



أثر الطلب السياحي والاستثمار السياحي في تعزيز النمو الاقتصادي في العراق للمدة (1980-2020)

The impact of tourism demand and tourism investment in promoting economic growth in Iraq for the period (1980-2020)

م. سazan أمير رؤوف* - مدرس

قسم الاقتصاد / كلية الإدارة والاقتصاد -

جامعة السليمانية - العراق

sazan.raouf@univsul.edu.iq

د. يونس علي احمد - استاذ مساعد

قسم الاقتصاد / كلية الإدارة والاقتصاد -

جامعة السليمانية - العراق

uns.ahmad@univsul.edu.iq

الملخص:

لقد أصبحت السياحة في العالم اليوم من أنشطة الاقتصاديات أكثر فعالية في تحقيق النمو الاقتصادي من خلال نشاطاتها المترابطة والمتكاملة مع القطاعات الاقتصادية الأخرى كالصناعة والزراعة وتزويدهم بالموارد المالية، حيث أن العراق يحظى بثروة سياحية متنوعة الذي يشكل عامل جذب للطلب السياحي والاستثمار السياحي ومصدراً مهماً لتحقيق النمو الاقتصادي، ويهدف هذا البحث دراسة وتحليل تأثير الطلب السياحي والاستثمار السياحي في تعزيز النمو الاقتصادي. ولتحقيق هذا الهدف اعتمدت المنهج التحليلي القياسي باستخدام مجموعة من النماذج (ROBUST, FMOLS, NLS and ARMA) واستناداً إلى البيانات المتوفرة للمدة (1980 - 2020).

معلومات المقال

تاريخ الارسال:

2021/08/08

تاريخ القبول:

2021/09/26

الكلمات المفتاحية:

- ✓ الطلب السياحي،
- ✓ الاستثمار السياحي،
- ✓ النمو الاقتصادي

Abstract :

Tourism in the world today has become one of the economic activities more effective in achieving economic growth through its interconnected and complementary activities with other economic sectors such as industry and agriculture and supporting them with financial resources, as Iraq has a diverse tourism wealth, which is a factor that attracts tourism demand and tourism investment and is an important source in achieving growth Economic. This research aims to study and analyze the impact of tourism demand and tourism investment in promoting economic growth. To achieve this objective, a econometrics approach was adopted a set of models (FMOLS, NLS and ARMA) and based on the available data for the period (1980-2020).

Article info

Received

08/08/2021

Accepted

26/09/2021

Keywords:

- ✓ tourism demand,
- ✓ tourism investment,
- ✓ economic growth

. مقدمة:

يعد السياحة واحدة من أكبر الصناعات بالعالم واسرع نمواً، وواحد الانشطة التي تساهم بفعالية في تكوين النمو الاقتصادي وتعتبر المحرك الرئيسي في زيادة الناتج المحلي الاجمالي (GDP). ان القطاع السياحي من شأنه ان تكون له دور مهم في تزويد القطاعات الاخرى من خلال الطلب السياحي و الاستثمار السياحي ،اي انهم بمثابة حلقة الوصل بين النشاط السياحي والنمو الاقتصادي .على رغم وجود ارضية واسعة امام تطوير القطاع السياحي في العراق ولكن مايزال ليس بالمستوى المطلوب والمتوقع بسبب عدم اهتمام كاف بهذا القطاع و حدوث الازمات المطولة والمتكررة كالازمة السياسية والمالية وانتشار الوباء في الاونة الاخيرة كلهم من شأنهم ان يتاثر على النشاط السياحي بما فيها الطلب السياحي والاستثمار السياحي.

مشكلة البحث:

تكمن مشكلة البحث في انه على الرغم من توفر مقومات كثيرة في العراق لجذب و استقطاب الطلب السياحي والاستثمار السياحي ، الا ان ضعف الاستقرار السياسي وضعف البنية التحتية والخدمات الاساسية و ضعف خطة اقتصادية شاملة وواضحة في المجال السياحي ، عمق هذه المشاكل و هو من الاسباب الرئيسة لتدهور مستوى الطلب السياحي والاستثمار السياحي في العراق .

اهمية البحث:

تتمثل اهمية البحث بمايلي :

1. التركيز على دراسة وتحليل الطلب السياحي، وكذلك تحديد الحلول والاليات لتفعيل الطلب السياحي ضمن مواضيع تنموية .
2. التركيز على دراسة و تحليل الاستثمار السياحي، وكذلك تحديد الحلول والاليات لتفعيل الاستثمار السياحي ضمن مواضيع تنموية .
3. التركيز على دراسة و تحليل العلاقة بين الطلب السياحي و الاستثمار السياحي والنمو الاقتصادي، وكذلك تحديد الحلول والاليات لتنويع الاقتصادي ضمن مواضيع تنموية .

هدف البحث :

يهدف البحث الى:

1. دراسة وتحليل تأثير الطلب السياحي والاستثمار السياحي في النمو الاقتصادي.
2. دراسة وتحليل الأسس التي تقوم عليها سبل مساعدة نهوض القطاع السياحي وتفعيل دور الطلب السياحي والاستثمار السياحي في النمو الاقتصادي.

فرضية البحث :

تكمن فرضيات البحث في الاتي:

1. رغم وجود مقومات جذب الطلب السياحي في العراق ولكن لن يكون بالمستوى المطلوب بشكل يتحقق النمو الاقتصادي وذلك تحت تاثير عدم الاستقرار السياسي والاقتصادي وفي ظل انتشار فيروس كورونا.
2. رغم وجود مقومات جذب الاستثماري في العراق ولكن لن يكون بالمستوى المطلوب بشكل يتحقق النمو الاقتصادي وذلك تحت تاثير عدم الاستقرار السياسي والاقتصادي وفي ظل انتشار فيروس كورونا.

حدود البحث و نطاقه :

يتمثل حدود البحث بمايلي:

الحدود الزمانية : ان حدود الزمنى لهذا البحث هي ما بين (1980 - 2020).

الحدود المكانية : هي الاقتصاد العراقي .

اسلوب البحث (منهج البحث):

من اجل تحقيق اهداف البحث اعتمدت على المنهج (التحليلي - القياسي) و باستخدام مجموعة من النماذج (, ROBUST FMOLS, NLS and ARMA) و كل من (Co-integration and Stationarity) استنادا الى البيانات الرسمية المنشورة من قبل الجهاز المركزي للاحصاء في العراق والبنك المركزي العراقي والبنك الدولي واعتمادا على برنامج E-views 9.

اطار البحث وهيكله :

قسم البحث الى مبحثين رئيسيين ، المبحث الاول يختص بالجانب النظري (الطلب السياحي و الاستثمار السياحي والنمو الاقتصادي) ، وخصص المبحث الثاني للتحليل القياسي (استخدام النماذج القياسية لبيان اثر الطلب السياحي و الاستثمار السياحي في النمو الاقتصادي في العراق) ، وتوصل البحث اخيرا الى مجموعة من الاستنتاجات و المقترحات .

الدراسات السابقة :

اولا: الدراسات السابقة عن الطلب السياحي:

(بن عبدالرحمن ،2017): تهدف الدراسة الى تحديد المحددات الطلب الأجنبي على الخدمات السياحية في الجزائر ،واتبعت الدراسة المنهج التحليلي والقياسى ، واستنتجت الدراسة ان متغير سعر الصرف الحقيقي له اثر سلبى على الطلب السياحي. واقترحت الدراسة بما ان السياح حساسين اتجاه سعر الصرف، يجب الاخذ هذا المتغير بعين الاعتبار في اعداد الاستراتيجيات من اجل جذب اعداد متزايدة من الوافدين .

(عبد الفتاح،2019): تهدف الدراسة قياس محددات الطلب السياحي في الجزائر خلال فترة(1995-2015) ،ويتبع الدراسة المنهج الوصفي والتحليل القياسى، ويستنتج الدراسة ان الانفاق السياحي له تاثير معنوى وإيجابي على اليرادات السياحية كما وان سعر الصرف الحقيقي يؤثر سلبا على اليرادات السياحية ،ويوصى الدراسة تنشيط السياحة الجزائرية من خلال تشجيع الترويج السياحي تسهيل إجراءات دخول السياح الى الجزائر وتبسيط الاجراءات الجمركية من اجل دخول مستلزمات السياح الاجانب وتطوير الموارد البشرية العاملة وكذلك تشجيع الاستثمار في صناعة السياح .

ثانيا: الدراسات السابقة عن الاستثمار السياحي:

(البطاط و الزويني 2006): تهدف الدراسة الى التعرف على اهمية مجالات الاستثمار السياحي الديني والوقوف على اهمية العوامل التي تتحكم بالاستثمار السياحي الديني في كربلاء خلال مدة (1989-2004). تم اعتماد اساليب متنوعة للوصول الى اهداف البحث حيث استخدم الاسلوب الوصفي التحليلي والاستنباطي والكمي . واستنتجت الدراسة ان الخصوصية الدينية لمحافظة كربلاء ،وامتلاكها لمكونات العرض السياحي يوفر لها فرصة متميزة للارتقاء بالاقتصاد المحلى للمحافظة عبر تطوير الاستثمار السياحي. واقترحت الدراسة العمل على تحقيق استقرار الامنى في المحافظة لكونه عاملا اساسيا في تحديد و جذب الاستثمارات الدينية و قيام الجهات الحكومية بعرض الخدمات السياحية الترفيهية المكملة لسياحة الدينية ، لتشجيع السائح الى رفع معدلات ليالى المبيت في كربلاء.

(حنان، 2013): تهدف الدراسة الى بيان مدى تأثير الاستثمار السياحي على النمو الاقتصادي في الجزائر، واتبعت الدراسة المنهج (التحليلي - القياسي) باستخدام نموذج الانحدار المتعدد، استنادا إلى تلك الإحصائيات المتوفرة من الجهات الرسمية والحكومية، واستنتجت الدراسة ان الاستثمارات في القطاع السياحي تحظى باهتمام كبير من طرف الدولة، بحيث يعد نشاطا اقتصاديا نتيجة لمساهمته في ميزان المدفوعات، والميزان التجاري، وخلق فرص العمل، وزيادة إيرادات الدولة وتحقيقها للرفاهية الاقتصادية و الاجتماعية للبلد. واقترحت الدراسة تشجيع التعاون والشراكة في مجال الاستثمار السياحي، وذلك من خلال مراجعة القوانين الاستثمار في القطاع السياحي وجعلها أكبر مرونة لجذب المستثمرين.

