

سابعاً : المضاعف السياحي في العراق :-

على الرغم من عدم توفر البيانات الكافية لاحتساب قيمة المضاعف السياحي في العراق، إلا أن هناك محاولات في هذا المجال أهمها :

- 1- لقد جرت المحاولة الأولى في عام 1981 لاحتساب المضاعف السياحي في العراق، واقتصرت على القطاع الاشتراكي فقط وخلال الفترة 1975-1979 وذلك لتوافر المعلومات عن هذا القطاع. ويمكن متابعة قيم المضاعف السياحي من خلال الجدول رقم (31) الآتي :-

جدول (31)

المضاعف السياحي للقطاع السياحي الاشتراكي في العراق للفترة 1975-1979

الفترة	قيمة المضاعف السياحي
1975	0.59
1976	0.72
1977	0.58
1978	0.52
1979	0.39

المصدر : إسماعيل الدباغ، الاستثمار السياحي وآثره على التنمية الاقتصادية في العراق خلال الفترة 1968-1979 مع التركيز على القطاع الاشتراكي، رسالة ماجستير، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة بغداد 1981، ص 240.

يتضح من الجدول أن المضاعف السياحي عموماً "في العراق منخفض، ويعود سبب ذلك بالأساس إلى اعتماد القطاع السياحي بشكل كبير جداً" على استيراد عناصر الإنتاج من الخارج، مما يؤدي إلى ارتفاع في نسبة التسرب إلى خارج نطاق الدائرة الاقتصادية القومية وبالتالي انخفاض قيمة المضاعف السياحي. فالقطاع السياحي في العراق فاق نمو غالبية القطاعات الأخرى، بحيث أصبحت القطاعات الأخرى عاجزة عن رفد السياحة بعناصر الإنتاج، مما أدى إلى الاعتماد الكبير على الاستيراد، بمعنى زيادة الميل الحدي للاستيراد من قبل القطاع السياحي.

أولياً : المضاعف السياحي في عدد من البلدان :-

تعددت المحاولات لاحتساب قيمة المضاعف السياحي في عدد من البلدان والأقاليم، على اعتبار معيار اقتصادي عالمي وموضوعي لتقييم أثر الاستثمار السياحي في الاقتصاد القومي. إذ أن تجاوز قيمة المضاعف السياحي (2) مرة يعني نجاح الاستثمار السياحي، وانخفاضه عن ذلك يعني انخفاض دورى الاقتصادية المرجوة من الاستثمار السياحي.

وفيما يلي جدولاً بهذه المحاولات التي تختلف فيها طريقة احتساب المضاعف السياحي من تجربة أخرى وكما يأتي :-

جدول (30)

مضاعف الاستثمار السياحي في عدد من البلدان والأقاليم ولفترات مختلفة

مضاعف الاستثمار السياحي (%)	البلد أو الإقليم
1.2 - 1.4	اليونان
0.79 - 1.27	هاواي
1.2 - 1.7	لبنان
1.6 - 1.7	ولاية نيو همبشير الأمريكية
2.7	أيرلندا
3.2	المملكة المتحدة
2.96	هولندا
3.2 - 4.3	الشرق الأقصى والمحيط الهادئ
2.3	جزر البحر الكاريبي
3.3	الباكستان
1.36	بنما
3.6 - 3.2	الهند
1.09	برمودا
1.015	هونغ كونغ
1.7	سوريا

المصدر : I- VanHove Norbert, Critica Considerations on The Tourist Multiplier: BETTAGEUR FRMDENVER - KEHSEORCHNG, WIEN, 1973, P87.

2- Robert W. Mictosh, Tourism: Principles Practices and philosophies, GRID, 1972, P185.

3- John M. Bryden, Tourism and development, Cambridge University press, London, 1973, p75

4- خالد عبد الحميد العبدلي، دور السياحة في الاقتصاد العراقي للفترة (1960-1982)، رسالة ماجستير مقدمة إلى كلية الإدارة والاقتصاد، الجامعة المستنصرية، 1985، ص 167.

3- يعمل مضاعف الاستثمار السياحي على زيادة الدخل القومي ويمكن احتساب هذه الزيادة بموجب المعادلة :

$$\Delta Y = K_i * \Delta I_i$$

فلو تحقق استثمار سياحي بمقدار (2) مليار دولار وان قيمة المضاعف السياحي (4) مرات فان الزيادة الكلية في الدخل القومي الناتجة عن الاستثمار السياحي ستكون (8) مليار دولار.

4- يستند من مضاعف الاستثمار السياحي كأداة تقييمية لتقييم أداء النشاط السياحي. فكلما زادت قيمة مضاعف الاستثمار السياحي فان هذا يدل على نجاحات النشاط السياحي والعكس صحيح. وعموماً يمكن اعتبار قيمة المضاعف السياحي (2) مرة الحد الفاصل بين النجاح والإخفاق، فإذا قلَّ عن (2) مرة فهذا يعني وجود خلل يجب أن يعالج.

