

خدمات الضيافة الفندقية ودورها في حركة الطلب السياحي

في محافظة كربلاء المقدسة

خلال زيارة الأربعين المباركة

المدرس المساعد

حيدر ضياء سلمان العبيدي

ماجستير العلوم السياحية - العتبة الحسينية المقدسة

الملخص

تعد الفنادق أحد الركائز الأساسية في نجاح عملية النشاط السياحي للدول التي تمتلك مقومات سياحية متنوعة، وكون التصنيف الفندقية بأنواعه المتعددة يعبر عن مستوى الفنادق ودرجات رقيها وجودة الخدمات التي تقدمها، ففي محافظة كربلاء المقدسة اعتمد التصنيف الفندقية بمستوى الدرجات والنجوم للتعبير عن تلك الفنادق وخدماتها ضمن ظروف البلد على مستوى العرض الفندقية والطلب عليه لاسيما في مجال الإيواء الفندقية ضمن تلك العلاقة، ويسعى البحث لما توفرت من بيانات واحصائيات ضمن سلسلة زمنية من ٢٠١٠ - ٢٠١٧ إلى تحديد دور تصنيف الفنادق على معرفة إتجاهات الطلب الإيوائي على الفنادق السياحية والشعبية في محافظة كربلاء.

تعد زيارة الأربعين التي جسدت الدور البطولي للأمام الحسين عليه السلام وآل بيته من أهم المقومات السياحة الدينية التي تحتل المركز الأول لمحافظة كربلاء المقدسة سياحياً كونها أصبحت أحد الممارسات السنوية ذات الطقوس الروحية لمحبي لأهل البيت عليهم السلام وبالنظر لمكانة المحافظة الدينية والسياحية فلا بد من الاهتمام في أبرز المقومات وهي الضيافة الفندقية لتحقيق رغبات الزائر شعوره بالراحة.

الكلمات الافتتاحية: الفندق السياحي، الطلب السياحي، زيارة الأربعين.

Hotel hospitality services and their role in the movement of tourist demand in the holy governorate of Karbala during the Arbaeen pilgrimage

Assist. Instructor

Haider Dhia Salman Al-Obaidi

Master degree in Tourism Sciences – The holy shrine of Imam Hussein

Abstract

Hotels are one of the main pillars in the success of the tourism activity process in countries that have various tourism potentials, and the fact that the hotel classification with its various types reflects the level of hotels and their degrees of sophistication and the quality of the services they provide. In the holy governorate of Karbala, the hotel classification was adopted at the level of degrees and stars to express those hotels and their services within the circumstances of the country at the level of hotel supply and demand, especially in the field of hotel accommodation within that relationship. The research seeks for available data and statistics within a period starting in 2010 to 2017 in order to determine the role of hotel classification in knowing the trends of accommodation demand for tourist and popular hotels in Karbala.

The Arbaeen pilgrimage, which embodied the heroic role of Imam Hussein (peace be upon him) and his family, is one of the most important components of religious tourism, which occupies the first place in the holy city of Karbala, as it has become one of the annual activities of spiritual rituals of people loyal to Ahl a-Bayt (peace be upon them) as it hold a religious and ideological character to them. Due to the religious status of the governorate, attention must be paid to the most important components of tourism services, which are hotel hospitality to fulfill the visitor's wishes and feel comfortable.

Key words: Tourist Hotel, Tourist Demand, Arbaeen Visit.

أولاً: المقدمة

يعد النشاط السياحي داعماً اقتصادياً على المستوى المحلي والدولي بالنسبة للدول التي تمتلك مقومات سياحية متنوعة (أثرية، دينية، طبيعية، ثقافية)، وهذه النشاط يحتاج إلى ركائز تكميلية أحدها الفنادق المتنوعة ذات التصنيفات السياحية والشعبية، والخدمات السياحية المقدمة فيها، التي تساعد على تحفيز الطلب السياحي وكثرته 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.

وعليه تم التطرق إلى المقومات السياحية والطلب السياحي في محافظة كربلاء من أجل الوقوف على ما **مدى صلاحية** والاستفادة من تنوع تصنيف الفنادق السياحي في زيادة الطلب السياحي، حيث قسم البحث على ثلاثة مباحث تمثل المبحث الأول تمثل بالمنهجية، والمبحث الثاني بالإطار المفاهيمي للفندق، والمبحث الثالث الطلب السياحي في محافظة كربلاء، وتأتي الاستنتاجات والتوصيات التي توصل إليها البحث.

ثانياً: مشكلة البحث

بالإعتماد على الدور المهم والفعال للفنادق في توفير الخدمات الإيوائية الفندقية للسائح، وتوفير كافة الاحتياجات الضرورية من أجل توفير الراحة من لحظة دخول السائح للفندق إلى لحظة المغادرة، لذا فإن المشكلة تكمن في غياب معرفة أن لتصنيف الفنادق السياحية في محافظة كربلاء دور في حركة الطلب على الإيواء والتمتع بالخدمات المقدمة فيها.

ثالثاً: هدف البحث

1. معرفة تصنيف الفنادق السياحية في محافظة كربلاء خلال المدة الزمنية (٢٠١٠ - ٢٠١٧).
2. مدى تأثير الطلب السياحي على تصنيف هذه الفنادق وكيف تتم المعالجة لكل تصنيف.
3. وضع الحلول والمعالجات والسياسات والآليات الممكنة لتطوير النشاط السياحي وتعزيزه مستقبلاً.

رابعاً: فرضية البحث

تتجه فرضية البحث من غاية ذات أهمية كبيرة في السوق السياحي من خلال معرفة القدرة للتصنيف الفندقية في دوره لحركة الطلب السياحي على الإيواء الفندقية في محافظة كربلاء المقدسة للمدة الزمنية (٢٠١٠ - ٢٠١٧)، لذا فإن معرفتها ستتج إلى العوامل المتحركة في هذا السياق وبالتالي توفير كافة الفرص اللازمة للاستفادة من إيجابياتها ووضع معالجات المناسبة لسلبياتها.

رابعاً: أسلوب البحث

إستخدم البحث الأسلوب الوصفي (الأسلوب التحليلي) لما أتيح من بيانات وإحصاءات من الجهات ذات العلاقة، فضلاً عن الإستعانة بالكتب والمصادر والبحوث لباحثين آخرين.

خامساً: الحدود الزمانية والمكانية: تتمثل الحدود الزمانية من الفترة ٢٠١٠ - ٢٠١٧، أما المكانية فتكون في محافظة كربلاء المقدسة.

