السياحة الدينية المستدامة ودورها في دعم تنوع المنتج السياحي
"دراسة تطبيقية في المواقع السياحية في العراق بالتركيز على محافظة النجف الأشرف"

الأستاذ الدكتور
مؤيد عبد الحسين الفضل العطية

الباحث
أحمد مكي العطية

جامعة الكوفة ـ كلية الإدارة والاقتصاد

المقدمة:

تعد السياحة من الأنشطة الاقتصادية المهمة، وقد ازدادت أهميتها في الوقت الحاضر وأصبحت من الروافد الغنية للاقتصاد والتي ترفده بالموارد المالية وبصورة مستمرة. ليس فقط في الدول التي لا تمتلك ثروات نفطية والتي تعده بديلا ناجحا وندا قويا للقطاعات الأخرى على اعتبار ان السياحة نفط دائم. ولكن حتى في الدول التي تمتلك موارد نفطية فإنها أخذت تتجه باهتمامها نحو هذا القطاع وذلك لغرض تفعيله وتطويره ومنها العراق، علما إن العراق قد حباه الله (عزّ وجل) بوفرة المنتجات السياحية وتنوعها مثل (السياحة الدينية والاثارية والثقافية.. وغيرها) مثلما حباه بوفرة الثروات النفطية، وكذلك محافظاته، فمنها من تمتلك المصايف ومنها الآثار ومنها الاهوار ومنها المواقع الدينية ومنها من تمتلك باقة متنوعة من هذه المنتجات ومثالنا على ذلك محافظة النجف. فقد تميزت هذه المحافظة العريقة بالتنوع في المنتوج السياحي من آثاري وديني وثقافي.. وغيرها، ولغرض استثمار هذه النعمة الإلهية والحفاظ على ديمومتها لابد من الاهتمام بها وتطويرها وتحقيق التكامل بين منتوجاتها المتنوعة وكذلك مطابقتها للمواصفات الدولية والبيئية لغرض نمو هذا القطاع الاقتصادي الواعد ليس فقط إقليميا وإنما عالميا أيضاً.

المبحث الأول

أولاً: مشكلة الدراسة:

من خلال دراسة وتحليل الواقع السياحي في العراق عامة وفي محافظة النجف الأشرف خاصة يلاحظ ان:

هناك قصورا في مجال عرض المنتج السياحي وتقديمه حيث يتم التركيز فقط على جزء

واحد إلا وهو السياحة الدينية دون وجود نظرة متكاملة للمنتجات الأخرى كافة (الثقافية، الاثارية، الطبيعية، الرياضية.. وغيرها) وبذلك يتم هدر أنواع وكميات لا يستهان بها من ما هو متوافر من مزيج المنتجات السياحية وعليه تتجه الأنظار نحو منتوج السياحة بشكل عام حيث يشمل بالإضافة إلى السياحة الدينية الأنواع الأخرى من الأنواع السياحية التي يمكن إن يطلبها السائح حتى ولو جاء بالدرجة الأساس للحصول على منتج السياحة الدينية المستدامة. إن مشاكل دراستنا الحالية يمكن عرضها من خلال النقاط الاتية:

١- مشكلة الاعتماد على السياحة الدينية فقط في العراق علما أنه ليس هو النوع الوحيد في الوقت الذي يكون فيه إمكانية دعم السياحة الدينية المستدامة للسياحات الأخرى مثل:

أ. السياحة الاثارية.

ب. السياحة الجغرافية.

ج. السياحة الثقافية.

د. السياحات الأخرى.

٢- مشكلة تحديد الوسائل والآليات اللازمة لدعم الأنشطة السياحية الأخرى وتطويرها من خلال الدور الذي يلقى على عاتق السياحة الدينية المستدامة وذلك على وفق نماذج وتشكيلات متنوعة.

ثانيا: أهمية الدراسة:

تنبع أهمية هذه الدراسة من وجود بدائل متنوعة من المنتجات السياحية غير الدينية التي يمكن دعمها من قبل السياحة الدينية المستدامة في إطار التكامل السياحي الذي من شانه أن يعمل على تطوير النوع الأول وتنميته في ظل دعم للنوع الأخر.

ثالثا: أهداف الدراسة:

يمكن إجمال أهداف الدراسة بالنقاط الآتية:

١- دعم العرض السياحي العام لكافة المواقع السياحية في العراق بالتركيز على محافظة

النجف الاشرف باعتماد مظلة السياحة الدينية لتنشيط السياحة الجغرافية والاثارية والثقافية.. والذي من شانه أن يخلق بدائل مختلفة للتطوير. حيث تكون السياحة الدينية هي مطلب أساس ويمكن أن تطعم بالأنواع الأخرى من المنتج السياحي وهي محط اهتمام الباحث وهدفه الأساس.

٢- تقديم رؤية مستقبلية عن كيفية وضع برامج سياحية وشبكات نقل وبدائل رحلات سياحية متنوعة لزبائن السياحة الدينية الذي من شانه أن يدعم السياحات الأخرى.

رابعاً: حدود الدراسة (المكانية والزمانية) ونطاقها:

في هذه الفقرة يتم تناول الموضوع كما يأتي:

أولاً: الحدود المكانية: يتم دراسة وتحليل المواقع السياحية المختلفة:

١- مواقع العرض للسياحة الدينية المستدامة في العراق بالتركيز على محافظة النجف الاشرف.

٢- مواقع العرض للسياحات الأخرى غير الدينية المختلفة.

ثانياً: الحدود الزمانية: المدة الممتدة من سنة (٢٠٠٣-٢٠١١) حيث برزت فيها السياحة الدينية بشكل واضح، ومن هذه الفترة يمكن استنباط مؤشرات مستقبلية توضح حجم الدور الذي يمكن ان تلعبه السياحة الدينية المستدامة في دعم تنوع المنتج السياحي بشكل عام.

خامساً: فرضيات الدراسة:

تم بناء فرضيات الدراسة بحيث أصبحت كما يأتي:

١- نفرض ان هنالك امكانية لترتيب توافد السائحين للمواقع الدينية في محافظة النجف الاشرف وبالتحديد على القطب الرئيس لهذه المواقع وهو مرقد الامام علي عليه السلام الواقع في المدينة القديمة بالشكل الذي يرفد ويدعم السياحات غير الدينية سواء كان ذلك في محافظة النجف او في المحافظات المجاورة وبالتالي الحصول على تنوع المنتج السياحي المطلوب.

٢- ان اعتماد مهارات التحليل لصياغة نموذج كمي يعرض بدائل مختلفة لنماذج

التدفق ومسارات الحركة ممكن إن تدفع باتجاه تنويع المنتج السياحي، وذلك من خلال إدخال عروض لمواقع السياحات الأخرى (الجغرافية، الاثارية، الثقافية.. الخ) على المسارات الخاصة بنقل السياحة الدينية.

سادساً: اختيار عينة الدراسة ومجتمعها وجمع البيانات:

لقد اعتمد الباحث فكرة أساسية في اختيار عينة ومجتمع الدراسة وجمع البيانات حيث اعتمد الباحث فكرة مهمة وهي ان النشاط السياحي عبارة عن معادلة ، طرفها الأول المواقع التي تقدم الخدمة، وطرفها الثاني السائح المستفيد من الخدمة. وكلا من مواقع تقديم الخدمة والسائحين هما يمثلان مجتمع الدراسة. لذلك فان الطرف الاول من المعادلة الكائن في هذا المجتمع هو المواقع السياحية في العراق عامة وفي محافظة النجف خاصة وذلك بكافة إشكالها (الدينية، الاثارية، الثقافية، الجغرافية وأخرى) ويتم انتخاب منها بعض المواقع الدينية الرئيسة وما يدعم ذلك من مواقع سياحية أخرى. في حين ان الطرف الثاني من المعادلة هو السائح او الزبون حيث من خلال تحليل مجتمع الدراسة كانت أمام الباحث خيارات متعددة لاختيار عينة البحث.

المبحث الثاني

السياحة ـ Tourism

أولاً: مفهوم السياحة: concept of tourism :

لقد طرحت مفاهيم متنوعة للسياحة ومتعددة كل حسب تخصصه وحسب الحقبة الزمنية التي تكون فيها. حيث ينقل احد الباحثين المختصين في هذا الجانب اختلاف مفاهيم السياحة باختلاف نظرة رجال العلم إلى السياحة من حيث جوهرها وكالاتي:

علماء الاقتصاد: ينظرون إليها من جهة الطلب على خدمات السفر والمواصلات والإقامة (الفنادق - الشقق المفروشة - المخيمات) وكل ما يتصل بالرحلة المعنية من خدمات وسلع، وينظرون إليها من جانب العرض على إنها منتجة للخدمات المذكورة.

وعلماء الاجتماع: ينظرون إلى السياحة على إنها رغبة في التعرف على أنماط أخرى من العلاقات الاجتماعية أو ثقافات وعادات وتقاليد الشعوب الأخرى. فهي تعني الحركة

الاجتماعية التي تتم إراديا واختياريا والتي تهدف إلى الترفيه والاستمتاع والاستجمام الذهني والروحي والنفسي والعقلي والبدني، وينظرون إلى السياحة على إنها وسيلة للاتصال الثقافي والحضاري الذي يساعد على تكوين الشخصية القوية وتقليل المسافات بين الشعوب.

أما علماء القانون: فينظرون إلى السياحة من ناحية الإجراءات الرسمية الخاصة بالانتقال وكيفية الدخول ومدة الإقامة المسموح بها؟ حتى يمكن تمييز السائح عن العابر من جهة وعن المهاجر من جهة أخرى: (حسن، ٢٠٠٨: ٥٩).

