

دور استراتيجية السياحة المستدامة في تحسين الاداء الاقتصادي والاجتماعي
دراسة استطلاعية لآراء عينة من العاملين في القطاع السياحي في مدينة البصرة
**The role of Sustainable Tourism Strategy In Improving Economic and
Social Performance**
Study of the Views of a Sample of Workers in the Tourism Sector in the City of Basra

م.م. هيلين نعمة حطاب

Ass lecturer : .helen N. Hattab ALmaliky

جامعة النفط والغاز – كلية الادارة الصناعية

helenalmaliky1@gmail.com

م.د. عبد الرضا ناصر محسن

Lecturer Dr. Abdulreda N. Mohsen

الجامعة التقنية الجنوبية – الكلية التقنية الادارية

dr.abdnaser@stu.edu.iq

تاريخ استلام البحث 2019/ 9 / 1 تاريخ قبول النشر 2019/11 / 22 تاريخ النشر 2020/ 6 / 30

المستخلص :

يهدف البحث الى الكشف عن الدور الاستراتيجي للسياحة المستدامة في تحسين الاداء الاقتصادي والاجتماعي ، وتحديدًا في مدينة البصرة من خلال تحديد مقومات الاستراتيجية السياحية ولتحقيق هدف البحث اعتمد المنهج الاستطلاعي لآراء عينة من العاملين في مجال السياحة وبعض اصحاب المصلحة معتمدا في ذلك قائمة فحص لأبعاد ومتغيرات البحث وبلغ مجموع العينة (43) عينة ممن يعملون بالنشاط السياحي واصحاب المصلحة ذات العلاقة في مدينة البصرة ، تم استعمال مجموعة من الاساليب الاحصائية ، توصل البحث الى مجموعة من النتائج والتوصيات التي تدعم الاتجاه الايجابي لاستراتيجية السياحة المستدامة في تحسين الاداء الاقتصادي والاجتماعي .

الكلمات المفتاحية : السياحة المستدامة ، الاداء الاقتصادي ، الاداء الاجتماعي

Abstract:

The research aims to Reveal the strategic role of sustainable tourism in improving the economic and social performance, specifically in the city of Basra by identifying the elements of the tourism strategy and to achieve the goal of the research adopted the exploratory approach to the views of a sample of tourism workers and some stakeholders A total of 43 respondents working in the tourist activity and relevant stakeholders in the city of Basra, a set of statistical methods were used, the research reached a set of results and recommendations that support the positive direction of the Sustainable in improving economic and social performance.

Key Words: Sustainable tourism, economic performance, social performance

المقدمة :

يهدف البحث الى الكشف عن النتائج الاقتصادية والاجتماعية المترتبة على العمل وفقا للاستراتيجية السياحية المستدامة ، مساندا هذا التوجه الرئيس بالآراء والنتائج المستخلصة من الدراسات الأكاديمية والخطط الاستراتيجية لبعض الهيئات والوكالات المختصة بالسياحة وقد أجمع اغلب الباحثين على الربط بين التوجهات الاستراتيجية بعيدة المدى للسياحة وخطط العمل التفصيلية ، وإن للسياحة دور مهم في تحسين وتعزيز المردودات الاقتصادية والاجتماعية في المستويين الوطني والإقليمي ، فضلا عن توثيق أواصر العلاقة مع البلدان والمجتمعات العالمية المختلفة وتعزيز السمعة الدينية والتراثية لديها . زواج البحث بين المفاهيم والمداخل النظرية لمتغيرات البحث مع الاختبارات والنتائج

الميدانية من خلال اربع محاور ، المحور الاول المحور النظري ، المحور الثاني منهجية البحث وبعض الدراسات السابقة ، المحور الثالث الجانب الميداني ، المحور الرابع النتائج والتوصيات .

المحور الاول : المدخل النظري للبحث

أولا : مفهوم استراتيجية السياحة المستدامة :

يحتاج قطاع السياحة إلى سياسات ومدخل تخطيطية مختلفة لأغراض الاستجابة لمتطلبات أسواق السياحة، حيث تعتبر الاستراتيجية التسويقية القلب في تنمية المقصد السياحي أو الوجهة السياحية ، كما أنها الوسيلة التي تحدد فيما إذا كان المقصد أو الوجهة السياحية تحقق النجاح الاقتصادي والأهداف الأخرى المتعلقة بقطاع السياحة (Tourism marketing strategic approach,2011:41) . تشكل السياحة المستدامة الأساس للاستراتيجية السياحية المستدامة حيث توصف بانها (عملية مستمرة تأخذ بنظر الاعتبار التأثيرات الاقتصادية والاجتماعية ، والبيئية الحالية والمستقبلية متضمنة احتياجات الزائر ، صناعة السياحة ، البيئة ، والمجتمع المضيف ، لتوفير وسائل الاستدامة التي تضع في الحساب تأثيرات واحتياجات هذه القوى على تخطيط السياحة وتنميتها وعملياتها) (Cairngorms, 2005: 54) ، و لجعل الاستدامة أكثر وضوحا فإن الميثاق الأوروبي للسياحة المستدامة في المناطق المحمية قصد بالاستدامة تشجيع الممارسات الجيدة عن طريق تحديد المناطق السياحية التي تستجيب لمتطلبات التنمية المستدامة وإدارة السياحة . وأكد الميثاق الأوروبي للسياحة المستدامة أيضا على تطوير استراتيجية السياحة المستدامة وخطة العمل المتعلقة بها ، وعليه فإن الاستدامة التي تعد الصفة الاضافية للسياحة والاستراتيجية السياحية هي ناتج محصلة التفاعل بين تأثيرات العوامل الخارجية ذات الصلة بالنشاط السياحي والمكونات الأساسية لصناعة السياحة حاضرا ومستقبلا . يشار إلى الاستراتيجية السياحية بأنها (التي تقدم قواعد استشارة لصناعة السياحة وتطوير العلاقة مع الشركاء الاستراتيجيين ، فضلا عن خطة عمل لإنجاز الاهداف المحددة) ، وهي في النهاية تقود التطوير والنمو السياحي وتتكامل جهود التسويق في المستوى الاقليمي (Eugenio ,2004 :1) . ومن الطبيعي ان تتكون الاستراتيجية السياحية من المكونات الاساسية للاستراتيجية المتمثلة (الرسالة ، الرؤية ، الأهداف الاستراتيجية أو النواتج المتوقعة ، الاستراتيجيات الرئيسة ، الاسواق المستهدفة ، العلاقات الاستراتيجية ، الهيكل الاستراتيجي ، الموارد البشرية ، العلامة التجارية) (هماش واخرون ، 2016 : 4) ، (kisi,2019:6) فيما حددت منظمة الاسيان الاطار العام للاستراتيجية من خلال إدراك العبارة القائلة (لا يوجد حل سهل لتطوير مدخل التسويق الاستراتيجي للسياحة خاصة في المجال الاقليمي ولكن بدلا من ذلك وضع المفاهيم والمداخل باتجاه التصميم الذي يساند استراتيجية التسويق الإقليمية التي تضع بالحساب حالات التعقيد وعدم التأكد) (ASEAN :2012-2015 Tourism Marketing Strategy) وفي ضوء هذا التصور يحدد كل من (مساعد واخرون) مداخل تطبيق استراتيجية السياحة المستدامة بكل من : (هماش واخرون : 2016 ، 6) :

1- تطوير البناء المؤسسي للسياحة .

2- تحفيز الاستثمارات السياحية .

- 3- التنمية المستدامة للمنتج السياحي .
- 4- تنمية الموارد البشرية السياحية .
- 5- تطوير ترويج التسويق السياحي .

