

رؤية استراتيجية معاصرة للتنمية السياحية الأثرية المستدامة (دراسة استطلاعية)

أ. د. فاضل محمد حسين

وكيل الوزارة للشؤون الثقافية / وزارة الثقافة والسياحة والآثار

يهدف البحث إلى تحديد التحديات التي تواجه قطاع السياحة الأثرية، ورصد العوامل المؤثرة على نجاح التنمية السياحية الأثرية المستدامة، واقتراح استراتيجيات مناسبة لتحقيق هذه الرؤية، والتعرف على أفضل الممارسات في إدارة المواقع الأثرية وتطوير السياحة، ويعد هذا البحث من البحوث الوصفية التي استخدم فيها الباحث المنهج المسحي عن طريق توزيع استمارة الاستبانة على مجتمع البحث المتمثل في المديرين العامين ورؤساء الأقسام العاملين في وزارة الثقافة والسياحة والآثار وتحديداً هيئتي السياحة والآثار والبالغ عددهم (44) فرداً، إذ استخدم الباحث أسلوب الحصر الشامل وتم اعتماد (42) استبانة منها، وتوصل البحث إلى أهمية صياغة استراتيجية بعيدة بستان تنمية السياحة الأثرية المستدامة من خلال تطوير الاستثمار فيها.

الكلمات المفتاحية: الرؤية الاستراتيجية، التنمية المستدامة للسياحة الأثرية.

Contemporary Strategic Vision for Developing Sustainable Archaeological Tourism (Exploratory Study)

Prof. Dr. Fadhil Mohammed Hussein

Undersecretary for Cultural Affairs

Ministry of Culture, Tourism, and Antiquities

This Research aims to identify the challenges facing the archaeological tourism sector, trace the factors affecting the success of sustainable archaeological tourism development, propose appropriate strategies to achieve this vision, and identify the best practices in managing archaeological sites and developing tourism. This research is descriptive research in which the researcher used the survey method by distributing a questionnaire to the research community represented by the Directors General and heads of departments working in Ministry of Culture, Tourism and Antiquities, specifically the Tourism and Antiquities Authority, numbering (44) individuals. The researcher used the comprehensive enumeration method and (42) questionnaires were adopted. The research concluded the importance of formulating a long-term strategy for the development of sustainable archaeological tourism by developing investment in it.

Keywords: Strategic vision, sustainable development for archaeological tourism.

القبول

2025/6/4

البراجع

2025/5/18

الاستلام

2025/5/13

المقدمة

تعد السياحة الأثرية نشاطاً حيويًا منتجاً، ذا تأثير إيجابي على مختلف القطاعات الاقتصادية، والاجتماعية، والثقافية، عبر تعزيز معدلات النمو الاقتصادي، وزيادة مستويات الدخل، وتحقيق التنمية المستدامة، وتحفيز استثمارات القطاع الخاص في البنية التحتية، ومنها مرافق الخدمات السياحية في المناطق الأثرية؛ إذ تعد مرتكزا للحفاظ على الموروث الثقافي في البلاد، سواء الموروث المادي منه وغير المادي، وتعد السياحة الأثرية فضلا عن أهميتها الاقتصادية، ومردوداتها المادية الوفيرة، فهي بمثابة جسر حضاري يربط بين الشعوب والحضارات، الأمر الذي يدعو للاستثمار بهذا القطاع وصولاً إلى تحقيق التنمية الاقتصادية، وتوفير البنى الارتكازية في المناطق الأثرية لتكون عامل جذب للسياح من داخل العراق وخارجه، ومن ذلك بناء المدن السياحية، وإنشاء الفنادق والمنزهات والبلاجات الساحلية، والمشاريع الأخرى كلها التي تساعد في مد اقتصاد البلد بموارد إنعاش اقتصادي وتنمية اقتصادية مستدامة.

أولاً: إشكالية البحث

تكمّن إشكالية البحث بتحديد الرؤية الاستراتيجية المناسبة لتنمية السياحة الأثرية المستدامة في العراق، فضلاً عن العوامل المؤثرة في نجاح التنمية السياحية الأثرية المستدامة، والممارسات في إدارة المواقع الأثرية وتطويرها سياحياً.

ثانياً: أهمية البحث

تتمثل الأهمية هنا في صياغة استراتيجية سياحية للمواقع الأثرية، وتسويق الوجهة السياحية محلياً وعالمياً، وخلق التوازن بين الأبعاد الثلاثة للتنمية المستدامة الاقتصادية، والاجتماعية، والبيئية، وتعزيز التنمية المستدامة للمناطق التي تحوي على آثار، وتحديد الاستراتيجيات المناسبة لتحقيق أهدافها.

ثالثاً: أهداف البحث

تتلخص أهداف البحث في الكشف عن الرؤية المستقبلية للتنمية السياحية المستدامة في العراق، وتشخيص التحديات التي تواجه قطاع السياحة الأثرية، ورصد العوامل المؤثرة في نجاح التنمية السياحية الأثرية المستدامة، واقتراح استراتيجيات مناسبة، والتعرف على أفضل الممارسات في إدارة المواقع الأثرية وتطويرها.

رابعاً: فرضيات البحث

تتمثل فرضيات البحث فيما يأتي:

الفرضية الأولى: توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية معنوية في إسهام تدريب الموارد البشرية في تقديم حلول لوضع استراتيجيات مستدامة في السياحة، وبين تطوير البنية التحتية السياحية.

الفرضية الثانية: توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية معنوية في قلة بالتخصيصات المالية للمشروعات السياحية الأثرية، وبين ضعف بالاستثمارات الأثرية.

خامساً: منهج البحث وأدواته

يعد البحث من البحوث الوصفية التي تقوم على وصف الظواهر العلمية، وما يحيط بها من ظروف في بيئتها، والمجال العلمي الذي تنتمي إليه، إذ استخدم الباحث المنهج المسحي بوصفه الأكثر ملاءمة في الدراسات الوصفية، وقد لجأ الباحث لاستخدام أدوات متعددة في جمع البيانات، منها الاستبانة، وجمع آراء العاملين في قطاعي السياحة والآثار، وتحليل الوثائق فضلاً عن الملاحظة الميدانية.

سادساً: حدود البحث

1. **الحدود المكانية:** تمثلت الحدود المكانية للبحث في دوائر ومؤسسات وزارة الثقافة والسياحة والآثار، لا سيما هيئتي السياحة والآثار.
2. **الحدود الزمنية:** غطى الجهد الميداني في البحث للمدة الزمنية الممتدة ما بين (2024/10/15 ولغاية 2024/11/15) في الاستبانة وتوزيعها وتحليل نتائجها.

سابعاً: مجتمع البحث

يتمثل المجتمع الحقيقي للبحث في العاملين بوزارة الثقافة والسياحة والآثار، وتحديدًا في هيئتي السياحة والآثار، أما العينة فتمثلت في مجموعة من أفراد هذا المجتمع من قيادات الموظفين ما بين رؤساء هيئات ومديرين عامين، ورؤساء الأقسام، ومسؤولي الشعب في السياحة الأثرية، والعلاقات، والإعلام بالهيئتين، والموظفين باختصاصات فنية متقدمة في السياحة الأثرية، وتألّف مجتمع البحث من (٤٤) فرداً، وقد استخدم الباحث طريقة الحصر الشامل، وجرى توزيع (٤٤) استبانة، وحصل الباحث على (٤٢) استبانة، بنسبة استرداد بلغت (95%).

ثامناً: الصدق والثبات

1. الصدق الظاهري (Face Validity)

من أجل التعرف على صلاحية فقرات استمارة الاستبيان، وقياس الصدق الظاهري له، عرض الباحث استمارة استبيان رؤية استراتيجية معاصرة للتنمية السياحية الأثرية المستدامة على (5) محكمين⁽¹⁾ من المختصين ذوي الخبرة في مجال الإعلام، والاجتماع، والعلوم السياحية والتراثية، والاقتصاد، والآثار والتراث، لإبداء ملاحظاتهم بشأن مدى ملائمة الاستبيان للغرض الذي وضع من أجله، وفي ضوء ما قرره المحكمون تم تعديل بعض الفقرات لتصبح بصورتها النهائية، وحظيت بموافقة الخبراء بنسبة (80%).

2. الثبات (Reliability)

يعد الثبات أحد مؤشرات التحقق من دقة المقياس، واتساق فقراته في قياس ما ينبغي قياسه، والهدف من حساب الثبات هو تقدير أخطاء المقياس واقتراح طرائق تقلل من هذه الأخطاء، إذ إن حساب الثبات من الشروط التي ينبغي أن يتحقق منها الباحث قبل استعمال المقياس لأنه يؤثر درجة الاتساق في نتائج المقياس التي يفترض أن تقيس ما يجب قياسه⁽²⁾، ويمكن التحقق من ثبات استبانة رؤية استراتيجية معاصرة للتنمية السياحية الأثرية المستدامة باستخدام طريقة ألفا كرونباخ، وكانت قيمة الثبات (982) وهو مؤشر يعد جيداً لثبات المقياس.

تاسعاً: تحديد مصطلحات البحث

1. الرؤية الاستراتيجية: التصور الشامل بعيد الأمد، والذي يحدد اتجاه المؤسسات، وأهدافها التي تسعى إلى تحقيقها في المستقبل.

2. التنمية: عملية تحسين الظروف الاقتصادية، والاجتماعية، والثقافية للمؤسسة عبر تعزيز العدالة، وتحسين البنية التحتية، وتعزيز الاستثمارات، والحفاظ على التراث والهوية الثقافية، وتلبية الاحتياجات.

3. التنمية المستدامة: تحقيق التوازن بين النمو الاقتصادي، والحفاظ على البيئة، ورفاهية المجتمع، فضلاً عن تلبية احتياجات الحاضر دون المساس بقدرة الأجيال على تلبية احتياجاتهم.

