

لسياحة الدينية في النجف الفلسفة والتحديات والفرص - دراسة تحليلية مقارنة قطاع الفنادق نموذجاً

م.د. حسين مظلوم عباس*

المستخلص

إذا كانت السياحة يمكن ان توصف بانها رحلة لكان مقدس تنطوي بالضرورة على تسويق للضيافة فان مدينة النجف تقع في صدارة الاماكن المقدسة للمسلمين عموماً والشيعية منهم بشكل خاص وهي بذلك تكون احدى اهم وجهات القصد للسائح الديني. وقد شكلت السياحة الدينية في هذه المدينة محورا تكاد تدور حوله كافة اوجه الحياة السياسية والاقتصادية والثقافية والاجتماعية فيها. في هذه الدراسة نتناول بشكل تحليلي الفلسفة والتحديات والفرص ومن خلال قطاع الفنادق في النجف من اجل الوصول الى استنتاجات وتوصيات ومعالجات تقدم للجهات الفاعلة فيها بهدف تنمية السياحة الدينية وكان اهم ما توصلت اليه الدراسة هو التصنيف المختلف لفلسفة السياحة الدينية في هذه المدينة عن فلسفة السياحة الدينية في كربلاء فضلاً عن تناولها لابرز التحديات التي تواجه السياحة الدينية والفرص المتاحة امامها وتم التوصل الى استنتاجات وتوصيات اخرى يمكن ان تكون مسارات للانطلاق بتنمية السياحة .

Religious tourism in Najaf Philosophy, challenges and opportunities

Analytical study comparing the hotel sector model

Abstract

If tourism can be described as a journey to a sacred place that necessarily involves marketing hospitality, the city of Najaf is at the forefront of the holy places of Muslims in general and Shiites in particular and is thus one of the most important destinations for religious tourists. Religious tourism in this city has been a hub for almost all aspects of political, economic, cultural and social life. In this study, we analyze the philosophy, challenges and opportunities and through the hotel sector in Najaf in order to reach conclusions, recommendations and remedies provided to its actors in order to develop religious tourism. In addition to dealing with the most prominent challenges facing religious tourism and the opportunities available to them were reached and other conclusions and recommendations that could be pathways to launch tourism development.

الكلمات المفتاحية

الفلسفة . السياحة الدينية , التحديات , الفرص

المبحث الاول البنية الاجرائية والدراسات السابقة

* المعهد التقني / النجف .

مقبول للنشر بتاريخ 2018/9/13

كان هناك في ادبيات السياحة من يشكك في ان السفر الديني هو سياحة رغم انه يتضمن بعض الخطوات التي نجد انها من اساسيات السياحة من قبيل مراحل العبور في بداية الرحلة ,وانشطة الرحلة نفسها ,والاقامة قرب الضريح او الموقع المقدس ,ومن ثم العوده الى الديار .فهناك تشابه بين ماتفترضه التعريفات الرسمية للسياحة التي نجد فيها نوعاً من الاستهلاك والحج او الزيارة التي هي سفر ديني اوسياحة دينية من اجل ترفيهه روعي اذا صح التعبير . ان هذا السفر توطره بعض القواعد من قبيل

- 1- تخلي السائح الديني فيه عن روتين حياة يومييه في مجتمعه ومكانه المألوف ويكون لمدته محدده
 - 2- يحقق علاقات اجتماعيه فريده من نوعها نتيجة الاختلاط الطبقي وتكون الصداقات السريعه
 - 3- يحقق كثافة في المشاعر للسائحين وينطوي على متعه حسيه ومعنويه
- وهذا ما يؤكد ان ذلك السفر الديني انما هو سياحة حسب المفهوم العلمي المعاصر للسياحة ولكن ما يؤخذ على السياحة الدينية في العصر الحديث وفي كثير من البلدان التي تتمتع بمواقع دينية مقدسة ان تلك السياحة الدينية غالباً ما تتقاطع مع الحكومات او السلطة السياسية التي تريد ان تحقق من خلالها اهدافا سياسية وليست اقتصادية بالضرورة وهذا ما يجعلها سلاحاً ذا حدين فمن الممكن ان تكون هذه السياحة اداة للنهوض الاقتصادي والاجتماعي او ان تكون عقبة في طريق التقدم وعبئاً على المجتمع المحلي اذا لم يتم التعامل معها بمنظور علمي ومعرفي والنجم مدينة مقدسه متميزه بحق فهي لديها القدره على جذب الناس فرادى او جماعات لمواقع عديده فيها تضم احداثاً ورموزاً تعد مهمه لمن يؤمن بها وبقيومتها وتخلق لديه احساساً بها لايمكن تجاهله او نسيانه كما تتمتع هذه المدينة بخصوصية كبيره نتيجة وجود مرقد الامام علي ابن ابي طالب عليه السلام ووجود الحوزة العلمية. مما اضيف على المدينة طابعاً دينياً جعل من محاولة تقديم اية مقترحات لتطوير السياحة فيها مقيدة بقيود ثقافيه ومجتمعيه وايدلوجيه . غالباً ما ترتبط بطبيعة وفلسفة السياحة الدينية واخذت تلك القيود تنطلق على شكل تساؤلات تعبر عن التحديات والفرص لتلك السياحة الدينية التي مثلت الشكل الاجتماعي الاجمل في المدينة وشكلت القيمة السياحية للمواقع الدينية فيها علامة فارقة ميزتها عن غيرها من المواقع الاخرى التي قد يكتفي السائح بزيارتها لمرة واحدة في العمر بينما العدد المحتمل لزيارة المواقع الدينية في هذه المدينة يتكرر بحدود 40 زيارة سنوياً في المناسبات الدينية والخاصة ويقدر عدد الزائرين اليومي بحسب (الكبيسي , 2009: 6) 3000 لاف زائر يومي ويصل ايام الخميس والجمعة 10000 زائر وفي المناسبات الدينية ما بين 1-4 مليون زائر ويكاد يأخذ شكل تدفق منتظم من السواح القادمين من الداخل والخارج ومن هنا جاءت هذه الدراسة التي سعت لتأصيل وتحليل وفهم فلسفة السياحة الدينية لمدينة مقدسه مثل النجف ومثل هذا التأصيل لا بد ان يبنى على مناقشة جدليه فلسفيه معمقه لفلسفة السياحة عموماً والتفاعل مع تساؤلاتها الاساسية وكذلك تحليل الواقع المملوء بالتحديات والفرص. واتبعت الدراسة منهجاً وصفيّاً وتاريخياً في سعيها لتحقيق اهدافها واثبات او نفي الفرضية التي افترضتها وتكونت من اربعة مباحث غطت كل موضوعاتها وكان من ابرز النتائج التي توصلت لها هو تشخيص التباين في فلسفة السياحة بين مدينتي النجف وكربلاء وتشخيص ابرز التحديات والفرص امامها

ثانياً :-الدراسات السابقة

توجد عن النجف العديد من الدراسات ذات الطابع السياحي وغير السياحي التي قام بها العديد من الباحثين ومع ان تلك البحوث كانت غزيره ووفرت تعريفاً تاريخياً بالنجف وقديستها وتسميتها اكثر من تقديمها اقتراحات حقيقية لمعالجة واقع السياحة في المدينة الا انها مع ذلك قد وفرت تراكماً فكرياً بشأن السياحة الدينية في النجف ومواقعها وقد اخترنا مجموعة دراسات بحثت في مدينة النجف من وجهات نظر معرفية متعددة اضافة لوجهة النظر السياحية فاخترنا دراسات ذات طبيعة تخطيطية وانثربولوجية واجتماعية وسياحية وقد اعطت تلك الدراسات اشارة للبدء بمسارات اكثر جديه لتطوير السياحة الدينية في النجف وحققت اضافة معرفية وجاءت هذه الدراسة لتكمل مبادئه تلك الدراسات ولكنها اخذت منحى فلسفي تحليلي للتحديات والفرص التي تواجه السياحة الدينية في المدينة

1-دراسة الكناني , ابراهيم (2007)

تحديات مستويات التفاعل بين استعمالات الارض الحضرية باعتماد تقنيات التحليل المكاني منطقة الدراسة النجف الاشرف

هدفت الدراسة الى ايجاد الاسلوب والمنهجية اللذان يمكنان من تحديد طبيعة ونوع التفاعل وكيفية تقييسه اخذين بالحسبان كافة العناصر المؤثرة في التكوينات المنظوماتية وعلاقتها باستعمالات الارض للوصول الى انشاء داله وظيفيه تقدم لمعدي المخطط الاساسي اداة لتنظيم التفاعلات الوظيفيه بين استعمالات الارض الحضرية لجعلها ضمن تصورات واضحه تمكنهم من رسم سياسة تطوير فاعله ذات مرونة مع الزمن وقدرة لاستيعاب المستجدات والمتغيرات وحاول الباحث ان يحلل المدينة مكانيا في علاقتها مع الاستعمالات للارض من خلال مجموعتين الاولى ذات بعد مكاني لاستعمالات الارض للاغراض التجارية والسكنيه والدينيه والصناعيه اضافة لاغراض النقل والخدمات اما الثانيه فكانت وظيفيه حول شدة التنافس على استعمالات الارض والكثافة السكانيه وقيمة الارض والقرب من مركز المدينة والازحام المروري وتداخل حركة السابله وتنوع استعمالات الارض الدراسة توصلت الى ان مدينة النجف تعاني من عدم الاستقرار المكاني وشدة الحراك في استعمالات الارض كونها مدينة دينيه تتميز بوجود قطب نمو فريد من نوعه للتفاعل الوظيفي في استعمالات الارض

2-دراسة العذاري , هشام (2009)

مدينة النجف القديمة دراسة انثربولوجيه

هذه الدراسة هي رسالة ماجستير مقدمه لمجلس كلية الاداب جامعة بغداد في علم الاجتماع حاول الباحث في هذه الدراسة ان يدرس البناء الاجتماعي بمايتضمنه من انساق ونظم اجتماعيه تتساند فيما بينها لتؤدي مابعرف بالوظيفه الاجتماعيه واهتم الباحث بالتعرف على عوامل مؤثره في تكوين ثقافة مدينة النجف القديمه والاطلاع على بعض معطياتها التاريخيه التي ساهمت في بلورة هذه الثقافه واستمرارها عبر الاجيال كما ان الباحث حاول ان يستطلع الادوار الاجتماعيه التي تقوم بها مدينة النجف القديمه سواء ادوارها المحليه والاقليميه في المجال السياسي والديني .اهمية الدراسة تكمن في انها ركزت على اهمية الدين في مجتمع المدينة واعتبرته النقطة المحوريه التي تدور حولها كل الفعاليات الاجتماعيه وعلاقة الدين بباقي الانساق الاجتماعيه الفاعله وحددت سمات ثقافيه لمجتمع المدينة تناقلتها الاجيال جيلا بعد جيل وقدمت تحليلا للعلاقة بين المراقدين المقدسه واقامة الشعائر سنويا وقاست مدى اقتراب الشخصيه النجفيه من سمة النفعيه الماديه بسبب زيادة فاعليه النشاط الاقتصادي وبحثت في رمزية الملابس النجفيه مثل العمامه واحترام الشخصيه وكذلك العلاقة بين الدين والسياسه وتأثيره في مجتمع المدينة

