



مجلة الإدارة والاقتصاد Journal of Administration & Economics

Mustansiriya
University

College of
Administration &
Economics

P-ISSN: 1813 - 6729

E-ISSN: 2707-1359

استخدام رأس المال كعامل جذب لتنمية السياحة الدينية في محافظة كربلاء

نور شدهان عداي

وزارة المالية، الدائرة الاقتصادية، بغداد / العراق

Email: noorsh2@yahoo.com, ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0002-9791-963X>

المستخلص

معلومات البحث

تواريخ البحث:

تاريخ تقديم البحث: 2024 / 3 / 26

تاريخ قبول البحث: 2024 / 6 / 12

عدد صفحات البحث 145 - 153

الكلمات المفتاحية:

رأس المال النقدي، رأس المال البشري، رأس المال الاجتماعي، تنمية السياحة، السياحة الدينية.

المراسلة:

أسم الباحث: نور شدهان عداي

Email: noorsh2@yahoo.com

يهدف البحث الى تحليل أثر رأس المال النقدي والبشري والاجتماعي لغرض بناء منظومة تروم الى تطوير قدرات السياحة الدينية مع تسليط الضوء على معوقات ومقومات تنمية السياحة الدينية في محافظة كربلاء لتكون تأثيرها بين مثيلاتها من المدن المقدسة في البلد، ولتحقيق هذا الهدف تم استخدام المنهج الاستنباطي الذي ينطلق من أسس نظرية للوصول الى تطبيقها على الواقع العلمي، وتطلب ذلك الاعتماد على الاسلوب الوصفي التحليلي الذي يستند الى الجوانب النظرية والدراسة العملية فقد تم جمع البيانات والاحصاءات للمدة (2018-2022) وتصميم استبانة تتضمن الجوانب الخاصة بميدان الدراسة وجرى تحليلها احصائياً باستخدام البرنامج الاحصائي (SPSS) لغرض الوصول الى استنتاجات عملية وواقعية، وقد توصل البحث الى محدودية استخدام رأس المال بأنواعه على تطوير السياحة الدينية في محافظة كربلاء، عليه يتطلب استخدام إستراتيجيات تنموية قابعة تحت أسس الوصول الى تنمية السياحة الدينية في البلد وبالأخص محافظة كربلاء المقدسة

1. المقدمة

تمثل السياحة الدينية أحد أهم المتطلبات الأساسية في نفوس الأفراد كونها تمثل وسيلة للتعبير عن المعتقدات والتقاليد والثقافات الدينية تؤدي الى خلق حالة من التبادل بين الثقافات والاديان وتعزيز التواصل بين الاشخاص في مختلف الدول. وتعاني السياحة الدينية في العراق بشكل عام ومحافظة كربلاء بشكل خاص من تدهور لأسباب متعددة أبرزها غياب الاهتمام به جراء الحروب وتداعياتها وتردي البنية التحتية مما جعل الاهتمامات تصب في اتجاهات أخرى، مع غياب الاهتمام بالسياحة الدينية لاسيما في محافظة كربلاء وضعف استخدام رأس المال مما أدى الى تراجع السياحة الدينية في الاعوام الاخيرة، لذا أصبح ربط تنمية السياحة الدينية باستخدام رأس المال ضرورة من خلال تهيئة جميع المقومات والمستلزمات الضرورية التي تسهم في تنشيط الحركة السياحية من خلال زيادة عدد الوافدين لتلك المحافظة، بما يؤدي الى زيادة العوائد المالية وتحسين أوضاع البلد الاقتصادية. عليه تتركز مشكلة البحث في الاجابة على التساؤل الآتي: - هل يسهم استخدام رأس المال كعامل جذب في تنمية السياحة الدينية في محافظة كربلاء بالعراق؟

2. أهمية البحث

تتجلى الأهمية في السعي الى استخدام رأس المال في تطوير وتنمية السياحة الدينية في محافظة كربلاء مما يسهم في زيادة موارد الدولة الاقتصادية.

3. أهداف البحث

يسعى البحث الى تحقيق الاهداف الآتية: -

1. عرض مفاهيمي لرأس المال والسياحة الدينية.
2. تحليل دور استخدام رأس المال في تنمية وتطوير السياحة الدينية في محافظة كربلاء بالعراق.

3. قياس دور تنمية رأس المال في تطوير السياحة الدينية في محافظة كربلاء بالاقتصاد العراقي.

