



اسم مشتق من الذكوة وهي الجمرة الملتهبة والمراد بالذكوات
الربوات البيض الصغيرة المحيطة بمقام أمير المؤمنين علي بن أبي
طالب {عليه السلام}

شبهها لضياؤها وتوهجها عند شروق الشمس عليها لما فيها
موضع قبر علي بن أبي طالب {عليه السلام}
من الدراري المضيئة

{در النجف} فكأنها جمرات ملتهبة وهي المرتفع من الأرض، وهي ثلاثة
مرتفعات صغيرة نتوءات بارزة في أرض الغري وقد سميت الغري باسمها،
وكلمة بيض لبروزها عن الأرض. وفي رواية إنها موضع خلوته أو إنها
موضع عبادته وفي رواية أخرى في رواية المفضل عن الإمام الصادق
{عليه السلام} قال: قلت: يا سيدي فأين يكون دار المهدي ومجمع
المؤمنين؟ قال: يكون ملكه بالكوفة، ومجلس حكمه جامعها وبيت
ماله ومقسم غنائم المسلمين مسجد السهلة وموضع خلوته

الذكوات البيض



No:
Date:

رقب ح ٥٧٤٤
٢٠٢٢/١/١٤

ديوان الوقف الشيعي / دائرة البحوث والدراسات

م/ مجلة الذكوات البيضاء

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته ...

إشارة إلى كتابكم المرقم ١٠٤٦ والمؤرخ ٢٠٢١/ ١٤/٢٨ والخاص بكتابنا المرقم ب-٤ ٥٧٤٤/٤ في ٢٠٢١/١/١٤
والمتمسكين باستحداث مجلتكم التي تصدر عن الديوان المذكورة أعلاه ، وبعد الحصول على الرقم المعياري الدولي
المطبوع وإنشاء موقع إلكتروني للمجلة تعتبر الموافقة الواردة في كتابنا أعلاه موافقة نهائية على استحداث المجلة.
... مع وفتر التفسير

أ.م.د. هامين هسان حسن

المدير العام لدائرة البحث والتطوير / وكالة

٢٠٢٢/١/١٤

نسخة منه المرفقة
* اسم القانون العلمية / نسخة كتابات وفتر والترجمة مع الاقليات.
* المرفقة.

مفتاح ابراهيم
١٠ / كانون الثاني

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي - دائرة البحث والتطوير - القصر الأبيض - المجمع القوي - السليمانية
P.O.Box 14078, Erbil, Iraq

إشارة إلى كتاب وزارة التعليم العالي والبحث العلمي / دائرة البحث والتطوير

المرقم ٥٠٤٩ في ٢٠٢٢/٨/١٤ المخطوف على إعمالهم

المرقم ١٨٨٧ في ٢٠١٧/٣/٦

تُعدّ مجلة الذكوات البيضاء مجلة علمية رسمية ومعتمدة للترقيات العلمية.



مَجَلَّةُ عِلْمِيَّةُ فِكْرِيَّةُ فَصْلِيَّةُ مُحْكَمَةُ تَصَدُّرُ عَنْ دَائِرَةِ الْبُحُوثِ وَالدراساتِ فِي دِيوانِ الْوَقْفِ الشَّيْخِيِّ

العدد (١٩) المجلد الأول

ذو الحجة ١٤٤٧ هـ حزيران ٢٠٢٦ م

العدد (١٨) السنة الخامسة ذي الحجة ١٤٤٧ هـ حزيران ٢٠٢٦ م

رقم الإيداع في دار الكتب والوثائق (١١٢٥)

الرقم المعياري الدولي ISSN 2789-1763

الزَّكَاةُ الْبَيْضَاءُ



التدقيق اللغوي

م.د. مشتاق قاسم جعفر

الترجمة الانكليزية

أ.م.د. رافد سامي مجيد

العدد (١٩) السنة الخامسة ذو الحجة ١٤٤٧ هـ حزيران ٢٠٢٦ م

عمار موسى طاهر الموسوي

مدير عام دائرة البحوث والدراسات

رئيس التحرير

أ.د. فائز هاتو الشرع

مدير التحرير

حسين علي محمد حسن الحسني

هيئة التحرير

أ.د. عبد الرضا بهية داود

أ.د. حسن منديل العكيلي

أ.د. نضال حنش الساعدي

أ.د. حميد جاسم عبود الغراي

أ.م.د. فاضل محمد رضا الشرع

أ.م.د. عقيل عباس الريكان

أ.م.د. أحمد حسين حيال

أ.م.د. صفاء عبدالله برهان

م.د. موفق صبري الساعدي

م.د. طارق عودة مري

م.د. نوزاد صفر بخش

هيئة التحرير من خارج العراق

أ.د. نور الدين أبو لحية / الجزائر

أ.د. جمال شليبي / الاردن

أ.د. محمد خاقاني / إيران

أ.د. مها خير بك ناصر / لبنان

الذَّكْوَانُ الْبَيْضُ

مَجَلَّةٌ عِلْمِيَّةٌ فِكْرِيَّةٌ فَصْلِيَّةٌ مُحْكَمَةٌ تَصْدُرُ عَنْ
دَائِرَةِ الْبَحْوثِ وَالدراسَاتِ فِي دِيْوَانِ الْوَقْفِ الشَّيْخِيِّ



العنوان الموقعي

مجلة الذكوات البيض
جمهورية العراق
بغداد / باب المعظم
مقابل وزارة الصحة
دائرة البحوث والدراسات

الاتصالات

مدير التحرير

٠٧٧٣٩١٨٣٧٦١

صندوق البريد / ٣٣٠٠١

الرقم المعياري الدولي

ISSN 2786-1763

رقم الإيداع

في دار الكتب والوثائق (١١٢٥)

