

## السياحة الذكية في محافظة النجف الاشرف في ضوء مؤشرات حركة الطلب السياحي الديني

الدكتور نصير عبد الرزاق حسج البصري\*

جامعة الكوفة / كلية التخطيط العمراني

### المخلص

### معلومات المقالة

ادى ظهور وانتشار تكنولوجيا المعلومات والاتصالات نتيجة التقدم العلمي في السنوات القليلة الماضية الى اعتمادها كأدوات مهمة ومؤثرة في مختلف جوانب الحياة العملية ، ومنها تخطيط المدن وظهور ما يعرف بنموذج المدينة الذكية (Smart City) القائمة على التخطيط لأبتكاري والتكنولوجيا. تعد السياحة احد اهم القطاعات الحياتية التي تؤثر في التنمية وتقودها غالباً ، اذ تعتمد اقتصاديات الكثير من الدول المتقدمة على السياحة في تعزيز التنمية، فالسياحة ليست هدفاً، بل وسيلة للمساهمة في التنمية الوطنية الشاملة من خلال تحقيق النمو الاقتصادي، اذ يعتمد نمو القطاع السياحي على كمية الطلب السياحي الديني بوصفه مرتبطاً بمجموع اعداد السائحين المحليين والخارجيين الذي يقصدون عنصراً سياحياً معيناً وبذلك يختلف الطلب السياحي بحسب الغرض من السياحة نفسها وبالاعتماد على مؤهلات العرض السياحي المرتبط بالمقومات السياحية ذاتها.

ظهر مفهوم السياحة الذكية (Smart Tourism) بشكل ملازم عندما وظفت التكنولوجيا بشكل كبير في قطاع السياحة ، ليصبح القطاع يركز على الأتمتة والاتصالات السلكية واللاسلكية وقواعد المعلومات والإدارة الالكترونية والأجهزة الذكية وغيرها، واتجهت بعض الدول الى دعم الاستثمار في مجال الأنشطة والفعاليات الذكية ومنها السياحة الذكية لما لذلك من دور فاعل في تحقيق بيئة مستدامة وضمن حياة مرغوبة للسكان. لذا فأن بحثنا سيتناول دراسة السياحة الذكية كسياسة مقترحة لتطوير القطاع السياحي في محافظة النجف الاشرف واثار ذلك في تحقيق التنمية المكانية من خلال حجم الطلب الكلي كمؤشر تنموي مهم ، والإتيان بنماذج للسياحة الذكية تنسجم مع واقع الطلب السياحي الديني الكلي في محافظة النجف الاشرف، ودراسة وتحليل حجم الطلب السياحي الديني في المحافظة والتغير فيه على الصعيد الحالي والمستقبلي وإجراء مقارنة بين مؤشرات الطلب السياحي الدولية ومؤشرات الطلب السياحي الديني لمحافظة النجف الاشرف والخروج بالتوصيات والمقترحات التي تقدم دليل تخطيطي تنموي يمثل حزمة من التوجهات المطلوب تحقيقها لضمان تحقيق العرض السياحي الملائم وتحقيق التنمية المكانية.

© جميع الحقوق محفوظة لدى جامعة المثنى 2019

تاريخ المقالة:

الاستلام: 2018/8/21

تاريخ التعديل: 2018/12/19

قبول النشر: 2019 /1/13

متوفر على النت: 2019/5/28

### الكلمات المفتاحية :

المدينة الذكية

السياحة الذكية

الطلب السياحي

العرض السياحي

المضاعف السياحي

التنمية المكانية

السياحة الالكترونية.