4. الجانب النظري

1.4 مفهوم رأس المال وأنواعه

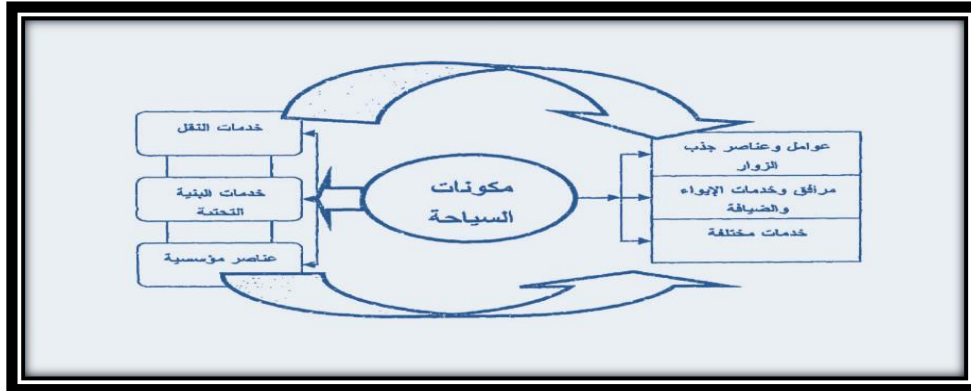
يعد رأس المال المحرك الرئيس في الدول كونه يسهم في تطور اقتصاداتها لما يمثله من قوة في الاستثمارات ويحقق مردوداً على المدى المتوسط والطويل. ويشمل رأس المال أنواع مختلفة منها الآتي: -

1. رأس المال النقدي : كل شيء يمنح قيمة أو فائدة للبلد [12] . ويشمل العائدات المالية التي تمتلكها الدولة، فضلاً عن جميع الأصول النقدية وحقوق الملكية التي تشكل دعامة للاقتصاد.
2. رأس المال البشري : يعرف بأنه " رصيد المعرفة الضمنية المتواجد في عقول الموارد البشرية، ذلك الرصيد المتكون الجزء الأكبر منه من رصيد الخزين المعرفي في المؤسسة والمتولد من المقدرة العقلية البشرية، تلك المقدرة التي تكونها محفظة متفاعلة من الموجودات اللاملموسة تشمل المعارف، الخبرات، المهارات، التعليم، والإرث التاريخي [10] . ويتكون رأس المال البشري من معرفة الأفراد، دراية الأفراد (معرفة كيف)، خبرات الأفراد، قدرة الأفراد على حل المشكلات، القدرة على الابتكار، القدرة على العمل الجماعي، قدرة الأفراد على إدارة التغيير، قدرة الأفراد على التعلم والتعليم، القدرة على القيادة والادارة والانتاجية، كل هذه المكونات تحدد قيمة المؤسسة، كما تمثل العوامل الأساسية التي تدعم ديناميكية خلق القيمة باستمرار ومع مرور الوقت وزيادة الأداء [18] .
3. رأس المال الاجتماعي : عبارة عن دمج العوامل الاجتماعية والثقافية وتراكم السلوكيات الفردية لبناء شبكة من العلاقات من خلال الاستثمارات الاجتماعية. وبذلك أن رأس المال الاجتماعي يعد ظاهرة متعددة الأبعاد تشمل مخزوناً من الاعراف الاجتماعية، والقيم والمعتقدات والالتزامات، والعلاقات، الأصدقاء التي تعزز التعاون من اجل المنفعة المتبادلة الذي يسهم في التنمية الاقتصادية والاجتماعية [17] .

2.4 ماهية السياحة الدينية وعوامل الجذب الرئيسية

السياحة لغوياً مشتقة من الفعل ساح ويدل على الذهاب والحركة من مكان الى مكان آخر. وأصطلاحاً تعني التنقل من بلد الى آخر طلباً للترزح والاستطلاع [2] . وتعرف السياحة حسب ما جاء في المؤتمر العالمي للسياحة بإنها [مجموعة النشاط الحضاري والاقتصادي الخاص بانتقال الأشخاص الى بلد غير بلدهم وإقامتهم لمدة لا تقل عن (24 ساعة) بأي قصد كان عدا قصد العمل الذي يدفع أجره من داخل البلد] ، كما تعرف بإنها [مجموع العلاقات والظواهر التي تترتب على سفر أو إقامة مؤقتة لشخص أجنبي في مكان ما، طالما أن هذه الإقامة لا تتحول الى إقامة دائمة، لا ترتبط بنشاط يدر ربحاً لهذا الأجنبي] [1] . كما تعرف بإنها " مجموعة العلاقات والخدمات المرتبطة بعملية تغيير المكان تغيراً وقتياً وتلقائياً وليس لأسباب تجارية أو حرفية" [8] . وتمثل السياحة الدينية الأساس فيها هو تلبية نداء الدين وإشباع العاطفة الدينية وأداء واجباتهم، كما تشمل زيارة الآثار والمعالم الدينية للتبرك بها وللإستشفاء الروحي والنفسي، وهناك مناطق وبلاد معينة لها قدسيته ومكانتها المرتفعة [6] . لذا تعرف السياحة الدينية بإنها [زيارة الأماكن الدينية أو المقدسة للتبرك بها أو لأداء واجب ديني أو التعرف على التراث الديني] [7] . وتتميز السياحة الدينية بإنها قصيرة الامد، تمثل المراسم الدينية بتواريخ واوقات محددة، فهي لا تتأثر بالمتغيرات المناخية وتحقق الدافع الغريزي للأغنياء والفقراء على حد سواء، وتشمل زوارها من داخل البلد وخارجه ولها مقومات جذب مختلفة. ولقد صنف الباحثين عوامل الجذب للسياحة الدينية في عوامل مختلفة تتلخص بالآتي [11] :-