المبحث الأول (مدخل مفاهيمي)

مقدمة

لقد أحدثت زيارة الأربعين المليونية انعكاسات فريدة من نوعها على الروح والنفس البشرية من كافة النواحي لما تلهمه هذه الشعيرة المقدسة من الانجذاب الروحي لصاحب الذكرى الإمام الحسين عليه السلام خاصة ولصحابته الأفاضل عامة، حتى صار الإنسان المؤمن يعيش من خلالها حالة الصفاء الروحي مع المحيط الذي يعيشه ويتعامل معه بكل حب وود إلهيين، وهذا الانعطاف الكبير انعكس بصورة إيجابية على الساحة الدولية لمذهب الشيعة الإمامية، فصارت الدول الكبرى تراقب كل عام هذه الملحمة الحسينية الخالدة، وأخذت تبثها عبر الأقمار الصناعية؛ نظراً لأهميتها وخطورتها على الوضع العام في منطقة الشرق الأوسط بصورة خاصة والعالم اجمع بصورة عامة، وقد سجل ذلك باعتراقات الساسة الدوليين عبر قنوات التواصل

الاجتماعي، وإن مثل هذه الزيارة المليونية تحتاج إلى توفير الخدمات المتنوعة للزائر وهنا نشاهد روح المودة التي زُرعت في المجتمع العراقي في هذه الزيارة من توفير كل الطاقات المادية وغير المادية والروحية من أجل التبرك في خدمة الأمام الحسين عليه السلام وزواره إذ ان هذه الثقافة ونشرها بين أفراد المجتمع يعد من الركائز الأساسية لتماسك هذا المجتمع وغرس القيم النبيلة فيه؛ لما لها من انعكاسات ايجابية على بناء عقيدة الأمة وآثار تربوية على القيم والأخلاق والفضائل.

يتطرق هذا المبحث إلى المفاهيم المتعلقة في البحث تأتي في مقدمتها زيارة الأربعين، ويليهها مدخل مفاهيمي عن الفنادق.

أولاً: الزيارة الأربعينية والشعائر الحسينية

أكدت أحاديث الأئمة عليه السلام عن أهمية زيارة الأربعين ومن ضمنها كما جاء عن أبي عبد الله الصادق عليه السلام أنه قال: "إن السماء بكت على الحسين أربعين صباحاً بالدم، والأرض بكت عليه أربعين صباحاً بالسواد، والشمس بكت عليه أربعين صباحاً بالكسوف والحرمة، والملائكة بكت عليه أربعين صباحاً وما اختضبت امرأة منا ولا أدهنت ولا اكتحلت ولا رجلت حتى أتانا رأس عبيد الله بن زياد وما زلنا في عبرة من بعده" (العبيدي، الفتلاوي، ٢٠١٩: ٢١٥).

لقد دُفن جسد الإمام الحسين عليه السلام في الثالث عشر من المحرم أي بعد مقتله بثلاثة أيام ولكن رأس الحسين عليه السلام بقي على أطراف الرماح وبأيدي الأعداء

وبين يدي ابن زياد ويزيد (لعنهما الله) حتى أعاده الإمام زين العابدين إلى كربلاء عندما رجع من الأسر وألحقه بالجسد الشريف، وذلك بعد أربعين يوماً من مقتله أي في العشرين من شهر صفر، وهذا أصح الأقوال وأقربها إلى الاعتبار.

اتفق الباحثون جميعاً على ورود الصحابي جابر بن عبد الله الأنصاري إلى كربلاء لزيارة أبي عبد الله الحسين عليه السلام في ذلك التاريخ بعد استشهاده بأربعين يوماً، فقد عظم عليه نبأ قتل الحسين عليه السلام وهو في المدينة فخرج منها متوجهاً إلى كربلاء لزيارة قبر الامام الحسين عليه السلام واصطحب معه رجلاً يقال له ابن عطية العوفي وغلاماً له، وصادف وصوله إلى كربلاء يوم التاسع عشر من صفر، أي قبل ورود أهل البيت عليهم السلام بيوم واحد، فلما وصل جابر إلى كربلاء اغتسل بماء الفرات ثم توجه إلى قبر الامام الحسين عليه السلام والشهداء عليهم السلام برفقة عطية العوفي، ثم التقى جابر بن عبد الله الأنصاري في اليوم الثاني بالإمام زين العابدين عليه السلام عند قبر الحسين عليه السلام واستمع منه إلى تفاصيل ما جرى هناك فكثر البكاء والعويل حول قبر الحسين عليه السلام واقامت المآتم من قبل أهل السواد والنواحي الذين كانوا قد توافدوا لزيارة قبر الحسين عليه السلام على زين العابدين وبنات الرسالة واستمروا على تلك الحالة ثلاثة أيام ثم بعد ذلك ارتحل زين العابدين عليه السلام بالعائلة من كربلاء مواصلاً سيره نحو المدينة. (العبيدي، الفتلاوي، ٢٠١٩: ٢١٥)

وبهذه المناسبة الحزينة تكونت زيارة الأربعين، إذ

تأتي المواكب العزائية والآلاف من الزائرين إلى كربلاء يوم العشرين من شهر صفر فكأنهم يقومون بدور الاستقبال للإمام السجاد عليه السلام وبنات الرسالة العائدين من الشام ومعهم رأس الحسين عليه السلام وفي الوقت نفسه يجددون الولاء بذكرى مرور أربعين يوماً على شهادة الحسين عليه السلام والشهداء عليهم السلام، من هنا بدأت زيارة أربعينية الإمام الحسين عليه السلام، إذ أنه اليوم الذي رجعت فيه رؤوس أهل البيت عليهم السلام. (العبيدي، الفتلاوي، ٢٠١٩: ٢١٥).

نجد مما تقدم أن هذه الحادثة مؤثر تاريخي إلى بداية انطلاق طقوس الحداد في يوم الأربعين على الحسين عليه السلام إذ يظهر أن البكاء واللطم ومظاهر الحزن كانت العلامة المميزة لممارسة طقوس الحداد على الحسين عليه السلام بعد استشهاده مباشرة. (العبيدي، الفتلاوي، ٢٠١٩: ٢١٥)

وتوضح أهمية هذه الشعائر وفعاليتها ونتائجها على الفرد والمجتمع من النواحي الدينية والاجتماعية والسياسية، إذ ارتبطت مراسيم العزاء الحسيني بمأساة كربلاء الدامية مثلما ارتبطت بتاريخ الحزن والشهادة، فلا توجد أرض مدماة مثل أرض كربلاء ولم يحزن شعب على فقيده مثل المؤمنين ولا سيما في العراق على الحسين عليه السلام حتى أصبح الحزن والعزاء سمة من سمات شخصية الفرد العراقي في الوسط والجنوب. (العبيدي، الفتلاوي، ٢٠١٩: ٢١٦)

يقصد بالشعائر الحسينية "مجموعة مراسيم يؤديها

للخير والعدل والحق واستنكارهم وكرههم للظلم والباطل.

٥. من أهم النتائج والآثار لمأساة الحسين وحادثة كربلاء، انتشار التشيع وظهور مذهب أهل البيت أكثر فأكثر وتزايد عدد المؤمنين في العالم الاسلامي.

٦. لقد أجمع المؤرخون بأن فاجعة كربلاء من أشد الوقائع أثراً في النفوس ذلك لما وقع على ساحة طف كربلاء يوم العاشر من محرم سنة (٦١ هـ) لذلك حين يحلّ هذا التاريخ من كل عام، ويهل هلال محرم الحرام يستعد المسلمون في معظم أنحاء المعمورة للتعبير عن شعورهم إزاء هذه الذكرى الدامية ولاسيما في يوم العاشر من محرم والأربعين منه. (العبيدي، الفتلاوي، ٢٠١٩: ٢١٦)

ومن جهة أخرى هناك أبعاد اجتماعية لزيارة الأربعين التي لها الدور الكبير في تحقيق أثر طيب أتحاه المجتمع المحب إلى آل البيت عليه السلام. (الحسيني، ٢٠٢١: ٣٠٩)

١. التقاء الناس وتعارفهم تحت مظلة الأمام الحسين عليه السلام.