### • مشكلة البحث:

طرحت المشكلة البحثية على أساس التساؤلات الآتية:

اولاً: ما هي السياحة الذكية وما هو دورها في تحقيق

تنمية القطاع السياحي في محافظة النجف الاشرف؟

ثانياً: ما هو حجم الطلب السياحي الديني الكلي في

محافظة النجف الاشرف حالياً وما هي حركته مستقبلاً ؟

ثالثاً: هل يرتبط الطلب السياحي الكلي في النجف

الاشرف مع وتيرة الطلب السياحي العالمي المتزايد؟

## • هدف البحث:

يهدف البحث إلى إجراء دراسة مفاهيمية للسياحة الذكية كجزء من مفاهيم المدن الذكية فضلاً عن ذلك دراسة الطلب السياحي وأهميته في تحقيق التنمية واستعراض للأطروحات والتعريفات ذات العلاقة بموضوع البحث وإجراء تحليل لمؤشرات التغيير في الطلب السياحي لتفهم نمو القطاع في محافظة النجف الاشرف وتشخيص العوامل المؤثرة فيه والخروج بالتوجهات التخطيطية الملائمة والتي تنسجم مع التزايد في حجوم ومستويات الطلب السياحي بعد تشخيص المشكلة البحثية واثبات الفرضية والخروج بالنتائج لتكون بمثابة دليل علمي تخطيطي للجهات الإدارية والتخطيطية على المستوى المركزي واللامركزي يمكنها من رسم السياسات وآلية العمل التي تضمن رفع كفاءة القطاع السياحي ليأخذ دوره المنشود في التنمية.

## • فرضية البحث:

يفترض البحث ان توظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بشكل كبير في قطاع السياحة سيساهم في بلورة وصياغة نموذج السياحة الذكية في النجف الاشرف وبشكل ينسجم مع التغيير الايجابي لمستويات الطلب السياحي العالمي ، خلال مدة الدراسة وخلال التنبؤات المستقبلية.

## • منهجية البحث:

يعتمد البحث منهجاً علمياً استقرائياً قائماً على الوصف والتحليل لوصف الظاهرة واستعراض مفاهيمها واستخلاص المؤشرات العلمية المطلوبة من خلال الاستعانة بالأساليب التخطيطية واستخدام البرنامج الإحصائي SPSS.

## 1- السياحة والتنمية ( Tourism And Development )

## Development

تعد السياحة احد اهم عناصر التنمية كونها تمثل قدراً كبيراً من المردودات المالية والمعنوية التي تنعكس على متطلبات التنمية المكانية من خلال مؤشرات النمو الاقتصادي.

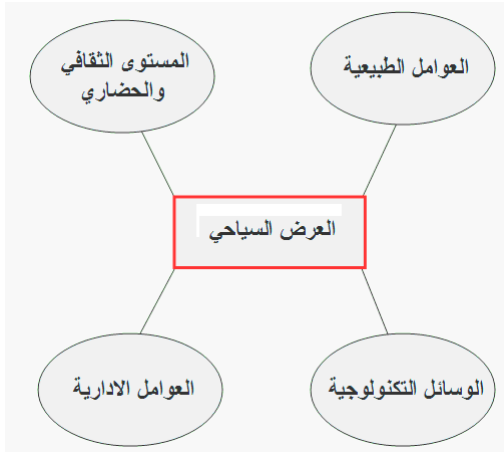
ان دور السياحة يكمن في نسبة مساهمتها في الناتج المحلي الإجمالي (GDP) للدول اذ اطلق عليها البعض صفة النشاط الاقتصادي القائد والقادر على احداث تغييرات دراماتيكية تنعكس على تنمية حيز المكان فقد اعتمدت أكثر من 85 دولة في العالم على الأنشطة السياحية بوصفها أنشطة قائمة للتنمية. (Michael, 2005).

وترتبط السياحة بعناصر مكانية مختلفة تتشابك معها وفق علاقات لتؤدي من خلال هذه العلاقات وظائف معينة تؤثر في تنمية قطاعات مختلفة كالخدمات والأنشطة الاقتصادية في الحيز المكاني.

وتشكل الواردات السياحية مثلاً ما نسبته 7% من الناتج المحلي الاجمالي والنقدي في الولايات المتحدة الأمريكية ولأهمية ذلك تم إدراج السياحة وحدها كالثالث أكبر بند في التجارة العالمية. (Harrison, 1994).

