للسياحة ذات تأثيراتٍ متعدِّدة في الاقتصاد، وهي تبدأ من تعظيم النمو الاقتصادي والدُّخُول، وحصيلة النقد الأجنبي والعِمَالة، وتقليل التفاوت من خلال توزيع عادل للدخول وتحقيق التنمية في المناطق النائية او المحرومه من مشاريع ومنافع التنمية ، حتى تحسين الهيكل الاقتصادي .

وقد برزتْ أهميَّة الجوانب الاقتصادية لقطاع الفَنْادق والسياحة بعد أن أصبح هذا القطاع - وخصوصًا خلال النصف الثاني من القرن الماضي - أحدَ المكونات المهمَّة في الهيكل الاقتصادي في كثيرٍ من الدول، وبعد أن أصبحتِ السياحة والفنادق تمثِّل أكثر من ٦% من الناتج العالمي.

إن النشاط الفُنْدُقي والسياحي في غالبيته نشاطٌ موسمي، وهناك عواملُ تؤدِّي إلى الموسميَّة، أهمها تركيز الإجازات المدرسيَّة والإجازات في موسم مُعينٍ، كما أن العوامل المناخيَّة والجغرافيَّة تدْعو إلى هذه الظاهرة.

ومن الواضح أنَّ سياحة الإجازات - التي تمثِّل قدرًا كبيرًا من النشاط الفُنْدُقِي والسياحي - هي التي تدعم هذه الظاهرة.

ثم إن القطاع الفُنْدُقِي والسياحي يملك تأثيراتٍ مختلفةً على التنمية الاقتصادية، من خلال تأثيراته على ميزان المدفوعات، وتوليد العِمَالة، وتحسين المرافق الأساسية والتأثيرات المضاعفة للإنفاق الفندقي والسياحي، وكذا التأثيرات الهيكليَّة.

وغير خافٍ ما له جانب سلبي أو إيجابي من هذه التأثيرات؛ إذ لا يُتوقع إيجابيَّة تلك التأثيرات بشكلٍ مُطْلق.

يقول د. نبيل الروبي - في كتابه "اقتصاديات السياحة": يُعدُّ إنفاقًا سياحيًّا كلُّ إنفاقٍ يتمُّ داخل الدولة المضيفة ممن يعتبر سائحًا؛ فالإنفاق السياحي هو الإنفاق الذي يقوم به السائحون على مختلف السلع والخدمات السياحيَّة وغير السياحيَّة، خلال إقامتهم في الدولة المضيفة.

وحتى تسهل المقارنة من وقتٍ إلى آخرَ، ومن بلدٍ إلى آخرَ؛ يكاد يجمع كُتَّاب الاقتصاد السياحي على تقسيم عناصر الإنفاق السياحي إلى أربع مجموعات رئيسة استخدمت في المناطق السياحية المختلفة، هي: الإقامة، والطعام والشراب، والنقل الداخلي، والمشتريات الأخرى.

وقد اتَّضح من عدة دراسات علميَّة أُجْريت عن توزيع الإنفاق السياحي، أنَّ نصيب عناصر الإنفاق السياحي تبدو فيما يلي:

- الإقامة ٤٥%.
- الطعام والشراب ٢٠ %.
- نقل داخلي ١٥ %.
- مشتريات ١٠ %.
- تسلية وترفيه ٥ %.
- أنشطة أخرى ٥ %.

وبمتابعة الدراسات التطبيقيَّة التي أُعدتْ في مناطقَ سياحيَّةٍ مختلفة، ظهرتْ بعض الملحوظات على العِمَالة المتولدة في القطاع الفُنْدُقي والسياحي، منها:

١- أن الإنفاق السياحي يؤدِّي إلى زيادة الدخل، كلما زادت العِمالة في المجتمع.

٢- أن آثار الإنفاق على العِمالة يكون متأثِّرًا بنوعية النشاط الفُنْدقي والسياحي.
٣- أن الموسميَّة في القطاع السياحي تعكس آثارًا عديدة على النواحي الاقتصادية والاجتماعية، وخاصة موضوع طاقة العمل العاطلة في الفترات غير الموسميَّة.

أما من جهة التدريب الفُنْدُقي والسياحي، فإنَّ له أصولَه وأبعاده، منها على سبيل المثال:
أ - التدريب ليس برنامجًا يبدأ ثم ينتهي في مدة مُعيَّنة؛ بل هو عملية مستمرَّة.
ب - التدريب يشمل جميعَ العاملين في المنشآت السياحية والفُنْدقية.
جـ - التدريب يتطلَّب عناصرَ مُعينةً من أَجْل نجاحه من مثل:
- ♦ مكان مناسب للتدريب.
- ♦ مدربين أكْفاء لهم القدرة على نقل المعلومات.
- ♦ أدوات تدريب تتناسب والتخصصاتِ المختلفةَ.
- ♦ جهاز يقوم بوضع برامجَ للتدريب محدَّدةٍ.