5- ليكن هدف المشرفين على النشاط السياحي العمل على زيادة قيمة مضاعف الاستثمار السياحي وبالتالي تعظيم الفوائد المرجوة منه. ويتحقق ذلك من خلال تقليل نسبة التسرب على (الإحار، الضريبة، الاستيراد)، وإن كان الإحار مهم في البلدان النامية فيجب التركيز على مسألتين: -

أ- تخفيض الأعباء الضريبية على النشاط السياحي لدعم الاستثمار السياحي.

ب- والأهم تخفيض الميل الحدي للاستيراد السياحي، وهنا ننصح باعتماد أسلوب التنمية الاقتصادية المتوازنة، فلا يجب أن نركز على تنمية القطاع السياحي وإهمال القطاعات الأخرى المجهزة له بعناصر الإنتاج، ولأ سوف نضطر الى استيرادها من الخارج، وبالتالي ما يُنظم بيد اليمين ينفق بيد اليسار وهذا يعني تخفيض قيمة المضاعف السياحي وخسارة الفوائد المرجوة منه. لذلك يجب أن تكون خطط التنمية الاقتصادية متكاملة مع بعض ونسعى جهد الإمكان أن ننمي القطاعات التي توفر مستلزمات الاستثمار السياحي.

6- هناك سؤال مهم يثار ألا وهو: - ما هي أعلى قيمة ممكنة يصلها مضاعف الاستثمار السياحي؟. تشير الدراسات العالمية الى أن أعلى قيمة لمضاعف الاستثمار السياحي قد تحقق في الولايات المتحدة الأمريكية (الشرق الأقصى والمحيط الباسيفيكي) وهي (4.3) مرة. ويتحقق مثل هذا الرقم عندما يكون الاقتصاد القومي قوي الى الحد الذي يوفر غالبية مستلزمات الاستثمار السياحي.

لكن بعض الدراسات تشير الى أن مضاعف الناتج السياحي في عدد من البلدان العربية يصل الى أرقام فلكية، ففي عام 2007* وصل في الإمارات العربية المتحدة (13) مرة وفي السودان (9) مرات وفي قطر (8) مرات وفي ليبيا الى (7) مرات وفي الكويت الى (7) مرات.

الحقيقة أنه لا يوجد شيء اسمه مضاعف الناتج السياحي، كما إن البلدان المذكورة، هي بلدان تعتمد كلياً على استيراد مستلزمات الاستثمار السياحي، أي أنها تمتاز بميل عالي للاستيراد، بدأ من الشركات الأجنبية المنفذة للاستثمار السياحي، وكذلك تعامله الأجنبية والمواد الإنشائية والكهربائيات والمعدات الأخرى بل وحتى مستلزمات تشغيل المنشآت السياحية مستوردة.

(*) انظر الى: صندوق النقد العربي، نشرة الإحصاءات الاقتصادية للدول العربية، الفصل الثاني عشر، التعاون العربي في قطاع السياحة، ص 225، ومشور على الموقع الالكتروني: <http://www.amf.org.ar/statistics>

المحاولة الثانية جرت من قبل الباحث خالد عبد الحميد العنيلي في رسالة الماجستير في عام 1985 لاحتساب قيمة المضاعف السياحي في العراق للفترة 164-1978.

وكانت قيمة المضاعف السياحي بموجب الطريقة التي اعتمدت الأسعار الجارية (2.5) مرة، وبموجب الطريقة التي اعتمدت الأسعار الثابتة (2.41) مرة.

ولاحظ الارتفاع الكبير للمضاعف السياحي في العراق، وسبب ذلك يرجع الى استبعاد دور الاستيراد بالمضاعف السياحي لعدم توافر المعلومات عنه، مما أدى الى تضخم قيمة المضاعف السياحي الى هذا الحد.

المحاولة الثالثة للباحثين د.مثنى طه الحوري وإسماعيل الدباغة في بحث عن المضاعف السياحي، باستخدام مضاعف ليونتييف واعتماداً على تكتيك المستخدم/المنتج استطاعوا أن يتوصلوا الى طريقة علمية جديدة لاحتساب قيمة المضاعف السياحي، إلا أنه لم تكتمل المحاولة باحتساب قيمة المضاعف السياحي في العراق لأن جداول المستخدم/المنتج المعدة من قبل الجهاز المركزي للإحصاء تقوم دائماً بدمج تجارة الجملة والمفرد مع السياحة والفنادق.