إذ يتطلب تطوير هذه الاستراتيجية وضع مجموعة من الإجراءات الاستراتيجية التي تمكن من الاستجابة للأهداف الشاملة للمنظمة أو الجماعات العاملة فيها ، وتتضمن عملية بناء الاستراتيجية خمسة خطوات هي(تحليل الوضع الحالي للقطاع السياحي ، تحديد قطاعات السوق المستهدفة ، تحديد نوع الخدمة السياحية من خلال بيئة السياحة وقطاعات أسواق السياحة ، تحديد قنوات التوزيع السياحي عن طريق التفاعل بين الخدمة السياحية والخبرات السياحية ، هيكل الإدارة لتنفيذ وقيادة الاستراتيجية السياحية) . أما مكونات الاستراتيجية التي تشكل موضوع عملية بناء الاستراتيجية فهي كل من (الأهداف الاستراتيجية ، تحليل المركز الاستراتيجي لقطاع السياحة ، تحديد الأسواق المستهدفة ، تطوير الخدمة السياحية ، العلامة ، قنوات التوزيع والاستراتيجية ، التسويق وهيكل علاقات جماعة العمل ، تنفيذ الاستراتيجية) ، تتلخص الركائز الأساسية لهذه الاستراتيجية على كل من (الاهتمام بالتعقيد والغموض الذي يصف المنظور الاستراتيجي بعيد المدى للسياحة ، عملية بناء الاستراتيجية السياحية ، التفاعل بين المكونات الأساسية لاستراتيجية السياحة ، المعارف والخبرات ، وإدارة الاستراتيجية السياحية) (Eugenio, 2004: 2).

يتضح مما سبق أن الاستراتيجية التي تقود النشاط السياحي بصفته الشاملة وتوجهه نحو أهداف القطاع السياحي بعيدة المدى تتأسس على بعدين رئيسيين هما :

- 1 - تشخيص وتحديد مكونات الاستراتيجية السياحية والتفاعل والتكامل فيما بينها .
- 2 - قيادة الاستراتيجية وتوجيهها نحو بلوغ الاستراتيجية السياحية المستدامة من خلال الربط والتكامل بين توجهات الاستراتيجية الحالية والمستقبلية .

ثانيا : مكونات ومؤشرات قياس الاستراتيجية السياحية المستدامة :

أصبحت الاستدامة القضية المركزية في سياسات التنمية السياحية في المستوى العالمي ، فضلا عن تشجيع منظمات السياحة العالمية للصدقة مع البيئة ، والحساسية الثقافية لسياسات السياحة ، متضمنة المداخل المنهجية لتنفيذ وتحديات الاستدامة (Eugenio, 2004: 5) . وطورت منظمات السياحة الدولية والمؤسسات السياحية الأخرى سلسلة من الأدوات التي تبسط من دمج معايير الاستدامة مع تخطيط وتنمية وإدارة السياحة . منها مشاركة أصحاب المصالح ذوي الصلة بالسياحة ، القوانين والتشريعات التي تضبط استخدام المناطق لأغراض السياحة ، تكامل قطاع السياحة مع التنمية المحلية والإقليمية وجعلها متناسقة مع نشاطات القطاعات الأخرى ، وتشريعات استخدام الموجودات التراثية لأغراض السياحة ، قياس أداء قطاع السياحة بصفته الشاملة في المستويات المحلية والوطنية والدولية ، يتركز أداء السياحة تقليديا على الأبعاد الاقتصادية والمالية بشكل متتالي فضلا عن البعد الاجتماعي الثقافي الناتج عن التفاعل بين السائح والجمهور المضيف فيما يركز المدخل الحديث لتقييم السياحة المستدامة على تشخيص وقياس المدى الواسع للتأثيرات على القطاع السياحي في المناطق السياحية والمجتمع وتحديدا فيما يتعلق بمستقبل التنمية

الوطنية والسياحية ، لضمان الاستدامة على المدى البعيد في الجوانب الاجتماعية ، والثقافية ، والنقاط البيئية ذات الصلة و تعد متغيرات ومؤشرات الاستدامة أدوات جوهرية لتوفير المعلومات ، وتشكيل الأسس لقياس استراتيجية السياحة والنواتج المترتبة عليها (الكردي، 2010 : 2) .

يحاول البحث تلخيص العناصر التي تتأسس عليها الاستراتيجية السياحية المستدامة في الجدول (1) الآتي:

جدول (1)

عناصر الاستراتيجية السياحية المستدامة

Broad , 2011- 2015 P:60-65	Sadiki , 2005	Asian Tourism Marketing strategy . 2012 - 2015	Eugenio,2004,1
حجم وانتشار السياحة	البيئة الحالية للمواقع التراثية .. قيمة الموقع التراثي- السياحة الثقافية - تأثير المجتمع المحلي- الانشداد العاطفي للتراث	المنظور الاستراتيجي	الرسالة
رضا الزبون	تأثير نشاطات التسويق على عدد السائحين. - الاسهام السياسي - علاقة إدارة الزائرين بالتسويق- ضوابط العلامة	تحديد الاسواق المستهدفة	الرؤية
مشاريع السياحة : الأداء والرضا	السياحة المستدامة: الخبرات في مجال السياحة المستدامة . تحديات الاستدامة ، - خطة السياحة المستدامة .- الاسعار بصفتها استراتيجية للاستدامة	مستوى الخدمة السياحية	الأهداف الاستراتيجية
رد فعل المجتمع		التفاعل بين مكونات الاستراتيجية	الاسواق المستهدفة
التأثير البيئي		العلامة	العلاقات الاستراتيجية
		المعارف والخبرات	الهيكل الاستراتيجي
		إدارة الاستراتيجية	الموارد البشرية
			العلامة

المصدر : من اعداد الباحثين على وفق المصادر المؤشرة .

تعرف مؤشرات قياس استراتيجية السياحة المستدامة بأنها (مجموعة من المعلومات تم اختيارها رسميا للقياس المنتظم للتغيير في الموجودات ، والقضايا الأخرى التي تعد رئيسة للاستراتيجية السياحية وإدارة المناطق السياحية المحددة ، وهي مقاييس يعبر عنها بالأرقام أو النسب المئوية أو الوصف النوعي ، فضلا عن العناصر المتعلقة بالقضايا البيئية والاجتماعية والاقتصادية ، وهي جميعا علامات تدل على القضايا الحالية ، وتكشف عن الحالات والمشكلات التي تحتاج إلى أفعال ونتائج الأفعال) (الرماني :2010، 5) .

هناك العديد من أنواع المؤشرات ، تختلف عن بعضها في طريقة استخدامها من قبل صانعي القرار ، وعلى وفق ما يأتي : (Rieder :2012,5)

1. المؤشرات التي تقدم تحذيرات مبكرة للإدارة منها (الخفض في عدد السائحين المتوقع عودتهم ثانية) .
2. المؤشرات الضاغطة على نظام السياحة منها (النقص في مياه الشرب ، مؤشرات الجريمة) .
3. مقاييس الحالة الحالية لصناعة السياحة منها (معدل الوكالات السياحية ، مستوى رضا السائحين) .
4. مقاييس تأثير التنمية السياحية على البيئة الاقتصادية / الاجتماعية ، والبيئة الفيزيائية / الحياتية ، ومؤشرات مستوى التخلص من المعيقات ، والتغيير في أنماط الاستهلاك ، ومعدلات دخول المجتمع المحلي) .
5. مقاييس جهود الإدارة منها (تكاليف التخلص من تلوث المشروبات الغازية والمواد الغذائية) .
6. مقاييس نتائج أو أداء التأثير الإداري منها (التزايد في عدد السائحين أو الزائرين اللذين تتكرر زيارتهم ، التغيير في مستويات التلوث) .