ثانياً: تعريف السياحة:

ويعرف لنا: (IJEOMAH,H.M and AIYELOJA,A.A (2009):P.153):

السياحة: هي تشتمل على نشاطات الأشخاص في السفر والبقاء في الأماكن خارج بيئتهم الاعتيادية ليست لأكثر من سنة متتالية لغرض الراحة، الأعمال، لأغراض أخرى والذي يتضمن كل أسباب السفر، سفرات عمل، يزور الأقرباء، والعطل و السياحة المحلية والدولية.

أما التعريف الإجرائي للسياحة: هي عملية انتقال الشخص من مكان إقامته المعتاد إلى مكان أخر داخل أو خارج وطنه لمدة لا تقل عن يوم ولا تزيد عن سنة وصرف الأموال لغرض اشباع رغباته الدينية والترفيهية أو الاستكشافية وغيرها عدا التجارية التي يحصل من خلالها على المال ضمن جو من التعايش والانسجام بين المجتمعات ونشر السلام.

ثالثاً: تعريف المستهلك السياحي:

إن لكل صناعة يوجد مستهلك خاص بها يقوم باستهلاك منتجاتها وإشباع رغباته منها، ويتشابه كل المستهلكين من حيث إمكانية الحصول على المنتجات في مكان المستهلك نفسه. ولكن الحال يختلف تماما فيما يتصل بالمستهلك السياحي حيث يقوم بالذهاب بنفسه إلى موقع المنتج والاستفادة منه وإشباع رغباته. ويعرف المستهلك السياحي بالسائح.

ومن حيث التعريف يعرف لنا (الحديد، ٢٠١٠:١٠٥-١٠٦) المستهلك السياحي: هو ذلك الشخص الذي يقوم بشراء الخدمة السياحية لاستخدامها والاستفادة منها في أثناء رحلته السياحية سواء كان سائحا دوليا أو سائحا محليا. كما ويضيف بان المستهلك السياحي هو شخص طبيعي أي انه إنسان وليس شخصا معنويا كشركة أو جمعية أو هيئة...الخ.

أما (مقابلة، ٢٠٠٧:٢٥-٢٦) فيذهب إلى ابعد من تحديد السائح حيث يقوم بتحديد الأشخاص الذين لا ينطبق عليهم تعريف السائح: كأعضاء الهيئات الدبلوماسية، أفراد القوات المسلحة الأجنبية أو العاملون المؤقتون ممن يرتبطون بعقود عمل في دولة أجنبية، أو الأشخاص المقيمين عند الحدود، أو من يفد بلد ما بقصد التوطين كاللاجئين أو المسافرين العابرين.

أما التعريف الإجرائي للسائح يكون كآلاتي: هو ذلك الشخص الطبيعي الذي يقوم بقضاء أوقات فراغه في أماكن غير مكانه الاعتيادي ودفع مبالغ مالية لقاء استهلاك الخدمات والمنتجات السياحية مقترنة بالراحة والمتعة والأمان ولمدة اقل من عام وأكثر من يوم واحد.

رابعاً: السياحة الدينية:

تعد السياحة الدينية من أقدم أنواع السياحة ومن أهمها وكذلك أكثرها اتساعا حيث كان كثير من السائحين ومنذ القدم يندفعون باتجاه المعابد أو أماكن خاصة لغرض ممارسة بعض الطقوس الدينية أو إيفاء للنذور أو لشفاء مرضى على اختلاف المعتقدات والديانات ثم تطورت إلى زيارات منتظمة في أوقات محددة على وفق تعاليم ومناسك معينة كالحج والعمرة وزيارات المراقد المقدسة، ولقد تم تعريفها من قبل العديد من الباحثين في هذا المجال ونورد البعض منهم:

ويعرف لنا (SHANI, AMIR el at - 2007: 43) السياحة الدينية: هي تلك السياحة التي تكون دوافعها إيمانية وتعتبر احد اقدم الانواع السياحية وابرزها، وان الشكل المعروف للسياحة الدينية هو الحج والذي يعرف بأنه رحلة نتيجة للأسباب الدينية وتكون خارجية الى مكان مقدس وداخلية للأغراض الروحانية والفهم الداخلي. وان السياحة الدينية تشمل حضور مراسيم دينية أيضا، المؤتمرات والاحتفالات واجتماعات كنيسة التي لا تحدث في البيت. وفي نفس الوقت يميز لنا بين السائح الديني عن السائح العادي حيث كلاهما يزور الموقع نفسه ولكن الأسباب تكون مختلفة، فالحاج للعبادة والسائح للملاحظة، وقد يشترك في أداء بعض المناسك لكنها تكون بدون روح إيمانية او لغرض الاستكشاف عموما.

تأسيسا على ما تقدم التعريف الإجرائي للسياحة الدينية بوصفها: هي احد أكثر أنواع السياحة رقيا وديمومة وكثافة حيث يندفع السائح الديني باتجاه المواقع الدينية لغرض إشباع

حاجات روحانية أو تأدية واجبات عقائدية أو ممارسة طقوس مقدسة في أجواء مفعمة بالإيمان مع قلة الاهتمام لكلفة هذا التوجه فيحصل السائح من خلالها على حالة من الاستقرار النفسي والاطمئنان، كالحج والعمرة وزيارة مراقد الأنبياء والأئمة والأولياء الصالحين عليهم السلام.

خامساً: السياحة المستدامة:

إن القطاع السياحي والذي يقوم بالأساس على امتلاكه لعناصر الجذب السياحي كالبحار والغابات والشلالات والجبال والأنواع الحيوانية والنباتية...الخ وحيث أنها تتعرض إلى التلوث أو إلى الكوارث الطبيعية أو دمار الحروب وحتى الآثار فإنها تتعرض إلى الاندثار أو السرقة أو الإهمال وكذلك المواقع الدينية والتي تميز بأنها لا تنضب وإنما في تزايد ما دامت الحياة فإنها قد تتعرض إلى الركود وقلة الإقبال عليها مع ثبات الاشتياق الروحي لها من قبل السائحين وذلك لعدة أسباب منها عدم أتباع الدولة سياسات ناجحة لتنمية هذا النوع من السياحة أو ظهور الجو الطائفي العدائي المتطرف والذي يبرز سيطرة طائفة معينة وحرمان باقي الطوائف من الإقبال على الموقع الديني ولقد أصبحت هذه الظاهرة منتشرة في أيامنا هذه. لذلك يجب إيجاد الطرق والأساليب للحفاظ على هذه العناصر وعلى استمراريتها، وعلى هذه الأساس ظهر مصطلح جديد وهو السياحة المستدامة ولقد تم الاهتمام بها من قبل العديد من الباحثين ومن عدة اتجاهات والمواضيع ذات العلاقة لغرض دراستها والتعرف عليها وتوضيحها كما يلي:

سادساً: تعريف السياحة المستدامة:

لقد تم تعريف السياحة المستدامة من قبل عدة باحثين ولكل منهم نظرته الخاصة يظهرها لنا من خلال تعريفه وكالآتي: (Angelevsk and Rakicevik -2012:p.210)

السياحة المستدامة: بانها تشير الى استخدام الاجيال الحالية لمصادر السياحة مع الحفاظ على الاستخدام المستقبلي للمصادر من قبل الاجيال المستقبلية.

في حين تم تعريف السياحة المستدامة من قبل (البرنامج الإقليمي المحفز للمساعدة الأوربية المتوسطة للتنمية: ٦) كالآتي: هي سياحة قابلة للحياة من المنظور الاقتصادي من دون ان تقضي على الموارد التي يبقى رهنها مستقبل السياحة لاسيما البيئة المادية والبنية الاجتماعية للجماعة المضيفة.

وبمصطلحات عملية، السياحة المستدامة يمكن اعتبارها سياحة التي يمكن إدارتها بطريقتين:

- لا تتجاوز الطاقة الاستيعابية للبيئة الاجتماعية، الثقافية او الاقتصادية للجهة المقصودة.
- تقليل الكلفة البيئية، الثقافية، الاجتماعية والاقتصادية ذات العلاقة، بينما تزيد الفوائد والمنافع البيئية، الاجتماعية الثقافية والاقتصادية ذات العلاقة.

التعريف الإجرائي للسياحة المستدامة: يشير إلى إن السياحة تتميز بالاستمرارية وإنها تحافظ على استمراريتها واستدامتها من خلال مجموعة من الأساليب التي من شانها تلافي الآثار السلبية للسياحة و مضاعفة الآثار الايجابية لها والتي تهدف إلى تحقيق الموازنة ما بين حقوق الأجيال الحالية واستمتاعهم بالموارد وبين حقوق الأجيال المستقبلية وبالتالي ضمان حقوق البيئة.

سابعا: مبادئ السياحة المستدامة:

هناك عدة مبادئ تم وضعها لهذا المفهوم الجديد من قبل الدارسين في هذا المجال ومن بين هؤلاء (مقابلة، ٢٠٠٧: ٩٢) فقد أشار إلى مجموعة من هذه المبادئ ومنها:

- يجب أن يكون التخطيط للسياحة وتنميتها وإدارتها جزء من استراتيجيات الحماية أو التنمية المستدامة للإقليم أو الدولة.
- يجب أن تتبع الوكالات والمؤسسات، والجماعات والأفراد المبادئ الأخلاقية والمبادئ الأخرى التي تحترم ثقافة وبيئة واقتصاد المنطقة المضيفة والطريقة التقليدية لحياة المجتمع وسلوكه بما في ذلك الأنماط السياسية.

في حين يضيف (بظاظو، ٢٠١٠: ١٢٦) مبادئ أخرى ومنها:.