المبحث الأول: رؤية استراتيجية للنهوض بقطاع السياحة الأثرية أولاً: الرؤية الاستراتيجية والأداء المؤسسي

بيان الرؤية الاستراتيجية وثيقة موجزة تحدد الهدف والموقع المتقدم الذي تطمح إليه المؤسسة، وما تريد تحقيقه في المستقبل المتوسط إلى الأمد البعيد، بينما تمثل الرؤية الاستراتيجية، الخطط الأكثر تطلعا نحو تحديد الاتجاه الذي تصبو إليه المؤسسة⁽³⁾، وتتكون الرؤية الاستراتيجية من ثلاثة عناصر تتمثل⁽⁴⁾ ببيان أسباب وجود المؤسسة، والقيم الرئيسة لها، فضلا عن أهدافها⁽⁵⁾.

عناصر الصياغة الجيدة للرؤية الاستراتيجية الفعالة

إن العناصر المتعلقة بالصياغة الإيجابية عند وضع رؤية استراتيجية، تكمن في⁽⁶⁾: الصورة الخيالية التي من خلالها يتم تصور هيئة المستقبل، والتركيز على مرونة الرؤية، وجهود العاملين وموارد المؤسسة، والعمق المتجذر الذي يصلها بالحاضر، فضلا عن الأسلوب الجماعي للعاملين، وبساطة اللغة الإعلامية، وعامل الجذب والتشويق، أما مؤشرات الأداء للمؤسسة، فتركز على الرسالة، والفلسفة، والحوكمة، والإدارة، والنطاق المؤسسي، والموارد والخدمات لكل مؤسسة⁽⁷⁾. والرسالة ينبغي أن تكون مختصرة وعامة لأنها بمثابة دليل ومرشد عام للتخطيط الاستراتيجي، وتوجد مجموعة من الخصائص الواجب توافرها في الرسالة الجيدة أبرزها⁽⁸⁾، أن تكون الرسالة قابلة للتحقق، وتحمل بيانات حقيقية عن المؤسسة، وتجسد دور المرشد لوضع الاستراتيجيات من قبل الإدارات.

ثانياً: هيئتنا السياحية والآثار في منظور تاريخي

1. هيئة السياحة

بدأت الخطوة الأولى للسياحة بالعراق من لجنة السياحة والصيف بمديرية السكك الحديدية عام (1951) ثم قسم السياحة الصيفية في الوزارة ذاتها عام (1956)، لكن ارتبط هذا القسم بوزارة العمل والشؤون الاجتماعية عام (1960) للعودة والانتماء إلى وزارة الإرشاد في العام (1964) حتى (1977)، لتصبح المؤسسة العامة للسياحة بموجب القانون رقم 49 لسنة (1977) تابعة لوزارة الإعلام.

وفي العام ذاته تحولت لمجلس الوزراء/ مكتب نائب رئيس مجلس الوزراء، قبل أن ترتبط في عام (1982) برئاسة الجمهورية/ ديوان الرئاسة، ثم غيرت اسمها إلى المديرية العامة للسياحة

عام (1987) بينما صدر في عام (1988) القرار 681 في تاريخ 1988/8/2، يقضي بحل المديرية العامة للسياحة وتوزيع أقسامها على الأمانة والبلديات والصناعة والداخلية، ثم صدر القرار رقم (299) في تاريخ 1990/7/22، الذي تم بموجبه تشكيل هيئة السياحة لتكون دائرة رقابية على قطاع السياحة.

وفي عام (1996) تمت إعادة هيكلة الهيكل السياحي بموجب القانون رقم (14) باسم هيئة السياحة، وربطها بمكتب الرئاسة، وفي عام (2000) صدر القرار رقم (21) لسنة (2000) الذي أعاد ربط المؤسسات السياحية بهيئة السياحة، لكن في عام (2001) تم ربط هيئة السياحة بوزارة الثقافة، ثم شكلت وزارة السياحة والآثار بعد إقرارها في مجلس النواب العراقي عام (2012)، لكن مجلس الوزراء أصدر قراره لعام (2015) بدمج وزارة السياحة والآثار مع وزارة الثقافة، وسميت وزارة الثقافة والسياحة والآثار⁽⁹⁾. وصحيح أن السياحة انتعشت في السبعينيات إلا أن ظروف الحروب منذ عام (1980) وحتى (2003) تسببت بتراجع كبير للسياحة بأشكالها، إلا أنه بعد عام (2014) انخفض عدد السياح الوافدين للعراق بشكل أكثر عقب سيطرة داعش على بعض المحافظات⁽¹⁰⁾.

2. الهيئة العامة للآثار والتراث

تأسست الهيئة العامة للآثار والتراث عام (1920) تحت اسم الدائرة الأركيولوجية ليعلن من هذا التاريخ انطلاق أول مؤسسة ثقافية عراقية رسمية معاصرة، كانت البداية بسيطة جداً، فقد شغلت الدائرة مكاناً صغيراً في بناية قشلة بغداد، بعدها انتقلت إلى بناية أخرى في شارع المأمون بعد أن جاء الأمر من الملك فيصل الأول عام (1922) بإنشاء دائرة للآثار وتشريع قانون الآثار القديمة وتأسيس المتحف العراقي.

وجاء تأسيس المتحف العراقي عام (1923) وليشرع أول قانون آثار عام (1924) وصدر قرار تأسيس مديرية الآثار القديمة عام (1924) وفي (1926/4/1) ارتبطت بوزارة المعارف، وبعد ستة عشر سنة جاء القرار بتحويلها لمديرية عامة في (1941/12/3) تحت اسم مديرية الآثار القديمة العامة⁽¹¹⁾. وفي تاريخ (1979/6/18) حولت مديرية الآثار العامة إلى مؤسسة سميت (المؤسسة العامة للآثار والتراث) وفي (1987/4/5) صدر القرار (214) بإلغاء المؤسسة العامة للآثار والتراث، ودمج دوائرها بدائرة واحدة سميت دائرة الآثار والتراث العامة، وفي (2000/7/13)

صدر القانون رقم 45 الذي حولت بموجبه دائرة الآثار والتراث العامة إلى هيئة باسم الهيئة العامة للآثار والتراث، وشهد عام (1923) ولادة المتحف العراقي⁽¹²⁾.

ثالثاً: مراجعة تاريخية بستان رؤية استراتيجية لقطاع السياحة الأثرية

1. المواقع الأثرية السياحية في العراق

يشتهر العراق بالمواقع الأثرية السياحية التي تعود إلى عصور ما قبل التاريخ، وتحتل المواقع الأثرية المنتشرة في عموم العراق أولوية ضمن الموارد السياحية، التي ينبغي العمل على استثمارها وتهيئتها كمدن سياحية عالمية، لما لها من أبعاد اقتصادية، وثقافية، واجتماعية على المستوى المحلي والدولي⁽¹³⁾، ومن أهم المواقع الأثرية في العراق والمدن الأثرية المعروفة على الصعيد العالمي التي تحوي على آثار ثمينة مهددة بالتدمير والسرقة هي كما يأتي⁽¹⁴⁾ - مدن، بابل، وأور، وآشور، ونمرود، وآسن، ونفر أو نيبور، وسامراء.

2. التخريب يعيق السياحة الأثرية

وعقب الغزو والاحتلال الأمريكي للعراق في (2003/4/9) تعرضت المواقع والتقنيات الأثرية العراقية للنهب والعبث التاريخي، ومنها المتحف الوطني العراقي، وأصبحت القطع الأثرية في كل مكان من العالم تباع بالأسواق، وعلى الرغم من استرجاع نحو (15) ألف قطعة أثرية، لكن لحد الآن غير معروف عدد القطع المنهوبة من المتحف⁽¹⁵⁾، وكذلك ما فعله تنظيم داعش الإرهابي في (2014) يمثل صفحة تخريبية في غضون (14) سنة، كانت لها تبعات سلبية خطيرة على المشهد السياحي الأثري⁽¹⁶⁾.

3. التشريعات الخاصة بالسياحة

ومع صدور العديد من التشريعات القانونية والقرارات ذات الصلة بالشأن السياحي وهيئاته الإدارية والتنظيمية، ومنها القانون رقم (45) لسنة (1940) الذي وضع الأسس الأولى العامة المتعلقة بتنظيم النشاط السياحي في العراق، وكذلك قانون مصلحة المصايف والسياحة رقم (73) لسنة (1956)، إضافة الى ما شهدته مرحلة سبعينيات القرن الماضي بإنشاء المؤسسة العامة للسياحة. في عام (1977) وتبع ذلك صدور القانون رقم (353) لسنة (1980) والذي تضمن بعض الحوافز من أجل تنشيط القطاع السياحي عبر آلية تقديم التسهيلات التمويلية ومنح القروض

للاستثمارات السياحية، إلا أن المؤسسة العامة للسياحة لم يكتب لها الاستمرار، وحلت محلها هيئة السياحة خلال عقد التسعينيات وصدر القانون رقم (14) لسنة (1996)⁽¹⁷⁾.

رابعاً: الواقع التنموي للسياحة والآثار لدعم الاقتصاد الوطني

عملية النهوض بواقع القطاع السياحي أحد المحاور الأساسية في سياسات التنوع والإصلاح الاقتصادي، ذلك لن يتحقق إلا من عبر تغيرات جذرية في السياسات العامة للدولة تجاه القطاعات الاقتصادية الأساسية خارج نطاق القطاع النفطي.

عملية التنوع الاقتصادي ضرورة حتمية ينبغي أن تتحقق في إطار المسار التنموي الطبيعي الذي يتطلع إليه العراق في المرحلة المقبلة، وقطاع السياحة لم ينظر له كقطاع مستقل ضمن تقسيمات قطاعات الاقتصاد الوطني، بل دمج ضمن قطاع تجارة الجملة والمفرد والفنادق مع أن منظمة السياحة العالمية التابعة للأمم المتحدة، التي يعد العراق عضواً فيها، وأوصت في عام (2009) بأن يعامل النشاط السياحي كقطاع مستقل ضمن الحسابات القومية للدخل والناات المحلي الإجمالي⁽¹⁸⁾.