في ضوء المزج بين العناصر أو المكونات الرئيسة للسياحة ومؤشرات قياسها يمكن وضع الإطار العام الذي يسترشد به البحث عند اختيار المقياس المناسب لاستراتيجية السياحة المستدامة وأبعادها المستهدفة.

ثالثا : الأبعاد الاقتصادية والاجتماعية للسياحة المستدامة

تقود الاستراتيجية السياحية المؤسسة أو القطاع السياحي نحو تحقيق الرسالة والأهداف الاستراتيجية ، وتسهم الاستدامة في استمرارية فاعلية هذه الاستراتيجية ، ويترتب على نشاط السياحة منافع اقتصادية واجتماعية في المستويين الوطني والمحلي فضلا عن قطاع السياحة نفسه ، إذ لخص (معتوق ، 2013 : 7) المنافع الاقتصادية والاجتماعية للسياحة بما يأتي .

- 1- المنافع الاقتصادية : وهي التي تنعكس في الجوانب التالية : أ- تشكل مصدر دخل جديد للبلد .
ب- تمكن البلد من الحصول على النقد الاجنبي . ج- تسهم في تحسين ميزان المدفوعات .
- 2- المنافع الاجتماعية : وهي التي تنعكس في الجوانب التالية: أ- تسهم في امتصاص البطالة .
ب- توفر فرص عمل مباشرة وغير مباشرة لأبناء المجتمع محليا ووطنيا .

وأظهرت دراسة حول السياحة في الجبل الأخضر في سلطنة عمان منشورة على الموقع (www-squeduom/osc-ar 2014) الأهمية الاقتصادية لإستراتيجية التنمية السياحية المستدامة والمتمثلة في تنويع مصادر الدخل وانعكاساتها على التسريع في عجلة التنمية الاقتصادية المستدامة ، وفي توفير فرص متنوعة لعمل الشباب . ولخص (الرماني : 2010 ، 3) الاداء الاقتصادي والاجتماعي لاستراتيجية السياحة المستدامة بما يأتي :

- 1- الأداء الاقتصادي : وتتضح الأهمية الاقتصادية لقطاع السياحة في كونه يمثل أحد الركائز المهمة للهيكلة الاقتصادي ، حيث بلغت نسبة هذا القطاع من الناتج القومي في المستوى العالمي (6 %) ، كما أن له تأثير بارز على ميزان المدفوعات ، وتوفير فرص جديدة للعمل ، وتحسين المرافق الأساسية ، والتأثيرات الإيجابية على الانفاق السياحي ، وهذه الأخيرة تنعكس على الزيادة في الدخل وعلى التوسع في فرص العمل في وقت واحد ، بينما

يشير (المالك : 2009 ، 29) الى الأداء الاقتصادي ويقصد به الأداء المادي الملموس الذي تقدمه المنظمة للمجتمع وأصحاب المصالح ، من خلال البعد الاقتصادي ، وهناك مؤشرات عديدة لقياسه ، ويتم قياسه من خلال تحسين الإنتاجية ، وزيادة المبيعات .

2- الاداء الاجتماعي : تركزت حول الخصائص القيمية والسلوكية للعاملين في قطاع السياحة والمجتمع ، والنتيجة عن اسهام ممارسات السياحة في تحسين القدرات التربوية والتعلم والمهارات الذاتية لدى العاملين في السياحة ، فضلا عن السلوك الفعال المرتبط بنشاطات السياحة ، وهذه جميعا تنعكس إيجابيا على تحسين سلوك وأداء العاملين في قطاع السياحة ، والمجتمع بصفة عامة ، و يشير (المالك : 2009 ، 29) الى الأداء الاجتماعي : ويقصد به الأداء الإنساني غير الملموس الذي تقدمه المنظمة للمجتمع وأصحاب المصالح من خلال البعد الاجتماعي ويوجه هذا الاداء الى مساندة الاداء الاقتصادي ويترجم على تحقيقه من خلال سمعة المنظمة ، والولاء لها ، وفي تركيز اكثر لمفهوم الاداء الاجتماعي يرى (المالك : 2016 ، 186) ان الاداء الاجتماعي (مجموعة الجهود المخطط التي تهدف الى الاستجابة التكيفية والاستباقية لحاجات وتوقعات اصحاب المصالح الاجتماعية) .

يتضح مما سبق ذكره أن الاستراتيجية السياحية المستدامة تسهم في تطوير الجوانب الاقتصادية والاجتماعية للبلد والمجتمع خاصة في البلدان التي لديها مواقع سياحية ذات طبيعة دينية وتراثية وترفيهية ، ومن نعم الله عز وجل أن جعل العراق يتمتع بكل هذه المواقع وبشكل متميز ، فالقوة الاقتصادية الناتجة عن قطاع السياحة في العراق لو أحسنت إدارته توازي القوة الاقتصادية للنفط ، فضلا عن أنها ثروة غير ناضبة ، وتتداخل من خلال مضامين السياحة وأهدافها ونشاطاتها الابعاد الاجتماعية ووطنيا ودوليا ، وتهيأ ظروفها أفضل إلى التعايش بين الأمم وحوار الحضارات ، ويتبادل البعد الاقتصادي للسياحة الاعتمادية مع البعد الاجتماعي ، ليشكلا مع بعضهما فرص جديدة للعمل ، وثقافة ذات بعد دولي في مستوى قطاع السياحة والمجتمع المحلي ، فضلا عن نقل الصورة المشرفة عن قيم البلد وحضارته ، وهذا يؤثر الانتباه حول البعدين الاقتصادي والاجتماعي للسياحة .

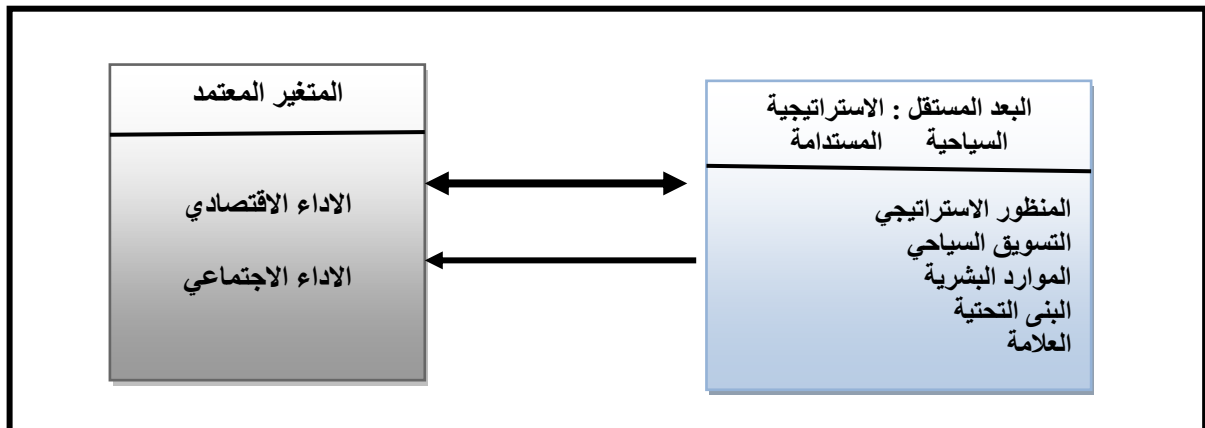
المحور الثاني : منهجية البحث وبعض الدراسات السابقة

اولا : منهجية البحث :

1- **هدف البحث :** يهدف البحث الى تطوير استراتيجية السياحة المستدامة انطلاقا من تحسين الاداء الاقتصادي والاجتماعي لعينة من قطاع السياحة العراقي تعزز من دوره في التنمية الاقتصادية المستدامة وتحسين نوعية الحياة .