- عند النظر في السياحة يجب التفكير بتوزيع الفوائد والكلف بشكل منصف بين مروجي السياحة والسكان المضيفين والمناطق .
- يجب توافر المعلومات الجيدة والأبحاث والتواصل حول طبيعة السياحة وآثارها على البيئة البشرية والثقافية وذلك قبل التنمية وخلالها.

وينقل لنا:(MOSCARDO GIANNA,1998: 3)بان السياحة المستدامة تقوم على ثلاثة مبادئ جوهرية وهي كآلاتي:

أ- الجودة: السياحة المستدامة تتضمن تجربة ممتازة للزائر بينما تحسين جودة الحياة للمجتمع المضيف وحماية البيئة.

ب- الاستمرارية: السياحة المستدامة تضمن استمرارية المصادر الطبيعية والذي يستند الى استمرارية ثقافة المجتمعات المضيفة ومتطلبات استمرارية مصلحة الزوار.

ج- الموازنة: السياحة المستدامة هي موازنة احتياجات المضيفين والضيوف والبيئة.

ثامناً: أهمية السياحة المستدامة (المتواصلة):

إن للسياحة المستدامة أو المتواصلة أهمية كبيرة حيث يمكن تقدير هذه الأهمية من مدى التأثير على الحياة على اختلاف جوانبها ومنها:

- تعمل على تحسين نوعية الحياة في البلدان المضيفة وزيادة خبرات السائح وزيادة الوعي البيئي ومزيد من التعاون بين فئات المجتمع في المحافظة على البيئة.
- تضع الأساس للموازنة بين المنافع من جهة والقيود اللازمة للتأكد من إمكانية استمرارها دون إهلاك الموارد التي تعتمد عليها من جهة أخرى. ويجب أن لا تترك صناعة السياحة بدون محاذير حتى لا تؤدي إلى تدهور البيئة والمجتمع (الشرقاوي، وحفني، ٢٠٠٨:١١٢).

ويرى الباحث إن من أهمية السياحة المستدامة هو إن استمرارية المصادر واستدامتها نحو المستقبل يؤدي إلى استمرار عمل الاستثمارات السياحية ونجاحها لمدة طويلة وليس قصيرة وتبدأ بالتدهور عندما تبدأ عوامل الجذب السياحي بالاضمحلال أو النضوب أو استعمال الأساليب الضارة بالبيئة.

تاسعا: الاستهلاك المستدام:

إن معرفة طبيعة الاستهلاك المستدام وتحديده ومن ثم وضعه ضمن تعليمات سلوك السائح المسئول فان ذلك يؤدي إلى تحقيق الاستدامة السياحية.

ويضيف لنا:(Risteski and et al. -2012: p.378) بانه من الضروري تعريف التوجهات المثالية للسائح للمناطق المحلية ، والتي تلبي احتياجات السائحين مع اقل تأثير على البيئة والمجتمعات المحلية.

في حين يرى (بظاظو، ٢٠١٠: ٢١٧) إن الاستهلاك المستدام يتصف بعدة صفات:

- أن يجمع الاستهلاك المستدام في قطاع السياحة بين قضايا الاستدامة في اختيار المقاصد ومقدمي الخدمات، وفي سلوك السياح خلال الإقامة في المقصد، ولذا فان بناء الطلب على السياحة المستدامة يعتمد عندئذ على الأعمال التي تهدف إلى استشارة وعي السياح بتأثيرهم في أثناء وجودهم في المقاصد وفي الترويج لاختيارات الشراء المسئولة.
- تركزت معظم الجهود التي بذلتها روابط المستهلكين والمنظمات غير الحكومية والسلطات الوطنية العامة على توجيه السلوك السليم للسياح من خلال عطلاتهم ابتداء من المعلومات المحددة عن التجارة غير القانونية للهدايا التذكارية إلى المعلومات العامة المدرجة كونها جزء من النصائح الحكومية الرسمية المتعلقة.

عاشراً: الممارسات الداعمة لاستدامة البيئة السياحية:

هناك عدة ممارسات لابد من إتباعها لغرض تحقيق الاستدامة البيئية السياحية حيث يتم عرضها من قبل (بظاظو، ٢٠١٠: ٢١٥) وكالاتي:

- المحافظة على الموارد السياحية واستغلالها باعتدال وكفاءة ومراعاة الاستخدام الأكثر كفاءة للموارد والأطر الزمنية لاستبدال المواد غير المتجددة بموارد بديلة، والاستخدامات البديلة المحتملة للموارد.
- عدم استهلاك الموارد المتجددة بوتيرة أسرع من قدراتها على التجدد أو بطريقة يمكن أن تؤذي البشر، أو النظم الداعمة للحياة على الأرض وخاصة تلك التي ليس لها بدائل.
- التوسع في مجال الاعتماد على الطاقة النظيفة المتجددة كالطاقة الشمسية والطاقة المائية.
- تبني مبدأ تغريم الملوث من خلال سن تشريعات عقابية في مواقع السياحة البيئية.

ويقدم لنا (HANS, V. BASIL, 2008: P. 11) وصفات واقتراحات لتطوير السياحة المستدامة في منطقة الدراسة (الهند): تشجيع السياحة الريفية والبيئية ورفع الاستثمار والوصول إلى التصنيف العالمي وتحسين الخدمات والأمن والبنى التحتية والفوقية وكذلك

التعليم والتدريب.

ويضيف لنا (Camargo and et al -2007:p.72):ان تطوير السياحة المستدامة يقابل حاجات السياح الحالية والمناطق الريفية مع حماية وتحسين الفرص للمستقبل ، وهو تصور لأداء الإدارة لكل المصادر.

حادي عشر: خصائص السياحة المستدامة:

وينقل لنا: (MOSCARDO, GIANNA - ١٩٩٨ P.٣) إن من خصائص السياحة المستدامة:

أ- السياحة تهتم بجودة التجربة.

ب- السياحة تشجع الضيوف لكي يكونوا مهتمين بحماية المجتمع المضيف وكذلك البيئة.

في حين يرى (IJEOMAH, H.M and AIYELOJA, A.A-2009: 135) أن السياحة المستدامة يجب أن تكون حرة وخالية من تأثير ضغوط المجتمع المحلي وضغوط السياح من خلال الإدارة الفعالة و المراقبة المستمرة. ولتخفيض الضغط من المجتمع، السياحة يجب أن تصمم لجلب النمو الاقتصادي و المحافظة على الثقافة المحلية وحماية التنوع والتحسين في الصحة. ولتخفيض الضغوط من السياح من خلال السيطرة على أعدادهم، ولتخفيض الضغط من الموظفين من خلال الدفع الفوري وشروط العمل الجيد والحوافز لمنع الممارسات اللااخلاقية.

ثاني عشر: السياحة الدينية المستدامة:

إن هذا النوع من السياحة يختلف عن باقي الأنواع الأخرى كالاثارية والجغرافية وغيرها كون الأولى دائمية ومستمرة وذلك لوجود الموقع الديني المقدس على طول الدهر حيث لا يتعرض الى النضوب او الاندثار او التلوث او اختلال التوازن البيئي الذي يؤثر عليه سلبا ويقلل من عمره كما في السياحات الأخرى ولكن هناك عنصرين مؤثرين على شدة الإقبال السياحي عليه وهذان العنصران هما العنصر المادي والعنصر المعنوي ، فالعنصر المادي هو مدى توفير الإمكانات المادية للوصول الى هذا الموقع من طرق وجسور ووسائل نقل سريعة وكذلك توفير الفنادق والمطاعم وغيرها، وكذلك مدى الاهتمام بالموقع الديني وتطويره وصيانته وتنفيذ كل الوسائل والتعليمات ذات التفاعل الايجابي مع البيئة ونرى ان تأثير هذا العنصر لا يكون كبيرا جدا على استدامة هذا الموقع لأنه يعتمد على

مكنونات إيمانية داخل السائح نفسه والذي يكون اندفاعه كبيرا ومتحمسا وبشكل طوعي (الجانب المعنوي)، ومثالنا من الواقع على ذلك هو عندما تم تفجير القبة والمئذنة للمرقد العسكري الشريف عليه السلام في سامراء لم يتأثر العمق الإيماني لدى السائح (الزائر) حيث تم السفر إلى المرقد الشريف حتى في أثناء إعادة البناء والتشييد وهذا يظهر قوة تأثير (الجانب المعنوي). فالجانب المعنوي جانب واسع ومعقد فهو يعتمد على العمق الإيماني ويتأثر بالفكر والسياسة والمخططات الإقليمية والعالمية. حيث برز في هذه الأيام فكر مريض مزيج من التطرف والترهيب والتكفير والتهجير والذي يعتبر من الآفات التي تنخر في جسم السياحة الدينية المستدامة ويؤدي إلى قلة التوجه السياحي وحرمان السائح والمنطقة المضيفة من إشباع حاجاتهما المختلفة. إن ذلك سوف يحرم السياحة من اخذ نشاطها في كونها وسيلة للمحبة والسلام والتقارب والضيافة والصداقة، لذلك يجب جعل السياحة الدينية بعيدا عن كل هذه الآفات حتى تكون السياحة الدينية مستدامة ومتاحة للجميع.

تأسيساً على ما تقدم، يمكن الخروج بتعريف إجرائي للسياحة الدينية المستدامة: بوصفها إحدى أنواع السياحة التي تنتج من سفر السائح من مكانه المعتاد إلى الأماكن الدينية بصورة متكررة كلما أمكنه ذلك وإقامته فيها وتكون تلك المناطق مقدسة وذات قيمة عالية لهذا السائح ويتجه إليها بدافع إيماني وتتميز هذه السياحة بتفاعلها الايجابي مع البيئة و باستمراريتها ودوامها على طول الدهر، وفي هذا الصدد الباحث يعول على هذا النوع من السياحة في دعم التنوع السياحي الآخر غير الديني، الذي يأخذ أشكالا وأنواع مختلفة سنتعرف لاحقا .