بحكم الالتزام الذي تمارسه الحكومة وفق سلطة الدستور، يجب على المؤسسات الحكومية ذات العلاقة بقطاع السياحة كوزارة الداخلية، والمالية، والنقل، والصناعة، والتجارة، تحمل المسؤولية في الحفاظ على المواقع والتقنيات الثقافية للموروث الحضاري، وحماية وتطوير السياحة الأثرية¹⁹، والمعلومات المثبتة لدى هيئة الآثار والتراث أن نحو (15-18) ألف موقع موجودة في العراق، جرى تنقيب أقل من (8%) بالمئة منها.

المبحث الثاني: تحليل المعلومات الديموغرافية لعينة الدراسة

الاستطلاعية

أولاً: الجنس

يتناول هذا المبحث تحليلاً كاملاً للمعلومات الديموغرافية للعينة المدروسة لأغراض فحص واختبار فرضيات البحث وعلى النحو الآتي:

يتضح من بيانات الجدول (1) أن فئة (الذكور) كانت أعلى نسبة من فئة (الإناث) المشاركين في هذا الاستبيان من عينة البحث بفارق نسبي بين الفئتين مقداره (19%)، إذ حلت فئة الذكور بالمرتبة الأولى بواقع (25) تكراراً محققة نسبة (59.52%)، تليها بالمرتبة الثانية فئة

الإناث بواقع (17) تكرارا وبنسبة (40.48%)، وبذلك فإن حجم المشاركة للرجال أعلى من النساء في الإدارات الوظيفية بقطاعي السياحة والآثار.

الجدول (1) توزيع المبحوثين بحسب الجنس.

المرتبة	النسبة المئوية	التكرارات	الجنس
الأولى	59.52%	25	ذكور
الثانية	40.48%	17	إناث
-	100%	42	المجموع

ثانياً: العمر

أظهرت نتائج الجدول (2) توزع المبحوثين الذين تم استطلاع آرائهم بشأن رؤية استراتيجية معاصرة للتنمية السياحية الأثرية المستدامة على أربع فئات عمرية، تصدرت فيها الفئة العمرية لكل من (30-40) سنة، (51-60) سنة تصنيف الفئات بواقع (15) تكرارا محققة أعلى نسبة في هذا التوزيع بلغت (35.71%) لكل منهما، وحلت بالمرتبة الأولى تليها بالمرتبة الثانية الفئة العمرية (41-50 سنة) بواقع (10) تكرارات وبنسبة (23.81%) ثم الفئة العمرية من (61 فما فوق) بالمرتبة الثالثة بواقع (2) تكرار وبنسبة بلغت (4.76%) وبذلك تكون الفئة العمرية الشبابية ذات مشاركة، وتأثير أكبر من الفئات العمرية الأكبر عمرا منها، وهو عامل إيجابي للتنمية المستدامة.

الجدول (2) توزيع المبحوثين بحسب الفئة العمرية.

المرتبة	النسبة المئوية	التكرارات	الفئة العمرية
الأولى	35.71%	15	40-30
الثانية	23.81%	10	50 -41
الأولى	35.71%	15	60 -51
الثالثة	4.76%	2	61 فما فوق
-	100%	42	المجموع

ثالثاً: المستوى التعليمي

أظهرت بيانات الجدول (3) أن أعلى نسبة للمبحوثين كانت لحملة شهادة (بكالوريوس) إذ جاءت بالمرتبة الأولى بواقع (23) تكرارا وبنسبة مئوية بلغت (54.76%)، تلتها شهادة الماجستير في المرتبة الثانية بواقع (10) تكرارات ونسبة بلغت (23.81%)، بينما جاءت شهادة الدكتوراه

في المرتبة الأخيرة وحقت (9) تكرارات ونسبة بلغت (21.43%)، وبذلك فإن قطاع السياحة الأثرية تقع ضمن إدارة شهادات جامعية وهو مؤشر إيجابي لتطوير التنمية المستدامة.

جدول (3) توزيع المبحوثين بحسب المستوى التعليمي

المرتبة	النسبة المئوية	التكرارات	المستوى التعليمي
-	-	-	دبلوم عالي
الأولى	54.76%	23	بكالوريوس
الثانية	23.81%	10	ماجستير
الثالثة	21.43%	9	دكتوراه
-	100%	42	المجموع

رابعاً: المستوى الاقتصادي

أظهرت بيانات الجدول (4) أن أعلى نسبة للمبحوثين الذين تم استطلاع آراءهم حول رؤية استراتيجية معاصرة للتنمية السياحية الأثرية المستدامة كان لمستوى (متوسط) إذ جاءت بالمرتبة الأولى بواقع (39) تكراراً ونسبة مئوية بلغت (92.86%)، تلاها مستوى (مرتفع) في المرتبة الثانية بواقع (2) تكرار ونسبة بلغت (4.76%)، بينما حل مستوى (منخفض) في المرتبة الأخيرة وحقق (1) تكرار ونسبة بلغت (2.38%)، وعليه فإن مراتب موظفي قطاع السياحة الأثرية غالبيتها متوسطة، وهذا يحتاج الى تطوير التنمية لزيادة جوافزهم المالية.

الجدول (4) توزيع المبحوثين بحسب المستوى الاقتصادي

المرتبة	النسبة المئوية	التكرارات	المستوى الاقتصادي
الثالثة	2.38%	1	منخفض
الأولى	92.86%	39	متوسط
الثانية	4.76%	2	مرتفع
-	100%	42	المجموع

خامساً: العنوان الوظيفي

بينت نتائج تحليل بيانات الجدول (5) ان فئة (مدير سياحي واثاري) جاءت في مقدمة توزيع المبحوثين بحسب العنوان الوظيفي بواقع (15) تكراراً ونسبة مئوية بلغت (35.71%)، تلتها فئة (علاقات عامة واعلام) بالمرتبة الثانية وحازت على (11) تكراراً ونسبة مئوية قدرها (26.19%)، بينما حلت فئة (مدير عام) بالمرتبة الثالثة محققة (8) تكرارات ونسبة (19.5%)،

فيما حلت فئة (معاون مدير عام) بالمرتبة الرابعة وحازت على (5) تكرارات ونسبة مئوية بلغت (11.9%)، أما فئة (مرشد سياحة اثارية) فقد حلت بالمرتبة الخامسة بواقع (2) تكرارا ونسبة مئوية بلغت (4.76%)، وأخيراً جاءت فئة (رئيس هيئة) بالمرتبة الأخيرة وحصلت على (1) تكرار ونسبة مئوية بلغت (2.38%)، مؤشر الإدارات المتعددة بقدر ما يرسم صورة سلبية بالتنافس على المنصب الإداري، فإنه يؤشر لجانب إيجابي بوجود تقسيمات إدارية تدير المؤسسات.

الجدول (5) توزيع المبحوثين بحسب العنوان الوظيفي

ت	العنوان الوظيفي	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
1	رئيس هيئة	1	2.38%	السادسة
2	مدير عام	8	19.05%	الثالثة
3	معاون مدير عام	5	11.9%	الرابعة
4	مدير سياحي واثاري	15	35.71%	الأولى
5	علاقات عامة واعلام	11	26.19%	الثانية
6	مرشد سياحة اثارية	2	4.76%	الخامسة
	المجموع	42	100%	-

سادساً: الدخل الشهري

أظهرت بيانات الجدول (6) أن أعلى نسبة للمبحوثين الذين تم استطلاع آرائهم بشأن رؤية استراتيجية معاصرة للتنمية السياحية الأثرية المستدامة كان لفئة (متوسط)، إذ جاءت بالمرتبة الأولى بواقع (30) تكرارا ونسبة مئوية بلغت (71.76%)، تلتها فئة (جيد) في المرتبة الثانية بواقع (10) تكرارات، ونسبة بلغت (23.81%)، بينما حلت فئة (منخفض) في المرتبة الأخيرة وحقت (2) تكرار، ونسبة بلغت (4.76%)، تؤشر هذه النسبة أن هناك تطورا إيجابيا بشأن الرؤية الاستراتيجية من ذوي الدخل المتوسط.

الجدول (6) توزيع المبحوثين بحسب الدخل الشهري.

الدخل الشهري	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
جيد	10	23.81%	الثانية
متوسط	30	71.43%	الأولى
منخفض	2	4.76%	الثالثة
المجموع	42	100%	-

المبحث الثالث: الدور الاستراتيجي لقطاع السياحة الأثرية بمنظور المبحوثين

يتضمن هذا المبحث المهم آراء المبحوثين حول تفاصيل التوجه والدور الاستراتيجي لقطاع السياحة الأثرية في العراق، وكانت النتائج على النحو الآتي:

أولاً: وجود رؤية واضحة لتنمية السياحة الأثرية

بحسب الجدول جاء الوزن المئوي لرؤية المبحوثين عن مدى وجود رؤية واضحة لتنمية السياحة الأثرية بنسبة مئوية قدرها (65.07%) وبوسط مرجح (1.952) وهو ما يشير إلى متوسط مستوى وجود رؤية واضحة لتنمية السياحة الأثرية، إذ حلت في المرتبة الأولى استجابة (أحياناً) بواقع (28) تكراراً ونسبة بلغت (66.67%)، بينما جاءت استجابة (نادراً) بالمرتبة الثانية وحقت (8) تكرارات ونسبة بلغت (19.05%)، في حين حلت استجابة (دائماً) بالمرتبة الثالثة وحازت على (6) تكرارات ونسبة (14.28%)، يؤشر أن الإجابات تتسم بالعشوائية إزاء الرؤية الاستراتيجية أكثر منها استقراراً باعتماد الإجابة أحياناً.

الجدول (7) رؤية المبحوثين بشأن وجود رؤية واضحة لتنمية السياحة الأثرية. ن = 42.