3- دراسة صفر , يعقوب (2007)

التخطيط لتأهيل خدمات وفعاليات السياحة الدينية في محافظة النجف الاشرف واثرها في نمو النشاط السياحي

هدفت الدراسة الى التعريف باهمية السياحة الدينية والنهوض بها وتحديد نقاط القوة والضعف للخدمات السياحيه المقدمة في المحافظة وبيان مقدار تاثير خدمات النقل وخدمات الطعام والشراب وخدمات الاتصالات على نمو النشاط السياحي بالفضلاً عن استحداث مرافق سياحيه جديدة وقد اعتمدت الدراسة على مناهج عديدة مثل المنهج المقارن والمنهج الوصفي التاريخي وغيرهما للحصول على ادق النتائج

4-دراسة كريم , علاء (2012)

أثر المكانة الاجتماعية للمراقدين الدينية في الضبط الاجتماعي للسائح الديني في العراق (دراسة ميدانية للمراقدين الدينية في مدينة النجف الاشرف

تكمن اهمية هذه الاطروحة في توظيف المكانة الاجتماعية للمراقدين الدينية في الضبط الاجتماعي لسلوك السائح الديني في المجتمع العراقي من خلال تطبيق المفاهيم النظرية في الميدان العملي وتوصلت هذه الدراسة الى وجود تاثير للمكانة الاجتماعية للمراقدين الدينية في الضبط الاجتماعي للسائح الديني وكان هناك ضعف في الوعي الاجتماعي لفهم المكانة الاجتماعية للمراقدين الدينية من قبل السياح الوافدين اليها بالرغم من الزيارات المليونية وكان هذا الفهم بشكل

عام بنسب متوسطة واستعملت هذه الدراسة عددا من الاساليب اللامعلمية في تحليل ومعالجة البيانات بالاعتماد على البرامج الاحصائية الجاهزة

ثالثا:- مشكلة البحث

لكون السياحة الدينية تمثل احدى القطاعات المهمة للمجتمع في النجف الاشرف فقد شكل تفوق قطاع الفنادق في كربلاء على نظيره في النجف احد اهم الهواجس التي وقفت بوجه رجال الاعمال في قطاع الفنادق في النجف كون هذا القطاع يمثل النشاط الاكثر فاعلية في حركة السياحة الدينية ومن هنا جاءت هذه الدراسة لتفسر هذا الفارق وتعالجه؟ ولتجيب عن ماهية وفلسفة السياحة الدينية في مدينة النجف؟ وهل تختلف عن فلسفتها في كربلاء؟ وماهي أبرز التحديات التي تواجهها؟ والفرص التي يمكن ان تغتنمها؟

رابعا :- اهمية الدراسة

ان لاهمية الدراسة هذه جوانب عديدة تتمثل بالاتي

- 1- اهمية السياحة الدينية والصناعة الفندقية في مدينة النجف الاشرف وما تحمل في ثناياها من خدمات سياحية وفندقية وما يمكن ان تحققه من موارد بديلة عن النفط الذي يعتمد عليه العراق اعتمادا يكاد يكون تاما في تسيير اموره الاقتصادية وما يمكن ان تحققه هذه السياحة لمدينة النجف من رفاهية وتنمية
- 2- هذا البحث من الاسهامات الاكاديمية القليلة على حد علم الباحث التي تتناول السياحة الدينية بشكل غير مالوف من خلال تناول فلسفتها وطبيعة التحديات التي تواجهها والفرص المتاحة لها وتحلل مؤشرات قطاع الفنادق في مدينة النجف خلال السنوات السبعة الاخيرة
- 3- حاولت ان توجه الانظار نحو صناعة الفنادق في النجف باعتبارها سوقا بكرا لازالت منقطعة عن التغيرات الحاصلة في صناعة الضيافة العالمية
- 4- التوصل الى مجموعة من الاستنتاجات والتوصيات التي تساعد في تحديد المسارات والمعالجات المستقبلية للسياحة الدينية في النجف

خامسا :- اهداف الدراسة

- 1- توفير فهم نظري معمق لفلسفة السياحة عموما وفلسفة السياحة الدينية بشكل خاص واختلاف فلسفتها لدى الزائر لمدينتي النجف وكربلاء
- 2- تحليل وتفسير سبب تفوق مؤشر القطاع الفندقي في كربلاء على مؤشرات قطاع الفنادق في النجف
- 3- توضيح طبيعة التحديات التي تواجه السياحة الدينية في النجف
- 4- التعرف على سياسة شركة شمس الايرانية باعتبارها من اهم الشركات المؤثرة في السوق الفندقي في كلتا المدينتين
- 5- ايضاح مدى الاستفادة من تجربة شركة الهدى للسياحة الدينية في العراق للفترة من 1996-1998
- 6- التعريف بالاستغلال السياسي السييء للسياحة الدينية
- 7- تشخيص طبيعة التحديات التي تواجه السياحة الدينية في النجف من منظور السائح ورجال الاعمال والمجتمع المحلي والحكومة المحلية
- 8- تشخيص الفرص المتاحة لتطوير السياحة الدينية والمنظمات الفندقية فيها
- 9- بناءا على النتائج التي ستتوصل اليها هذه الدراسة سنقوم بصياغة بعض التوصيات التي من الممكن الاستفادة منها لتطوير الصناعة الفندقية في النجف

سادسا :- منهجية الدراسة

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي والمنهج التاريخي سواء في سعيها لتنفيذ البحث او في طريقة الوصول لغاياته فقد اتبعت الدراسة منهجا وصفيا تحليليا انطلقت منه لوصف ظاهرة السياحة الدينية ومنهج تاريخيا يقوم على التجميع

المنظم والتقييم الموضوعي للبيانات المرتبطة بها في العراق بحيث يمكن تفسير الاحداث الماضية والراهنة من اجل الافاده منها في فهم الحاضر والمستقبل حيث تم تقسيم مفردات الدراسة البحثية على وفق تسلسل يتيح دراسة جميع المفردات ذات العلاقة بموضوعها فضلا عن اسلوب المقارنة مع احصاءات قطاع الفنادق في كربلاء

سادسا :- فرضيه الدراسة

من المعروف ان الفرضيه هي تخمين مبني على الخبره ودقة الملاحظه للعلاقات واسبابها فلا تأتي الفرضيه من فراغ بل هي اجابه محتمله لسؤال البحث او نتيجته محتمله لاجراء متوقع ويمكن ان تصاغ بأسلوبين شرطي وتقريري لذلك فان فرضية الدراسة جاءت بصيغة تقريرية مفادها

(ان السياحة الدينية في النجف لم تتمكن من التفوق على السياحة الدينية في كربلاء لعدم تمكنها من ايجاد فلسفة واضحة المعالم تفسر ذلك ولمواجهتها الكثير من التحديات واهمالها العديد من الفرص)

المبحث الثاني :- الاطار الفلسفي للسياحة الدينية في النجف

أ- فلسفة السياحة

ان المقصود بفلسفة السياحة اشارة الى قدره على الاستخراج من الشئ المعقد او الممتلئ او الديناميكي وفك الارتباط معه والتأمل والتفكر حول المعنى والهدف والامكانيه على تحديد انفسنا في عالم السياحة هذا العالم المتطور والمتغير بسرعه كبيره جدا عن سيطرتنا . ان الفلسفة هنا بحد ذاتها هي الانضباط او حقل من الدراسة الذي يغطي تشكيلة واسعة جدا من طرق الفهم للمواضيع . وهي في نهاية المطاف ليست سوى مجموعة من المواقف تمتزج بكيان الانسان . الفلسفة هنا من وجهة نظر تعبر عن فكرة عامة كليه , او وجهة نظر , او خريطة فكرية , (هويدي , 1989: 25) لذلك لا يجب ان نتوهم ان الفلسفة مجرد عمل احترافي يقتصر على الفلاسفة امثال افلاطون , وارسطو , وابن سينا , وانما هي صورة من صور الوجود الانساني نستطيع ان نجدها لدى العامل البسيط في العمل او في المكتب او في السوق انها منهجا في التفكير . و لرب سائل يسأل اليس مباحث الفلسفة الاساسيه المعروفة هي

1- مبحث الوجود Ontolyg

2- نظرية المعرفة Epsitemolgy

3- مبحث القيم Axioloyg

فما علاقة هذه المباحث الفلسفيه بظاهرة السياحة ؟ ومع ما اشرنا اليه انفا من ان الفلسفة هي وجهة نظر او طرق فهم للمواضيع ومع ذلك هناك علاقة بين السياحة ومباحث الفلسفة الاساسية ففي السياحة ومضات عديدة تشير لمبحث الوجود نستشفها من آيات القران الكريم(قال تعالى قل سيروا في الارض فانظروا كيف بدء الخلق (الايه 20 العنكبوت) وقال تعالى (اقلم يسيروا في الارض فتكون لهم قلوب يعقلون بها) (الايه 22 الحج) واما نظرية المعرفة الاستمولوجيا وهي نظرية الانتاج النوعي للتصورات العلمية (حسن , 2006: 20) فهذا الامر نجده في السياحة كنظريه معرفيه تمت صياغتها من تخصصات علميه عديده حتى باتت تمتلك صفة التكامل المعرفي Multy Diseplinery واذا كان مبحث القيم يختص في بحث القيم عندما يتم تقييمها باعتبارها غايات مثل قيم الحرية والصداقه والسلام العالمي فهذه القيم غاية السياحة ايضا واما اذا ماتم اعتبار القيم وسائل لتحقيق تلك الغايات مثل ان تكون صادقا لتكسب احترام المجتمع او تكون طموحا من اجل نيل الاعتراف الاجتماعي بك فهذه صفات الناس الاكثر فاعليه والسياحه هي عمل مع الناس(امبولي واخرون, 2007: 20) . قدمت الادبيات فرضيتين اساسيتين طرحهما (Brunz:1999:200) في فلسفته حول اصل السياحة

- الاولى ترجع فلسفة اصل السياحة الى جذور دينيه وما ارتبط بها من اغراض تجاريه نجد في القران الكريم مايؤيد هذه الافتراض قال تعالى (لايلاف قريش ايلافهم رحلة الشتاء والصيف فليعبدوا رب هذا البيت الذي اطعمهم من خوف وامنهم من جوع)(سورة قريش)

- الثانيه ترجع فلسفة اصل السياحة الى جذر امبريالي استعماري وما يرتبط به من سيطرة اقتصادية وغرض راسمالي وما يؤيد ذلك الاستكشافات الجغرافية قبل الثوره الصناعيه والهيمنه الامبرياليه ذات النزعه الاستهلاكيه لفترة ما بعد الصناعه والاستثمارات الضخمه فيها