(رسن، 2014): تهدف الدراسة الى بيان مساهمة الاستثمار السياحي في التنمية الاقتصادية لمحافظة كربلاء من خلال تنشيط المجالات السياحية المغيبة فيها، واتبعت الدراسة المنهج (التحليلي - الوصفي) من خلال تحليل البيانات المتوفرة لاعداد العاملين العراقيين والاجانب في الفنادق تحديدا، بالاضافة الى تحليل عدد الزائرين للمدينة خلال المدة (2007 - 2011) وكذلك اعداد الفنادق التي تعمل حاليا ضمن نشاط السياحة الدينية، وتوصلت الدراسة الى ان الاستثمار السياحي في مدينة كربلاء المقدسة هو استثمار احادي الجانب وهو مشابه لحالة الاقتصاد العراقي الذي يعاني مشاكل هيكلية وعدم وجود رؤيا واضحة المعالم في التعامل مع القطاع السياحي ومجالات الاستثمار المتوفرة فيه. اقترحت الدراسة العمل على تنمية مجالات الاستثمار السياحي في مدينة كربلاء وتنويعها والعمل على بناء مجالات الاستثمارية اخر بوضع رؤيا مستقبلية لتنشيط الاستثمار السياحي ليكون رافد دعم لنتائج القومي الاجمالي والنتائج المحلي معا.

2. مفهوم الطلب السياحي و الاستثمار السياحي والنمو الاقتصادي

1.2 مفهوم وتعريف الطلب السياحي:

يعرف الطلب السياحي على أنه "تعبير عن اتجاهات السائحين لشراء منتج سياحي معين، أو زيارة منطقة معينة أو دولة بحد ذاتها، قوامه مزيج مركب من عناصر مختلفة الدوافع و الرغبات و القدرات، الميول، الحاجات (الصحراوي، 2012: 59). فالطلب السياحي هي جملة من الرغبات و الدوافع النفسية لشخص ما تجاه منتج معين أو منطقة معينة تحكمها المقدرة المادية للشخص في مكان و زمان محدد و يقصد به السوق المرتقبة الذي تهدف إلى اثارها، و تنشيطها من قبل جميع الدول السياحية في مختلف دول العالم لتحقيق أكبر حركة سياحية ممكنة (بن عبدالرحمن، 2017: 43). وكذلك الطلب السياحي هو عبارة عن مجموعة من الاتجاهات و الرغبات، ردود الفعل اتجاه منطقة معينة، إذ يأتي دوره، وهذه الميول تؤثر على حركة النمو السياحية (العمروي، 2013: 12).

يقاس الطلب السياحي باعداد السياح الوافدين للمنطقة السياحية لكن فترة بقاء السياح في الموقع السياحي تختلف من فرد لآخر فقد تكون بالحد الأدنى يوم وربما تزيد في بعض الاحيان عن العشرة ايام وقد تصل الى شهر او اكثر لذلك يمكن استخدام مقياس اخر للطلب السياحي هو اعداد ليالي المبيت ويضرب باعداد السياح الوافدين للموقع لكي تصل الى تقدير لحجم الطلب السياحي الفعلي، وتستخدم المنشآت السياحية الخاصة بالايواء مقاييس أكثر دقة تتمثل باعداد الاسرة او الغرف المبيعة او المشغولة (الجليحاي، 2015: 12). ويعتبر الطلب السياحي أساس كل القرارات المرتبطة بالسياحة مثل شركات الطيران، منظمي الرحلات السياحية، الفنادق، و أصحاب المحلات التجارية الذي يهتمهم الطلب على منتجاتهم من قبل السياح، فنجاح العديد من المؤسسات يعتمد بحد كبير على حالة الطلب السياحي، و نظرا للدور الرئيسي للطلب كعامل محدد للربحية التجارية، فتقديرات الطلب المتوقع تشكل عنصرا هاما (عبد الرحمن، 2012: 39).

في ضوء ما سبق يمكن ان نعرف الطلب السياحي بأنه "المجموع الكلي للسائحين الفعليين و المحتملين لديهم رغبة و قدرة لشراء السلع و الخدمات السياحية المعروضة لإشباع حاجاتهم و رغباتهم و طموحاتهم و ميولهم خلال فترة زمنية معينة".

2.2 محددات الطلب السياحي:

ان النظرية الاقتصادية يهتم كثيراً بطلب ويحتل مكانة كبيرة في الدراسات الاقتصادية لكونها عامل مهم في تفعيل جميع الأنشطة الاقتصادية ، وبالتالي ، يعتبر الطلب من أهم القضايا وهو حاسم للتخطيط الاستراتيجي للاقتصاد الوطني. قد يخضع الطلب على السياحة واختيار الوجهات السياحية لتحولات كبيرة لأسباب عديدة ، بما في ذلك الاختلافات في الدخل ، والأسعار ، وأسعار الصرف ، وتكلفة السفر ، والسكان ، والأحداث غير المتوقعة مثل التغييرات الاقتصادية والسياسية الرئيسية(النصراوي،2020:4). فإن العوامل التي تؤثر على الطلب السياحي هي نفسها أو مشابهة جدا لتلك التي تؤثر على الطلب على السلع والخدمات الأخرى ،وتقترح نظرية الطلب أن الطلب على منتج أو خدمة له ثلاثة متغيرات حاسمة رئيسية ، وهي الدخل والسعر والسكان ، من بين عوامل أخرى يتفق الاقتصاديون على أن الدخل والسعر هما المحددان الرئيسيان للطلب (Ahmed,2014:29). يتباين الطلب السياحي بتباين الظروف المكانية و الزمانية ويرجع سبب ذلك لكون الطلب يتأثر بشكل كبير بمجموعه من العوامل وسنستعرض اهم تلك العوامل المؤثرة:

الدخل:

تعد الامكانيات المادية المتمثلة بعامل الدخل من الشروط الاساسية لتحقيق الطلب السياحي وتكون العلاقة طردية فكلما ارتفع الدخل زاد الطلب السياحي مع بقاء العوامل الاخرى ثابتة ،ويفسر عامل الدخل اسباب تفاوت الطلب السياحي بين سكان البلدان المتقدمة والغنية من جهة و سكان بلدان النامية من جهة اخرى ، وكذلك الارتفاع المستمر في الدخول حيث يشجع زيادة الدخل في الاستفادة من الخدمات السياحية والتجول والترحال واكتساب المعارف والخبرات (عبد الجبار ، 2017:403).

السعر:

ويقصد بها اسعار المنتج السياحي حيث تكون العلاقة عكسية فكلما انخفض سعر المنتج السياحي ازداد الطلب السياحي والعكس صحيح مع بقاء العوامل الاخرى ثابتة ،وقد يتعدى امر اسعار المنتج السياحي نفسه الى اسعار السلع والبضائع الاخرى التي يقبل على شرائها السياح (حمد، 2011:403).

سعر صرف العملة:

يؤثر هذا العامل على السياحة الخارجية والداخلية فكلما انخفض سعر صرف العملة بالنسبة للبلدان المستضيفه للسياح زادت القوة الشرائية للسياح الوافدين اليها وبالتالي ازداد الطلب السياحي عليها مع بقاء العوامل الاخرى ثابتة (جمال وعبدالفتاح، 2019:33).

السكان:

يعتمد الطلب السياحي على عدد السكان والعلاقة بينهما تكون طردية فكلما زاد حجم السكان زاد الطلب مع بقاء العوامل الاخرى ثابتة ، التزايد العالمي المستمر في عدد السكان يؤدي الى ظهور اجيال جديدة تدخل مراحل عمرية جديدة تحتاج الى اشباع رغباتها من الخدمات السياحية، ليس فقط حجم السكان وحده المتحكم بالطلب السياحي فهناك مواصفات سكانية اخرى تلعب دوراهمماً في الطلب السياحي منها العمر والحالة الزوجية (هيو، 2020:71).

وقت الفراغ:

الطلب السياحي هو مقترن بعامل وقت الفراغ وبدونه لا يتحقق الطلب السياحي والعلاقة بينهما طردية كلما زاد وقت الفراغ زاد الطلب مع بقاء العوامل الاخرى ثابتة، وتهدف المجتمعات الى اصدار القوانين والتشريعات التي تضمن قدر اكبر من وقت الفراغ للعاملين والموظفين في مختلف القطاعات من اجل استثماره بانشطة وفعاليات ترويجية وسياحية(الدباغ واخرون، 2008:217).

كلفة النقل:

ان كلفة النقل احد اهم العوامل التي تؤثر في الطلب السياحي (وخصوصا الطلب السياحي الخارجي) والتي كلما انخفضت كلفة النقل ادت الى ارتفاع في الطلب السياحي و تتمثل كلفة النقل في اسعار تاشيرات الدخول و التذاكر... الخ (السيسي، 2020:14).

المستوى التعليمي والثقافي:

فكلما ارتفع المستوى التعليمي ارتفع الطلب السياحي ويرجع ذلك الى ان المعرفة التي يتمتع بها المثقف بمثابة حافز يدفع الفرد للاطلاع على الثقافات والمعالم الحضارية (صليحة، 2014:8).

الاجراءات السياحية:

وهناك اجراءات الرحلة السياحية كلما تعددت الاجراءات واصبحت اكثر تعقيدا كلما انخفض الطلب السياحي مع بقاء العوامل الاخرى ثابتة، تخضع السياحة في الوقت الحالي للعديد من الاجراءات والقوانين فاصبحت السياحة مقيدة وخصوصا السياحة الدولية، ولما كانت السياحة تعبر عن حرية السائح في اختيار وجهته للسياحة للاسترخاء والمتعة، اصبحت تلك التعقيدات تعرقل حريته، لذلك كلما كانت الاجراءات القانونية اكثر تعقيدا ادى ذلك الى تخفيض الطلب السياحي ومن اهم تلك الاجراءات الحصول على تاشيرة الدخول الى بلد معين وكذلك اجراءات مصرفية وصحية (الحوري والدباغ، 2000:36).

الوسائل التسويقية:

يعرف التسويق السياحي بانه عملية ادارية تقوم من خلالها المشاريع السياحية بتحديد مجاميعها السياحية الفعلية والمتوقعة والاتصال بها لغرض التحفيز والتاثير وتحقيق رغبات السائح و تحقيق الاشباع الافضل للسائح وبذلك يتضح ان مهمة الوسائل التسويقية هي تحفيز الطلب السياحي وتحويل الطلب الكامن منه الى الطلب الفعلي عن طريق الدعاية والاعلان والعلاقات العامة بهذا تكون العلاقة طردية بين الوسائل التسويقية والطلب السياحي (Rowe&Smith,2011: PP119-123).

تطور وسائل النقل والمواصلات والتكنولوجيا:

تساعد تطور التكنولوجيا تنشيط الطلب على الخدمات السياحية ، وان التكنولوجيا هي سمة العصر الحالي ويرى البعض ان العمل السياحي يتطلب ايدي عاملة اكثر مما يتطلبه من المكننة لان العمل السياحي عمل انساني يقوم على اساس تأدية الخدمات من قبل الافراد، ولا يمنع الجوء الى عامل التكنولوجيا المتقدمة فيه ، كما ان التكنولوجيا المتطورة بكفاءتها العالية يؤثر بشكل مباشر في الطلب السياحي ايجابيا فان العلاقة بين التكنولوجيا والطلب السياحي علاقة طردية مع بقاء العوامل الاخرى ثابتة (العزاوي، 2011:25).

