

الأهمية الاقتصادية السياحة ودورها في تعزيز خدمات الإيواء الفندقية في كربلاء المقدسة
The Economic Importance of Tourism and Its Role in Enhancing
Hotel Accommodation Services in Holy Karbala

م.م. جنان عبد الرضا حمزة
Jinane Abdul Redha Hamza
جامعة كربلاء/ كلية العلوم السياحية
University of Karbala, College
of Tourism Sciences
jinan.a@uokerbala.edu.iq

م.م. حيدر ضياء سلمان
Haider Diaa Salman
جامعة كربلاء/ كلية العلوم السياحية
University of Karbala, College
of Tourism Sciences
hayder.dh@uokerbala.edu.iq

م.م. مياسه ناظم عزيز
Mayasa Nadhim Aziz
جامعة كربلاء/ كلية العلوم السياحية
University of Karbala, College
of Tourism Sciences
mayasah.n@uokerbala.edu.iq

المستخلص

إن محافظة كربلاء ركن يمتلك موارد متنوعة تدخل في العملية الانتاجية كمدخلات في الأنشطة السياحية وبدرجة كبيرة ابتداءً من الموارد الطبيعية والبشرية والمادية إذ يُمكن من جعل النشاط السياحي المحرك والقائد لعملية التنمية الاقتصادية فيهما، وإمكانية استغلالها بشكل صحيح، ومن هنا تظهر أهمية البحث التنمية السياحية وإدارة المنظمات الفندقية من خلال استغلال الامكانيات المتوفرة، إلا أنه لم يستغل من هذه الإمكانيات للنهوض بالنشاط السياحي والارتقاء به إلى جانب الأنشطة الأخرى في دفع عملية التنمية السياحية، الأمر الذي أثر سلباً على الأنشطة الأخرى كافة وهذا يؤدي إلى هدر في الموارد الاقتصادية والسياحية لوجود بعض المعوقات وعدم الاهتمام بالقطاع السياحي، والزراعي، والصناعي وقد تمثلت هذه السلبيات في عدم الالتزام بالخطط السياحية للقطاع في المحافظة كافة وعدم وجود التخطيط اللازم بالقطاعات الإنتاجية الأخرى .

ومن أجل هذا فقد تخصصت البحث بالمنظمات الفندقية من أجل دعم التنمية السياحية المحلية في محافظة كربلاء وتم التوصل إلى نتائج وحقائق واضحة ومهمة تثبت صحة فرضية البحث، إذ أظهرت النتائج إن هناك مستقبل مشرق ومتطور في محافظة كربلاء لما تمتلك من مقومات سياحية متنوعة، فضلاً عن إن البحث انتهى إلى مجموعة من التوصيات من أجل النهوض بالمستقبل السياحي للمحافظة.

وقسم البحث إلى ثلاثة مباحث ، يأتي المبحث الاول يوضح منهجية البحث، بينما المبحث الثاني يتطرق إلى مدخل مفاهيمي لمتغيرات البحث والمبحث الثالث تضمن البحث الاهمية الاقتصادية للمنظمات الفندقية في محافظة كربلاء المقدسة وتليها الاستنتاجات والتوصيات والمصادر العلمية المستخدمة في البحث.

الكلمات الافتتاحية : التنمية السياحية ، المنظمات الفندقية.

Abstract

Karbala Governorate is a corner that possesses various resources that are included in the production process as inputs in tourism activities, to a large extent, starting with natural, human and material resources, as it is possible to make the tourism activity the engine and leader of the economic development process in them, and the possibility of using them correctly. Hence the importance of studying tourism development and managing organizations The hotel sector by exploiting the available capabilities, but it did not take advantage of these capabilities to promote and upgrade the tourism activity along with other activities in pushing the tourism development process, which negatively affected all other activities and this leads to a waste of economic and tourism resources due to the presence of some obstacles and lack of attention In the tourism, agricultural, and industrial

sectors, these negatives were represented in the lack of commitment to the tourism plans of the sector in the entire governorate and the lack of necessary planning in other productive sectors.

For this reason, the research has specialized in studying hotel organizations in order to support local tourism development in the Karbala governorate. Clear and important results and facts have been reached that prove the validity of the hypothesis of the study. The study concluded with a set of recommendations for the advancement of the tourism future of the province.

The research was divided into three sections. The first section explains the research methodology, while the second section deals with a conceptual introduction to the variables of the study, and the third section includes a study of the economic importance of hotel organizations in the holy governorate of Karbala, followed by conclusions, recommendations, and scientific sources used in the research.

Keywords: hotel establishment, tourism development.

المقدمة

تلعب السياحة دوراً هاماً في اقتصاديات الدول وتحتل مكاناً مرموقاً واهتماماً عالياً من طرف الحكومات التي اتخذت في تطوير وتنمية القطاع السياحي الذي يسهم في التنمية الاقتصادية وتحسين الهيكل الاقتصادي، ويظهر الأثر الاقتصادي للسياحة في زيادة الإيرادات السياحية من النقد الأجنبي مما يعطي الدفعة اللازمة للتنمية بتوفير أكبر قدر من العملات الأجنبية التي ينفقها السياح خلال مدة إقامتهم على مختلف الخدمات والسلع السياحية، ولا تقتصر الفائدة التي تعود على الاقتصاد القومي من النشاط السياحي الجاري بل أن الانفاق السياحي الاستثماري يساهم في تنمية عدد من القطاعات التي تغذي قطاع السياحة بما يحتاج إليه من سلع وخدمات.

يسعى البحث لما توفرت من بيانات وإحصائيات ضمن سلسلة زمنية من 2010-2018 إلى تحديد دور المؤسسات الفندقية كونها مؤسسات ربحية للمال باعتمادها على التنمية المستدامة لهذه المؤسسات الفندقية، لذلك تعتبر قضية التنمية السياحية عند الكثير من دول العالم، من القضايا المعاصرة، كونها تهدف إلى الإسهام في زيادة الدخل الفردي الحقيقي، وبالتالي تعتبر أحد الروافد الرئيسية للدخل القومي، وكذلك بما تتضمنه من تنمية حضارية شاملة لكافة المقومات الطبيعية والإنسانية والمادية. ومن هنا تكون التنمية السياحية وسيلة للتنمية الاقتصادية.

ويعد النشاط السياحي داعم اقتصادي على المستوى المحلي والدولي بالنسبة للدول التي تمتلك مقومات سياحية متنوعة أثرية، دينية، طبيعية، ثقافية، وهذا النشاط يحتاج إلى ركائز تكميلية أحدها المؤسسات الفندقية المتنوعة ذات التصنيفات السياحية والشعبية، والخدمات السياحية المقدمة فيها، التي تساعد على اعتماد التنمية المستدامة لها وتحفيز وكثرة الطلب السياحي في هذه المدن السياحية، بالإضافة تحتاج هذه المدن السياحية إلى القوانين والتشريعات السياحية، دخول الاستثمار السياحي واعتماد نماذج بناء حديثة للفنادق المصنفة دولياً، وزيادة الوعي والثقافة السياحية لدى المجتمع المحلي من أجل تحقيق أهداف ذات الطموح.

المبحث الأول : منهجية البحث

1. منهجية البحث

1.1. أهمية البحث

تتبع أهمية البحث موضوع المنظمات الفندقية والتنمية السياحية:

- 1- يساعد التنوع في الفنادق السياحية على زيادة المردود الاقتصادي في البلد.
- 2- تكون الفنادق السياحية مساندة لنجاح تنوع النشاط السياحي في العراق من خلال، المبيت وتوفير فرص عمل للسكان المحليين وبهذا تقل البطالة.
- 3- التنوع في الفنادق من خلال التصنيفات والدرجات يساعد على استقطاب متنوع لأصحاب الدخل المحدود وتكرار زيادة المواقع السياحية كونها الإرث الحضاري والتاريخي للبلد.

- 4- تتبع أهمية البحث من الأهمية التي أعطت للنشاط السياحي والفندقي خلال الأونة الأخيرة من طرف السلطات العمومية وكذا مختلف الدول النامية.
- 5- الأهمية التي يحتلها القطاع السياحي والفندقي بالنسبة للتنمية الاقتصادية والموارد الناتجة عنه لتخفيف درجة الاعتماد عن قطاع المحروقات وتغطية لضعف الزراعة والصناعات التحويلية.