اعتقد ان فلسفة السياحة في النجف تجاه هاتين الفرضيتين تتطابق تماما مع الجذر الديني لفلسفة السياحة وتتفق ان الجذر الامبريالي احدث تغيرا هائلا في بنيتها الهيكلية (اقصد السياحة) لكنه لم يستطع ان يغير ثوابتها في النجف فبقي الدين محور اصيلا في حياة الناس وقامت عليه كل الانشطة الاقتصادية في المدينه وهي لاتتأثر بالفرضيه الاقتصادية الامبرياليه التي تقوم على تفسير وجود مراكز واطراف اقتصاديه تدور حولها اي نظرية (النواة والمحيط (النجف نواة ومركز في السياحة

كما قدمت الادبيات قضيتين اساسيتين في ضرورة وجود فلسفه عمليه للسياحه هما

- الفلسفه العمليه للتفاعل البشري في السياحه كون هذا التفاعل مسؤول عن الكثير من المفارقات التي تحدث فيها وهذه الفلسفه يؤيدها علماء الاجتماع والانثربولوجيا ويعودونها الدافع لايجاد فلسفه عمليه في السياحه لانها تربط السياحه بالثقافه والتواصل مع الاخرين
- الفلسفه العمليه لتسويق الاعمال في السياحه لان تسويق الاعمال هو المسؤول عن نمو مصادر الفائدہ الاقتصادية فيها وهذه الفلسفه يؤيدها علماء الاداره والتسويق والاقتصاد

نعتقد ان فلسفة السياحة في النجف تتحاز للفلسفه العمليه لتسويق الاعمال اكثر من الفلسفه الثانيه للتفاعل ولعل السبب ان الزائرين فيها متشابهين عقائديا وثقافيا فتكون نتائج التفاعل البشري والتواصل معروفه النهايات مسبقا وان كنت اميل الى ان يكون هناك توازن بين هاتين الفلسفتين

ب - فلسفة السياحة الدينية في النجف

النجف مدينة دينية عراقية لعب العامل الديني دورا كبيرا في تخطيطها وكان للمرقد المقدس اثرا حاسما في توفير عناصر الربط للمجتمع المحلي فيها حيث تبرز كمركز ديني وسياسي واجتماعي وسياحي ضمن النسيج الحضري لها. تقع على حافة الهضبة الغربية من العراق الى الجنوب الغربي من العاصمة بغداد وعلى بعد 170 كيلومترا بحدها من الشمال والشمال الشرقي مدينة كربلاء ومن الجنوب والغرب منخفض بحر النجف وابي صخير ومن الشرق مدينة الكوفة وتتخذ المدينة شكلا اشبه بالمستطيل الذي يولف ضلعه الجنوبي الحدود مع المملكة العربية السعودية وتحدها من الشمال محافظتي بابل وكربلاء ومن جهة الشرق محافظتي القادسية والمنتى بينما تحدها من الغرب محافظة الانبار (الاسدي : 1988: 5) وبحسب (مطلبك : : 84: 2012) فان النجف مدينة لها تسميات كثيرة اهمها الجودي والغري وخد العذراء ووادي السلام والربوة والمشهد وبانيقيا والذكوات البيض واللسان والثوية والطور . اما السفر الديني فهو ظاهرة ليست جديدة فالدين كان منذ ازمان بعيدة يشكل دافعا اساسيا للناس وجزء لا يتجزأ من اسباب قيامهم بالرحلات الدينية (Jackowski & Smith: 1992) وفي كل عام يسافر ملايين الناس الى وجهات الحج الكبرى في العالم ويشير Jackows الى اكثر من 240 مليون شخص يقومون برحلات الحج غالبيتهم من المسيحيين والمسلمين والهندوس وبحسب (Kelley:1992) فقد شكل ذلك امرا مثيرا ان يلعب الدين دورا رئيسيا على مر القرون في تطوير اوقات الفراغ بحيث اثر على الناس في كيفية استغلالهم لوقت فراغهم ورغم اننا لانجد للسياحه الدينيه انتشارا واسعا في الادبيات الغربيه وتكاد تكون الكتابات عنها محدوده تتناول علاقة الدين بالسياحه على اساس ان الدين بات عند المجتمعات الغربيه ظاهرة اكثر التصاقا بالمجتمعات التي يعدونها تقليديه ولكن مع ذلك نجد هناك بعض المحاولات التي ناقشت علاقة الدين بالسياحه ودوافع السائح الديني ونواياه واثارت تلك الكتابات قضايا الانتماء للجماعات الدينيه لوجهات محدده ذات طبيعة مقدسه وصنفت ايضا اشكال السياحه الدينيه الى ثلاثة انواع هي

- 1- الحج
- 2- الحدث الديني الذي ياخذ شكل تجمعات واسعة النطاق لمناسبات كبيره وفق تواريخ دينيه واحتفالات سنويه

3- الزياره للاماكن المرتبطه بالدين والثقافه والتي تاخذ مباني او اثار او معاجز وكرامات وتكون قريبه من اشكال السياحه التراثيه والثقافيه (Danile: 2005: 33) وبحسب (Hoggert: 1992: 22) فان الصنف الاول وهو الحج هو سفر الى اماكن مقدسه من اجل اكتساب الجداره الروحيه او الحصول على الشفاء من الامراض او فعل للتكفير عن الذنب او طريقه للشكر . ولكنه في الاسلام سفرا لاداء فريضة واجبه مشروطه بالاستطاعه قال تعالى (والله على الناس حج البيت من استطاع اليه سبيلا) (الايه 96 ال عمران) اما الذهاب الى اماكن مقدسه وولاسيما عند المسلمين الشيعة فيعد زيارة وان كانت الاحاديث والروايات المتواترة عندهم تجعل من هذه الزيارة تعدل اكثر من الف حجة وعمره للمزيد انظر (القمي : 2004) اما الصنف الثاني فهو يرتبط بالحدث الديني الذي ياخذ شكل تجمعات واسعة النطاق لمناسبات كبيرة وفقا لتوايح دينية واحتفالات سنوية وهذا الصنف هو مانجده في السياحه الدينية في كربلاء والتي تميزها عن السياحه الدينية في المدن الاخرى. ان السياحه الدينية في كربلاء اثر بها الحدث الديني واسهم في نشوئها فمعطيات المكان في كربلاء المادية وغير المادية مثل المراقده المقدسه تجمعت في مكان حاوي للقيم والاشارات ويتم وصفه من خلال الرموز والقصة والحدث والاثار المادي التي تجسد تجميعها في ذلك المكان من كربلاء كما ان طبيعة ذلك المكان تمت من خلال المعرفة الواسعة التي حظى بها عند الجماعة الدينية التي تعلق احساسها وادراكها وتاملها في تلك البقعة من كربلاء وقد اسهم في ذلك كثرة النتاجات في الثقافة الشيعية التي تبلورت حوله سواء كان ذلك شعرا او نثرا او حكاية كما ان طقوس عاشوراء جعلت من السائح الديني يتعامل مع تلك الطقوس كحقائق مكانية مصممة خصيصا لكربلاء لذلك فان طبيعة السياحه الدينية في كربلاء مرتبطة مع الحدث والسائح الديني هناك يؤكد ارتباطه مع حدث تاريخي مازال يشكل جرحا نازقا في الذاكرة الاسلامية اما السياحه الدينية في النجف فهي من الصنف الثالث المرتبط بالدين والثقافة والمرتبطة بالمباني والمعاجز والكرامات فالسائح الديني عندما ياتي للنجف هو يؤكد الارتباط مع الثقافة التي يتمسك اذا كانت الثقافة كمصطلح يشير الى انماط النشاط البشري والبنى الرمزية التي تقضي لمغزى واهمية ذلك النشاط (Mansfeld:1999:393) . فان النجف تفخر بانها موطن الحوزة العلمية الكبرى في تاريخ التشيع وهي تشكل اكبر واعظم البنى الرمزية في حياتهم واذا كان علماء الانثربولوجيا يشيرون الى ان اصل الانسان هو الثقافه (كوشن:) وان الفهم الوظيفي للثقافه يصفها مجموعة من القواعد التي توفر الاتجاه للناس ويتم تبليغها لهم ليعرفوا كيف يتصرفوا وما هية المعاني التي تستخدم لتلبية احتياجاتهم فان النجف قدمت واسهمت للجماعة الدينية المرتبطة بها اسهامات كبيرة جدا . من هنا نجد ان طبيعة الاماكن والمراقده الدينية في النجف تعبر فعلا عن الثقافة الشيعية والمعاجز والكرامات كما في الجدول (3) حيث نجد ان لدى مدينة النجف مرقاد تتنوع افكار نقاط الجذب لهالتشكل جزاء كبيرا من هوية التشيع بينما ان مرقاد كربلاء كلها مرتبطة بالحدث التاريخي الذي حصل يوم العاشر من محرم

اهم الاماكن والمراقده المقدسه في النجف	نقطة الجذب الدينيه	اهم الاماكن والمراقده المقدسه في كربلاء	نقطة الجذب الدينيه
مرقد الامام علي عليه السلام	امير المؤمنين واخا رسول الله ووصيه	مرقد الامام الحسين عليه السلام	سيد الشهداء ووسيفه النجاه
مرقد انبياء الله ادم ونوح وهود وصالح	فكرة النبوة والوراثة	مرقد الامام العباس عليه السلام	فكرة الاخ المراسي
مرقد كميل ابن زياد	فكرة الدعاء	مرقد حبيب ابن مظاهر	النصير
مرقد مسلم ابن عقيل	فكرة السفير	مرقد الحر ابن يزيد	فكرة التوبة
مرقد هاني ابن عروة ومرقد ميثم بن يحيى	فكرة الولاء والشهادة	مرقد الشهداء	فكرة الاصحاب
مرقد المختار	فكرة الثار		

الجدول (3) افكار نقاط الجذب الدينية في كربلاء والنجف من عمل الباحث

ومن هنا نصل الى استنتاج اساسي مفاده ان فلسفة السياحه الدينية في كربلاء مرتبطة بحدث تاريخي مازال حيا في وجدان وذاكرة الجماعة الدينية وهي بطبيعتها تنجذب وتتردد وتقيم فيه بصورة اكثر منه الى المكان الذي ترسخت فيه هويتها ومعجزاتها وكراماتها الدينية الذي تمثلته النجف

المبحث الثالث : اهم التحديات للسياحه الدينية في النجف

من الجدولين (1) (2) نلاحظ تفوق قطاع الفنادق في مدينة كربلاء المقدسه على قطاع الفنادق في مدينة النجف الاشراف طيلة السنوات الست الماضية سواء في اعداد الفنادق او اعداد المشتغلين بها واعداد النزلاء وليالي المبيت

واعداد الغرف فما هو السبب في ذلك علما ان كلا المدينتين لديهما نفس النوع من السياحة الدينية؟ واذا ما عرفنا ان مؤشرات اعداد النزلاء , والانفاق السياحي, ومعدل مبيت السائح, واعداد الغرف , والاسرة, ومعدلات التشغيل , وعلاقتها بعدد الاسرة وليالي المبيت هي مؤشرات لا يمكن تجاهلها في التخطيط لاية تنمية سياحية في المحافظة وهي محددات اساسية تعكس واقع سوق العمل السياحي فيها ندرك ما يعنيه التفوق بتلك المؤشرات لمدينة على اخرى.