الاستقرار الامني والسياسي:

ان الامان والاستقرار من الشروط الضرورية التي يجب توفرها لاي فرد سواء كان مواطنا أم سائحا(اي ان كان في بلده او في بلد مضيف)، ولما كان السياحة والطلب السياحي حساساً جداً تجاه جميع الظروف والتقلبات الامنية والسياسية فإنه يرتبط ايجابيا بتوفر الامن والاستقرار السياسي، فكلما كانت الظروف السياسية والامنية والعلاقات الدولية الخارجية والديبلوماسية جيدة ادى ذلك الى فتح الطرق امام السائحين للسفر والسياحة والتنقل بين البلدان وعلى العكس منه في حال وجود المشاكل والحروب السياسية فأن ذلك يؤدي الى اغلاق الطرق ومنع اعطاء تاشيرات الدخول للسائحين، وليس من الطبيعي ان يتجه السائح الى بلدان تعاني من مشاكل امنية واضطرابات سياسية وحروب وارهاب (هيو، 2020:73).

الازمة المالية و الاقتصادية:

ان للازمات المالية اثار سلبية عديدة في جميع القطاعات الاقتصادية ومن ضمنها القطاع السياحي، ومن هذه الاثار ارتفاع في نسب البطالة وانخفاض في فرص العمل ويعد المستهلكون الاكثر واحتمال فقدان عملهم (شريقي، 2017:12)، إذ تؤثر البطالة في الدخل المتاح مما يكون له تاثير مباشر في الانفاق الاستهلاكي و الانفاق الكمالي، بما ان الطلب السياحي يعد طلبا كماليا ، فأن انخفاض الدخل المتاح يؤدي الى انخفاض الطلب السياحي (عيسى وحسن، 2015:18).

الوباء والامراض المنتشرة:

يعتبر قطاع السياحة من اكثر الانشطة الاقتصادية تائراً بالوباء والامراض المنتشرة نتيجة لتاثير العرض والطلب على السياحة بدرجة كبيرة، بسبب القيود المفروضة على وجهات السفر والغاء رحلات طيران للحد من تفشي الفيروس مما ادى الى تراجع كبير لانشطة السياحة بما فيها الطلب السياحي (النصراوي، 2020:4).

3.2 اثر الطلب السياحي في النمو الاقتصادي:

تحتل الطلب مكانة متميزة في النظرية الاقتصادية والدراسات الاقتصادية لأن الهدف النهائي لجميع الأنشطة الاقتصادية هو اشباع المستهلك وإرضائه. وبالتالي ، يعتبر الطلب من أهم القضايا وهو حاسم للتخطيط الاستراتيجي للاقتصاد الوطني (وهيبة، 2012:21). فمعدل النمو الاقتصادي يقيس نسبة الزيادة السنوية في الناتج الحقيقي، ان زيادة الطلب الكلي ترمي الى تحفيز النمو الاقتصادي في الاقتصادات المتقدمة واستحثائه نحو الزيادة حسب ما تشير اليه الادبيات الاقتصادية (بريهي و راضي، 2016:17).

هناك كثير من النظريات الاقتصادية يهتم بتحفيز الطلب الكلي والتركيز على الطلب الفعلي، وبما ان الطلب السياحي جزء من الطلب على السلع والخدمات لذلك يمكن لنا ان نفسر الطلب السياحي من خلال النظريات الاقتصادية. فإن النمو الاقتصادي هو نتيجة تفاعل معقد بين جميع القطاعات ، وتحديداً قطاعات الزراعة والصناعة والسياحة. يمارس كل قطاع تأثيرات مباشرة وغير مباشرة على النمو الاقتصادي بناءً على عمل السياسات في البلدان. في الوقت الحاضر ، السياحة هي القطاع الأكثر انتشاراً في العالم. كما أنها المصدر الرئيسي للإيرادات ، وخلق فرص العمل وتعتبر السياحة الصناعة التي لا تولد فقط دخل من النقد الأجنبي للبلد المضيف، ولكن أيضا يخلق فرص العمل في مختلف القطاعات ، ويحفز تطوير الخدمات والنمو الاقتصادي، تنتشر فوائد السياحة على شريحة واسعة من المجتمع بالمقارنة مع قطاعات أخرى من المجتمع (P K Mishra, 2011: PP519). ان نمو في الطلب السياحي يؤدي الى توجيه الدولة مواردها الاقتصادية بكفاءة لانتاج السلع والخدمات بما فيها الخدمات السياحية (سعد، 2015:219) يركز المضاعف الكينزية على السياحة الدولية كعنصر خارجي من الطلب الكلي الذي له تأثير إيجابي على الدخل تؤكد نظرية المضاعف أن ارتفاع النفقات في حالة الدورة الاقتصادية المنخفضة يزيد من فرص العمل والدخل بغض النظر عن شكل النفقات و مصدرها (الشكري، 2017:25).

4.2 مفهوم وتعريف الاستثمار السياحي:

إن الاستثمار عبارة عن توظيف المدخرات في شراء أو إنتاج معدات والالات وأجهزة ، أي استخدام تلك المدخرات في زيادة الطاقة الانتاجية ، حيث تعمل الطاقة الانتاجية على توفير المزيد من السلع والخدمات لافراد المجتمع والدولة (الزهراني، 2008:16). اما بخصوص الاستثمار السياحي مجموع ما ينفق في القطاع السياحة وما تستقطبه الدولة من استثمارات أجنبية موجهة لهذا القطاع، ويعتبر الاستثمار السياحي من الأنشطة الواعدة لما تنتجه من فرص كبيرة للنجاح وتحقيق عوائد مالية الا ان عائد الاستثمار السياحي ليس سريعاً ويحتاج إلى مستوى من التشغيل والعمالة المدربة، لذلك فالعديد من الدول المستقبلية للسائحين اتخذت العديد من الإجراءات لتشجيع و جلب رؤوس الأموال الأجنبية والوطنية (السعدي، 2018:41).

في ضوء ما سبق يمكن ان نعرف الاستثمار السياحي بأنه "عبارة عن استخدام الطاقات البشرية والموارد الطبيعية الاقتصادية المتاحة وباشكالها المختلفة في سبيل زيادة وتوسع الطاقات الانتاجية وهذا يتم غالباً من خلال استثمار رؤوس اموال المحلية و الاجنبية".

5.2 محددات الاستثمار السياحي:

هناك عوامل عديدة تؤثر بشكل مباشر وغير مباشر في الاستثمار السياحي منها:

المردود المادي المرتقب (مستوى الارباح):

وهو ذلك الجزء المتبقي من اليراد الكلي للمشروع بعد تغطية تكاليف الانتاج المباشرة والضمنية كذلك بعد طرح نسبة معينة تمثل الربح الاعتيادي والطبيعي للمشروع السياحي و يجب ان يغطي تكاليف عناصر الانتاج المختلفة ويحقق مردوداً مادياً (ربحاً) الذي يعده مكافأة عن المخاطر التي قد يواجهها في الظروف غير المؤكدة، ولذلك يهتم المستثمر السياحي بالمردود المادي ولا يهتم كثيراً بالمردود الاجتماعي كما في حالة استثمارات عامة و حكومية (حسن، 2010:15).

وتعد العملات الاجنبية احد المردودات المهمة التي يحققها النشاط السياحي في البلد عبر تأثيرها في ميزان المدفوعات ورفع مستوى الدخل والتشغيل، والمستثمر يتجه بشكل اكبر الى النشاط الذي يحقق له ايراداً بالعملة الاجنبية ويكون هذا واضحاً بشكل كبير في الدول النامية، لذلك فالمستثمر يتجه نحو الاستثمار في النشاط السياحي اذا شعر ان جزء من ايراداته سيكون بالعملة الاجنبية وله حق التصرف فيه (حسين وفهد، 2017:26).

طبيعة المشاريع السياحية:

لاشك ان الخبرة في نشاط ما تلعب دوراً مؤثراً في توجه المستثمرين للاستثمار فيه في الوقت الذي يكون المستثمر متردداً في الدخول في النشاط الذي لا يملك فيه الخبرة الكافية ويجهل طبيعة العمل فيه، والعمل السياحي له طبيعة وخصوصية وسمات على المستثمر ان تتوافر لديه المعلومات والخبرة الكافية والقناعة التامة لاتخاذ قراره في الاستثمار فيه في اطار تحليل التكلفة والمنفعة في هذا الاستثمار (وابل، 2011:25). من المعلومات عن المشروع السياحي انه يمتاز بارتفاع نسبة راس المال الثابت، وهذا يعني انه يحتاج الى راس المال كبير في عملية الاستثمار وهذا الامر يجعل مدة الاسترداد لراس المال الثابت مدة طويلة الامر الذي يثير قلق المستثمر وعدم اطمئنانه عند اتخاذ قرار الاستثمار في النشاط السياحي و غالباً يتجه نحو القطاعات الاخرى (حسين وفهد، 2017:27).

كلفة الفرصة البديلة:

ويقصد بها قياس تكلفة اي شيء بأفضل بديل او كسب يتم التخلي عنه او التضحية به وبالتالي فهي ثمن السلعة التي يتم التضحية بها، ومن هذا التعريف نفهم ان المستثمر يخضع في اختيار الفرصة البديلة الى عملية المفاضلة اي ان المستثمر يستثمر امواله في النشاط الذي يحقق له الربح السريع، لذلك فأن المستثمرين عندما يعتقدون ان الفرصة الاستثمارية البديلة في القطاع السياحي افضل من المجالات الاخرى يزداد وينمو الاستثمار السياحي والعكس صحيح مع بقاء العوامل الاخرى ثابتة (سعد، 2015:45).

دور الحكومة والسياسات الحكومية في تنشيط الاستثمار السياحي:

هناك العلاقات المتبادلة بين السياسات الحكومية والاستثمار السياحي . تبرز مساهمة الحكومة من خلال التخصيصات الاستثمارية لهذا القطاع فضلاً عن دور وامكانية الحكومة في دعم النشاط السياحي وتذليل الصعوبات امام هذا النشاط من خلال المساهمة في حل مشكلة البنى التحتية او التكميلية التي تقف في وجه العمل السياحي مباشرة والتي يصعب على القطاع السياحي الخاص القيام بها لوحده مثل الكهرباء والماء والامن ... الخ (شعبيث، 2018:35). وتوفير شبكة طرق جيدة ووسائل اتصال وخدمات فعالة ، كل هذا كفيل

بالاستيعاب المزيد من السياح والقيام بالمزيد من الاستثمارات سياحية (البطاط وزويوي، 2006:25). وكذلك مساهمة الحكومة في توفير الارض التي يقام عليها المشروع السياحي اذا كانت ملكية الارض تعود اليها وهذه المساهمة تتم من خلال اما تأجيرها لمدة طويلة باجور رمزية او بيعها للمالكي المشروع بأثمان رخيصة و منح القروض طويلة الاجل وبفائدة منخفضة واصدار القوانين والتشريعات المشجعة والمحفزة لعملية الاستثمار سواء للمستثمر الوطني او العربي او الاجنبي متمثلة في المزايا والاعفاءات وقوانين العمل والضرائب وحرية تحويل الارباح بالنسبة للمستثمرين الاجانب الى الخارج (جودة، 2015:39). وتهيئة مناخ ملائم للاستثمارات السياحية وذلك من خلال وضع قانون خاص بالاستثمارات السياحية بهدف التنمية وتطوير القطاع ومرافقة وتشجيع الاستثمار في مجالاته المختلفة بالإضافة إلى تزويد المستثمرين بالمساعدات المالية وتقديم الاعفاءات الضريبية (الشعافي، 2015:15).