2.1. أهداف البحث

- نهدف من خلال هذا البحث إلى:
- 1- تسليط الضوء على نقاط القوة والضعف بين الفنادق التي تتواجد في كربلاء ، ومدى تأثير الفنادق في التنمية السياحية.
 - 2- تعزيز نقاط الضعف التي تتواجد في فنادق كربلاء وإيجاد الحلول .
 - 3- استثمار المقومات المحلية للمناطق وإقليم البلد في التنمية السياحية الثقافية.
 - 4- تحقيق التكامل والتفاعل في أنشطة القطاع السياحي والأثاري والثقافي من خلال تحقيق نمو متوازن ومتناسق فيما بينهم .
 - 5- الوقوف على أسباب تراجع الخدمات السياحية والفندقية في كربلاء.
 - 6- محاولة التحسيس بالمكانة الهامة للخدمات السياحية والفندقية خاصة في تنمية الاقتصاد والوطني.

3.1. إشكالية البحث

- ان التنمية الاقتصادية في النشاط السياحي تلعب دور كبير في تحقيق الإيرادات والتطوير على كافة المجالات ومن الممكن الاستفادة من الايواء الفندقية في تحسين الاقتصاد لذلك تواجه المؤسسات الفندقية (الفنادق السياحية والشعبية) في العراق وموقع البحث كربلاء المقدسة كذلك جملة من التحديات التي يجب التصدي لها لكي يمكن الانطلاق لبناء نشاط سياحي وثقافي فعال ومؤثر لغرض تحقيق أهداف اقتصادية، التحديات منها:
- 1- محدودية الموارد المالية الموجهة للنشاط السياحي.
 - 2- ضعف وتخلف الخدمات التكميلية المساعدة من بنى تحتية.
 - 3- تدني الوعي السياحي في البلد وانعدام أساليب الترويج والتسويق السياحي.
 - 4- هجرة الكوادر السياحية المهنية المتدربة.
 - 5- قلة المراكز المهنية لتدريب كوادر بديلة.
- لذلك فإن اعتماد آلية أهداف التنمية المستدامة يساعد على القضاء على هذه المشاكل.

4.1. فرضية البحث

كون العراق يحتل موقع جغرافي متميز ومقومات سياحية متنوعة، هذا يحتاج إلى استغلال امثل لغرض تحقيق مردودات مالية من المؤسسات الفندقية في النشاط السياحي من خلال اعتمادها على اهداف التنمية المستدامة وعليه فتكون فرضية البحث " المؤسسات الفندقية (المنتجة للأموال) قادرة على تحقيق فوائد مالية بالاعتماد على التنمية المستدامة الناجحة في العراق".

5.1. عينة البحث وحدودها

تمثلت عينة البحث لمجموعة من الفنادق السياحية والشعبية في العراق لمحافظة كربلاء، تُقصد من قبل السياح، إذ تم تحليل البيانات من قبل الباحث بالاعتماد على بيانات وزارة التخطيط الجهاز المركزي للإحصاء وتكنولوجيا المعلومات، مديرية إحصاء التجارة، مسح الفنادق ومجتمعات لإيواء السياحي للمدة (2010-2018).

العينة المكانية: فنادق محافظة كربلاء.

العينة الزمنية: الفترة الزمنية الممتدة بين الأعوام (2010-2018).

1. مفهوم ادارة المنظمات الفندقية

تري منظمة السياحة العالمية أنّ السياحة سوف تصبح من أضخم الصناعات في العالم, كما إنّها ذات مورد مهم للعملات الصعبة, وإنّ هذه الصناعة توفر العمل لمائتي مليون شخص حول العالم , وإنّ ضرائب النشاط الفندقي تمد الحكومات بمئات الملايين من الدولارات, وتعدّ المنظمات الفندقية ركناً أساسياً من أركان السياحة , وهي تستحوذ على نصيب عال من ميزانية السائح, حيث أن السائح الذي يزور دولة ما, ينفق 31.99% من ميزانيته على الفنادق وتعدّ صناعة الفنادق من الصناعات القديمة جداً, وإنّ تحليل هذا التطور أنّ الصناعة الفندقية قد مرت بثلاث مراحل هي:(السيد، 1998)

1- الفندقية في العصور القديمة.

2- الفندقية في العصور الوسطى.

3- الفندقية في العصور الحديثة.

عرفت الفنادق منذ القدم في تقديم الخدمات للنزلاء، وعرف العرب والمصريون واليهود هذه الفندقية إذ كانت تسمى الخان، وكان يلجأ إليها المسافرين والعابرون لقضاء الوقت للترويح عن النفس وهي إمّا بأجر مدفوع أو من دون أجر.

وقد اختلف مفهوم النشاط الفندقي باختلاف الكتاب والباحثين، ففي سنة 1956م قدم اتحاد مالكي الفنادق تعريف الفندقي بأنها منظمة ينشئها المالك بهدف تقديم خدمة الإيواء، وكذلك خدمة الطعام والشراب إذا طلبها الضيوف، وذلك بدون عقد خاص، وتقديم هذه الخدمة لأي مسافر يقدم نفسه، ويرغب في الحصول على هذه الخدمة وهو قادر على دفع إجازة معقولة لقاء الخدمات والتسهيلات التي يزود بها، شرط أن يكون هذا الشخص بحالة مناسبة ليتم استقباله. (الطائي، 2006)

تعريف الفندقي إتجه بعض الباحثين في تعريف المؤسسة الفندقية كونها منظمة تسعى الى تحقيق أهداف اجتماعية، فعرفوها بأنها: ترتيب اجتماعي منظم يشاد بطريقة مقصودة لتحقيق أهداف جماعية مشتركة من خلال هيكل بنائي جيد وممارسات إدارية (السعيد، 2008)

هناك من يرى أن الفندق مؤسسة أو منشأة سياحية يلزمها خارطة تنظيمية، أو هيكل تنظيمي، يوضح الإدارات والأقسام التي تأخذ على عاتقها بتنفيذ المسؤوليات والواجبات التي قام من أجلها. (عواد، 2002)

وتعرف المنظمات الفندقية بأنها منظمة إدارية ذات سمات اقتصادية واجتماعية وتقدم الضيافة في إطار القوانين المحلية والدولية، لقاء أجر محدد لضيوف داخل بناء مصمّم لهذا الغرض. (الغنيمة، 2015)

2.1. خصائص المنظمات الفندقية

إن معرفة خصائص النشاط الفندقي تساعد في تحديد وفهم خصائص النظام المحاسبي والإداري، وترابط عناصر ذلك النظام، حيث إنّ لخصائص النشاط الفندقي تأثيراً مباشراً على شكل النظام المحاسبي ومضمونه المعتمد في الصناعة الفندقية، وفيما يلي الخصائص الرئيسية للنشاط الفندقي (حلوة، 2001)

1- اعتماد النشاط الفندقي على العنصر البشري

مهما تقدمت الآلات وتعددت استخداماتها فسيظل اعتماد الصناعة الفندقية لا غنى لها عن العنصر البشري في تحقيق الأهداف العامة إذ يتوقف نجاح هذا النشاط على مدى كفاءة العاملين وقدرتهم وتميزهم في حسن معاملة الضيف وتأدية الأعمال المطلوبة بروح عالية ونشاط وتوافر المقومات الشخصية للعنصر البشري كالأمانة والإخلاص في العمل والصدق، إلى غير ذلك. (شريف، 2010).

2- الخصيصة الجغرافية

الموقع الجغرافي للمنظمة الفندقية له الأثر الكبير في ارتفاع معدلات الطلب، إذ يزداد الطلب على الخدمات الفندقية في مواقع معينة كما هو الحال في المواقع الدينية والتاريخية في كربلاء. (شمطو، 2015)

3- موسمية النشاط الفندقي

يتسم النشاط الفندقي بالموسمية، فهو ليس نشاطاً ثابت الحجم على مدار العام وتظهر الموسمية في اشكال متعددة:

- موسمية فصلية: فقد يزداد حجم النشاط في فصل معين من فصول السنة.
- موسمية دينية: كموسم الحج، العمرة، او زيارة العتبات المقدسة.
- موسمية سنوية: الأنشطة الرياضية، المؤتمرات والمنتديات، أيام نهاية الأسبوع.