2- **مشكلة البحث :** أصبحت السياحة في المستوى العالمي أحد المرتكزات الأساسية للاقتصاد الوطني ، وأكدت بعض الدراسات التي تم عرضها في الجانب النظري إلى ضرورة الاهتمام بالقوى والعناصر المشاركة في صناعة السياحة ، والمناطق التي ينطلق منها السائح ، والمتطلبات التي تسهم في نجاح برامج السياحة ، فضلا عن أن المنظمات ووكالات السياحة العراقية لا زالت تنقصر إلى تخطيط سياحي مبرمج ومنظم ، لذا تحددت المشكلة في افتقار إدارة القطاع السياحي في العراق إلى التنظيم والتوجيه وما يترتب عليه من تشتت في الجهود ، و صعوبة في اكتساب الفرصة ، وهذا يكشف الحاجة إلى الاستراتيجية السياحية المستدامة في تنشيط القطاع السياحي وتركيز جهوده ،باتجاه تعزيز الاقتصاد الوطني وتحسين نوعية الحياة .

- 3- تساؤلات البحث : وفقا لأهداف البحث ومشكلته فان البحث يثير عدد من الاسئلة الآتية :
- أ- هل يمكن الكشف عن مواقع الضعف التي يعاني منها قطاع السياحة العراقي ؟
- ب- هل يمكن الكشف عن الأسس التي تسهم في تطوير استراتيجية مستدامة لبعض مؤسسات القطاع السياحي العراقي ؟
- ت- هل تنعكس الاستراتيجية السياحية المستدامة على تحسين الاداء الاقتصادي والاجتماعي ؟ .
- 4- اهمية البحث : تجسدت اهمية البحث بالنقاط الآتية :
- أ- مساعدة الإدارات المسؤولة عن مؤسسات السياحة العراقية على معرفة مبادئ التخطيط الاستراتيجي وتطوير استراتيجية مستدامة للمؤسسة السياحية .
- ب- التوجيه نحو الآليات التي تحسن من أداء المؤسسة السياحية والملاك العامل فيها من إداريين وموظفين وعمال.
- ت- حث الباحثين والدارسين على تطوير الدراسات ذات الطبيعة العلمية والتطبيقية التي تسهم في تحسين أداء قطاع السياحة بشقيه الاقتصادي والاجتماعي .
- ث- الكشف عن المردودات الايجابية لقطاع السياحة اقتصاديا واجتماعيا .
- 5- النموذج الفرضي للبحث: يتأسس نموذج البحث والاختبار على بعدين رئيسيين ، البعد المستقل (الاستراتيجية المستدامة للسياحة وتم قياسه بكل من :المنظور الاستراتيجي ، التسويق السياحي ، الموارد البشرية ، البنى التحتية ، والعلامة) ، والبعد المعتمد (الاداء الاقتصادي والاداء الاجتماعي) ، وكما موضح في الشكل (1) .



شكل (1) : انموذج البحث الفرضي

- 6- فرضيات البحث : في ضوء المشكلة والنموذج تم تطوير الفرضيتين الآتيتين :
- الفرضية الرئيسية الأولى : يتوقع ظهور علاقة ذات دلالة معنوية احصائية للبعد المستقل الاستراتيجية المستدامة للسياحة مع البعد المعتمد الاداء الاقتصادي والاجتماعي .

الفرضية الرئيسية الثانية : لا يوجد تباين ذي دلالة معنوية احصائية بين البعد المعتمد الأداء الاقتصادي والاجتماعي والمتغيرات الرئيسة للبعد المستقل الاستراتيجية السياحية المستدامة .

الفرضية الفرعية 1 : لا يوجد تباين ذي دلالة معنوية احصائية بين البعد المعتمد الأداء الاقتصادي والمتغيرات الرئيسة للبعد المستقل الاستراتيجية السياحية المستدامة .

الفرضية الفرعية 2 : لا يوجد تباين ذي دلالة معنوية احصائية بين البعد المعتمد الأداء الاجتماعي والمتغيرات الرئيسة للبعد المستقل الاستراتيجية السياحية المستدامة ..

7- طريقة البحث : اتبع البحث في طريقة دراسته تكامل المنهجين الاستنباطي و الاستنتاجي ، حيث العرض والمناقشة والاستنتاج في الجانب النظري ، والتحليل الميداني المساند بالأساليب الإحصائية في الجانب العملي من الدراسة ، ولأن البحث يحاول تطوير استراتيجية مستدامة تصلح لقيادة مؤسسات القطاع السياحي الدينية والتراثية والترفيهية ، واختبار مستوى انعكاسها على الجوانب الاقتصادية والاجتماعية محليا ووطنيا ، لذا كان اللجوء إلى قائمة الفحص لتقدير إمكانية تطوير الاستراتيجية والكشف عن أداءها الاقتصادي والاجتماعي ، (قائمة الفحص المرفق 1) . تم مساندة التحليل ببعض الاساليب الاحصائية الملائمة والتي سيتم التعرف عليها في الجانب الميداني من البحث . والجدول (2) يعرض متغيرات البحث الرئيسة والفرعية ومصادر القياس .

جدول (2) : متغيرات البحث ومصادر القياس

البعد	المتغير	عدد الفقرات	مصدر القياس
المستقل : استراتيجية السياحة المستدامة			
	المنظور الاستراتيجي	4	(Sulistiyadi:2017,etl)
	التسويق السياحي	4	(Reutlinger,2012)
	الموارد البشرية	4	(kisi,2019)
	البنى التحتية	4	(هماش ،واخرون 2016)
	العلامة التجارية	4	
البعد المعتمد : الابعاد الاقتصادية والاجتماعية			
	الاداء الاقتصادي	4	(المالك : 2009)
	الاداء الاجتماعي	4	(المالك : 2016)

المصدر : من اعداد الباحثان

8- عينة البحث : تماشيا مع عمومية المجال تم اختيار عينة مقصودة من المهنيين الممارسين في مجال السياحة وحسب ما موضح في الجدول (2) الذي يبين خصائص العينة من ناحية المؤهل العلمي ومجال الممارسة .

جدول (3) وصف عينة البحث

التحصيل العلمي	دكتوراه	ماجستير	دبلوم عالي	بكالوريوس	دبلوم	المجموع
	3	9	1	21	9	43
مجالات الممارسة	مجلس محافظة	دائرة السياحة	الفنادق السياحية	الوكالات السياحية	الاكاديميون	منظمات المجتمع المدني
	3	10	15	7	5	3
المجموع						43

ثانيا : بعض الدراسات السابقة :

1- دراسة (Nermin kisi:2019) :

(A Strategic Approach to Sustainable Tourism Development Using the A'WOT Hybrid Method: A Case Study of Zonguldak, Turkey)

هدفت دراسة (المدخل الاستراتيجي لتنمية السياحة المستدامة باستخدام A'WOT للتحليل الهرمي - دراسة حالة في منطقة زونكولاند بتركيا) الى تشخيص المدخل الاستراتيجي لصياغة السياحة المستدامة في المواقع السياحية ولتحقيق هذا الغرض تم توظيف طريقة التحليل الهرمي لمصفوفة SWOT من اجل تشخيص العوامل الاكثر اهمية وفعالية في الاستراتيجية التي تصوغ السياحة المستدامة وتم اختيار احدى المناطق في جنوب غرب تركيا Zonguldak مكانا للحالة الدراسية وبعد اجراء التحليل لمصفوفة سوات لكل عناصر الاستراتيجية من فرص وتهديدات وعوامل ضعف وقوة الاكثر العناصر الحرجة والمهمة ، وانتهت الدراسة الى ان كلا من التسويق السياحي والمنتج السياحي والبنى التحتية والزائر المستدام وتنوع المنتج السياحي وادارة المقاصد تعتبر عوامل مهمة وحرجة في صياغة استراتيجية للسياحة المستدامة .

