنتاجه من خدمات النقل بأستخدام هذه المرافق عبر وسائل النقل المختلفة بما في ذلك نقل المسافرين والبضائع بمختلف الأشكال والتراكيب والمكونات بين موقعين، ويمكن أن يتم ذلك بأستخدام النقل البري، أو الجوي، أو البحري، وفي مجال السياحة يأتي النقل البري في المرتبة الأولى من حيث الأهمية، إذ ينتقل القسم الأكبر من السياح عن طريق النقل البري الذي يحقق لهم فرصة التعرف بشكل أفضل على أكثر من موقع سياحي في الرحلة السياحية الواحدة. ولذلك يكون النصيب الأكبر من الحركة السياحية للدول التي تتوفر فيها وسائل نقل متطورة وشبكة طرق حديثة، كما أن العامل البارز في حجم الحركة السياحية هو أسعار النقل في المرتبة الأولى لما لها من تأثير واضح على تكاليف السياحة، لذا فالنقل فرصة استثمارية أخرى يمكن للمستثمرين ورجال الأعمال أستثمارها.

وتتضمن الأستثمار في مجال النقل المجالات الآتية: (البطاط والزوني، 2006: 320).

- أستثمارات لأقامة مطارات مدنية.
- أستثمارات لأقامة شبكة من الطرق مخصصة للأغراض السياحية.

تساعد الناس على تنظيم الرحلات والعطل عن طريق عمل تدابير أستعدادهم للسفر، فهي تحجز لهم غرفا في الفنادق، ومقاعد في وسائل النقل، كما تنظم لهم رحلات سياحية، وتعين لهم مرشدين سياحيين يساعدونهم في الحصول على جوازات السفر والتأشيرات التي يحتاج اليها السياح أثناء السفر الى البلدان الأخرى، وتتولى مهمة تنظيم الرحلات السياحية للأفراد والجماعات، ويأتي معظم دخل وكالات السفر من العمولات التي تدفعها الخطوط الجوية وشركات تأجير السيارات والفنادق، ومدراء المنشآت التي تخدم السياح، وتدفع هذه المنظمات عمولة على كل حجز تقوم به أية وكالة سفر، أو على أية تذكرة تبيعها، ولا يدفع السياح أي مبالغ عن معظم الخدمات التي تقدم لهم، ولكن وكالات السفر يمكن أن تتقاضى قسطاً من المال مقابل التخطيط للرحلات السياحية الفردية التي تتطلب الكثير من الوقت والجهد، وتعمل وكالات السفر في معظم بلدان العالم، وتكون مسؤولة عنها في معظم الأحيان سمات خاصة، كما أن الأنظمة التي أملتها الصناعة نفسها قد ساعدت على تأسيس مقاييس للسلوك الخلفي يلتزم بها أصحاب وكالات السفر والسياحة.

وتنتشر في محافظات اقليم كردستان العراق العديد من وكالات السفر والسياحة تتولى مهمة تنظيم الرحلات السياحية وحجز تذاكر الطيران والفنادق والحصول على تأشيرات الدخول مقابل الحصول على مدخولات يكون له دور في تحسين معيشة أفرادها، وعليه فهي فرصة أستثمارية أخرى يمكن للمستثمرين ورجال الأعمال أستثمارها. وتشير احصاءات وزارة التخطيط في اقليم كردستان لعام 2011 بأن عدد شركات السفر والسياحة التي تمارس النشاط السياحي بلغ (156) شركة، منها (83) شركة في محافظة أربيل وبنسبة (53,2%)، تليها محافظة دهوك بعدد (42) شركة وبنسبة (26.9 %)، أما محافظة السليمانية فقد بلغ عددها (31) شركة وبنسبة (19,9%) من المجموع الكلي، وحققت تلك الشركات الآتي:

- حققت شركات السفر والسياحة قيمة إنتاج وبسعر المنتج ايرادات (10.4) مليار دينار ويمثل إيراد النقل (3,0) مليار دينار من قيمة الانتاج، يليه إيراد السياحة (2.9) مليار دينار (4,5) مليار دينار ببقية الايرادات الأخرى.
- بلغت قيمة المستلزمات (3.4) مليار دينار وتشكل نسبة مقدارها (32.7 %)

7.2.4 الألعاب والملاعب الرياضية

تتمتع محافظات اقليم كردستان العراق بوجود العديد من مدن الألعاب والملاعب والصالات الرياضية، لذلك فهي تجذب مختلف الأعمار والأجناس من السياح لتحقيق أغراض مختلفة، لذلك تعد هذه المدن والملاعب فرصة استثمارية للمستثمرين ورجال الأعمال.

5. الدراسة الميدانية

1.5 تحليل نتائج الدراسة الميدانية

أستند الجانب النظري من الدراسة على توظيف الطروحات الأكاديمية من رسائل ماجستير وأطاريح دكتوراه وكتب ودوريات والأبحاث المنشورة في مواقع الأنترنيت المختلفة، وأستندت الدراسة في الجانب الميداني على أستشارة الأستبيان بوصفها مصدرا أساسيا لجمع البيانات وروعي في تصميم الأستشارة أن تكون منسجمة مع واقع المنشآت السياحية في اقليم كردستان العراق، وتضمنت الأستشارة مجموعة من الأسئلة، منها ما يتعلق بالمعلومات العامة، ومنها ما يتعلق بمعلومات عن المنشآت السياحية، ومنها ما يتعلق بواقع الأستثمار السياحي في الاقليم، ومنها ما يتعلق بالمنشآت السياحية في الاقليم، ومنها ما يتعلق بالتسويق والترويج السياحي، ومنها ما يتعلق بتقييم تجربة حكومة اقليم كردستان في تفعيل الأستثمار السياحي في الاقليم، ومنها ما يتعلق بدور الهيئة العامة للسياحة في تنشيط الطلب السياحي والأستثمار فيه، ومنها ما يتعلق بالدور الأقتصادي والأجتماعي للقطاع السياحي في الاقليم. وتم عرض الأستشارة في شكلها الأولي على مجموعة من الخبراء والاختصاصيين في العلوم الإدارية والاقتصادية لإبداء آرائهم حول مدى صلاحية وفعالية الأسئلة المقترحة، ونتجت عنها ملاحظات تمت مناقشتها وإجراء التعديل اللازم عليها، وبذلك حصلت الأستشارة على موافقة الأغلبية من المحكمين، الملحق (1)، ومن أجل أختبار دقة الأستشارة في تعبيرها عن الظاهرة المدروسة تم إخضاع الأستشارة إلى اختبار الثبات الذي يقيس دقة فقرات الأستشارة عند تكرار الأختبار على مجموعة من الأفراد، إذ قام الباحث بتوزيع الأستشارة على (15) فردا من أفراد العينة في شهر تموز عام 2015، وأعيد الأختبار ثانية بعد شهر على نفس المجموعة وتبين أن التوافق في إجابات أفراد العينة بلغ (85%) وهي نسبة تثبت درجة عالية من ثبات الأستشارة، وبذلك أعمد الأستشارة في شكلها النهائي قبل التوزيع، وتم توزيع الأستبانة على مديري المنشآت السياحية على أعتبار أن هؤلاء لديهم خبرة في المجال السياحي وقدرة على التعبير عن واقع الحركة السياحية في

○ أستثمارات مخصصة لأقامة نقاط بريدية وأتصالات خدمية ضمن المرافق السياحية.

ويعود ما سبق يعد قطاع النقل من القطاعات المهمة لما يؤدي من مهم في مختلف الأنشطة الأقتصادية والأجتماعية ومنها السياحة بالإضافة الى مساهمته في الناتج المحلي الاجمالي وتشغيل الأيدي العاملة.

5.2.4 الأستثمار في البحث العلمي

يعد البحث العلمي ركيزة أساسية من ركائز المعرفة الإنسانية في كافة ميادين الحياة، بل أضحي أحد مقاييس الرقي والحضارة في العالم، فمن خلال البحث العلمي يستطيع الإنسان أكتشاف المجهول وتسخيرها لصالح المجتمع بما يحقق التنمية والأزدهار في كافة مجالات الحياة، وبفضل البحث العلمي يمكن أمتلاك التقنية والمعرفة بأعتبارها الأداة الفاعلة لتحقيق الأستثمار الأمثل للموارد المتاحة من أجل تحقيق التنمية والتقدم، وبشكل البحث العلمي العمود الفقري للجامعات ومؤسسات التعليم العالي، ولهذا خصصت الجامعات مراكز أبحاث متميزة ووضعت في تنظيماتها الإدارية هيئات إدارية متخصصة في تنظيم شؤون البحث العلمي وتنسيقه ومتابعة تطويره ودعمه وذلك من خلال إنشاء العادات والمعاهد المتخصصة لإدارة شؤون البحث العلمي (<http://www.alukah.net/culture/0/53460>).