ت	الاستجابات	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة	الوسط المرجح	الانحراف المعياري	الوزن المئوي	المستوى
1	دائماً	6	14.28%	3	1.952	.70837	65.07%	متوسط
2	أحياناً	28	66.67%	1				
3	نادراً	8	19.05%	2				
	المجموع	42	100%	-				

ثانياً: وجود خطط واضحة لتطوير المواقع الأثرية

بحسب الجدول جاء الوزن المئوي لرؤية المبحوثين عن مدى وجود خطط واضحة لتطوير المواقع الأثرية بنسبة مئوية قدرها (67.47%) وبوسط مرجح (2.024)، وهو ما يشير إلى متوسط مستوى وجود خطط واضحة لتطوير المواقع الأثرية، إذ حلت في المرتبة الأولى استجابة (أحياناً) بواقع (29) تكراراً ونسبة بلغت (69.05%)، بينما جاءت استجابة (دائماً) بالمرتبة الثانية وسجلت (7) تكرارات ونسبة بلغت (16.67%)، في حين حلت استجابة (نادراً) بالمرتبة الثالثة وحازت على (6) تكرارات ونسبة (14.28%)، المؤشر عن خطط تطوير قطاع السياحة الأثرية، تبدو عملياً محدودة بحسب (أحياناً) التي حلت في الإجابات أولاً.

الجدول (8) يوضح رؤية المبحوثين بشأن وجود خطط واضحة لتطوير المواقع الأثرية. ن = 42.

ت	الاستجابات	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة	الوسط المرجح	الانحراف المعياري	الوزن المئوي	المستوى
1	دائماً	7	16.67%	2	2.024	.92853	67.47%	متوسط
2	أحياناً	29	69.05%	1				
3	نادراً	6	14.28%	3				
	المجموع	42	100%	-				

ثالثاً: وجود استراتيجيات لتسويق المواقع الأثرية على المستوى المحلي والدولي

كما يظهر في الجدول (9) أن الوزن المئوي لرؤية المبحوثين عن مدى وجود استراتيجيات لتسويق المواقع الأثرية على المستوى المحلي الدولي بنسبة مئوية قدرها (61.1%) وبوسط مرجح (1.833)، وهو ما يشير إلى متوسط مستوى استراتيجيات لتسويق المواقع الأثرية على المستوى المحلي الدولي، إذ حلت في المرتبة الأولى استجابة (أحياناً) بواقع (21) تكراراً ونسبة بلغت (50%)، بينما جاءت استجابة (نادراً) بالمرتبة الثانية وسجلت (14) تكراراً ونسبة بلغت (33.33%)، في حين حلت استجابة (دائماً) بالمرتبة الثالثة وحازت على (7) تكرارات ونسبة (16.67%) يكشف مؤشر استراتيجيات التسويق للمواقع الأثرية محلياً حالة التواضع في هذا المجال من خلال المرتبة التي احتلتها (أحياناً).

الجدول (9) رؤية المبحوثين عن مدى وجود استراتيجيات لتسويق المواقع الأثرية على المستوى المحلي الدولي. ن = 42.

ت	الاستجابات	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة	الوسط المرجح	الانحراف المعياري	الوزن المئوي	المستوى
1	دائماً	7	16.67%	3	1.833	.84931	61.1%	متوسط
2	أحياناً	21	50%	1				
3	نادراً	14	33.33%	2				
	المجموع	42	100%	-				

رابعاً: وجود بنية تحتية داعمة للسياحة الأثرية

استناداً لما ظهر في جدول (10) جاء الوزن المئوي لرؤية المبحوثين عن مدى وجود بنية تحتية داعمة للسياحة الأثرية بنسبة مئوية قدرها (54.77%) وبوسط مرجح (1.643) وهو ما

يشير إلى انخفاض مستوى استراتيجيات لتسويق المواقع الأثرية على المستوى المحلي الدولي، إذ حلت في المرتبة الأولى استجابة (أحياناً) بواقع (21) تكراراً ونسبة بلغت (50%)، بينما جاءت استجابة (نادراً) بالمرتبة الثانية وسجلت (18) تكراراً ونسبة بلغت (42.86%)، في حين حلت استجابة (دائماً) بالمرتبة الثالثة وحازت على (3) تكرارات ونسبة (7.14%).

الجدول (10) رؤية المبحوثين بشأن وجود بنية تحتية داعمة للسياحة الأثرية. ن = 42.

ت	الاستجابات	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة	الوسط المرجح	الانحراف المعياري	الوزن المئوي	المستوى
1	دائماً	3	7.14%	3	1.643	.70326	54.77%	منخفض
2	أحياناً	21	50%	1				
3	نادراً	18	42.86%	2				
	المجموع	42	100%	-				

خامساً: وجود مشاريع لترميم وصيانة المواقع الأثرية بطرائق مستدامة

يوضح الجدول (11) أن الوزن المئوي لرؤية المبحوثين عن مدى وجود مشاريع لترميم وصيانة المواقع الأثرية بطرائق مستدامة بنسبة مئوية قدرها (71.43%)، وبوسط مرجح (2.143) وهو ما يشير إلى متوسط مستوى مشاريع لترميم وصيانة المواقع الأثرية بطرائق مستدامة، إذ حلت في المرتبة الأولى استجابة (أحياناً) بواقع (30) تكراراً ونسبة بلغت (71.43%)، بينما جاءت استجابة (دائماً) بالمرتبة الثانية وحازت على (9) تكرارات ونسبة بلغت (21.43%)، في حين حلت استجابة (نادراً) بالمرتبة الثالثة وسجلت (3) تكرارات ونسبة (7.14%)، المؤشر يكشف أن صيانة الآثار بحاجة لمزيد من النهوض والتطور ومعالجة الركود التي أشرتها النسبة المذكورة.

الجدول (11) رؤية المبحوثين عن مدى وجود مشاريع لترميم وصيانة المواقع الأثرية بطرائق مستدامة. ن = 42.

ت	الاستجابات	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة	الوسط المرجح	الانحراف المعياري	الوزن المئوي	المستوى
1	دائماً	9	21.43%	2	2.143	.96352	71.43%	متوسط
2	أحياناً	30	71.43%	1				
3	نادراً	3	7.14%	3				
	المجموع	42	100%	-				

سادساً: مستوى تعزيز دور المجتمع المحلي في تقديم الخدمات السياحية

يوضح جدول (12) الوزن المئوي لرؤية المبحوثين عن مستوى تعزيز دور المجتمع المحلي في تقديم الخدمات السياحية بنسبة مئوية قدرها (61.1%) وبوسط مرجح (1.833) وهو ما يشير إلى متوسط مستوى تعزيز دور المجتمع المحلي في تقديم الخدمات السياحية، حيث حلت في المرتبة الأولى استجابة (أحياناً) بواقع (19) تكراراً وبنسبة بلغت (45.24%)، بينما جاءت استجابة (نادراً) بالمرتبة الثانية وحازت على (15) تكراراً ونسبة بلغت (35.71%)، في حين حلت استجابة (دائماً) بالمرتبة الثالثة وسجلت (8) تكرارات ونسبة (19.05%)، الأمر بحاجة إلى إشراك المجتمع المحلي في مجالات السياحة الأثرية وإدماجهم ومعالجة الخلل الحاصل بحسب النسبة المذكورة.

الجدول (12) رؤية المبحوثين عن مستوى تعزيز دور المجتمع المحلي في تقديم الخدمات السياحية.
ن = 42.

ت	الاستجابات	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة	الوسط المرجح	الانحراف المعياري	الوزن المئوي	المستوى
1	دائماً	8	19.05%	3	1.833	.63051	61.1%	متوسط
2	أحياناً	19	45.24%	1				
3	نادراً	15	35.71%	2				
	المجموع	42	100%	-				

سابعاً: مستوى مراجعة الخطط الاستراتيجية بناءً على نتائج التقييم

يوضح الجدول (13) الوزن المئوي لرؤية المبحوثين عن مستوى مراجعة الخطط الاستراتيجية بناءً على نتائج التقييم بنسبة مئوية قدرها (60.33%) وبوسط مرجح (1.81) وهو ما يشير إلى متوسط مستوى مراجعة الخطط الاستراتيجية بناءً على نتائج التقييم، إذ حلت في المرتبة الأولى استجابة (أحياناً) بواقع (24) تكراراً وبنسبة بلغت (57.14%)، بينما جاءت استجابة (نادراً) بالمرتبة الثانية وحازت على (13) تكراراً ونسبة بلغت (30.95%)، في حين حلت استجابة (دائماً) بالمرتبة الثالثة وسجلت (5) تكرارات ونسبة (11.9%)، يتضح أن مستوى مراجعة الخطط الاستراتيجية بشكل متوسط ما يعكس ضعف الرؤية بهذا الجانب.

الجدول (13) رؤية المبحوثين عن مستوى مراجعة الخطط الاستراتيجية بناء على نتائج التقييم. ن = 42.

ت	الاستجابات	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة	الوسط المرجح	الانحراف المعياري	الوزن المنوي	المستوى
1	دائمًا	5	%11.9	3	1.81	.80371	%60.33	متوسط
2	أحيانًا	24	%57.14	1				
3	نادرًا	13	%30.95	2				
	المجموع	42	%100	-				

ثامنًا: مستوى التكيف مع المتغيرات الاقتصادية لضمان استراتيجيات تسويقية في قطاع السياحة

الجدول (14) الوزن المئوي لرؤية المبحوثين عن مستوى التكيف مع المتغيرات الاقتصادية لضمان استراتيجيات تسويقية في قطاع السياحة بنسبة مئوية قدرها (56.33%) وبوسط مرجح (1.69) وهو ما يشير إلى متوسط مستوى التكيف مع المتغيرات الاقتصادية لضمان استراتيجيات تسويقية في قطاع السياحة، حيث حلت في المرتبة الأولى استجابة (أحيانًا) بواقع (25) تكرارًا ونسبة بلغت (59.52%)، بينما جاءت استجابة (نادرًا) بالمرتبة الثانية وحازت على (15) تكرارًا ونسبة بلغت (35.71%)، في حين حلت استجابة (دائمًا) بالمرتبة الثالثة وسجلت (2) تكرارين ونسبة (4.76%).