ويتمثل التأثير المباشر للنشاط السياحي في حجم الدخل القومي بأن عرض المنتج السياحي في السوق يتطلب تشغيل عناصر الإنتاج المختلفة، وبالتالي فالمنتج السياحي يتداخل في العناصر كافة. وفي النظرية الكينزية أن الاستثمار هو المتغير الرئيس المؤثر في النظام الاقتصادي. وبناء على ذلك فإن زيادة الدخل السياحي تؤدي إلى زيادة الإنفاق الاستهلاكي للمنشآت السياحية والعاملين فيها على مختلف السلع والخدمات النهائية، وهو ما يعتبر محفزاً على زيادة الإنفاق الاستثماري. (John, 1937).

وايضا المستوى الثقافي والحضاري للمكان وهو انعكاس لمجمل العناصر السياحية الثقافية والاثريّة والتراثية والدينية ، ويؤثر أيضا اذا كان المجتمع على درجة عالية من التطور ولديه الوسائل التكنولوجية ذات الكفاءة الإنتاجية العالية فمن الممكن ان يسخرها خدمة للنشاط السياحي وبالتالي فان هذا يعني تقليل التكاليف واختصار في الوقت وهكذا تكون العلاقة طردية بين التكنولوجيا والعرض السياحي. وهناك عوامل مرتبطة بالإدارة وإجراءاتها وألوياتها في التنمية فكلما كان الاهتمام منصب بتنمية وتطوير القطاع السياحي زاد العرض السياحي في المكان. انظر الشكل (1)



شكل (1) العوامل المؤثرة في العرض السياحي  
المصدر: الباحث

وفيما يتعلق بالعرض السياحي في منطقة الدراسة (محافظة النجف الاشرف) فيمكن القول ان منطقة الدراسة محافظة النجف الاشرف تتسم بوفرة عناصر العرض السياحي المختلفة وتتسم بوجود مقومات سياحية كبيرة كالمقومات السياحية الدينية المتمثلة بوجود ضريح الامام علي بن ابي طالب (عليه السلام) ومقامات دينية عديدة كمقام الامام زين العابدين ومقام المهدي ومرقد كميل بن زياد اليماني (عليهم السلام) ومساجد الحنّانة وصافي صفا والكوفة والسهلة ، وهناك

ويمكن تشخيص دور القطاع السياحي في أي دولة من خلال حساب ما يعرف بالمضاعف السياحي وهو يمثل أكثر المؤشرات استخداما وأهمية في تقدير آثار الدخل السياحي وأثره في الاقتصاد القومي ، حيث لا يقتصر دور الدخل السياحي في الدخل القومي على الزيادة الأولية في الدخل السياحي، إنما يمتد إلى زيادات متتالية في المجتمع ناتجة من الدخل السياحي ومؤدية الى حركة المعجل التنموي كموجة تعقب حركة المضاعفات الاقتصادية السياحية وينعكس بالنهاية على زيادة الاستثمار السياحي وتحقيق التنمية.

ولأجل تفهم جوانب مفاهيمية مهمة تخص الموضوع البحثي فلا بد من استعراض بعض المصطلحات العلمية المهمة ومن أبرزها:-

#### 1-1 العرض السياحي (Tourist Supply):

يعرف العرض السياحي على انه كل ما يستطيع المكان تقديمه لقاصديه من السياح الفعليين والمتوقعين متمثلا بسلسلة متصلة ومتكاملة من المغريات والجوانب الطبيعية والبشرية ومن التسهيلات والخدمات والمنشآت التي من الممكن ان تترك من الأثر في نفوس قاصديها لزيارتها. والمكوث فيها لمدة من الزمن دون غيرها. (الحوري، 2000، ص227)

ويشمل العرض السياحي عناصر الجذب السياحي المكاني التي تشجع السائحين على قصده وزيارته والطلب عليه. ويشمل ايضاً جميع ما يقدم الى السواح الفعليين والمتوقعين ، ويتضمن عوامل الجذب الطبيعية والصناعية وكذلك الخدمات والسلع التي قد تؤثر على الأفراد عند زيارة بلد او اقليم معين.