لسنة ٢٠٢١

البريد الإلكتروني

إيميل

off reserch@sed.gov.iq

hus65in@gmail.com

العدد (١٩) السنة الخامسة ذو الحجة ١٤٤٧ هـ حزيران ٢٠٢٦ م

دليل المؤلف

- ١- أن يتسم البحث بالأصالة والجدّة والقيمة العلمية والمعرفية الكبيرة وسلامة اللغة ودقة التوثيق.
- ٢- أن تحتوي الصفحة الأولى من البحث على:
 - أ. عنوان البحث باللغة العربية .
 - ب . اسم الباحث باللغة العربي، ودرجته العلمية وشهادته.
 - ت . بريد الباحث الإلكتروني.
 - ث . ملخصان: أحدهما باللغة العربية والآخر باللغة الإنكليزية.
 - ج . تدرج مفاتيح الكلمات باللغة العربية بعد الملخص العربي.
- ٣- أن يكون مطبوعاً على الحاسوب بنظام (office Word ٢٠٠٧ أو ٢٠١٠) وعلى قرص ليزري مدمج (CD) على شكل ملف واحد فقط (أي لا يُجرأ البحث بأكثر من ملف على القرص) وتُرَوّد هيئة التحرير بثلاث نسخ ورقية وتوضع الرسوم أو الأشكال، إن وُجدت، في مكانها من البحث، على أن تكون صالحة من الناحية الفنيّة للطباعة.
- ٤- أن لا يزيد عدد صفحات البحث على (٢٥) خمس وعشرين صفحة من الحجم (A4) .
- ٥ . يلتزم الباحث في ترتيب وتنسيق المصادر على الصيغة APA
- ٦- أن يلتزم الباحث بدفع أجور النشر المحددة البالغة (٧٥,٠٠٠) خمسة وسبعين ألف دينار عراقي، أو ما يعادلها بالعملة الأجنبية.
- ٧- أن يكون البحث خالياً من الأخطاء اللغوية والنحوية والإملائية.
- ٨- أن يلتزم الباحث بالخطوط وأحجامها على النحو الآتي:
 - أ. اللغة العربية: نوع الخط (Arabic Simplified) وحجم الخط (١٤) للمتن.
 - ب . اللغة الإنكليزية: نوع الخط (Times New Roman) (عناوين البحث (١٦) . والملخصات (١٢))أما فقرات البحث الأخرى؛ فبحجم (١٤) .
- ٩- تكون مسافة الحواشي الجانبية (٢,٥٤) سم، والمسافة بين الأسطر (١) .
- ١٠- في حال استعمال برنامج مصحف المدينة للآيات القرآنية يتحمل الباحث ظهور هذه الآيات المباركة بالشكل الصحيح من عدمه، لذا يفضل النسخ من المصحف الإلكتروني المتوافر على شبكة الانترنت.
- ١١- يبلغ الباحث بقرار صلاحية النشر أو عدمها في مدّة لا تتجاوز شهرين من تاريخ وصوله إلى هيئة التحرير.
- ١٢- يلتزم الباحث بإجراء تعديلات المحكّمين على بحثه وفق التقارير المرسلة إليه وموافاة المجلة بنسخة معدّلة في مدّة لا تتجاوز (١٥) خمسة عشر يوماً.
- ١٣- لا يحق للباحث المطالبة بمتطلبات البحث كافة بعد مرور سنة من تاريخ النشر.
- ١٤- لا تعاد البحوث الى أصحابها سواء قبلت أم لم تقبل.
- ١٥- تكون مصادر البحث وهوامشه في نهاية البحث، مع كتابة معلومات المصدر عندما يرد لأول مرة.
- ١٦- يخضع البحث للتقويم السري من ثلاثة خبراء لبيان صلاحيته للنشر .
- ١٧- يشترط على طلبة الدراسات العليا فضلاً عن الشروط السابقة جلب ما يثبت موافقة الأستاذ المشرف على البحث وفق النموذج المعتمد في المجلة.
- ١٨- يحصل الباحث على مستل واحد لبحثه، ونسخة من المجلة، وإذا رغب في الحصول على نسخة أخرى فعليه شراؤها بسعر (١٥) ألف دينار.
- ١٩- تعبر الأبحاث المنشورة في المجلة عن آراء أصحابها لا عن رأي المجلة.
- ٢٠- ترسل البحوث إلى مقر المجلة - دائرة البحوث والدراسات في ديوان الوقف الشيعي بغداد - باب المعظم (أو البريد الإلكتروني: hus65in@Gmail.com) (off reserch@sed.gov.iq) بعد دفع الأجور في مقر المجلة
- ٢١- لا تلتزم المجلة بنشر البحوث التي تُخلُّ بشرط من هذه الشروط .

مَجَلَّةُ عِلْمِيَّةٌ فِكْرِيَّةٌ فَصَلِيَّةٌ مُحْكَمَةٌ تَصْدُرُ عَنْ
دَائِرَةِ الْبُحُوثِ وَالدرَاسَاتِ فِي دِيوانِ الْوَقْفِ الشَّيْخِيِّ