المحاولة الرابعة للباحث عبدالمطلب الخوام في رسالة الماجستير لعام 1996 حيث توصل الى أن قيمة مضاعف السياحي في العراق (4.76) مرة ويعد هذا الرقم كبيراً ويعد عن الواقع لأن الطريقة اعتمدت فقط على تأثير الميل الحدي للاستهلاك بالمضاعف السياحي ولم تنظر الى أوجه التسرب على الضرورية للاستيراد.

أخيراً : ملاحظات مهمة بشأن المضاعف السياحي: -

- 1- لا يوجد مضاعف سياحي إلا مضاعف الاستثمار السياحي وما يشار اليه بمضاعف الدخل السياحي بعدد كل البعد عن النظرية الاقتصادية ومخالفاً لها. فالإنفاق على الاستثمار السياحي يعني خلق طاقة إنتاجية جديدة تنشط الاقتصاد القومي وتعمل على مضاعفة الإنفاق الأولي على الاستثمار السياحي لعدة مرات. أما الإنفاقات الأخرى في مجال الاستهلاك السياحي فلا تؤدي نفس المفعول.
- 2- يتمتع مضاعف الاستثمار السياحي بخصوصية عن المضاعفات الاستثمارية في القطاعات الأخرى. فالسياحة تعد نشاطاً أساسياً ومحفزاً وذلك للطبيعة التشابكية الكثيفة الأمامية منها والخلفية للسياحة مع القطاعات الأخرى، وتمتاز بقرنتها الفائقة على خلق اثار اقتصادية كبيرة مباشرة وغير مباشرة تحفز عملية الاستثمار والإنتاج في القطاعات الأخرى، لذلك واعتماداً على هذه الحقائق يجب أن تكون قيمة مضاعف الاستثمار السياحي أكبر من المضاعفات الأخرى في بقية الأنشطة الاقتصادية.

أسئلة الفصل الرابع :

س1: وضح من خلال اشتقاق تأثير الميل الحدي للاستهلاك أو الميل الحدي للاختار في مضاعف الاستثمار، ثم بين نوعية العلاقة بينهم.

س2: وضح من خلال اشتقاق تأثير الميل الحدي للضريبة في المضاعف السياحي، ثم بين نوعية العلاقة بينهم.

س3: وضح من خلال اشتقاق تأثير الميل الحدي للتصدير والميل الحدي للاستيراد في المضاعف السياحي، ثم بين نوعية العلاقة بينهم.

س4: توافرت البيانات الآتية: -

$$S^- = 0.2 \quad \Delta I = 300 \quad \text{وحدة دولار}$$

$$C^- = 0.8 \quad \Delta n = 20\% \quad \text{وحدة}$$

$$t^- = 0.1 \quad \text{وحدة}$$

$$X^- = 0.4 \quad \text{وحدة}$$

$$M^- = 0.3 \quad \text{وحدة}$$

المطلوب :

1- إيجاد قيمة المضاعف السياحي.

2- إيجاد الدخل الناتج عن الاستثمار السياحي.

س5: توافرت البيانات الآتية: -

$$\Delta I = 800 \quad \text{مليون دولار}$$

$$\Delta L = 20\%$$

$$n = 5 \quad \text{وحدة}$$

المطلوب : نظم جدولاً ثم أوجد :

1- قيمة المضاعف السياحي عند الدورة الخامسة.

2- قيمة الدخل الناتج عن السياحة عند الدورة الخامسة.

كيفية تصل قيمة المضاعف السياحي إلى (13) مرة في الإمارات العربية المتحدة، في حين تصل قيمة إلى (4.3) مرة كحد أقصى في الولايات المتحدة الأمريكية التي تُجد في سوقها المحلي كل مستلزمات الاستثمار السياحي. لذلك اقتضت الضرورة التحذير من الإيتماد على مصادر تشير إلى أرقام خيالية لمضاعف السياحي، وأن قيمة المضاعف السياحي تتجاوز (4.3) مرة مشكوك بها.

- كذلك هناك سؤال مهم جداً وهو: - هل من الممكن أن تصل قيمة مضاعف الاستثمار السياحي إلى أقل من واحد؟ الجواب نعم عندما يكون الميل الحدي للاستيراد السياحي مرتفع جداً، كما حصل في العراق خلال السنوات 1975-1979. حيث أن الفنادق التي شرع في تنفيذها خلال تلك الحقبة الرسمية ومنها (فندق المنصور، فندق عشتار، فندق فلسطين، فندق الرشيد... الخ) صممت من قبل شركات أجنبية، ونفذت من قبل شركات أجنبية ومواد انشائية ومعدات وكهربائيات وأثاث... الخ أجنبية مستوردة، لا بل حتى إدارتها أوكلت لشركات أجنبية. وبالتالي فإن التسرب على الاستيراد بدأ من الدورة الأولى التي انتقل فيها الدخل المخصص للاستثمار السياحي من خزينة الحكومة العراقية إلى جيوب الشركات الأجنبية المصممة والمنفذة والمشغلة.