ومن ثَمَّ، فإن العمل بقطاع السياحي والفندقي يستلزم أن يكونَ الفردُ على مستوى مرتفع من الناحية المهنيَّة والناحية السلوكيَّة، مع إجادة لغةٍ أجنبيَّة أو أكثر.وتختلف المهارات المطلوبة للعاملين في هذا المجال او الراغبين بالعمل فيه حسب نوع المهنة وطبية الوظيفة مثلا (موظف الاستقبال في الفنادق ،وموظف المبيعات والعلاقات العامة ، والمرشد السياحي .. وغيرهم)كل له مواصفات ومهارت تؤهله للنجاح في اداء وظيفته والتطور في مهنته .

كما أن القطاع السياحي والفندقي يتطلَّب من الفرد أن يحبَّ العمل الذي يؤدِّيه، ويكونَ مقتنعًا به، ولديه وفرة في المعلومات العامة والثقافة، مع ثقة في النفس.

أيضًا ينبغي على العامل في المجال الفُنْدقي والسياحي أن يكونَ متعاونًا، يعمل في تناسق مع زملائه؛ إذ إن العمل الفُنْدُقي والسياحي هو عمل فريقٍ متكاملٍ، فعمل كلُّ فردٍ يُكْمِلُ عملَ الآخر، مثله في ذلك مثل الفريق الرياضي.

يتَّضح مما سبق أن للقوى العاملة دورًا حاسمًا في التأثير في نمو النشاط الفُنْدُقي والقطاع السياحي وتطورهما.

ففي السنوات الأخيرة برز الاهتمامُ بإعداد القوى العاملة في القطاع الفُنْدُقي والنشاط السياحي؛ من أَجْل تحسين الخِدْمة، ورفع مستواها.

وغير خافٍ أن السوق الفُنْدقي والسياحي يتعرَّض عادةً لمشكلة نقص العِمالة المدرَّبة والمختصَّة، ويرجع ذلك إلى التوسُّع في المشروعات الفُنْدقية والسياحية، وتنوع الطلب السياحي ، وهجرة كثير من العناصر الماهرة لأسباب مختلفه في اغلب الدول العربية ومنها العراق، فضلاً عن العزوف عن العمل لدى الفنادق بشكلٍ عام، وعدم الاقتناع الشخصي بهذا القطاع من بعض الشباب.وتزداد عند الشابات بسبب تدني نظرة المجتمع لمن تعمل في الفنادق خاصة وفي مجتمعاتنا الشرقية والعربيه عموما وكذلك المجتمع العراقي وان هناك تغيير بسيط في هذا الاتجاه لاسباب مختلفه منهاعلى حاجة العائلة العراقيه لعمل النساء بسبب فقدان المعيل لهن في الحروب

المستمرة التي عانى منها الشعب العراقي او بسبب الارهاب والجرائم المنظمة وغير المنظمة اضافة الى البطالة التي انتشرت في المجتمع العراقي خلال سنوات عدم الاستقرار الطويلة وغيرها من الاسباب .

لذا فإنَّ تخطيط العِمالة في القطاع الفُنْدُقي والسياحي بمستوياتها المختلفة: مهني أساسي، وتخصصي، وإشرافي، وإدارة عُلْيَا، يُعدُّ خطوة أساسية في نجاح خُطة التنمية السياحيَّة.

ومن الضروري أن يحظى التدريب الفُنْدقي بنظرةٍ شاملة، تدعمه إمكانيَّاتٌ فنيَّة وبشريَّة وماليَّة تضمن نجاح عملية التدريب؛ من أَجْل إعداد العِمالة المدرَّبة القادرة على الارتقاء بمستوى الأداء في المجتمع الفُنْدقي.

وهنا تبدو الحاجة ماسة لوجود خطةٍ شاملة للتدريب الفُنْدقي والسياحي، تطبَّق على مختلف المستويات.
وكذلك باقي القطاعات فالتدريب في قطاع شركات السفر والسياحة لايقل اهمية فالعمل في تنظيم البرامج السياحيه المتنوعه يحتاج الى خبرة ومعلومات عن سوق الطلب السياحي المحلي والدولي بما يتناب مع الاذواق والرغبات المتنوعه للسياح وكذلك مهنة الارشاد السياحي لها مواصفات وشروط لمن يمتهنها ويمارسها فهو عمل شاق ودقيق وله اهميته في نجاح الرحله السياحيه كونه عنصرا مهما تحقيق اهداف البرنامج السياحي وله الاثر الفعال في اقناع السياح في تكرار الزيارة للبلد ووزيادة التدفق السياحي و له اثاره الاقتصاديه من خلال زيادة الانفاق السياحي وزيادة الدخل

القومي وتوفير فرص العمل لابناء البلد وتحسين دخولهم ومستوى معيشتهم اضافة الى كسب العملات الاجنبية ودعم ميزان المدفوعات وتمويل مشاريع التنمية في البلادوالاهتمام بالبنية التحتيةالتي هي استقطاب وجذب رووس الاموال والمستثمرين ورجال الاعمال المحليين او الاجانب للاستثمار في المشاريع السياحية والفندقية في البلاد .

.