4- تنوع النشاط الفندقي

إنّ النشاط الفندقي هو نشاط خدمي بصورة أساسية، فهو يقدم مجموعة متنوعة من الخدمات المرتبطة بإقامة الزبائن، على شكل خدمات متكاملة ومتميزة مبيت مريح ونظيف، وطعام وشراب متنوع، وترفيه وحفلات واتصالات هاتفية وانترنت، وغسيل وكوي، وتسويق، ونوادي رياضية، وغيرها.

5- العمل دون توقف

إنّ عمل الفنادق مستمر دون انقطاع لمدة 24 ساعة يوميا و 7 ايام اسبوعيا و 365 يوما سنويا، وهذا يتطلب تنظيم العمل على أساس وجبات العمل، وما يتبع ذلك من استلام وتسليم بين امناء الصناديق النقدية.

6- عدم قابلية المنتج الفندقي للتخزين

المنتج الرئيس في المنظمات الفندقية هو تقديم خدمات المبيت في الغرف، وهذه الخدمة لا يمكن تخزينها، فالغرف غير المشغولة تمثل دخلاً ضائعاً إلى الأبد، لذلك تولي الإدارة اهتماماً كبيراً ومستمرّاً لتسويق منتجها بهدف رفع مستوى اشغال الغرف على مدار العام، من خلال تقديم العروض الخاصة، لأنّ الفندق سيتحمل تكلفة الغرف سواء تم أشغالها أم تركت فارغة دون تاجير. (الكلبي، 2008).

7- كثافة الموجودات الثابتة

تشكل الموجودات الثابتة تقريبا نسبة 41% من إجمالي الاستثمارات تم الحصول على هذه النسبة من اخذ المعدل لحاصل قسمة الموجودات الثابتة على اجمالي الاستثمارات للسنوات الأربعة للفنادق عينة البحث ومن ثم اخذ المعدل للفنادق الثلاثة , لغرض جذب السائحين وتقديم خدمات متنوعة وراقية تمكنها من المنافسة , بالرغم من أنّ هذا يؤدي إلى زيادة حجم الاعباء الثابتة، وارتفاع التكاليف الثابتة يتطلب ارتفاع هامش الربح، ممّا يلزم العمل على زيادة معدلات إشغال غرف الفندق إلى أقصى حد ممكن، للتمكن من زيادة الإيرادات لتغطية التكاليف الثابتة، وتحقيق عائد مقبول على الاستثمار. (باسيلي، 2005).

8- تأثر النشاط الفندقي بأذواق الزبائن

تستقبل الفنادق يوميا مزيجاً من الزبائن ذوي ثقافات وجنسيات مختلفة وأذواق مختلفة، ولإشباع تلك الحاجات والرغبات، يتطلب توفير الخدمات الملائمة، من غرف مريحة ومؤثثة تأثيثاً جيداً، فضلا عن حسن الاستقبال، وتوفير الخدمات الأخرى من طعام وترفيه.

3.1. الهيكل التنظيمي في المنظمات الفندقية

يقصد بالهيكل التنظيمي "الخريطة التنظيمية التي تضم الوظائف الرئيسة بالمنشأة السياحية، وعلاقاتها ببعضها البعض والمستويات الإدارية المختلفة، وخطوط السلطة والمسؤولية، بالإضافة إلى دليل تنظيمي يحدد واجبات ومسؤوليات كل وظيفة في المنشأة السياحية (السيسي، 2007)، ويختلف الهيكل التنظيمي من فندق إلى آخر طبقاً لحجم الفندق والخدمات التي يقدمها , وغالبا ما يتم تقسيم الهيكل التنظيمي للفنادق إلى الأقسام التالية.

1- أقسام الغرف:

تُعدّ من أهم المراكز الانتاجية في الفندق، لأنها تشارك بحوالي 65% من إجمالي إيرادات الفندق، ويتكون هذا النشاط من عدة اقسام هي: قسم الاستقبال والحجز، وقسم الاستعمالات، وقسم شؤون الغرف، وقسم الخزينة وحسابات النزلاء.

2- اقسام الطعام والمشروبات:

يساهم هذا القسم بحوالي 20% من إجمالي إيرادات الفندق، ويرتبط بعدد من الاقسام منها، قسم المطبخ، قسم المطعم، قسم المشتريات.

- 3- **قسم التلفون والفاكس والانترنت:**
تعدّ من الاقسام الخدمية المهمة، حيث تسعى الفنادق الكبيرة إلى توفير الاتصالات الداخلية والخارجية كافة، وخدمات الانترنت والفاكس للنزلاء ورجال الاعمال.
- 4- **قسم المغسلة:** يقدم خدماته لجميع أقسام الفندق، وخاصة الغرف وصالات المطعم، والزبائن.
- 5- **قسم الكراج:**
في معظم الفنادق الكبيرة تكون هناك أماكن خاصة لوقوف سيارات الفندق وسيارات النزلاء، وتحقق إيرادات تتمثل في إيجار الكراج للنزلاء، ورسوم مواقف الانتظار لشركات النقل، وإيرادات التنظيف لسيارات النزلاء.
- 6- **الاقسام الإنتاجية الأخرى:** أهمها: إيجار محلات تجارية أو مكاتب لشركات النقل والطيران.
- 7- **الادارة المالية:** وتشمل اقسام الحاسبات والخزينة والتدقيق.
- 8- **ادارة الافراد:** وتتولى شؤون العاملين في الفندق.
- 9- **الادارة القانونية:** وتتولى إدارة كافة النواحي القانونية نتيجة تعامل الفندق مع الغير.
- 10- **قسم الصيانة:** ويقوم بمهام الصيانة والتصليح لأصول الفندق، والإمدادات، والتركيبات الكهربائية والمياه.
- 11- **قسم التسويق:** يتولى هذا القسم مهام الإعلان والترويج للفندق، والتعريف بالخدمات التي يقدمها لجذب أكبر عدد من النزلاء للفندق.
- 12- **قسم الأمن:** لتوفير الحماية والأمن للنزلاء وممتلكاتهم وللمحافظة على أصول الفندق.

4.1. التنمية السياحية المفهوم والأهمية والأهداف

1- مفهوم التنمية السياحية

تعد التنمية السياحية بشكل عام جزءاً لا يتجزأ من التنمية الوطنية لأي دولة، والتي يجب أن تكون مبنية على خطة وطنية تشمل الصناعة، والصحة، والتعليم، والإسكان، والنقل، وغيرها. وتتضمن تخطيطاً لجميع المرافق السياحية بموجب العدالة التوزيعية، وعليه فإنّ التنمية السياحية في الدول ذات الامكانيات السياحية تسعى الى استغلال الامكانيات الطبيعية والبشرية مجتمعة او منفردة وتوزيعها لتحقيق الموازنة الاقليمية وتغطية الطلب السياحي القائم الداخلي والخارجي، وتعددت آراء الباحثين لمفهوم التنمية السياحية كما يأتي، فقد عُرفت بأنها إحدى الوسائل المهمة في تنمية الأقاليم والأماكن ذات الجذب السياحي اقتصادياً واجتماعياً وعمرانياً لاسيما الأقاليم التي لا تمتلك مقومات فاعلة مقارنة بما تمتلكه من المقومات السياحية في حال التخطيط لتنميتها واستثمارها بصورة عقلانية لغرض رفع المستوى المعاشي لأفراد ذلك المجتمع. (الزهاوي، 2001)، وقد أشارت شبر في تعريفها للتنمية السياحية على أنها جزء لا يتجزأ من التنمية الوطنية الشاملة فعرقتها قيام الدول ذات الإمكانيات السياحية بدفع المتغيرات السياحية لديها باتجاه النمو بمعدلات أعلى من أجل تحقيق أهداف التنمية الوطنية الشاملة. (شبر، 2012)، وعُرفت التنمية السياحية كذلك الارتقاء والتوسع بالخدمات السياحية واحتياجاتها وهذا يتطلب تدخل التخطيط السياحي باعتباره الأسلوب العلمي الذي يستهدف تحقيق أكبر معدل ممكن من النمو السياحي بأقل تكلفة ممكنة في أقرب وقت مستطاع (غضبان، 2014)، عبارة عن عملية استثمار الموارد الاقتصادية الطبيعية والبشرية استثماراً أمثل للتمكن من استخدام الموارد السياحية كافة (كوشن، 2001)