دور القطاع الخاص في تنشيط الاستثمار السياحي:

أما بالنسبة للاستثمار السياحي من قبل القطاع الخاص ذات اهمية كبيرة هناك عناصر مهمة ورئيسية لجذب قطاع الخاص للاستثمار السياحي أى ان هناك العديد من العناصر التي تجعل قطاع الخاص يقوم بمشروعات سياحية وبكفاءة جيدة كاستقرار السياسي والامني والتكامل بين القطاع الخاص والعام وكذلك تحديث وتطوير البنية التحتية لقيام مشاريع سياحية (أحمد، 2006:40). بحيث ان القطاع الخاص له دور كبير في جذب الاستثمار السياحي وذلك من خلال التركيز على الموارد الطبيعية كما ونوعاً في تنشيط عملية الاستثمارات السياحية واخذ برامج مكثفة لتنفيذ النشاط السياحي (Morales&Gamberger,2011:15).

من الواجب تنظيم جيد وفعال يعمل على تطوير الاستثمارات السياحية حتى تظهر آثارها النفعية على مستويات المحلية والإقليمية والدولية، وعلى حجم الحركة السياحية وشكل هذا التنظيم يختلف من بلد لآخر تبعاً لأهميته التي يولها البلد لهذا الاستثمار خاصة من قبل القطاع الخاص المحلي والأجنبي، وقد تقوم بتلك الاستثمارات مؤسسات مستقلة تتمتع بخبرة واسعة غالباً ما تكون تحت إشراف حكومي أثناء إشراف تلك المؤسسات ومتابعتها لعملية الاستثمار لتحقيق التكامل بين الخطة الاقتصادية والخطة السياحية (طبيبي، 2016:18).

يتوجب على المخطط الوطني توجيه الاستثمارات لبناء رأس المال الاجتماعي أو لإقامة النشاطات الإنتاجية المباشرة، حيث يخلق أحدهما وفورات خارجية، بينما يستفيد منها الآخر، وكل تطور للأول يشجع الاستثمار الخاص، وهذا العمل من شأنه أن يخلق عدم التوازن الاقتصادي، الذي يعتبر القوة الدافعة للنمو، وهو يحدث في مستويين؛ إما اختلال التوازن بين قطاع رأس المال الاجتماعي وقطاع الإنتاج المباشر، أو الاختلال داخل القطاع نفسه، مع اشتراط أن يكون القطاع الرائد يحتوي على أكبر قدر من قوة الدفع للأمام والخلف، فمثلاً يؤدي إنشاء صناعة السيارات إلى خلق صناعة الإطارات والزجاج والبطاريات، كما تؤدي إلى دفع المستثمرين لإنشاء الصناعات الوسيطة (أحمد، 2013:70).

6.2 اثر الاستثمار السياحي في النمو الاقتصادي:

نموذج النمو الداخلي لوكاس (1988) لشرح تأثير القطاع السياحي على النمو ، حيث تشير النتائج التي توصلنا إليها أن التخصص السياحي يعزز النمو ويمكن لمعدل استغلال الموارد السياحية أن يرتفع بشكل كاف لتصحيح الفجوة التكنولوجية وتعزيز النمو الاقتصادي (الشعافي، 2015:29). اما في نظرية نمو المتوازن ، ركز نيركسة على مشكلة الحلقة المفرغة للفقر والناجحة عن تدنى مستوى الدخل وبالتالي ضيق حجم السوق، مؤكداً ان كسر الحلقة المفرغة لا يتحقق الا بتوسيع حجم السوق وزيادة مستوى الدخل، الذي يتحقق من خلال جبهة عريضة من الاستثمارات في جميع القطاعات الاقتصادية وتطوير جميع القطاعات في آن واحد، وتحقيق التوازن بين القطاعات الاقتصادية (العزاوي، 2011:91). وبما ان نظرية النمو المتوازن تتطلب تحقيق التوازن بين مختلف القطاعات الاقتصادية لذلك تعتمد هذه النظرية برنامجاً ضخماً من الاستثمارات التي توجه نحو الانتاج وزيادة مستوى الدخل ،حسب هذه الفرضية ان الاستثمارات

السياحية وتطوير القطاع السياحي كإحدى قطاعات أخرى من شأنه مساهمة في زيادة الدخل وتوسيع الأسواق وتوفير فرص للعمل (عبد الحميد، 2018:19). في حين نظرية نمو غير متوازن، أوضح أن البلدان النامية لا تمتلك الموارد اللازمة من كل الأنواع، فهي لا تفتقر فقط لرأس المال والتنظيم ومتخذي القرارات، بل وكذلك العرض المحدود من الاستثمارات، ولذلك أكد أن الخطة التنموية التي تطبق إستراتيجية النمو غير المتوازن المقصود هي أفضل طريقة لتحقيق التقدم، ذلك لأن الاستثمار في القطاعات والصناعات الإستراتيجية الرائدة هي التي تقود إلى استثمارات جديدة، وأن عملية التنمية تحتاج إلى عدم التوازن في بداية مراحلها، حيث ينتقل النمو من القطاعات القائدة إلى القطاعات التابعة، وهذا خلقها الوفورات الخارجية التي تستفيد منها باقي القطاعات، وكل مشروع جديد من شأنه أن يولد وفورات ومزايا (أرباح المنظمين الخواص والأرباح الاجتماعية) يستفيد منها كل مشروع آخر جديد وهكذا، كما أن البلدان النامية تحتاج إلى دفعة قوية لتمويل البرنامج الاستثماري الضخم المخصص لبعض الصناعات وليس كلها، وهو ما حدث في الولايات المتحدة الأمريكية واليابان، وحيث أنه لا يوجد أي بلد قادر على توفير التمويل اللازم لكل القطاعات (محمد، 2017:21).

في ضوء ما سبق ومن خلال دراسة النظريات المفسرة للاستثمار السياحي والنمو الاقتصادي يمكن القول ان هناك بعض من النظريات أكثر ملائمة ومتناسب مع صناعة السياحة في العراق بحيث ان العراق من البلدان الذي يمر بمراحل كثيرة من الازمات وعدم الاستقرار في اقتصاده لذلك لا تمتلك الموارد المالية الكافية لتمويل كل الاستثمارات في جميع القطاعات الاقتصادية، لذلك ان النمو في احدى القطاع يؤدي الى النمو وتعزيز القطاعات الاخرى، لذلك نرى واقع القطاع السياحي في العراق أكثر ملائمة ويتناسب مع نظرية النمو غير المتوازن.

3. استخدام النماذج القياسية لبيان اثر الطلب السياحي و الاستثمار السياحي في النمو الاقتصادي في العراق

يعد النموذج الاقتصادي (Economic Model) مجموعة من العلاقات بين المتغيرات الاقتصادية لتمثيل ظاهرة معينة (بصورة خالية من التفاصيل والتعقيدات) بهدف تحليلها أو التنبؤ بها والسيطرة عليها، واصبح من الواضح أن النقطة الأساس في كل البحوث التطبيقية هي العلاقة المفترضة بين متغير معتمد ومتغيرات مستقلة. ويستخدم النموذج الاقتصادي القياسي لتفسير سلوك جزء من مجتمع يحتوي على الأقل متغيراً مستقلاً واحداً لا يساوي صفرًا (أحمد، 2010: 13). وكذلك يستخدم النموذج الاقتصادي القياسي للتحليل الكمي للعلاقة بين المتغيرات المختلفة ويتضمن المتغيرات الأساسية النظرية إضافة إلى المتغيرات العشوائية (الحياي، 1991: 20): يختص هذا المبحث لبيان اثر الطلب السياحي و الاستثمار السياحي في النمو الاقتصادي في العراق خلال الاستعانة ببعض الاختبارات والتقديرات على النحو الآتي:

1.3 اختبار الثبات والاستقرارية (Stationary test):

يعد هذا الاختبار من الاختبارات المهمة لإظهار مدى الاستقرار في البيانات المستخدمة، توجد عدة اختبارات لبيان مدى الاستقرار في البيانات المستخدمة، إلا ان اختبار (Augmented Dickey Fuller)، من بين الاختبارات المهمة والشائعة الاستخدام (عارف، 2019:50).

الجدول (1) نتائج اختبار الثبات والاستقرارية (Stationary test) للمتغيرات الداخلة في النماذج المعتمدة

ADF at 2nd Difference		ADF at First Difference		النماذج المعتمدة
Intercept with Trend	Intercept	Intercept with Trend	Intercept	
0.000	0.000	0.000	0.000	نموذج الطلب السياحي
0.000	0.000	0.003	0.096	سعر صرف (ER)
0.000	0.000	0.000	0.000	انفاق سياحي (EXT)
0.000	0.000	0.000	0.000	دخل السائح (INT)
0.000	0.000	0.000	0.000	استثمار سياحي (INVT)
0.000	0.005	0.006	0.001	الرقم قياسى للاستهلاك (CPI)
0.000	0.000	0.0111	0.151	عدد السكان (POP)
Intercept with Trend	Intercept	Intercept with Trend	Intercept	نموذج الاستثمار السياحي
0.000	0.000	0.928	0.665	الانفاق الحكومي (EXG)
0.002	0.001	0.003	0.011	انفاق استثماري (EXI)
0.000	0.000	0.000	0.000	سعر صرف (ER)
0.000	0.000	0.003	0.096	انفاق سياحي (EXT)
Intercept with Trend	Intercept	Intercept with Trend	Intercept	نموذج الناتج المحلي الاجمالي
0.000	0.000	0.018	0.012	الناتج المحلي الاجمالي (GDP)
0.002	0.001	0.003	0.011	انفاق استثماري (EXI)
0.000	0.000	0.000	0.000	سعر صرف (ER)
0.000	0.000	0.000	0.000	استثمار سياحي (INVT)

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على البيانات للمدة (1980-2020) باستخدام برامج E-views 9 .

يظهر من الجدول (1) ومن خلال اختبار (ADF) ان كافة المتغيرات تكون معنوية عند الفرق الاول (First Difference) وعند مستوى الدلالة الاحصائية (5%) لأن قيمة الاحتمال الحرجة (Prob.) اقل من القيمة المحددة (0.05)، اي ان هناك استقرارية في بيانات السلاسل الزمنية. وبذلك هذه النتائج تدعم اجراء التكامل المشترك (Co-integration) بين المتغيرات في النموذج الخاص بموضوع البحث.