2- دراسة (Sulistyadi,2017: et al) :

(Model of Sustainable Tourism Development Strategy of the Thousand (Islands Tourism Area – Jakarta) .

هدفت دراسة (نموذج لاستراتيجية التنمية السياحية المستدامة في منطقة جزر الألف السياحية - جاكرتا) الى تصميم نموذج لاستراتيجية التنمية السياحية المستدامة في الجزر الصغيرة للمناطق السياحية في البلدان النامية بحيث يمكن القضاء على المشاكل والتهديدات البيئية التي تهدد استدامة الموارد السياحية والتهديدات التي يتعرض لها النمو الاقتصادي للمجتمعات المحلية ، واستخدم المنهج الوصفي في استعراض مغيرات البحث من خلال استخدام مصفوفة سوات لتحديد العناصر الاكثر وزنا في مصفوفة سوات ، بالتركيز على التخطيط الاستراتيجي للسياحة المستدامة مع ضرورة تحديد البرامج والادوات الساندة لتنفيذ التخطيط الاستراتيجي ، خلص البحث الى مجموعة من النتائج لصياغة استراتيجية التنمية السياحية المستدامة .

3- دراسة (هماش واخرون ، 2016) : (السياحة المستدامة كاستراتيجية لتنمية السياحة الصحراوية بالجزائر)

هدفت الدراسة الى تحديد اطار استراتيجي للسياحة المستدامة من خلال استخدام المنهج الوصفي الذي يستعرض متغيرات البحث الرئيسة وهي كل من استراتيجية التنمية المستدامة والسياحة من خلال التحليل والعرض والمناقشة ، وقد توصلت الدراسة الى عدة نتائج مهمة الى ضرورة دعم واسناد السياحة المستدامة باطار استراتيجي واضح يستند الى تطوير الموارد البشرية والبنى التحتية والمحافظة على البيئة فضلا عن الاخذ بنظر الاعتبار الابعاد الاقتصادية والاجتماعية لاستراتيجية السياحة المستدامة .

المحور الثالث : الجانب الميداني

أولاً : عرض وتحليل البيانات :

1- وصف المتغيرات : أي تقدير أهمية أي منها من وجهة نظر أفراد العينة من خلال استخدام اساليب الاحصاء الوصفي .

جدول (4) وصف المتغيرات

المتغير ورمزه	الوسط الحسابي	الوسط	الانحراف المعياري	الخطأ المعياري	الوسط الفرضي
V 29 المنظور الاستراتيجي (الرؤية ، الرسالة ، الاهداف الاستراتيجية ، الاسواق المستهدفة)	3.407	3.5	1.52	0.23	3
V30 النشاط التسويقي (الاسواق المميزة ، النشاطات الترويجية ، جودة الخدمة السياحية ، رضا السائح)	3.56	4.5	1.43	0.22	3
V31 الموارد البشرية (المعرفة والتعلم ، الخبرة والمهارة ، القيم والأخلاقيات ، المجتمع المحلي)	3.50	4	1.32	0.21	3
V32 البنى التحتية (المرافق السياحية : الإيواء والإطعام ، المواقع السياحية : الترفيهية والترفيهية ، خدمات النقل والاتصال ، الخدمة في الموقع السياحي)	3.44	3.5	1.56	0.24	3
V33 العلامة (فرص تعزيز العلامة ، التوكيد على العلامة ، التوسع في استخدام العلامة ، ربط العلامة بالنشاطات الترويجية)	3.23	3.00	1.46	0.23	3
V34 الاستراتيجية السياحية المستدامة	4.28	4.6	1.81	0.27	3
V35 الاداء الاقتصادي (الاستثمار في فرص السياحة ، التوسع في المرافق والوكالات السياحية ، تصاعد إيراد السياحة ، التحسن في المستوى الاقتصادي للمجتمع)	3.54	3.5	1.08	0.16	3
V36 الاداء الاجتماعي (القيم ، الموثيق والعقود ، احترام الزائر والعناية بالزبون ، القيم العقائدية والتراثية)	4.45	5.00	1.06	0.16	3
V37 الادائين الاقتصادي والاجتماعي	4.00	4.2	1.01	0.15	3

المصدر : من اعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

اتضح من الجدول (4) المتضمن نتائج وصف متغيرات البحث ما يأتي :

- أ- تراوحت قيم الوسط الحسابي لمتغيرات النموذج بين (3.23 - 4.45) وهي جميعا أعلى من الوسط الفرضي (3) .
- ب- تراوحت قيم الوسيط لمتغيرات النموذج بين (3-5) وهي مقارنة لقيم الوسط الحسابي مشيرة إلى قدرة الوسط على قياس النزعة المركزية للنموذج .
- ت- تراوحت قيم الانحراف المعياري لمتغيرات النموذج بين (1.01 - 1.81) وهي صغيرة مقارنة بتباين المقياس (2) ، مشيرة إلى تجانس آراء أفراد العينة .
- ث- تراوحت قيم الخطأ المعياري لمتغيرات النموذج بين (0.15 - 0.27) وهي جميعا نسب صغيرة مشيرة إلى صدق نتائج القياس .
- ج- أشارت النتائج المتعلقة بالمتغيرات الرئيسة للبعد المستقل والموضحة في الجدول (3) أهمية عالية لمكونات الاستراتيجية المستدامة لقطاع السياحة العراقي ، وضرورة وضعها بعين الاعتبار عند التخطيط لتوجهات السياحة بعيدة المدى .
- ح- وأشارت النتائج المتعلقة بالأداء المترتبة على العمل وفقا لاستراتيجية السياحة المستدامة والموضحة في أعلاه ، على توقع عالي بتحقيق هذه الأبعاد وخاصة الأداء الاجتماعي منها .
- خ- وأكدت القيم العالية لبعد استراتيجية السياحة المستدامة والبعد الاجتماعي الاقتصادي إلى أهمية استراتيجية السياحة المستدامة على الجوانب الاقتصادية والاجتماعية للبلد .
- النتيجة (1) أهمية تطوير استراتيجية مستدامة لقطاع السياحي ومؤسساته تسهم في مساندة القطاع الاقتصادي والاجتماعي للبلد .**

3 - علاقات الارتباط

جدول (5) علاقات الارتباط بين المتغيرات الرئيسة المستقلة والمعتمدة

البعد / المتغير الرئيس	الاداء الاقتصادي V35	الاداء الاجتماعي V36	البعد المعتمد V 37
V 29 المنظور الاستراتيجي	0.956**	0.824**	0.964**
V 30 النشاط التسويقي	0.941**	0.827**	0.948**
V 31 الموارد البشرية	0.944**	0.821**	0.951**
V 32 البنى التحتية	0.911**	0.805**	0.918**
V 33 العلامة	0.918**	0.830**	0.924**
V 34 البعد المستقل	0.960**	0.812**	0.967**

المصدر : من اعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات برنامج spss

اتضح من الجدول (5) المتضمن علاقات الارتباط ما يأتي :

أ- تراوحت قيم علاقات الارتباط لجميع أبعاد ومتغيرات النموذج بين (0.812 - 0.964) ، وهي جميعاً بمستوى معنوية (0.01) ، مشيرة إلى ظهور علاقات ارتباط ايجابية و قوية جدا ومعنوية بين الابعاد والمتغيرات المستقلة والمعتمدة لنموذج الاختبار .