2- أهداف التنمية السياحية

تهدف التنمية السياحية إلى تحقيق زيادة مستمرة ومتوازنة في الموارد السياحية وإنّ أول محور في عملية التنمية هو الإنسان الذي يُعد أداتها، فإنّ الدولة مطالبة بالسعي إلى توفير كل ما يحتاج اليه لتبقى القدرات البدنية والعقلية والنفسية على أكمل وجه، إن التنمية السياحية تبدأ من تقدير الإنسان للأهمية السياحية، والفوائد التي تحيها على المستويات كافة، الاجتماعية، والاقتصادية، والثقافية. (القادر، 2003)

ويمكن تقسيم أهداف التنمية السياحية كالآتي:

أ- أهداف اقتصادية

- تحسين وضع ميزان المدفوعات لكون السياحة مصدر للعملات، وتحقيق التنمية الإقليمية وإيجاد فرص عمل جديدة في المناطق سواء في القطاع السياحي أم في القطاعات المساندة للسياحة، ومن فوائدها: (هرمز، 2006)
- توفير خدمات البنية التحتية، لأنه لا بد لكل تنمية سياحية من وجود بنية تحتية.
- زيادة مستويات الدخل المتأتية من الواردات السياحية.
- زيادة إيرادات الدولة من الضرائب نظراً للمداخل الإضافية التي ترد خزينة الدولة من الضرائب على الواردات.

ب- أهداف اجتماعية

توفر تسهيلات ترفيهية واستجمام للسياح والسكان المحليين وتساعد على تطوير الأماكن والخدمات العامة بدول المقصد السياحي، وتعمل على حماية الرغبات الاجتماعية وإشباعها، وتُنمّي لدى المواطن شعوره بالانتماء إلى وطنه وتزيد فرص التبادل الثقافي والحضاري بين كل من المجتمع المضيف والزائر، وإن ازدهار السياحة يؤدي إلى إعادة توزيع السكان بشكل أفضل عن طرق المشاريع السياحية والتي يمكن إقامتها داخل المجمعات العمرانية السياحية الجديدة، وكذلك للتنمية السياحية تنمية اجتماعية كبيرة لأنها تؤدي إلى تعميق الانتماء وتنمية الوعي السياحي باعتباره أحد فروع الوعي الاجتماعي.

ت- أهداف بيئية

يقوم هذا النوع من الأهداف على الاهتمام بالبيئة والمحافظة عليها مما يساعد على إيجاد أجواء مناسبة للنشاط السياحي وجذب السائحين فالعلاقة بين البيئة والسياحة علاقة وطيدة لما للبيئة من دور مهم في جذب السائحين وأن من أهم أهداف التنمية السياحية هي الاستخدام المثالي للموارد البيئية والمحافظة على المعالم والمقومات السياحية الطبيعية ومراعاة قواعد المحافظة على البيئة ولاسيما في المناطق الحساسة سياحياً.

ث- الأهداف السياسية والثقافية

تعمل على نشر الثقافات وزيادة التواصل بين الشعوب وتطوير العلاقات السياسية بين الحكومات في الدول السياحية (فريد، 2015).

3- أهمية التنمية السياحية:

تعد التنمية السياحية أحد أهداف التنمية الاقتصادية والاجتماعية الشاملة، لما لها من قدرة على تحسين ميزان المدفوعات وتوفير فرص العمل وخلق الفرص المدرة للدخل، فضلاً عن المساهمة في تحسين أسلوب الحياة الاجتماعية والثقافية ونمطها لعموم أفراد المجتمع.

إن الاهتمام الزائد بالسياحة دفع إلى تعاظم دورها في التنمية حيث تشجع الاستثمار في إنشاء المشروعات السياحية في إطار الاعفاءات الضريبية على واردات السياحة، كما تتوفر فرص مهمة لمساهمة الدول في إنشاء مشاريع البنى التحتية في البلاد (الكردي، 2010) يمكن تحديد مؤشرات لأهمية التنمية السياحية من خلال:

- 1- توفير فرص العمل، وحل مشكلة البطالة من خلال التوسع في صناعة السياحة ضمن التنمية الشاملة للمشاريع المرتبطة بها، ما يساهم في توفير فرص عمل جديدة.
- 2- تحقيق التنمية المتوازنة بين الأقاليم: تؤدي التنمية السياحية إلى توزيع وإنشاء مشاريع سياحية جديدة في كافة أنحاء المدن المختلفة خاصة أن المواقع الحضارية والأثرية والدينية تتوزع بين مختلف المدن ما يعني حصول تنمية متوازنة للأقاليم خاصة المتخلفة منها اقتصادياً من خلال إيجاد فرص عمل، وتحسين المستوى المعيشي لأبناء هذه المناطق.
- 3- تحسين ميزان المدفوعات: وذلك بتدفق رؤوس الأموال الأجنبية للاستثمار في المشاريع السياحية، وكذلك من خلال الاستخدامات الجيدة للموارد الطبيعية، وما ستحققه السياحة من موارد نتيجة إيجاد علاقات اقتصادية بينها وبين القطاعات الأخرى في الدولة، مما يساهم في زيادة الناتج القومي للدولة بشكل مباشر وغير مباشر وبالتالي، المساهمة في البناء الاقتصادي مما يؤدي إلى انتعاش شرائح واسعة من المجتمع.

- 4- **بالنسبة للسياحة الدينية:** فتعد مورداً اقتصادياً مهماً في الوقت الحالي يتعين استيعاب الاعداد المهمة من الزائرين والسياح و ايجاد البنى التحتية وتهيئتها وكذلك تهيئة مستلزمات الإقامة والضيافة باعتبار أنَّ العتبات المقدسة يمكن ان تسهم في رفد ميزانية الدولة، ومن ثم تؤدي الى انتعاش مداخل شرائح واسعة في المجتمع.
- 5- **زيادة الفرص الاستثمارية المربحة:** يمكن للدولة تحديد مجالات واسعة لعملية الاستثمار في هذا القطاع، وهذا يتطلب من الدولة وضع استراتيجية شاملة للتنمية، وأحد بنودها التنمية السياحية المستدامة.
- 6- **إنَّ التنمية السياحية أداة مناسبة لتحويل المجتمعات النامية والبسيطة من مجتمعات زراعية تقليدية إلى مجتمعات متحضرة وراقية . (دهيبة، 2007).**

المبحث الثاني

"إدارة عرض المنظمات الفندقية في محافظة كربلاء

تُعد محافظة كربلاء واحدة من المدن التي تمتلك مكانة مميزة في إبراز دور السياحة الدينية في البلد، كونها تضم مرقد الإمام الحسين بن علي وأخيه العباس عليهما السلام فضلاً عن مقامات وأماكن مقدسة أخرى، فهي مدينة سياحية، لما تكتنزه من مقومات جذب أثرية وطبيعية متنوعة وفريدة، لتكوّن معالم سياحية متنوعة ومتميزة، مما يجعلها مركزاً سياحياً واعداً في ضوء الامكانات المتوافرة فيها التي تعزز تلك الصفة الدينية التي تتصف بها.

إنَّ لمحافظة كربلاء إمكانات عرض سياحية كثيرة ومتنوعة في أجزاء أفضيتها كافة لو استغلت فهي تعمل على جذب المجاميع السياحية الوافدة للمدينة، من خلال توافر الخدمات التي تحول العرض السياحي الكامن إلى عرض حقيقي فعال ، لأنه من دون خدمات مكملة لا تشجع المجاميع السياحية لزيادة مدة اقامتهم في المحافظة، لعل أكثر ما هو مستغل لحد الآن في مجال السياحة الدينية لم تكن هناك التفاتة حقيقة لباقي الإمكانيات السياحية التي تمتلكها المحافظة، ولاسيما في ما يتعلق بالأجزاء الغربية الصحراوية منها في قضاء عين التمر وبحيرة الرزازة وغيرها من مواقع أثرية، ولهذا يتطلب تفعيل دور التنمية السياحية واستخدام أساليب تعمل على استدامة السياحة، وتطورها لما لها من مردودات، وتوفير فرص عمل وتفعيل عدد من مجالات الحياة الاجتماعية والاقتصادية.