وفي اقليم كردستان يمكن الأستثمار في مجال الكليات والمعاهد ومراكز الدراسات السياحية والدراسات المهنية لأعداد كوادر سياحية تستهدف من ورائها تكوين كادر سياحي متخصص، إضافة الى البعثات والزمرات الدراسية، والتعاقد مع المنظمات السياحية لغرض تدريب الكوادر وأستضافة الخبراء السياحيين للأستفادة من خبراتهم السياحية (البطاط والزويني، 2006: 321).

5.2.4 المقاهي السياحية

يزور السياح اقليم كردستان العراق لأغراض مختلفة قد تكون سياسية أو أقتصادية أو أجتاعية أو ثقافية أو علمية، لذلك هناك بعض السياح يحتاجون الى المقاهي السياحية لتحقيق أهدافهم الخاصة للتمتع بقضاء أوقات ممتعة فيها، وتنتشر في محافظات الاقليم العديد من المقاهي الحديثة والقديمة، لذلك تعد هذه المقاهي فرصة استثمارية للمستثمرين ورجال الأعمال.

تشير معطيات الجدول (6) الى أن نسبة المديرين من الفئة العمرية (اقل من 25) بلغت (9,71%) وهذا يشير إلى ضعف اتسام معظم المديرين بالنضج الذهني، والرشد في اتخاذ القرارات، وبلغت نسبة الفئة العمرية (25-34)، (40,29%) وهي أيضاً من الفئات التي تقع في مستويات منخفضة من النضج الذهني، أما الفئة العمرية (35-44) و (45-54) والفئة العمرية (55) فأكثر، فقد بلغت نسبتها (33,50%) ، (13,59%) ، (2,91) على التوالي، ويشير ذلك أن المديرين في الفئات السابقة يتسمون بالنضج الفكري والحكمة في التصرف واتخاذ القرارات، والتي من شأنها المساهمة في تعزيز الأستثمار في اقليم كردستان العراق.

3.1.1.5 توزيع أفراد عينة الدراسة حسب التحصيل العلمي

الجدول (7) توزيع أفراد عينة الدراسة حسب التحصيل العلمي

المستوى التعليمي	ك	%
أعدادية فما دون	39	18.93
دبلوم فني	79	38.35
بكالوريوس	85	41.26
ماجستير	2	0.97
دكتوراه	1	0.49
المجموع	206	100.00

المصدر: من اعداد الباحثان في ضوء نتائج الحاسبة الالكترونية

تشير معطيات الجدول (7) الى أن جميع المديرين يحملون مؤهلات أكاديمية من الأعدادية والدبلوم الفني والبكالوريوس والماجستير والدكتوراه وبمعدلات متباينة ويشير ذلك الى الدور الكبير لهؤلاء المديرين في تطوير منشاتهم، وإيجاد الحلول للمشكلات بطريقة علمية واتخاذ القرارات المناسبة.

2.1.1.5 تحليل المعلومات المتعلقة بالاستثمار السياحي.

1.2.1.5 ما هو رأيكم بواقع الأستثمار السياحي في اقليم كردستان العراق

تشير معطيات الجدول (8) الى أن نسبة الذين أشارو بأن الأستثمار في الاقليم جيد بلغ (8,74%)، وبلغ نسبة الذين أشارو بعدم وجود تحطيط للأستثمارات السياحية (23,30%)، وبلغ نسبة الذين أشارو الى قلة المنشآت السياحية (16,99%)، وبلغ نسبة الذين أشارو الى عدم ملائمة المنشآت السياحية لحاجات ورغبات السياح (25,24%)، وبلغ نسبة الذين أشارو الى قلة عدد شركات الادارة الفندقية ذات الخبرة العالمية (18,93%)، وبلغ نسبة الذين أشارو الى تدني مستوى الخدمات السياحية وغياب الرقابة عليها (6,80%).

الاقليم والمشاكل التي تعاني منها والسبل المناسبة لمعالجتها. وقام الباحث بتوزيع (250) أستارة على المديرين في المنشآت السياحية في محافظات دهوك واربيل والسليمانية كالفنادق والمطاعم والموتيلات، وبعد أستلام الأستبانات، وجد (206) أستارة صالحة للتحليل الاحصائي، وبمعدل الاستجابة (82,4%)، وسترکز الدراسة الميدانية على تحليل اسئلة الأستبيان والتي ضمت إجابات (83) فندق، و (103) مطعم، و (20) موتيلا.

وبموجب ما سبق سيتناول المبحث نتائج الدراسة الميدانية كتحليل المعلومات العامة للمديرين الذين تم أستطلاع آرائهم، وتحليل المعلومات المتعلقة بالمنشآت السياحية، والمعلومات المتعلقة بواقع الأستثمار السياحي في الاقليم، والمنافسة والتسويق والترويج السياحي، وتقييم دور كل من الحكومة والهيئة في تنشيط الطلب السياحي، وكذلك تقييم الدور الأقتصادي والأجتاعي للسياحة في الاقليم.

1.1.5 تحليل المعلومات العامة

1.1.1.5 توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الجنس

الجدول (5) توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الجنس

الجنس	ك	%
ذكر	167	81.07
أنثى	39	18.93
المجموع	206	100.00

المصدر: من اعداد الباحثان في ضوء نتائج الحاسبة الالكترونية

تشير معطيات الجدول (5) الى نسبة الذكور كانت عالية وبلغت (81,07%) من الأفراد المبحوثين مقارنة بنسبة الاناث التي بلغت (18,93%) من الأفراد المبحوثين، مما يشير الى أن معظم مدراء المنشآت السياحية من الذكور، وهي حالة طبيعية اذ أن الاناث لا يرغبون العمل في هذه المنشآت، أو قد يعود السبب الى الطبيعة الأجتاعية للاقليم الذي لا يسمح للاناث بالعمل في هذه المنشآت.

2.1.1.5 توزيع أفراد عينة الدراسة حسب العمر

الجدول (6) توزيع أفراد عينة الدراسة حسب العمر

العمر	ك	%
أقل من 25	20	9.71
25 - 34	83	40.29
35 - 44	69	33.50
45 - 54	28	13.59
55 فأكثر	6	2.91
المجموع	206	100.00%

المصدر: من اعداد الباحثان في ضوء نتائج الحاسبة الالكترونية

ب. مؤشر اجتماعي، حيث يكون الفرد قد تعلم في المنشآت الأخرى التي عمل فيها نوع السلوك المطلوب.

ت. إن نوعية الخبرة التي حصل عليها الفرد مهمة لأغراض الترقية في المستقبل، فطول الفترة الزمنية التي خدماها الفرد ليست مبرراً قوياً لترقيته بقدر نوع العمل الذي مارسه الفرد طيلة حياته.

يلهم الذين فضلوا الاستثمار في قطاع السياحة لكونه قطاع واعد، وجاء بنسبة مئوية بلغت (31.46%)، ثم الذين فضلوا الاستثمار في قطاع السياحة لكون الاستثمار فيه ملائم جداً، اذ جاء بنسبة مئوية بلغت (16.85%)، وبلغت أقل نسبة (1.12%)، ويشير ذلك الى ضعف التسهيلات والحوافز في القطاع السياحي مقارنة بالقطاعات الأخرى.

3.2.1.5 هل أن التسهيلات والحوافز التي تقدمها حكومة الاقليم لتشجيع الاستثمار السياحي

الجدول (10) التسهيلات والحوافز التي تقدمها حكومة الاقليم لتشجيع الاستثمار

التسهيلات والحوافز	ك	%
ممتازة	1	0.49
جيدة	29	14.08
متوسطة	95	46.12
غير مشجعة	81	39.32
المجموع	206	100.00

المصدر: من اعداد الباحثان في ضوء نتائج الحاسبة الالكترونية

تشير معطيات الجدول (10) الى أن (46.12%) من مديري المنشآت السياحية أشاروا الى أن التسهيلات والحوافز التي تقدمها حكومة الاقليم لتشجيع الاستثمار السياحي متوسطة.