الجدول (14) رؤية المبحوثين عن مستوى التكيف مع المتغيرات الاقتصادية لضمان استراتيجيات

تسويقية في قطاع السياحة. ن = 42.

ت	الاستجابات	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة	الوسط المرجح	الانحراف المعياري	الوزن المنوي	المستوى
1	دائمًا	2	%4.76	3	1.69	.51390	%56.33	متوسط
2	أحيانًا	25	%59.52	1				
3	نادرًا	15	%35.71	2				
	المجموع	42	%100	-				

المبحث الرابع: الاستفادة في السياحة الأثرية بمنظور المبحوثين

يستهدف الباحث معرفة ثقافة التنمية المستدامة في الجانب الجانبيين السياحي والآثاري في منظور النخب العاملة في الهيئتين المدروستين، ذلك سيمهد للوصول إلى الواقع الذي يعيشه البلد ومستقبل السياحة بالعراق.

أولاً: مستوى اشتراك المجتمعات المحلية في التخطيط للمشروعات الأثرية السياحية

الجدول (15) الوزن المئوي لرؤية المبحوثين عن مستوى اشتراك المجتمعات المحلية في التخطيط للمشروعات الأثرية السياحية بنسبة مئوية قدرها (50%) وبوسط مرجح (1.5) وهو ما يشير إلى انخفاض مستوى اشتراك المجتمعات المحلية في التخطيط للمشروعات الأثرية السياحية، حيث حلت في المرتبة الأولى استجابة (نادرا) بواقع (23) تكرارا وبنسبة بلغت (54.76%)، بينما جاءت استجابة (أحيانا) بالمرتبة الثانية وحازت على (17) تكرارا ونسبة بلغت (40.48%)، في حين حلت استجابة (دائما) بالمرتبة الثالثة وسجلت (2) تكرارين ونسبة (4.76%)، يتضح أن التخطيط لدى المجتمعات المحلية محدود إلى حد كشف عنه المؤشر بأنه (نادرا) ما يتوافر لدى المبحوثين.

الجدول (15) رؤية المبحوثين عن مستوى اشتراك المجتمعات المحلية في التخطيط للمشروعات الأثرية السياحية. ن = 42.

ت	الاستجابات	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة	الوسط المرجح	الانحراف المعياري	الوزن المئوي	المستوى
1	دائماً	2	4.76%	3	1.5	.83315	50%	منخفض
2	أحياناً	17	40.48%	2				
3	نادراً	23	54.76%	1				
	المجموع	42	100%	-				

ثانياً: مستوى تعزيز الوعي الثقافي بأهمية المواقع الأثرية للسكان المحليين

يبين الجدول (16) الوزن المئوي لرؤية المبحوثين عن مستوى تعزيز الوعي الثقافي بأهمية المواقع الأثرية للسكان المحليين بنسبة مئوية قدرها (66.67%) وبوسط مرجح (2)، وهو ما يشير إلى متوسط مستوى تعزيز الوعي الثقافي بأهمية المواقع الأثرية للسكان المحليين، حيث حلت في المرتبة الأولى استجابة (أحياناً) بواقع (24) تكراراً ونسبة بلغت (57.14%)، بينما جاءت استجابة كلا من (دائماً، ونادراً) بالمرتبة الثانية وحازت على (9) تكرارات ونسبة بلغت (21.43%) لكل منهما، يتضح من التكرارات أن نسبة تعزيز الوعي الثقافي لدى السكان المحليين بأهمية الآثار ورد محدوداً، الأمر الذي يستدعي مزيداً من الوعي بهذا الجانب.

الجدول (16) رؤية المبحوثين عن مستوى تعزيز الوعي الثقافي بأهمية المواقع الأثرية للسكان المحليين. ن = 42.

ت	الاستجابات	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة	الوسط المرجح	الانحراف المعياري	الوزن المئوي	المستوى
1	دائماً	9	21.43%	2	2	.50325	66.67%	منخفض
2	أحياناً	24	57.14%	1				
3	نادرًا	9	21.43%	2				
	المجموع	42	100%	-				

ثالثاً: مستوى تقديم برامج تعليمية وتوعوية للزوار والسكان المحليين حول أهمية الاستدامة الأثرية.

يوضح الجدول (17) الوزن المئوي لرؤية المبحوثين عن مستوى تقديم برامج تعليمية وتوعوية للزوار والسكان المحليين بشأن أهمية الاستدامة الأثرية بنسبة مئوية قدرها (65.07%) وبوسط مرجح (1.952) وهو ما يشير إلى متوسط مستوى تقديم برامج تعليمية وتوعوية للزوار والسكان المحليين بشأن أهمية الاستدامة الأثرية، حيث حلت في المرتبة الأولى استجابة (أحياناً) بواقع (18) تكراراً ونسبة بلغت (42.86%)، بينما جاءت استجابة (نادرًا) بالمرتبة الثانية وحازت على (13) تكراراً ونسبة بلغت (30.95%)، في حين حلت استجابة (دائماً) بالمرتبة الثالثة وسجلت (11) تكراراً ونسبة (26.19%)، يتضح من ذلك أن (أحياناً) حلت بالمرتبة الأولى بشأن

مستوى برامج الوعي التعليمي للزوار والسكان المحليين، الأمر الذي يتطلب تكثيف الجهود لخلق الوعي الإيجابي.

الجدول (17) رؤية المبحوثين عن مستوى تقديم برامج تعليمية وتوعوية للزوار والسكان المحليين بشأن أهمية الاستدامة الأثرية. ن = 42.

ت	الاستجابات	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة	الوسط المرجح	الانحراف المعياري	الوزن المئوي	المستوى
1	دائماً	11	%26.19	3	1.952	.61018	%65.07	متوسط
2	أحياناً	18	%42.86	1				
3	نادراً	13	%30.95	2				
	المجموع	42	%100	-				

رابعاً: مستوى تطوير مصادر دخل مستدامة من السياحة الأثرية

يوضح الجدول (18) الوزن المئوي لرؤية المبحوثين عن مستوى تطوير مصادر دخل مستدامة من السياحة الأثرية بنسبة مئوية قدرها (57.93%) وبوسط مرجح (1.738)، وهو ما يشير إلى متوسط مستوى تطوير مصادر دخل مستدامة من السياحة الأثرية، حيث حلت في المرتبة الأولى استجابة (أحياناً) بواقع (25) تكراراً ونسبة بلغت (59.52%)، بينما جاءت استجابة (نادراً) بالمرتبة الثانية وحازت على (14) تكراراً ونسبة بلغت (33.33%)، في حين حلت استجابة (دائماً) بالمرتبة الثالثة وسجلت (3) تكرارات ونسبة (7.14%)، ويعكس ذلك أن تطوير مصادر دخل مستدامة من السياحة الأثرية جاء بتكرارات متواضعة، الأمر الذي يستدعي تطوير مصادر الدخل تلك.

جدول (18) يوضح رؤية المبحوثين عن مستوى تطوير مصادر دخل مستدامة من السياحة الأثرية. ن = 42.

ت	الاستجابات	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة	الوسط المرجح	الانحراف المعياري	الوزن المئوي	المستوى
1	دائماً	3	%7.14	3	1.738	.94213	%57.93	متوسط
2	أحياناً	25	%59.52	1				
3	نادراً	14	%33.33	2				
	المجموع	42	%100	-				

خامساً: مستوى تقييم العائدات الاقتصادية للأنشطة السياحية على المجتمعات المحلية

يوضح الجدول (19) الوزن المئوي لرؤية المبحوثين عن مستوى تقييم العائدات الاقتصادية للأنشطة السياحية على المجتمعات المحلية بنسبة مئوية قدرها (49.2%) وبوسط مرجح (1.476) وهو ما يشير إلى انخفاض مستوى تقييم العائدات الاقتصادية للأنشطة السياحية على المجتمعات المحلية، حيث حلت في المرتبة الأولى استجابة (نادرا) بواقع (23) تكرارا وبنسبة بلغت (54.76%)، بينما جاءت استجابة (أحيانا) بالمرتبة الثانية وحازت على (18) تكرارا وبنسبة بلغت (42.86%)، في حين حلت استجابة (دائما) بالمرتبة الثالثة وسجلت (1) تكرارا وبنسبة (2.38%)، ويتضح من نسبة التكرارات لقياس العائدات الاقتصادية للأنشطة السياحية على المجتمعات المحلية أن هناك فجوة بين المؤسسات السياحية والمجتمع المحلي، الأمر الذي يحتاج لمزيد من الإدماج.

الجدول (19) رؤية المبحوثين عن مستوى تقييم العائدات الاقتصادية للأنشطة السياحية على المجتمعات المحلية. ن = 42.

ت	الاستجابات	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة	الوسط المرجح	الانحراف المعياري	الوزن المئوي	المستوى
1	دائماً	1	2.38%	3	1.476	.76019	49.2%	منخفض
2	أحيانا	18	42.86%	2				
3	نادراً	23	54.76%	1				
	المجموع	42	100%	-				

سادساً: مستوى الاعتماد على تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحقيق التنمية المستدامة للمواقع الأثرية

يوضح الجدول (20) الوزن المئوي لرؤية المبحوثين عن مستوى الاعتماد على تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحقيق التنمية المستدامة للمواقع الأثرية بنسبة مئوية قدرها (49.17%) وبوسط مرجح (1.475) وهو ما يشير إلى انخفاض مستوى الاعتماد على تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحقيق التنمية المستدامة للمواقع الأثرية، حيث حلت في المرتبة الأولى استجابة (نادرا) بواقع (26) تكرارا وبنسبة بلغت (61.9%)، بينما جاءت استجابة (أحيانا) بالمرتبة الثانية

وحازت على (15) تكرارا ونسبة بلغت (35.74%)، في حين حلت استجابة (دائما) بالمرتبة الثالثة وسجلت (1) تكرارا ونسبة (2.38%)، تبدو نسبة الاعتماد على تقنيات الذكاء الاصطناعي لتحقيق تنمية مستدامة للمواقع الأثرية حينما وردت (نادرا) بالمرتبة الأولى من التكرارات.