2.3 الارتباط و العلاقات الارتباطية (Correlation):

الارتباط مفهوم إحصائي يوضح العلاقة بين متغيرين أو أكثر . أو مقياس لدرجة اقتران التغير في متغير ما بالتغير في متغير آخر أو في مجموعة من المتغيرات ، فإذا كان الارتباط قوي بين متغيرين فهذا يعني إمكانية تقدير قيمة أحد المتغيرين عند معرفة القيمة المقابلة للمتغير الاخر بدقة أكبر مما لو كان الارتباط ضعيفا، يعتبر معامل الارتباط مؤشرا كميًا على قوة العلاقة واتجاهها بين المتغيرين. إذ يمكن أن يأخذ

أي قيمة بين (-1 ، 1) كلما اقترب القيمة عن (1) يعتبر احسن (احمد، 2019:6).

الجدول (2) مستوى الارتباط (Correlation) وحجم العلاقة بين المتغيرات داخل النماذج

1. النموذج الطلب السياحي (الانفاق السياحي)			
المتغيرات	حجم العلاقة	مستوى الارتباط	نوع العلاقة
سعر الصرف (ER)	0.45+	ضعيف	موجبة
دخل السائح (INT)	0.23	ضعيف جداً	سالبة
استثمار سياحي (INVT)	0.83+	قوى جداً	موجبة
عدد السكان (POP)	0.65 +	متوسط	موجبة
الرقم قياسي للاستهلاك (CPI)	0.14	ضعيف جداً	سالبة
2. النموذج الاستثمار السياحي			
الانفاق الحكومي (EXG)	0.19	ضعيف جداً	سالبة
سعر الصرف (ER)	0.55+	متوسط	موجبة
انفاق سياحي (EXT)	0.87+	قوى	موجبة
انفاق استثماري (EXI)	0.81+	قوى	موجبة
3. نموذج الناتج المحلي الاجمالي			
استثمار سياحي (INVT)	0.62+	متوسط	موجبة
انفاق سياحي (EXT)	0.64+	متوسط	موجبة
سعر الصرف (ER)	0.74+	قوى	موجبة

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على البيانات للمدة (1980-2020) باستخدام برامج E-views 9.

من الناحية الاقتصادية كلما زاد مستوى الارتباط كلما كان افضل اي تعتبر نتائج اخبار افضل ويتوافق مع النظرية الاقتصادية، ومن خلال الجدول (2) وفي النموذج الاول (نموذج الطلب السياحي) يتضح ان الاستثمار السياحي لها علاقة قوية و موجبة مع الانفاق السياحي (الطلب السياحي) والتي تقدر ب(0.83)، الا ان كل من المتغيرات الاخرى لها علاقة ضعيفة، وفي النموذج الثاني (نموذج الاستثمار السياحي) ان الانفاق السياحي (الطلب السياحي) لها علاقة قوية وموجبة مع الانفاق الاستثماري والتي تقدر ب(0.87)، ونلاحظ ايضاً ان سعر الصرف في النموذج الثالث له علاقة قوية و موجبة مع الناتج المحلي الاجمالي، وهذا يتفق مع النظرية الاقتصادية.

3.3 التكامل المشترك بين المتغيرات داخل النموذج (Johansen Co integration test)

بعد تأكد من وجود الثبات والاستقرار في البيانات السلاسل الزمنية المستخدمة، يأتي اختبار آخر لمعرفة التكامل المشترك بين المتغيرات الداخلة في الأنموذج، وهناك مؤشرات عدة يمكن استخدامها لبيان مستوى الثبات والاستقرارية في البيانات، إلا أن (Johannsen test) من بين المؤشرات الأكثر استخداماً (احمد، 2019: 23)، من خلال الجدول (3) تبين نتائج اختبار التكامل المشترك بين المتغيرات.

الجدول (3) نتائج اختبار (Johnson) لبيان التكامل المشترك بين المتغيرات الداخلة في النماذج المعتمدة

المتغيرات	Trace Statistic	Critical Value	المستوى المعنوية
الانفاق السياحي	336.19	107.34	0.000
دخل السياح	173.74	79.341	0.000
الرقم القياسي لاسعار المستهلك	3.84	3.84	0.002
سعر الصرف	18.39	18.39	0.006
عدد السكان	35.01	35.01	0.001
الاستثمار السياحي	55.24	55.321	0.000
الانفاق الاستثماري	130.13	55.01	0.000
الانفاق الحكومي	36.96	18.39	0.001

المصدر : من إعداد الباحثين بالاعتماد على البيانات للمدة (1980-2020) باستخدام برامج 9 E-views .

من خلال الجدول (3) يتضح أن كافة المتغيرات الداخلة في النماذج ذات علاقة تكاملية مشتركة مع بعضها في مستوى المعنوية (1% ، 5% ، او 10%)، وبهذا يرفض فرضية العدم التي تشير الى عدم وجود علاقة احصائية معنوية بين المتغيرات داخل النموذج . لذا نقبل الفرضية البديلة التي تقر بوجود علاقات تكاملية بين المتغيرات مقبولة اقتصاديا واحصائيا وقياسيا .

4.3 العلاقة السببية بين متغيرات الدراسة (Granger Causality Tests)

ان مفهوم السببية يتركز على وجود العلاقة السببية بين متغيرات موضوع الدراسة ، حيث استخدم العديد من الاختبارات لتحديد العلاقات السببية بين المتغيرات الاقتصادية، الا ان (Causality Granger) في الوقت الحاضر من الادوات و الاختبارات الرئيسة و الموثوقة في مجال التحليل الاقتصادي و في ايجاد العلاقة و تحديد اتجاه العلاقة (one direction or two direction) بين متغيرات النموذج (أحمد وحمه، 2019:16)، وفي الجدول ادناه نتائج اختبار العلاقات السببية بين المتغيرات موضوع البحث:

الجدول (4) نتائج اختبار العلاقات السببية (Granger Causality) بين المتغيرات الداخلة في النماذج المعتمدة

المتغيرات	مستوى المعنوية	اختبار F	حجم العلاقة
(الاستثمار سياحي) مع (الانفاق السياحي)	0.015	3.88	مقبولة وحيدة
(عدد السكان) مع (الانفاق السياحي)	0.019	3.66	مقبولة وحيدة
(سعر الصرف) مع (الانفاق السياحي)	0.000	6.86	مقبولة وحيدة
(الانفاق سياحي) مع (رقم القياسي لاسعار المستهلك)	0.051	0.72	مقبولة
(الانفاق استثماري) مع (الانفاق السياحي)	0.011	13.48	مقبولة وحيدة
(الانفاق الحكومي) مع (الانفاق السياحي)	0.000	7.09	مقبولة وحيدة
(الانفاق السياحي) مع (سعر الصرف)	0.008	10.70	مقبولة
(الانفاق الاستثماري) مع (الاستثمار السياحي)	0.001	12.6	مقبولة وحيدة
(الانفاق الاستثماري) مع (الانفاق الحكومي)	0.001	6.50	مقبولة وحيدة
(سعر الصرف) مع (الانفاق السياحي)	0.041	3.43	مقبولة
(سعر الصرف) مع (الاستثمار السياحي)	0.051	4.21	مقبولة

المصدر : من إعداد الباحثين بالاعتماد على البيانات للمدة (1980-2020) باستخدام برامج 9 E-views .

يظهر من الجدول (4)، من خلال مقارنة قيمة (p-value) عند المستوى المعنوية (5%)، أن غالبية المتغيرات المستقلة في المستويات المختلفة (1%، 5%، 10%) ذات علاقة سببية باتجاه واحد مع المتغير التابع. وهذا يدل على قوة و معنوية العلاقة بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع، ان هذه النتائج تتفق مع الفرضية البديلة للبحث التي تقر بوجود علاقات سببية بين المتغيرات موضوع البحث، وهذه النتائج تبدو كأساس قوي و منطقي لتقدير النماذج القياسية خلال تحديد دقة العلاقة بين المتغيرات المستقلة والمتغيرات التابعة في النماذج المعتمدة.

5.3 تقدير النماذج القياسية للمتغيرات موضوع الدراسة (Econometrics Model Estimation)

يستخدم النموذج القياسي لتفسير سلوك جزء من مجتمع يحتوي على الأقل متغيراً مستقلاً واحداً لا يساوي صفراً وتحكم العلاقة بين المتغيرات الاقتصادية بعدد من الصيغ التي تستخدم الاقتصاد القياسي التطبيقي والأبحاث الاحصائية اشهرها واقدامها هي (OLS). لتحقيق المعنوية الاحصائية والاقتصادية والقياسية والتي تعتبر من أكثر الدوال ملائمة للبيانات المتوفرة وتعطينا نتائج أكثر دقة وأكثر واقعية مع المنطق الاقتصادي من حيث (حجم وقيمة واشارة) للمعلومات المقدرة، وخالية من المشاكل القياسية. (العززي، 2008: 180). يختص هذا الفقرة بكل من قياس محددات الطلب السياحي والاستثمار السياحي وتحديد تأثيرهما على النمو الاقتصادي في العراق خلال المدة (1980-2020)، سيتم عرض القيم الواردة في الجدول ادناه:

الجدول (5) نتائج المعلمات المقدرة باستخدام النموذج القياسي

النموذج الاول : الطلب السياحي باستخدام (NLS and ARMA)		
المتغيرات	المعلومات	المستوى المعنوية
دخل السياح	-4.17	0.008
الرقم القياسي لاسعار المستهلك	-0.81	0.05
سعر الصرف	-8.8	0.04
عدد السكان	8.21	0.04
الاستثمار السياحي	0.21	0.006
الازمة المالية العالمية (D1)	-9.1	0.0005
حرب ضد الداعش (D2)	-8.7	0.0003
فيروس كورونا (D3)	-3.1	0.0006
النموذج الثاني : الاستثمار السياحي باستخدام (FMOLS)		
المتغيرات	المعلومات	المستوى المعنوية
الطلب السياحي	1.7	0.000
الانفاق الاستثماري	0.09	0.000
الانفاق الحكومي	-0.02	0.001
سعر الصرف	41.2	0.007
الازمة المالية العالمية (D1)	-1.27	0.0005
حرب ضد الداعش (D2)	-0.23	0.0009
فيروس كورونا (D3)	-1.37	0.0040
النموذج الثالث: الناتج المحلي الاجمالي باستخدام (ROBUST)		
المتغيرات	المعلومات	المستوى المعنوية
الطلب السياحي	2.41	0.030

0.005	3.29	الاستثمار السياحي
0.000	11.7	سعر الصرف
0.0001	-1.6	الازمة المالية العالمية (D1)
0.0003	-2.3	حرب ضد الداعش (D2)
0.0004	-1.7	فيروس كورونا (D3)

المصدر : من إعداد الباحثين بالاعتماد على البيانات (1980-2020) باستخدام برنامج 9 E-views
يتبين من الجدول (5) أن :

1. كافة المتغيرات الداخلة في النماذج الثلاثة لها علاقات قوية و معنوية مع المتغيرات التابعة (الطلب السياحي) و (الاستثمار السياحي) و (النمو الاقتصادي) بدلالة إحصائية اقل من قيمة P-Value (0.05)، و هذه النتائج تتفق مع النظرية الاقتصادية و هكذا تتفق مع توقعاتنا بخصوص واقع الاقتصاد العراقي .