ويعزو الباحثان هذه النتيجة أن المستثمرون يرغبون في تحقيق أكبر عائد ممكن من استثمار أمواله في، لذا فإنه قبل الشروع في الاستثمار يقوم بدراسة تكلفة كل مشروع ويقوم بالموازنة ما بين العائد الذي يحصل عليه وبين المخاطر والصعوبات التي يتحملها في سبيل الحصول على هذا العائد، وأن أهم عناصر الموازنة التي تؤثر تأثيراً مباشراً في عوائد الاستثمار هي الحوافز التسهيلات والحوافز، لذا ينبغي على حكومة الاقليم حتى تحافظ على إيراداتها الضريبية من الضياع وفي نفس الوقت الحفاظ على المشاريع الاستثمارية أن تتوخى قدر المستطاع تحقيق التوقعات المشروعة للمستثمر وأن تكون

الجدول (8) واقع الاستثمار السياحي في الاقليم

البيان	ك	%
جيد	18	8.74
عدم وجود تخطيط للاستثمارات السياحية وعدم توزيعها بما يتوافق مع العرض السياحي في جميع مناطق الاقليم	48	23.30
قلة عدد المنشآت السياحية التي تستقبل السياح	35	16.99
عدم ملائمة المنشآت السياحية لحاجات ورغبات السياح	52	25.24
قلة عدد شركات الادارة الفندقية ذات الخبرة العالمية	39	18.93
تدني مستوى الخدمات السياحية وغياب الرقابة عليها	14	6.80
المجموع	206	100.00

المصدر: من اعداد الباحثان في ضوء نتائج الحاسبة الالكترونية

2.2.1.5 يعود أسباب الاستثمار في السياحة بدلا من قطاع اخر بسبب كون

الجدول (9) أسباب اختيار قطاع السياحة للاستثمار

السبب	ك	%
قطاع السياحة واعد	84	31.46
المنافسة في قطاع السياحة قليلة	30	11.24
الاستثمار في القطاع السياحي ملائم جدا	45	16.85
عدم توفر الخبرة الكافية في قطاعات اخرى	88	32.96
كثرة التسهيلات والحوافز في القطاع السياحي مقارنة بالقطاعات الاخرى	3	1.12
العرض السياحي المتوفر بالقرب من المنشأة	17	5.28
المجموع	062	100.00

المصدر: من اعداد الباحثان في ضوء نتائج الحاسبة الالكترونية

تشير معطيات الجدول (9) الى أن (32.96%) من مديري المنشآت السياحية فضلوا الاستثمار في قطاع السياحة بدلا من قطاع اخر بسبب عدم توفر الخبرة الكافية لديهم في قطاعات أخرى من الاقتصاد الوطني.

ويعزو الباحث هذه النتيجة الى أن خبرة الادارة والعاملين دور مهم في تحقيق المنشأة لأهدافها، لذلك فان عدم امتلاك الفرد للخبرة في قطاع معين قد يكلفه الكثير من الخسارة والسمعة وارتفاع التكاليف، ومن ثم غلق المنشأة.

ويشير (المغربي، 2004: 164) أن للخبرة تأثير كبير في أداء الفرد والمنشأة على حد سواء ويتمثل هذا التأثير بالاتي:

أ. خفض التكلفة والوقت الذي يتعلق بالتدريب.

تشير معطيات الجدول (12) الى أن (66.99%) من المديرين أقرروا الاستثمار في قطاع السياحي بسبب الطلب السياحي الكبير في الاقليم.

ويعزو الباحث هذه النتيجة أن زيادة الطلب السياحي هو تعبير عن اتجاهات السياح لشراء منتج سياحي معين، أو زيارة منطقة معينة، قوامه مزيج مركب من عناصر مختلفة تمثل الدوافع والرغبات والقدرات والحاجات الشخصية التي يتأثر بها المستهلكون السياحيون من حيث اتجاهات الطلب على منطقة معينة، ويحقق زيادة الطلب السياحي الأهداف التي تسعى المنشأة الى تحقيقها، ومن هنا جاءت اهتمام المديرين بالطلب السياحي في الاقليم والتي شكلت معدل كبير في استجاباتهم.

وأشار (17.70%) بأن قرار الاستثمار جاء بسبب التشريعات والتسهيلات الحكومية المشجعة، وأشار (9.57%) بأن قرار الاستثمار جاء بسبب مقارنة الجدوى الاقتصادية للاقليم مع بلدان أخرى.

6.2.1.5 ما هي المشاريع السياحية التي تفضلون أقامتها مستقبلا في الاقليم؟

الجدول (13) المشاريع السياحية التي يفضل المستثمر أقامتها مستقبلا

المشاريع السياحية المستقبلية	ك	%
مدينة سياحية	97	47.09
فندق	44	21.36
مطعم	37	17.96
كافيتيريا	24	11.65
أخرى	4	1.94
المجموع	206	100.00

المصدر: من اعداد الباحثان في ضوء نتائج الحاسبة الالكترونية

تشير معطيات الجدول (13) الى أن (47.09%) من المديرين يفضلون أن تكون مشاريعهم المستقبلية مدن سياحية.

ويعزو الباحث رغبة المديرين في اقليم كوردستان بتفضيل إقامة مدن سياحية بدلا من منشآت ايواء أخرى، وذلك لدور المدن السياحية في توفير الراحة والاستجمام والترفيه للسياح، كما أنه يعد من المشروعات المهمة والتي يساهم في تحسين الوضع الاقتصادي للمستثمرين والاقليم، فضلا عن دورها في توفير عشرات فرص عمل مباشرة وأخرى غير مباشرة، يليهم الذين يرغبون أن تكون مشاريعهم المستقبلية فنادق، اذ جاء بنسبة مئوية بلغت (21.36%)، ثم الذين يفضلون أن تكون مشاريعهم المستقبلية

هناك دراسة وافية عند منح الحوافز والتسهيلات وتكلفتها ومدى أهمية المشروع الاستثماري، ومن ثم اتخاذ القرار بقبول أو رفض المشروع الاستثماري.

ويشير (39.32%) من هؤلاء المديرين بأن التسهيلات والحوافز غير مشجعة، ويشير (14.08%)، من المديرين بأن التسهيلات والحوافز جيدة، فيما أشار (0.49%) منهم بأن التسهيلات والحوافز ممتازة، وهي نسبة قليلة جدا، وتشير النتائج السابقة الى أن التسهيلات والحوافز التي تقدمها حكومة الاقليم ضعيفة اذ بلغت المعدل العام (25%).

4.2.1.5 اجراءات الحصول على ترخيص لمنشأة سياحية في الاقليم؟

الجدول (11) اجراءات الحصول على ترخيص للمنشأة السياحية

اجراءات الترخيص	ك	%
أمر معقد ويستغرق وقتا وجهدا كبيرا	45	20.93
أمر سهل جدا ويستغرق فترة زمنية قصيرة	79	36.74
يحتاج لتعديل في التشريعات والأسلوب	91	42.33
المجموع	215	100.00

المصدر: من اعداد الباحثان في ضوء نتائج الحاسبة الالكترونية

تشير معطيات الجدول (11) الى أن (42.33%) من المديرين أشاروا بأن اجراءات الحصول على ترخيص للمنشأة السياحية يحتاج لتعديل في التشريعات والأسلوب، وأشارو (36.74%) من المديرين بأن الاجراءات سهلة جدا ولا يستغرق سوى فترة زمنية قصيرة، فيما أشارو (20.93%) من هؤلاء المديرين بأن الاجراءات معقدة ويستغرق وقتا وجهدا كبيرا. وتشير النتائج السابقة على أن اجراءات الحصول على الترخيص لمنشأة سياحية ضعيفة جدا، اذ بلغ المعدل العام (33.33%).

5.2.1.5 يعود قرار الاستثمار في قطاع السياحة بدلا من قطاع اخر الى؟

الجدول (12) قرار الاستثمار في قطاع السياحة بدلا من قطاع اخر

قرار الاستثمار	ك	%
الدعم المباشر من قبل حكومة الاقليم والهيئة العامة للسياحة فيه	12	5.74
التشريعات والتسهيلات الحكومية المشجعة	37	17.70
الطلب السياحي الكبير في الاقليم	140	66.99
دراسة الجدوى الاقتصادية لعدة بلدان	20	9.57
المجموع	209	100.00

المصدر: من اعداد الباحثان في ضوء نتائج الحاسبة الالكترونية

بالقرب من المعابر الحدودية، وبلغت أقل نسبة (3.08%)، وهم الذين يفضلون إقامة مشاريعهم بالقرب من عروض سياحية أخرى.