1. خدمات البنية التحتية والفوقية : وتشمل خدمات البنى التحتية (تهيئة المزارات والمراقد، المحلات التجارية، المطاعم، الصيدليات، خطوط الاتصالات، الاسواق ...) فيما تشمل خدمات البنية الفوقية (إنشاء منشآت الإقامة، الايواء، مكاتب المعلومات السياحية، وكالات السفر والسياحة، شركات السياحة، مكاتب إيجار السيارات، مترجمين ...).
2. خدمات النقل : هو الركيزة الأساسية التي تعد حاجة ملحة وضرورية لأي نشاط سياحي، إذ أن السياحة الدينية ترتبط ارتباطاً وثيقاً بالنقل وما يقدمه من وسائل مواصلات.
3. عناصر مؤسسية : تشمل تكامل المنظومة المؤسسية التي تقوم بتهيئة وتوفير أساليب الدعم من امن وحماية ... وغيرها.
4. عوامل جذب الزوار : توفير أماكن عامة وتوفير تسهيلات مالية وتشجيعية لغرض جذب الزوار .
5. مرافق الايواء والضيافة : تعد الايواء والضيافة مثل الفنادق والمطاعم من أهم الركائز للسياحة الدينية .



الشكل (1) يبين مكونات السياحة الدينية

3.4 دور رأس المال في جذب السياحة الدينية

ان عملية تطوير السياحة الدينية مشروع كبير يحتاج الى رأس المال ويختلف دور رأس المال في السياحة الدينية حسب نوعه إذ أن لرأس المال البشري دور كبير في تنمية السياحة الدينية لكون الاخير من القطاعات المستوعبة للأيدي العاملة، ويتحدد المعروض السياحي بتوافر الكوادر البشرية الملائمة للعمل في هذا القطاع، مع تحديد درجة ملاءمته للطلب تبعاً لنوع العنصر البشري المشغل لهذا القطاع، ومع شدة المنافسة العالمية في قطاع السياحة، فإن نوعية رأس المال البشري يصبح من المحددات المهمة في المعروض السياحي [9]. أما دور رأس المال النقدي في صناعة السياحة الدينية يتمثل في إقامة وتطوير المشاريع والبنى التحتية، إذ إنه يخلق حالة من تشغيل الأنشطة اليومية بما في ذلك الرواتب وتكاليف التسويق والصيانة. فضلاً عن ذلك يعد رأس المال النقدي مهماً لتمويل حملات التسويق والإعلان التي تهدف الى جذب السياح الى الوجهات الدينية، مع زيادة فرص تطوير وتحسين الخدمات السياحية، مما يزيد من جاذبية السياح، فضلاً عن ذلك يمكن أن يعزز رأس المال النقدي من بناء منظومة استقرار في حالات الطوارئ والازمات التي ممكن أن تعصف بالبلد. فيما يلعب رأس المال الاجتماعي دوره في السياحة الدينية إذ يتمثل رأس المال الاجتماعي في القيم الاجتماعية والعلاقات التي تؤثر على السياحة الدينية والمجتمعات المحلية المستضيفة، من خلال تعزيز هذا النوع من رأس المال، يمكن تحقيق فوائد اقتصادية واجتماعية وبيئية في الوجهات السياحية والمزارات الدينية. أحد الجوانب المهمة لرأس المال الاجتماعي في السياحة الدينية هو تشجيع المشاركة المجتمعية في صناعة السياحة عندما يتم إشراك سكان المناطق المحلية في تطوير السياحة واستدامتها، بحيث يصبح لديهم مصلحة مباشرة في الحفاظ على البيئة والثقافة المحلية، ويتم تقديم تجارب مميزة للسياح، من ثم تحقيق توازن بين تلبية احتياجات الزوار واحتياجات المجتمع المستضيف. ويعزز رأس المال الاجتماعي أيضاً الابتكار والريادة في السياحة حينما يكون لدى المجتمعات المحلية القدرة على تطوير منتجات سياحية فريدة ومبتكرة، يتسنى لهم في جذب فئات جديدة من السياح وزيادة الربحية، فضلاً عن ذلك يمكن لرأس المال الاجتماعي أن يسهم في تعزيز التعاون بين القطاعين العام والخاص، مما يعزز الاستدامة والنمو الاقتصادي. وبذلك أن رأس المال الاجتماعي يعد عنصراً حيوياً في تعزيز السياحة المستدامة والمسؤولية الاجتماعية في المجتمعات المستضيفة من خلال إدراك القيم الاجتماعية وتعزيز التعاون والتضامن بما يمكنها من أن تصبح قوة ايجابية للتنمية المجتمعية والاقتصادية بشكل شامل.