ثالث عشر: مفهوم التنوع:

إن التنوع يعد من النعم الإلهية التي من الله عز وجل به علينا وخير مثال على التنوع هو التنوع في الطبيعة، وان لهذه النعمة فوائد عديدة ومن ابسطها: إنها تعرض للنفس صورة مبهجة متنوعة بعدة ألوان من الإزهار والأشجار والثمار والحشرات والأسماك والحيوانات ويتوسع التنوع ليشمل الأوقات والفصول كالليل والنهار وأيضا الصيف والشتاء والربيع والخريف وحتى سطح الأرض فتوجد الجبال والوديان والسهول والمسطحات المائية والصحاري، ويمتد التنوع ليشمل الإنسان الذي يعيش على هذه الأرض المتنوعة من حيث اللغة والمعتقد وحتى لون البشرة كالأسود والأبيض

والأسمر. إن هذا التنوع هو ليس صدفة وإنما حكمة الهية لجعل كل كائن يعيش حياته على وفق نظام معين وتناسق وتوازن وتعارف وتواصل مع الأنواع الأخرى من حيث العيش والسكن والغذاء والتكاثر.

أما من الناحية الاقتصادية فهناك تنوع في مصادر المواد الأولية ومصادر الطاقة وكذلك تنوع في حاجات وأذواق المستهلكين. وكذلك من الناحية البيئية فكلما حافظنا على التنوع البيئي النباتي والحيواني سوف نحصل على عالم صحي ومتوازن ومتنوع وجميل. ومن ناحية الإدارة المالية والتي من أساسياتها عملها هو الحصول على الأموال واستثمارها بأقل كلفة واقل نسبة من الخطر، حيث وجد في الإدارات الحديثة إن تنوع المحفظة الاستثمارية بأنواع مختلفة يقلل من نسبة التعرض للمخاطر المالية.

ويعرف لنا (CLARKE,ALAN and CHEN,WEI – 2007:P.31):ان التنويع تعبير بشكل خاص يصف موقع عمل والذي يشمل أناس من خلفيات وثقافات متنوعة أو / و أعمال تجارية متنوعة.

التعريف الإجرائي للتنوع: إن التنوع عبارة عن تشكيلة متنوعة متناسقة من الأشياء والتي تتميز عن بعضها باختلافات معينة وبالتالي تؤدي إلى إمكانية تكاملها و زيادة عدد وتنوع الأطراف المستفيدة منها.

رابع عشر: مفهوم المنتج السياحي:

يعد المنتج السياحي احد المكونات الرئيسية للمزيج التسويقي السياحي كما ويعد العامل الأساسي الثاني للسياحة والذي يجب توافره حتى يتم استهلاكه من قبل العامل الأساس الأول وهو السائح أو المستهلك السياحي. وقد تم تعريفه من قبل العديد من والباحثين وكالاتي:

يوضح لنا (الطائي، 2004:172) بان: السياح ينظرون إلى المنتجات السياحية بوصفها حزمة من المنافع والتسهيلات والقيم، وهم يختارون تلك المنتجات التي تقدم لهم أفضل حزمة منافع وقيم مقابل الثمن الذي يدفعونه للحصول عليها. ويعرفه على انه عبارة عن تشكيلة أو مزيج من الخدمات الملموسة وغير الملموسة المطروحة في السوق لغرض إشباع رغبات وحاجات السياح في لحظة جاهزيتها. فبالإضافة إلى الخدمات الملموسة وغير

الملموسة، فإن مفهوم المنتج السياحي يتضمن الأشخاص الذين يقدمون الخدمات والأماكن والمنظمات والنشاطات والأفكار والتسهيلات والقيم.

بينما يورد لنا (الحديد، ٢٠١٠: ٩٧) بان المنتج السياحي يقصد به: هو مدى تنوع العناصر الطبيعية به مثل: الموقع الجغرافي والمناخ والتضاريس والبحار والأنهار إلى غير ذلك والمقومات الصناعية مثل الآثار التاريخية والانجازات البشرية الحضارية الحديثة بالإضافة إلى مستوى الخدمات والتسهيلات السياحية التي تقدمها الدول المختلفة كخدمة الإقامة والتنقلات والإعاشة والزيارات السياحية وشركات السياحة والسفر.

أما التعريف الإجرائي للمنتج السياحي: هو عبارة عن باقة متنوعة من السلع والخدمات ومناطق الجذب وكل الأنشطة ذات العلاقة بعملية سفر السائح إلى هذا المنتج وإقامته وذلك لغرض استهلاكه وإشباع رغباته وبالمقابل حصول المنتجين على المنفعة المالية.

خامس عشر: خصائص المنتج السياحي:

لقد تم تسليط الضوء على خصائص المنتج السياحي من قبل مجموعة من الباحثين وقد تم طرح عدة خصائص ومن هؤلاء الباحثين: (مقابلة، 2007: 52) حيث قام بطرح الآتي:

١- تأثر السوق السياحية بالموسمية: حيث يطلق عليه موسم الذروة وهو موسم الطلب السياحي وازدياد عدد السياح. وأيضاً موسم الكساد الذي ينخفض فيه الطلب السياحي وقد ينعدم نهائيا. في حين تضيف (حسن، 2008: 71) الآتي:

٢- المنتج السياحي منتج من العناصر والخدمات والمكونات الطبيعية: حيث يكون الفصل بين هذه العناصر والمكونات غير ممكن فالعوامل الطبيعية تتشابك مع العوامل التاريخية والدينية والثقافية والحضارية لتكون معا العرض السياحي، وقد يجمع السائح خلال الرحلة بين أنماط سياحية متعددة في آن واحد (سياحة دينية وترفيهية ومشتريات).

٣- تعدد المنتجين الذين يشاركون في العرض السياحي نظرا لطبيعته المركبة: فيسهم في تقديمه عدد كبير من المنتجين سواء من القطاع السياحي والقطاعات الإنتاجية والخدمية الأخرى التي تغذي القطاع السياحي بكل احتياجاته مثل القطاع الزراعي والصناعي والخدمات.

سادس عشر: تنوع المنتج السياحي:

إن التنوع في المنتج السياحي يقوم أساسا على وجود باقة متنوعة من الأنماط السياحية والتي بطبيعتها تلبي جميع أذواق ورغبات المستهلك السياحي المختلفة. وان كثيرا من الكتاب والباحثين في مجال السياحة قاموا بتصنيف الأنواع السياحية كل حسب نظرته فمنهم من على أساس دوافع المستهلك ومنهم من صنفها على أساس العمر ومنهم حسب الموسم ومنهم حسب الموقع الجغرافي والتضاريس الجغرافية وكذلك منهم من وجد أنواع جديدة لم تكن موجودة في السابقة وقد تتشابه وتتداخل هذه الأنواع في الأصل لكنها قد تختلف في المسميات. وعلى العموم إن تعدد واختلاف الأنواع السياحية يجب أن لا تكون عوامل ضغط واستنزاف للبيئة وإنما يجب أن تكون دافعا قويا للالتزام بالمسؤولية الأخلاقية تجاه البيئة والمجتمع لغرض التجدد والاستدامة للأنواع السياحية.

إن الأنواع السياحية وتقسيماتها تختلف من بلد لآخر وذلك حسب ما يمتلكه ذلك البلد من إمكانات ومناطق جذب سياحي إضافة إلى وجود مجموعة من المعايير والأسس تم اعتمادها لأغراض التقسيم، وقد قام العديد من الباحثين في مجال السياحة والمنتج السياحي بتقديم تقسيمات للسياحة والمنتج السياحي على وفق ما يرونه من معايير وأسس ومن هؤلاء الآتي: حيث يعرض لنا (مقابلة،3:2007) عدة تقسيمات لأنواع السياحة والمنتج السياحي معايير معينة وكالاتي:

تقسيم السياحة والمنتج السياحي على وفق عدد الأشخاص المستهلكين للمنتج السياحي وتشمل على:

١- سياحة فردية.

٢- سياحة جماعية.

تقسيم السياحة والمنتج السياحي لنوع الدوافع: حيث يقوم (القعيد، - ٢٠١١: ٨٠-٥٠) بالتقسيم وفق هذه الدوافع وكالآتي:

١- السياحة الترفيهية	٧- سياحة المؤتمرات
٢- سياحة رجال الإعمال	٨- سياحة المعارض
٣- السياحة الثقافية	٩- سياحة المهرجانات
٤- السياحة العلاجية	١٠- السياحة العلمية
٥- السياحة الدينية	١١- السياحة البيئية
٦- السياحة الرياضية	

تقسيم السياحة والمنتج السياحي على وفق العمر وتشمل الآتي:

حيث قام العديد من الباحثين إلى تقسيم عمر المستهلك السياحي إلى عدة فئات وكالاتي:

١- سياحة الطلائع.

٢- سياحة الشباب.

٣- سياحة الناضجين.

٤- سياحة المتقاعدين.

تقسيم السياحة والمنتج السياحي على وفق مدة الإقامة وتشمل الآتي:

١- سياحة موسمية

٢- سياحة أيام

٣- سياحة عابرة

تقسيم السياحة والمنتج السياحي على وفق مستوى الإنفاق والطبقة الاجتماعية:
وتشمل:

١- سياحة أصحاب الملايين.

٢- سياحة الطبقات المتميزة (الاليت).

٣- السياحة الاجتماعية أو السياحة العامة لذوي الدخل المحدود.

تقسيم السياحة والمنتج من حيث الموقع الجغرافي يتضمن الآتي:

١ - سياحة داخلية

٢ - سياحة إقليمية

٣ - سياحة دولية.