الجدول (15) العروض السياحية لاقامة المشروع السياحي

العروض السياحية	ك	%
المدن التاريخية والقديمة	32	14.10
المواقع الأثرية	16	7.05
المناطق الجبلية المميزة	61	26.87
بالقرب من الطرق الدولية	66	29.07
بالقرب من المعابر الحدودية	45	19.82
عروض سياحية أخرى تذكر	7	3.08
المجموع	227	100.00

المصدر: من اعداد الباحثان في ضوء نتائج الحاسبة الالكترونية

9.2.1.5 ما هو التصنيف السياحي الذي تريدونه لمشاريعكم السياحية التي ترغبون

اقامتها؟

الجدول (16) التصنيف السياحي المرغوب

التصنيف السياحي	ك	%
خمس نجوم	94	45.63
اربع نجوم	42	20.39
ثلاث نجوم	35	16.99
نجمتين	14	6.80
نجمة واحدة	6	2.91
شعبي	15	7.28
المجموع	206	100.00

المصدر: من اعداد الباحثان في ضوء نتائج الحاسبة الالكترونية

تشير معطيات الجدول (16) الى أن (45.63%) من المديرين يفضلون أن تكون مشاريعهم السياحية ذات خمس نجوم، ويفضل (20.39%) من المديرين أن تكون مشاريعهم السياحية ذات أربع نجوم، يليه المشاريع ذات الثلاث نجوم ونسبة بلغت (16.99%)، يليه المشاريع ذات النجمتين ونسبة بلغت (6.80%)، يليه المشاريع السياحية الشعبية ونسبة بلغت (7.28%)، واخيرا المشاريع ذات النجمة الواحدة ونسبة (2.91%).

ويعزو الباحث نتيجة تفضيل مديري المنشآت السياحية لفنادق الخمس بسبب كون هذا النوع من الفنادق تعد من أرقى أنواع الفنادق الموجودة في العالم، وتقدم خدمات متكاملة للمستهلكين وبأسعار مرتفعة تتناسب مع نوع هذه الخدمات المتقدمة، ولها مواصفات متميزة من حيث الموقع والغرف والأغذية والمشروبات، أما فنادق الأربع نجوم

مطعم وكافتريا ومشاريع أخرى، وجاءت بنسب مئوية بلغت (17.96%)، (11.65%)، (1.94%).

7.2.1.5 ماهي العوامل التي تأخذونها في الاعتبار عند تحديد مكان إقامة المشروع

السياحي؟

تشير معطيات الجدول (14) الى أن (40.19%) من المديرين يأخذون البنية التحتية بنظر الاعتبار عند إقامة مشاريعهم السياحية.

الجدول (14) العوامل التي يأخذها المستثمر عند إقامة المشروع السياحي

عوامل اقامة المشروع السياحي	ك	%
داخل المدن	46	21.50
على أطراف المدن	27	12.62
في القرى والأرياف	2	0.93
توفر البنية التحتية	86	40.19
قربها من أماكن العرض السياحي	45	21.03
حجم الطلب السياحي	4	1.87
قربها أو بعدها من مشاريع أخرى منافسة	4	871.
المجموع	214	100.00

المصدر: من اعداد الباحثان في ضوء نتائج الحاسبة الالكترونية

ويعزو الباحث نتائج الجدول (14) الى أن المديرين الذين تم أستطلاع ارائهم يعلمون تماما الدور المهم للبنية التحتية، اذ تعد من أهم الدعائم الرئيسية التي ستحفز إنشاء صناعة سياحية قادرة على جذب أستثمارات متنوعة، ويتطلب الأمر ليس تهيئة البنية التحتية فقط، بل توفير كافة الخدمات، بأعتبار أن السياحة مجموعة من الخدمات المترابطة بعضها البعض، الأمر الذي يتطلب توفيرها لتحقيق العمل التكاملية فيما بينها، فعندما تتوفر تلك الخدمات نصل الى مرحلة الإيواء التي تشدد على أن يكون لدى السائح العديد من الخيارات المطروحة أمامه، سواء كان نوعية السكن أو درجة مستواه أو قيمته المالية التي تشمل جميع الشرائح، ويفضل (21.50%) من المديرين أن تكون مشاريعهم داخل المدن، ويفضل (21.03%) منهم أن تكون مشاريعهم بالقرب من أماكن العرض السياحي، وبلغت أقل نسبة (0.93%)، وهم الذين يفضلون إقامة مشاريعهم في القرى والأرياف.

8.2.1.5 ما هي العروض السياحية التي تفضلون اقامة مشروعكم السياحي بقرها؟

تشير معطيات الجدول (15) الى أن (29.07%) من المديرين يفضلون أن تكون مشاريعهم السياحية بالقرب من الطرق الدولية، ويفضل (26.87%) منهم أن تكون مشاريعهم في المناطق الجبلية المتميزة، ويفضل (19.82%) منهم أن تكون مشاريعهم

أن تصميم وتسويق المنتجات أو الخدمات أو الأفكار التي تشجع حاجات العملاء هو القاعدة أو الأساس لخلق المنافع، والتسويق يعتبر استراتيجية مهمة جدا لكل من المنشأة والفرد وهذا ينعكس بدوره على الاقتصاد بشكل عام، كما يشمل الترويج جميع نشاطات الاتصال مع الزبائن للتأثير فيهم لشراء منتجات المنشأة كالأعلانات، العلاقات العامة، ترويج المبيعات، البريد المباشر، و يتدخل الترويج في جميع ما سبق ذكره من العناصر فمثلاً يتدخل في شكل المنتج و حجمه. كما أن كافة مصروفات الترويج يجب أن تكون مشمولة في عملية تحديد السعر بالإضافة إلى أن مكان الترويج له أهمية بالغة في نجاحه.

وأشار (35.54%) من المديرين بأن وجود يساعد على تحقيق مزيد من المبيعات والأرباح، وأشار (21.69%) من المديرين بأن القسم يتولى مهمة القيام بالأبحاث التسويقية، وأشار (3.61%) من المديرين بأن القسم لا يتولى مهمة القيام بالأبحاث التسويقية، بينما أشار (2.41%) من المديرين بأنه لا جدوى لوجود هذا القسم في المنشأة السياحية.

3.3.1.5 الأساليب التسويقية والترويجية السياحية التي تقوم بها وزارة السياحة والبلديات والهيئة العامة للسياحة

الجدول (19) الأساليب التسويقية والترويجية السياحية التي تقوم بها الحكومة

الأساليب التسويقية والترويجية السياحية	ك	%
ممتازة	0	0.00
جيدة	14	6.80
متوسطة	72	34.95
ضعيفة	120	58.25
المجموع	206	100.00

المصدر: من اعداد الباحثان في ضوء نتائج الحاسبة الالكترونية

تشير معطيات الجدول (19) الى أن (58.25%) من المديرين أشارو بأن الأساليب التسويقية والترويجية السياحية التي تقوم بها الحكومة ضعيفة، وأشار (34.95%) بأن الأساليب متوسطة، فيما أشار (6.80%) بأن الأساليب جيدة.

4.3.1.5 يعود وجود تقصير في التسويق والترويج السياحي في الاقليم الى

تشير معطيات الجدول (20) الى أن (26.02%) منهم أشارو بأن أسباب ضعف التسويق والترويج السياحي في الاقليم يعود الى تقصير حكومي، وأشار (25.20%) منهم بأن الأسباب يعود الى قلة الخبرة والكفاءة في مجال التسويق والترويج السياحي، وأشار (23.17%) منهم بأن الأسباب يعود الى غياب استراتيجية مشتركة بين

هي الأخرى تقدم خدمات راقية وبشكل متكامل وأسعارها تكون أقل من أسعار الفنادق ذات الخمس نجوم، وأصبحت السياحة منذ فترة ليست بالقليلة، أحد أهم الموارد المالية خاصة من النقد الأجنبي، وتعد المنشآت الفندقية بوجه عام والخدمة الفندقية في المطاعم بوجه خاص أحد أهم تلك الموارد سواء لصناعة السياحة والفنادق عموماً أو لدخل الفندق أو المنشأة السياحية على وجه الخصوص، إن السياحة سواء الداخلية أو الخارجية تعتمد اعتماداً كبيراً على المنشآت السياحية الأخرى والمكملة لصناعة الفنادق وتأتي على رأسها المطاعم.