5. الجانب العملي**1.5 أساس رأس المال في العراق**

يتمتع الاقتصاد العراقي بمزايا تتمثل في تمتعه بوفرة مالية تمكنه من الاستفادة منها، وهذا ما تظهره بيانات الميزانية العامة المدرجة في الجدول الآتي:-

الجدول (1) العجز أو الفائض للميزانية العامة في العراق خلال المدة (2018-2022) مليون دينار

السنة	الإيرادات العامة	التنفقات العامة	العجز/ الفائض في الميزانية العامة
2018	106,569,833	80,873,188	25,696,645
2019	107,566,993	87,300,932	20,266,061
2020	63,199,689	72,873,537	(9,673,848)
2021	109,081,463	102,849,660	6,231,803
2022	161,697,437	116,959,581	44,737,856

نلاحظ من الجدول (1) اعلاه أن الميزانية العامة قد حققت فوائض مالية عدا عام 2020 على أثر الاغلاق العالمي عن ظهور وباء كوفيد وانخفاض أسعار النفط عالمياً، مما أدى الى انخفاض الإيرادات النفطية مع شحة الإيرادات الضريبية في تمويل الإيرادات العامة، وبذلك أن العراق يمتلك مقدره مالية ورأس مال يمكن استخدامه في مختلف المجالات التي تحقق تنمية ونهضة للبلد.

أما بالنسبة الى رأس المال البشري فأن هناك مؤهلات تتوفر في العراق تجعله يمتلك عدد من العاملين القادرين والمؤهلين للعمل ويمكن استقطابهم في مجالات شتى لاسيما في احداث تنمية للخدمات السياحية في البلد. وهذا ما يبينه الجدول (2) الذي يمثل اعداد السكان في العراق للمدة (2018-2022) الآتي:-

الجدول (2) اعداد السكان في العراق للمدة (2018-2022)

السنة	عدد السكان (مليون نسمة)	النمو السنوي (%)
2018	38.1	—
2019	39.1	2.6
2020	40.26	2.8
2021	41.3	2.7
2022	42.2	2.2

نلاحظ من خلال الجدول (2) أن اعداد السكان في حالة تزايد ونمو سنة تلو الاخرى، إذ بلغ عدد السكان عام 2018 (38.1) مليون نسمة وازداد ليبلغ عام 2022 (42.2) مليون نسمة بمعدل نمو سنوي نسبته (2.2%) كما أن العراق يمتلك مقومات من رأس المال الاجتماعي من خلال الحاجة الماسة من قبل الزوار الى الاستشفاء الروحي والبدني وتلبية الدافع الديني في القيام بالزيارة واداء الواجب الديني المقدس.

2.5.2 واقع السياحة الدينية في العراق

تقع محافظة كربلاء المقدسة على بعد 1.5 كلم الى الجنوب الغربي من عاصمة العراق على حافة الصحراء في غربي الفرات، على الجهة اليسرى لجدول الحسينية، ويحد المحافظة من الشمال محافظة الانبار وجزء من محافظة بابل، ومن الجنوب محافظة النجف، ومن الغرب ناحية النخيب من محافظة الأنبار [16]، تعد محافظة كربلاء مرتكزاً للسياحة الدينية في العراق لكون فيها المرقدين الطاهرين للأماميين الحسين واخيه العباس (عليهما السلام)، إذ يتوافد ملايين الزوار سنوياً لأحياء ذكرى العاشر من محرم بمراسيم وطقوس دينية تستمر حتى ذروة الزيارة الاربعينية، ولا يقتصر الأمر في محافظة كربلاء على وجود المرقدين الطاهرين، وإنما في أطراف المدينة توجد مرقد من شاركوا في المعركة كالحرب بن الرياح وعون بن عبد الله، فضلاً عن مرقد الشهداء حبيب بن مظاهر الاسدي، أبراهيم المجاب، ابن الحمزة، ابن فهد الحلبي، عون بن عبد الله، السيد أحمد بن هاشم، الكف الايمن، الكف الايسر، الامام جعفر الصادق، الامام المهدي، الامام علي الاكبر، المخيم الحسيني [4]. ولأهمية هذه المحافظة من الناحية الدينية سنركز على بعض المؤشرات الخاصة بها:-

1.2.5 الانفاق على السياحة الدينية في محافظة كربلاء

الجدول (3) قيمة الانفاق السياحي السنوي بالدولار ونسبة النمو السنوي في محافظة كربلاء للمدة (2018-2022)

السنة	قيمة الانفاق السنوي (دولار)	نسبة النمو (%)
2018	351,997,422	—
2019	376,637,242	7
2020	403,001,849	7
2021	431,211,978	7
2022	461,396,816	7

يتضح من خلال الجدول (3) أن قيمة الانفاق السياحي السنوي في حالة تزايد تدريجي إذ بلغ عام 2018 (351,997,422) دولار وأزداد بعد ذلك حتى بلغ عام 2022 (461,396,816) دولار، ليؤكد أهمية الانفاق على هذا القطاع المهم والاهتمام الذي تركز عليه الدولة.