العدد (١٩) السنة الخامسة ذو الحجة ١٤٤٧ هـ حزيران ٢٠٢٦ م

ت	عنوانات البحوث	اسم الباحث	ص
١	العسقلانيين الوافدون الى مصر وأثرهم في القضاء المصري في مصر في العصر المملوكي دراسة تاريخية	أ.د. محمود فياض حمادي	١٠
٢	مظاهر النهوض والتزدي للأمة المسلمة في الجانب العلمي	د. أنس عصام اسماعيل	٢٤
٣	أبعاد هجرة المسلمين الى الحبشة «دراسة تاريخية تحليلية»	أ.د. عمر قحطان عبد اللطيف أ.د. سهاد فاضل عباس مصطفى	٣٤
٤	أبو هلال العسكري وأبو الطيب المتنبي قضايا ومواقف	أ.د. جمال عبد الحميد السوداني	٤٢
٥	أحكام استيفاء الصداق المؤخر في الفقه الإسلامي	أ.م. د. وليد منفي عبد ظاهر الخليفاي	٥٢
٦	الإلحاد المعاصر من منظور عقيدة التوحيد» الأسباب والمعالجات العقدية»	أ.م. د. مدين عبد خلف صالح	٦٨
٧	كفاءة التنمية المستدامة في التعليم	أ.م. د. بشائر مولود توفيق أ. د. هدى محمد سلمان	٨٢
٨	التفاعل القائم على التناقض المدعوم بالذكاء الاصطناعي في تنمية التفكير اللغوي الإبداعي وكسر الأنماط اللغوية الجامدة لدى متعلمي اللغة العربية	أ.م. د. وفاء شاوي حسن	٩٦
٩	الجغرافية النقدية اتجاه حديث في تطور الفكر الجغرافي	أ.م. د. حيدر عبد الامير رزوق	١١٨
١٠	تعددية الخطاب القرآني في شرك المخاطب	أ.م. د. علي سوادي ظاهر	١٣٢
١١	طرائق التعلم والتعليم في السنة النبوية «دراسة موضوعية»	أ.م. د. مرفت نواف عبود	١٤٤
١٢	التقابل الاستعاري في النص القرآني	أ.م. د. باسم محمد أبراهيم	١٥٨
١٣	الجال الكوني بوصفه محدّدًا للتكليف : دراسة فقهية في العبادات المرتبطة بالحركة الفلكية	م. د. جنان شاكر علي	١٦٦
١٤	فاعلية استراتيجية (SNIPS) في تحصيل طالبات الصف الخامس العلمي في مادة الاحياء والتفكير الناظري لديهن	م. د. ختام عدنان عبد السادة الكرعوي	١٧٧
١٥	تحليل محتوى كتاب اللغة العربية للصف الرابع الإعدادي في ضوء مهارات التفكير المنطقي	م.د. حسنين علي دغير الكناني	١٩٢
١٦	الثقافة المعاصرة وأثرها في الاستدلال الديني	م. د. وسام فايز هاشم الموسوي	٢١٨
١٧	هاشميات الكميت دراسة في الأساليب النحوية	م. د. سالم جمعه مليك	٢٣٢
١٨	التربولوجيا التغيير وتأثيرها في الاستراتيجيات التسويقية السياحية دراسة استطلاعية في نشاط سياحة الاهوار العراقية	م. د. شيماء حميد رشيد	٢٤٢
١٩	التكامل المعرفي بين علم الكلام وأصول الدين في معالجة القضايا العقدية	م. د. حسين علوان حسين	٢٦٢
٢٠	رد شبهات جولدتيسهر حول عبد الله بن عباس في كتابه مذاهب التفسير الإسلامي	م. د. حارس رميلي عبد الكاظم	٢٧٢
٢١	بناء الشخصية الإسلامية في ضوء حديث ابن عباس «احفظ الله يحفظك» دراسة فكرية	م. د. خضير عباس إبراهيم الخليفاي	٢٩٢
٢٢	طقوس أعياد ملوك العراق القديم وعلاقتها بالجوانب الدينية	م.م. ميلاد محمد ياسين	٣١٠
٢٣	الاثار المترتبة على سحب اليد وفق قانون انضباط موظفي الدولة في العراق	م.م. اسراء فاخر بجاي	٣١٦
٢٤	أثر تطبيق نظام الفوترة الإلكترونية على الحد من التهرب الضريبي - دراسة استطلاعية في الشركة العراقية للسجاد والمفروشات	م.م. سجي ثابت الثابت	٣٣٠
٢٥	البحث في قوة الدولة	م.م. مهاد محمد عبد الله	٣٤٠

ت	عنوانات البحوث	اسم الباحث	ص
٢٦	المعالجات التقنية للصورة الفوتوغرافية في اعلانات مكافحة الفساد	م. م. آيات اسعد مجيد المالكي	٣٥٢
٢٧	الانهار والبحيرات في الكتابات التراثية	م. م. وسن عادل عبد الوهاب	٣٦٦
٢٨	علاقة كفاءة استخدام المياه بإنتاجية الحنطة: نحو إدارة مستدامة للموارد المائية	م. م. ديار طاهر ياسين م. م. احمد طلال أكرم محمد	٣٧٨
٢٩	حضارة المرابطين في بلاد المغرب « ٤٤٨ هـ / ١٠٥٦ م - ١١٤٧ م »	م. م. عباس سالم ناصر	٣٨٦
٣٠	المحسنات البديعية (اللفظية) في قصيدة مدح خير البرية للشيخ إبراهيم الكفعمي (ت ٩٠٥ هـ) دراسة تحليلية	م. م. عبد الأمير حميد حرجان الأسدي	٣٩٨
٣١	العلاقات اللبنانية-الإسرائيلية بعد عام ٢٠٠٠: دراسة في السياسة الإقليمية والأمنية	م. م. فاطمة الزهراء فاضل مدلول الكبي	٤١٠
٣٢	Investigation of the Relation between ESL Students Beliefs Metacognition and Strategic	Assistant teacher. Aseel Gany Mohammed	٤١٨
٣٣	أثر تدخل تعليمي إيجابي قائم على المعلم على معرفة رفاحية الطلاب ذوي الاحتياجات الخاصة (خدمة مجتمع)	م. م. عذراء عبد اللطيف لفته	٤٣٤
٣٤	أثر انموذج التفكير النشط في تحصيل مادة الاجتماعيات لدى تلاميذ الصف الخامس الابتدائي	م. م. هيفاء فاضل محمود	٤٤٨
٣٥	القوة الرياضية لدى طلاب الصف الرابع العلمي وعلاقتها بدافعهم المعرفي	م. م. احمد حسين حمادي	٤٦٢
٣٦	The Influence of Instructors' Age and Gender on the Learning Process for English Department Students \ College of Education for Humanities – Kirkuk University	Assistant Teacher: Sahira Ibrahim Suleiman	٤٨٠
٣٧	منهج النسفي في تفسير آيات الاحكام وتطبيقاته على القضايا المعاصرة	م. فاطمة عبد الكريم جليل	٤٩٦
٣٨	تضمين مبادئ حقوق الانسان في دروس الفيزياء للمرحلة الثانوية» مقال علمي«	م. هند هادي رعيد	٥٠٨
٣٩	تجليات الصراع النفسي في رواية الحركة	الباحث: احسان فيصل بريج أ. د. سلام حليد رسن	٥١٤
٣٠	دراسة إحصائية للتباين المكاني والتركز السكاني في مدن محافظة بابل تحليل مقارنة باستخدام منحني لورنز ومعامل جيني (٢٠٠٧-٢٠٢٥).	الباحثة: انوار احمد حمزه المشرف: الدكتور ميرنجف موسى	٥٢٦
٤١	الالتفات النصي	الباحثة: فاطمة سليم عبد منصور أ. م. د. بشري محمود إبراهيم	٥٤٢
٤٢	تأثير المقومات التراثية لشارع المتنبي في الهوية الثقافية» دراسة ميدانية«	الباحث: بلال جاسم زيدان أ. م. د. علاء كريم مطلق	٥٦٨
٤٣	التفسير الاجتماعي عند الطاهر بن عاشور «حدود التأصيل ومجالات التطبيق»	الباحث: حازم محمد سلمان خضير	٥٨٤
٤٤	السياسة الجنائية المعاصرة في مواجهة الجرائم الإلكترونية وأثرها في حماية الامن المجتمعي	الباحث: حسين ساهي جبر	٦٠٢
٤٥	تفكيك البنية السردية في الرواية العربية المعاصرة: دراسة في تعدد الأصوات وتداخل الأزمنة	م. د. حيدر عبد الأمير صابط كاظم	٦٢٦
٤٦	التحليل القياسي لأثر المزيج التسويقي السياحي في استدامة الطلب السياحي الدولي في العراق للمدة «٢٠٠٤-٢٠٢٥»	الباحث: عدي صبيح لازم	٦٤٢
٤٧	الولاية في مرويوات الإمام موسى الكاظم (عليه السلام) «دراسة عقديّة عند الإمامية الاثني عشرية»	أ. د. ماجد حميد كصاب علي طاهر محسن السلطاني	٦٥٠
٤٨	دور رقابة الالتزام وفق معيار (ISSAI ٤٠٠) في تحسين جودة التقارير المالية	فادية علي عبد الكريم أ. م. د. الاء شمس الله نور الله	٦٦٨
٤٩	النمذجة التنبؤية لمخاطر السيول في أحواض غرب الأنبار الجافة	الباحث: نور خليل إبراهيم صالح الكرغولي	٦٨٦
٥٠	العواصف في العراق في الماضي والحاضر	الباحثة: ولاء ضياء نصيف	٧٠٤
٥١	أثر اختلاف ألفاظ السؤال النبوي في اختلاف ألفاظ الجواب «جمعاً ودراسة»	م. د. محمد عز الدين مهدي	٧١٦
٥٢	نشأة الحركات الاحتجاجية في العراق «الحكم العثماني أنموذجاً»	م. م. زينب خالد محمد	٧٢٦