3.1.5 التسويق والترويج السياحي في الاقليم وسبل تحسين أدائه

1.3.1.5 هل يوجد في منشأتكم قسم خاص بالتسويق والترويج السياحي؟

تشير معطيات الجدول (17) الى أن (65.05%) من المديرين أشارو بأنه لا يوجد قسم متخصص بالتسويق والترويج السياحي في منشأتهم، فيما أشار (34.95%) من المديرين بأنه يوجد قسم متخصص بالتسويق والترويج السياحي في منشأتهم

الجدول (17) وجود قسم متخصص بالتسويق والترويج السياحي

الجواب	ك	%
يوجد	72	34.95
لا يوجد	134	65.05
المجموع	206	100.00

المصدر: من اعداد الباحثان في ضوء نتائج الحاسبة الالكترونية

2.3.1.5 في حالة وجود لديكم قسم خاص بالتسويق والترويج السياحي فهل؟

الجدول (18) مهام وجود قسم متخصص بالتسويق والترويج السياحي

مهام القسم	ك	%
يقوم هذا القسم بالأبحاث التسويقية	36	21.69
لا يقوم هذا القسم بالأبحاث التسويقية	6	3.61
يساعد القسم على تحقيق مزيد من المبيعات والأرباح	59	35.54
لا جدوى لوجود هذا القسم	4	2.41
انصح بوجود هذا القسم في كل منظمة سياحية	61	36.75
المجموع	166	100.00

المصدر: من اعداد الباحثان في ضوء نتائج الحاسبة الالكترونية

تشير معطيات الجدول (18) الى أن (36.75%) من المديرين ينصحون بوجود قسم متخصص بالتسويق والترويج السياحي في كل منشأة سياحية.

ويعزو الباحث هذه النتيجة الى أن التسويق يعتبر أحد أهم الأنشطة التي تقوم بها المنشآت الحديثة والتي تقوم على ايجاد أو خلق المنافع لضمان الأستمرار لأي منشأة، كما

4.1.5 تقييم التجربة الحكومية في تفعيل الاستثمار السياحي في الاقليم
 1.4.1.5 في حال ترون أن ملتقيات الاستثمار السياحي التي تعقدها وزارة البلديات
 والسياحة والهيئة العامة للسياحة في الاقليم بحاجة لتطوير فهل هذا يعود الى
 الجدول (22) تقييم التجربة الحكومية في تفعيل الاستثمار السياحي في الاقليم

الاسباب	ك	%
ضعف ادارة المؤتمرات	33	13.87
لا يرافقتها حملة اعلامية مناسبة	102	42.86
ضعف الجدوى الاقتصادية للمشاريع المعروضة	23	9.66
صيغة الاستثمار المعروض ومدتها لا تناسبكم	27	11.34
معظم المشاريع المعروضة بحاجة لرأسال كبير جدا	16	6.72
التعاقد على المشاريع المعروضة مليء بالروتين	16	6.72
المشاريع المعروضة لا تغطي جميع مناطق الاقليم	21	8.82
المجموع	238	100.00

المصدر: من اعداد الباحثان في ضوء نتائج الحاسبة الالكترونية

تشير معطيات الجدول (22) الى أن (42.86%) من المديرين أشارو بأن ملتقيات
 الاستثمار السياحي التي تعقدها وزارة البلديات والسياحة والهيئة العامة للسياحة في
 الاقليم بحاجة الى التطوير لأنه لا يرافقتها حملة اعلامية مناسبة، وأشار (13.87%)
 منهم بأن السبب يعود الى ضعف ادارة المؤتمرات، وأشار (11.34%) بأن السبب
 يعود الى صيغة الاستثمار المعروض ومدتها غير المناسبة، وبلغت اقل نسبة
 (6.72%)، (6.72%)، والذين أشارو بأن السبب يعود الى أن معظم المشاريع
 المعروضة بحاجة لرأسال كبير جدا، وان التعاقد على المشاريع المعروضة مليء بالروتين.
 2.4.1.5 ما هو تقييمكم للدور الذي تقوم به الهيئة العامة للسياحة في تنشيط الطلب
 والاستثمار السياحي.

الجدول (23) دور الهيئة العامة للسياحة في تنشيط الطلب السياحي والاستثمار السياحي

الدرجة	ك	%
ممتاز	0	0.00
جيد	26	12.62
متوسط	75	36.41
ضعيف	105	50.97
المجموع	206	100.00

المصدر: من اعداد الباحثان في ضوء نتائج الحاسبة الالكترونية

القطاعين العام والخاص، وبلغت أقل نسبة (1.63%)، وهم الذين أشار بأن الضعف
 يعود الى أسباب أخرى.

الجدول (20) أسباب ضعف التسويق والترويج السياحي في الاقليم

الأسباب	ك	%
تقصير حكومي في هذا المجال	64	26.02
ضعف دور الوزارة والهيئة العامة للسياحة	47	19.11
غياب استراتيجية مشتركة بين القطاعين العام والخاص	57	23.17
قلة الخبرة والكفاءة في مجال التسويق والترويج السياحي	62	25.20
عدم وجود حاجة للتسويق والترويج السياحي	12	4.88
أسباب أخرى تذكر	4	1.63
المجموع	246	100.00

المصدر: من اعداد الباحثان في ضوء نتائج الحاسبة الالكترونية

5.3.1.5 رتب الوسائل الترويجية التالية بحسب أهميتها من وجهة نظرهم

الجدول (21) الوسائل الترويجية حسب أهميتها

الوسائل الترويجية	ك	%
المشاركة في المعارض السياحية الدولية	100	48.54
دعوة وفود عالمية لزيارة الاقليم	19	9.22
دعوة نجوم الفن والمشاهير لزيارة الاقليم	11	5.34
دعوة الادباء والكتاب العالمين لزيارة الاقليم	14	6.80
القيام بالاعلانات السياحية في التلفزيونات العالمية	47	22.82
اقامة المباريات الرياضية بين فرق عالمية	15	7.28
المجموع	206	100.00

المصدر: من اعداد الباحثان في ضوء نتائج الحاسبة الالكترونية

تشير معطيات الجدول (21) الى أن ترتيب الوسائل الترويجية جاءت على النحو
 الآتي:

- المشاركة في المعارض السياحية الدولية جاءت بنسبة (48.54%).
- القيام بالاعلانات السياحية في التلفزيونات العالمية جاءت بنسبة (22.82%).
- دعوة وفود عالمية لزيارة الاقليم جاءت بنسبة (9.22%).
- اقامة المباريات الرياضية بين فرق عالمية جاءت بنسبة (7.28%).
- دعوة الأدباء والكتاب العالمين لزيارة الاقليم جاءت بنسبة (6.80%).
- دعوة نجوم الفن والمشاهير لزيارة الاقليم جاءت بنسبة (5.34%).

تضييق حجم القطاعات السوقية المستهدفة والاتجاه نحو التسويق، فإن العديد من المنشآت سارعت إلى تبني وسيلة جديدة في الترويج وهي التسويق المباشر، هو نظام اتصال تفاعلي في مجال التسويق، يضمن استخدام مجموعة من الوسائل غير التقليدية، والتي تحقق استجابة ملموسة بأقل جهد ممكن، وتتميز بالمرونة، والدقة في اختيار المستهلكين واقناعهم.

وأشار (21.29%) من المديرين أن ضعف مساهمة الهيئة العامة للسياحة في تنشيط الطلب السياحي يعود الى ضعف البنية التنظيمية لها.

ويعزو الباحث هذه النتيجة الى أن البنية التنظيمية يعبر عن علاقات العمل في المنشأة كونه يمثل الإطار العام للعلاقات التنسيقية فيها والوسيلة الفعالة في تحقيق أهداف المنظمة ومواجهتها للظروف البيئية المحيطة ، وهناك نوعين من البنية التنظيمية، الطويل ويكون عدد طبقات المديرين كثيرة مما يجعل عملية اتخاذ القرارات بطيئة، والتقصير وهذا النوع يعطي مسؤوليات وتفويض أكثر للمديرين مما يزيد من سرعة اتخاذ القرارات، في الوقت نفسه فإن كل مدير يكون مسؤولاً عن عدد أكبر من المرؤوسين، مما يساهم بشكل كبير في تحقيق المنظمة لأهدافها.