2.2.5 اتجاهات الزيارة الدينية في محافظة كربلاء

نركز على تحليل اتجاهات الزيارة الدينية في محافظة كربلاء لما لهذه الزيادة من بعد ثقافي وديني يرتفع عدد الزائرين وينخفض حسب الوضع السياسي والامني في البلد الذي ندرجه في الجدول الآتي :-

الجدول (4) اعداد المشاركين في الزيارة الاربعينية في محافظة كربلاء للمدة (2018-2022)

السنة	عدد الزائرين	نسبة النمو (%)
2018	17,000,000	—
2019	15,229,955	(10.4)
2020	14,553,308	(4.4)
2021	16,327,542	12.2
2022	21,198,640	29.8

يشير الجدول (4) الى اعداد الزائرين من جميع الدول ومن مختلف الطوائف والاديان، إذ شهدت انخفاضاً في اعداد الزائرين في عام 2019 بنسبة انخفاض (10.4%) بسبب ما شهده البلد من احداث سياسية خاصة بالمظاهرات التي اجتاحت اغلب محافظات العراق، وشهدت انخفاضاً أيضاً في عام 2020 بنسبة انخفاض (4.4%) بسبب تفشي وباء كورونا وما ترتب عليها من فرض حظر للتجوال بالنسبة للعراقيين وغلقت الحدود امام المسافرين الى الداخل، وتزايدت اعداد الوافدين للزيارة الاربعينية للأعوام 2021 و2022 بنسب نمو (12.2%) و(29.8%) على التوالي بعد التحسن الامني الذي شهده البلد.

الجدول (5) اعداد الزائرين الوافدين الى محافظة كربلاء المحليون والاجانب لعام 2022

جنسيات الزائرين	العدد	نسبة كل زائرون الى الاجمالي (%)
الزائرون المحليون	17186549	81.1
الزائرون العرب	259204	1.2
الزائرون الاجانب	3752887	17.7
المجموع	21198640	100

بعد أن وضعنا اعداد الزائرين المشاركين في زيارة الاربعة، وبغية معرفة جنسيات الزائرين ونسبتهم الى المجموع، نجد ان الزائرون المحليون يتفوقون على الزائرون العرب والأجانب بنسبة (81.1%)، فيما بلغت نسبة الزائرون العرب (1.2%)، وبلغت نسبة الزائرون الاجانب (17.7%) ويعود سبب ذلك كما قلنا الى تردي الجانب الامني وضعف الخدمات البنية التحتية والفوقية التي أثرت بشكل كبير على عدد الزائرين الى البلد.

3.5 وهناك معوقات تحول دون تنمية السياحة الدينية في محافظة كربلاء وهي كالآتي: -

يواجه القطاع السياحي شأنه شأن بقية القطاعات من تراجع وعدم ايلاءه الاهتمام الكافي، وذلك يعود الى تحديات ومعوقات تحول دون ذلك وتشمل هذه المعوقات الآتي [13]: -

1. ضعف التخطيط السياحي إذ أن هناك ضعف في توافر المعلومات عن مناطق الجذب السياحي الذي يعود سببه الى عدم وجود القابليات والامكانات للتخطيط العمراني، فضلاً عن ضعف البيانات المتوافرة عن (عدد السياح حسب الجنس والعمر، طريقة الوصول برأ أو بحراً أو جواً، الغرض من القدوم، مكان الزيارة، استطلاع رأي السواح في الاماكن الدينية...).
 2. الافتقار الى إستراتيجية واقعية وواضحة لتنمية السياحة الدينية في العراق تأخذ جميع بجميع نقاط القوة بهدف تبنيها ونقاط الضعف لمحاولة تجنبها.
 3. ضعف التخصيصات المالية المخصصة للاستثمار السياحي وتنمية المراكز والمزارات في خطط التنمية الوطنية، فضلاً عن ضعف دور الجهاز المصرفي في التمويل وتقديم التسهيلات الائتمانية للمستثمرين من القطاع الخاص بالمشاريع السياحية الدينية.
 4. عدم الاستقرار السياسي والأمني، إذ أن غياب الامن والقانون يشكلان عاملان رئيسان في عدم توافد السياح من ثم تراجع السياحة الدينية في البلد.
 5. قلة التسويق والترويج الاعلامي في تلك المحافظة بالوسائل المختلفة لمراكزها السياحية، التي تحفز السائح وتزيد من رغبته في الزيارة والتعرف على المراكز والمزارات والاماكن السياحية مع عدم استخدام إستراتيجيات مختلفة للترويج من خلال أساليب ابتكارية وفعالة بسبب عدم وجود الدعم الاعلامي وقلة الثقافة في الترويج والتسويق.
 6. تدهور البنية التحتية، إذ الملاحظ أن البنية التحتية للسياحة في محافظة كربلاء لا تخدم السياح في البلد لاسيما الطرق والمطارات والفنادق والمعالم السياحية.
- لذلك لا بد من السعي الى تطوير السياحة الدينية في العراق عن طريق وضع برامج متطورة للترويج الالكتروني والتعريف بالمناطق الدينية في العراق وخاصة في محافظة كربلاء المقدسة من خلال توسعة الروضتين الحسينيتين والعباسية وتطوير وتحسين المراكز والمعالم الدينية الأخرى في المدينة وضواحيها، مع زيادة الطاقة الفندقية واقامة الأسواق الجديدة، وإنشاء المدن السياحية والفنادق الحديثة في ضواحي ومحيط المدينة القديمة، ربط المدينة القديمة بشبكة طرق حديثة وجسور ووسائل نقل، وتشهد المنطقة أيضاً ترميم وصيانة المباني التراثية والتاريخية لاستيعاب الفعاليات السياحية والخدمة للزوار وبطريقة منظمة توفر كافة الخدمات الضرورية للزوار والسياح وبما لا يتعارض مع وظيفتها الاصلية .