قد تحقق الهدف السامي في المسيرات المليونية الحسينية بفضل الله علينا نحن العراقيون بصورة خاصة والعالم الآخر بصورة عامة، فبعد الظلم والجور الذي عانى منه الشعب العراقي والسجن الذي كان مفروضاً عليه من قبل الطاغية صدام حسين لعنه الله، إذ أنه فرض عليه إقامة اجبارية لا يلتقي بشعوب

أحباب أهل البيت عليه السلام وإقامة المجالس الحسينية والبكاء عليه، وقد طغت تسمية الشعائر على مراسيم الحزن على سيد الشهداء، إذ أنها اختصت بذكر الإمام الحسين عليه السلام وآل بيته، **﴿ذَلِكَ وَمَنْ يُعَظِّمْ شَعَائِرَ اللَّهِ فَإِنَّهَا مِنْ تَقْوَى الْقُلُوبِ﴾**.

ويتضح مما سبق أن الزيارة الاربعينية تشير الى أمور عديدة وهي: (العبيدي، الفتلاوي، ٢٠١٩: ٢١٦).

١. بروز كربلاء كمركز له حضور تاريخي وروحي عند الشيعة بسبب تحول هذا المكان إلى موقع مقدس ومهم للزيارات، وكذلك موقعاً رئيساً لاستذكار معركة الطف الأليمة وإعادة إحيائها والتفاعل مع أحداثها بصورة مادية ومعنوية.

٢. إن أهمية مدينة كربلاء المقدسة تتبلور من خلال ما تحويه من منزلة عظيمة بحكم العلاقة الروحية التي تربط المسلمين بشارها الطاهر، إذ يرقد فيها الإمام الحسين عليه السلام وأخوه أبو الفضل العباس عليه السلام وأهل بيته وأصحابه الأطهار عليه السلام، فمنذ ذلك الوقت أصبحت هذه المدينة محط أنظار المسلمين حتى تبوّأت مكانتها الرفيعة ومنزلتها.

٣. إن الشعائر الحسينية بكافة أشكالها وجميع أنواعها هي شعارات حضارية راقية، وإذا ما قرنت ببقية الشعائر الموجودة لدى غير المسلمين اليوم لرأيناها هي أرقى الشعائر التي يمتلكها أصحاب الأديان والمبادئ الأخرى، وهذه المواكب والشعائر الحسينية المتداولة عند المؤمنين اليوم هي غير جديدة وإنما هي قديمة وعريقة.

٤. إن الأعمال العزائية التي يقوم بها المؤمنون أيام الأربعينية إنما يعبرون بها عن دعمهم وتأيدهم

المالي، ونشاط الشراء والصيانة والأمن التي يؤثر على بعضها البعض ويتأثر بعضها ببعض ويعمل بعضها مع بعض لتحقيق أهداف أهمها: تقديم خدمات المأوى والطعام للأفراد مقابل أجر محدد. (ميشيل انكر، ٢٠١١: ٥١).

ويعرف الفندق أيضاً على أنه "عبارة عن نُزل يجد فيه النزيل المأوى والمأكل والخدمة مدة معينة لقاء أجر معلوم" (حلابو، ٢٠٠١: ٢٠).

٢. خصائص الفنادق

أ. إن الخدمة الفندقية غير ملموسة: حيث يصعب تسليط الضوء على التسهيلات أو المنافع في الفندق أو المطعم المعين لأن هذه الخدمات ربما تكون مرتبطة مع شخصية العاملين في المنشآت الفندقية وكفاءتهم.

ب. تعد الخدمة الفندقية خدمة هالكة أو قابلة للأنتهاء، ومن هنا لا يمكن تخزين الخدمات غير المباعة لليوم التالي.

ج. لا يمكن نقل الخدمات الفندقية إلى الزبون ويتوجب على السائح الانتقال إلى حيث توجد خدمة الضيافة أو الموقع الأثري، حيث تظهر هنا أن لا بد من التطرق إلى التطورات الحاصلة في قطاع المطاعم.

د. يتوجب على المتفجع من الخدمة الحصول على الخدمة من مقدمها أو من مردودها في الزمان والمكان المحددين.

هـ. تعد الخدمة الفندقية خدمة متغيرة الخواص، من خلال الخدمة التي تقدم لزبون ما ربما تكون

العالم ولا يخرج اليهم، حتى الفضائيات كان محروما منها، فلم يطلع على ثقافات الشعوب، ولم يختلط بشعب، لكنه بعد السقوط تنفس الصعداء وخرج الى العالم وتعرف على ثقافتها وعاداتها وتقاليدها.

٢. الوقوف صفاً واحداً أمام أعداء أهل البيت عليه السلام.

٣. ابراز ظاهرة التكافل الاجتماعي بصورة جلية.

٤. افتخار المؤمنين بإنتمائهم الحسيني.

٥. تعميق روح التضامن بين الافراد الذين ينتمون طائفة معينة مثل تضامن شيعة العراق.

٦. اختفاء الفوارق والحواجز الطبيعية الاجتماعية بين مختلف الفئات.

٧. الشعور بالإخوة الايمانية الموالية.

ثانياً: مدخل مفاهيمي عن الفندق

١. مفهوم الفندق

قال أستاذ الإدارة الفندقية في جامعة كورنيل الأمريكية (جيرالد لاتين) في كتابه (الإدارة الفندقية) في عرضه لتاريخ إنشاء الفنادق العبارة الآتية (أن المدينة لن تصبح ذات قيمة كبيرة إلا إذا كان بها فندق واحد على الأقل للتأثير في زوارها بعظمتها وكرم ضيافة مجتمعتها).

فالفندق وحدة اقتصادية واجتماعية وفنية (نظام رئيسي مركب) يحتوي على أسرة لمنام الضيوف ويتألف من مجموعة النشاطات الجزئية (انظمة جزئية) أهمها: نشاط المكتب الأمامي ونشاط التدبير الفندقي، ونشاط الأطعمة والمشروبات ونشاط التسويق والمبيعات ونشاط إدارة الأفراد النشاط

مختلفة عن الخدمة التي تقدم لزبون آخر يسكن في غرفة أخرى.

و. إن الخدمة الفندقية تتسم بالتذبذب وعدم الاستقرار، ويظهر هذا في حالتي الطلب والعرض على الخدمات الفندقية، ففي حالة الطلب العالي لا تتوفر لهذه المؤسسات الإمكانيات الكافية من الطاقة الاستيعابية لسد الطلب، أما العرض يسبب خسارة ناتجة من أن الطاقة الاستيعابية المعروضة للبيع تبقى فارغة أي غير مباعه بسبب كساد الطلب.

ز. يجب على مؤسسة الضيافة توفير الدليل المادي الملموس المتمثل بالمعدات والأثاث والمصاعد وأجهزة الهاتف والفاكس والإنترنت. (حافظ، ٢٠١٠: ٢٦)

٣. مزايا وسلبات الفنادق

أ. مزايا العمل في الفندق

• توافر فرص التقدم على المستوى البعيد: تبدأ الرواتب والوظائف في مجال الضيافة عموماً من درجات متدنية ورواتب ضعيفة، ولكن هناك فرصاً متعددة للتطور الوظيفي، إذ أن مقياس الترفيه هو العمل الجاد والتميز والتفرد وليس أقدمية الموظف أن يبدأ موظف استقبال ولكن بعد ١٠ سنين يمكن أن يكون مديراً.