وأشار (15.84%) من المديرين بأن ضعف مساهمة الهيئة تعود الى فشل اداراتها في رسم استراتيجية هادفة للقطاع السياحي الخاص في الاقليم، وبلغت أقل نسبة (1.49%)، والذين أشارو بأن سبب ضعف الهيئة يعود الى أسباب أخرى.

5.1.5 تقييم الدور الاقتصادي والاجتماعي للقطاع السياحي في الاقليم

1.5.1.5 هل تؤيد مبدأ الشراكة في الأستثمار ما بين القطاع العام والخاص

الجدول (25) مبدأ الشراكة ما بين القطاع العام والخاص

الدرجة	ك	%
نعم	134	65.05
لا	72	34.95
المجموع	206	100.00

المصدر: من اعداد الباحثان في ضوء نتائج الحاسبة الالكترونية

تشير معطيات الجدول (25) الى أن (65.05%) من المديرين الذين تم أستطلاع آرائهم أشارو بأنهم يؤيدون مبدأ الشراكة في الأستثمار ما بين القطاع العام والخاص.

ويعزو الباحث هذه النتيجة بأن الشراكة الاستثمارية علاقة تجمع ما بين طرفين أو أكثر والذين يقومون بانجاح وأستمرارية العملية الاستثمارية ، فهم شركاء في كل شيء

تشير نتائج الجدول(23) الى أن (50.97%) منهم أشارو بأن دور الهيئة العامة في تنشيط الطلب والأستثمار السياحي ضعيف، وأشار (36.41%)منهم الى أن الدور متوسط، وأشار (12.62%) بأن الدور جيد.

3.4.1.5 في حال ترون أن مساهمة الهيئة العامة للسياحة في تنشيط الطلب

ضعيف، فهل هذا يعود الى

الجدول (24) مساهمة الهيئة العامة للسياحة في تنشيط الطلب السياحي

النتائج	ك	%
ضعف البنية التنظيمية لهيئة	43	21.29
ضعف التنسيق مع الوزارات والجهات المعنية بالسياحة في الاقليم	38	18.81
ضعف روح العمل الجماعي ضمن الهيئة العامة للسياحة والمديريات العامة التابعة لها	23	11.39
محدودية الصلاحيات والمسؤوليات التي منحتها وزارة البلديات والاشغال للهيئة العامة للسياحة	15	7.43
الأساليب التسويقية والترويجية التي تستخدمها الهيئة ما زالت كلاسيكية	48	23.76
فشل ادارات الهيئة العامة للسياحة في رسم استراتيجية هادفة للقطاع السياحي الخاص في الاقليم	32	15.84
اسباب اخرى تذكر	3	1.49
المجموع	202	100.00

المصدر: من اعداد الباحثان في ضوء نتائج الحاسبة الالكترونية

تشير معطيات الجدول (24) الى أن (23.76%) من المديرين يؤكدون بأن ضعف مساهمة الهيئة العامة للسياحة في تنشيط الطلب السياحي يعود الى أن الأساليب التسويقية والترويجية التي تستخدمها الهيئة ما زالت كلاسيكية وغير فعالة.

ويعزو الباحث هذه النتيجة بأن الأساليب التسويقية والترويجية تمثل المرآة العاكسة للمنشآت السياحية، فمن خلاله تتفاعل المنشأة مع بيئتها الخارجية بواسطة أدوات عديدة لكل واحدة منها خصائصها المميزة، ويؤدي الترويج وظيفة رئيسية هي إخبار واقناع والتأثير على المستهلكين الحاليين والمحتملين لتبني موقف ايجابي اتجاه الرسالة الترويجية وما تعرضه، واذا ما فهم المستهلك الرسالة الترويجية بنفس المعنى الذي قصده المرسل، فإن الترويج سيكون قد حقق هدف، لقد ظلت الأدوات الترويجية المعروفة ناجحة في إطار التسويق، ونظرا لاستهداف أسواق كبيرة، وتزايد الاتجاه نحو

الى (540410) سائح، وأنخفض هذا العدد خلال فصل الصيف ليصل الى (214573)، وأزاد هذا العدد خلال فصل الخريف ليصل الى (248373) سائح، وتؤكد النتائج صحة الفرضية أعلاه والتي تشير الى أن الطلب السياحي في اقليم كردستان يتميز بالموسمية.

الجدول (26) الطلب السياحي حسب فصول السنة خلال الفترة (2013-2014)

الفصل	الاشهر	2013	2014
الشتاء	كانون الثاني	192396	203168
	شباط	177680	190916
	اذار	213800	181783
المجموع		583876	575867
الربيع	نيسان	176928	205098
	مايس	201307	170120
	حزيران	330882	165192
المجموع		709117	540410
الصيف	تموز	187707	69862
	اب	519578	84285
	ايلول	271247	60426
المجموع		978532	214573
الخريف	ت الاول	285661	64466
	ت الثاني	212438	114027
	ك الاول	186112	69880
المجموع		684211	248373

المصدر: احصاءات السياح في اقليم كردستان حتى نهاية عام 2014

3.6 يتباين الطلب السياحي في اقليم كردستان العراق حسب أماكن الإقامة.

تشير نتائج الحاسبة الالكترونية بأن هناك تباين في الطلب السياحي في الاقليم حسب أماكن القوم، اذ بلغ مجموع عدد السياح من داخل الاقليم خلال الفترة (2013-2007)، (2,227,973)، وبلغ مجموع عدد السياح من خارج الاقليم خلال نفس الفترة (7,265,295)، فيما بلغ مجموع عدد السياح من الأجانب خلال نفس الفترة (1,949,019)، وتؤكد النتائج صحة الفرضية أعلاه والتي تشير الى تباين الطلب السياحي في اقليم كردستان العراق حسب أماكن الإقامة.

4.6 تنوع مصادر العرض السياحي في اقليم كردستان العراق.

تبين من خلال الدراسة الى تنوع مقومات العرض السياحي في اقليم كردستان العراق، اذ تعد بيئة الاقليم بيئة غنية بالمقومات السياحية، اذ يتمتع الاقليم بالثراء الطبيعي والمناخ اللطيف والحياة البرية والموارد المائية والنبات الطبيعي، الى جانب

ومن ثم فهم يتقاسمون الريح والحساسة على حد سواء، ولذلك لا بد أن تكون هناك جوانب ايجابية في عملية الاستثمار، اذ أن الشراكة توفر السيولة المادية اللازمة لبدء عملية الاستثمار، وكذلك الحصول على الخبرات والمهارات المتنوعة، وخلق ادارة أكثر كفاءة وفاعلية، كما أنه في وجود خسارة فان مختلف الأطراف سوف تتحمل المسؤولية، كما أن القرارات الادارية التي تتخذ ستكون جماعية، لذا فهناك فرصة كبيرة لنجاح تلك القرارات .

واشار (34.95%) من المديرين الذين تم أستطلاع ارائهم بأنهم لا يؤيدون مبدأ الشراكة في الاستثمار ما بين القطاع العام والقطاع الخاص.

وعزوا الباحث هذه النتيجة بأن الشراكة الاستثمارية في العمل قد يتولد عنه جملة من السلبيات كحصول حالة السخط المتراكم والنتائج من العجز المالي، والاختلاف الطبقي والسلوكي واختلاف الاهداف، وفقدان مبدأ المساواة نتيجة سيطرة أحد الشركاء، وصعوبة حل الخلافات بين الأطراف المختلفة، كلها أسباب منطقية قد تؤدي الى فشل المشروع الاستثماري.

6. اختبار فرضيات الدراسة

1.6 يزداد الطلب السياحي في اقليم كردستان سنويا وبشكل منتظم للفترة من (2013-2007).

تشير نتائج الحاسبة الالكترونية بأن عدد السياح كان في تزايد مستمر سنويا خلال الفترة ما بين (2013-2007)، اذ بلغ عدد السياح في اقليم وفي محافظات اربيل والسليمانية ودهوك (377,397) عام (2007)، وكان هذا العدد في تزايد مستمر خلال السنوات اللاحقة حتى وصل العدد الى (2,952,027) عام (2013)، وتؤكد النتائج صحة الفرضية أعلاه والتي تشير الى تزايد الطلب السياحي سنويا في الاقليم.

2.6 يتميز الطلب السياحي في اقليم كردستان بالموسمية.