فصلية مُحَكَّمة تُعنى بالبحوث والدراسات العلمية والإنسانية والفكرية
العدد (١٩) السنة الخامسة ذو الحجة ١٤٤٧ هـ حزيران ٢٠٢٦ م

التحليل القياسي لأثر المزيج التسويقي السياحي في استدامة
الطلب السياحي الدولي
في العراق للمدة «٢٠٠٤-٢٠٢٥»

الباحث: عدي صبيح لازم
الجامعة العراقية/مركز البحوث والدراسات



العدد (١٩) السنة الخامسة ذو الحجة ١٤٤٧ هـ حزيران ٢٠٢٦ م



فصلية مُحَكَّمة تُعنى بالبحوث والدراسات العلمية والإنسانية والفكرية

العدد (١٩) السنة الخامسة ذو الحجة ١٤٤٧ هـ حزيران ٢٠٢٦ م

المستخلص:

تستهدف الدراسة الى ابراز امكانيات المزيج التسويقي كخيار استراتيجي ناجع يتطلع نحو منطلقات التسويق السياحي الحديث (7Ps) وقد صيغ البحث ليكون المزيج التسويقي متغير مستقل يعمل على التأثير في الطلب السياحي للعراق وللفترة المرصودة من (٢٠٢٠-٢٠٢٥) وقد ركز البحث في منطلقاته نحو اهداف اقتصادية تتمثل بضرورة تنويع مصادر الثروة بالعراق للاسهام بتعزيز الموانة الاتحادية وقد استخدم البحث نموذج التحليل القياسي الاحصائي لجوهانسون ، وقد صيغت فرضيات الدراسة القياسية وفق استجابات المرونة النسبية لطلب السياحي ، وقد تبين علاقة متوازنة وبدلالة معنوية طويلة الامد بين متغيرات الدراسة ، وهذا مايتطلب الى اتباع استراتيجيات ترويجية تعتمد على الرقمنة وذلك من اجل تعزيز صور العراق كواجهة سياحية .

الكلمات المفتاحية (المزيج التسويقي (7Ps) ، الطلب السياحي ، نموذج جوهانسون

Abstract:

The study aims to highlight the potential of the marketing mix as an effective strategic option that aligns with modern tourism marketing principles (7Ps). The research is designed with the marketing mix as an independent variable influencing tourism demand in Iraq for the period (2020-2025). It focuses on economic objectives centered on the necessity of diversifying Iraq's wealth sources to support the federal budget. The study employs the Johansen Cointegration econometric model, and the research hypotheses are formulated based on the relative elasticity responses of tourism demand. The results indicate a significant, long-term equilibrium relationship between the study variables, necessitating the adoption of digital promotion strategies to enhance Iraq's image as a premier

Keywords: Tourism Marketing Mix (7Ps), Tourism Demand, Johansen Cointegration Model,

منهجية البحث:

مشكلة البحث :

خلال العقود الاخيره شهدت حركة السياحة الداخلية والخارجية حالة من التذبذب وعدم الاستقرار عطفاً لما يمتلكه العراق من مقومات الجذب السياحي وانماط سياحية تمتاز بالميزة التنافسية التي تنفرد بها عن بقية دول العالم والمتمثل بزيارة مرافد الأئمة والاولياء الصالحين ، وقد تبين ان هناك فجوة بين المعروض سياحياً وبين الموجود فعلياً رغم توفر كافة التسهيلات المشجعة للسفر والسياحة ، وعلى هذا الاساس تتركز اسئلة البحث حول مدى امكانية المزيج التسويقي في استقطاب اكبر حجم من الطلب السياحي والعمل على استدامة زيارته ؟

أهمية البحث :

تنبع اهمية الدراسة في محاولة منها الى تحويل العوامل التسويقية المتمثل بالمزيج التسويقي الى ارقام يمكن دراستها وفهمها بأسلوب علمي لتكون اداة ناجعة لصانع القرار السياحي وكذلك مخطط الرحلات السياحية بالعراق مع القدرة على تحويل المعروض السياحي الى موجود سياحي فعلي .