السنة	عدد الفنادق	النسبة الى عدد الفنادق العراقية	المشتغلين	عدد الغرف	النسبة الى عدد المشتغلين في الفنادق العراقية	عدد النزلاء	النسبة الى عدد النزلاء في الفنادق العراقية	ليالي المبيت	النسبة الى عدد ليالي المبيت في الفنادق العراقية
2010	119	%15.8	1122	5202	%18.5	780098	%25.2	3100281	%34.7
2011	104	%11.2	791	4262	%11.1	553759	%14.3	5201080	%18.1
2012	189	%17.4	1209	7254	%16.1	986982	%22.1	2203810	%14.5
2013	214	%16.9	1272	8876	%14.4	1255136	%19.9	3484804	%24.8
2014	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2015	247	%19.1	1033	9926	%12.6	490632	%10.0	4344564	%30.4
2016	344	%23.2	1913	11925	%20.9	2305158	%29.7	4251565	%25.1

السنة	عدد الفنادق	النسبة الى عدد الفنادق العراقية	المشتغلين	عدد الغرف	النسبة الى عدد المشتغلين في الفنادق العراقية	عدد النزلاء	النسبة الى عدد النزلاء في الفنادق العراقية	ليالي المبيت	النسبة الى عدد ليالي المبيت في الفنادق العراقية
2010	261	%34.8	1211	8432	%19.9	1074334	%35.2	3128803	%35.0
2011	377	%40.6	2442	14182	%34.4	1927437	%49.7	5956886	%56.6
2012	465	%42.9	2221	15686	%29.6	2135186	%47.7	5680502	%46.7
2013	577	%45.5	2664	17217	%30.2	3115149	%49.3	6614592	%47.0
2014	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2015	602	%46.2	3146	22154	%38.5	2557263	%52.0	6663670	%46.6
2016	667	%44.9	3024	22216	%33.1	3300726	%42.6	8871503	%53.5

الجدولين 1 و2 قطاع الفنادق في كربلاء والنجف من عمل الباحث استنادا الى احصاءات مسح الفنادق ومجمعات الايواء جمهورية العراق وزارة التخطيط الجهاز المركزي للاحصاء للاعوام من 2010- 2016

وبعد تناولنا لفلسفة السياحة للنجف وبيان اختلافها عن تلك الفلسفة لمدينة كربلاء سنتناول التحديات التي ترادف واقع منطقة الدراسة وفقا نموذج MacelIntosh المتكون من اربعة منظورات الموضحة في الجدول (4) وكالاتي

- منظور السائح وما الذي يؤثر عليه؟
- منظور الاعمال (رجال الاعمال) وما الذي يؤثر عليهم؟
- منظور الحكومة المحلية في النجف وما الذي يؤثر عليها؟
- منظور المجتمع المحلي في النجف وما الذي يؤثر عليه؟ والتي سوف نتناولها بالتفصيل
-

المنظور	المطلوب	المؤثر او التحدي
السائح	خبرات نفسية وروحية واشتباكات طبيعية	- تشوه الهيئة الفيزيائية للمكان وتجاوز الطاقة الاستيعابية للفنادق
رجال الاعمال	نمو مصادر الفائدة في الفنادق	قلة اعداد النزلاء ومعدلات التشغيل, وعدم مطابقة المعايير التصميمية لمساحات الفضاءات للفنادق , الالتزام بتفضيلات السائح الديني
المجتمع المحلي	اداة ثقافيه ووسيلة من وسائل التشغيل	قلة فرص للعمل في الفنادق , غياب المسؤولية الاجتماعية للفنادق
الحكومة المحلية	ان تكون عاملا للثروه	الاستغلال السياسي السبيل للسياحة الدينية , التبعية الاقتصادية لشركة اجنبية

الجدول (4) المنظورات الاربعة للسياحة من عمل الباحث استنادا لنموذج MacIntosh

أ- تحديات السائح

1- تشوه الهيئة الفيزيائية للمكان

رغم ان الثقافة الشيعية تنطوي على قيمة سياحية ناتجة عن الفهم الشيعي للدين الذي يؤسس لمرحلة الحس بالمكان Sense of Place وهو يعد مطلباً اولياً في السياحة الشيعية الا ان التنافس على القرب المكاني للفنادق احدث تشويه للهيئة الفيزيائية التي تعد هي مظهر المكان الاكثر وضوحاً وقد وجدت احدى الدراسات ان جانب الادراك للمشهد البصري منفصلاً عن الشاخص المتمثل بالمرقد او المقام او الجوامع او غيرها من مواقع دينية حيث يكون منعزل في تأثيره ضمن السياق العام للمدينة (حسين : 2012: 16)

2- تجاوز الطاقة الاستيعابية للفنادق

لاشك ان اية مناقشة للاثار الايجابية او السلبية للسياحة يجب ان تشتمل على مفهوم الطاقة الاستيعابية الذي يشير الى النقطة التي يصبح بعدها تحمل المزيد من مستويات واعداد الضيوف غير مقبول ويؤدي الى وضع متدهور في البيئة المادية لجهة القصد وفي تجربة السائح على حد سواء (Simth:1989:301) حيث ان كثافة الزيارات المخصصة والمطلقة وتوزعها ضمن نطاق زمني ضيق اثر على الطاقة الاستيعابية للمدينة والفنادق وعلى مستوى تقديم الخدمات والنقل للزائرين

ب- تحديات رجال الاعمال

1- قلة اعداد النزلاء ومعدل الاشغال

السنة	النزلاء العراقيين	ليالي المبيت	النزلاء العرب	ليالي المبيت	النزلاء الاجانب	ليالي المبيت	مجموع ليالي المبيت	عدد الفنادق
2010	64241	212200	14078	41828	701779	2846253	3100281	119
2011	138689	221022	15330	47970	399740	1252088	5201080	104
2012	397939	6341186	77575	175278	511468	1394346	2203810	189
2013	376904	868800	76910	242586	801322	2373418	348404	214
2014	-	-	-	-	-	-	-	-
2015	299279	1682523	81446	753154	109906	1908887	4344564	247
2016	990389	1149944	80326	172856	1234443	2878756	4251565	344

الجدول (5) مؤشرات ليالي المبيت واعداد النزلاء العرب والاجانب في فنادق النجف من عمل الباحث استنادا الى احصاءات مسح الفنادق ومجمعات الايواء جمهورية العراق وزارة التخطيط الجهاز المركزي للإحصاء للاعوام من 2010- 2016

ان مؤشر اعداد النزلاء الهدف منه موازنة العرض مع الطلب ورسم الصورة المستقبلية للعرض السياحي والتنبؤ باتفاق السائح حيث نجد ان معدل اعداد النزلاء العراقيين للسنوات الست الماضية بلغ 377906 نزير اما معدل اعداد النزلاء العرب للسنوات الست الماضية فبلغ 57610 نزير بينما بلغ معدل اعداد النزلاء الاجانب للسنوات الست الماضية 1751545 نزير وهم معظمهم ايرانيون وهي اعداد قليلة مقارنة بالعدد الكبير للزائرين الذي يدخل المدينة والذي يقدر بملايين الزائرين واذا ماتم قسمة هذه الاعداد للنزلاء على معدل اعداد الفنادق للسنوات الست الماضية والذي يبلغ 202 فندق سوف نجد ان حصة كل فندق في مدينة النجف الاشرف من النزلاء العراقيين بلغت 1870 نزير اما حصة كل فندق من النزلاء العرب فبلغت 285 نزير تقريبا اما حصة كل فندق من النزلاء الاجانب 8671 نزير وهذا ما يؤكد قلة اعداد النزلاء ويمكن ان نستخرج معدل الاشغال من خلال المعادلة التالية

ع = س ÷ 365 × 100 حيث ان ع معدل الاشغال وس مجموع الليالي السياحية وص عدد الاسرة

(زيدون , 1965 : 23) وبما ان معدل ليالي المبيت للسنوات الست الماضية بلغ 3764350 ليلة حيث سوف نستخدمه كمجموع الى ليالي المبيت الفعلية وبما ان عدد الاسرة في اخر احصائية متاحة لعام 2016 قد بلغ 26366 سرير

$$= 3764350 \div 365 \times 26366 \times 100 = 39\% \text{ حيث نجد ان معدل الاشغال لم يصل الى } 40\%$$

2- عدم مطابقة المعايير التصميمية للفنادق

ان المعايير التصميمية لمساحات الفضاءات سواء كانت مغلقة او مفتوحة تكون على نوعين من المعايير فيزيائية تتضمن الحاجات الرئيسية كالماء والملبس والماكل والشمس والهواء والحركة ووسائل التنظيم ومعايير نفسية كالشعور بالامان والجمال والترفيه ان المساحات التصميمية تقاس عادة من خلال جمع ثلاثة ابعاد الطول والعرض والارتفاع بحيث تشمل حمام الغرف ومساحة الجزء السكني والخدمات وحركة الغرفة ان معدل الراحة في الفندق كلما كان عاليا يعني ان تصنيفه سيكون مرتفعا وفرص العمل التي يولدها يرتفع تبعاً لذلك وبحسب (Lawson:1977:29) فان المعايير التصميمية لمساحة الفضاءات بحسب الدرجة السياحية كما في الجدول (6)

الدرجة السياحية	معدل راحة عال		بعض الراحة		راحة قليلة
	خمس نجوم	اربع نجوم اولى	ثلاث نجوم	نجمتان	نجمة واحدة
غرفة ذات سريرين	26	21	18	14.5	10.5
حمام الغرفة	7	6	4	3.5	3
خدمات وحركة الغرفة	11	9	8	7	5
مساحة الجزء السكني	44	36	30	25	18.5
المساحة العامة	22	18	15	10	7.5
المجموع للوحدة	69	55	45	35	26
المجموع للسرير	34.5	27.5	25.5	17.5	13.5

Source. Lawson Fred. Tourism and Recreation
المساحات والفضاءات الجدول (6)

وبالرجوع الى تقرير مسح الفنادق لعام 2016 نجد ان تصنيف الفنادق حسب الدرجة في محافظة النجف الاشرف كان على النحو التالي

السنة	ممتازة	اولى	ثانية	ثالثة	رابعة	خامسة	المجموع
2016	1	5	85	105	62	86	344

الجدول (7) تصنيف الفنادق حسب الدرجات في النجف الاشرف استنادا الى تقرير مسح الفنادق ومجمعات الايواء لعام 2016