وهناك عوامل عديدة تؤثر في مستويات العرض السياحي لمكان معين وتتمثل هذه العوامل بصورة موجزة كلا من العوامل الطبيعية وتوفر عناصر السياحة الطبيعية

ب- الدخل: تعد الامكانيات المادية المتمثلة بعامل الدخل من الشروط الاساسية لتحقيق الطلب السياحي وتكون العلاقة طردية فكلما ارتفع الدخل ازد الطلب السياحي مع بقاء العوامل الاخرى ثابتة ، ويفسر عامل الدخل أسباب تفاوت الطلب السياحي بين سكان البلدان المتقدمة والغنية من جهة وسكان بلدان العالم الثالث من جهة اخرى

ج- السكان: يعتمد الطلب السياحي على عدد السكان والعلاقة تكون بينهما طردية فكلما ازداد حجم السكان ازداد الطلب مع بقاء العوامل الاخرى ثابتة ، ليس فقط حجم السكان وحده المتحكم بالطلب السياحي فهناك منها العمر والوضع الاقتصادي والثقافي للفئة العمرية.

د- الوسائل التسويقية: يعرف التسويق السياحي بانه (عملية ادارية تقوم من خلالها المشاريع السياحية بتحديد مجاميعها السياحية الفعلية والمتوقعة والاتصال بها لغرض التحفيز والتأثير وتحقيق رغباتهم ودوافعهم وذلك لغرض تحقيق الاشباع الافضل للسياح ) وبذلك يتضح ان مهمة الوسائل التسويقية هي تحفيز الطلب السياحي وتحويل الكامن منه الى فعلي عن طريق الدعاية والاعلان والعلاقات العامة بهذا تكون العلاقة طردية بين الطلب والوسائل التسويقية.

هـ- التكنولوجيا: كلما تطورت الوسائل التكنولوجية في المجتمع ازداد الطلب السياحي إذ انها تؤثر على تطور وسائل النقل وازدياد اوقات الفراغ وارتفاع مستوى الدخل وبالتالي فالعلاقة طردية بين مستوى التطور التكنولوجي والطلب السياحي مع بقاء العوامل الاخرى ثابتة.

و- الاستقرار السياسي والأمني: الطلب السياحي حساس جدا للظروف الأمنية والسياسية وكلما تحقق الاستقرار السياسي والأمني توطدت العلاقات السياسية بين

مقومات عرض سياحي أثاري تمثلت بقصر الإمارة في الكوفة وبيت الإمام علي وسور النجف ومقبرة وادي السلام وطارات النجف والخانات والحصون وقصر النعمان وغيرها ، ومقومات سياحة طبيعية متمثلة ببحر النجف والاهوار وكتوف الأنهار.

## 2-1 الطلب السياحي (Demand-Tourism) والعوامل المؤثرة فيه:

يعرف الطلب بشكل عام على انه كمية رغبات المستهلك في شراء سلع معينة وبسعر محدد وفي زمان ومكان محددين.

وبالنسبة للطلب السياحي الكلي فيعرف على انه المجموع الاجمالي لإعداد السائحين المحليين والخارجيين الوافدين إلى مكان ما.(الهوري والدباغ،2000،ص21)

كما يعرف على انه مجموع المشتريين الراغبين والقادرين على شراء كمية الخدمات السياحية عند سعر معين وخلال مدة محددة من الزمن.( Orchard,1997,P44)

ويعرف إجرائياً على انه المجموع الكلي لاعداد السائحين الوافدين لمكان ما بقصد السياحة بمختلف انواعها خلال مدة زمنية محددة.

ويوصف الطلب السياحي الكلي على انه طلب مرن ومتغير بالاعتماد على أوقات الذروة السياحية المحددة خلال توقيتات محددة ايضاً، وهنالك عوامل تؤثر في الطلب السياحي ومنها على سبيل المثال لا الحصر:(اسماعيل،2008،ص217-218) انظر الشكل (2)

أ- السعر: ويقصد به اسعار المنتج السياحي حيث تكون العلاقة عكسية، فكلما انخفض سعر المنتج السياحي ازداد الطلب السياحي والعكس صحيح مع بقاء العوامل الاخرى ثابتة ،وقد يتعدى امر اسعار المنتج السياحي نفسه الى اسعار السلع والبضائع الاخرى التي يقبل على شرائها السياح.