محافظة كربلاء، تعتمد على توافر المنشآت الفندقية من دون توافر أنواع أخرى من منشآت الإيواء مثل المدن السياحية أو القرى السياحية وستتطرق إلى واقع تطور العرض الفندقي لمحافظة كربلاء بالتفصيل وكما يلي:

- 1.1. **تطور الفنادق المصنفة سياحياً، والشعبية في كربلاء ونسبتها إلى إجمالي الفنادق في العراق للفترة من 2010-2018:** في هذه الفقرة نتطرق للفنادق المصنفة سياحياً، والفنادق الشعبية في كربلاء ونسبتها إلى إجمالي البلد للفترة من 2010-2018 وكما في الجدول (1)

جدول (1) تطور الفنادق المصنفة سياحياً والشعبية في كربلاء ونسبتها إلى إجمالي الفنادق في العراق للفترة 2010-2018

السنة	المحافظة	الفنادق المصنفة سياحياً	النسبة إلى البلد %	الفنادق الشعبية	النسبة إلى البلد %	المجموع العام	معدل التطور	النسبة إلى البلد %
2010	كربلاء	100	24.6	-	-	100	-	16.9
	إجمالي	406	100	184	100	590		100
2011	كربلاء	336	53.7	41	13.8	377	237	40.58
	إجمالي	625	100	304	100	929		100
2012	كربلاء	342	50.5	123	30.2	465	32.34	42.9
	إجمالي	677	100	407	100	1084		100
2013	كربلاء	414	51.7	163	34.9	577	24.08	45.5
	إجمالي	800	100	467	100	1267		100
2015	كربلاء	425	52.4	177	36.4	602	4.3	46.4
	إجمالي	810	100	486	100	1296		100
2016	كربلاء	477	51.22	190	34.29	667	10.79	44.94
	إجمالي	930	100	554	100	1484		100
2017	كربلاء	570	53.82	188	33.63	758	-12.00	46.84
	إجمالي	1059	100	559	100	1618		100

44.89	1.31	748	32.76	191	51.43	557	كربلاء	2018
100		1666	100	583	100	1083	إجمالي	
المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على وزارة التخطيط، الجهاز المركزي للإحصاء وتكنولوجيا المعلومات، مديرية إحصاء التجارة، مسح الفنادق ومجمعات الإيواء السياحي للفترة من 2010- 2018.								

- **نلاحظ من خلال الجدول (1) أن نسبة تطور فنادق كربلاء المصنفة سياحياً كبيرة ومهمة جداً مقارنة بفنادق العراق حيث شكلت النسبة عام 2011 53.7%.**
- **وارتفعت عام 2017 وبلغت 53.82% أعلى ارتفاع واستمرت بالحفاظ المتقارب في النسب حتى عام 2018 وبلغت 51.43%.**
- **أما على مستوى الفنادق الشعبية في كربلاء مقارنة بإجمالي الفنادق الشعبية في العراق فيوضح الجدول السابق التطور النوعي لصالح محافظة كربلاء حيث بلغت نسبة الفنادق الشعبية عام 2013 34.92%.**
- **وارتفعت النسبة وسجلت أعلى ارتفاع لها عام 2015 36.42%.**
- **واستمرت بالحفاظ المتقارب في النسب حتى عام 2018 وبلغت 32.76% مقارنة بأجمالي الفنادق الشعبية في العراق.**
- **أما على مستوى الحصة الفندقية لمحافظة كربلاء مجموع الفنادق المصنفة سياحياً والفنادق المصنفة شعبية نسبة إلى فنادق أجمالي البلد أيضا يظهر التطور الفندقي واضحا حيث شكلت النسبة عام 2013 45.5% بمعدل تطور ايجابي قدره 24.08.**
- **واستمر الازدياد في السنوات حتى عام 2015 46.4% بمعدل تطور قدره 4.3 حيث كانت أعلى نسبة خلال السنوات.**
- **استمر بالازدياد حتى عام 2018 بمقدار 46.4% وهي نسب جيدة وتشكل تقريبا نصف الفنادق العراقية وبمعدل تطور متزايد بصورة تدريجية وشكل ايجابي بلغ 1.31.**

2.1. الخدمات التي تقدمها الفنادق في محافظة كربلاء بالنسبة إلى الإجمالي للفترة من 2010 - 2018

لإعطاء فكرة واقعية عن مدى تنوع الخدمات الفندقية التي تقدمها الفنادق في كربلاء كما في الجدول (2) جدول (2) الخدمات التي تقدمها الفنادق في محافظة كربلاء إضافة إلى المبيت بالنسبة لأجمالي للفترة من 2010 - 2018.

السنة	المحافظة	خدمات الطعام	النسبة إلى البلد %	خدمات الغسيل والكوي	النسبة إلى البلد %	خدمات الحمام والسباحة	النسبة إلى البلد %	خدمات صالة منتدى	النسبة إلى البلد %	خدمات الرحلات السياحية	النسبة إلى البلد %	خدمات ساحات الوقوف	النسبة إلى البلد %
2010	كربلاء	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	إجمالي	20	100	21	100	19	100	10	100	-	100	15	100
2011	كربلاء	55	41.6	10	20	-	-	-	-	-	-	-	-
	إجمالي	132	100	50	100	17	100	11	100	1	100	18	100
2012	كربلاء	11	9.6	6	10.5	1	6.6	2	13.3	1	50	4	11.4
	إجمالي	114	100	57	100	15	100	15	100	2	100	35	100
2013	كربلاء	10	9.01	10	11.1	-	-	1	6.25	1	33.3	2	8
	إجمالي	111	100	90	100	12	100	16	100	3	100	25	100
2015	كربلاء	21	21	191	66.7	1	6.25	1	6.6	0	-	1	2.9
	إجمالي	100	100	286	100	6	100	15	100	3	100	34	100
2016	كربلاء	26	0.23	54	0.32	-	-	0	-	-	-	-	-
	إجمالي	113	100	165	100	6	100	15	100	1	100	49	100

-	-	-	-	-	-	-	-	0.63	187	0.525	84	كربلاء	2017
100	41	100	5	100	15	100	9	100	296	100	160	إجمالي	
0.02	1	-	-	0.04	1	-	-	0.23	51	0.65	165	كربلاء	2018
100	46	100	2	100	21	100	11	100	217	100	251	إجمالي	

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على وزارة التخطيط، الجهاز المركزي للإحصاء وتكنولوجيا المعلومات، مديرية إحصاء التجارة، مسح الفنادق ومجمعات الإيواء السياحي للفترة من 2010 - 2018.

من خلال الجدول (2) أعلاه نلاحظ أن خدمات الطعام في محافظة كربلاء بلغت عام 2011 55 وخدمات الغسيل والكوي 10 فندقاً من إجمالي البلد في محافظة كربلاء وشكلت نسبة 41.6% و 20% من إجمالي البلد ولكن المحافظة افتقرت إلى الخدمات الأخرى كذلك.

وعام 2017 فقد بلغت خدمات الطعام 84 فندقاً وشكلت نسبة 0.525، وبلغت خدمات الغسيل، والكوي وخدمات الحمام، والسباحة، وخدمات صالة منتدي، وخدمات ساحات الوقوف 187 فندقاً وشكلت نسبة 0.63% على التوالي من إجمالي البلد ولكن المحافظة افتقرت إلى الخدمات الأخرى كذلك.