حيث نجد بالاستناد الى معطيات الجدول (7) ان نسبة 73.5 % من الفنادق في النجف تقدم بعض الراحة وراحة قليلة لان غالبية الفنادق ضمن نطاق الدرجات الثالثة والرابعة والخامسة كما ان واقع الفنادق من خلال الملاحظة الميدانية وارااء الخبراء وذوي العلق نجد انها وقعت في اخطاء تصميمية كبيرة ولم تراعي هذه المعايير مما اوجد اشكالية في تصنيف هذه الفنادق ومستوى الخدمة والراحة التي توفرها للضيوف

3- الالتزام بميزة تنافسية مرتبطة بتفضيلات السائح الديني

يرى بعض الباحثين ان التفضيلات قد تعبر عن الازواق الثابتة للضيوف طويلة الامد لانماط معينه من الاشياء المعنوية والمادية (عبد الحميد , 2001 : 29) هناك من يرى التفضيلات من وجهة نظر سايكولوجيه كقوه ادراكيه تنتج عنها استجابته سلوكيه دالة على طبيعة الحكم

ونميل الى ان التفضيلات في هذا الدراسة هي احكام تنوقيه للضيف مستنده الى خبرته ومشاهداته للبيئة الفندقية الفخمة التي تمثل الجو العام للفندق وانتفاعه ورضاه من خصائص وطبيعة بالخدمات والتسهيلات الفندقية

وفي صناعة الفنادق اذا فهم الموظفين احتياجات الضيوف وتعاملوا بصدق وعززوا علاقاتهم الحميمية معهم فانهم يصبحون حتما مصدرا للميزة التنافسية وهناك مصدرين للميزة التنافسية في الفنادق هما

- 1- المهارات المتفوقة و هي القدرات المتميزة لافراد الفندق والتي تميزه عن الشركات المنافسة
- 2- الموارد المتفوقة وهي متطلبات اكثر ملموسية للميزة التنافسية والتي تمكن الفندق من ممارسة تلك القدرات

ويبدو ان تفضيلات السائح لمايرغيه في الفنادق مختلفة من بلد الى اخر ومن ثقافة الى اخرى ومن وحسب نمط السياحة الذي يمارسه لكن على العموم هناك تفضيلات تؤثر في اختيارات السائح فقد وجدت الاكاديمية الصينية للسياحة CTA بحسب (Zhao Khan: 201;54) ان السائح المحلي الصيني تأثرت اختياراته في حجوزات الفنادق بالمحاور الاتية وحسب التصنيف التالي الموضح في

ت	المحور	التفضيلات
1	في الاختيار العام للفندق	1- الموقع 2- الخدمات 3- الملائمة للغرض 4- كلمة الفم المنطوقة الترحيب 4-معدل السعر وتقييمه 5- اللطافة للعاملين
2	في خدمات الفندق	1- سهولة الوصول والحجز 2- الاطعمة والمشروبات 3-المؤتمرات ورجال الاعمال 4- قاعات الترفيه والالعاب الرياضية 5- الغرف 6- السلامة والامن 7- المكتب الامامي 8-البوابين وحاملي الحقائب 9-عملية الضيافة 10- موقف السيارات اخرى 11- الرعاية الصحية الاساسية
3	في داخل الغرف	1- التلفون 2- التلفاز 3- الانترنت 4- استراحة الغرفة 5- السرير 6- حجم الغرفة 7- التناسب والديكور 8-المعرض للضيوف فيها
4	في خدمة الغرف	1- تسهيلات في داخل الغرفة 2- نداء الاستيقاظ الصباحي 3- الراحة 4- الهدوء 5-درجة الحرارة والرطوبة 6- تنفس ضوء النهار 7- التدبير الفندقي 8- اخرى

الجدول (8)التفضيلات في الفنادق الصينية من عمل الباحث استنادا ماورد (Zhao Khan: 201;54)

وبحسب (Kana:2011:20) فان تفضيلات السائح الديني الايراني في الفنادق العراقية تمحورت في اواخر التسعينيات ببعض التفضيلات التي قام الباحث بادراجها في الجدول (8) واعتمادا على التطورات الحاصلة في الصناعة الفندقية والخذ بنظر الاعتبار ما اورده الاكاديمية الصينية وومع الاخذ بنظر الاعتبار ما هو موجود واقعا في بيئة العمل العراقية المتعلقة بقطاع الفنادق في المدن المقدسة تم تنظيم هذه التفضيلات وفق الفقرات التالية في الجدول(11)

ت	المحور	التفضيلات الشخصية في الفنادق
1	الموظفين	1- فصل بين الجنسين يفضل الذكور على الاثنا في العمل 2-زي ملتزم وبسيط 3-ان يكون الموظفين من المسلمين
2	الاطعمة والمشروبات	1- تأكيد وضمان ان اللحوم حلال ومذبوحة على الطريقة الاسلامية 2- تأكيد وضمان عدم بيع الفندق للمشروبات الكحولية
3	الخدمات الاضافية داخل الغرف	1- نسخة من القرآن الكريم او من كتب الادعية 2-سجادة صلاة مع تربة 3- تعيين مكان القبلة بشكل واضح 4- تفضيل الحمامات الشرقية
4	الخدمات داخل الفندق	1- ضروة وجود مصلى او مسجد 2-قاعة مؤتمرات مناسبة لاجراض متعددة 3-البوابين وحاملي الحقائب 4-السلامة والامن 5- المكتب الامامي والتبوير الفندق
5	الخدمات داخل الغرف	1- النظافة 2- حجم السرير 3- التلفاز 4- الهدوء 5- ضوء النهار 6- النظرة الى المرقد المقدس والزائرين والمدينة 7-درجة الحرارة 8- نداء الاسيظاظ 9- التناسب والديكور 10-حجم الغرفة 11-استراحة الغرفة 12- الراحة
6	الاختيار العام للفندق	1- الموقع القريب من الضريح 2- ترحيب ولطافة العاملين 3-اجادة لغة الزائر 4-السعر 5-سهولة الحجز عبر الموقع الالكتروني

الجدول (10)المحاور والتفضيلات الشخصية في الفنادق الدينية من عمل الباحث استنادا الى (Kana:2011:20)

ج- تحديات المجتمع المحلي

1- قلة فرص العمل

بحسب احصائية مسح الفنادق لعام 2016 وهي اخر احصائية متوافرة فان اعداد الفنادق في القطاع الخاص بلغت 344 فندق واعداد المشتغلين فيها بلغت 1913 عاملا وبذلك فان معدل عدد المشتغلين لكل فندق هو 5.5 عامل وبما ان اعداد الغرف حسب الاحصائية بلغ 22216 غرفة فان معدل لغرف لكل فندق سيكون 64.5 غرفة وعند قسمة اعداد الغرف على اعداد العاملين البالغ 1913 نحصل على 11.6 عامل لكل غرفة وهذا يعني ان كل غرفة فندقية ولدت 11.6 فرصة عمل

الجدول (12)

القطاع	عدد الفنادق	عامل /فندق	عدد الغرف / فندق	عامل / غرفة
فنادق قطاع خاص	344	5.5	64.5	11.6

2- غياب المسؤولية الاجتماعية للفنادق

ان مفهوم المسؤولية الاجتماعية في الصناعة الفندقية لايزال مفهوما ناشئا على الرغم من ان هناك دلائل كثيرة على انخراط السلاسل الفندقية الكبرى والمتعددة الجنسيات في تنفيذ مبادرات وممارسات وتطوير برامج وسياسات للمسؤولية الاجتماعية والتي غالبا ما تكون مترادفة مع برامج الاستدامة (Rodriguez&Gyuz,2007:26) ولكن بات استعمال صناعة الفنادق للمسؤولية الاجتماعية امر حتمي نظرا لطبيعة العلاقة التكافلية بين الفندق والبيئة المحيطة سواء كانت اقتصادية او اجتماعية او ثقافية (Lee& Park,2009:105) ومن خلال الاطلاع على المواقع الالكترونية للشركات الفندقية في النجف وجدنا ان هناك غيابا واضحا لانشطتها وعدم استفادة المجتمع المحلي منها

د- تحديات الحكومة المحلية

1- الاستغلال السياسي السيئ للسياحة الدينية

تقوم الدول بالاستغلال السياسي السيئ للسياحة الدينية عندما تقوم باعطاء تاشيرات لدول متفقة معها سياسيا من باب المجاملة وتتشدد مع دول اخرى مختلفة معها سياسيا وتصبح ممارسة الشعائر والفروض الدينية وسيلة من وسائل الضغط لمن يختلف معها ومتاحة لمن يتعاون معها ويمكن ان تصبح السياحة الدينية اداة ضغط سواء من البلد الذي ياتي منه الزوار او من البلد الذي يستقبلهم بحيث من خلالها يمكن التأثير في السياسات الداخلية والخارجية وهناك مثال يعبر عن الاستغلال السياسي للسياحة الدينية حدث في منتصف التسعينيات من القرن الماضي من خلال تجربة شركة الهدى بسبب اشتداد وطنة العقوبات الدولية على العراق اضطر النظام الدكتاتوري الحاكم في العراق الى التعامل مجددا مع السياحة الدينية التي كان يمنعها لاجراض سياسية ويقلل من اهميتها ووجد نفسه مضطرا لفتح قناة اتصال مع ما يعده العدو التاريخي المتمثل بالجمهورية الاسلامية الايرانية التي لم يمض على انتهاء الحرب معها انذاك اكثر من ثمانية اعوام ولم تكن هناك بنى ومرافق سياحية وفندقية جاهزة للتعامل مع مثل هذا النوع من السياحة ومع ذلك اعز النظام السابق لهيئة السياحة العراقية بتأسيس شركة الهدى للسياحة الدينية بموجب القرار رقم 54 وبرأسمال 200 مليون دينار ثم خضعت لاحقا لقانون الشركات العامة لسنة 1997 واخذت على عاتقها المجاميع السياحية الدينية الايرانية عبر منفذ المنذرية الحدودي وكانت تدار بألية منسقة ومحددة تقريبا تثبت فيها عدد ايام الزيارة بواقع يومين في بغداد ويومين في النجف وثلاثة ايام في كربلاء والمغادرة في اليوم الاخير وحدد مبلغ 435 \$ عن كل سائح ايراني باستثناء من هم دون السنتين من العمر واعفاء من تتراوح اعمارهم من 2- 12 سنة لنصف المبلغ (الوقائع العراقية : 3621 : 1996) وفي ذلك الوقت كان النظام السابق يسيطر على كل اوجه الحياة في العراق وكل المؤسسات العراقية ومنها مؤسسات السياحة ورغم الادارة غير الكفوة التي كانت تسيطر على السياحة العراقية والتي اسهمت في تدهورها الا ان الاتفاق مع الجمهورية الاسلامية الايرانية كان هدفه الاساس معالجة ازمة السيولة من العملة الصعبة مما انعكس لاحقا بتأثيراته على ادارات الفنادق الممتازة في بغداد والتي دخلت ضمن هذا الاتفاق طوعا او كرها وكانت الاتفاق قد بدء من خلال دخول خمسة اشخاص يوميا ثم تطور ليصل الى 1500 زائر ثم اصبح 2500 زائر يوميا عبر منفذ المنذرية ولم يتم استعمال السفر بالطائرة انذاك بسبب العقوبات الدولية المفروضة