تقسيم السياحة والمنتج السياحي على وفق للجنسية وتشمل الآتي:

١- سياحة الأجانب

٢- سياحة المقيمين خارج البلد

٣- سياحة مواطني الدولة

الأنواع الجديدة للسياحة والمنتج السياحي:

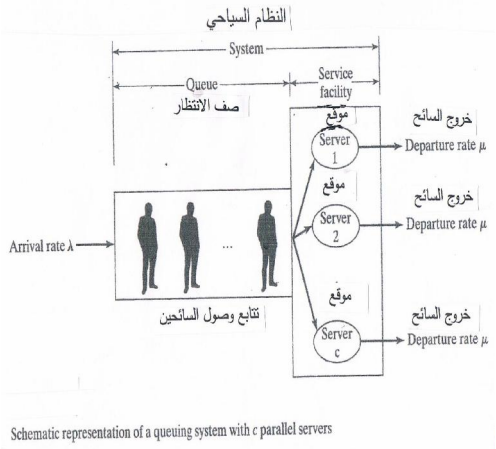
لقد ظهرت في الآونة الأخيرة أنواع جديدة من السياحة والمنتج السياحي لكي تواكب التطور الحاصل في العالم وكذلك لكي يتم من خلالها إشباع رغبات المستهلكين المتجددة في هذا العصر السريع التطور و يوضح لنا (القعيد، 2011: 79) هذه الأنواع كالآتي:

١ - سياحة الحوافز	٨ - سياحة المشاركة في الوقت
٢- سياحة الاهتمامات الخاصة	٩- سياحة الدراجات
٣ - سياحة المعاقين (ذوي الاحتياجات الخاصة)	١٠- سياحة نهاية الأسبوع
٤ - السياحة الطبيعية	١١ - سياحة الجولف
٥ - السياحة البديلة	١٢ - سياحة التسوق
٦ - سياحة مراقبة الطيور	١٣ - سياحة الإرهاب
٧ - سياحة الصحارى والواحات	١٤- السياحة الفضائية

سابع عشر: البدائل الممكنة لتقسيم وقت السائح:

ذكرنا في المنهجية العلمية لدراستنا هذه، ان دراسة وتحليل مشكلة إمكانية دعم تنوع المنتج السياحي من قبل السياحة الدينية يتم تناوله من خلال معادلة طرفها الأول الموقع والطرف الثاني هو السائح. ويفترض ان تتركز عملية الدراسة على قدوم السائح الى الموقع على وفق عملية مدروسة من حيث التتابع الاحتمالي لوصوله الى موقع الخدمة كما هو واضح في الشكل رقم (١)[1].

الشكل (١) التتابع الاحتمالي لوصول السائحين إلى مواقع تقديم الخدمة



Schematic representation of a queuing system with c parallel servers

وفي هذا الصدد يذهب المختصون في الأنشطة السياحية عامة وفي السياحة الدينية خاصة إلى رأي مفاده إن هناك تحليلا زمنيا معينا بخصوص توجه السائح لعملية المفاضلة والاختيار بين تقسيم وقته الى السياحة الدينية فقط او التوجه الى بقية الأنواع الأخرى من السياحات.

وعموما فان السقف الزمني لوقت السائح هو تلك المدة الزمنية الذي تستغرقها زيارة السائح إلى مكان ما، تعد هذه الفترة الزمنية محط اهتمام الباحث باعتبار ان يكون المطلوب هو ان يحقق السائح الاستفادة القصوى من هذا الوقت من بداية الوصول ولغاية المغادرة والعودة إلى بلده.

ويمكن أن يكون هذا الوقت مقسم إلى تقسيمات مختلفة وذلك انطلاقا من رغبات وتطلعات يمكن ان تكون موجودة لدى السائح، بعبارة ادق رغم ان السائح قادم لغرض أساسي وهو سياحة دينية الا انه يمكن ان يستفيد من المنتجات السياحية غير الدينية بشكل عرضي إشباعا لرغبات وقناعات ذاتية ربما تكون موجودة في داخله، وذلك وفقا للبدائل الافتراضية المختلفة لأنواع السياحات وذلك كما هو واضح في البدائل المعروضة في الشكل رقم (٢) والتي هي كما يأتي: **البديل الأول:** بموجب هذا البديل تكون السياحة الدينية بمثابة مطلب أساس كما في الشكل رقم (١.١ /٢) حيث يتم توزيع وقت السائح بالكامل للسياحة الدينية.

البديل الثاني: بموجب هذا البديل يخصص معظم الوقت وهو ما يقارب (٧٥٪) من وقته للسياحة الدينية والمتبقي للسياحة الاثارية كما في (٢/١.٢).

البديل الثالث: بموجب هذا البديل يخصص نصف الوقت (٥٠٪) للسياحة الدينية والنصف الآخر يوزع بين السياحة الاثارية (٢٥٪) والسياحة الجغرافية (٢٥٪) كما في (٢/١.٣).

البديل الرابع: بموجب هذا البديل يخصص الجزء الأقل وهو(٢٥٪)من الوقت للسياحة الدينية والمتبقي يوزع على النحو التالي كما في (٢/١.٤):

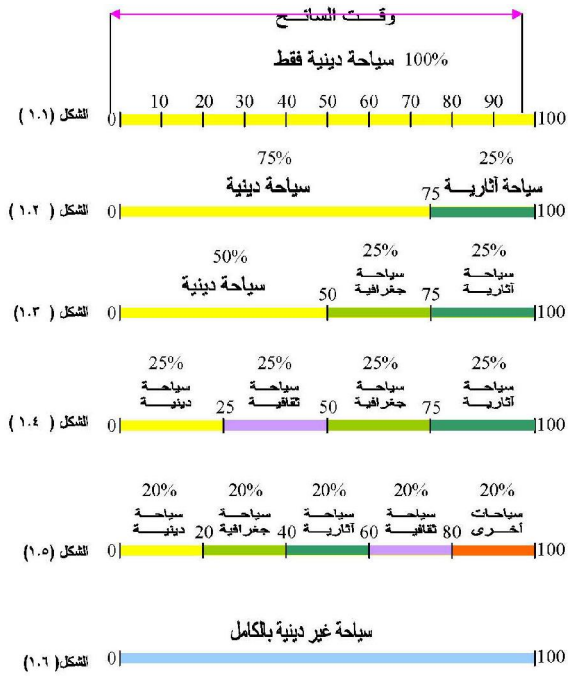
٢٥٪ للسياحة الاثارية.

٢٥٪ للسياحة الجغرافية.

٢٥٪ للسياحة الثقافية.

البديل الخامس: بموجب هذا البديل يوزع وقت السائح بين خمسة أنواع من السياحات بواقع ٢٠٪ لكل نوع وهي (دينية، جغرافية، اثارية، ثقافية، أخرى) كما في الشكل رقم (١.٥ /٢). **البديل السادس:** إن هذا البديل قائم على أساس افتراضي إن السائح يدخل لغرض الاستفادة من منتج السياحة غير الدينية بالكامل وليس لديه الرغبة في زيارة المواقع السياحية الدينية كما في الشكل (٢/١.٦).إن هذه البدائل الافتراضية لاستغلال وقت السائح سوف تكون محط اهتمام الباحث من اجل توظيف السياحة الدينية لمصلحة السياحات الأخرى وبما يحقق أفضل استفادة لكلا طرفي العلاقة السياحية وهم (المنتج للخدمة السياحية والمستفيد الذي هو السائح).

السقف الزمني لوقت السائح:



الشكل (٢)

بدائل افتراضية لوقت السائح الذي يمكن يتوزع بين نسب مختلفة من أنواع الأنشطة السياحية

المصدر: من إعداد الباحث بالاستناد الى البديل الافتراضي الأول الوارد في المنهجية العلمية وبالاعتماد على المعايشة لواقع الحال في محافظة النجف الاشرف.

ثامن عشر: تقويم واقع حال تنوع المنتج السياحي بالتركيز على محافظة النجف:

في المدة أعقبت سقوط النظام البائد وانتهاء مدة الحصار الجائر توجهت أعداد كبيرة من السائحين ومن مختلف الدول والطوائف الى هذه المدينة المقدسة قابلها زيادة في بناء الفنادق وطاقتها الاستيعابية وكذلك تنوعها وتطورها من حيث الخدمات والتجهيزات والتفنن بالبناء على الصعيدين العام والخاص، حيث تم التوجه نحو الاستثمار والاعمار لإنشاء المشاريع الكبيرة والنوعية في القطاع السياحي وبشكل عام تم مراعات متطلبات الراحة للسائح من جهة، ومن جهة أخرى تم التأكيد على عامل البيئة وعدم اعتماد المواد الملوثة او إقامة مشروع الفندق والأنشطة المرتبطة به في مواقع غير مطابقة للمواصفات القياسية.

تاسع عشر: تنظيم السياحة الدينية في المدينة القديمة في النجف ودوره في دعم تنوع المنتج السياحي:

إن تقويم واقع حال المدينة القديمة في النجف كشف عن وجود نقاط ضعف كثيرة تعود بالدرجة الأساس الى متطلبات القيام بواجب السياحة الدينية المستدامة، حيث تشهد المدينة القديمة عددا كبيرا من المناسبات الدينية، وهو ما زاد من مشاكل هذه المدينة بأطرافها القديمة وضاعفها.