ب- أظهرت المتغيرات المستقلة (المنظور الاستراتيجي ، النشاط التسويقي ، الموارد البشرية ، البنى التحتية ، العلامة) علاقات ارتباط ايجابية ومعنوية وقوية جدا مع (البعد المعتمد ومتغيره الرئيسيين الاقتصادي والاجتماعي) .فضلا عن علاقة الارتباط الايجابية والمعنوية والقوية جدا بين البعد المستقل الاستراتيجي السياحية المستدامة و البعد المعتمد بمتغيره الاجتماعي والاقتصادي .

ت- وهذا يعني الانعكاس الايجابي والقوي لاستراتيجية السياحة المستدامة على المردودات الاقتصادية والاجتماعية المتوقعة للسياحة .

ث- كما تؤكد علاقة الارتباط المعنوية بين استراتيجية السياحة المستدامة ومتغيراتها الرئيسة مع الأداء الاقتصادي والاجتماعي للاستراتيجية نفسها على قبول فرضية العلاقة التي مفادها (يتوقع ظهور علاقة ذات دلالة معنوية احصائية للبعد المستقل الاستراتيجي المستدامة للسياحة والبعد المعتمد الابعاد الاقتصادية والاجتماعية) .

النتيجة (2) : قدرة الاستراتيجية السياحية المستدامة على تحديد الاتجاه الإيجابي لكل من الاداء الاقتصادي والاجتماعي.

4 - اختبار الفرضيات : يستخدم في اختبار الفرضيات للإحصاء غير المعلمي للعينة المفردة اختبار تحليل تباين القيم الرتبية ذي الطريقتين لفريدمان (Jack Levin) (Friedman,1977:184) .
الفرضية الفرعية 1 : لا يوجد تباين ذي دلالة معنوية احصائية بين المتغير المعتمد الأداء الاقتصادي والمتغيرات المستقلة .

أظهرت نتائج اختبار (فرايدمان للتحليل ذي الطريقتين) الموضحة في الشكل أدناه ، وجود تباين ذي دلالة معنوية احصائية بين المتغير المعتمد والمتغيرات المستقلة ، مما يعني رفض فرضية العدم وقبول الفرضية البديلة التي مفادها (يوجد تباين ذي دلالة معنوية احصائية بين المتغير المعتمد والمتغيرات المستقلة) .

جدول (6) اختبار الفرضية الفرعية (1)

الفرضية	الاختبار	المعنوية	القرار
لا يوجد تباين ذي دلالة معنوية احصائية بين المتغير المعتمد الأداء الاقتصادي والمتغيرات المستقلة .	Friedman Tow-way	0.000	رفض الفرضية

من اعداد الباحثان على وفق مخرجات البرنامج الاحصائي

الفرضية الفرعية 2 : لا يوجد تباين ذي دلالة معنوية احصائية بين المتغير المعتمد الأداء الاجتماعي والمتغيرات المستقلة .

أظهرت نتائج اختبار (فرايدمان للتحليل ذي الطريقتين) الموضحة في الشكل أدناه ، وجود تباين ذي دلالة معنوية احصائية بين المتغير المعتمد الأداء الاجتماعي والمتغيرات المستقلة ، مما يعني رفض فرضية العدم وقبول الفرضية البديلة التي مفادها (يوجد تباين ذي دلالة معنوية احصائية بين المتغير المعتمد الأداء الاجتماعي والمتغيرات المستقلة للاستراتيجية المستدامة للسياحة) .

جدول (7) : اختبار الفرضية الفرعية 2

الفرضية	الاختبار	المعنوية	القرار
لا يوجد تباين ذي دلالة معنوية احصائية بين المتغير المعتمد الأداء الاجتماعي والمتغيرات المستقلة .	Friedman Tow-way	0.000	رفض الفرضية

من اعداد الباحثان على وفق مخرجات البرنامج الاحصائي

النتيجة (3) : التأثير المعنوي لاستراتيجية السياحة المستدامة في الأدائين الاقتصادي والاجتماعي كلا على حدا .

الفرضية الرئيسة 2 : لا يوجد تباين ذي دلالة معنوية احصائية بين البعد المعتمد الأداء الاقتصادي والاجتماعي والمتغيرات المستقلة . أظهرت نتائج اختبار (فرايد مان للتحليل ذي الطريقتين) الموضحة في الشكل أدناه ، وجود تباين ذي دلالة معنوية احصائية بين البعد المعتمد والمتغيرات المستقلة الرئيسة ، مما يعني رفض فرضية العدم وقبول الفرضية البديلة الرئيسة التي مفادها (يوجد تباين ذي دلالة معنوية احصائية بين البعد المعتمد الأداء الاقتصادي والاجتماعي ، والمتغيرات المستقلة) .

الفرضية	الاختبار	المعنوية	القرار
لا يوجد تباين ذي دلالة معنوية احصائية بين المتغير المعتمد الأداء الاقتصادي والاجتماعي والمتغيرات المستقلة .	Friedman Tow-way	0.000	رفض الفرضية

جدول (8) : اختبار الفرضية الرئيسة 2

من اعداد الباحثان على وفق مخرجات البرنامج الاحصائي

النتيجة (4) : التأثير المعنوي لاستراتيجية السياحة المستدامة في الأدائين الاقتصادي والاجتماعي منفردين و مجتمعين

5- اختبار علاقات التأثير : قياس مستوى تأثير البعد المعتمد الرئيس في المتغيرات المستقلة الرئيسة (29 ، 30 ، 31 ، 32 ، 33) . باستخدام طريقة تحليل الانحدار المتعدد . اتضح من نتائج تحليل الانحدار المتعدد أدناه والمتضمنة خلاصة النموذج ما يأتي :

أ- بلغت قيمة علاقة الارتباط بين البعد المعتمد (الادائين الاقتصادي والاجتماعي للاستراتيجية و الابعاد المستقلة مجتمعة 0.949) مشيرة إلى قوة العلاقة وإيجابيتها بين النتائج الاقتصادية والاجتماعية و الاستراتيجية المستدامة للسياحة .

ب- بلغت قيمة معامل التحديد ($R^2 = 0.901$) أي 90% ، وهذا يعني أن الاستراتيجية المستدامة للسياحة تفسر ما قيمته (90%) من التغير في البعد المعتمد ، مؤكدة التأثير القوي جدا لاستراتيجية السياحة في تحقيق الابعاد الاقتصادية والاجتماعية محليا ووطنيا .

جدول (9) : نموذج تحليل الانحدار المتعدد لمتغيرات البحث

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.949 ^a	.901	.888	.33864

a. Predictors: (Constant), var34, var31, var32, var30, var33

النتيجة (5) : قدرة الاستراتيجية المستدامة للسياحة على تحقيق تغيير إيجابي عالي في أداء السياحة الاقتصادية والاجتماعي

المحور الرابع : الاستنتاجات والتوصيات

أولاً : الاستنتاجات :

- اظهرت نتائج التحليل الميداني والعرض النظري لمتغيرات البحث فضلا عن المقابلات المتخصصة مع بعض المختصين العاملين في القطاع السياحي في مدينة البصرة ما يأتي :
- 1- ضعف موقع التنمية السياحية في خطط التنمية مما يقلل وباستمرار من أهميتها في اطار تواضع التخصيصات المالية المخصصة للسياحة مما يعكس قلة المشاريع المنجزة او المخطط لها وضعف اداء السياسات العامة في تبني استراتيجية واضحة المعالم للسياحة.
 - 2- تواضع وقلة المؤسسات التعليمية وضعف مستوى التأهيل والتدريب لدى نسبة عالية من العاملين وقصور برامج التدريب السياحي والفندقي للنهوض بمستوى الخدمات والتسهيلات السياحية التي تتطلب قوى عمل مؤهلة.
 - 3- انخفاض وتدني مستوى النظافة العامة في المدن والمناطق السياحية الأثرية وعدم كفاية كل من المرافق العامة ونظام معالجة القمامة في اطار انخفاض الوعي السياحي.
 - 4- حاجة القطاع السياحي العراقي بكل مؤسساته إلى منظور استراتيجي شامل يوحد ويوجه النشاطات السياحية المتنوعة للقطاع السياحي ، ويركز على متطلبات الجذب السياحي .
 - 5- يتطلب بناء الاستراتيجية المستدامة للسياحة تحقيق التكامل بين العوامل الاقتصادية والاجتماعية والبيئية ذات الصلة بالقطاع .
 - 6- تسهم الاستراتيجية السياحية المستدامة في تحسين الجوانب الاقتصادية محليا ووطنيا وخاصة في البلدان التي لديها مواقع سياحية دينية وتراثية وترفيهية مثل العراق .