جدول (20) رؤية المبحوثين عن مستوى الاعتماد على تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحقيق التنمية المستدامة للمواقع الأثرية. ن = 42.

ت	الاستجابات	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة	الوسط المرجح	الانحراف المعياري	الوزن المئوي	المستوى
1	دائماً	1	2.38%	3	1.475	.53027	49.17%	منخفض
2	أحياناً	15	35.71%	1				
3	نادراً	26	61.9%	1				
	المجموع	42	100%	-				

سابعاً: مستوى استخدام أنظمة الواقع الافتراضي والواقع المعزز في تسويق المواقع الأثرية

يوضح الجدول (21) الوزن المئوي لرؤية المبحوثين عن مستوى استخدام أنظمة الواقع الافتراضي والواقع المعزز في تسويق المواقع الأثرية بنسبة مئوية قدرها (51.6%) وبوسط مرجح (1.548) وهو ما يشير إلى انخفاض مستوى استخدام أنظمة الواقع الافتراضي والواقع المعزز في تسويق المواقع الأثرية، حيث حلت في المرتبة الأولى استجابة (نادرا) بواقع (21) تكرارا ونسبة بلغت (50%)، بينما جاءت استجابة (أحيانا) بالمرتبة الثانية وحازت على (19) تكرارا ونسبة بلغت (45.24%)، في حين حلت استجابة (دائما) بالمرتبة الثالثة وسجلت (2) تكرارين ونسبة (4.76%)، يتضح أن استخدام أنظمة الواقع الافتراضي بشأن تسويق المواقع الأثرية محدود بحسب ما جاء بالتكرارات (نادرا) بالمرتبة الأولى ما يستدعي تنشيط ذلك.

الجدول (21) رؤية المبحوثين عن مستوى استخدام أنظمة الواقع الافتراضي والواقع المعزز في تسويق المواقع الأثرية. ن = 42.

ت	الاستجابات	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة	الوسط المرجح	الانحراف المعياري	الوزن المنوي	المستوى
1	دائمًا	2	%4.76	3	1.548	.68125	%51.6	منخفض
2	أحيانًا	19	%45.24	2				
3	نادرًا	21	%50	1				
	المجموع	42	%100	-				

ثامناً: مستوى رقمنة السجلات الأثرية للمواقع الأثرية للأجيال المقبلة

يوضح الجدول (22) الوزن المنوي لرؤية المبحوثين عن مستوى رقمنة السجلات الأثرية للمواقع الأثرية للأجيال المقبلة بنسبة مئوية قدرها (76.19%) وبوسط مرجح (2.286) وهو ما يشير إلى متوسط مستوى رقمنة السجلات الأثرية للمواقع الأثرية للأجيال المقبلة، حيث حلت في المرتبة الأولى استجابة (دائمًا) بواقع (19) تكراراً ونسبة بلغت (45.24%)، بينما جاءت استجابة (أحياناً) بالمرتبة الثانية وحازت على (16) تكراراً ونسبة بلغت (38.1%)، في حين حلت استجابة (نادرًا) بالمرتبة الثالثة وسجلت (7) تكرارات ونسبة (16.66%)، يتضح أن رقمنة السجلات الأثرية للمواقع الأثرية للأجيال المقبلة، ومن خلال استطلاع آراء المبحوثين متوسطة الاهتمام.

الجدول (22) رؤية المبحوثين عن مستوى رقمنة السجلات الأثرية للمواقع الأثرية للأجيال المقبلة. ن = 42.

ت	الاستجابات	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة	الوسط المرجح	الانحراف المعياري	الوزن المنوي	المستوى
1	دائمًا	19	%45.24	1	2.286	.80329	%76.19	متوسط
2	أحيانًا	16	%38.1	3				
3	نادرًا	7	%16.66	3				
	المجموع	42	%100	-				

المبحث الخامس: تحديات السياحة الأثرية واختبار فرضيات البحث

يتناول الباحث في هذا المبحث أبرز التحديات والمعوقات التي تواجه السياحة الأثرية، وتضعف آمال وطموحات النهوض بها، والانتقال إلى الشروع بوضع استراتيجية وطنية مستدامة تحقق النمو الاقتصادي في العراق، وتتضح من خلال المؤشرات في المحاور الآتية:

أولاً: تنسيق بين الجهات المسؤولة عن السياحة الأثرية

بحسب الجدول (23) الوزن المئوي لرؤية المبحوثين عن مدى وجود تنسيق بين الجهات المسؤولة عن السياحة الأثرية بنسبة مئوية قدرها (74.6%) وبوسط مرجح (2.238) وهو ما يشير إلى متوسط مستوى التنسيق بين الجهات المسؤولة عن السياحة الأثرية، حيث حلت في المرتبة الأولى استجابة (أحياناً) بواقع (24) تكراراً ونسبة بلغت (57.14%)، بينما جاءت استجابة (دائماً) بالمرتبة الثانية وحازت على (14) تكراراً ونسبة بلغت (33.33%)، في حين حلت استجابة (نادراً) بالمرتبة الثالثة وسجلت (4) تكرارات ونسبة (9.52%)، يتضح أن مستوى التنسيق محدود بين الجهات الحكومية، من خلال نسبة التكرارات (أحياناً)، الأمر الذي يستدعي إلى مزيد من التنسيق ورسم المسار الصحيح.

الجدول (23) رؤية المبحوثين عن مدى وجود تنسيق بين الجهات المسؤولة عن السياحة الأثرية. ن = 42.

ت	الاستجابات	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة	الوسط المرجح	الانحراف المعياري	الوزن المئوي	المستوى
1	دائماً	14	33.33%	2	2.238	.69024	74.6%	متوسط
2	أحياناً	24	57.14%	1				
3	نادراً	4	9.52%	3				
	المجموع	42	100%	-				

ثانياً: وجود نقص بالملكيات البترية المؤهلة في مجال الاستراتيجية الوطنية المستدامة

جدول (24) الوزن المئوي لرؤية المبحوثين عن مدى وجود نقص بالملكيات البشرية المؤهلة في مجال الاستراتيجية الوطنية المستدامة بنسبة مئوية قدرها (87.33%) وبوسط مرجح (2.62) وهو ما يشير إلى ارتفاع مستوى النقص بالملكيات البشرية المؤهلة في مجال الاستراتيجية الوطنية المستدامة، حيث حلت في المرتبة الأولى استجابة (موافق) بواقع (26) تكراراً، ونسبة

بلغت (61.9%)، بينما جاءت استجابة (محايد) بالمرتبة الثانية وحازت على (16) تكرارا ونسبة بلغت (38.1%)، النقص الحاصل في الملاكات البشرية المؤهلة بحسب التكرارات يستدعي معالجة الخلل بخبرات مدربة ومؤهلة مهنيا.

الجدول (24) رؤية المبحوثين عن مدى وجود نقص بالملاكات البشرية المؤهلة في مجال الاستراتيجية الوطنية المستدامة. ن = 42.

ت	الاستجابات	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة	الوسط المرجح	الانحراف المعياري	الوزن المئوي	المستوى
1	موافق	26	61.9%	1	2.62	.50329	87.33%	مرتفع
2	محايد	16	38.1%	2				
3	غير موافق	-	-	-				
	المجموع	42	100%	-				

ثالثاً: وجود ضعف بالقوانين والتشريعات لحماية المواقع الأثرية

الجدول (25) الوزن المئوي لرؤية المبحوثين عن مدى وجود ضعف في القوانين والتشريعات لحماية المواقع الأثرية بنسبة مئوية قدرها (78.67%) وبوسط مرجح (2.36) وهو ما يشير إلى ارتفاع مستوى الضعف في القوانين والتشريعات لحماية المواقع الأثرية، حيث حلت في المرتبة الأولى استجابة (موافق) بواقع (23) تكرارا ونسبة بلغت (54.76%)، بينما جاءت استجابة (محايد) بالمرتبة الثانية وحازت على (11) تكرارا ونسبة بلغت (26.19%)، في حين حلت استجابة (غير موافق) بالمرتبة الثالثة وسجلت (8) تكرارات ونسبة بلغت (19.05%)، كلمة (موافق) لدى المبحوثين على ضعف في القوانين الخاصة بحماية المواقع الأثرية يستدعي المزيد من الوعي بالتشريعات اللازمة لحماية المواقع الأثرية.

جدول (25) رؤية المبحوثين عن مدى وجود ضعف في القوانين والتشريعات لحماية المواقع الأثرية. ن = 42.

ت	الاستجابات	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة	الوسط المرجح	الانحراف المعياري	الوزن المئوي	المستوى
1	موافق	23	54.76%	1	2.36	.74320	78.67%	مرتفع
2	محايد	11	26.19%	2				
3	غير موافق	8	19.05%	3				
	المجموع	42	100%	-				

رابعاً: ضعف في إدارة المواقع الأثرية واستخدام التكنولوجيا الحديثة

يوضح جدول (26) رؤية المبحوثين عن مدى وجود ضعف في إدارة المواقع الأثرية واستخدام التكنولوجيا الحديثة، فقد جاء الوزن المنوي لرؤية المبحوثين عن مدى وجود ضعف في إدارة المواقع الأثرية واستخدام التكنولوجيا الحديثة بنسبة مئوية قدرها (84.13%) وبوسط مرجح (2.524) وهو ما يشير إلى ارتفاع مستوى الضعف في إدارة المواقع الأثرية واستخدام التكنولوجيا الحديثة، حيث حلت في المرتبة الأولى استجابة (موافق) بواقع (24) تكراراً ونسبة بلغت (57.14%)، بينما جاءت استجابة (محايد) بالمرتبة الثانية وحازت على (16) تكراراً ونسبة بلغت (38.1%)، في حين حلت استجابة (غير موافق) بالمرتبة الثالثة وسجلت (2) تكرارين ونسبة بلغت (4.76%)، الأمر بحاجة إلى معالجة الضعف الإداري للمواقع الأثرية، وإدخال التقنيات الحديثة في تطويرها.