أهداف البحث:



العدد (١٩) السنة الخامسة ذو الحجة ١٤٤٧ هـ حزيران ٢٠٢٦ م



فصلية مُحَكَّمة تُعنى بالبحوث والدراسات العلمية والإنسانية والفكرية

العدد (١٩) السنة الخامسة ذو الحجة ١٤٤٧ هـ حزيران ٢٠٢٦ م



العدد (١٩) السنة الخامسة ذو الحجة ١٤٤٧ هـ حزيران ٢٠٢٦ م



امكانية بناء نموذج قياسي يجيد التعامل مع التغيرات الحاصلة في تذبذب الطلب السياحي .
قياس استقرارية السعر وجودة الخدمة وانعكاسها في تنامي واستدامة الطلب السياحي .
معرفة وتشخيص اهم عناصر المزيج التسويقي ذات الاثر الكبير والمباشر في سوق السياحة بالعراق من خلال
النموذج القياسي .
فرضية البحث:

من خلال استعراض المشكلة والاهمية والاهداف ومعرفة المنهجية التي تستل طرح مرتكزات البحث في محاولة
منها تقديم النتائج الدقيقة كان لابد لنا انصوغ الفرضيات التالية
١ . الفرضية الرئيسية : هناك علاقة طردية ذات دلالة احصائية بمعنوية عالية وتأثير عناصر المزيج التسويقي في
خلق وتنامي الطلب السياحي الداخلي والخارجي على حد سواء .
٢ . الفرضية الفرعية : هناك ملحوظ في درجة وتأثير عناصر المزيج التسويقي المتمثل بكل من السعر والترويج
والميزة التنافسية في استقطاب السياح المحليين والدوليين خلال الاجل القصير .
المحددات النظرية والمفاهيمية للبحث

مفهوم المزيج التسويقي السياحي
في الدراسات الحديثة لا يقتصر المزيج التسويقي على العناصر الاربعة فقط بل ان خبراء التسويق اضافوا لها
ابعاداً اخرى لتصل الى السبع (٧Ps) عناصر وهذا ما عزز من مفهوم المزيج التسويقي السياحي كون ان
طبيعة الخدمة السياحية تتشكل من نشاطات اقتصادية اخرى وعلى هذا الاساس سعت البلدان المصدرة
للسياح والتي تواجه منافسة قوية من بلدان تقدم نفس الانماط السياحية الى تقديم خدمات عامة تتجاوز في
مفهومها السياحي وتتنوع الى بعض الضمانات التي تجعل من المزيج التسويقي كاحد النعائش السلمي بين
الاجتمعات وجواز سفر دائم لكل الشعوب ، وخلال العقود الماضية مثل النشاط السياحي مرتكزاً اقتصادياً
واداة مرنة في معالجة الانكماشات الاقتصادية التي تحدث نتيجة ظروف وعوامل خارجة عن سيطرة القطاع
السياحة بل الدولة باكملها (Kotler, P Bowen, J. T Makens, J., & Baloglu, S, ٢٠٢١)
(٢٠٢١) مثال على ذلك ما يتعلق بالكوارث الطبيعية ومنها ما يتعلق بحدث سياحية خارجي او في زمن الوباء
والامراض مثلما حدث في جائحة كورونا سنة ٢٠٢٠

الخدمة السياحية : وهي مزيج من الخدمات تقدم على شكل رزمة واحدة عند زيارته لاحد اماكن القصد
السياحي كان تكون (اصطياف ، علاجية ، بيئية ، اثار) ، وقد اخ مفهوم الخدمة يتسع الى خدمات تكميلية
مثلت بمضمونها مزيج تسويقي متكامل . (Al-Abadi, H., & Al-Rubaye, M, ٢٠٢٠)
التسعير : هي عملية التقييم التي تعتمد على الموازنة بين القدرة التنافسية والقيمة المحصلة مع الدول المجاورة
لهذا البلد ، لذا اصبحت السياسات السعرية العلاقاتية التي يعتمدها مخططى البرامج السياحية وصناع القرار
في البلد احد اهم البواعث الاساسية وتستجيب استجابة منطقية في موسم الكساد .
المكان: وتشمل كافة الاجراءات الوصول للمناطق السياحية مع توفير مستلزمات الرحلة السياحية المتمثلة
الحجز وتذاكر السفر .

الترويج : الاسلوب الامثل من اجل تفعيل الصورة الذهنية المعززة بعروض تنافسية تعمل على جذب السائح
للممارسة الفعاليات الترويجية ، وقد اخذ الاساليب الترويجية ابعاداً مختلفة منها ما يتعلق بالترويج التقليدي
(بوستر، اعلانات تلفزيونية ، لوحات اعلانية في مراكز المدن) ومنها ما يتعلق بالترويج الرقمي الذي بدأت
تتسع مساحته خلال العقد الاخير وشكلت العمود الفقري بالوقت الحاضر لكافة العروض والبرامج الترويجية
في البلد المصدر للسائح .

فصلية مُحَكَّمة تُعنى بالبحوث والدراسات العلمية والإنسانية والفكرية

العدد (١٩) السنة الخامسة ذو الحجة ١٤٤٧ هـ حزيران ٢٠٢٦ م



العدد (١٩) السنة الخامسة ذو الحجة ١٤٤٧ هـ حزيران ٢٠٢٦ م



العناصر الأخرى : (العمليات ، الدليل المادي ، الافراد)

ماهية الاستدامة واستدامة الطلب السياحي على الصعيد المحلي والخارجي

الاستدامة : اخذ موضوع الاستدامة ياخذ منحى اوسع من فكرته البيئية ، انما التأكيد على ديمومة واستمرارية النمو المتوازن الذي يسعى دوماً نحو انسياب دائم وتدفق متصاعد للطلب السياحي ، مع المحافظة على استقرارية مرنة لا تتأثر بالتقلبات الموسمية والاحداث الطارئة هذه الاستراتيجية تهدف على تحقيق مطالب اساسية تتمثل بالاتي (Middleton, V. T., & Clarke, J. R. ٢٠١٢. ٢٢) :

١. جعل قطاع السياحة مورد اقتصادي لا ينضب ويساهم مساهمة فعالة في الناتج المحلي .

٢. التوجه الاستراتيجي من خلال تنوع العرض السياحي نحو اسواق جديدة نحو اسواق خارج

٣. الرغبة المستدامة للسائح بطبيعة المقوم السياحي .