- 7- اهتمام متقارب من قبل أفراد العينة بكل الأبعاد والمتغيرات الرئيسة لنموذج الاختبار (الاستراتيجية السياحية المستدامة والأداء الاقتصادي والاجتماعي للسياحة) .
- 8- قدرة الاستراتيجية السياحية المستدامة على تحديد الاتجاه الايجابي للأدائي السياحة (الاقتصادي والاجتماعي).
- 9- التأثير المعنوي والقوي نسبيا لاستراتيجية السياحة المستدامة في الأدائين الاقتصادي والاجتماعي منفردين ومجتمعين .
- 10- قدرة الاستراتيجية السياحية المستدامة على تحقيق تغيير إيجابي وعالي في الأداء الاقتصادي والاجتماعي .

ثانيا : التوصيات :

التوصية الاولى :الربط بين القدرات الاستراتيجية للسياحة و أهدافها الاستراتيجية من خلال :-

- 1- تطوير منظور استراتيجي للسياحة بالاعتماد على الخطط الاستراتيجية للقطاعات والوكالات السياحية في المستوى العالمي .
- 2- أن يحقق المنظور التكامل بين أبعاد الاستراتيجية الحالية والمستقبلية .
- 3- ان يكون هناك تكامل والحركية بين العناصر الأساسية للاستدامة ، العوامل (الاقتصادية والاجتماعي والبيئية) .
- 4- أن يكون التركيز على القدرات السياحة الأكثر تأثيرا في فاعلية الاستراتيجية السياحية .

التوصية الثانية :تطوير وتعزيز آليات الجذب السياحي من خلال :

- 1- كشف وتحديد مصادر تزويد قطاع السياحة العراقي ومؤسساته بالسائحين والزائرين في المستويين الاقليمي والدولي . ونوع هذه المصادر (وكالات ، منظمات ، قطاع عام) .
- 2- تحديد وتفعيل القنوات الإعلامية والترويجية الأكثر تأثيرا في عقول ومشاعر السائحين أو الزائرين في المصادر أعلاه .
- 3- توظيف التدريب السياحي كعنصر أساسي من عناصر التنمية السياحية ويقضي ذلك التوسع في إنشاء مراكز التدريب السياحي والفندقي لرفع مستوى الخدمات السياحية.
- 4- تزويد الزائرين ومصادر التجهيز السياحي بكتيبات تعريفية توضح قيمة المواقع السياحية الدينية والتراثية والترفيهية ، عقائديا واجتماعيا ونفسيا ، ومعانيها التاريخية والحضارية .
- 5- تحديد الجهات المسؤولة عن حماية البيئة الطبيعية وتنمية مواردها وذلك من خلال التنسيق بين وزارة السياحة ووزارة البيئة للحفاظ على الموروث الحضاري (من اثار ومتاحف ومواقع سياحية اثرية ودينية)، لما تشكله الطبيعة من اهمية باعتبارها احد عناصر البيئة ووجوب حمايتها وتنميتها.

التوصية الثالثة :التوكيد على جودة الخدمة السياحية من الجانبين المادي والاجتماعي من خلال :

- 1- تحديد مرافق الإيواء والإطعام والمراقبة الدورية لمستوى جودة أداءها
- 2- إصدار دليل بعنوان (دليل الزائر) يسترشد به الزائر أو السائح طيلة مدة زيارته .

3- إصدار تعليمات لكل العاملين في قطاع السياحة تعلمهم وتلزمهم على ممارسة السلوك اللائق في تعاملهم مع الزائرين والسائحين .

4- التوصية الرابعة متابعة نظافة ومستوى جودة الخدمة المقدمة في الموقع السياحي .

التوصية الرابعة: تحسين أداء إدارة المؤسسة السياحية والعاملين فيها من خلال :

1- إدخال الإدارات بمستوياتها المختلفة في دورات سياحية عالية التخصص لتطوير معارفهم وتوسيع منظورهم حول السياحة .

2- المراجعة والتقييم الدوريين لأداء الإدارات السياحية ، وتزويدهم بنتائج التقييم من أجل تحسين خبراتهم وتطويرها .

3- العمل على نشر الوعي الثقافي لدى المواطنين بأهمية السياحة واستخدام الاعلام السياحي كأحد المصادر الرئيسية في ذلك، فضلا عن العمل على تحسين الصورة عن السياحة لدى الأجانب بحملة توعية وتنقيف شاملة تتصف بالعلمية بأهمية المواقع الأثرية بما يعكس حضارة وعمقه التاريخي.

4- وضع برنامج للمتابعة والتوجيه الميداني المباشر من أجل ضبط سلوك العاملين وتعاملهم المباشر مع الزائرين والسائحين .

5- الاستعانة بمكتب متخصص بالتخطيط الاستراتيجي أو لجنة متخصصة من الأكاديميين والمهنيين لوضع استراتيجية مستدامة للقطاع السياحي العراقي أو أي من مؤسساته .

المصادر:

أولا : البحوث العربية :

- 1- معتوق ، محمد عمار ، الابعاد الاقتصادية لإدارة النشاط السياحي ، ورقة بحثية بعنوان الاهمية الاقتصادية للسياحة المنظم من قبل جامعة دمشق، 2016 .
- 2- المالك ، عبدالرضا ناصر ، دور نظامي التصنيع الرشيق والخفيف في استدامة الادائين البيئي والاجتماعي من خلال التأثير التفاعلي استراتيجيية المسؤولية الاجتماعية ، اطروحة دكتوراه غير منشورة ، كلية الادارة والاقتصاد جامعة البصرة ، 2016 .
- 3- المالك ، عبدالرضا ناصر ، ابعاد استراتيجيية المسؤولية الاجتماعية الشاملة ودورها في الاداء الاستراتيجي لتحقيق الميزة التنافسيية المستدامة ، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة بغداد كلية الادارة والاقتصاد ، 2009
- 4- هماش ،مساعد ، واخرون ، السياحة المستدامة كاستراتيجيية لتنمية السياحة الصحراويية بالجزائر ، International journal of planning ,urban and sustainable development ,vol 3 ,issue 2 ,2016

ثانيا :المواقع الالكترونية والتقارير العربية

- 1- الكردي ، احمد السيد ، استراتيجيية التنمية السياحيية المستدامة ، 2010
- 2- الرماني ، زيد بن محمد ، السياحة المستدامة ، 2010
- 3- مركز الدراسات العمانيية ، دراسة الابعاد الاجتماعية والاقتصاديية للتنمية السياحيية في الجبل الأخضر ، 2014 .