إن هذه المناسبات بالإضافة الى الموقع المحوري للقطب الأساسي للسياحة الدينية وهو مرقد الإمام علي عليه السلام يؤدي الى حدوث التداخل والتزاحم لدخول وخروج الأفواج السياحية الدينية بعبارة ادق: ان توافد الأفواج السياحية بشكل مكثف ومتداخل انعكس ذلك على سكان المدينة القديمة سلبا وبالذات على الأطراف القديمة (الحويش العمارة، المشراق، البراق) وهذه المشاكل هي[٢]

١- مشكلة الدخول والخروج إلى ومن المدينة القديمة

٢- مشكلة التنظيف والخدمات

٣- مشكلة المناسبات الدينية المليونية

٤- مشكلة ارتفاع أسعار العقارات

٥- مشكلة وصول المواد الغذائية ومستلزمات المياه

٦- مشكلة الحفاظ على الأمن والاستقرار.

إن هذه الحزمة من المشاكل تفرض على متخذي القرار في الدوائر السياحية تنظيم وصول وتتابع دخول الأفواج السياحية الدينية وايجاد حل وفق برنامج معين وذلك لكونه ينطوي على دعم ضمني لعملية تنوع منتج السياحة غير الدينية، حيث ان هذه الفكرة تستند إلى:

تطعيم هذا البرنامج ورفده بالعروض المختلفة للسياحة غير الدينية، بحيث يتم سحب مجموعة من الأفواج السياحية لأغراض السياحة غير الدينية وذلك الى خارج مدينة النجف القديمة.

المبحث الثالث

تحليل الفرص الممكنة لقطاع النقل في دعم تنوع المنتج السياحي

رفد المواقع الدينية ضمن شبكات النقل الداخلية بمواقع سياحية غير دينية بأقل كلفة كلية ممكنة:

استخدام اسلوب التدفق: Transshipment

من خلال تحليل الواقع السياحي الديني في المحافظات الوسطى والجنوبية بشكل عام وفي محافظة النجف بشكل خاص لاحظ الباحث، بان هنالك أقطاب أساسية للنشاط السياحي الديني تمثل قبلة السائحين وهذه الأقطاب هي ما يلي:

١- مرقد الإمام علي عليه السلام في النجف الاشرف.

٢- مرقد الإمام الحسين وأخيه العباس عليهما السلام في مدينة كربلاء المقدسة.

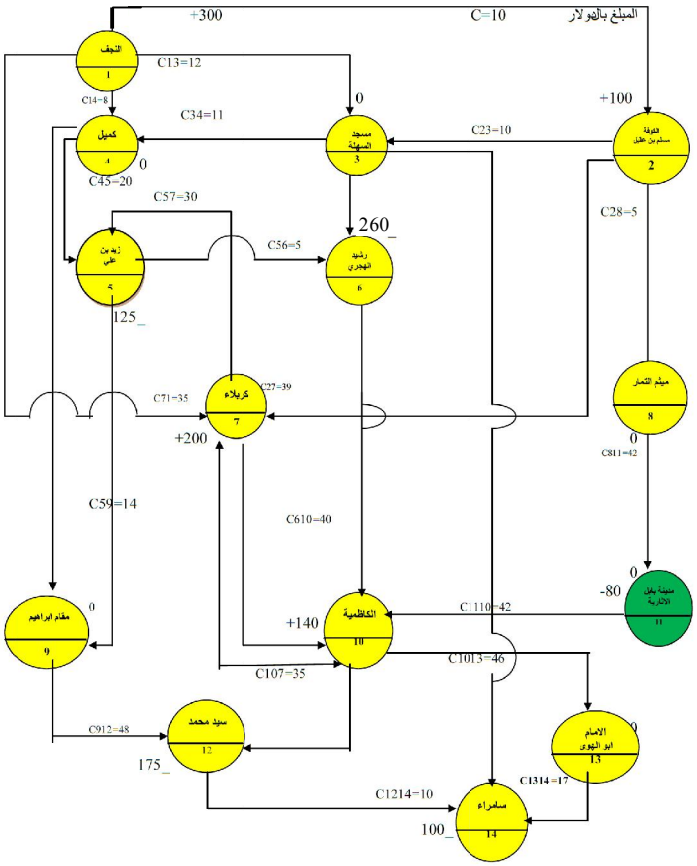
٣- مرقد الإمامين الجوادين في مدينة الكاظمية.

٤- مرقد الإمامين العسكريين عليهما السلام في مدينة سامراء.

ولكن كون حضرة الأمام علي عليه السلام هو أبو الأئمة كافة ، لذلك احتل مرقده الأهمية الأولى وعلى هذا الأساس تم تصميم الرحلات (الدورات) المكوكية ان تبدأ من مرقد الإمام علي عليه السلام في النجف مرورا بمرقد الإمام الحسين عليه السلام وأخيه العباس في كربلاء ثم مرقدي الكاظمين عليهما السلام وبعد ذلك مرقد الإمامين العسكريين:

وما بين هذه الاقطاب الاربعة يتوزع الكثير من المواقع الدينية المقدسة وغير الدينية:

وعلى هذا الأساس عمدت المكاتب السياحية إلى تصميم عروض سياحية مختلفة تستوعب الأقطاب الأربعة أعلاه وتستوعب ما هو ممكن (بالاعتماد على نوع مسار النقل) من المواقع الدينية المقدسة وغير الدينية. ان البدائل المختلفة لمسارات النقل وتدفق السائحين يمكن ان تعرض من خلال مخطط شبكي عام يعرض مسارات التدفق انطلاقا من القطب الأول (النجف) وانتهاءً بسامراء وهي القطب الأخير. وعلى هذا الأساس يمكن استنباط مجموعة من العروض السياحية (الدورات) التي تنطلق من محافظة النجف الأشرف وتنتهي بمدينة سامراء:(٣)



شكل رقم (٣)

عرض لإدخال مدينة بابل الاثارية لسائحين يبلغ عددهم ٧٤٠ شخصا وذلك بين مجموعة من المواقع السياحية انطلاقا من مدينة النجف

وإذا تم اعتماد المخطط الشبكي للتدفق الموضح في الشكل رقم (٣) بوصفه برنامجا شاملا لمجموعة من بدائل عروض السياحة الدينية، فإن بالامكان حساب التكاليف الكلية لهذا البرنامج باستخدام اسلوب التدفق Transshipment Model وذلك كما واضح في الخطوات في أدناه:

١- فصل مواقع الحاجة عن مواقع المتوفر من السائحين

جدول رقم (١) فصل مواقع الحاجة عن مواقع المتوفر من السائحين

الحاجة Demand	المتوفر SUPPLY
٢٦٠ - موقع رشيد الهجري	موقع النجف ٣٠٠+
١٧٥ - موقع سيد محمد	موقع الكوفة ١٠٠+
١٠٠- موقع سامراء	موقع كربلاء ٢٠٠+
١٢٥- موقع زيد بن علي	موقع الكاظمية ١٤٠+
٨٠- موقع سياحة اثارية (مدينة بابل)	
المجموع ٧٤٠	المجموع ٧٤٠

٢- تنظيم جدول النقل على اساس الفقرة في اعلاه:

جدول رقم (٢) (جدول نقل المتضمن اضافة منتج السياحة الاثارية)

مراكز الاستلام / مركز التوزيع	موقع رشيد الهجري	موقع سيد محمد	موقع سامراء	موقع زيد بن علي	موقع سياحة اثارية (مدينة بابل الاثارية)	a i
النجف	٢٠ X11	٩٢ X12	٦٢ X13	٢٨ X14	٥٧ X15	٣٠٠
الكوفة	١٨ X21	١٠٠ X22	٦٠ X23	٤١ X24	٤٧ X25	١٠٠
كربلاء	٤٨ X31	٧٥ X32	٨٤ X33	٣٠ X34	٨٦ X35	٢٠٠
الكاظمية	٤٠ X41	٤٠ X42	٥٠ X43	٦٥ X44	٤٢ X45	١٤٠
bj	٢٦٠	١٧٥	١٠٠	١٢٥	٨٠	740 / 740

٣- حل جدول النقل واستخراج النتائج النهائية:

يتم حل الجدول السابق باستخدام البرنامج QM حيث يتم الحصول على النتائج النهائية التالية:

النتائج:

(X11)X1=220

(X13)X3=80

(X23)X8=20

يعني ذلك ان ٨٠ سائح يتم تحويلهم من الكوفة الى آثار بابل

(X25) X10 = 80

(X31) X11 = 40

(X32) X12 = 35

(X34) X14= 125

(X42) X17 = 140

وبذلك تكون التكاليف الكلية وهي: Z = 27695

تمثل تكاليف الخطة السياحية المتوقعة لدعم السياحات الأخرى من خلال السياحة الدينية المستدامة.

أما في حالة رفد السياحات المختلفة (الترفيهية والراضية والتسوق و.. الخ) فإن خطوات الحل كما يأتي:

١- فصل مواقع الحاجة عن مواقع المتوفر من السائحين.