• مجال عمل مبهج: فالعمل في مجال الضيافة يعطيك الفرصة لمقابلة فئات مختلفة من البشر مثل الملوك والرؤساء والفنانين وغيرهم، وفي مجال الضيافة يكون الجميع مبتهجاً وسعيداً في العمل حتى ولو كان الهدف من العمل هو الربح أو الرتب، عكس العمل في وزارة مملّة وروادها

دائمي الشكوى.

ب. سلبات العمل في الفندق

• ساعات العمل طويلة: العمل في مجال الضيافة متعب؛ لأن ساعات العمل فيه طويلة، وطوال هذا الوقت (وقت العمل) لا يستطيع النادل أو موظف الاستقبال أخذ الراحة خلال فترات الدوام وخصوصاً أن الفندق يعمل ٢٤ ساعة، على عكس الموظفين في الدوائر الحكومية الذين بإمكانهم الراحة وكذلك فإنه إذا تغيب أحد الموظفين عن العمل كان إلزاماً على زميله أن يواصل دوامه الذي قد يستغرق يوماً كاملاً.

• جداول عمل غير ثابتة (غير تقليدية): نتيجة لمرونة ساعات العمل في مجال الضيافة وعدم ثبوتها، يصبح من الصعب على الموظف تحديد جدول عمله بالضبط، فما قد يكون يوم إجازة قد يتحول ليوم عمل، والعمل نصف يوم قد يتحول لعمل يوم كامل في حالة الإزدحام أو غياب الموظفين.

• ضغط العمل: العمل في الضيافة يعتمد اعتماداً كلياً تقريباً على البشر، وليس للآلات إلا دور قليل في العمل مما يؤدي لزيادة ضغط العمل على الموظفين، فالنادل مسؤول عن عدد من الطاولات وشخص آخر مسؤول عن عدد آخر، وموظف الاستقبال مسؤول عن حجز وعن الرد على الهاتف معاً.

• الرواتب ضعيفة جداً في بداية العمل: ولكنها تتحسن بعد ذلك وكلما زاد العمل وزادت الزبائن كلما زادت الأرباح وزادت معها حصة

إلى أخرى وبالإتفاق مع شركات الخطوط الجوية العالمية، أو بامتلاك إحداها وعلى أن يتم الإيواء في الفندق نفسه أو فنادق السلسلة نفسها.

من هنا تأتي أهمية دور الفنادق في الإقتصاد القومي إذا اعتبرتها المنظمات السياحية المعنية صناعة مستقبلية بحد ذاتها. (الظاهر وإلياس، ٢٠٠٧: ١٥١).

وتحتاج صناعة الفنادق إلى رعاية ودعم كبير بالعلم والتكنولوجيا حتى تستطيع أداء دورها في خدمة الاقتصاد والتنمية القومية، وهنا يمكن أن نلاحظ كيف يتوزع ميزان السائح العراقي على عناصر السلع والخدمات الإنتاجية حسب ميزانية السائح المحلي والاجنبي في الانفاق على شراء المنتج السياحي أثناء رحلته السياحية الى العراق ومثلما موضح في الجدول (١).

جدول (١) ميزانية السائح الوافد إلى العراق

عناصر الإنفاق	النسبة
الإقامة	٤٥٪
الطعام والشراب	٢٠٪
نقل داخلي	١٥٪
مشتريات	١٠٪
تسليه وترفيه	٥٪
أنشطة أخرى	٥٪

المصدر: مها عبد الستار عبد الجبار السامرائي، أسس علمية مقترحة لحساب الدخل السياحي وأثره في الدخل القومي العراقي، رسالة ماجستير، مقدمة إلى كلية الإدارة والاقتصاد، قسم السياحة وإدارة الفنادق، الجامعة المستنصرية، ٢٠١٠، ١٠٦-١٠٥.

العاملين في الفندق، فمثلا سعر فاتورة الطعام يزداد عليه سعر الخدمة، وهنالك نسبة أرباح. (حافظ، ٢٠١٠، ٢٨).

ثالثاً: صناعة الفنادق وتأثيرها على صناعة السياحة

يعد الفندق أحد مستلزمات الحضارة الحديثة فإنه لا يمكننا تصور بلد متحضر بدون فندق، وليس هناك سياحة بدون فنادق ولا فنادق بدون سياحة، لذلك فإن أي مدينة لن تصبح ذات قيمة كبيرة إلا إذا كان بها فندق واحد على الأقل للتأثير على زوارها، وتؤدي الفنادق الدور الأول بل الرئيس في تنمية السياحة في أي بلد في العالم، فالسائح يقضي وقتاً طويلاً في الفنادق، وخاصة بالنسبة للسياحة العلاجية وسياحة رجال الأعمال والمؤتمرات، والسائح عند وصوله إلى أي بلد فإن أول شيء يقوم بالبحث عنه هو الفندق قبل البحث عن الطعام أو الشراب هذا من جهة، ومن جهة أخرى فإن الفنادق تعطي انطباعات جيدة إلى السواح عن البلد الذي يزورونه بعد انطباعات المطار أو الميناء.... إلخ. (توفيق، ١٩٩٧: ٣٩). وتعد سياحة الفنادق مهمة من الناحية السياحية بعدها مورداً مهماً للنقد الأجنبي وتساهم في القضاء على البطالة، وهي من الصناعات المربحة وخصوصاً أن الدول تشجع تلك الصناعة بالإعانات الضريبية والجمركية على معظم مستلزمات التشغيل واحتياجات الفندق.

إنّ الاتجاه الحديث لصناعة الفنادق تنظم الرحلات السياحية من مدينة إلى أخرى ومن دولة

الموارد الفندقية فإن حصة الموارد السياحية ستزداد والعكس صحيح، ولهذا السبب نلاحظ أن الدول المتقدمة سياحياً تهتم بإنشاء صناعة الفنادق، وإذا ركزت السياحة خلت الفنادق من السواح والعكس صحيح، وصناعة الفنادق مثل صناعة السياحة إذا بقيت ثابتة بدون تغير أو دراسة لتلبية حاجات السواح ورغباتهم فإنها ستنتهي وتغلق أبوابها.

وإن صناعة الفنادق مثل صناعة السياحة فهي شديدة الحساسية للتغيرات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والأمنية في البلد وإن إنعدام الأمن يؤدي إلى فشل السياحة بغض النظر عن مقومات الجذب السياحي والتسهيلات السياحية ويؤدي أيضاً إلى فشل الفنادق. (الظاهر وإلياس، ٢٠٠٧: ١٥٤).

رابعاً: أنواع الفنادق

١. فنادق المدن: تقع في المدن الكبرى والمتوسطة وتقع دائماً داخل حدود البلدية، وتتراوح خدماتها من الدرجة الممتازة إلى الدرجة الثالثة، كذلك أسعارها مختلفة حسب الدرجات.
٢. فنادق المطارات: وهي الفنادق التي تقع قرب المطارات الكبيرة والمهمة في العالم، وتتراوح درجتها من درجة ممتازة إلى ثلاثة نجوم، وتقوم بتقديم خدماتها للمسافرين عن طريق الجو، أو في حالة تعطل الطائرات، وأغلبها مخصص لإيواء المرضى المسافرين عن طريق الجو.
٣. الموتيلا: وهي الفنادق المخصصة للمسافرين عن طريق السيارات الخاصة والباصات، وتقع على الطرق البرية السريعة، وتكون دائماً أسعارها

أخذت كثير من الدول السياحية في العالم بالتركيز على الفنادق الحديثة والضيافة وصناعتها والأهتمام بها، وتعد اليوم مهنة إدارة الفنادق واحدة من أصعب المهن التي تحتاج إلى تحدي دائم، وفي الوقت نفسه أقل فهماً من قبل الاقتصاد العالمي وعلى الرغم من أن كل المدن مهما كان حجمها يتوفر فيها فندق واحد أو أكثر، على الرغم أيضاً من أن كل مواطن لديه بعض الاتصال وعلى الأقل مرة واحدة في الحياة بالفندق.