حتى الوصول إلى عام 2018 سجلت أعلى ارتفاع لها حيث بلغت خدمات الطعام 165 وشكلت نسبة 0.65% من إجمالي البلد، وبلغت خدمات الغسيل والكوي، وخدمات الحمام، والسباحة وخدمات منتدي، وخدمات ساحات الوقوف إلى 217 و 11 و 21 و 2 و 46 فندقاً على التوالي بنسب 0.23% و 0.04% و 0.02% على التوالي وانعدمت خدمات الرحلات السياحية في هذا العام.

كل هذه الخدمات تؤثر على قرارات السياح، أو المجاميع السياحية القادمة إلى كربلاء نحو الفنادق التي تتنوع فيها الخدمات الفندقية، أما بالنسبة إلى الرحلات السياحية في محافظة كربلاء بالنسبة إلى البلد، فلا توجد رحلات سياحية في محافظة كربلاء، ويوجد هناك نقص في الخدمات الفندقية المقدمة في فنادق كربلاء وتعد مشكلة يجب تلافيها من قبل أصحاب الفنادق، وكذلك الجهات المسؤولة عن التصنيف الفندقي في المحافظة، والوزارة، لأنه لو توفرت خدمات متنوعة تلبي احتياجات السياح إضافة إلى خدمات المبيت تؤثر على قرارات السياح أو المجاميع السياحية القادمة إلى كربلاء للبقاء مدة أطول في المدينة وستفضل الفنادق التي تتنوع خدماتها .

3.1. تطور الطاقة الإيوائية في محافظة كربلاء بالنسبة إلى إجمالي الفنادق العراقية للمدة من 2010 - 2018

لا عطاء فكرة واقعية عن تطور الطاقة الإيوائية في محافظة كربلاء أنظر إلى الجدول (3)
جدول (3) عدد الفنادق وعدد الأسرة والغرف ومعدل التطور والطاقة الإيوائية في محافظ كربلاء بالنسبة إلى الأجمالي للمدة من 2010 - 2018

السنة	المحافظة	عدد الأسرة	النسبة إلى البلد %	الطاقة الإيوائية للأسرة	معدل التطور	النسبة إلى البلد %	عدد الغرف	النسبة إلى البلد %	الطاقة الإيوائية للغرف	معدل التطور	النسبة إلى البلد %
2010	كربلاء	13384	26.9	4885160	8.4	26.9	4968	21	1813320	4.9	21
	إجمالي	49677	100	18132105		100	23613	100	8618745		100
2020	كربلاء	35963	50.2	13558051	11	50.2	14182	44.5	5176430	27	44.5
	إجمالي	71574	100	26124510		100	31866	100	11631090		100
2012	كربلاء	35710	60.6	13034150	-3.86	60.6	15686	42.4	5725390	10.3	42.4
	إجمالي	58909	100	21501785		100	36963	100	13491494		100
2022	كربلاء	44432	47.4	16217680	24	47.4	17267	41.9	6302455	10	41.9
	إجمالي	93560	100	34149400		100	41203	100	15039095		100
2023	كربلاء	55887	52.1	20398755	2	52.1	22154	46.3	8086210	2	46.3

100		17449190	100	47806	100		39093690	100	107106	إجمالي	
44.63	0.27	8108840	44.63	22216	50.98	1.22	20648050	50.98	56570	كربلاء	201
100		18167510	100	49774	100		40494560	100	110944	إجمالي	
52.57	59	12958960	52.75	35504	58.06	50	3111584555	58.06	85249	كربلاء	20
100		24564135	100	67299	100		26343145	100	146807	إجمالي	
49.40	-20.22	10338625	49.40	28325	52.74	-15.33	49944775	52.74	72173	كربلاء	2018
100		20928370	100	57338	100			100	136835	إجمالي	

المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على وزارة التخطيط، الجهاز المركزي للإحصاء وتكنولوجيا المعلومات، مديرية إحصاء التجارة، مسح الفنادق ومجمعات الإيواء السياحي للفترة من 2010 – 2018.

نلاحظ من خلال الجدول (3) أن نسبة الأسرة في كربلاء إلى إجمالي البلد تطورت وإن تذبذب في بعض السنوات فبعد أن كانت نسبة الطاقة الإيوائية للأسرة في كربلاء إلى إجمالي البلد عام 2012 ازدادت أعداد الأسرة إلى 60.6 وفي معدل تطور سلبي 3.86، ازدادت لعام 2015 حيث بلغت النسبة 52.1 وبمعدل تطور إيجابي 25.78. بلغت النسبة لعام 2017 58.06% وبمعدل تطور إيجابي 50.69، حتى عام 2018 انخفضت النسبة وبلغت 52.74% وبمعدل تطور سلبي 15.33.

أما فيما يخص الطاقة الإيوائية للغرف فهي أيضا اتسمت بالتذبذب ففي عام 2011 ازدادت النسبة إلى 44.5% بمعدل تطور إيجابي 275.

أما في عام 2015 كان الارتفاع بأعلى النسب، نسبة للسنوات السابقة حيث بلغت النسبة 46.3% وبمعدل تطور إيجابي 28.3.

وازدادت النسبة في عام 2017 إلى 52.57% بمعدل تطور إيجابي 59.81، حتى عام 2018 انخفضت النسبة إلى 49.40% بمعدل تطور سلبي 20.22.

4.1 إيرادات الفنادق المصنفة سياحيا وإيرادات الفنادق الشعبية في محافظة كربلاء بالنسبة إلى إجمالي الفنادق للمدة من 2010 – 2018:

جدول (4) إيرادات الفنادق المصنفة سياحيا وإيرادات الفنادق الشعبية في محافظة كربلاء بالنسبة إلى إجمالي للمدة من 2010 – 2018

السنة	المحافظة	إيرادات الفنادق المصنفة سياحيا	النسبة إلى البلد %	إيرادات الفنادق الشعبية	النسبة إلى البلد %	المجموع العام	النسبة إلى البلد %
2010	كربلاء	21508108624	17.86	-	-	21508108624	16.68
	إجمالي	120363397433	100	8571409000	100	128934806433	100
2011	كربلاء	81944114550	51.2	1620387860	9.98	83564502410	47.4
	إجمالي	160047122596	100	16225721860	100	176272844456	100
2012	كربلاء	73634951774	39.3	4612414500	18.9	78247366274	36.99
	إجمالي	187092662136	100	24399504500	100	211492166636	100
2013	كربلاء	71472096015	30.1	5527228125	22.7	76999324140	29.4
	إجمالي	237069899855	100	24322163928	100	261392063783	100
2015	كربلاء	178815889	47.2	12735566	33.3	191551455	45.91
	إجمالي	379000538	100	38198240	100	417198778	100
2016	كربلاء	157198271	50.26	14059441	32.10	171257712	48.03

100	356557145	100	43787104	100	312770041	إجمالي	
32.67	103415298	22.37	8135226	34.01	95280072	كربلاء	2017
100	316484431	100	36358338	100	280126093	إجمالي	
34.29	91434685	2.72	9555002	35.36	81879683	كربلاء	2018
100	266592523	100	35095765	100	231496758	إجمالي	

المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على وزارة التخطيط، الجهاز المركزي للإحصاء وتكنولوجيا المعلومات. مديرية إحصاء التجارة، مسح الفنادق ومجمعات الإيواء السياحي للفترة من 2010 - 2018.

نلاحظ من الجدول (4) نسبة إيرادات الفنادق المصنفة سياحياً كبيرة ومهمة جداً مقارنةً بإيرادات الفنادق الشعبية حيث بلغت عام 2011 لتصل إلى 51.2% من إيرادات فنادق إجمالي البلد المصنفة سياحياً، وازدادت عام 2016%50.26 من إيرادات فنادق إجمالي البلد المصنفة سياحياً.

وانخفضت بنسب مقاربة خلال عامي 2017 و2018 لتصل إلى 34.01% و35.36% على التوالي، لكنها تظل نسبتها عالية جداً مقارنةً بإجمالي الفنادق العراقية لأنها تقريباً تصل النصف.

أما على مستوى إيرادات الفنادق الشعبية لم تكون هنالك إيرادات لعام 2010، ثم ازدادت بشكل كبير جداً نسبتها إلى إجمالي البلد في السنوات لتصل إلى 33.3% عام 2015 على التوالي حيث سجلت أعلى نسبة.