على العراق . وقد كانت هناك عقبات ومشاكل تتعلق بالاقامة والنقل فلم تتوفر فنادق ملائمة ومؤهلة لهذا الغرض وخاصة في مدينتي كربلاء والنجف وكانت حافلات النقل المستخدمة تعاني من مشاكل تقنية مما تطلب الشروع بتحديث الحافلات رغم الحصار وكانت هناك مشاكل تتعلق بتقديم مستوى خدمات جيد جدا للزائرين لاسيما الاتفاق كان ينص على ضرورة تقديم خدمات واستيعاب الزائرين بمستوى فنادق الدرجة الاولى وكان الجانب الايراني يدفع السعر على هذا الاساس مع ادراكه ان مستوى الخدمات في كربلاء والنجف ولاسيما لم تكن بهذا المستوى لكنه مع ذلك كان يرسل الزائرين والذين كانت الزيارة في ذلك الوقت تمثل فرصة لاتعوض لهم وفي مدينة بغداد تم استعمال فنادق الدرجة الاولى بالفعل لغرض استيعاب الزائرين وهو الامر الذي لم يكن متيسرا في كربلاء والنجف وكانت الفنادق تقدم وجبة افطار بـ 5 \$ ووجبة غداء او عشاء بـ 7 \$ وسعر الاقامة مقابل 23 \$ للشخص لكل غرفة من شخصين وهذا يعني ان شركة الهدى كانت تحصل على 400 \$ دولار بينما تحصل الفنادق على 35 \$

2- التبعية الاقتصادية لشركة اجنبية

شكل الزائر الايراني رقما صعبا في اعداد الوافدين الاخرين للمدينة المقدسة كما تشير لذلك اكثر الاحصاءات حيث بلغ اعداد الزائرين الايرانيين اكثر من 50000 الف زائر يوميا وهذا الامر يتم بموافقة الحكومة المركزية وتجد الحكومة المحلية في النجف نفسها مضطرة للتعامل مع هذه الاعداد الضخمة احيانا بامكاناتها الذاتية . ونجد استغلال سياسي سيئ بشكل اخر حدث للسياحة الدينية وهذه المرة من البلد المصدر للسياح فبعد عام 2003 ونتيجة للحماس الكبير ووافد غير المنضبط في اعداد الزائرين الايرانيين للمراقد المقدسة في العراق وولاسيما في النجف وكربلاء والذي كان يفوق الطاقة الاستيعابية للفنادق العراقية في مدينتي النجف وكربلاء وما افضى ذلك من سوء المعاملة من قبل الوسطاء والسماسرة واصحاب الفنادق العراقية الذين كانوا يتقاضون اسعارا مرتفعة ويقدمون خدمات منخفضة الجودة ونتيجة للمنافسة غير الشريفة بين الشركات السياحية الايرانية ومكاتب الحج المنتشرة في جميع انحاء ايران فقد اقتضت الضرورة الى عقد مؤتمرا موسعا لكل تلك الشركات والمكاتب ليم تشكيل ائتلاف واسع يضم اكثر من 2432 شركة ومكتب للسياحة والسفر ليكونوا جميعا الذراع التنفيذي لشركة شمس في تموز عام 2004 (Shamsa.ir/index.ph.p) بحسب ماورد في الموقع الالكتروني للشركة

وبعد عام 2005 بدأت الشركة تعمل على توفير الفنادق والنقل والطعام من خلال المطبخ المركزي واخذت تتعاقد مع شركات امنية لحماية الزائرين الايرانيين وبدأت بفتح مكاتب لها في كافة المدن المقدسة مثل كربلاء والنجف والكاظمية ومما اكسب هذه الشركة قوة تفاوضية كبيرة في السوق العراقي هو الاعداد الكبيرة من الزائرين الايرانيين الذين تتحكم بدخولهم الى العراق وعلاقاتها الواسعة مع الجهات النافذة في صنع القرار السياسي في العراق كما تشير له اغلب التصريحات الاعلامية التي تصدر بين الحين والآخر من اطراف سياسية واخرى مهتمة بالسياحة العراقية في المنابر الاعلامية . واستمرت السياحة الدينية مثمرة بعض الشيء لدى الجانبين العراقي والايراني الى حين فرض العقوبات الدولية على الاقتصاد الايراني حيث تمثل ذلك بعدم شراء النفط الايراني وايقاف التعامل مع البنك المركزي الايراني مما انعكس سلبا على السياحة الدينية في النجف وكربلاء وبات القليل من الايرانيين قادرين على تحمل تكاليف الزيارة للعتبات المقدسة لان كل دينار عراقي بلغ سعره ثلاثة اضعاف ماكان عليه عام 2012

وفي عام 2012 حذر مراقبون من تاثير القطاع السياحي في العراق بالازمة المالية التي شهدتها ايران في ذلك العام خاصة مع مشاكل الريال بسبب العقوبات الدولية حيث ان القليل من الايرانيين كانت لهم القدرة على تحمل زيارة العتبات المقدسة في النجف وفي اماكن اخرى من العراق لان كل دينار عراقي بلغ سعره ثلاثة اضعاف ماكان عليه عام 2011 ان الشركة الايرانية استطاعت ان تستمر في ارسال الزائرين الى العراق (بالدين) حسب تصريحات المسؤولين في السياحة العراقية حتى باتت تلك الشركة مدينة لوزارة السياحة العراقية بمبلغ 75 مليون دولار نتيجة عدم تسديد فواتير متراكمة بينما كانت الفنادق العراقية لديها مستحقات مالية غير مسددة بمبلغ 100 مليون دينار في حزيران 2013 اعلنت وزارة السياحة العراقية انها توصلت الى اتفاق مع وزارة الحج والعمرة الايرانية الواجبة الاخرى لشركة شمس بفتح مكاتب للسياحة في البلدين لكن هذا الاتفاق لم يغير من حقيقة تدني العملة الايرانية وانخفاض اعداد الزائرين الى 2500 زائر يوميا

وحاولت شركات سياحية كبرى في النجف واكثر من 20 فندقا انهاء تعاملاتها مع شركة شمس نتيجة تراكم الديون عليها واصرارها على التعامل بالريال الايراني المنخفض وليس الدولار ومع ذلك استمرت وزارة السياحة العراقية

على عقد اتفاقيات ضاعفت من خلالها مدة الإقامة الى خمسة عشر يوما ومنحت القنصليات العراقية صلاحية منح التأشيرة وخففت والغت الكثير من الرسوم المالية على الشركة (الوحيلى: 2014: 166) ان قيمة المبيت وثلاثة وجبات مقدمة للزائر الايراني قدرت بـ 24 \$ وهو مبلغ زهيد جدا بل يمثل وضعاً اسوأ بكثير من وضع الفنادق وتجربتها مع شركة الهدى. ومانستفيدة ان تجربة شركة الهدى مع السياحة الدينية نجحت عندما تدهورت العملة العراقية في وقت كانت فيه عملة الزائر بوضع افضل ونجحت فقط الحكومة المركزية بينما لم تجني الفنادق منها الشيء الكثير وهذا من معاني الاستغلال السياسي السيء للسياحة الدينية في العراق ولكنها بنفس الوقت كانت اشارة مهمة لدور السياحة الدينية في الاقتصاد الوطني رغم ان الايدلوجيا السياسية الحاكمة كانت في صراع مع ايدلوجيا السياحة الدينية ذات الهوية الشيعية ومانستفيدة ايضا ان انهيار العملة في بلد الزائر يؤثر على السياحة الدينية في البلد المضيف وان عدم تنوع جهة قدوم الزائر تؤدي الى حالة من التبعية واذا ما اتفق ذلك مع نظام سياسي ديمقراطي تسود فيه حالة من اللامركزية يصبح من الصعب الاستفادة من السياحة الدينية ولاسيما في ظل وجود ايدلوجيا سياسية لاحزاب حاكمة تجد مصالحها ومكاسبها وعلاقاتها الاقليمية اهم بكثير من التفكير بالربح المادي عن هذا الطريق ويصبح التساهل ومساعدة الزائرين حتى لو كانوا اجانب في الزيارة جزء من الاخلاقيات المسيطرة لان الزيارة تصبح هنا حق لجميع الناس وليس من حق الناس الذين لديهم الدخل القابل للنفاق

المحور الثالث اهم الفرص المتاحة للسياحة الدينية في النجف

أ- فرص البيئة العامة للسياحة الدينية :- يرى (Monisha, 2006: 13) في نظريته لتفسير الاماكن المقدسة ان بعض الاماكن مقدسة بطبيعتها وان قوة الضريح الخالدة مستمدة من قدرته المتأصلة في الممارسات العبادية الجاذبة للحجاج من اماكن بعيدة وعلى نطاق واسع وهذه القوة تجلب لنفسها معاني قوية واهمية ذات مغزى كبير في نفوس المؤمنين والعابدين وهذا الوصف ينطبق تماما على ضريح امير المؤمنين في مدينة النجف الاشرف فهذه الارض مقدسة بطبيعتها وان القبر ادخره نوح النبي صلى الله عليه وسلم لعلي وصي محمد صلى الله عليه واله وسلم قبل الطوفان بسبع مائة عام (ابن طابوس : 1998 : 64) وتمتاز الاماكن المقدسة بميزتين مهمتين الاولى انها غير قابلة للتحويل لان قيمتها مرتبطة بالقداسة لها والاخرى هي انها ليست بحاجة الى اعادة تاسيس لانها تنال تقدير موروث على مدى الاجيال لقداستها ومن هنا نجد ان لدى النجف طلب سياحي كامن يفوق 300 مليون انسان اذا ماتم اعتبار سياحتها الدينية من النوع المتخصص بجماعة دينية وقد تشمل كل المسلمين اذا ماتم اعتبار السياحة الدينية فيها من النوع العام والشامل لكل ابناء الديانة الاسلامية وهذا يعني ان المنظمات الفندقية فيها لابد ان تفكر جيدا في الفرص المتاحة امامها لتحريك هذا الطلب وتحويله الى طلب حقيقي ويرى (Bavney, 1992: 221) ان الفرص هي الاحداث الظاهرة في بيئة المنظمة التي اذا ما تم اغتنامها ستؤدي الى اداء اقتصادي جيد .. ان الفرص واستغلالها تعبير عن الريادة فموهبة الاحساس بالفرصة التي يراها الآخرون مشوشة ومتناقضة تعبير جلي عن الريادة (Llussaai, 2009: 4) وهناك من يعد الفرص مرحلة من مراحل الريادية وقد تكون من مكونات اية عملية ريادية ومن هنا نجد ان القدرة على ايجاد الفرص او تمييز الفرص تعني الاستباقية (Argon, 1998: 113) وعلى العموم فان الفرص كمفهوم في ادبيات الاعمال يرتبط بالريادة كمبدأ اساسي فيها وبالبيئة المعبر عنها بظروف بيئية مؤاتية