6. قياس أثر استخدام رأس المال في تنمية السياحة الدينية في محافظة كربلاء

لقد تم الاستعانة بالبرنامج الاحصائي (SPSS) بهدف قياس أثر استخدام رأس المال في تنمية السياحة الدينية في محافظة كربلاء من خلال اعداد الاستبانة الخاصة بمقياس ليكرت الخماسي الذي يبدأ من (أوافق تماماً) الى (لا اوافق تماماً) وذلك للإجابة على العبارات الخاصة بالاستبانة، وقد تم تخصيص درجة لكل إجابة للعبارات الايجابية المدرجة في الجدول الآتي :-

الجدول (6) درجات مقياس ليكرت العالمي

البدائل	أوافق تماماً	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق تماماً
الدرجة	5	4	3	2	1

وتشير الدراسات الى الفئات المتوسطة المرجحة وفقاً لمعايير الاستخدام بدرجة كبيرة وعدم الاستخدام على الإطلاق، في إطار مقياس ليكرت الخماسي الاتجاه المستخدم بهذا البحث وذلك للإجابة على العبارات الخاصة بمحاور الاستبانة كما يلي:-

الجدول (7) الفئات المتوسطة المرجحة وفقاً للمعايير المستخدمة

الدرجة	المستوى	الاتجاه	المتوسط المرجح
1	ضعيفة جداً	تميل الإجابات الى (عدم الموافقة مطلقاً)	1.79-1.00
2	ضعيفة	تميل الإجابات الى (لا أوافق)	2.59-1.80
3	متوسطة	تميل الإجابات الى (محايد)	3.39-2.60
4	كبيرة	تميل الإجابات الى (أوافق)	4.19-3.40
5	كبيرة جداً	تميل الإجابات الى (أوافق تماماً)	5.00-4.20

1.6 عرض وتحليل خصائص عينة البحث

توزعت الاستبانة على عينة البحث البالغة (90) شخص من عينة من السياح، وبعد استخدام الحزمة الاحصائية لبرنامج التحليل الاحصائي (SPSS) لمعالجة وتحليل بيانات البحث بهدف اختبار فرضية البحث، ظهرت نتائج الوصف الاحصائي لأفراد مجتمع البحث وفقاً للبيانات الديمغرافية للمستجيبين التي ندرجها في الجدول الآتي :-

الجدول (8) الوصف الإحصائي لأفراد مجتمع الدراسة وفقاً للبيانات الديمغرافية

الفقرة	الحالة	التكرار	النسبة (%)
الجنس	ذكر	71	78.9
	أنثى	19	21.1
العمر	أقل من 30 سنة	33	36.7
	30 - 39 سنة	37	41.1
	40 - 49 سنة	19	21.1
	50 سنة فأكثر	1	1.1
المؤهل العلمي	دكتوراه	3	3.3
	ماجستير	1	1.1
	دبلوم عالي	5	5.6
	بكالوريوس	46	51.1
	أخرى	35	38.9

يبين الجدول أعلاه المقاييس الوصفية لأبعاد البحث ومحاورها للسياح، إذ أن النسبة الكبرى من أفراد عينة الدراسة هم من جنس الذكور بنسبة (71%)، فيما بلغت الإناث نسبة (19%)، كما أن النسبة الكبرى من أفراد عينة الدراسة أعمارهم تبلغ بحدود (33-37 سنة)، فيما كانت نسبة (90%) من أفراد العينة من حملة شهادة البكالوريوس وحملة الشهادات الأخرى.

2.6 عرض وتحليل البيانات الوصفية لعينة البحث

يسعى هذا المبحث إلى عرض نتائج الدراسة الميدانية وتحليلها بالاعتماد على إجابات أفراد عينة الدراسة، وتم استخراج التوزيعات التكرارية والانحراف المعياري وشدة الإجابة لكل فقرة من فقرات الاستبانة، وكانت مستويات الإجابة لكل متغير محصورة بين مستويين (متوسطة، كبيرة) كما مدرج في الجدول الآتي :-

الجدول (9) قيم الوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابة عينة الاستبانة

ت	الفقرة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مستوى الإجابة
أولاً : أثر استخدام رأس المال النقدي في تنمية السياحة الدينية في محافظة كربلاء المقدسة				
1	هل يحقق رأس المال النقدي دوره في تنمية السياحة الدينية ؟	3.79	1.10	كبيرة
2	مدى حاجة رأس المال النقدي الى تنمية السياحة الدينية في محافظة كربلاء ؟	3.61	1.31	كبيرة
3	هل أسهم رأس المال النقدي في تنمية السياحة الدينية في محافظة كربلاء ؟	3.14	1.14	متوسطة
ثانياً : أثر استخدام رأس المال البشري في تنمية السياحة الدينية في محافظة كربلاء المقدسة				
4	هل يحقق رأس المال البشري دوره في تنمية السياحة الدينية ؟	3.18	1.18	متوسطة
5	مدى حاجة رأس المال البشري الى تنمية السياحة الدينية في محافظة كربلاء ؟	3.43	1.10	كبيرة
6	هل أسهم رأس المال البشري في تنمية السياحة الدينية في محافظة كربلاء ؟	3.32	1.36	متوسطة
ثالثاً : أثر استخدام رأس المال الاجتماعي في تنمية السياحة الدينية في محافظة كربلاء المقدسة				
7	هل يحقق رأس المال الاجتماعي دوره في تنمية السياحة الدينية ؟	3.93	1.15	كبيرة
8	مدى حاجة رأس المال الاجتماعي الى تنمية السياحة الدينية في محافظة كربلاء ؟	3.46	1.20	كبيرة
9	هل أسهم رأس المال الاجتماعي في تنمية السياحة الدينية في محافظة كربلاء ؟	3.96	1.34	كبيرة
المجموع		3.54	0.64	كبيرة