الملوثات والبصمة البيئية ووضع الحلول للمسائل المستعصية في بنية المدينة من خلال دمج الابعاد الثلاثة (التكنولوجيا ومجتمع الاعمال والناس).

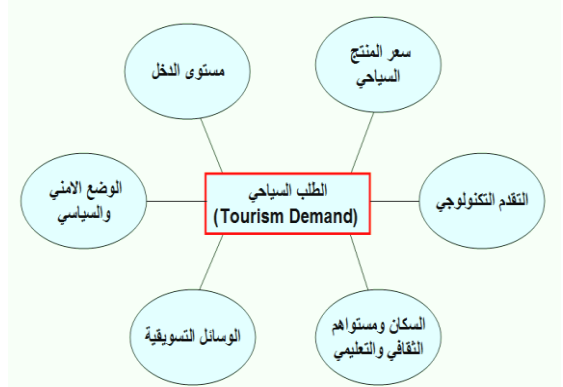
ويشير مصطلح (ذكية) الى المعدات الالكترونية والمستشعرات والاجهزة الحاسوبية المرتبطة بالانترنت والنمذجة الرقمية وقواعد البيانات الالكترونية والمدمجة وفق نظام الكتروني ومنصة حوسبة).

(Harrison,2010,P16)

وفي المحصلة يتضح ان المدينة الذكية ما هي الا سياسة الغرض منها تعزيز رأس مال المدن سواء المادية والطبيعية والتكنولوجية لغرض الوصول للمدينة المستدامة التي تضمن تحقيق الحياة الهانئة والسعادة للمجتمع. ولكون المدينة تمثل نظاماً لجوانب مختلفة اجتماعية واقتصادية ، الا انها تنمو وتتطور من خلال تنمية قطاعات قاعدة وفاعلة في اقتصادها الكلي ، ولعل السياحة احد اهم القطاعات الاقتصادية في المدن والتي تساهم بشكل كبير في تعزيز التنمية والتطور الحضري، وتتأثر المدن بتطور قطاعاتها الحيوية فالمدن الذكية لم تكن كذلك لولا اذكاء جميع عناصرها من بنى تحتية وخدمات وقطاعات اجتماعية واقتصادية وبيئية وغيرها.

وتصنف المدن السياحية على انها المدن التي تبني اقتصادياتها على اساس اقتصادي سياحي كالسياحة الدينية والطبيعية والاثريّة والتاريخية والترفيهية والعلمية وغيرها. الشكل (3)

البلدان كلما ازداد الطلب السياحي مع بقاء العوامل الأخرى ثابتة.