فالفندق إذن أصبح يقوم بإشباع حاجات ضرورية في الحياة العصرية، ونتيجة لزيادة حركة السياحة العالمية، وسهولة الانتقال، واختلاف رغبات السياح باختلاف عاداتهم وتقاليدهم لذا يجب على صناعة الفنادق أن تلبى كل احتياجات السياح ومطالبهم ومن مختلف دول العالم. (الظاهر وإلياس، ٢٠٠٧: ١٥٣)

والفنادق الحديثة لا تقوم بعملية الإيواء فقط وإنما تقدم أيضاً التسهيلات والحاجات الضرورية للإنسان كلها مثل المأكولات والمشروبات، والمطاعم المتخصصة والصالات العامة وتنظيف الملابس والنوادي الرياضية والليلية والمساح ومحلات شراء البضائع والخدمات المصرفية والبريدية والهاتفية إضافة إلى الخدمات الأخرى مثل السكرتارية والترجمة.... إلخ.

ويركز الخبراء على أن نصف موارد السياحة تأتي من موارد الفنادق، وهذا معناه أنه في حالة زيادة

مناسبة وخدماتها متوسطة.

الثلث.

٤. المنتجعات: وهي عبارة عن فنادق أو قرى سياحية تقع في المناطق الطبيعية قرب الجبال أو البحيرات أو الأنهار... إلخ، وعلى الأغلب تكون درجاتها عالية وأسعارها كذلك، وتكون فترة إقامة السواح فيها طويلة وموقعها دائماً خارج المدن.

٥. فنادق السواح: وهي الفنادق التي تقع على السواحل المهمة والمشهورة بالعالم، وتمتاز دائماً بكبر حجمها، وتنوع خدماتها، ودرجاتها العالية وخدماتها الممتازة، وتقع في بعض المدن السياحية في العالم مثل لاس فيجاس واثلاثنك ستي ومونتي كارلو... إلخ، وتقدم خدمات متكاملة للسواح.

٦. بيوت الشباب: وهي عبارة عن دور إقامة وإيواء للشباب وطلبة الجامعات، وتكون خدماتها بسيطة، وأسعارها رخيصة للشباب.

٧. الفنادق المتحركة وتنقسم على:

أ. الفنادق العائمة: وهي عبارة عن السفن والبواخر التي تحتوي على غرف للنوم ومطاعم ومسارح، وتكون أسعارها عالية، وخدماتها ممتازة وتشمل الإقامة فيها لعدة أيام لحين الانتهاء.

ب. الفنادق البرية المتحركة: وهي عبارة عن غرف تكون موجودة في القطارات أو الباصات أو تكون على شكل سيارات كبيرة فيها غرف مخصصة للنوم، وتتراوح أسعارها من الغالية إلى المتوسطة.

ج. الفنادق الطائرة: التي توجد في الطائرات مقاعد على شكل أسرة لراحة المسافرين وتكون مرتفعة

٨. الفنادق العلاجية: وهي الفنادق التي تقع قرب الحمامات الكبريتية أو المعدنية، وتكون دائماً خدماتها متكاملة، وأسعارها غالية، وتستعمل للعلاج والنقاهة بالنسبة للسياحة العلاجية.

٩. الفنادق الرياضية: وهي الفنادق التي تقع قرب الملاعب الكبيرة، أو تقع قرب مراكز التزلج على الجليد، وتتراوح خدماتها وأسعارها من المتوسطة إلى العالية، وتكون دائماً مخصصة للسياحة الرياضية. (الظاهر وإلياس، ٢٠٠٧: ١٥٥).

المبحث الثاني الطلب السياحي في محافظة كربلاء أولاً: المقومات السياحية في كربلاء والطلب السياحي

١. المقومات السياحية في كربلاء المقدسة

تمتلك محافظة كربلاء مجموعة من المقومات الطبيعية والتاريخية والأثرية المتميزة والفريدة من نوعها في العالم سواء عربياً أو عالمياً وهي: (شبر، العبيدي، ٢٠١٨: ٧٣-٧٦).

أ. المقومات الطبيعية: بحيرة الرزازة والمواقع السياحية في قضاء عين التمر.

ب. المقومات التاريخية والأثرية: وتتضمن (حصن الأخيضر، كهوف الطار، قلعة الهندية، قصر شمعون، منارة موحدة، خان النخيلة، خان العطيشي، خان العطشان، قصر العوينة، قصور عين التمر، منارة العبد، القنطرة البيضاء)

أ. المقومات الدينية: وتتضمن (العتبة الحسينية المقدسة، العتبة العباسية المقدسة، المراقد والمقامات)

أ. إنَّ الطلب السياحي يمكن التعبير عنه بمجموعة من الحاجات والرغبات وذلك بشكل مبدئي ولكنها غير كافية في حد ذاتها.
ب. إن الحاجات والرغبات يجب أن تكون مصحوبة بقدرة السياح على الشراء، وبناء عليه إذا لم يكن هناك قدرة شرائية لا تعد الحاجات والرغبات طلباً، وإنما فقط مجموعة رغبات **تحو** المنتجات السياحية.

ج. إرتباط الطلب السياحي بمنطقة معينة سواء داخل الدولة أو خارجها، لذلك فإن إرتباط الطلب بالمنطقة المعنية يحدد حجم سوق السياحي.

د. إرتباط الطلب السياحي بالسعر نظراً لإرتباط السعر بالقدرة الشرائية للسائح.

٣. للطلب السياحي أنواع مختلفة نذكر أهمها في ما يأتي: (سميرة، ٢٠١٥: ٣٥)

أ. **الطلب السياحي العام**: يقصد بالطلب السياحي العام هو الطلب الإجمالي على الخدمات السياحية أو على السياحة بشكل عام، وهو مرتبط بالدولة كلها وليس ببرنامج سياحي خاص من برامجها وذلك بغض النظر عن الوقت والنوع والمدة، ومن أمثلة الطلب السياحي العام زيارة دولة سياحية ما.

ب. **الطلب السياحي الخاص**: وهو الطلب السياحي المرتبط ببرنامج سياحي معين يجده السائح لإشباع رغباته وإحتياجاته، كطلب ونوع معين من السياحة في بلد معين، و هو يعد طلباً سياحياً خاصاً بسائح ما أو بمجموعة من السياح ولا يشمل بالضرورة كل السياح الوافدين إلى منطقة سياحية ما.

ب. مقومات الضيافة.

ج. العادات والتقاليد.

د. الصناعات التراثية الفلكلورية.

هـ. الزري الشعبي.

و. التعليم السياحي.

ز. المكتبات.