نلاحظ من الجدول (9) أن المجالات المعبرة عن أثر استخدام رأس المال على تنمية السياحة الدينية في محافظة كربلاء شملت الثلاث أنواع من رأس المال، بالنسبة الى رأس المال النقدي قد حصلت على متوسطات حسابية تراوحت ما بين (3.14-3.79) وهي ذات درجات (3 و4) بمستوى متوسط وكبير، وقد حصلت فقرة (هل يحقق رأس المال النقدي دوره في تنمية السياحة الدينية)

على أعلى درجة من خلال استخراج الوسط الحسابي البالغ (3.79) وبانحراف معياري منخفض (1.10)، وهذا يبين مدى الحاجة الى استخدام رأس المال النقدي لتنمية السياحة الدينية في محافظة كربلاء من اجل ترميم واعادة بناء المراقد والمزارات وتهيئة البنية التحتية ومستلزمات جذب الزوار وغيرها، أما بالنسبة الى رأس المال البشري قد حصلت على متوسطات حسابية تراوحت ما بين (3.18-3.43) وهي ذات درجات (3 و4) بمستوى متوسط وكبير، وقد حصلت فقرة (مدى حاجة رأس المال البشري الى تنمية السياحة الدينية في محافظة كربلاء) على أعلى درجة من خلال استخراج الوسط الحسابي البالغ (3.43) وبانحراف معياري منخفض (1.10)، وهذا يبين مدى الحاجة الى استخدام رأس المال البشري لتنمية السياحة الدينية في محافظة كربلاء من اجل تنمية العاملين واعادة تأهيلهم فضلاً عن استقطاب عاملين جدد في المزارات والمراقد الدينية للحاجة الماسة الى خدمات الصيانة والتأهيل وتوفير جميع مستلزمات الخدمة والضيافة والخدمات الروحية الأخرى .

يضاف الى ذلك أظهرت نتائج أهمية رأس الاجتماعي من خلال المتوسطات الحسابية التي تراوحت ما بين (3.46-96.3) ذات درجة (4) بمستوى كبير، حصلت فقرة (هل أسهم رأس المال الاجتماعي في تنمية السياحة الدينية في محافظة كربلاء) على أعلى درجة من خلال استخراج الوسط الحسابي البالغ (3.96) وبانحراف معياري منخفض البالغ (1.34)، وهذا يبين مدى الحاجة الى استخدام رأس المال الاجتماعي في الحفاظ على الموروث الثقافي المعبر عن الهوية الوطنية بوصفها صلة الماضي والحاضر ليتواءم مع المراسم الدينية لتحقيق السلام والأمان الروحي من خلال تنمية الشعور الديني الجماعي والوحدة الدينية في اعادة احياء الشعائر الدينية وترسيخ القيم ومبادئ الاسلام السامية التي يجب ان يتمتع بها جميع الزوار والطلابين نشر الشعائر الدينية الى مختلف انحاء العالم .

7. الاستنتاجات

1. تبين من الدراسة محدودية رأس المال الذي يسهم في تطوير النشاط السياحي الديني، وبذلك تم إثبات الفرضية التي تضمنتها الدراسة.
2. أظهرت النتائج الدور الكبير لرأس المال الاجتماعي في السياحة الدينية في محافظة كربلاء لما للأعراف والتقاليد من تنمية الشعور الديني والحفاظ على الموروث الديني في تلك المحافظة المقدسة.
3. أن المراقد والمزارات الدينية تشكل عامل جذب ديني كبير وهو ما يستوجب الاهتمام بهذه المزارات وتقديمها بأجمل صورة حيث توفير للزائرين كافة المعلومات السياحية لهذه الأماكن، مع الاهتمام بتقديم كافة الخدمات السياحية وتهيئة جميع المستلزمات الضرورية.
4. ضعف البيانات والمعلومات عن عدد الزوار وأماكن مقاصدهم وأخذ انطباع عن مدى الرضا عن جميع الخدمات المقدمة لهم .