المطلب الثاني: العلاقة التأثيرية بين المزيج التسويقي والطلب السياحي

التركيز على نموذج الطلب المستدام في البيئة العراقية

ان المزيج التسويقي يمثل الطرف الاكثر فعالية باعتباره العامل المستقل الذي يؤثر في الشرائح الاجتماعية المستهدفة بالنشاط السياحي ، وعلى هذا الاساس يلاحظ ان استمرارية وديمومة حركة السياحة الوافدة للعراق تواجه تحديات كبرى ياتي في مقدمتها (تغيرات سعر الصرف وردائة البنى التحتية) ، وحتى يتمكن قطاع السياحة بالعراق من تجاوز تلك المشاكل السعي دوماً نحو خلق ميزة تنافسية تتمثل باستخدام ادوات الترويج السياحي واستراتيجيات التسعير المرنة هذا الاجراءات ممن شأنا ان ترفع من وتيرة النشاط السياحي وتخلق الرغبة المستدامة في الصورة الذهنية للسائح .وان طبيعة الموارد السياحية في العراق المتمثلة بالسياحة الدينية نحو المرقاد والعتبات المقدسة وكذلك سياحة الاستجمام في مناطق اهورا واقليم كردستان العراق وكذلك بالنسبة للسياحة الحضارية والاثريّة في وسط وجنوب العراق تتيح لصناع القرار باتباع هذه الاجراءات المناسبة .

تأثير الترويج والجودة في دعم واستمرارية الطلب السياحي

ان ادبيات التسويق والترويج السياحي ترى ان ادوات المزيج التسويقي المدروس تعمل على ادارة الاحتمالات وتقدير الطلب السياحي (Hall, C. M. ٢٠١٩. ٢٠) ، وفي الوقت الحاضر يعد العراق من اكثر البلدان يمتلك بيئة افتراضية واسعة ، هذا المساحة فيما لو وجهت بالشكل الفعال فلا شك انها سوف تعمل على كسر حاجز التخوف او تخلق له الرغبة ، مع التركيز على جودة الخدمة السياحية لانها تمثل الدور الفاعل في استدامة الطلب السياحي ، ان هذه الاستراتيجية تستهدف الانطباع الذهني للسائح فهي لاستهداف زيارته وحسب انما تجعل من السائح مروج مجاني للعراق .

تطبيق مضامين الترويج والجودة في جميع الانماط السياحية المقدمة

اكتوى الترويجي الذي يتم صناعته : وهذا النوع يركز بالتوجه الى وسائل التواصل الاجتماعي الرئيسة بالعراق مثل (تيك توك ، انستغرام ، فيس بوك) هذه التطبيقات تتناول محتويات واقعية من خلال العرض التصويري الذي يضع الصدمة الذهنية اساس في خلق الرغبة السياحية

التسهيلات السياحية بما يتعلق بتأشيرات الدخول والحصول على الفيزا ، وقطع التذاكر

ادارة الذوق العام في تقديم المزيج التسويقي وكما هو معلوم ان النشاط السياحي بصورة عامة يتأثر بالنمط السلوكي وطبيعة العادات في تلك البلدان (Dwyer, L, & Kim, C. ٢٠٠٣. ٤٣) (وقد اثبتت جميع الدراسات السياحية ان اكثر خدمة مجانية يحصل عليها السائح هو التعامل السلوكي وطبيعة اللوائح والانظمة القانونية التي تحفظ حقوق السائح خارج بلده ،وقد اكدت تلك الدراسات ان اهم خدمة يحصل عليها لسائح بعد عودته الى بلده الى الاحترام والتقدير وحفاوة الاستقبال التي حصل عليها في البلد السياحي

فصلية مُحَكَّمة تُعنى بالبحوث والدراسات العلمية والإنسانية والفكرية

العدد (١٩) السنة الخامسة ذو الحجة ١٤٤٧ هـ حزيران ٢٠٢٦ م

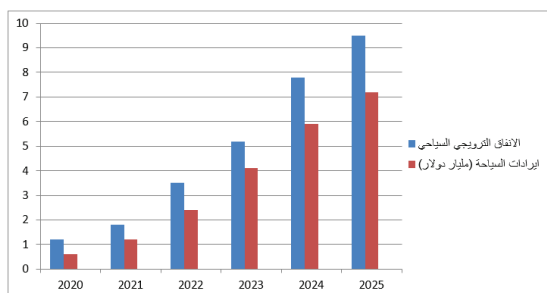
جدول (١): مؤشرات المزيج التسويقي والطلب السياحي في العراق (٢٠٢٥-٢٠٢٠)

السنة	الاتفاق الترويجي السياحي	ايرادات السياحة (مليار دولار)	اجمالي الوافدين (مليون سائح)	مؤشر اسعار الخدمات السياحية (%)
2020	1.2	0.6	0.85	115
2021	1.8	1.2	1.40	110
2022	3.5	2.4	2.10	105
2023	5.2	4.1	3.60	102
2024	7.8	5.9	4.80	98
2025	9.5	7.2	5.50	95

المصدر/ وزارة التخطيط والتعاون الانمائي، الجهاز المركزي للإحصاء

جدول (١): "يستعرض الجدول أعلاه تطور مؤشرات المزيج التسويقي (التمثلة في الإنفاق الترويجي وأسعار الخدمات) والطلب السياحي (المتمثل في أعداد الوافدين والإيرادات السياحية) في العراق للمدة (٢٠٢٥-٢٠٢٠). نلاحظ من القراءة الأولية للبيانات وجود منحى تصاعدي مستمر في حجم الإنفاق الترويجي، حيث ارتفع من (١,٢) مليار دولار عام ٢٠٢٠ ليصل إلى ذروته عند (٩,٥) مليار دولار عام ٢٠٢٥. واكب هذا الارتفاع تحسن ملموس في كافة مؤشرات الطلب، مما يعطي مؤشراً أولياً على وجود علاقة طردية قوية بين الجهود التسويقية المبذولة وبين استجابة السوق السياحي العراقي.

مليار دولار



السنوات

الشكل رقم (١) تطور الانفاق الترويجي وإيرادات السياحة في العراق للفترة (٢٠٢٥ - ٢٠٢٠) يُظهر الشكل البياني أعلاه التوافق الحركي بين المتغير المستقل (الإنفاق الترويجي) والمتغير التابع (إيرادات السياحة). ومن خلال المقارنة البصرية بين الأعمدة والمنحنيات، يتضح ما يلي:
١. الترابط الزمني: كل زيادة في مخصصات الإنفاق الترويجي كانت تتبعها زيادة مباشرة في حجم الإيرادات السياحية، مما يؤكد كفاءة الخطط الترويجية المتبعة خلال سنوات الدراسة.



العدد (١٩) السنة الخامسة ذو الحجة ١٤٤٧ هـ حزيران ٢٠٢٦ م





٢. معدلات النمو: حققت عام ٢٠٢٥ أعلى قفزة في الإيرادات (٧,٢ مليار دولار) بالتزامن مع أعلى حجم إنفاق، مما يشير إلى وصول المزيج التسويقي إلى مرحلة التأثير الفعال في جذب السياح.