٢. الطلب السياحي

يعرف الطلب السياحي على أنه "العدد الإجمالي للسياح الوافدين الذين يستفيدون من الخدمات والتسهيلات السياحية، فالطلب السياحي هنا هو حركة التدفق السياحي إلى المناطق الدولية"

ويعرف أيضاً "العدد الكلي للأشخاص المسافرين أو الذين تمنو السفر من أجل استخدام الوسائل والخدمات السياحية في أماكن بعيدة عن مناطق سكنهم" (شبر و مشفي، ٢٠١٥: ٣١٤).

وعُرف كذلك على أنه "مجموعة الإتجاهات والرغبات وردود الفعل إتجاه منطقة معينة، وطالما أن هذه الرغبة في السفر هي دافع مكتسب ومتأخر نوعاً ما في سلم الدوافع النفسية، الذي يأتي دوره بعد الدوافع الأصلية التي تقوم على أساسيات بيولوجية متعلقة بحياة الإنسان، مثل الجوع والعطش والملبس والسكن، فإن الدافع إلى السفر يخضع إلى مؤثرات متنوعة تؤدي إلى وجود متغيرات متعددة في آراء الناس" (شبر و مشفي، ٢٠١٥: ٣١٥).

من التعاريف يمكن ملاحظة ما يلي: (مسحراوي،

٢٠١٢: ٣٣).

ج. الطلب السياحي المشتق: وهو الطلب المرتبط بالخدمات السياحية المكونة للبرنامج السياحي، مثل الطلب على الفنادق والطلب على شركات السياحة وغيرها.

ثانياً: تصنيف الفنادق حسب التصنيف السياحي في محافظة كربلاء للفترة الزمنية ٢٠١٠ - ٢٠١٧

جدول (٢) عدد الفنادق حسب التصنيف السياحي في محافظة كربلاء المقدسة للفترة من ٢٠١٠ - ٢٠١٧

السنة	ممتازة (خمس نجوم)	أولى (أربع نجوم)	ثانية (ثلاث نجوم)	ثالثة نجمتين	رابعة (نجمة واحدة)	خامسة (شعبي)	المجموع	معدل التطور
٢٠١٠	٠	١	٥٦	٣٣	١٣٩	٣٢	٢٦١	-
٢٠١١	٢	٣	١٠٩	١١٥	١٠٧	٤١	٣٧٧	٠,٤٤
٢٠١٢	١	٦	١٠٧	١٢٢	١٠٧	١٢٣	٤٦٥	٠,٢٣
٢٠١٣	١	٩	١٤٩	١٣٠	١٢٥	١٦٣	٥٧٧	٠,٢٤
٢٠١٥	١	١١	١٣٩	١٣٢	١٤٢	١٧٧	٦٠٢	٠,٠٤٣
٢٠١٦	١	١٤	١٥٣	١٣٤	١٧٥	١٩٠	٦٦٧	٠,١١
٢٠١٧	١	١١	١٦١	٢٠١	١٩٦	١٨٨	٧٥٨	٠,١٤

المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على وزارة التخطيط، الجهاز المركزي للإحصاء وتكنولوجيا المعلومات، مديرية إحصاء التجارة، مسح الفنادق ومجمعات الإيواء السياحي للفترة من ٢٠١٠ - ٢٠١٧.

٢٠١٧ (٢٠١) فندق، وفنادق ذات الثلاث نجوم ذات التصنيف الثاني كانت تبلغ عام ٢٠١٠ (٥٦) حتى بلغت عام ٢٠١٧ (١٦١) فندق، وفنادق ذات التصنيف الأول ذات الأربع نجوم كانت تبلغ عام ٢٠١٠ (١) فندق حتى بلغت عام ٢٠١٧ (١١) فندق، وفنادق ذات التصنيف الممتاز ذات الخمس نجوم كانت تبلغ عام ٢٠١٠ (٠) فندق حتى بلغت عام ٢٠١٧ (١) فندق. حيث كان المجموع النهائي لجميع الفنادق السياحية والشعبية عام ٢٠١٠ يبلغ (٢٦١) فندقاً حتى بلغت مجموعها عام ٢٠١٧ (٧٥٨) فندقاً يرجع ذلك لتحسن الوضع السياسي والاستقرار في العراق وعلى المستوى المحلي في محافظة كربلاء المقدسة.

من خلال الجدول أعلاه يتضح أن الفنادق الشعبية من سنة ٢٠١٠ إلى ٢٠١٧ أصبحت تتزايد بشكل تدريجي من (٣٢) فندق في عام ٢٠١٠ حتى أصبح عددها (١٨٨) في عام ٢٠١٧ ويرجع السبب في ذلك أن الدخل المالي لدى المجتمع يعد بسيطاً جداً فيرغبون الفنادق ذات الخدمات قليلة الأسعار.

بينما الفنادق السياحية المتنوعة ذات التصنيفات لو لاحظناها يميلون إلى الفنادق ذات الأسعار المناسبة وأقل تصنيف حيث نلاحظ أن فنادق النجمة الواحدة ذات التصنيف الرابع في عام ٢٠١٠ كانت تبلغ (١٣٩) فندق حتى بلغت عام ٢٠١٧ (١٩٦) فندق، وهكذا فنادق النجمتين ذات التصنيف الثالث بلغت عام ٢٠١٠ (٣٣) حتى بلغت عام

ثالثاً: تطور الطاقة الإيوائية في محافظة كربلاء بالنسبة إلى إجمالي الفنادق العراقية للمدة من ٢٠١٠ - ٢٠١٧:

لأعطاء فكرة واقعية عن تطور الطاقة الإيوائية في محافظة كربلاء أنظر إلى الجدول (٣)

جدول (٣) عدد الفنادق وعدد الأسرة والغرف ومعدل التطور والطاقة الإيوائية في محافظ كربلاء بالنسبة إلى الأجمالي للمدة من ٢٠١٠ - ٢٠١٧

السنة	عدد الأسرة	الطاقة الإيوائية للأسرة	معدل التطور	عدد الغرف	الطاقة الإيوائية للغرف	معدل التطور
٢٠١٠	١٣٣٨٤	٤٨٨٥١٦٠	-	٤٩٦٨	١٨١٣٣٢٠	-
٢٠١١	٣٥٩٦٣	١٣٥٥٨٠٥١	١١٧,٥	١٤١٨٢	٥١٧٦٤٣٠	١,٨٥٤
٢٠١٢	٣٥٧١٠	١٣٠٣٤١٥٠	-٣,٨٦	١٥٦٨٦	٥٧٢٥٣٩٠	٠,١٠٦
٢٠١٣	٤٤٤٣٢	١٦٢١٧٦٨٠	٢٤,٤	١٧٢٦٧	٦٣٠٢٤٥٥	٠,١٠٠
٢٠١٥	٥٥٨٨٧	٢٠٣٩٨٧٥٥	٢٥,٨	٢٢١٥٤	٨٠٨٦٢١٠	٠,٢٨
٢٠١٦	٥٦٥٧٠	٢٠٦٤٨٠٥٠	١,٢٢	٢٢٢١٦	٨١٠٨٨٤٠	٠,٠٢٨
٢٠١٧	٨٥٢٤٩	٣١١١٥٨٨٥	٠,٥١	٣٥٥٠٤	١٢٩٥٨٩٦٠	١,٥

المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على وزارة التخطيط، الجهاز المركزي للإحصاء وتكنولوجيا المعلومات، مديرية إحصاء التجارة، مسح الفنادق ومجمعات الإيواء السياحي للفترة من ٢٠١٠ - ٢٠١٧.