8. التوصيات

1. العمل على زيادة ميزانية هيئة السياحة التابعة لوزارة الثقافة، مما يتطلب توفير الدعم والاسناد المالي لغرض انجاز مشاريع استثمارية في مجال السياحة الدينية وتأهيلها كون الأيراد السياحي هو الأيراد البديل عن النفط في الاقتصاد العراقي.
2. الاستفادة من قانون الاستثمار في اتاحة الفرص الاستثمارية في مجال تطوير السياحة الدينية سواء كان للمشاريع القائمة من فنادق او منشآت سياحية أو بناء مرافق سياحية جديدة وترميم المزارات والمقامات الدينية.
3. التنسيق بين مختلف الوزارات والجهات المرتبطة به مثل وزارات (المالية، الداخلية، النقل والمواصلات، الثقافة...) لغرض العمل على إعادة تأهيل المزارات والمراقد الدينية في البلد .
4. تضمين المقررات الدراسية مواضيع عن السياحة الدينية الغرض منها تنمية رأس المال الاجتماعي وزيادة التوعية والثقافة عند الطلبة والتلاميذ لخلق جيل واعى بأهمية السياحة ودورها في خلق اضافات نقدية للإيرادات العامة للبلاد .

المصادر

- [1] البكري، فؤادة (2001)، الاعلام السياحي، ط1، دار النشر للجامعات، القاهرة.
- [2] حسب الله، محمد أحمد (2007)، لسان العرب لأبن منظور، دار المعارف للنشر، بغداد .
- [3] جمهورية العراق، وزارة التخطيط، الجهاز المركزي للإحصاء، مديرية الحسابات القومية، المجموعة الإحصائية السنوية، سلسلة زمنية .
- [4] جمهورية العراق، وزارة الثقافة، دليل العراق السياحي، 2022 .
- [5] جمهورية العراق، وزارة المالية، الدائرة الاقتصادية، سلسلة بيانات غير منشورة.
- [6] السبسي، ماهر عبد الخالق (2016)، مبادئ السياحة، مجموعة النيل العربي، القاهرة .
- [7] الروبي، نبيل (1986)، نظرية السياحة، مؤسسة الثقافة الجامعية، الاسكندرية .
- [8] سيد لطيف (1999)، السياحة النظرية والتطبيق، ط1، الشركة العربية للنشر والتوزيع، القاهرة .
- [9] الشبار، جهاد عيسى (2017)، اقتصاديات السياحة والفنادق-وتطبيقاتها في المملكة العربية السعودية، ط1، دار جامعة الملك سعود للنشر، الرياض .
- [10] صالح، أحمد علي (2010)، إدارة رأس المال البشري، ط1، دار اليازوري للنشر، عمان .

- [11] كافي ، مصطفى يوسف (2014)، السياحة البيئية المستدامة – تحدياتها وافاقها المستقبلية، دار مؤسسة رسلان للطباعة والنشر والتوزيع، دمشق.
- [12] ماركس ، كارل (2002) ، رأس المال – عملية انتاج رأسمال، المجلد الأول، دار التقدم، موسكو.
- [13] محمود، قاسم شاكر(2024)، القطاع السياحي في العراق الواقع والافاق المستقبلية، مجلة المستنصرية للدراسات العربية والدولية، العدد (8) .
- [14] مركز كربلاء للدراسات والبحوث، شعبة الدراسات التخصصية في زيارة الاربعين، النشرة الاحصائية السنوية – زيارة اربعينية الأمام الحسين .
- [15] منظمة السياحة العالمية، تقرير السياحة العالمية، عام 2022.
- [16] ناجحة، هادي مهدي (2022)، السياحة الدينية وأسس استدامتها في محافظة كربلاء المقدسة، مجلة اهل البيت ، المجلد الاول، العدد (31) .
- [17] Humnath, Bhandari (2009), what is social capital: A Comprehensive review of the concept, Asian Journal of Social Science, Vol.31.
- [18] Teresa, Torres Coronas(2005), Mario Arias-Oliva, e-Human Resources Managing Knowledge people, Idea group publishing, Hershey, London, Melbourne, Singapore.



**Journal of Administration
& Economics**

**Mustansiriyah
University**

**College of
Administration &
Economics**

P-ISSN: 1813 - 6729

E- ISSN: 2707-1359

**Using Capital as a Factor Investment in Religious Tourism in Karbala
Governorate**

Noor Shanahan Adday

Ministry of Finance, Economic office, Tax Policy Department, Iraq/ Baghdad

Email: noorsh2@yahoo.com, ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0002-9791-963X>

Article Information

Article History:

Received: 26 / 3 / 2024

Accepted : 12 / 6 / 2024

Available Online: 25 / 7 / 2024

Page no : 145 – 153

Keywords:

Money capital, human capital,
Social capital, Tourism
development, Religious tourism.

Correspondence:

Researcher name: Shadahan
Adday

Email: noorsh2@yahoo.com

Abstract

The research aims to analyse the impact of monetary, human and social capital to build a system that seeks to develop the capabilities of religious tourism while highlighting the obstacles and components of the development of spiritual tourism in Karbala Governorate so that it has an impact on similar holy cities in the country. The deductive approach was used to achieve this goal, which starts from theoretical foundations to reach their application in practical reality. This required relying on the descriptive analytical method based on theoretical aspects and valuable study. Data and statistics were collected for the period (2018-2022). A questionnaire was designed that included aspects specific to the field of research and was statically analysed using the SPSS statistical program to reach practical and realistic conclusions. The study found limited use of all types of capital to develop religious tourism in Karbala Governorate. Therefore, it requires developing development strategies based on the foundations of developing spiritual tourism in the country, especially the Holy Governorate of Karbala.