ثالثا: المصادر الاجنبية:

The Foreign Research:

- 1- Eugenio Yunis,Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations , Copyright © 2004 World Tourism Organization Calle Capitán Haya, 42 28020 Madrid, Spain.
- 2- Friedman, Yoram, A model for the determination of optimal interfering times , Naval Research Logistics Quarterly , Volume24, Issue September 1977.

- a. Sadiki , Fouad A ;Sustainable tourism marketing strategy at UNICCO World Heritage Sites ; 2012
- 3- Ki,si , Nermin A Strategic Approach to Sustainable Tourism Development Using the A'WOT Hybrid Method: A Case Study of Zonguldak, Turkey, 2019, 11, 964 .
- 4- Reutlinger, Janina , SUSTAINABLE MARKETING The Importance of Being a Sustainable Business , LAHTI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES Degree Programme in International Business thesis Autumn 2012.
- 5- RIEDER , LUDWIG G , Strategic Tourism Planning for Sustainable Destinations and. th UNWTO Executive Training Program, Bhutan 25th - 28th June 2012.
- 6- Sulistyadi1 , Yohanes ,et al, Model of Sustainable Tourism Development Strategy of the Thousand Islands Tourism Area – Jakarta , , Journal of Economics, Management and Trade19(1): 1-17, 2017.

The Foreign Websites And Reports:

- 1- Responsible tourism marketing BLOG ; Tourism marketing strategic approach;2011 .(xavierfont.wordpress.com/2011)
- 2- Cairngorms ; A strategy and action plan for sustainable tourism ; 2005.
- 3- ASEAN ; Tourism Marketing Strategy : 2012-2015 .

ملحق رقم 1 قائمة فحص

أولا : المعلومات الشخصية : التحصيل العلمي : مدة الخدمة :

مجال العمل	مجلس محافظة	دائرة السياحة	فندق سياحي	وكالة سياحية	اكاديمي	منظمة مجتمع مدني	غير ذلك
------------	-------------	---------------	------------	--------------	---------	------------------	---------

ثانيا : متغيرات البحث :

لا	نسبيا	نعم	الفقرات أو الأسئلة	البعد / المتغير
			البعد المستقل : الاستراتيجية المستدامة للسياحة : الاطار الذي ينظم ويوجه الجهود الكلية لقطاع السياحة حاضرا ومستقبلا	
			أولا : المنظور الاستراتيجي	
			1 - الرؤية	لدى منظمتي السياحية تصور بعيد المدى لمستقبلها السياحي
			2 - الرسالة	تلتزم منظمتي السياحية بتقديم أفضل خدمة للزائرين والسائحين
			3 - الأهداف الاستراتيجية	تؤكد منظمتي رسميا على الاحتفاظ بتوافر خدماتها السياحية بالجودة والسعر والاستجابة التي يرغبها الزائر أو السائح .
			4 - الاسواق المستهدفة	تحدد منظمتي السياحية وتدرس بعمق مصادر إمدادها بالزائرين والسائحين .
			ثانيا : التسويق السياحي	
			5 - الأسواق المميزة	تهتم منظمتي بالمجالات البيئية الملائمة لتسويق الخدمة السياحية
			6 - النشاطات الترويجية	تسعى منظمتي إلى تعزيز جودة خدماتها السياحية لدى جمهور المناطق التي تهتم كثيرا بالسياحة
			7 - جودة الخدمة السياحية	تهتم منظمتي بإجراءات التحسين المستمر لجودة خدماتها السياحية
			8 - رضا السائح (الزائر)	تحدد منظمتي خدماتها وفقا لاستطلاع مسبق لرغبات الزائرين (السائحين)
			ثالثا : الموارد البشرية	
			9 - المعرفة والتعلم	تعمل منظمتي على اشغال الوظائف الإدارية وفقا لمستوى المعرفة المتخصصة في مجال السياحة
			10 - الخبرة والمهارة	تعمل منظمتي على إحقاق العاملين من ذوي الخبرة في دورات مهنية تخصصية عالية المستوى
			11 - القيم والأخلاقيات	تضع منظمتي الضوابط والتعليمات التي تضمن التزام العاملين جميعا بالسلوك الأخلاقي اللائق عند التعامل مع الزائرين
			12 - المجتمع المحلي	تهتم منظمتي بمساندة برامج تحسين السلوك اللائق للمجتمع المحلي مع الزائرين
			رابعا : البنى التحتية	
			13 - المرافق السياحية (الإيواء والإطعام)	تهتم منظمتي ببرامج التوسع وتحسين جودة الخدمة في مرافقها السياحية
			14 - المواقع السياحية (التراثية والترفيهية)	تهتم منظمتي كثيرا في صيانة وتجديد المواقع السياحية
			15 - خدمات النقل والاتصال	تعمل منظمتي على توفير وسائل النقل ونظم الاتصال المريحة وسهلة الاستخدام من قبل الزائرين
			16 - الخدمة في الموقع السياحي	تعمل منظمتي بجدية على توفير الخدمات الأساسية للزائر في الموقع السياحي

			الرمز أو السعار الذي يعرف بالمؤسسة أو الوكالة السياحية	خامسا : العلامة
			البحث عن الوسائل التسويقية التي ترسخ علامة المؤسسة السياحية وتميزها عند الزائرين	17 - فرص تعزيز العلامة
			تسعى منظمتي السياحية على أن تكون علامتها بارزة وواضحة في كل نشاطاته وخدماتها السياحية	18 - التوكيد على العلامة
			تضع منظمتي السياحية علامتها في كل مجالات عملها ذات الصلة بالعملية السياحية	19 - التوسع في استخدام العلامة
			تتصدر علامة منظمتي السياحية كل عناوين وفقرات برامجها الترويجية	20 - ربط العلامة بالنشاطات الترويجية
			النواتج الاقتصادية والاجتماعية المتوقعة من تطبيق الاستراتيجية السياحية المستدامة	البعد المعتمد : الأبعاد الاقتصادية والاجتماعية
			النواتج الاقتصادية المتوقعة في مستوى المنظمة السياحية والمحافظه والبلد	سادسا : الاداء الاقتصادي
			تضع منظمتي خطط استراتيجية لكشف وتعزيز الاستثمار في الفرص السياحية المتاحة	21 - الاستثمار في فرص السياحة
			تسعى منظمتي على إنشاء وتأسيس مرافق ووكالات سياحية باستمرار	22 - التوسع في المرافق ووكالات السياحة
			تشير السجلات المحاسبية في منظمتي السياحية إلى التصاعد في إيراداتها للسنوات الخمسة الماضية	23 - تصاعد الإيرادات من السياحة
			تشير الاستطلاعات إلى تحسن واضح في نوعية الحياة للمجتمع المحلي لمنظمتي السياحية للسنوات الخمس الماضية	24 - التحسن في المستوى الاقتصادي للمجتمع المحلي
			تنمية الالتزام الأخلاقي و القيمي عند المجتمع المحلي	سابعا : الاداء الاجتماعي
			وضوح التزام العاملين والمجتمع المحلي بالقيم والتقاليد الأصيلة عند التعامل مع الزائرين	25 - القيم
			صدق التزام منظمتي السياحية بمضامين مواثيق السياحة والعقود مع الزائرين أفراد وهيئات	26 - المواثيق والعقود
			تعقد منظمتي السياحية باستمرار لقاءات وندوات لتعريف المجتمع المحلي بالتعامل اللائق مع الزائرين والسائحين	27 - احترام الزائر والعناية بالزبون
			تعمل منظمتي السياحية على تعزيز المعاني والقيم المقدسة للمواقع التراثية والدينية منها بشكل خاص لدى السائحين والزائرين	28 - القيم العقائدية والتراثية