من الجدول أعلاه يتضح أن معدل التطور في حالة غير مستقرة من خلال الزيادة والنقصان في الطاقة الإيوائية للأسرة وكذلك للغرف بسبب الارتباط الوثيق بينهم، حيث لو لاحظنا أن معدل التطور في عام ٢٠١١ بلغ (١١٧,٥) بينما في عام ٢٠١٢ تناقص وبلغ (-٣,٨٦) واستمر في الزيادة حتى عام ٢٠١٥ وبلغ (٢٥,٨) ورجع إلى التناقص في عام ٢٠١٦ و عام ٢٠١٧ حتى بلغ (٠,٥١) بينما معدل التطور للطاقة الإيوائية للغرف الحال نفسه فكان بين الزيادة والنقصان حيث كان يبلغ عام ٢٠١١ (١,٨٥) واستمر في النقصان حتى بلغ عام ٢٠١٧ (٠,٥١)، ويرجع السبب في ذلك بسبب الحركة السياحية والظروف الاقتصادية والسياسية الذي يمر فيه العراق وكربلاء في الخصوص.

رابعاً: إيرادات الفنادق المصنفة سياحياً وإيرادات الفنادق الشعبية في محافظة كربلاء بالنسبة إلى أجمالي الفنادق للمدة من ٢٠١٠ - ٢٠١٧

جدول (٤) إيرادات الفنادق المصنفة سياحياً وإيرادات الفنادق الشعبية في محافظة كربلاء بالنسبة إلى لأجمالي لمدة من ٢٠١٠ - ٢٠١٧

السنة	إيرادات الفنادق المصنفة سياحياً	إيرادات الفنادق الشعبية	المجموع العام القيمة ألف دينار
٢٠١٠	٢١٥٠٨١٠٨٦٢٤	-	٢١٥٠٨١٠٨٦٢٤
٢٠١١	٨١٩٤٤١١٤٥٥٠	١٦٢٠٣٨٧٨٦٠	٨٣٥٦٤٥٠٢٤١٠
٢٠١٢	٧٣٦٣٤٩٥١٧٧٤	٤٦١٢٤١٤٥٠٠	٧٨٢٤٧٣٦٦٢٧٤
٢٠١٣	٧١٤٧٢٠٩٦٠١٥	٥٥٢٧٢٢٨١٢٥	٧٦٩٩٩٣٢٤١٤٠
٢٠١٥	١٧٨٨١٥٨٨٩	١٢٧٣٥٥٦٦	١٩١٥٥١٤٥٥
٢٠١٦	١٥٧١٩٨٢٧١	١٤٠٥٩٤٤١	١٧١٢٥٧٧١٢
٢٠١٧	٩٥٢٨٠٠٧٢	٨١٣٥٢٢٦	١٠٣٤١٥٢٩٨

المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على وزارة التخطيط، الجهاز المركزي للإحصاء وتكنولوجيا المعلومات، مديرية إحصاء التجارة، مسح الفنادق ومجمعات الإيواء السياحي للفترة من ٢٠١٠ - ٢٠١٧.

نلاحظ من الجدول اعلان ان المجموع العام لإيرادات الفنادق الشعبية والفنادق السياحية في حالة تزايد عام ٢٠١٠ و ٢٠١١ و ٢٠١٢ و ٢٠١٣، بينما قلت الايرادات في عام ٢٠١٥ و ٢٠١٦ و ٢٠١٧ ترجع الاسباب للوضع الأمني في العراق الذي سببه دخول داعش للعراق.

خامساً: تطور الطلب الفندقى في محافظة كربلاء حسب الجنسية خلال المدة ٢٠١٧ - ٢٠١٠
باجدول (٥)

جدول (٥) الطلب الفندقى الداخلى (العراقيين) مقارنة بالطلب الفندقى الخارجى (غير العراقيين) في محافظة كربلاء نسبةً لإجمالي الفنادق العراقية خلال المدة ٢٠١٧ - ٢٠١٠

السنة	العراقيين	جنسيات متعددة	أجمالي الضيوف
٢٠١٠	٤٨٦٨٣	٤٧٠٤٩٤	٥١٩١٧٧
٢٠١١	٤٤٨٦٩٤	١٤٧٨٧٤٣	١٩٢٧٤٣٧
٢٠١٢	١١٣٨٦٣٥	٩٩٦٥٥١	٢١٣٥١٨٦
٢٠١٣	١٨٥٩٣٧٥	١٢٥٥٧٧٤	٣١١٥١٤٩
٢٠١٥	١٣٠٤٦٣٤	١٢٥٢٩٨٩	٢٥٥٧٦٣٢
٢٠١٦	١٤٢٩٥١٠	١٨٧١٢١٦	٣٣٠٠٧٢٦
٢٠١٧	٧٦٠٩٠٧	١٥٤٣١٧٦	٢٣٠٤٠٨٣

المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على وزارة التخطيط، الجهاز المركزى للإحصاء وتكنولوجيا المعلومات. مديرية إحصاء التجارة، مسح الفنادق ومجمعات الإيواء السياحي للفترة من ٢٠١٠ - ٢٠١٧.

جدول (٦) عدد ليالى المبيت في محافظة كربلاء
بالنسبة للبلد خلال الفترة من ٢٠١٧ - ٢٠١٠.

السنة	عدد ليالى المبيت
٢٠١٠	١٥٤٤١٢٥
٢٠١١	٥٩٥٦٨٨٦
٢٠١٢	٥٦٨٠٥٠٢
٢٠١٣	٦٦١٤٥٩٢
٢٠١٥	٦٦٦٣٦٧٦
٢٠١٦	٨٨٧١٥٠٣
٢٠١٧	٥٠٤٩٧٧٣

المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على وزارة التخطيط، الجهاز المركزى للإحصاء وتكنولوجيا المعلومات. مديرية إحصاء التجارة، مسح الفنادق ومجمعات الإيواء السياحي للفترة من ٢٠١٠ - ٢٠١٧.

من الجدول اعلاه يتضح ان عدد ليالى المبيت يشكل تغيراً مستمراً في الأرتفاع والانخفاض على مدار السنوات حيث بلغ عام ٢٠١٠ (١٥٤٤١٢٥)

من الجدول اعلاه يتضح ان اجمالي الضيف يشكل تغيراً مستمراً في الأرتفاع والانخفاض على مدار السنوات حيث بلغ عام ٢٠١٠ (٥١٩١٧٧) حتى استمر في التزايد في عام ٢٠١٠ (٢٣٠٤٠٨٣).

سادساً: عدد ليالى المبيت في محافظة كربلاء بالنسبة لأجمالي الفنادق خلال الفترة من ٢٠١٧ - ٢٠١٠.

شكل مؤشر عدد ليالى المبيت مؤشراً نوعياً آخر لقياس تطور الطلب الفندقى ولذلك ندرسه في هذه الفقرة لبيان تطور الطلب الفندقى نوعياً في كربلاء بالنسبة للأجمالي خلال الفترة من ٢٠١٥ - ٢٠٠٦.