وانخفضت بسبب قليلة خلال السنوات 2016 و2017 لتصل إلى 32.10% و22.37% على التوالي. **أما على مستوى محافظة كربلاء** بالنسبة إلى إيرادات إجمالي البلد أيضاً يظهر التطور بشكل واضح حيث ازدادت النسبة بشكل كبير لتصل إلى 47.4% عام 2011، في عام 2015 سجلت النسبة 45.91% من إجمالي البلد، وازدادت في عام 2016 لتصل إلى أعلى النسب 48.03% تعتبر نسبة عالية جداً مقارنةً بالإجمالي.

5.1. المشتغلون في فنادق كربلاء بالنسبة إلى الإجمالي للفترة من 2010-2018 حسب القطاع جدول (5) المشتغلون في فنادق كربلاء بالنسبة إلى إجمالي العاملين للفترة من 2010-2018.

السنة	القطاع	مجموع المشتغلين عدد	نسبتهم إلى البلد %	عدد الفنادق في كربلاء	معدل كربلاء/فندق	عدد الأسرة في كربلاء	معدل كربلاء/موظف	الأجور والمزايا في كربلاء	الأجور والمزايا في البلد	نسبة الأجور %
2010	كربلاء	599	11	100	5.99	13384	0.044	1944830	23593021	8.2
	إجمالي	5459	100							100
2011	كربلاء	2442	34.3	377	6.4	35963	0.067	8161940	25577487	31.9
	إجمالي	7109	100							100
2012	كربلاء	2221	29.24	465	4.8	35710	0.062	6689330	23454318	28.5
	إجمالي	7491	100							100
2013	كربلاء	2664	30.1	577	4.6	44432	0.059	8070574	50297366	16.04
	إجمالي	8830	100							100
2015	كربلاء	3146	42.1	602	5.2	55887	0.056	12697690	37822201	33.6
	إجمالي	7463	100							100
2016	كربلاء	3024	33.11	667	4.53	56570	0.05	1174943	444474580	2.64
	إجمالي	9132	100							100
2017	كربلاء	3839	37.75	758	5.06	85249	0.04	15640165	43024171	36.35
	إجمالي	10167	100							100
2018	كربلاء	3377	37.85	748	4.51	72173	0.04	12836847	37860221	33.90
	إجمالي	8920	100							100

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على وزارة التخطيط، الجهاز المركزي للإحصاء وتكنولوجيا المعلومات، مديرية إحصاء التجارة، مسح الفنادق ومجمعات الإيواء السياحي للفترة من 2010 - 2018

ومن خلال الجدول (5) أعلاه نلاحظ التذبذب في أعداد المشتغلين في كربلاء بالنسبة إلى إجمالي البلد حيث وصل عام 2015 إلى 42.1% من إجمالي البلد، ازدادت النسبة في عام 2017 لتصل إلى 37.75% من إجمالي البلد، عام 2018 سجلت أعلى النسب حيث بلغت النسبة 37.85% من إجمالي البلد، أما معدل العامل بالنسبة إلى فنادق كربلاء قليلة جداً أو سلبية كون كربلاء كلها تابعة للقطاع الخاص وتعد مساهمتها ضعيفة في خلق فرص العمل حيث سجلت نسبة 5.99 عاملاً عام 2010، سجلت نسبة العامل خلال عام 2011 بنسبة 6.4 عاملاً، عام 2017 إلى 5.06 عاملاً، واستمر الحال حتى الوصول إلى 2018 4.51 عاملاً حيث كل هذه النسب تشكل عاملاً سلبياً في توفير فرص العمل، أما معدل العامل للسريير في محافظة كربلاء لا يختلف عن معدل العامل بالنسبة إلى فنادق كربلاء حيث سجلت أعلى نسبة عام 2011 10.067 عاملاً، سجلت عام 2012 نسبة 0.062 عاملاً.

- عام 2013 سجلت نسبة 0.059 عاملاً حتى الوصول إلى عام 2018 0.04 عاملاً، ما بالنسبة للأجور والمزايا في كربلاء إلى إجمالي البلد حيث بلغت عام 2011 النسبة 31.9% من إجمالي البلد، ارتفعت وسجلت أعلى نسبة عام 2017 حيث بلغت النسبة 36.53% من إجمالي البلد، وانخفضت بشكل بسيط عام 2018 حيث بلغت النسبة 33.09% من إجمالي البلد، ويتضح أن لأهمية صناعة الفنادق دور في خلق فرص العمل وتشغيل أكبر عدد ممكن من العاملين، الذي يختلف باختلاف التصنيف الفندقي حيث أن مساهمتها كبيرة في توفير فرص العمل وتخفيف البطالة لا سيما وأن كربلاء من المحافظات التي تتوافر فيها السياحة الدينية ولديها مهارات من الخريجين ذوي الاختصاص السياحي، والذي يتناسب مع تفوق المحافظة بنسبة الفنادق والزوار مقارنة بإجمالي المحافظات العراقية.

من خلال ما تقدم من تحليلات للجدول الميدانية والعملية التي تخص محور البحث والانتاجات والبيانات التي توصل إليها الباحث أتضح أن العراق بشكل عام ومحافظة كربلاء تمتلك المؤهلات الكامنة لتحقيق النجاح في التنمية السياحية أتجاه المنظمات الفندقية السياحية لما يمتلك من مقومات متنوعة (أثرية، دينية، ثقافية، والطبيعية).

وعلى هذا الأساس يمكن التوصل إلى أنه قد تحققت فرضية البحث التي تم دراستها كون العراق يحتل موقع جغرافي متميز ومقومات سياحية متنوعة، هذا يحتاج إلى استغلال امثل لغرض تحقيق مردودات مالية من المؤسسات الفندقية في النشاط السياحي من خلال اعتمادها على اهداف التنمية الاقتصادية المستدامة وعليه تمتلك الفرضية نسب كبيرة في نجاح المشاريع السياحية والتنمية السياحية اتجاه المنظمات الفندقية التي تنص " المؤسسات الفندقية (المنتجة للأموال) قادرة على تحقيق فوائد مالية بالاعتماد على التنمية المستدامة الناجحة في العراق".

الاستنتاجات Conclusions

برزت من خلال البحث جملة نتائج خاصة بالجانب النظري يمكن إيجازها بالآتي:

- 1- نستنتج ان مستوى الحصة الفندقية لمحافظة كربلاء (مجموع الفنادق المصنفة سياحياً والفنادق المصنفة شعبية) سجلت أعلى إلى فنادق أجمالي البلد حيث يظهر التطور الفندقي لمحافظة كربلاء وازدياد اعداد الفنادق والتطور في الخدمات الفندقية وخدمات البنى التحتية، وانتعاش النمو الاقتصادي للمحافظة ساعدة على جذب السياح من داخل وخارج البلد
- 2- يتضح أن لأهمية صناعة الفنادق دور في خلق فرص العمل وتشغيل أكبر عدد ممكن من العاملين، الذي يختلف باختلاف التصنيف الفندقي حيث أن مساهمتها كبيرة في توفير فرص العمل وتخفيف البطالة لا سيما وأن كربلاء من المحافظات التي تتوافر فيها السياحة الدينية.
- 3- عدم الاستقرار السياسي والأمني الذي عاشه العراق قد ساهم في تعميق أزمة القطاع السياحي ، وقد أدى إلى تدني طاقات الإيواء للمؤسسات الفندقية حيث أدى إلى انخفاض نسبة السياح الأجانب ومن الطبيعي أن تنعكس على حجم الإيرادات المسجلة على مستوى هذا القطاع.