ونورد هنا بعض الفرص المتاحة حاليا امام السياحة الدينية في النجف بشكل عام كبيئة عامة

- 1- ايدلوجيا سياسية حاكمة داعمة للسياحة الدينية
- 2- النظام الديمقراطي والتداول السلمي للسلطة
- 3- الحوزة العلمية التي مازالت تملك تأثيرا واسعا ومدرسة علمية كبرى
- 4- المقبرة التي لازالت تشكل موردا اقتصاديا للمدينة
- 5- المعالم الطبيعية والاثريّة ودينية متنوعة في المدينة
- 6- وجود المطار ومربأ شمالي واخر جنوبي في المدينة
- 7- جامعتين علميتين في المدينة ترتبط بهما اقسام السياحة مع وجود معهد للسياحة والفندقة

8- اعداد كبيرة من شركات السفر والسياحة

9- بنية تحتية وفوقية في طور النمو

والحقيقة انه في المجتمعات ذات التعددية السياسية كما هو اليوم في العراق نجد صراعات وتوترات بين اصحاب المصالح في السياحة مثل السياح والمطورين والمخططين والبيئيين والمجتمعات وفي النهاية هي من يحدد مستويات التنمية السياحية كما استمرار نمو السياحة الدينية في النجف سوف يخلق طلبا متزايدا على موارد شحيحة في المنطقة وسوف تطلب اراضي معينة على وجه الخصوص مما يؤدي الى ارتفاع الاسعار لذلك على الحكومة المحلية ان تبادر لشراء تلك الاراضي في مرحلة مبكرة من اجل اية خطة لتنمية السياحة مستقبلا

ب- فرص البيئة الخاصة لفنادق السياحة الدينية

يمكن ان تقوم الفنادق في النجف باستغلال تلك الفرص المتاحة امام السياحة الدينية كظاهرة ملفتة للنظر في محافظة النجف الاشرف وكذلك طبيعة الفرص المتاحة امام المنظمات الفندقية وبحسب (Krishna , 2010 : 150) فان الفنادق بغض النظر عن الغرض الذي اسست من اجله لديها فرص في تحقيق مايلي

1-فرص تحقيق جودة الخدمة :- ان مفاهيم الخدمة المختلفة التي يمكن ان توفرها الفنادق ليست مجرد افكار تسويقية غير متبلورة في ارض الواقع فما تتضمنه الفنادق من خدمات يتم تصميمها بعناية لتناسب جزءا محدودا او شريحة سوقية معينة وطريقة تقديم الخدمة تكون هي الاخرى مصممة مع توقعات الشريحة التي تستهدفها تلك الفنادق ومع الاخذ بنظر الاعتبار ما اظهرته معظم البحوث المتعلقة بجودة الخدمة من ان معظم الناس تعتقد ان شراء خدمة غير ملموسة مثل الرحلة المروزمة للمراقد الدينية او حتى وجبة الطعام امر ينطوي على مخاطرة اكبر من شراء سلعة مصنعة لانه في حالة السلعة المصنعة يكون لدى المشترون فكرة افضل عن الذي سوف يحصلون عليه مقابل اموالهم المدفوعة في حين يتوقعون بعض المفاجات تحصل لهم في حالة شراء المنتجات غير الملموسة وهذا الافتراض المبني على عدم اليقين يمثل التحدي الاكبر امام شركات الخدمة ومن هنا لابد لمدراء الفنادق والعاملين فيها ان يقدموا خدمات متسقة بكل معايير عملية جودة الخدمة ويجب عليهم لتحقيق ذلك ان يبرموا صفقات جيدة وان يضعوا معايير جودة للخدمات وان يوصلوا تلك المعايير للعاملين من خلال برامج التدريب وقياس الاداء

2-فرص عرض المنتجات الفندقية :- لقد ولت تلك الايام التي كان الناس بقضون اوقاتا طويلة من اجل ان يحصلوا على حجز تذكرة ويجرون مكالمات غير محدودة من اجل البحث عن حجز فندق لسفرهم فاليوم مع وصول الانترنت الى كل اسرة ومع الانتشار الواسع لصناعة السفر كل ذلك ادى الى الوصول الاسرع والافضل في تقديم الخدمات للضيوف فكل ما يفعله الناس اليوم عدد قليل من النقرات على جهاز الحاسوب ويحصلون على تذكرة سفر وحجز في فندق واصبح وجود المواقع الالكترونية للفنادق يلعب دورا مهما ومتزايدا ولاسيما مع ازدياد تفكير الناس باستعمالها من اجل الحصول على مكان اقامة لهم لقد اصبحت الرحلات المروزمة والخطط الخاصة بها يتم تقديمها للضيوف في كافة انحاء العالم لاسيما مع ازدياد اتجاهات وتوقعات الضيوف الجديدة واشتداد المنافسة لذلك اصبح من المهم جدا للفنادق ان تنتظر في طبيعة عرض وتقديم المنتجات التي تقدمها للضيوف

3-فرص تحقيق البيئة الفندقية الفخمة :- اصبحت البيئة الفندقية الفخمة او اجواء الفندق تستقطب اهتماما محوريا من مديري الفنادق في كافة انحاء العالم وفي محاولتهم لتحسين تلك البيئة الفندقية الفخمة تشارك مجموعات من المدراء والخبراء المهنيين الخارجيين لاجاد بيئة ضيافة فندقية خاصة على سبيل المثال فان المصممين والمهندسين المعماريين هم من يقرر كيفية توجيه مشاعر الضيف اثناء اقامته في الفندق فالضيف يحب البقاء حينما يستمتع ببيئة فندقية فخمة بللمسة مختلفة فالبيئة الفندقية الفخمة او اجواء الفندق تعد عاملا مهما لاكتساب ميزة تنافسية في صناعة الفنادق

4-فرص الاستفادة من التكنولوجيا :- تشكل التكنولوجيا عامل مهم وفرصة جيدة مميزة تنافسية ومن بعض الامثلة التي يمكن ملاحظتها على الاستعمال المبكر للتكنولوجيا في صناعة الفنادق ايجاد قناة فضائية , الاتصال الدولي المباشر عبر الانترنت , وخدمة الواي فاي , ان التكنولوجيا تسهم في جذب الاتفاقيات والمسافرين من رجال الاعمال وعادة

مايطالب مدراء الفنادق ورعاة الضيافة من الدولة توفير أحدث الفنون التكنولوجية في هذا المجال ويتوقعون استمرار خدمة الانترنت بسرعة دون انقطاع واستمرار الاتصال

5- فرص الاستفادة من الاطعمة والمشروبات :- ان الجودة والابتكار والتنوع في خدمة الاطعمة والمشروبات تخلق موقعا مهما جدا في تعزيز القدرة التنافسية للفنادق وهناك كمية هائلة من الخيارات المتاحة في الاطعمة والمشروبات من اجل الاختيار من بينها حيث يمكن للضيوف ان يقوموا بتقييم الفندق وفقا للنظافة والطعم والجودة في خدمة الطعام والسعر ان التنوع في عرض الطعام يحقق نوعا من رضى الضيف واصبح الاعتماد على مشاهير الطهاة وتوسيع خبراتهم واعطائهم رواتب ومناصب عالية من الامور الشائعة في صناعة الفنادق نتيجة لما يمتلكونه من موهبة في هذا المجال ودورها الحاسم في تحقيق رضا في تجربة الضيف والفنادق في النجف عانت من هذه النقطة بشكل خاص حيث تم افتتاح المطبخ الايراني نتيجة عدم توفر مطبخ بلأئم رغبات واحتياجات الزائرين

الاستنتاجات

- 1- من خلال تحليلنا لمؤشرات قطاع الفنادق في مدينتي النجف وكربلاء وتوصلنا بأسلوب منطقي وتحليلي لخلو معظم الدراسات السابقة حول السياحة الدينية في النجف وظهور تباين واضح في فلسفة السياحة الدينية في النجف عن مثيلتها في كربلاء والتي افرزتها المناقشة العلمية للدراسة وتشخيصنا الى ابرز التحديات التي تواجهها والفرص المتاحة امامها اذن نقبل فرضية الدراسة
- 2- السياحة ظاهرة ذات جذور دينية ارتبط بها لاحقا غرض تجاري وامست اليوم ذات جذور امبريالية نتيجة التطور التكنولوجي والصناعي والاستثمارات المالية الضخمة فيها
- 3- ان فلسفة السياحة الدينية في كربلاء مرتبطة بحدث تاريخي مازال حيا في وجدان وذاكرة الجماعة الدينية وهي اي تلك الجماعة بطبيعتها تتجذب وتتردد وتقيم فيه بصورة أكثر منها في المكان الذي ترسخت فيه هويتها وثقافتها وما تؤمن به من معجزات وكرامات دينية والذي تمثلته السياحة الدينية في النجف
- 4- فلسفة السياحة الدينية في النجف وان كانت ذات جذر ديني لكنها لاتتأثر بالتفسير الامبريالي للسياحة لانها النجف نواة جاذبة للسياحة والتفاعل البشري في فلسفتها محدود نوعا ما بسبب التشابه العقائدي بين الزائرين لهذا فان فلسفتها تهتم أكثر بالتسويق للاعمال اكثر من اهتمامها بنتائج ومفارقات التفاعل البشري
- 5- ابرز التحديات التي واجهت السياحة الدينية في النجف من منظور السائح تجسدت بتشوه الهيئة الفيزيائية للمكان وتجاوز معدلات الطاقة الاستيعابية ومن منظور رجال الاعمال من خلال قطاع الفنادق فكانت قلة معدلات التشغيل وعدم مطابقة المعايير التصميمية للفنادق ولاسيما في المساحات والفضاءات وكذلك اثرت حتمية الالتزام بنمط معين من التفضيلات للسائح الديني في تقييد تقديم الكثير من الخدمات والتسهيلات اما ابرز التحديات من منظور المجتمع المحلي فكانت قلة فرص العمل وغياب واضح لسياسات المسؤولية الاجتماعية لتلك الفنادق وفيما يتعلق بابرز التحديات التي واجهت الحكومة المحلية فكانت الاستغلال السيئ للسياحة الدينية والتبعية لشركة اجنبية وضعف القدرة التفاوضية امامها
- 6- اهم الفرص المتاحة امام السياحة الدينية تم تقسيمها الى نوعين فعلى مستوى البيئة العامة للمدينة كانت هناك ايدلوجيا سياسية داعمة ونظام سياسي ديمقراطي وحوزة علمية ذات تأثير واسع ووجود اكبر المقابر في العالم وما يمكن ان تشكله من مورد اضافي للسياحة الدينية ناهيك عن وجود معالم طبيعية واثرية متنوعة وبنية تحتية وفوقية في طور النمو مثل(مطار وجامعات وشركات سفر وغيرها)اما مايتعلق بالفرص المتاحة امام قطاع الفنادق فتمثلت بامكانيات استغلال فرص محاور جودة الخدمات وعروض المنتجات والبيئة الفندقية الفخمة والتكنولوجيا والاطعمة والمشروبات
- 7- كان تفوق مؤشرات مدينة كربلاء على قطاع الفنادق في النجف في جزء كبير منه يعود لطبيعة السياحة الدينية التي تتفاعل مع الحدث التاريخي الذي تدور حوله كل المراكز المقدسة في كربلاء بينما تختلف السياحة الدينية في النجف في تفاعلها مع ثقافة الجماعة وتنوع المراكز الدينية فيها وتنوع الاحداث الدينية المرتبطة بها