شكل (2) العوامل المؤثرة في الطلب السياحي

المصدر: الباحث

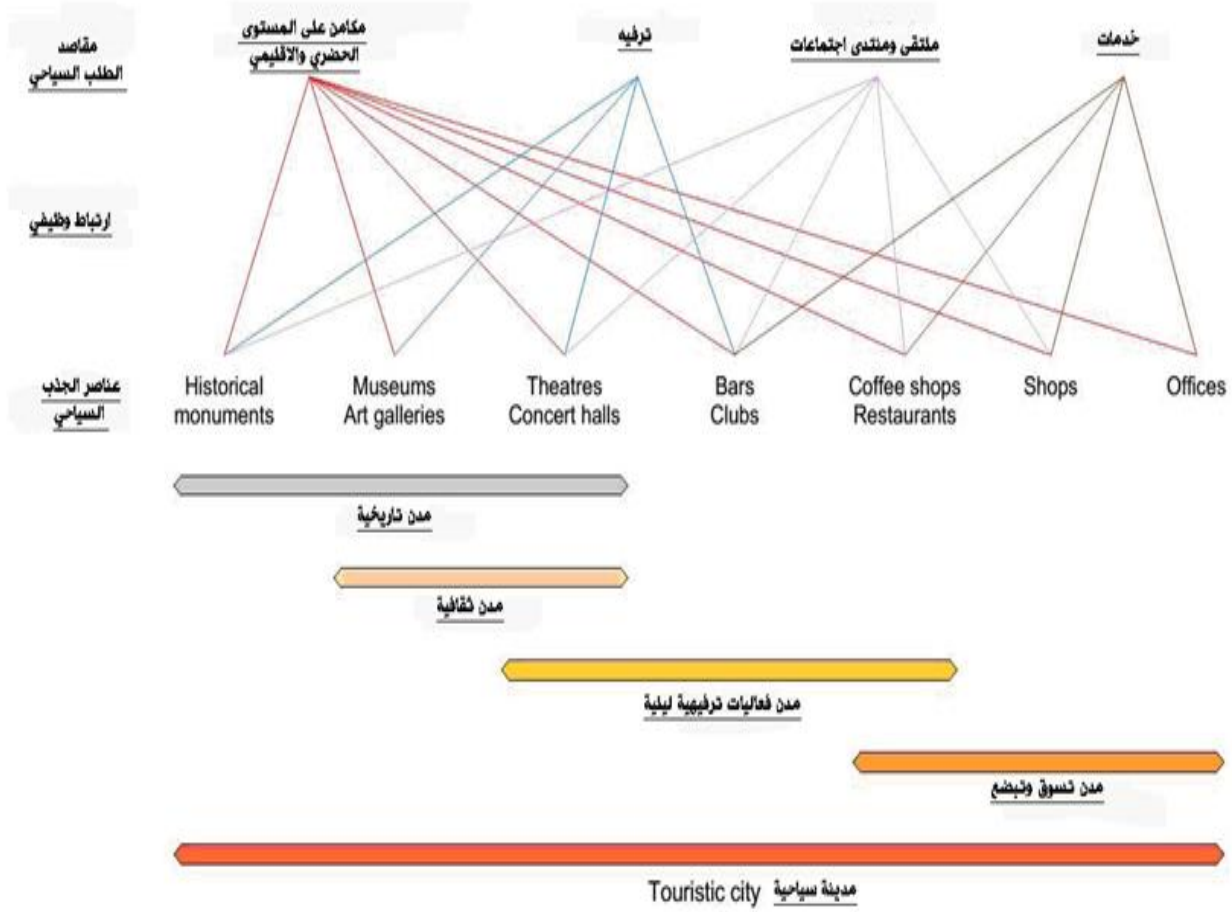
## 2- المدينة الذكية والسياحة الذكية ( Smart City And Smart Tourism )

مع ازدياد اعداد سكان المدن في اغلب دول العالم وخصوصا اوربا، بدأ التفكير جدياً في دور الحلول الابتكارية والذكية لمواجهة التحديات التي تواجهها المجتمعات الحضرية ومراكز المدن.

ظهرت المدن الذكية (Smart City) كنموذج قائم على ربط العناصر العمرانية (السكن والتسوق والحركة والتنقل والخدمات العامة والبنى الارتكازية) والمجتمع بالتكنولوجيا وتقنيات الاتصالات والطاقة المتقدمة من اجل تحقيق جودة الحياة ونوعيتها والوصول للاستدامة الحضرية. وتعرف المدينة الذكية على انها المدينة القائمة على الحلول الابتكارية والذكية وتطبيق مشروعات تكنولوجية لتحقيق بيئة ملائمة ونوعية حياة افضل.

(J.Borsboom,2017,p1)

وتخطط المدينة الذكية وفق ما يطلق عليه بالتخطيط الابتكاري (Innovative Planning) او الذكي وهو عملية تفضي الى اعداد خطط إستراتيجية وبرامج قائمة على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات المتقدمة وخفض



شكل (3) أصناف المدن السياحية استناداً للعلاقات الوظيفية والمقومات السياحية  
المصدر: الباحث نقلاً عن:

- Amalia Bădiță, "approaches to the analysis and evaluation of urban tourism system within urban destinations",  
<http://revistadeturism.ro/rdt/article/download/165/108> (2013/pdf).