2. اعتمادا على (حجم) المعلمات المقدرة وقيمتها و اشارتها الخاصة ، كلما زاد اسعار الصرف ورقم القياسى للاستهلاك بمقدار (1%) تؤدي الى انخفاض (الطلب السياحي) بمقدار (44.8%) و (0.81%) على التوالي ،وهذه النتيجة منطقية من الناحية الاقتصادية ، وهذا ما يؤكد كثر من المختصين ان ارتفاع اسعار الصرف ينعكس سلبا على الطلب السياحي وكذلك بسبب ان سعر صرف احد العوامل المؤثرة في الطلب السياحي و يعدد كلفة اضافية على عاتق السائح في حالة ارتفاع سعر العملة الاجنبية تجاه العملة المحلية ويؤدي الغاء او تاجيل سياحتهم وبالتالي انخفاض الانفاق السياحي والطلب السياحي.

3. زيادة الاستثمار السياحي وعدد السكان بمقدار (1%) تؤدي الى زيادة الطلب السياحي بمقدار (8.2 % و 0.21%) على التوالي، هذا النتيجة قد يكون بسبب الاستثمار السياحي التي تؤدي الى زيادة عرض السياحي وبالتالي الخدمات السياحية وحصول المنافسة بين بائعين نحو انخفاض الاسعار الخدمات السياحية و بما ان العرض يخلق الطلب لذلك يؤدي الى زيادة الطلب السياحي.

4. ان زيادة دخل السائح بمقدار (1%) تؤدي الى انخفاض انفاق سياحي بمقدار (4.1%) رغم ان الدخل احد لعوامل الرئيسية المؤثرة في الطلب السياحي كلما زادة الدخل كلما زاد الانفاق السياحي ،الى ان قد يكون بسبب الازمات المالية العالمية والداخلية التي يؤدي الى احتفاظ السائح بدخله بدلا من انفاقه في السياحة او قد يكون بسبب الحروب ضد الارهاب خصوصا في الاونة الاخيرة حرب ضد داعش او قد يكون بسبب انتشار الوباء والامراض الفيروسية كفيروس كورونا ادى الى تعطيل و تاجيل السفر والسياحة خوفاً عن تلك المرض.

5. اعتمادا على (حجم او قيمة) المعلمات المقدرة وقيمتها و اشارتها الخاصة ، كلما كانت زاد اسعار الصرف بمقدار (1%) تؤدي الى زيادة حجم الاستثمار السياحي بمقدار (41.2%) وذلك بسبب تعاملهم النقدية بالعملة الاجنبية (الدولار) اى اغلبية المستثمرين المحليين يتعاملون بالعملة الاجنبية لذلك من مصلحتهم ان يزداد سعر عملة الاجنبية تجاه العملة المحلية، وايضاً يؤدي الى جذب الاستثمارات الاجنبية المباشرة بما ان الاستثمار السياحي يشكل جزء من مجموع الاستثمارات لذلك يؤدي الى زيادة الاستثمار السياحي.

6. زيادة الطلب السياحي والانفاق الاستثماري بمقدار (1%) تؤدي الى زيادة الاستثمار السياحي بمقدار (1.7% و 0.09%) على التوالي،وهذا النتيجة منطقية من الناحية الاقتصادية والواقع السياحي و الاقتصادي العراقي .

7. ان زيادة في الانفاق الحكومي بمقدار (1%) تؤدي الى انخفاض الاستثمار السياحي بمقدار (0.02%) ،وهذا النتيجة غير منطقي من الناحية الاقتصادية ولكن يتفق مع واقع الاقتصاد العراقي قد يكون بسبب الظروف الاقتصادية والسياسة التي يمر بها العراق خلال فترة الدراسة ،اي ان نسبة كبيرة من الانفاق الحكومي يتكون من نفقات العسكرية والنفقات الطارئة لمواجهة انتشار الوباء خصوصا

انتشار فيروس كورونا اى في هذه الحالات ان زيادة الانفاق الحكومي لن يؤدي الى زيادة الاستثمار السياحي بل يؤدي الى انخفاض الاستثمار السياحي.

8. ان زيادة الطلب السياحي والاستثمار السياحي بمقدار (1%) تؤدي الى زيادة النمو الاقتصادي (الناتج المحلي الاجمالي) بمقدار (2.41% و 3.29%) على التوالي، ان هذا النتيجة يتفق مع النظرية الاقتصادية وواقع اقتصاد العراق، لان زيادة انفاق السياحي يؤدي الى زيادة الطلب السياحي (المحلي والاجنبي) ويؤدي الى زيادة الطلب على الخدمات السياحية وزيادة الانتاجية، وان الاستثمار السياحي كونه جزء من الاستثمارات ويولد مصدرا للدخل لذلك يؤدي الى زيادة الناتج المحلي الاجمالي .

9. اعتمادا على (حجم) المعلمة المقدرة وقيمتها و اشارتها الخاصة ، كلما زادة حدة الازمة المالية ، خطورة حرب ضد الداعش وانتشار فيروس كورونا بمقدار (1%) تؤدي الى انخفاض حجم الانفاق السياحي بمقدار (9.1%، 8.7%، 3.1%) على التوالي ، مما يعني ان الطلب السياحي (الانفاق السياحي) يتاثر جداً بالتغيرات المستقلة (الازمة المالية العالمية وحرب ضد الداعش وفيروس كورونا) قد يكون السبب ان السائح مستعد ان يلغي او ياجل فكرة السياحة نتيجة اى تغيرات سلبية حفاضاً عن سلامته اولاً و مستوى دخله ثانياً.

10. اعتمادا على (حجم) المعلمة المقدرة وقيمتها و اشارتها الخاصة ، كلما زادة حدة الازمة المالية ، خطورة حرب ضد الداعش وانتشار فيروس كورونا بمقدار (1%) تؤدي الى انخفاض حجم الاستثمار السياحي بمقدار (1.27%، 0.23%، 1.37%) على التوالي ، مما يعني ان الاستثمار السياحي يتاثر جداً بالتغيرات التي تحدث نتيجة الازمة المالية العالمية 2008 وحرب ضد الداعش و فيروس كورونا .

11. اعتمادا على (حجم) المعلمة المقدرة وقيمتها و اشارتها الخاصة ، كلما زادة حدة الازمة المالية ، خطورة حرب ضد الداعش وانتشار فيروس كورونا بمقدار (1%) تؤدي الى انخفاض الناتج المحلي الاجمالي بمقدار (1.6%، 2.3%، 1.7%) على التوالي ، ان هذا النتيجة يتفق مع النظرية الاقتصادية وواقع اقتصاد العراق.

6.3 الاختبارات التشخيصية لمصدقية النماذج المقدرة (Diagnostic tests)

الخطوة الاخرى في تكملة مراحل بناء النموذج القياسي هي مرحلة تقييم النموذج المقدر، لكي يكون تقدير معاملات النموذج أكثر دقة ويعتمد عليه صناع القرار، لذا استخدم هذا البحث اختبارات تشخيصية عدة بما في ذلك:

أ: اختبارات لمصدقية النموذج وملاءمته:

هناك اختبارات و مؤشرات كثيرة ، في هذا الجانب الا ان اهمها هي (Std. Error ، F-test ، Adjusted R² ، R-Squared).

ب : اختبارات لتقييم مدى صلاحية النموذج : Diagnostic test and Statistical Indicators

ضرورة فحص صلاحية النموذج المقدر و امكانية تطبيقها في الحياة العملية حالياً و مستقبلاً ، وكذلك يمكن ان تستخدم النماذج المقدرة لاغراض التنبؤ ، فان ضرورة النموذج تجاوزت غالبية المشاكل القياسية ، و يلخص الجدول الاتي نتائج هذه الاختبارات التشخيصية:

الجدول (7) نتائج الاختبارات التشخيصية للنماذج المقدره

النماذج المعتمدة الاختبار	نموذج الطلب السياحي القيمة	نموذج الاستثمار السياحي القيمة	نموذج الناتج المحلي الاجمالي القيمة
R-Squared	0.88	0.89	0.99
Adjusted R ²	0.86	0.87	0.97
F- statistic	(0.000)1281	(0.000)2120	(0.000)77.31
E.S	0.03	0.03	0.04
فحص المشاكل القياسية	القيمة	القيمة	القيمة
Serial Correlation Test	0.22	0.45	0.66
Variance inflation factors	(1.6 - 7.4) بين	بين (1.3 - 4.5)	بين (1.5 - 5.3)
Heteroskedasticity Test	0.9	0.4	0.3
Ramsey RESET Test	0.52	0.09	0.91
Normality Test	0.000	0.000	0.010

المصدر : من اعداد الباحثة بالاعتماد على البيانات (1980-2020) باستخدام برنامج E-views 9 .

يبين في الجدول (7) أن:

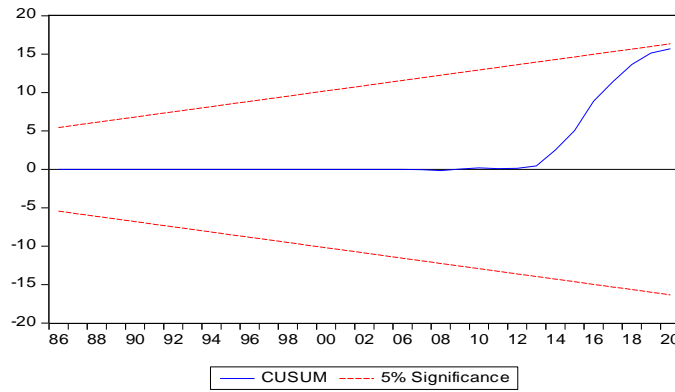
1. معامل التحديد (R^2) مرتفع لكافة المتغيرات ويتراوح بين (88%، 99%) وهذا يعني ان كافة المتغيرات المستقلة الداخلة في النماذج المقدره لها علاقة قوية و معنوية مع المتغيرات التابعة ويفسر ان حوالي (98%) من التغيرات الحاصلة في المتغير التابع في النماذج.
2. قيمة (F) و بدلالة إحصائية (0.000) وهي اقل من قيمة P-Value (0.05)، لذا نرفض فرضية العدم التي تقر بانعدام العلاقة بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع. ومن جهة اخرى نلاحظ ان قيمة (Standard Error) على العموم مقبولة وتشير الى صحة النموذج من الناحية الاحصائية.