الجدول (26) رؤية المبحوثين عن مدى وجود ضعف في إدارة المواقع الأثرية واستخدام التكنولوجيا الحديثة. ن = 42.

ت	الاستجابات	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة	الوسط المرجح	الانحراف المعياري	الوزن المنوي	المستوى
1	موافق	24	57.14%	1	2.524	.82335	84.13%	مرتفع
2	محايد	16	38.1%	2				
3	غير موافق	2	4.76%	3				
	المجموع	42	100%	-				

خامساً: قلة التخصيصات المالية للمشروعات السياحية الأثرية

الجدول (27) الوزن المنوي لرؤية المبحوثين قلة بالتخصيصات المالية للمشروعات السياحية الأثرية بنسبة مئوية قدرها (93.67%) وبوسط مرجح (2.81) وهو ما يشير إلى ارتفاع مستوى قلة بالتخصيصات المالية للمشروعات السياحية الأثرية، حيث حلت في المرتبة الأولى استجابة (موافق) بواقع (35) تكراراً ونسبة بلغت (83.33%)، بينما جاءت استجابة (محايد) بالمرتبة الثانية وحازت على (6) تكرارات ونسبة بلغت (14.29%)، في حين حلت استجابة (غير موافق) بالمرتبة الثالثة وسجلت (1) تكراراً ونسبة بلغت (2.38%)، من خلال نسبة التكرارات

بحلول (موافق) على قلة التخصيصات المالية للمشروعات السياحية يستدعي اتباع سياسة مالية تدعم القطاع السياحي.

الجدول (27) رؤية المبحوثين عن قلة بالتخصيصات المالية للمشروعات السياحية الأثرية. ن = 42.

ت	الاستجابات	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة	الوسط المرجح	الانحراف المعياري	الوزن المئوي	المستوى
1	موافق	35	%83.33	1	2.81	.70383	%93.67	مرتفع
2	محايد	6	%14.29	2				
3	غير موافق	1	%2.38	3				
	المجموع	42	%100	-				

سادساً: ضعف بالاستثمارات الأثرية

الجدول (28) الوزن المئوي لرؤية المبحوثين عن مدى وجود ضعف بالاستثمارات الأثرية بنسبة مئوية قدرها (91.27%) وبوسط مرجح (2.738) وهو ما يشير إلى ارتفاع مستوى ضعف بالاستثمارات الأثرية، حيث حلت في المرتبة الأولى استجابة (موافق) بواقع (32) تكرارا ونسبة بلغت (76.19%)، بينما جاءت استجابة (محايد) بالمرتبة الثانية وحازت على (9) تكرارات ونسبة بلغت (21.43%)، في حين حلت استجابة (غير موافق) بالمرتبة الثالثة وسجلت (1) تكرارا ونسبة بلغت (2.38%)، ضعف الاستثمارات الأثرية يحتاج إلى تبني سياسة الدولة بتنشيطها للنهوض بقطاع السياحة الأثرية.

الجدول (28) رؤية المبحوثين عن مدى وجود ضعف بالاستثمارات الأثرية. ن = 42.

ت	الاستجابات	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة	الوسط المرجح	الانحراف المعياري	الوزن المئوي	المستوى
1	موافق	32	%76.19	1	2.738	.63089	%91.27	مرتفع
2	محايد	9	%21.43	2				
3	غير موافق	1	%2.38	3				
	المجموع	42	%100	-				

سابعاً: نقص الوعي الثقافي لدى السكان المحليين والزوار بأهمية الحفاظ على المواقع الأثرية

يوضح جدول (29) رؤية المبحوثين عن مدى وجود نقص بالوعي الثقافي لدى السكان المحليين والزوار بأهمية الحفاظ على المواقع الأثرية، فقد جاء الوزن المئوي لرؤية المبحوثين عن مدى وجود نقص بالوعي الثقافي لدى السكان المحليين والزوار بأهمية الحفاظ على المواقع الأثرية بنسبة مئوية قدرها (90.47%) وبوسط مرجح (2.714) وهو ما يشير إلى ارتفاع مستوى نقص الوعي الثقافي لدى السكان المحليين والزوار بأهمية الحفاظ على المواقع الأثرية، حيث حلت في المرتبة الأولى استجابة (موافق) بواقع (31) تكراراً ونسبة بلغت (73.81%)، بينما جاءت استجابة (محايد) بالمرتبة الثانية وحازت على (10) تكرارات ونسبة بلغت (23.81%)، في حين حلت استجابة (غير موافق) بالمرتبة الثالثة وسجلت (1) تكراراً ونسبة بلغت (2.38%)، ثبت نقص الوعي الثقافي لدى زوار المواقع الأثرية، ما يستدعي القيام بحملة توعية للسكان المحليين بهذا الاتجاه.

الجدول (29) رؤية المبحوثين عن مدى وجود نقص بالوعي الثقافي لدى السكان المحليين والزوار بأهمية الحفاظ على المواقع الأثرية. ن = 42.

ت	الاستجابات	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة	الوسط المرجح	الانحراف المعياري	الوزن المئوي	المستوى
1	موافق	31	73.81%	1	2.714	.51987	90.47%	مرتفع
2	محايد	10	23.81%	2				
3	غير موافق	1	2.38%	3				
	المجموع	42	100%	-				

ثامناً: الهجرة من المناطق الأثرية يسبب نقص الفرص الاقتصادية

بحسب الجدول (30) لرؤية المبحوثين عن الهجرة من المناطق الأثرية يسبب نقص الفرص الاقتصادية مما يشكل تحدياً أمام السياحة والآثار واستدامة السياحة الأثرية بنسبة مئوية قدرها (85.7%) وبوسط مرجح (2.714) وهو ما يشير إلى ارتفاع مستوى الهجرة من المناطق الأثرية كونه يسبب نقص الفرص الاقتصادية، إذ حلت في المرتبة الأولى استجابة (موافق) بواقع (25) تكراراً ونسبة بلغت (59.52%)، بينما جاءت استجابة (محايد) بالمرتبة الثانية وحازت على (16) تكراراً ونسبة بلغت (38.1%)، في حين حلت استجابة (غير موافق) بالمرتبة الثالثة وسجلت

(1) تكرارا واحدا ونسبة بلغت (2.38%)، اتفاق غالبية المبحوثين على كلمة (موافق) بشأن الهجرة من المناطق الأثرية ونقص الموارد الاقتصادية يتطلب بناء مجتمعات سكانية قربها على أن تكون الحكومة حاضرة بجهدا وحمايتها للمناطق الأثرية.

الجدول (30) رؤية المبحوثين عن الهجرة من المناطق الأثرية. ن = 42.

ت	الاستجابات	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة	الوسط المرجح	الانحراف المعياري	الوزن المئوي	المستوى
1	موافق	25	59.52%	1	2.571	.67280	85.7%	مرتفع
2	محايد	16	38.1%	2				
3	غير موافق	1	2.38%	3				
	المجموع	42	100%	-				

تاسعا: اختبار فرضيات البحث

الفرضية الأولى: توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية معنوية في إسهام تدريب الموارد البشرية وتقديم حلول لوضع استراتيجيات مستدامة في السياحة، وبين تطوير البنية التحتية السياحية.

توضح بيانات الجدول (39) وجود علاقة ارتباط ايجابية قوية جدا بين إسهام تدريب الموارد البشرية في تقديم حلول لوضع استراتيجيات مستدامة في السياحة، وبين تطوير البنية التحتية السياحية، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون 0.872** وهي أكبر من القيمة الجدولية (0.393) عند مستوى دلالة (0.001) ودرجة حرية (40) وبذلك ثبت صحة الفرضية الأولى.

جدول (39) العلاقة بين إسهام تدريب الموارد البشرية في تقديم حلول لوضع استراتيجيات مستدامة في السياحة، وبين تطوير البنية التحتية السياحية.

تطوير البنية التحتية السياحية			المتغير
الحكم	قيمة معامل ارتباط بيرسون	درجة الحرية	إسهام تدريب الموارد البشرية في تقديم حلول لوضع استراتيجيات مستدامة في السياحة
دالة عند مستوى	R الجدولية		
دالة 0.001	0.393	40	

الفرضية الثانية: توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية معنوية بين قلة التخصيصات المالية للمشروعات السياحية الأثرية، وضعف الاستثمارات الأثرية.

توضح بيانات الجدول (40) وجود علاقة ارتباط موجبة معنوية قوية جدا بين قلة التخصيصات المالية للمشروعات السياحية الأثرية، وضعف الاستثمارات الأثرية، إذ بلغت قيمة معامل بيرسون 0.862^{**} وهي أكبر من القيمة الجدولية (0.393) عند مستوى دلالة (0.001) ودرجة حرية (40) وبذلك ثبت صحة الفرضية الثانية.

جدول (40) العلاقة بين قلة بالتخصيصات المالية للمشروعات السياحية الأثرية وبين ضعف بالاستثمارات الأثرية.