- 4- لاستمرار الفنادق في عملها اليومي عليها أن تهتم بتقديم أفضل الخدمات لتصل إلى خلق ميزة تنافسية بالتالي تطور القطاع السياحي .
- 5- عدم الاستقرار السياسي والأمني الذي عاشه العراق قد ساهم في تعميق أزمة القطاع السياحي ، وقد أدى إلى تدني طاقات الإيواء للمؤسسات الفندقية حيث أدى إلى انخفاض نسبة السياح الأجانب ومن الطبيعي أن تنعكس على حجم الإيرادات المسجلة على مستوى هذا القطاع.
- 6- لا يوجد دور للحكومة المحلية في القطاع الصناعي وهذا يدل على سوء التخطيط لمشاريع التنمية والاستثمار إلى درجة أصبحت هذه المناطق محرومة من المشاريع الصناعية التي تفيد أبنائها اقتصادياً واجتماعياً.
- 7- منطقة البحث ذات طابع ديني وتاريخي وتجاري وهي تمتلك إمكانات سياحية طبيعية وآثاره وعمرانية كونها تحمل إراثاً حضارياً وافقاً سياحياً واسعاً يجعلها مقصداً سياحياً عالمياً مميزاً.
- 8- تعدد مجالات الاستثمار السياحي وفرصه في المنطقة، والتي تتمثل في الاستثمار في مشروعات السياحة الدينية والترفيهية والخدمية والثقافية والعلاجية، ومشروعات أخرى.
- 9- ساهمت الكثير من العوامل السلبية المنتشرة في العراق بعرقلة الاستثمار السياحي في العراق عموماً وفي كربلاء كالمعوقات الإدارية والسلوكية.
- 10- عدم وجود أي نوع من الخدمات السياحية كالفنادق وشركات السياحة والطرق المريحة في مناطق البحث أو بالقرب منها وتوفير المطاعم السياحية كذلك.
- 11- يعد إقامة مشروع كبير للسياحة العلاجية والترفيهية والأثرية هو البديل الافضل للتنمية في محافظة كربلاء التي تمتلك مقومات طبيعية.

ثالثاً : التوصيات: Recommendations

- في إطار ما ورد من استنتاجات، لخصت البحث الى مجموعة من التوصيات المناسبة وهي:
- 1- توفير شبكات طرق نقل جديدة وتوسيع الطرق الحالية وتشبيد ساحات لوقوف السيارات، ومد خطوط سكك حديدية مع الدول المجاورة وتنشيط النقل الجوي الداعم لحركة السياحة قبل اقامة مطارات.
 - 2- العمل على التوسع في مشروعات الايواء الفندقي والمنتجعات بدرجات متفاوتة تتناسب مع مستويات دخول السائحين حتى يتيسر له الاختيار بين بدائل الإقامة على وفق قدرته وقوته الشرائية.
 - 3- محاولة ترميم الآثار المتأكلة بشرط المحافظة على الخلفية التاريخية والأثرية.
 - 4- رفع درجة الوعي السياحي لدى جميع أبناء طبقات المجتمع في أماكن الجذب السياحي من العاملين بالجهات والإدارات والمؤسسات الرسمية وغير الرسمية التي تتعامل مع السائح، إذ إن انطباع السائح الايجابي عن سكان المدينة المقدسة يحقق مزيداً من التدفق السياحي.
 - 5- توسيع البرامج السياحية لشركات السفر كافة العاملة في محافظة كربلاء لتشمل البرامج زيارة المقومات السياحية المتنوعة من أجل تعريف السائح بإمكانات المنتجات وعرضها مثلما هي في أغلب المناطق الدينية المشهورة بمنتجاتها الشعبية.
 - 6- عمل معارض محلية داخل القضاء أو داخل مركز كربلاء لتسويق المنتجات والاتفاق مع محلات خاصة لبيعها في عموم المحافظة أو محافظات أخرى ليساعد على رفع المستوى الاقتصادي للقضاء.
 - 7- انشاء مركز علاجي عالمي متخصص بالاستشفاء والعلاج الطبيعي وذلك باستغلال العيون الكبريتية الموجودة في المنطقة الصحراوية منها عين النمر في كربلاء، والتي تدعم نمط السياحة العلاجية في المحافظة عموماً.
 - 8- انطلاقاً من مبدأ تشجيع عملية التشارك المعرفي مع الجامعات والكليات ذات العلاقة، ضرورة المشاركة في تفعيل الندوات والمؤتمرات العلمية الخاصة بتطوير خطط وبرامج الاستثمار السياحي وبرعاية من وزير التعليم العالي والسياحة والآثار.
 - 10 - العمل على تحسين وزيادة مستويات الخدمات الصحية وجعل العناية بالمستشفيات والمراكز والوحدات الصحية من أولى أولويات إدارات القطاع الصحي في المحافظة.

11 - الاهتمام بالتخطيط العلمي المدروس للتوسع في انشاء مؤسسات التعليم السياحي المتخصص وبمستوياته المختلفة في كربلاء بما يتلائم مع احتياجات سوق العمل السياحي فيها. بحيث يكون خريجها لهم الافضلية في المؤسسات السياحية والفندقية في المحافظة.

المصادر

- 1- ابراهيم محمد ابراهيم الغنيمات. (2015). اثر تطبيق جودة الخدمات الفندقية في الاسبقيات التنافسية من وجهة نظر الزبائن البحث تطبيقية فنادق خمسة نجوم والاربع نجوم في اقليم البتراء. الاردن: جامعة الشرق الاوسط كلية الاعمال.
- 2- احمد الكردي. (28 4, 2010). استراتيجية التنمية السياحية المستدامة. تاريخ الاسترداد 4 6, 2010، من موقع موسوعة الاسلام والتنمية : لا
- 3- آسيا محمد امام الانصاري، ابراهيم خالد عواد. (2002). ادارة المنشآت السياحية. عمان - الاردن : دار وائل للنشر والتوزيع.
- 4- المهني. (بدون سنة). ادارة الفندقية العامة لتصميم والتطوير المناهج. المملكة العربية السعودية.
- 5- الهام خضير شبر. (2012). اهمية تكنولوجيا المعلومات في تنمية القطاع السياحي. بغداد: مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية.
- 6- حميد عبد النبي الطائي. (2006). حميد عبد النبي الطائي. عمان - الاردن: دار وائل للطباعة والنشر.
- 7- حنان رضوان حلوة. (2001). محاسبة المؤسسات الفندقية . عمان الاردن : الدار العلمية للنشر والتوزيع.
- 8- عبد الله عبيد كوشن. (2001). التطور الحضري واثره في تنمية الطلب السياحي . بغداد: كلية الادارة والاقتصاد الجامعة المستنصرية.
- 9- عبد الله محمد فريد. (2015). التخطيط والتنمية السياحية . عمان - الاردن: دار الايام للنشر والتوزيع.
- 10- عصام حسن السعيد. (2008). ادارة المنظمات الفندقية. عمان - الاردن : دار الراية للنشر والتوزيع.
- 11- علي محمد امين السيد. (1998). ادارة الفنادق ورفع كفاءتها الانتاجية . عمان - الاردن : دار وائل للطباعة والنشر.
- 12- فؤاد غضبان. (2014). الجغرافية السياحية . عمان - الاردن : دار الباروزي.
- 13- ماهر عبد الخالق السيسى. (2007). شركات السياحة والسفر الإطار العلمي والمجال التطبيقي. مصر: كلية السياحة والفنادق جامعة المنوفي.
- 14- محمد إبراهيم الزهاوي. (2001). امكانية تنمية النشاط السياحي في إقليم الأنبار. بغداد : مركز التخطيط الحضري والاقليمي.
- 15- محمد دياب و صفاء عبد الجبار الموسوي و سمير خليل شملطو. (2015). اساسيات تقييم كفاءة اداء المؤسسات الفندقية . عمان - الاردن: دار الايام للنشر والتوزيع.
- 16- محمد محمود دهيبية. (2007). الجغرافية السياحية. لبنان: دار اجنادين.
- 17- مصطفى عبد القادر. (2003). دور الاعلان في التسويق السياحي. بيروت لبنان: مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع.
- 18- مكرم عبد المسيح باسيلي. (2005). محاسبة المنشآت الفندقية . الاسكندرية : المكتبة العصرية.
- 19- نور الدين هرمز. (2006). التخطيط السياحي والتنمية السياحية . بغداد: مجلة جامعة تشرين للدراسات والبحوث العلمية.
- 20- نيفين شريف. (2010). ادارة الفنادق . الاسكندرية : المعهد العالي للسياحة والفنادق.
- 21- يس عباس الكحلي. (2008). محاسبة الفندقية . الاردن : دار زهران للنشر والتوزيع.