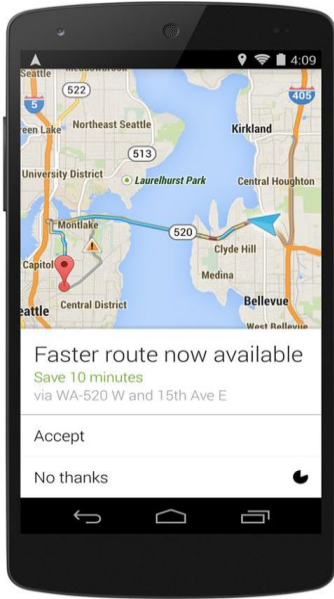
اطروحتها الى مسألة التنوع في مصادر العرض السياحي التي تصيغ مدناً تاريخية وثقافية وترفيهية وتجارية تبلور بمجملها مفهوم المدينة السياحية وترتبط ببعضها بعلاقات وظيفية.

والسياحة الذكية مفهوم متصل بالسياحة الالكترونية بل تمثل امتداداً لها، وتبنى على اساس ادخال

نجد بناءً على نظرية المدن المتداخلة (Overlapping City) للباحثة (اماليا باديتا BĂDIȚĂ) ان التنوع في عناصر الجذب السياحي سيخلق مدينة سياحية متكاملة ، أي ان المقاصد من الطلب السياحي المتولد نتيجة للعرض السياحي الجزئي سيولد طلباً سياحياً غير مخطط من قبل المنجذبين للمدينة السياحية ، وذهبت الباحثة في



(Roomer Link, Tripadvisor Link, Google Maps Link)\*  
من خلال ماتوفره من مزايا عديدة كمعرفة الطرق  
المزدحمة وغير المزدحمة والتعرف على اسعار الفنادق  
والتعرف على اللغات المحلية وكذلك ارشادات البرنامج  
السياحي المتكامل فضلا عن ذلك دعم المنتج الصناعي  
المحلي وقطاع التجارة من خلال لائحة تتضمن ابرز  
المنتجات المحلية واسعارها. انظر شكل (4)



شكل (4) جهاز ذكي وتطبيق سياحي ذكي

Reference: Google, The Bright side of sitting  
in traffic: Crowd sourcing road congestion  
data, 2009, Googleblog

ويتميز نظام السياحة الذكية بإمكانية اجراء التقييمات  
والمراجعة للخدمة السياحة من خلال التعرف على اراء  
السائحين ومقترحاتهم والتعرف على ابرز احتياجاتهم من

\* تطبيقات تدعم التعرف على الموقع والمسافات والطرق المخصصة  
فضلا عن اجراء التسوق الالكتروني وحجوزات السفر وغيرها.. للمزيد  
انظر:

- Santtu Kauppila, " Smart Tourism: Achieving Sustainable  
Development", tietojenkäsittelytieteiden laitokset, 2016

التكنولوجيا الذكية والامتعة والسحابة الالكترونية  
المتصلة بالانترنت وتعزيز الاتصال عن بعد بين العناصر  
السياحية المادية  
وربط المستهلكين والمستهدفين افتراضياً وجعل المعلومة  
السياحية متاحة وتمكين الاستعلام عنها بسهولة دون  
الحاجة للتواصل المادي.

ان المنطلق الاساسي باتجاه السياحة الذكية هو بناء  
قواعد المعلومات المكانية الالكترونية التي تتيح التعرف  
من خلال الشبكة العنكبوتية على مختلف العناصر  
السياحية وتجهز للسائح باجوبة عن النقل والحركة  
والسكن والمطاعم والانظمة الحضرية واللغات المحلية  
واسعار السلع والخدمات والاجور ومواقع الخدمة  
السياحية والمسافات بينها واصناف المقومات السياحية  
التي تلائم السائح الذي يقصد المدينة.

واشارت الاحصاءات لسنة 2016 ان ما يقارب 60% من  
الناس بمختلف دول العالم تستخدم تقنيات السياحة  
الذكية في السفر والسياحة. (<http://ec.europa.eu>)

ان الارتباط بين مفهومين السياحة الذكية والسياحة  
الالكترونية يكمن في ان الاولى هي امتداد للثانية في حين  
ان الثانية تستخدم قبل عملية السياحة اما الثانية  
فتستخدم قبل واثناء عملية السياحة ، والجدول (1) يبين  
اوجه الفروقات بين المفهومين.