- 1- نوصي باهمية الترويج بشكل اكثر للثقافة والتنوع الواسع في النجف حيث نجد مقبرة وادي السلام والحوزة العلمية ومرقد الانبياء ومرقد الامام علي والشخصيات التاريخية المهمة مثل ميثم التمار والمختار ومسلم وهاني وكذلك المساجد المهمة مثل مسجد الكوفة والسهلة ويمكن انتاج اشكال ثقافية واسعة لكل هذا التنوع
- 2- نوصي باهمية تحقيق تحالف استراتيجي بين كافة الشركات الفندقية والسياحية في كيان واحد يرمز لسياحة النجف بحيث يعطيها القدرة على التفاوض وتغيير معادلة السوق السائدة وتمكنها من مقاومة الضغوط ايا كان مصدرها
- 3- السعي لتاسيس لجنة التخطيط للتعليم السياحي مرتبطة بذلك الكيان المعبر عن سياحة النجف واجراء تقييم شامل لمسار السياحة في النجف واستصدار تشريعات تعطي النجف الحق في رسم سياستها السياحية الخاصة
- 4- من اجل التفوق والتنافس لابد ان يتم تدريس الريادة كمنهج في جامعات وكليات ومعاهد النجف وولاسيما السياحية لما توفره من غرس للثقافة الريادية وان يتم تضمين أنشطة المسؤولية الاجتماعية في كافة الشركات السياحية كجزء من رسالتها تجاه المجتمع المحلي
- 5- تكليف مجموعة من المتخصصين باعداد دراسة علمية عن تقدير الطلب على العمل في السوق السياحي استنادا الى المؤشرات والبيانات التي يتم توفيرها والتحقق من صحتها
- 6- تحديد فلسفة واضحة تستفيد من السياحة الدينية وتستهدف الشرائح الباحثه عن تجربة مميزة في سفرها الديني وتعزيز السفر المنفرد والخروج باتفاقات مربحة وتجنب الضيوف غير المرغوبين وتحقيق علامات تجارية كبرى في قطاع الفنادق

المصادر العربية

- 1- القرآن الكريم
- 2- ابن طاووس , السيد عبد الكريم الحسني (1998) *فرحة الغري في تعيين قبر امير المؤمنين علي عليه السلام* ط1 . تحقيق تحسين ال شبيب الموسوي مركز الغدير للدراسات الاسلامية
- 3- حسن , د. صالح ياسر , (2006) *العلاقات الاقتصادية الدولية* , مطبعة دار الرواد للطباعة والنشر , ط1 بغداد
- 4- أمبولي , جاي ككاندا , موك , كوفي , اسباركس , بيفرلي (2007) . *ادارة جودة الخدمة في الضيافة والسياحة ووقت الفراغ* , تعريب . د. م . سرور علي ابراهيم , دار المريخ للنشر , المملكة العربية السعودية , الرياض
- 5- هالسل , غريس , (2003) *النيوه والسياسة* , ترجمة محمد السماك . دار الشروق , القاهرة , ط2
- 6- عبد الحميد , د شاكر , (2001) *التفضيل الجمالي* , سلسلة عالم المعرفة , الكويت
- 7- هويدي . د. يحيى , (1989) *مقدمة في الفلسفة العامة* , دار الثقافة للنشر والتوزيع . ط 9 . القاهرة
- 8- الاسدي , شمخي فيصل ياسر , (1988) *تحليل جغرافي للانماط الزراعية في محافظة النجف* , رسالة ماجستير مقدمة الى مجلس كلية الاداب , جامعة البصرة , قسم الجغرافيه
- 9- مطلق , علاء كريم (2012) *اثر المكانة الاجتماعية للمراقد الدينية في الضبط الاجتماعي للسانح الديني* اطروحة دكتوراه مقدمة الى مجلس كلية الادارة والاقتصاد الجامعة المستنصرية
- 10- طوني ببنيت , لورانس غروسبيرغ , ميغا موريس , (2010) *مفاتيح اصطلاحية جديده معجم مصطلحات الثقافة والمجتمع* , ترجمة سعيد الغانمي , المنظمه العربيه للترجمة . ط1 بيروت
- 11- دياب , د سهيل رزاق (2003) *مناهج البحث العلمي* , غزة . فلسطين
- 12- القمي , الشيخ عباس , (2004) *مفاتيح الجنان* , ط 4 . دار الثقليين , بيروت , لبنان

- 13- الوحيلي , حسين شذر , (2014) العلاقات الاقتصادية الايرانية بعد عام 2003 دراسة في المتغيرين السياسي والاقتصادي
- 14- الكبيسي, عبد الوهاب , (2009) اجندة اعمال محافظة النجف الاشرف , بالتعاون مع مركز المشروعات الدولية الخاصة CIPE
- 15- الكناني , ا. د كامل كاظم , ابراهيم , د مصطفى عبد الجليل (2007) تحديد مستويات التفاعل بين استعمالات الارض الحضرية باعتماد تقنيات التحليل المكاني , منطقة الدراسة مدينة النجف الاشرف العدد 16 مجلة المخطط والتنمية
- 16- العذراي , هشام طه (2009) مدينة النجف القديمة دراسة اثربولوجية رسالة ماجستير غير منشورة مقدمة الى مجلس كلية الاداب جامعة بغداد
- 17- علي , يعقوب صفر , (2007) التخطيط لتاهيل خدمات وفعاليات السياحة الدينية في محافظة النجف واثرها في نمو النشاط السياحي رسالة ماجستير غير منشورة مقدمة الى مجلس كلية الادارة والاقتصاد الجامعة المستنصرية
- 16- الخفاجي, د صبا جبار , الجميلي ,سعد خضير (2013) اثر المكان على السياحة , مجلة الهندسة العدد 12
- 17- حسين، ضياء علي، (2012)، "الاثرء البصري في المشهد الحضري"، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الهندسة المعمارية، جامعة بغداد،
- 18- تقارير احصاءات مسح الفنادق ومجمعات الايواء جمهورية العراق وزارة التخطيط الجهاز المركزي للاحصاء للاعوام 2010 , 2011 , 2012 , 2013 , 2015 , 2016
- 19- الموقع الالكتروني لشركة شمسة الايرانية 2004 (Shamsa.ir/index.ph.p)
- 20- جريدة الوقائع العراقية العدد 3621 في 10 -6- 1996
- 21 زيدون، مصطفى، (1965) الاحصاء السياحي، الدار القومية للطباعة والنشر، تقديم الدكتور صلاح الدين عبد الوهاب، القاهرة،

المصادر الاجنبية

- 1- Burns, P. and Cleverdon, R. (1999) '*Planning Tourism in a Restructuring Economy: the Case of Eritrea*', (in) Dieke, P. (ed.) *The Political Economy of Tourism in Africa*, New York: Cognizan
- 2-- Hoggart, R. (ed.) (1992) *The Oxford Illustrated Encyclopedia of Peoples and Cultures*, Oxford: Oxford University Press.
- 3-Dailn ,Tamothy ,D,Olsen (2005) *Tourism Religion and Spiritual journeys* Routledge is an imprint of the Taylor & Francis Group
- 4-Kroeber, A., & Kluckhohn, C. (1985). *Culture: A critical review of concepts and definitions*, Random, New York
- 5-Malinowski, B. (1988). *Eine wissenschaftliche Theorie Der Kultur*, (3rd ed.). Suhrkamp, Frankfurt/Main

- 6- Monisha Chattopadhyaya (2006), *'Religious Tourism: An Introduction. Religion and Tourism – Perspective'*, The ICFAI University Press, Hyderabad, pp.5.
- 7-Aragon-Correa ,(1998),*Strategic Proactively And Firm Approach To The Notural Environment, Academic Of Management Journal* ,Vol .41,No 5.
- 8-Liusse . Fernando , Taveres . Jose& Branco , Ruben , (2009) .
Entrepreneurship : Concept & Measurement
- 9-Krishna K . Shetty (2010) *"Sustainable Competitive Advantage in the Hotel Industry and Impact Of Innovations On Occupancy Rate – A managerial Perspective*. Thesis D. Y. – *Patil University Porto Thesis*.
- 10-Lee.S. & Park S- y . (2009) Do Socially . *Responsible Activities Help Hotels and Casinos Achieve Their Financial Goals ? International Journal of Hospitality Management* VOL.28 .
- 11-Rodriguez F.J.C & Cruz Y . Del M . A.(2007) *Relation Between Social – Environmental Responsibility and Performance Hotel Firms . International of Hospitality Management* VOL
- 12-Zhao Kuan, (2013). *Hotel Corporate Social Responsibility Guest Satisfaction, And Repeat Purchase Intention in China's Domestic Hotel Market. Doctor Thesis at The University of Waikato*
- 13-Lawson Fred.(1972) *Tourism Recreational development and hand book planning* GBI Bostoin
- 14.Smith, Stephen L. J. 1989. *Tourism Analysis: A Handbook*. London: Longman Scientific & Technica
- 15-Jackowski, A. and Smith, V.L. (1992) *"Polish pilgrim-tourists," Annals of Tourism Research* 19: 92–106
- 16-Kelly, J.R. (1982) *Leisure, Englewood Cliffs*, NJ: Prentice Hall.
- 17-Lee.S. & Park S- y . (2009) Do Socially . Responsible Activities Help Hotels and Casinos Achieve Their Financial Goals ? *International Journal of Hospitality Management* VOL.28
- 18- Rodriguez F.J.C & Cruz Y . Del M . A.(2007) Relation Between Social – Environmental Responsibility and Performance Hotel Firms . *International of Hospitality Management* VOL .
- 18- .MacIntosh R. Goeldner, and B.Ritchie, , (1995) *Tourism, Principles, Paratice, Philosophies*, 7th ed- New York. Johon Weley Sons. Inc