٣. مرونة الطلب: نلاحظ أن الفجوة بين الإنفاق والإيرادات تضيق تدريجياً، وهو ما قد يُفسر بتحسين جودة الخدمات السياحية أو انخفاض مؤشر أسعارها، مما حفز الطلب السياحي بشكل أكبر.

وهذا يتطلب استمرارية في دعم الموازنات الترويجية مع التركيز على تنوع قنوات المزيج التسويقي لضمان استدامة نمو الإيرادات السياحية في العراق. وهذه تعد طريقة مثلى في التعامل مع موجوده سياحي وفير غير خاضع للترويج ويمكن ان يستغل من ضمن المزيج الترويج حتى تكون هناك مساحة كبيرة للأنشطة الترويجية وتحقيق أكثر من ميزة تسويقية للعراق، ان تعزيز تلك الافتراضات الترويجية ستسهم وبدون ادنى شك في زيادة حجم الاقبال السياحي خصوصاً اذا علمنا ان العراق في الفترات السابقة عانى من تردي امني شكلت صور ذهنية سلبية اتجاه اي فكرة سفر للعراق

النموذج القياسي

لتمثيل العلاقة بين المزيج التسويقي والطلب السياحي، سنستخدم دالة الانحدار الخطي المتعدد بصيغتها اللوغاريتمية الطبيعية (Double-Log Model)، وذلك لسهولة تفسير النتائج كمرونة (Elasticities)

$$\ln(TD_t) = \beta_0 + \beta_1 \ln(PROM_t) + \beta_2 \ln(PRIC_t) + \beta_3 \ln(QUAL_t) + \beta_4 \ln(EXCH_t) + \varepsilon_t$$

جدول رقم (٢) النموذج القياسي

الرمز	المتغير	التفسير الاقتصادي
TD _t	الطلب السياحي	المتغير التابع (يقاس بعدد الوافدين او الإيرادات)
PROM _t	الترويج	الانفاق الحكومي والخاص على الحملات التسويقية
PRIC _t	السعر	الرقم القياسي لاسعار الخدمات الفندقية والسياحية
QUAL _t	الجودة	مؤشر الطاقة الاستيعابية (عدد الغرف او المنشآت السياحية)
EXCH _t	سعر الصرف	متغير ضابط (Control Variable) لاثره على القوة الشرائية للسائح.
β _٠	الثابت	يمثل العوامل الاخرى المؤثرة غير المذكورة في النموذج
ε _t	حد الخطأ	يمثل التذبذبات العشوائية التي لا يمكن تفسيرها بالنموذج

اختبار استقرارية السلاسل الزمنية (Unit Root Test)

قبل البدء، يجب إثبات أن البيانات "ساكنة" أو مستقرة باستخدام اختبار ديكي فولر المطور (ADF).

الهدف: التأكد من عدم وجود "انحدار زائف" (Spurious Regression).

اختبار التكامل المشترك (Cointegration Test) سنستخدم اختبار "جوهانسون" أو "اختبار

الحدود (Bounds Test) لنموذج ARDL.

فصلية مُحَكَّمة تُعنى بالبحوث والدراسات العلمية والإنسانية والفكرية

العدد (١٩) السنة الخامسة ذو الحجة ١٤٤٧ هـ حزيران ٢٠٢٦ م

الفلسفة : هل توجد علاقة طويلة الأمد تربط بين التسويق والطلب رغم الأزمات؟

تقدير معالم النموذج (Estimation)

هنا تخرج النتائج النهائية التي تُظهر:

١٦ (معامل الترويج): إذا كانت قيمته (٠,٦٥)، فهذا يعني أن زيادة الإنفاق الترويجي بنسبة ١٠٪ تؤدي لزيادة الطلب بنسبة ٦,٥٪

رقم (٣) عرض النتائج (جدول التحليل القياسي)

المتغير المستقل	للمعامل المقدر (co-) efficient	قيمة (t-statistic) المعنوية
الترويج (prom)	***0.724	4.82
السعر (pric)	** -0.412	-2.35
الجودة (QUAL)	***0.589	3.12
سعر الصرف (EXCH)	-0.150	-1.18
معامل التحديد (R ²)	0.88	قوة تفسيرية عالية

ملاحظة: النجوم (*) تعني أن المتغير معنوي عند مستوى ١٪،

رقم (٤) مصفوفة المتغيرات (جدول القوة التحليلية)

المتغير التسويقي	نوع العلاقة بالطلب	ررجة التأثير (-)Elas (ticity)	الاولوية في التنفيذ
للترويج (-) promo (tion)	طردية قوية	High (0.85)	قصوى (عاجل)
الخدمة السياحية (product)	طردية متوسطة	Medium ((0.40	متوسطة (مستمر)
الاسعار (price)	عكسية ضعيفة	Low (-0.15)	ثانوية
التوزيع (place)	طردية قوية	High(0.60)	قصوى (لوجستي)

الاستنتاجات /

ان الطلب السياحي يمتاز بعدم المرونة النسبية اتجاه الاسعار السياحية الفندقية وهذا يعود الى طبيعة المقوم الروحي وهي عتبات دينية ومزارات فان التذفقات السياحية ستستمر ولن تتوقف
تبين ان المزيج التسويقي يؤدي الى تنامي الطلب السياحي واستدامته خلال العقود القادمة وهذا يدل على وجود علاقة تكاملية قد تم التوصل اليها من خلال النموذج القياسي المتمثل باختبار (جوهانسون) وان هناك اثر معنوي في تلك العلاقة التوازنية ذات الاثر الطويل .

اثبتت الدراسة ان هناك اثر معنوي للترويج الرقمي وان هذا المتغير اثبت تاثيره القوي في استمرارية الطلب السياحي واستدامته وهذا يشير الى ان الزبون يهتم بالصورة الذهنية التي يحصل عليها جراء وسائل التواصل الاجتماعي .