ضعف بالاستثمارات الأثرية			المتغير
الحكم	قيمة بيرسون		قلة بالتخصيصات المالية للمشروعات السياحية الأثرية
دالة عند مستوى دلالة 0.001	الجدولية	المحسوبة	
	0.393	0.862**	
		40	الحرية

خاتمة البحث

أولاً: الاستنتاجات

1. اظهر البحث الحاجة الماسة لصياغة استراتيجية وطنية لتبني ممارسات مستدامة للحفاظ على المواقع الأثرية والبيئة المحيطة بها، فضا عن وجود ضعف في استراتيجية التسويق المحلي والدولي.
2. أهمية تقييم البنية التحتية للمواقع الأثرية، فضلاً عن قصور في الرؤية الاستراتيجية لترميم وصيانة المواقع الأثرية بأساليب مستدامة.
3. لم يكن دور المجتمع المحلي بالمستوى المطلوب في تقديم الخدمات السياحية، وعدم فاعليته في تطوير القطاع، فضلاً عن ضعف التكيف مع المتغيرات السياسية والاقتصادية والاجتماعية المؤثرة في هذا الدور الذي ينبغي أن يكون استراتيجياً.
4. لا توجد أدنى فكرة لدى قطاعي السياحة والآثار بأن تكون الخدمات التي تقدمها هي أحد أهم مصادر الدخل الرئيسة للدولة ككل وللمجتمعات المحلية، وذلك بسبب قصور الرؤية الاستراتيجية في تقييم العوائد الاقتصادية عن الخدمات السياحية المتكاملة.
5. وجود نقص واضح في الاستخدام المكلف لأنظمة وتقنيات الواقع الافتراضي (VR) والواقع المعزز (AR) كونه يمثل فرضية فريدة لتعزيز تجربة الزائرين وزيادة الوعي الثقافي، فضلاً

عن عدم وجود رؤية لرقمنة السجلات الأثرية وتطوير منظومة المعلومات الأثرية للأجيال المقبلة عبر استخدام آليات الرقمنة.

6. وجود نقص في الموارد البشرية المؤهلة في مجال صياغة الاستراتيجية الوطنية المستدامة للآثار والسياحة، مما يعني وجود ضعف في إجراءات تقييم شامل لتلك الموارد البشرية الموجودة فقط.

7. ضعف واضح في تحديث القوانين والتشريعات بالشكل الذي يؤثر قصورا في مراجعة القوانين والتشريعات النافذة، وبما يتناسب وتلبية متطلبات المرحلة الراهنة والتهديدات المعاصرة لواقع السياحة والآثار.

8. ضعف في تشجيع الاستثمارات الأثرية لغرض تطوير البنية التحتية السياحية من نقل وفنادق وطرائق ومطاعم وأسواق ومنتجات.

9. ضعف الرؤية الاستراتيجية لدى الإدارة العليا بشأن إقامة شراكات وتحالفات مع هيئات ومنظمات عالمية لتقديم حلول نموذجية وتطوير استراتيجية سياحية مستدامة بعيدة الأمد، وتعزيز النمو الاقتصادي للدولة.

10. يرتبط تطوير البنية التحتية السياحية والآثار ارتباطاً إيجابياً بإسهام وزارة الثقافة والسياحة والآثار بتدريب الموارد البشرية العاملة في قطاعي السياحة والآثار بشأن تقديم حلول نموذجية لرسم استراتيجية وطنية مستدامة، فضلاً عن أنه كلما انخفضت التخصيصات المالية للمشروعات السياحية الأثرية كلما ضعف الاستثمار بمجالها.

ثانياً: التوصيات والمقترحات المستقبلية

1. تحديث الجوانب القانونية وتطوير أطرها بما يتناسب وحماية المواقع الأثرية وتعزيز السياحة المستدامة في العراق.

2. الاهتمام بالتكنولوجيا المتقدمة في مجال التسويق والترويج للسياحة الأثرية ومثلها استخدام الذكاء الاصطناعي، مع أهمية استحداث مديرية عامة للتسويق والترويج السياحي.

3. إشراك الموارد البشرية في قطاع السياحة والآثار ببرامج تدريبية متقدمة عالمياً تصب في تقديم حلول ناجعة بمجال صياغة استراتيجيات مستدامة لهذا القطاع الحيوي.

4. إنشاء شراكات وتحالفات استراتيجية مع منظمات ومؤسسات دولية ومعنية بالقطاع السياحي والآثاري لغرض تقديم حلول نموذجية لمعالجة المشكلات الاستراتيجية التي تعاني منها.
5. وفير بيئة استثمارية جاذبة في المجالين الوطني والولي عن طريق إصلاح القوانين والتشريعات، وتطبيق نظم رقابية تسهل الإجراءات، وتمنع الفساد مما تزيد من ثقة المستثمرين بالدولة.
6. إتاحة المجال واسعا ودقيقا للملكية أو الاستئجار بعيد الأجل، بحيث تمنح المستثمرين المحليين والدوليين فرصة إدارة المواقع السياحية والاستثمار فيها، بشرط الحفاظ على الآثار والتراث الوطني.
7. إطلاق مشروعات وطنية مشتركة مع القطاع السياحي والآثاري عن طريق تمويل وترميم المواقع الأثرية، فضلا عن تكليف شركات عراقية خاصة بإدارة وتنظيم وتشغيل المواقع الأثرية والسياحية، وضمان ديمومتها لتنظيم موارد الدولة مشروطة برقابة وزارة الثقافة والسياحة والآثار لحمايتها واستدامتها.
8. الاستثمار في مجال التحول الرقمي وتقنيات الواقع الافتراضي لتقديم تجربة عراقية نموذجية تفاعلية للسياح العرب والأجانب، فضلا عن تطوير منصات الحجز الإلكتروني للجولات والأفواج السياحية الذكية.
9. إقامة حملات توعية وتنقيف للسكان المحليين بشأن أهمية الحفاظ على المواقع الأثرية وتشجيع الاستثمار بينهم لتوفير فنادق ومنتجعات قرب هذه المواقع، فضلا عن تطوير الخدمة السياحية من نقل وطرق ومطاعم وأسواق.
10. تطوير المناطق السياحية والبنية التحتية للمواقع الأثرية والسياحية من نقل وطرق ومطارات وموانئ وسكك حديدية، وفنادق، ومنتجعات وغيرها.

المصادر

- (1) 1.أ.د. عدنان ياسين مصطفى / اختصاص علم الاجتماع.
- 2.أ.د. صباح أنور إبراهيم/ اختصاص علاقات عامة وتسويق إعلامي.
- 3.أ.د. خليل محمد شهاب/ اختصاص اقتصاد دولي
- 4.أ.د. عبد القادر سعدي حمدي/ اختصاص علوم سياحية وتراثية.
- 5.أ.د. علي غانم مطابق/ اختصاص علوم آثار وتراث.
- (2) شيماء صلاح الدين العبيدي، الذكاء الشخصي وعلاقته بإدارة الانفعالات لدى المدرسين، مجلة كلية التربية للبنات، المجلد 29، العدد 2، كلية التربية للبنات، جامعة بغداد، قسم العلوم التربوية والنفسية، 2018، ص2107.
- (3) غسان قاسم اللامي، تحليل العلاقة بين الرؤية الاستراتيجية وأداء العمليات، دراسة استطلاعية، المجلة العراقية للعلوم الإدارية – جامعة كربلاء، كلية الإدارة والاقتصاد، 2005، العدد 9 و10 تموز.
- (4) performance Judy Capco، (2020)، 5 Steps to a Evaluation System’aafp. Retrived.
- (5) محمد العدلوني، دار ابن حزم للطباعة والنشر- بيروت، 2005، ص64.
- (6) طاهر محسن الغالبي، وائل محمد إدريس، الإدارة الاستراتيجية منظور منهجي متكامل، ط3، دار وائل للنشر، عمان، 2015، ص89.
- (7) رمضان محمود عبد السلام، أسامة السيد الطباوي، أثر التطوير التنظيمي في فاعلية الأداء المؤسسي، مجلة الدراسات التجارية المعاصرة، العدد 2015، 6، ص186.
- (8) جامعة نجران، كلية التربية، الخطة الاستراتيجية، الرؤية والرسالة والقيم، 1433- 1438-هجري.
- (9) الموقع الرسمي لهيئة السياحة، تم استقاء المعلومات في (15/ 10/ 2024) للمزيد ينظر الرابط الآتي:
<https://tourism.gov.iq/aboutUs.php>
- (10) حيدر الخفاجي، التطور التاريخي والنوعي للتشريعات السياحية المنظمة للعمل السياحي في العراق 18 / 4، / 20.
- (11) تاريخ الهيئة العامة للآثار، متاح على الرابط:
<https://www.facebook.com/profile.php?id=100067532911971&mibextid=ZbWKw>
- (12) L، تاريخ الدخول للموقع في 2024/11/15.
- (13) الجزيرة نت، المتحف العراقي يضم آثارًا لا مثيل لها في العالم، متاح على الرابط <https://2u.pw/SjRdqaKc>، في تاريخ 2019/12/19.
- (14) سودد كاظم مهدي، السياحة الأثرية في العراق الواقع والآفاق، مركز المستنصرية للدراسات العربية والدولية بالجامعة المستنصرية، الندوة العلمية السنوية الجغرافية السياحية في العراق الواقع والآفاق المستقبلية، العدد 8، ص14.181.
- (15) المواقع الأثرية في العراق، وزارة الثقافة، العراق، ص16.
- (16) فاضل البدراني، الإعلام صناعة العقول، منتدى المعارف، 2007، ص74.
- (17) عمر حسام العزاوي، علم الآثار في العراق نشأته وتطوره، دار الكتب العلمية، بيروت، 2006، ص58.
- (18) سودد كاظم مهدي، السياحة الأثرية في العراق الواقع والآفاق، مركز المستنصرية للدراسات العربية والدولية، الجامعة المستنصرية، ص26.
- (19) عدنان حسين الخياط، السياحة في العراق بين كنوز المعالم والمقومات وغياب التخطيط والسياسات، مركز الدراسات الاستراتيجية، قسم إدارة الأزمات، جامعة كربلاء، تموز 2021، تاريخ الدخول على الموقع في 10 تشرين الثاني 2024. ينظر الرابط الآتي:
<https://kerbalacss.uokerbala.edu.iq/wp/blog/2021/07/25>
- (20) أحمد حسن علي، نحو استراتيجية لتطوير السياحة العراقية، مركز البيان للدراسات والتخطيط، بغداد، 2018، ص10.