3. اجتازت النماذج كافة الاختبارات القياسية وتجاوزت معظم المشكلات الاساسية (كالارتباط الذاتي، التعدد الخطي ، عدم تجانس التباين، التشخيص) لأن قيمة المعامل المقدره اكبر من قيمة P-Value (0.05)، وذلك دليل على حسن استخدام النماذج.

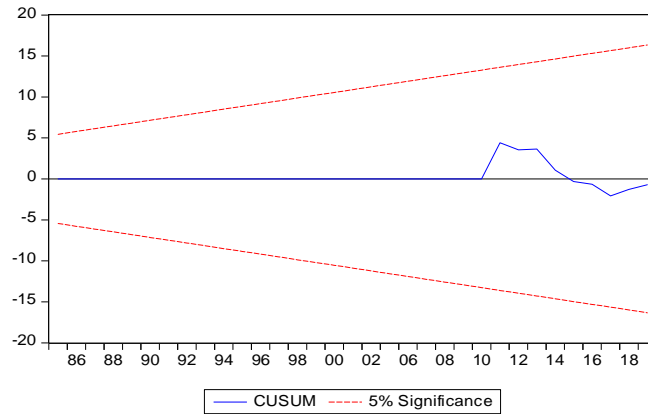
7.3 اختبار استقرار النماذج (Stability Test):

للتأكد من استقرار التغيرات الهيكلية في النماذج المعتمدة في هذا البحث يجب استخدام الأختبارات المناسبة لذلك مثل المجموع التراكمي للبواقي المعودة (CUSUM) وكذلك المجموع التراكمي لمربعات البواقي المعودة (CUSUM OF Squares) ويعد هذان الاختباران من اهم الأختبارات في هذا المجال. ويمكن تصوير ذلك من خلال الاشكال البيانية للنماذج المعتمدة بالأتي: (Ahmed, (Ibrahim,2019:p149

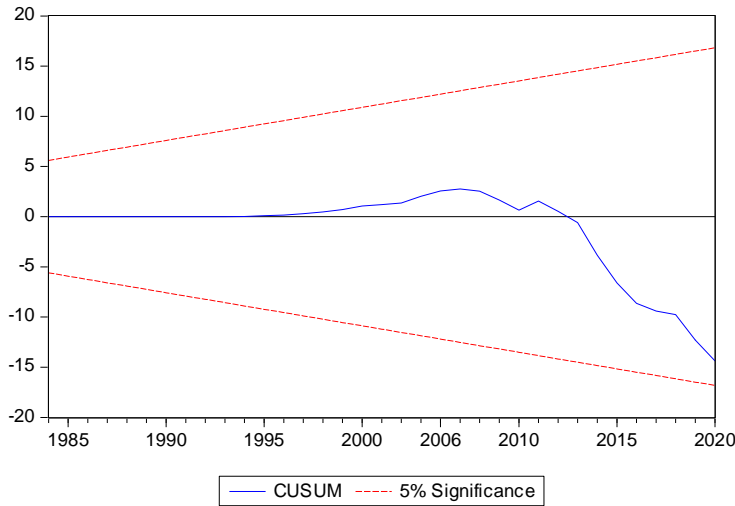
الشكل (1) الاشكال البيانية لاستقرار نموذج الطلب السياحي (الانفاق السياحي)



شكل (2): الاشكال البيانية لاستقرار نموذج الاستثمار السياحي



الشكل (3): الاشكال البيانية لاستقرار نموذج الناتج المحلي الاجمالي



من خلال الأشكال اعلاه ، ومن خلال اختبارات (CUSUM Test و CUSUM Of Squares) يظهر أن البيانات المستخدمة في النماذج المقدره والمعتمدة مستقرة ، لأن المنحنى الخاص بالبيانات (اللون الأزرق) يقع بين الخطين و هذا يدل على استقرارية البيانات عند مستوى المعنوية (5%) .

4. خاتمة

الاستنتاجات :

في ضوء ماسبق من عرض وتحليل يستنتج مايلي :

1. يعد القطاع السياحي من القطاعات المهمة التي تؤثر في الاقتصاد الوطني و توجهه للتقدم و تنشيطه يؤدي الى زيادة الناتج المحلي الاجمالي كما ينعكس على تنمية القطاعات الاقتصادية الاخرى .
2. ان ارتفاع اسعار الصرف ينعكس سلبا على الطلب السياحي(الانفاق السياحي) وكذلك بسبب ان سعر صرف احد العوامل المؤثرة في الطلب السياحي و يعد كلفة اضافية على عاتق السائح في حالة ارتفاع سعر العملة الاجنبية تجاه العملة المحلية ويؤدي الغاء او تاجيل سياحتهم وبالتالي انخفاض الانفاق السياحي والطلب السياحي.
3. زيادة استثمار سياحي وعدد السكان تؤدي الى زيادة الانفاق السياحي والطلب السياحي في العراق، من خلال زيادة عرض السياحي وبالتالي الخدمات السياحية والخدمات التكميلية والخدمات الاساسية.
4. ان زيادة دخل السائح تؤدي الى انخفاض انفاق سياحي في العراق رغم ان الدخل احد لعوامل الرئيسية المؤثرة في الطلب السياحي كلما زادت الدخل كلما زاد الانفاق السياحي ، الى ان قد يكون بسبب الازمات المالية العالمية والداخلية التي يؤدي الى احتفاظ السائح بدخله بدلا من انفاقه في السياحة او قد يكون بسبب الحروب ضد الارهاب خصوصا في الازمنة الاخيرة حرب ضد داعش او قد يكون بسبب انتشار الوباء والامراض الفيروسية كفيروس كورونا ادى الى تعطيل وتاجيل السفر والسياحة خوفاً عن تلك المرض.
5. ان الطلب السياحي والاستثمار السياحي يؤثر على النمو الاقتصادي في العراق ولكن ليس بالمستوى المطلوب راجع لاعتماد الاقتصاد العراقي حتى الان على النفط كمورد أساسي للعملة الصعبة دون الاعتماد على القطاعات الاخرى بما فيها قطاع السياحة.
6. ان تأثيرات الازمة المالية في العراق انعكست سلبا وواضحا على النشاط السياحي خصوصا على جانبي(الطلب السياحي و الاستثمار السياحي) اذ ادت الى انخفاض الطلب السياحي و الاستثمار السياحي .
7. ان انتشار فيروس كورونا له اثر سلبي على النشاط السياحي وادى الى انخفاض النمو في الطلب السياحي والاستثمار السياحي بسبب فرض القيود على السفر وعزل كثير من الدول للحد من انتشار فيروس .

المقترحات:

في ضوء الاستنتاجات السابقة نقتح مايلي :

1. من الضروري تولى حكومة قطاع السياحة عناية اكثر بوصفها احد القطاعات الاقتصادية المهمة خلال استغلال كافة الموارد و المقومات الطبيعية والاقتصادية المهمة وأن يتم العمل على تطوير المنشآت السياحية بشكل عام، اذ يمكن ان تعتمد على هذا القطاع في تنويع الاقتصاد وتكوين الدخل القومي وتحقيق النمو الاقتصادي بشكل اكبر .
2. ضرورة العمل على زيادة الطلب السياحي (المحلي والاجنبي) وتنويعه و ذلك من خلال التنوع في الخدمات السياحية وتطويرها و العناية الجيدة بكافة انواع السياحة مثل (السياحة الدينية، السياحة التارخية، السياحة الطبية، والسياحة لترفيهية... الخ).
3. ضرورة تشجيع المستثمرين لاستثمار في مختلف المشروعات السياحية بدلا من التركيز على مشروعات معينة لذلك لا بد من تحقيق نوع من التوازن في المشاريع الاستثمارية.
4. على الحكومة ان يحافظ على مستوى اسعار الصرف وعدم تقلباته من اجل حفاظ على مستوى الطلب السياحي والاستثمار السياحي والنمو الاقتصادي .

5. تخصيص جزء كاف من ميزانية العراق للاستثمارات والاستثمارات السياحية لأنها يمكن ان تساهم في تنويع النشاط السياحي و من ثم زيادة مساهمتها في تكوين الناتج القومي و هذا سيؤدي الى تقليل مخاطر الازمات المالية والسياسية وكذلك تاثيرات سلبية للفيروس كورونا على النشاط السياحي في العراق.

6. يمكن مواجهة الازمة المالية من خلال خفض الأسعار ، يمكن أن تصبح الدولة أكثر قدرة على المنافسة تجاه السياحة المحلية و الاجنبية ، مع الحفاظ على نفس المستوى أو على الأقل على نفس المستوى من خدمات الضيافة والسلامة التي تعزز مكانة الدولة كوجهة جذابة.

7. استخدام بعض الاجراءات من قبل الهيئات المختصة والمعنية للنشاط السياحي من اجل تخفيف اثار سلبية لجائحة فيروس كورونا على قطاع السياحي (خصوصا بعد العثور على تلقيح فيروس كورونا) من خلال منح القروض والتسهيلات البنكية للمنشآت السياحية وتغطية نسبة معينة من كلف تمويل تلك المنشآت السياحية، واتباع سياسات السلامة الصحية والوقائية في ضل انتشار فيروس كورونا.

المصادر و المراجع

المصادر باللغة العربية :

اولا: المنشورات والتقارير الرسمية:

1. المجلس العالمي للسفر والسياحة (WTTC)، <https://wttc.org/2013> :

2. البنك المركزي العراقي (2019): دائرة الاحصاء و الابحاث، النشرة الاحصائية السنوية www.cbiraq.org

3. جمهورية العراق (2019): وزارة التخطيط، الجهاز المركزي للاحصاء، مديرية الحسابات القومية :

<http://cosit.gov.iq/ar/>

4. وزارة السياحة ، 1980-2000 ، العراق ، <http://mocul.gov.iq/index.php>

ثانيا: الرسائل والاطاريح الجامعية:

1. الجليحوي، انتصار حمزة عبد عذاب، (2015): اثر تطوير الخدمات السياحية في نمو الطلب السياحي : دراسة ميدانية لموقع جزيرة الاعراس السياحية في مدينة بغداد، رسالة ماجستير، الجامعة المستنصرية.

2. صحراوي، مروان (2012): التسويق السياحي و اثره على الطلب السياحي ، رسالة ماجستير في علوم التسيير تخصص تسويق الخدمات الموسمية ، كلية العلوم الاقتصادية ، التجارية و علوم التسيير ، جامعة ابي بكر بلقايد ، الجزائر .

3. صليحة، احسن ، (2014): محددات دالتي الطلب و العرض السياحي دراسة حالة الجزائر في الفترة الممتدة (1990-2014)، رسالة ماجستير، جامعة عبد الحميد ابن باديس - مستغانم- كلية الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير تخصص تقنيات كمية مطبقة.