التوصيات

السرعة الممكنة في تسهيل اجراءات الوصول المتمثلة بالتأشيرة السياحية (الفيزا) ووسائل النقل بكافة اشكالها والفنادق بكافة مستوياتها ومكاتب الصيرفة بجميع العملات وبطاقات الدفع الالكتروني وهي الوسيلة الاكثر



العدد (١٩) السنة الخامسة ذو الحجة ١٤٤٧ هـ حزيران ٢٠٢٦ م





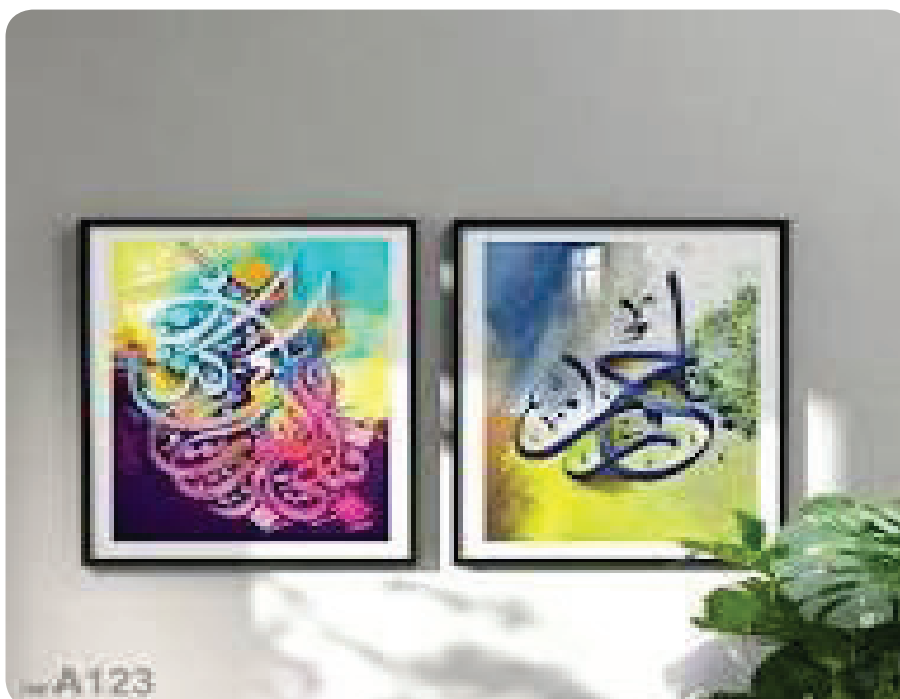
اماناً في تداولها عالمياً .

اتباع نتائج النموذج القياسي الذي كشف عن وجود علاقة طردية بين الخدمات المقدمة في اماكن القصد السياحي (مدينة اور بابل اشور المزارات الدينية) وبين مدة مكوث السائح في تلك الاماكن التوجه نحو الانماط والاشكال السياحية الاخرى وذلك بالاعتماد على تقديم مزيج تسويقي متكامل يلبي حاجة ورغبة السائحين وهذا مايعمل على استمرارية الطلب السياحي وانسيابية التدفقات المالية مما يعزز من قيمة السياحة كمورد يساهم فيها الدخل السياحي في ميزان المدفوعات .

رصد اموال ثابتة في موازنة الدولة العراقية لدعم التحويلات من الترويجي الكلاسيكي الى الترويج الرقمي وذلك من اجل بناء منصة سياحية دائمة وظيفتها الترويج للعراق كبلد سياحي لتكون هوية اقتصادية دائمة وموحدة تستخدم كافة اللغات العالمية وكما هو معموله به باغلب الدول النامية والمتقدمة .

References:

1. Kotler, P., Bowen, J. T., Makens, J., & Baloglu, S. (2021). Marketing for Hospitality and Tourism. Pearson.).
2. Middleton, V. T., & Clarke, J. R. (2012). Marketing in Travel and Tourism. Routledge
- Dwyer, L., & Kim, C. (2003). "Destination Competitiveness: Determinants and Indicators". Current Issues in Tourism.
- Al-Abadi, H., & Al-Rubaye, M. (2020). "The Role of Marketing Mix in Developing the Tourism Sector: A Case Study of Iraq".
- Song, H., & Li, G. (2008). "Tourism Demand Modelling and Forecasting: A Review of Recent Research". Tourism Management. 7. Hall, C. M. (2019). "Sustainable Tourism Marketing: A Critical Review". Journal of Sustainable Tourism



فصلية مُحَكَّمة تُعنى بالبحوث والدراسات العلمية والإنسانية والفكرية
العدد (١٩) السنة الخامسة ذو الحجة ١٤٤٧ هـ حزيران ٢٠٢٦ م

Al-Thakawat Al-Biedh Magazine

Website address

White Males Magazine

Republic of Iraq

Baghdad / Bab Al-Muadham

Opposite the Ministry of Health

Department of Research and Studies

Communications

managing editor

07739183761

P.O. Box: 33001

International standard number

ISSN 2786-1763

Deposit number

In the House of Books and Documents

(1125)

For the year 2021

e-mail

Email

off reserch@sed.gov.iq

hus65in@gmail.com



العدد (١٩) السنة الخامسة ذو الحجة ١٤٤٧ هـ حزيران ٢٠٢٦ م



فصلية مُحَكَّمة تُعنى بالبحوث والدراسات العلمية والإنسانية والفكرية
العدد (١٩) السنة الخامسة ذو الحجة ١٤٤٧ هـ حزيران ٢٠٢٦ م



العدد (١٩) السنة الخامسة ذو الحجة ١٤٤٧ هـ حزيران ٢٠٢٦ م



general supervisor

Ammar Musa Taher Al Musawi

Director General of Research and Studies Department

editor

Mr. Dr. fayiz hatu alsharae

managing editor

Hussein Ali Mohammed Al-Hasani

Editorial staff

Mr. Dr. Abd al-Ridha Bahiya Dawood

Mr. Dr. Hassan Mandil Al-Aqili

Prof. Dr. Nidal Hanash Al-Saedy

a.m.d. Aqil Abbas Al-Rikan

a.m.d. Ahmed Hussain Hai

a.m.d. Safaa Abdullah Burhan

Mother. Dr.. Hamid Jassim Aboud Al-Gharabi

Dr. Muwaffaq Sabry Al-Saedy

M.D. Fadel Mohammed Reda Al-Shara

Dr. Tarek Odeh Mary

M.D. Nawzad Safarbakhsh

Prof. Nouredine Abu Lehya / Algeria

Mr. Dr. Jamal Shalaby/ Jordan

Mr. Dr. Mohammad Khaqani / Iran

Mr. Dr. Maha Khair Bey Nasser / Lebanon