تشير نتائج الجدول (26) الى أن هناك تباين في عدد السياح في اقليم كردستان العراق حسب فصول السنة خلال العام (2013)، اذ بلغ مجموع عدد السياح خلال فصل الشتاء (583876) سائح، وأزاد هذا العدد خلال فصل الربيع ليصل الى (91170) سائح، كما أزداد هذا العدد خلال الصيف ليصل الى (978532) سائح، وأنخفض العدد ليصل الى (684211) خلال فصل الخريف، كما نجد بأن هناك تباين في اعداد السياح خلال فصول السنة من عام (2014)، اذ بلغ مجموع عدد السياح خلال فصل الشتاء (575867) سائح، وأنخفض هذا العدد خلال فصل الربيع ليصل

الفرضية أعلاه والتي تنص الى أن التسهيلات والحوافز التي تقدمها حكومة الاقليم تشجع على الأستثمار في القطاع السياحي، الجدول (15).

8.6 ضعف المنافسة بين المنشآت السياحية في اقليم كردستان العراق.

تشير نتائج الدراسة الميدانية بأن المنافسة بين المنشآت السياحية في الاقليم قوية، مما يؤكد عدم صحة الفرضية أعلاه والتي تنص الى ضعف المنافسة بين المنشآت السياحية في الإقليم.

9.6 ضعف الأساليب التسويقية والترويجية السياحية التي تقوم بها الحكومة

تشير نتائج الدراسة الميدانية الى وجود ضعف في الأساليب التسويقية والترويجية، ويعود السبب في ذلك الى جملة من الأسباب منها وجود تقصير حكومي في هذا المجال وقلة الخبرة والكفاءة في مجال التسويق والترويج السياحي وغياب استراتيجية مشتركة بين القطاعين العام والخاص، فضلا عن ضعف دور الوزارة والهيئة العامة للسياحة في ذلك، مما يؤكد صحة الفرضية أعلاه والتي تنص الى ضعف الأساليب التسويقية والترويجية السياحية التي تقوم بها الحكومة.

10.6 ضعف دور الهيئة العامة للسياحة في تنشيط الطلب السياحي والاستثمار السياحي.

تشير نتائج الدراسة الميدانية الى ضعف دور الهيئة العامة للسياحة في تنشيط الطلب السياحي والاستثمار السياحي، ويعود السبب في ذلك الى جملة من الأسباب منها أن الأساليب التسويقية والترويجية التي تستخدمها الهيئة العامة للسياحة ما زالت كلاسيكية وغير فعالة ضعف البنية التنظيمية للهيئة وضعف التنسيق مع الوزارات والجهات المعنية بالسياحة في الأقليم، فضلا عن فشل ادارات الهيئة العامة للسياحة في رسم استراتيجية هادفة للقطاع السياحي الخاص في الاقليم، مما يؤكد صحة الفرضية أعلاه والتي تنص الى ضعف دور الهيئة العامة للسياحة في تنشيط الطلب السياحي والاستثمار السياحي.

11.6 ضعف الدور الاقتصادي للقطاع السياحي في الاقليم.

تشير نتائج الدراسة الميدانية الى أن الدور الاقتصادي للقطاع السياحي كان متوسطا، ويمكن هذا الدور في عدد من الجوانب منها توفير فرص العمل ورفع معدلات التنمية والتخفيف من الفقر في الاقليم وزيادة الايرادات العامة للاقليم وغيرها من المجالات الأخرى.

وقوع الاقليم في موقع حضاري مهم مرت عليه الحضارات، وتركت فيه اثارا خالدة الى الأبد. هذه المقومات تثير الأفراد وتدفعه الى السفر نحو مناطق تواجدها، ويؤكد العرض السابق الى صحة الفرضية أعلاه والتي تشير الى تنوع مصادر العرض السياحي في اقليم كردستان العراق.

5.6 تنوع مجالات الأستثمارات السياحية في اقليم كردستان العراق.

تشمل مجالات الأستثمار السياحي في الاقليم بمنشآت الايواء (كالفنادق والموتيلات والقرى السياحية)، وتشير احصاءات الهيئة العامة للسياحة الى تزايد عدد هذه المنشآت خلال الفترة (2007-2014)، كما تشمل مجالات الأستثمار المطاعم أيضا، وتشير احصاءات الهيئة العامة للسياحة الى تزايد عدد المطاعم خلال نفس الفترة، وتشمل مجالات الاستثمار مكاتب السفر والسياحة، اذ يبلغ عددها (156) شركة منها (83) شركة في محافظة أربيل وبنسبة (53.2 %)، تليها محافظة دهوك (42) شركة بنسبة (26.9 %)، أما في محافظة السليمانية فقد بلغ عددها (31) شركة وبنسبة (19.9 %) من المجموع الكلي، كما يمكن الاستثمار في مجال النقل بانواعه المختلفة، والبحث العلمي والمقاهي السياحية ومدن الالعاب والملاعب الرياضية، وتؤكد النتائج السابقة الى صحة الفرضية أعلاه والتي تشير الى تنوع مجالات الأستثمارات السياحية في اقليم كردستان العراق.

6.6 ضعف الأستثمارات السياحية في اقليم كردستان العراق.

تشير نتائج الدراسة الميدانية بأن هناك ضعف في الأستثمارات السياحية في الاقليم، ويعود السبب في ذلك الى مجموعة من الأسباب نذكر منها الاتي: عدم ملائمة المنشآت السياحية لحاجات ورغبات السياح، وعدم وجود تخطيط للأستثمارات السياحية وعدم توزيعها بما يتوافق مع العرض السياحي في جميع مناطق الاقليم وقلة عدد شركات الادارة الفندقية ذات الخبرة العالمية وقلة عدد المنشآت السياحية التي تستقبل السياح، ويؤكد العرض السابق الى صحة الفرضية أعلاه والتي تشير الى ضعف الأستثمارات السياحية في اقليم كردستان العراق.

7.6 تشجع التسهيلات والحوافز التي تقدمها حكومة الاقليم للاستثمار في القطاع السياحي.

تشير نتائج الدراسة الميدانية بأن التسهيلات والحوافز التي تقدمها حكومة الاقليم متوسطة وغير مشجعة للاستثمار في مجال القطاع السياحي، مما يؤكد عدم صحة

المختلفة ومجال البحث العلمي والمقاهي السياحية ومدن الألعاب والملاعب الرياضية.

تبين من خلال نتائج الدراسة الميدانية أن معظم مديري المنشآت السياحية في الأقليم من الذكور مقابل نسبة ضئيلة من الاناث.

تبين بأن معظم مديري المنشآت السياحية في الأقليم تقع أعمارهم ما بين (25-34) سنة، وهي فئات تقع في مستويات منخفضة من النضج الفكري والعقلي.

تبين بأن عدد المنشآت السياحية ذات الخمس نجوم والأربع نجوم قليلة جدا، ولا يتناسب مع المستوى الثقافي والاجتماعي لبعض السياح وخاصة الأجانب منهم.

تبين بأن معظم المستثمرين للمنشآت السياحية من اقليم كردستان، مقابل عدد قليل من المستثمرين الاخرين.

أحتل واقع الأستثمار في الاقليم حسب وجهة نظر المديرين في المنشآت السياحية مرتبة ضعيفة جدا.

تبين بأن مستوى الخدمات السياحية المقدمة الى السياح متدنية، ويعود السبب في ذلك الى ضعف الرقابة من قبل الجهات المعنية.

تبين بأن أغلب المستثمرين يفضلون الأستثمار في المدن السياحية بدلا من المشروعات الأخرى.

تبين بأن أغلب المستثمرين يفضلون الأستثمار في المنشآت السياحية ذات التصنيفات العالية كالأربع نجوم والأربع نجوم.

تبين بأن المنافسة قوية بين المنشآت السياحية في الاقليم، وهذا شيء طبيعي لان الكل يرغب في الحصول على دخل المستهلك وكسبه لتحقيق المزيد من الأرباح.

تبين عدم وجود وحدة متخصصة للتسويق والترويج السياحي في أغلب المنشآت السياحية.

تبين ضعف دور الهيئة العامة للسياحة في تشييط الطلب السياحي والأستثمار السياحي في الاقليم.