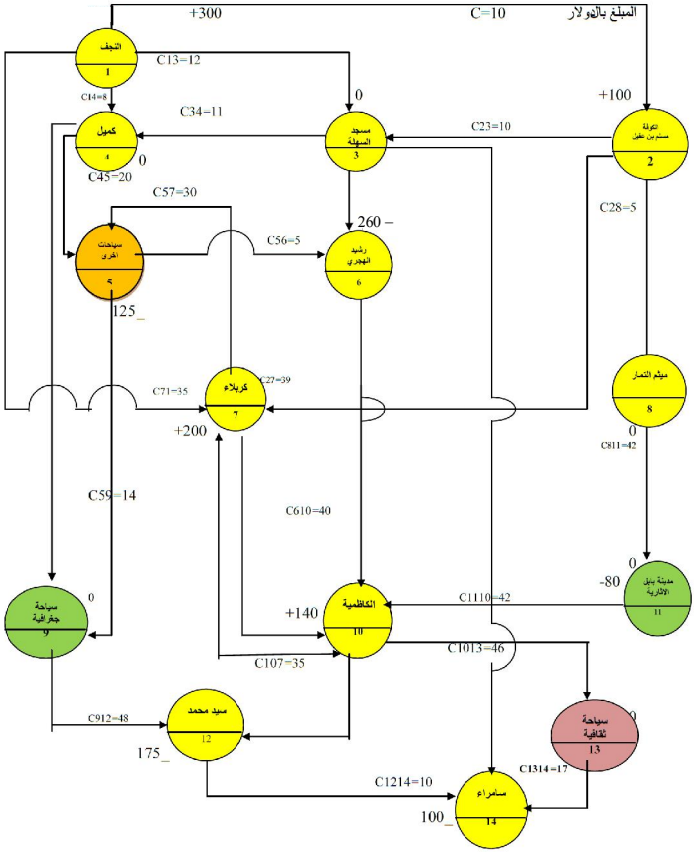
جدول رقم (٣) فصل مواقع الحاجة عن مواقع المتوفر من السائحين

الحاجة Demand	المتوفر SUPPLY
٢٦٠ - مواقع رشيد الهجري	موقع النجف ٣٠٠+
١٧٥ - مواقع سيد محمد	موقع الكوفة ١٠٠+
١٠٠- مواقع سامراء	موقع كربلاء ٢٠٠+
١٢٥- موا قع زيد بن علي	موقع الكاظمية ١٤٠+
٢٠- مواقع سياحة اثارية (مدينة بابل)	
٢٠- مواقع سياحة جغرافية	
٢٠- مواقع سياحة ثقافية	
٢٠- مواقع سياحات اخرى	
المجموع ٧٤٠	المجموع ٧٤٠

٢- تنظيم جدول النقل على أساس الفقرة في أعلاه:

جدول رقم (٤) (جدول النقل المتضمن اضافة اربعة منتجات سياحية غير دينية)

مراكز الاستلام / مراكز التوزيع	موقع رشيد الهجري	موقع سيد محمد	موقع سامراء	موقع زيد بن علي	موقع سياحة اثارية (مدينة بابل الاثارية)	مواقع السياحة الجغرافية	مواقع السياحة الثقافية	مواقع السياحة الأخرى	a i
النجف	٢٠ X11	٩٢ X12	٦٢ X13	٢٨ X14	٥٧ X15	٤٤ X16	١٠٦ X17	٨ X18	٣٠٠
الكوفة	١٨ X21	١٠٠ X22	٦٠ X23	٤١ X24	٤٧ X25	٥٧ X26	٧٧ X27	٣١ X28	١٠٠
كربلاء	٤٨ X31	٥ X32	٨٤ X33	٣٠ X34	٨٦ X35	٤٤ X36	٨١ X37	٥٠ X38	٢٠٠
الكاظمية	٤٠ X41	٤٠ X42	٥٠ X43	٦٥ X44	٤٦ X45	٨٨ X46	٤٦ X47	٥٩ X48	١٤٠
bj	٢٦٠	١٧٥	١٠٠	١٢٥	٢٠	٢٠	٢٠	٢٠	740 ٧٤٠



شكل رقم (٤)

عرض لإدخال عدة مواقع سياحية مختلفة لسائحين يبلغ عددهم ٧٤٠ شخصا وذلك بين مجموعة من المواقع السياحية انطلاقا من مدينة النجف

٣- حل جدول النقل واستخراج النتائج النهائية :

يتم حل الجدول السابق باستخدام البرنامج QM حيث يتم الحصول على النتائج النهائية الآتية:

النتائج:

(X11) X1 = 260

(X13) X3 =20

ويعنى تحويل ٢٠ سائحا من النجف الى السياحات الأخرى ← (X18) X8 =20

(X23) X11 = 80

وهو يعني تحويل ٢٠ سائحا من الكوفة الى السياحة الاثارية ← (X25) X13 =20

X18 =55 (X32)

X20=125 (X34)

وهو يعني تحويل ٢٠ سائحا من كربلاء الى سياحة الجغرافية ← (X36) X22 =20

(X26) X 42 =120

وهو يعني تحويل ٢٠ سائحا من الكاظمية الى السياحة الثقافية ← (X47) X31 =20

وعلى أساس ما تقدم تكون التكاليف الكلية لهذه الخطة السياحية لدعم السياحات المختلفة غير الدينية من خلال السياحة الدينية المستدامة اقل ما يمكن وهو: Z = 26815

أما في حالة اقتصار البرنامج السياحي على الشكل التقليدي المعمول به في الوقت الحاضر (مواقع سياحة دينية فقط) فان النتائج ستكون كالآتي: Z = 26915

مما تقدم يظهر لنا ومن خلال النتائج بان البرامج السياحية المعتمدة فقط على المواقع الدينية ستكون كلفتها (٢٦٩١٥ دولارا) ولكن في حال إذا تم اعتماد التنويع ورفد البرنامج السياحي بمواقع سياحية متنوعة (اثارية، جغرافية، ثقافية وأنواع منتجات سياحية أخرى) فستكون كلفة البرنامج السياحي اقل والبالغة (٢٦٨١٥ دولاراً) إضافة الى تنوع البرنامج السياحي ، وهذا يشجع القائمين على إدارة البرامج السياحية الى التوجه نحو تنويع البرامج

السياحية وعدم اقتصارها على السياحة الدينية ، هذا ناهيك عما سوف تناله مواقع السياحة الدينية من تنمية ودعم.

المبحث الرابع

الاستنتاجات والتوصيات

الاستنتاجات النظرية:

١- يتميز منتج السياحة الدينية عن غيره من المنتجات السياحية الأخرى باستدامته على مدار السنة بالمقارنة مع المنتجات السياحية الأخرى ، لأنه استمر منذ مئات السنين دون انقطاع.

٢- يتميز مستهلك المنتج السياحي الديني كونه يتصرف وفق مشاعره الروحانية والعقائدية ولهذا السبب تم تشخيص اندفاعه ورغبته الشديدة في زيارة الأماكن المقدسة حتى ولو واجه كثير من الصعوبات بل على العكس ان هذه الصعوبات ان وجدت فهي دلالة على الاستفادة القصوى من السياحة الدينية (الاجر على قدر المشقة).

٣- يتميز مستهلك المنتج السياحي برغبته الشديدة على تكرار تجربة السياحة الدينية باستمرار وذلك لزيادة التواصل الروحاني.

٤- على الرغم من وجود العديد من المراكز السياحية غير الدينية المتنوعة الا ان هناك إهمالا وإغفالا من الحكومة المركزية والمحلية لأهمية ودور هذه المراكز والمواقع في تعزيز الموقع السياحي للعراق بشكل عام.

٥- عدم استغلال الزيارات المليونية المتعددة في دعم تنوع المنتج السياحي، اذ ان واقع الحال خلال السنوات الأخيرة يظهر التزايد المضطرد لإعداد الوافدين.

٦- تركز الفعاليات التجارية النشطة في المناطق القريبة جدا من مواقع السياحة الدينية المستدامة وافتقار المواقع غير القريبة منها وكذلك مواقع السياحة غير الدينية الى هذه الفعاليات التجارية النشطة.

٧- تمر بعض الدول المجاورة ومنها اليمن و مصر و سوريا بظروف سياسية واقتصادية وأمنية متدهورة، التي كانت في السابق وجهة سياحية لكثير من السائحين وخاصة

الخليجيين مما يوفر فرصة طلب سياحية إضافية على المواقع السياحية العراقية.

الاستنتاجات العملية:

١- استنتج الباحث ان هنالك امكانية لترتيب توافد السائحين للمواقع الدينية في محافظة النجف الاشرف وبالتحديد على القطب الرئيس لهذه المواقع وهو مرقد الإمام علي عليه السلام الواقع في المدينة القديمة بالشكل الذي يرفد ويدعم السياحات غير الدينية سواء كان ذلك في محافظة النجف او في المحافظات المجاورة وبالتالي الحصول على تنوع المنتج السياحي المطلوب. وهذا يتفق مع الفرضية رقم (١).

٢- من خلال استخدام نماذج النقل والتدفق هناك إمكانية لتنويع المنتجات السياحية المقدمة وعدم اقتصارها على مواقع السياحة الدينية المستدامة ومن خلال تطعيمها بأنواع مختلفة من المنتجات السياحية (جغرافية، اثارية، تاريخية، ثقافية،...) وهذا يتفق مع ما ذهبت إليه الفرضية (٢).

التوصيات:

التوصيات النظرية:

١- تنظيم عملية إنشاء الفنادق وخاصة في المدينة القديمة مع الأخذ بالحسبان الازدحام والاختناقات المرورية نتيجة وقوف الباصات السياحية في الشوارع الداخلية للمدينة القديمة.

٢- زيادة النشاط الترويجي بمختلف وسائله وخاصة الإعلان المصور في القنوات الفضائية لبيان تنوع المنتج السياحي في منطقة الدراسة.

٣- الاهتمام بالنظافة وزيادة المساحات الخضراء قرب الأماكن المقدسة وكذلك زيادة عدد مواقف الحافلات السياحية.

٤- تطعيم برامج السياحة الدينية بالمنتجات السياحية المتنوعة من اثارية وثقافية وترفيهية لغرض تنشيط الأنواع المختلفة من المنتجات السياحية غير الدينية وذلك عن طريق وسائل الترويج المختلفة وكذلك عن طريق الدوائر السياحية الرسمية.

٥- استثمار فرصة الطلب السياحي الجديد الناتج عن عزوف السائحين ولاسيما

الخليجيين عن التوجه الى المواقع السياحية في بلدان المنطقة التي تمر بظروف سياسية واقتصادية وامنية متدهورة.