انظر إلى الجدول (٦)

حتى استمر في التزايد في عام ٢٠١٠ (٥٠٤٩٧٧٣) من خلال الجداول أعلاه يتضح الدور الكبير في التصنيف للفنادق في محافظة كربلاء المقدسة وتمثل ذلك في زيادة الطلب السياحي المستمر وبشكل تدريجي من عام ٢٠١٠ إلى عام ٢٠١٧، وبهذا تحقق فرضية البحث التي تتمثل في "القدرة للتصنيف الفندقي في دوره لحركة الطلب السياحي على الإيواء الفندقي في محافظة كربلاء المقدسة.

ومن خلال تفاصيل الجانب العملي ان زيارة الاربعين تحقق نجاحات مستمرة لما يوجد في مدينة كربلاء المقدسة من تنوع في الفنادق السياحية على اختلاف اصنافها وهذا يحقق رضا لدى الزائر اثناء الزيارة.

الاستنتاجات

١. التصنيف السياحي في محافظة كربلاء متنوع ويجمع بين الفنادق السياحية والفنادق الشعبية.
٢. يمثل الإيواء الفندقي في محافظة كربلاء النسبة الأكبر من ميزانية السائح.
٣. عدد الفنادق السياحية والشعبية في حالة تزايد مستمر في المحافظة حيث وصل في عام ٢٠١٧ إلى (٧٥٨) فندق سياحي وشعبي، حيث كان عام ٢٠١٠ (٢٦١).
٤. الطاقة الإيوائية للأسرة في حالة متزايدة بلغت عام ٢٠١٧ إلى (٣١١١٥٨٨٥)، بشكل متزايد عن عام ٢٠١٠ حيث كانت (١٣٣٨٤) وهذا يشكل الدور الكبير للتصنيف الفندقي على الطلب

٥. ضعف القاعدة الفندقية بالنسبة إلى الفنادق الممتازة وكثرة الفنادق أربع وثلاث نجوم بسبب ضعف الاستثمار الاجنبي في المحافظة.
٦. إن سعة قاعدة الطلب السياحي على الإيواء الفندقي في الدرجات المتأخرة والشعبية يوضح مدى تأثير القوى الاقتصادية لاسيما الدخل والاسعار على الطلب السياحي ويعبر هذا عن السعة الكبيرة في مساحة الفئات الاجتماعية محدودة الدخل.
٧. قلة الوعي السياحي والثقافة السياحية لبعض الفئات الاجتماعية.
٨. إن التصنيف المتنوع للفنادق في محافظة كربلاء المقدسة يعكس دوره في رسم خارطة الطلب السياحي التي أشارت على دوره في دراسة البحث.

التوصيات

١. اعتماد المعايير الدولية في تصنيف الفنادق السياحية من أجل زيادة الطلب السياحي عليها.
٢. عدم السماح ببناء فنادق عشوائية التي لا تمثل إضافة إيجابية إلى الأبنية الفندقية، والاعتماد على خرائط وتصاميم ونماذج فندقية.
٣. تشجيع دخول الاستثمارات الاجنبية وعقد الإتفاقات السياحية الهادفة لتأهيل ما موجود وتطويره على مستوى البناء والتكنولوجيا والخدمة السياحية المقبولة.

السياحية، مجموعة النيل العربية، الطبعة الأولى، القاهرة، ٢٠٠١.

٥. الظاهر، نعيم، الياس، سراب، مبادئ السياحة، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الطبعة الثانية، عمان، ٢٠٠٧.

٦. ماهر عبد العزيز توفيق، مبادئ إدارة الفنادق، دار زهران، عمان، ١٩٩٦.

٧. ميشيل أنكر، السياحة والفنادق (النظرية الأساسية والتدريب العلمي على تشغيل المطاعم في الفنادق السياحية)، دار الكتب الحديث، القاهرة، ٢٠١١.

٨. وزارة التخطيط، الجهاز المركزي للإحصاء وتكنولوجيا المعلومات، مديرية إحصاء التجارة، مسح الفنادق ومجمعات الإيواء السياحي للفترة من ٢٠١٠ - ٢٠١٧.

٩. شبر، إلهام خضير، مشفي، غنية ضياء، أهمية تنوع الأنماط السياحية وتأثيرها على مستقبل الطلب السياحي في محافظة كربلاء (دراسة ميدانية)، مجلة الادارة والاقتصاد، العدد ١٠٦، ٢٠١٥.

١٠. العبيدي، حيدر ضياء، الفتلاوي، مصطفى مكي، الصورة السياحية الدينية ودورها في تحقيق التعايش السلمي في محافظة كربلاء المقدسة (الزيارة الاربعينية دراسة حالة)، مجلة السب، السنة الخامسة، المجلد الخامس، العدد الثاني، الجزء الثاني، ٢٠١٩.

١١. الحسيني، أمل سهيل عبد، الأبعاد الاجتماعية لزيارة الأربعين (العمل التطوعي انموذجاً)، مجلة آداب الكوفة، العدد ٤٧/ج ١، ٢٠٢١.

١٢. شبر، الهام خضير، العبيدي، حيدر ضياء، أهمية

٤. وضع القوانين والتشريعات التي تساعد على نهوض الواقع السياحي في المحافظة.

٥. السعي إلى تقليل الضرائب الخاصة بالقطاع الفندقي.

٦. اعتماد اسلوب السلاسل الفندقية كوسيلة حضارية فعالة تتماشى مع المعايير المعتمدة للنشاط الفندقي، فضلاً عن ابتكار خدمات ضيافة تكون مصدر جذب سياحي.

٧. استغلال المخرجات من التعليم السياحي في محافظة كربلاء للنهوض بالواقع الفندقي كونهم جديرين بالخبرة الواسعة.

٨. الإستثمار في البنى التحتية والبنى الفوقية بما يلبي إحتياجات النشاط السياحي ويزيد الطاقة الاستيعابية التي تنسجم مع الإمكانيات الحقيقية لتلك البنى.

المصادر والمراجع

١. جاسم، إبراهيم عباس، تصنيف الفنادق وأثره في حركة الطلب على الإيواء الفندقي في العراق، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، العدد ٣٨، ٢٠١٤.

٢. جمعة، عماد الدين جمال، الزلاقي، ليلي محمد صابر، صناعة الضيافة (علم وفن)، دار الوفاء لدينا الطباعة والنشر، الطبعة الأولى، الاسكندرية - مصر، ٢٠٠٩.

٣. حافظ، عبد الكريم، الإدارة الفندقية والسياحية، دار أسامة للنشر والتوزيع، الطبعة الاولى، عمان - الأردن، ٢٠١٠.

٤. حلابو، سعد أحمد، الفنادق العائمة والمنتجعات

التخطيط السياحي في دعم التنمية السياحية المتوازنة
"قضاء عين التمر في محافظة كربلاء دراسة حالة"،
رسالة ماجستير في كلية العلوم السياحية/ الجامعة
المستنصرية، ٢٠١٨.

١٣. مسحراوي، مروان، التسويق السياحي وأثره
على الطلب السياحي، مذكرة لنيل شهادة ماجستير
تحت إشراف الدكتور شريف ناصر الدين، كلية
العلوم الاقتصادية التجارية جامعة تلمسان،
٢٠١٢.

١٤. عميش سميرة: دور إستراتيجية الترويج في
تكييف وتحسين الطلب السياحي الجزائري مع
مستوى الخدمات السياحية المتاحة، أطروحة
للحصول على شهادة الدكتوراه في العلوم
الاقتصادية، تحت إشراف: صالح صالحي، كلية
العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، قسم العلوم
الاقتصادية، جامعة الجزائر، ٢٠١٥.