وفي السياق نفسه تشير احصاءات وزارة التخطيط العراقية لعام 2013 بأن عدد العاملين في انشطة المطاعم وخدمات الطعام في محافظات اقليم كردستان العراق يبلغ (27,144) عامل منهم (4235) في محافظة دهوك (20,300) في محافظة السليمانية (2609) في محافظة اربيل، كما تشير احصاءات وزارة التخطيط في اقليم كردستان لعام 2015 بأن عدد العاملين في مطاري اربيل الدولي والسليمانية الدولي قد بلغ (1,013) عامل عام 2013، فيما بلغ عدد العاملين في المطارين المذكورين عام 2014، (1,051). وعليه تشير النتائج السابقة الى عدم صحة الفرضية أعلاه.

12.6 ضعف الدور الاجتماعي للقطاع السياحي في الاقليم.

تشير نتائج الدراسة الميدانية الى أن الدور الاجتماعي للقطاع السياحي كان جيدا، ويمكن هذا الدور في عدد من الجوانب منها خلق روح المحبة والوحدة بين المجتمعات المتنوعة وتنمية المجتمع واحياء الفنون التقليدية وتنمية الصناعات اليدوية وغيرها من الجوانب الأخرى، مما يؤكد عدم صحة الفرضية أعلاه والتي تنص الى ضعف الدور الاجتماعي للقطاع السياحي في الاقليم.

13.6 يؤيد المديرين مبدا الشراكة ما بين القطاع العام والقطاع الخاص.

تشير نتائج الدراسة الميدانية الى ان نسبة كبيرة من المديرين الذين استطلعت ارائهم يؤيدون مبدا الشراكة ما بين القطاع العام والقطاع الخاص لوجود جملة من الايجابيات في هذا الجانب، مما يؤكد صحة الفرضية اعلاه والتي تنص الى ان المديرين يؤيدون مبدا الشراكة ما بين القطاعين.

7. الاستنتاجات والمقترحات

1.7 الاستنتاجات

- وفرت حكومة اقليم كردستان العراق فرصة الأستثمار في مختلف قطاعات الأقتصاد الوطني، ومنها القطاع السياحي.
- وفرت حكومة اقليم كردستان العراق فرصة أخرى تتمثل بالاعفاءات الضريبية والكمركية للمستثمرين في القطاعات الأقتصادية، ومنها القطاع السياحي.
- قدمت حكومة اقليم كردستان العراق ضمانات ومحفزات للمستثمرين للأستثمار في القطاعات الأقتصادية، ومنها القطاع السياحي.
- تتميز محافظات اقليم كردستان بتوفر مجالات عديدة للأستثمار السياحي كمنشآت الايواء والمطاعم السياحية ومكاتب السفر والسياحة والنقل بأنواعه

- تبين بأن هناك دور كبير للقطاع السياحي في تحقيق التنمية الاقتصادية في الاقليم.
 - تبين بأن هناك دور كبير للقطاع السياحي في تحقيق التنمية الاجتماعية في الاقليم.
 - تبين بأن غالبية المديرين في المنشآت السياحية يفضلون مبدأ الشراكة بين القطاع العام والقطاع الخاص فيما يتعلق بالاستثمارات السياحية.
 - تبين بأن عدد السياح في تزايد مستمر خلال الفترة الزمنية (2007-2013) في الاقليم.
 - تبين بأن الطلب السياحي في الاقليم يتميز بالموسمية.
- ### 2.7 المقترحات
- ضرورة أستغلال الفرصة التي وفرتها حكومة إقليم كردستان للمستثمرين من داخل الاقليم وخارجها للأستثمار في مختلف القطاعات الاقتصادية ومنها السياحة.
 - ضرورة أستغلال الفرصة التي وفرتها حكومة الأقليم للمستثمرين، فيما يتعلق بالاعفاءات الضريبية والكمركية.
 - ضرورة قيام المستثمرين بالأستفادة من الضمانات التي وفرتها حكومة الاقليم لهم بخصوص ضمان مشروعاتهم الأستثمارية.
 - ضرورة أستغلال توفر مجالات الأستثمار السياحي المتنوعة في الاقليم من قبل المستثمرين، فتنوع المجالات فرصة كبيرة قد لا يتوفر في دول أخرى.
 - ضرورة توفير مزيد من الفرص للاندثار لتسليم المهام الادارية في مختلف المنشآت السياحية لتحقيق العدالة الاجتماعية.
 - ضرورة اختيار الفئات العمرية ما بين (35) فأكثر لكونهم يمتلكون النضج الفكري ويتسمون باتخاذ القرارات المناسبة.
 - ضرورة التركيز على اقامة منشآت سياحية ذات الدرجات العالية لأن معظم السياح ذات ثقافة عالية ومركز اجتماعي عالي وقدرة اقتصادية عالية، وخاصة الأجانب منهم، لذلك يتطلب الأمر توفير منشآت تناسب ومستوى هؤلاء السياح.
 - ضرورة تشجيع المستثمرين للأستثمار في مختلف المشروعات السياحية بدلا من التركيز على مشروعات معينة دون أخرى لما للتركيز من تأثير سلبي على الوضع الاقتصادي، لذلك لا بد من تحقيق نوع من التوازن في المشاريع الأستثمارية.
 - ضرورة تشجيع المستثمرين للأستثمار في مختلف تصنيفات المنشآت السياحية ليتناسب ذلك مع دخل مختلف السياح، اذ أن السياح ليسوا متساوون في مدخولاتهم.
 - ضرورة تشجيع المنافسة العادلة وذات الأصول العلمية بين المنشآت السياحية لما لذلك من تأثير ايجابي على تحسين جودة الخدمة السياحية التي تقدمها المنشآت السياحية.
 - ضرورة تشكيل وحدات خاصة في المنشآت السياحية تتولى مهمة القيام بالأنشطة التسويقية والترويجية للقطاع السياحي في الاقليم.
 - ضرورة تفعيل دور الهيئة العامة للسياحة في تنشيط الطلب السياحي والأستثمار السياحي لكونها من الجهات المعنية بذلك.
 - ضرورة تشجيع القطاع السياحي في الاقليم لما لها من دور كبير في تحقيق التنمية الاقتصادية.
 - ضرورة تشجيع القطاع السياحي في الاقليم لما لها من دور كبير في تحقيق التنمية الاجتماعية.
 - ضرورة أن تأخذ حكومة الاقليم آراء مديري المنشآت السياحية فيما يتعلق بتحقيق مبدأ الشراكة بين القطاع العام والخاص.

- ضرورة أستغلال فرصة تزايد عدد السياح في الاقليم والأستفادة منهم والأحتفاظ بهم.
- ضرورة القضاء على موسمية السياحة من خلال اقامة المؤتمرات والمعارض في فصول الكساد السياحي.

8. المصادر

1. أبو نعمة، عبد العزيز، تسويق الخدمات المتخصصة، ط1، الوراق، عمان، الأردن، 2005م.
2. البطاط، كاظم احمد ومحمد الزويني، تحليل دالة الاستثمار السياحي في محافظة، المؤتمر العلمي الثالث، جامعة اهل البيت، المجلد 1، العدد 4، 2006.
3. بوعموشة، حميدة، دور القطاع السياحي في تمويل الأقتصاد الوطني لتحقيق التنمية المستدامة- دراسة حالة الجزائر-رسالة ماجستير، كلية العلوم الأقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس (سطيف) 2011-2012م.
4. بطاطو، ابراهيم، وآخرون، السياحة البيئية بين النظرية والتطبيق، ط1، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، 2012.
5. حمد، سعد ابراهيم، تخطيط وتنمية خدمات السياحة الدينية وأثرها في نمو الطلب السياحي في محافظة نينوى، أطروحة دكتوراه، جامعة سانت كلمنتس العالمية، 2008م.
6. عبد العزيز، ماهر توفيق، مبادئ ادارة الفنادق، المكتبة الوطنية للنشر، عمان، الأردن، 1996م.
7. رزيق، عبد الوهاب، منتدى الاستثمار في شمال افريقيا، المركز الإنمائي لشمال افريقيا، نشرة التنمية، العدد (8)، 2001.
8. محمد، حاكم محسن، دور الاستثمار السياحي العربي والاجنبي في دعم الأقتصاد العراقي، المؤتمر العلمي الثالث لجامعة اهل البيت، العدد (4)، كربلاء، 2006،
9. Bahram Meihami, Jasim Karami, Review Some Effects of the Investment in the Tourism Sector (Evidence of the Qhorveh City), International Letters of Natural Sciences Online, Vol. 25, 2014.
10. Endo, Kumi, Foreign Direct Investment in Tourism—Flows and Volumes, Tourism Management 27(4), 2006.
11. <http://www.alukah.net/culture/0/53460>
12. UNWTO, 2007.