التوصيات العملية:

١- يوصي الباحث بتقويم بدائل وعروض سياحية مختلفة يتم من خلالها رفد برنامج السياحية الدينية المستدامة بمواقع سياحية غير دينية في محافظة النجف الاشرف وفي المحافظات المجاورة ، مع الاخذ بنظر الاعتبار متطلبات توفير الملاك المؤهل وبالتركيز على العنصر النسائي وهذا الامر سوف يؤمن إدخال هذه المواقع الجديدة ضمن عجلة التطور والنمو السياحي ومن ثم توسيعها في المستقبل أوسع فأوسع لتشمل المواقع السياحية في العراق بشكل عام .

٢- يوصي الباحث باعتماد الأفكار التي وردت في هذه الرسالة والداعية الى صياغة نماذج وشبكات نقل (الدورات) وفق بدائل مكانية وكلفوية مختلفة بالشكل الذي يؤمن استيعاب مواقع السياحة غير الدينية والعمل على ضخ أعداد من السائحين اليها وفق حسابات معينة.

٣- القيام بالاتفاقيات ومذكرات التفاهم الدولية لغرض التنسيق مع الدول المجاورة لتسهيل إجراءات دخول السائحين الى العراق وفق منهج متتابع ومبرمج دون خلق الأزمات في الحصول على الخدمات الأساسية.

٤- يوصي الباحث بتوسيع النشاط السياحي وتنوع المستهلك السياحي للحصول على عدة بدائل (سائحين من جنسيات مختلفة) وعدم الاعتماد على بديل وحيد (السائح الايراني) ، سيما وان في الوقت الحاضر تمر دولة إيران بظروف سياسية واقتصادية صعبة مما سيؤثر على أعداد السائحين الوافدين الى العراق وذلك يؤكد أهمية هذه النقطة.

٥- يوصي الباحث بتنظيم تتابع دخول السائحين الى المواقع السياحية الدينية بشكل يؤمن تخفيف الضغط على هذه المواقع وبالتحديد القطب الرئيس فيها وهو مرقد الإمام علي عليه السلام وكذلك تخفيف معاناة سكان المدينة القديمة بأحيائها الأربعة الأساسية وهو ما يوفر الدعم الكافي للسياحات الأخرى غير الدينية من خلال

تحويلهم بشكل مؤقت إليها.

٦- الاستفادة من مهارة المنهج الكمي في مجال أسلوب النقل والتدفق وبناء نماذج علمية يتم بموجبها تحويل القادمين لأغراض السياحة الدينية الى مواقع غير دينية دون ان يحدث ذلك زيادة في الكلفة او تغيير جذري في البرامج السياحية الدينية كما هو وارد في متن الرسالة.

٧- ان تميز محافظة النجف الاشرف باعتبارها مركز إشعاع ثقافي وإسلامي وحاضن لمكاتب المراجع الكرام وكذلك امتلاكها عدد كبير من المدارس الدينية والجامعات الحكومية والأهلية، مما يشجع ذلك على إقامة المهرجانات الثقافية والدينية والمؤتمرات العلمية الدولية، حيث يمكن ان تكون مصدر لاستقطاب السائحين من جنسيات مختلفة.

المستخلص:

إن إعادة هيكلة المنتج السياحي عامة والسياحة الدينية خاصة بالشكل الذي يدعم ويعمل على تطوير تنوع المنتجات السياحية في محافظة النجف الأشرف هو الهاجس الأساس للباحث في هذه الدراسة. حيث لاحظ الباحث ومن خلال تحليل واقع الحال إن هناك إمكانية لعرض منتجات سياحية متنوعة ومتكاملة مع السياحة الدينية المستدامة وذلك لكون العراق من البلدان الذي له حضارة عريقة ويتمتع بكم هائل ومتنوع من المواقع السياحية وذلك مثل السياحة الآثارية والرياضية والثقافية والسياحة الجغرافية...الخ ، وبذلك يتم تطوير ودعم هذه السياحات من جهة ، ومن جهة أخرى يحقق السائح الديني الفائدة القصوى من زيارته. وقد خرج الباحث بمجموعة من الاستنتاجات والتوصيات التي من شانها أن تقدم إلى متخذي القرار في المنظمات السياحية للاستفادة منها في تحسين واقع السياحة.

Abstract

Reconstruction the touristic product, in general and the religious tourism in practical, in the way that support and develop the touristic

products variety in Al-Najaf Al- Ashraf Governorate is the major aim of this study.

The researcher notices via analyzing the status quo that there is a possibility to exhibit varied and integral touristic products with the sustainable religious tourism because Iraq is one of the countries that have ancient and original civilization and enjoys a large number of the touristic resources represented by the archeological, the athletic, the educational, and the geographic tourism and others. This will be done by supporting and developing these tourisms, this would result that the religious tourist would obtain the optimum benefit of his tour.

The researcher obtained a number of conclusions and recommendations that might be used by the decision makers in the touristic organization to improve the tourism status,.

هوامش البحث

(١) لمزيد من التفاصيل راجع

TAHA, Hamdy A." Operation Research" seven Edition -2003: p.598, Prentice HALL,NEW JERSEY

(٢) لمزيد من التفاصيل راجع: الدراسة المسحية السكانية لواقع مدينة النجف الأشرف في ظل السياحة الدينية المعدة من قبل المكتب الاستشاري لكلية الإدارة والاقتصاد لحساب شركة ديوان للهندسة المعمارية -٢٠١٠

(٣) سجلات شركة الذكرى السياحية ، النجف الأشرف - حي الغدير (٢٠٠٣- ٢٠١٠).

قائمة المصادر

أولاً: المصادر والمراجع العربية:

أ) الكتب:

١- بظاظو، ابراهيم خليل(٢٠١٠ ("الجغرافية السياحية" تطبيقات على الوطن العربي"، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الاردن. الطبعة الأولى.

٢- بظاظو، ابراهيم خليل(٢٠١٠("السياحة البيئية واسس استدامتها" مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، ط.١

٣- الحديد، ابراهيم اسماعيل (٢٠١٠) "ادارة التسويق السياحي"، دار الاعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، ط.١

٤- حسن، غادة صالح (٢٠٠٨) "اقتصاديات السياحة"،دار الوفاء الدنيا للطباعة والنشر الاسكندرية، مصر، ط١.

٥- الشرقاوي، فتحي محمد، وحفني، لمياء السيد(٢٠٠٨) "الاتجهات الحديثة في السياحة"، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية، مصر، ط١.

٦- الطائي، حميد عبد النبي (٢٠٠٤) "التسويق السياحي - مدخل استراتيج" ط١.

٧- القعيد، مرزوق واخرون (٢٠١١) "مبادئ السياحة" دار اثراء للنشر والتوزيع، الاردن ط١.

٨- مقابلة، احمد محمود(٢٠٠٧) "صناعة السياحة، دار كنوز المعرفة، عمان، الاردن.

ب) المؤتمرات والبرامج والمنشورات.

١- الدراسة المسحية السكانية لواقع مدينة النجف الاشرف في ظل السياحة الدينية (٢٠١٠) والمعدة من قبل المكتب الاستشاري في كلية الإدارة والاقتصاد / جامعة الكوفة،لحساب شركة ديوان للهندسة المعمارية.

٢- شركة الذكرى السياحية، محافظة النجف الاشرف - حي الغدير، السجلات (٢٠٠٣-٢٠١٠).

٣- البرنامج الإقليمي المحفز للمساعدة الأوربية المتوسطة للتنمية (خطة عمل قصيرة تنسيقية Enviro Techltd، في بيروت والشام كما وتشرف عليه كل من وزارة البيئة اللبنانية ووزارة البيئة السورية بمساعدة تقنية تقدمها مؤسسة SIDI/ EURO ECO الايطالية، إدارة متكاملة للشاطىء الممتد من حبيل / عمشين لبنان - الى اللاذقية (سوريا) مشروع ممول من الاتحاد الاوربي.

ثانيا: المصادر والمراجع الأجنبية:

1- Angelevska-NajdeskaKaterina and Rakicevik,Gabriela,(2012),"Planning of sustainable tourism development"Procedia - Social and Behavioral Sciences 44 ,210 - 220.

2- Risteski Michael and et al. ,(2012)," Spatial planning and sustainable tourism as basis for developing competitive tourist destinations" , Procedia - Social and Behavioral Sciences 44 ,375 - 386.

3- Ijeomah, H.M and Aiyeloja ,A.A. (2009) "IMPACT OF CLIMATE CHANGE AN SUSTAINABLE TOURISM MANAGEMENT IN PLATEAU STATE ,NIGERIA" journal of sustainable development inAfrica, volum11, No.1 ,issn: 1520-5509.

4- Hans, V. Basil(2008) "INDIAS TOURISM INDUSTRY-PROGRESS AND EMERGING ISSUES" paper presented at con temporary issues in tourism industry:

state level seminar on word tourism day 27th septemper 2008 at Srinivas College of Hotel Management, Pandeshwar, Mangalore, Karnataka State INDIA.

5- Camargo, Blanca and et al(2007) " Environmental Justice and Sustainable Tourism "The George Wright FROUM.VOL 24 ,No.3 ,p.72.

6- Shani،Amir and et al (2007)," TO BRING GOD,S WORD TO ALL PEOPLE TOURIS "The caseof a religious theme - site, VOL.55 No 1// 39-50 UDC 338. 48-6.

7- Clarke ,Alan and Chen ,Wei (2007) "International Hospitality Management Concepts and Cases "ELSVIER Ltd, 1st E.

8- Taha, Hamdy (2003) A." Operation Research" Prentice HALL,NEW JERSEY ,7th E

9- Moscardo ,Gianna(1998) "Inter pretation and Sustainable Tourism Functions Examples and Principles "The Journal of Tourism Studies ,vol.9,No.1, MAY 1998.