4. طيبي ، محمد امين (2016): الضوابط القانونية للإستثمار السياحي في الجزائر، مذكرة تخرج لنيل شهادة ماجستير في الحقوق تخصص قانون إقتصادي، جامعة د. الطاهر مولاي - سعيدة- ، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق.

5. العزاوي، ريام عبد الوهاب احمد، (2011): العوامل المؤثرة في تنمية الطلب و العرض لخدمات الايواء السياحي في العراق، رسالة ماجستير، كلية الادارة والاقتصاد، جامعة المستنصرية

6. العمراوي، يحيى سعدي و سليم (2013): مساهمة قطاع السياحة في تحقيق التنمية الاقتصادية "حالة الجزائر" ، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية و علوم التسيير ، جامعة المسيلة .

7. العززي، حمدان عبيد منصور حسين(2008): قدرات تقانة المعلومات ودورها في الأبداع الاستراتيجي، دراسة تطبيقية في عينة من الشركات الاتصالات المتنقلة في العراق، رسالة ماجستير في ادارة الأعمال، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة الموصل، العراق.
8. مضر، نعمة عكاش(2006): واقع القطاع السياحي في العراق مع اشارة خاصة للقطاع السياحي في محافظة البصرة، كلية الادارة والاقتصاد، جامعة البصرة.
9. هيو، سارا هندنرين،(2020): آثار الازمات المالية في القطاع السياحي في دول مختارة مع اشارة خاصة الى اقليم كردستان العراق دراسة تحليلية_قياسية، رسالة ماجستير، كلية الادارة والاقتصاد جمعة السيامانية.

ثالثا:المجلات والبحوث العلمية:

1. احمد و ابراهيم،يونس على و لافة اراس،(2019): تأثير الازمة المالية على النشاط السياحي - إقليم كردستان العراق كحالة دراسية .
2. احمد و سعيد،يونس علي و صلاح حمة ،(2017): واقع الشركات السياحية في إقليم كردستان وفاق تطورها (دراسة تحليلية)، مجلة الادارة والاقتصاد، المجلد (5) ، العدد (18).
3. أحمد وحمه، يونس على وكامران أحمد(2019): قياس العلاقة بين محددات العرض النقدي والنمو الاقتصادي في العراق للمدة(1991-2018)، مجلة اكااديمية جامعة كرميان، العدد(7).
4. بريهي وراضى،فارس كريم،حسن خلف،(2016):قياس العلاقة بين مكونات الطلب الكلي والنمو الاقتصادي في العراق للمدة(1990-2014)، كلية الادارة والاقتصاد ،جامعة بغداد،مجلة الدنانير،العدد(9).
5. البطاط والزويوني، كاظم احمد ،محمد حسن،(2006):تحليل دالة الاستثمار السياحي في محافظة كربلاء،المؤتمر العلمي السنوي الثالث لجامعة اهل البيت.
6. بن عبدالرحمن، ناريمان(2016): أثر سعر الصرف على الطلب السياحي الأجنبي، دراسة حالة اقليم الأهقار بالجزائر خلال الفترة(1999-2012)، مجلة الباحث، جامعة القاصدي مباح ورقلة، العدد(16).
7. جمال و عبد الفتاح،دقيش وداودي،(2019): دراسة قياسية لمحددات الطلب السياحي في الجزائر خلال الفترة (1995-2016)، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، المجلد(8)،العدد (3).
8. جودة،لطفي حميد ، (2005)،صناعة السياحة ودورها في تنمية اقتصاديات الدول المضيفة مع امكانية الاستفادة منها،المؤتمر العلمي الاول لوزارة الدولة لشؤون السياحة والاثار من 8-2005/11/9.
9. حسين ، قاسم جبار.(2016): تنمية القطاع السياحي في العراق المقومات ..التحديات ..المتطلبات ."مجلة القادسية للعلوم الإدارية والاقتصادية العدد 18 ، المجلد 1 .
10. حسين وفهد،منى يونس واسراء سعد،(2017):دور الاستثمار السياحي الحكومي في تغير الدخل والاستهلاك والادخار في العراق،مجلة الكوت للعلوم الاقتصادية والادارية،العدد (26).
11. حمد ، سعد ابراهيم (2011)، واقع العرض والطلب السياحي في العراق دراسة تحليلية، مجلة أبحاث كلية التربية الاساسية، المعهد التقني - الموصل ، المجلد 10 ، العدد 4 .
12. الدباغ، اسماعيل محمد علي و آخرون ،(2008) العلاقة بين العرض و الطلب السياحي في محافظة النجف و امكانية تنشيط السياحة الدينية فيها، مجلة الادارة والاقتصاد، العدد الثاني والسبعون.

13. الزهراني، عبد الناصر بن عبد الرحمن و قسيمة، كباشي حسين، (2008): الاستثمار السياحي في محافظة العला، الهيئة العامة للسياحة والآثار، مركز المعلومات والأبحاث السياحية، المملكة العربية السعودية.
14. سعد، فاطمة فرج، (2015) الاستثمار السياحي و دوره في تعزيز التنمية الاقتصادية" دراسة حالة الدول العربية مع اشارة خاصة الى العراق "كلية الادارة و الاقتصاد ، جامعة واسط، مجلة الكوت للعلوم الادارية و الاقتصادية ، العدد 19 .
15. سعيد، عبدالعزيزعلى و محمد صابر حسن(2009): تداعيات الازمة المالية العالمية على قطاع السياحة المصري ، مجلة كلية التجارة للبحوث العلمية ، جامعة الاسكندرية ، المجلد (46)، العدد(2).
16. سميرة، عميش، (2011): أثر التنمية السياحية المستدامة على مواجهة ظاهرة البطالة - دراسة حالة الجزائر- ورقة مشاركة في:الملتقى الدولي حول " إستراتيجية الحكومة للقضاء على البطالة و تحقيق التنمية المستدامة "الذي نظمته: كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير مخبر الاستراتيجيات والسياسات الاقتصادية في الجزائرجامعة المسيلة.
17. شريقي، طرفة (2017): تأثير الازمات على القطاع السياحي ، مؤشرات من الجمهورية العربية السورية و دول الجوار، مجلة جامعة تشرين ، المجلد (39) ، العدد(4).
18. الشعاني، نجيب محمد حمودة و اخرون، (2015) التحديات والعوامل المؤثرة في جذب الاستثمارات السياحية في دول الربيع العربي مع الإشارة إلى السياحة في ليبيا،مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، العدد الثالث والأربعون .
19. شعبيث، سندس جاسم (2018): واقع وامكانيات الاستثمار السياحي في العراق خلال المدة(2003-2015)،مجلة كلية الادارة والاقتصاد للدراسات الاقتصادية والادارية والمالية، المجلد(10)، العدد(1).
20. عبد الجبار، مها عبد الستار، (2017): أثر المهارات البشرية في زيادة الطلب السياحي دراسة ميدانية لعينة من فنادق الدرجة الأولى في بغداد،مجلة دنانير ، العدد(10).
21. عبد الفتاح، جمال دقيش (2019) ، دراسة قياسية لمحددات الطلب السياحي في الجزائر خلال الفترة 2016 - 1995 ،مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، المجلد 08 ، العدد 03 .
22. العوامرة و الرواشدة، محمد و صلاح (2009): اثر الازمة المالية على تسويق الخدمات الفندقية ،جامعة البلقاء التطبيقية ،الاردن :<http://iefpedia.com/>
23. عيسى وحسن، رجاء عبد الله وخولة رشيج، (2015)، اثر الاستثمار السياحي في تنويع مصادر الدخل في العراق (2000-2015).مجلة العلوم الاقتصادية <https://iasj.net>.
24. المسيبي وغانم، عدنان و لبنى حسين، (2003): دور الاستثمارات الاجنبية المباشرة في التنمية الاقتصادية ، مجلة دمشق للعلوم الاقتصادية و القانونية ، المجلد (19)، العدد (2).
25. النصراوي، جاسم سلطان، (2020)، القطاع السياحي العالمي في خضم ازمة COVID-19، كلية الادارة والاقتصاد ،جامعة كربلاء:<https://mcsr.net>
26. النعيمي ، منتهى أحمد محمد و عبدالستار (2019): تأثير التنمية السياحية في مواجهة نسبة البطالة في العراق للمدة من-1985) (2015)دراسة تحليلية، المجلة العراقية للعلوم الاقتصادية ، السنة السابعة عشر، العدد ستون.
27. الوابل، عبد الرحمن بن عبد لله، (2011): الاستثمار السياحي في المنطقة الشرقية "الفرص والتحديات قطاع الشؤون الاقتصادية مركز الدراسات والبحوث غرفة الشرقية.

28. وهيبه، مربي، (2012): واقع العرض والطلب السياحي لولاية باتنة، الملتقى الوطني حول فرص ومخاطر السياحة الداخلية في الجزائر، جامعة باتنة.

رابعاً: الكتب :

1. الحوري والدباغ، مثنى طه ، اسماعيل محمد ، (2000) اقتصاديات السفر والسياحة، الطبعة الاولى، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الاردن.

2. الحوري، مثنى طه و اسماعيل محمد على (2000): مبادئ السفر و السياحة ، الطبعة الاولى ، مؤسسة الوراق للنشر و التوزيع.

3. الحياي، طالب حسن نجم (1991): مقدمة في الأقتصاد القياسي، جامعة بغداد، العراق.

4. السعدي، نوار (2018): السياسة و قطاع السياحة في العراق ، المركز الديمقراطي العربي ، 2018.

5. السيسي، ماهر عبدالحالق (2000): مبادئ السياحة، الطبعة الاولى ، مجموعة النيل العربية

6. محمود و فوزي ، محمود شعبان ، احمد فوزي ، احمد سعيد ، احمد معوض ، محمد الرفاعي (2012): اثر الاستثمار السياحي

على تنوع المنتج السياحي ، جامعة المنوفية ، كلية السياحة و الفنادق ، قسم الدراسات السياحية

المصادر باللغة الانجليزية :

1. Ahmed. Y.A. (2016): Economic Evaluation of the Domestic and International tourism market in the Kurdistan region, Journal of Dananeer , Iraqi University, Volume(1) Issue(9).
2. El Menyari, Mohamed Bouzahzah(2012): Determinants of tourism demand: the case of Morocco, Munich Personal RePEc Archive
3. Morales & Gamberger, (2011): Modeling investment in the tourism industry using the World Bank's good governance indicators.
4. PK Mishra, HB Rout, SS Mohapatra,(2011): Causality between Tourism and Economic Growth: Empirical Evidence from India , European Journal of Social Sciences, Volume(18) Issue(4).
5. Rowe,Smith,Ann,John Fiona Borein,(2002),Travel and ourism,Cambridge university.
6. Soultana (Tania) Kapiki,(2012)The Impact of Economic Crisis on Tourism and Hospitality: Results from a Study in Greece, Central European Review of Economics and Finance, Vol. 2. No 1 .