جدول (1) مقارنة بين السياحة الالكترونية والسياحة  
الذكية

المصدر: الباحث

ان استخدام الاجهزة المحمولة الذكية ساعد كثيرا في  
الاتيان بتطبيقات مخصصة لخدمة السياحة الذكية

المختصة والمراكز البحثية والمعلوماتية وكذلك مشروع بوابة العراق الالكترونية.

ان اللجوء للسياحة الذكية في محافظة النجف الاشرف في ضوء حجم الطلب السياحي الديني سيكون له الاثر الكبير في تحقيق التنمية المكانية والانتقال بالنشاط السياحي الى نشاط رائد على المستويين الاقليمي والوطني، فضلا عن ذلك المنافع المرتبطة بالسياحة الذكية والمتمثلة بتطوير تطبيقات في سياق رقمنة الخدمات والذي يؤول الى توفير الجهد و الكلفة للسائح ووسائل النقل، وكذلك تقليل معدل حركة و سائط النقل في حال التوسع باستخدام التطبيقات الرقمية في المجتمعات عموماً بالتالي تدني مستوى الازدحامات المرورية و صولاً لتقليل معدل استهلاك الطاقة وخفض مستوى التلوث البيئي ، و الاهم من ذلك هو تعزيز مفهوم الرفاهية السياحية من خلال رقمنة الخدمات السياحية والذي يعد عامل اساسي في وضع محافظة النجف الاشرف على لائحة المدن السياحية الذكية .

## 2-2 التحديات التي تواجه نظام السياحة الذكية

هنالك منافع كبيرة ستعود على اقتصاد المدينة من خلال اعتماد السياحة الذكية منها ما يتعلق ببناء نظام ايكولوجي رقمي (Digital Ecosystem) وكذلك الترويج للمنتج السياحي وتعزيز الجذب السياحي الخارجي ، وايضاً إمكانية تحقيق ادارة ذكية للخدمات والمرافق السياحية وبوقت وجيز وادقة عالية جدا قياساً بالإجراءات التقليدية المتبعة في التعامل مع قطاع السياحة ، ويمكن نظام السياحة الذكية امكانية في ربط البيانات ودمجها ضمن بيئة رقمية موحدة تسهل للإدارات الحضرية عملية الرصد (Monitoring) لمجمل العمليات الحضرية.

خلال حصر مجاميع السائحين ومتابعة حركتهم وتنقلاتهم عبر اجهزة التعرف على الموقع والاكواد المخصصة لهم.

## 1-2 متطلبات نظام السياحة الذكية

ان تنفيذ نموذج السياحة الذكية يتطلب توافر جملة من الشروط والتي من خلالها يمكن تطبيق النموذج ، اذ تم حصر هذه الشروط وفق الآتي:-

اولاً:رقمنة البنى التحتية للقطاع السياحي من خلال بناء قواعد معلومات سياحية شاملة وفق نظام (Big Data) وبمساعدة نظم المعلومات الجغرافية (GIS) لصياغة نظام ايكولوجي رقمي.

ثانياً: الحوكمة والحوسبة و دورها في التوجيه و التقنين لضبط الاداء و جودة الخدمة الرقمية المقدمة و مثاليتها.

ثالثاً: توافر استراتيجيات تخطيط عمراني رقمي للبنى التحتية بما في ذلك منظومة الطرق و الاتصالات والشبكات والخدمات بشكل عام.

رابعاً:التشريع والتمويل الداعم للسياسات الذكية و برامج الانتقال نحو المدينة الذكية وبالتالي تحقيق حلم البيئة المستدامة.

خامساً: توافر الكوادر الفنية التي تدير النظام الرقمي وتراقبه وتعمل على مدار الساعة لإدارة النظام.

سادساً:تعزيز الوعي المجتمعي بأهمية السياحة الذكية في تحريك عجلة الاقتصاد الاقليمي والوطني.

سابعاً: الإعلام المساند والداعم لفكرة الانتقال نحو السياحة الذكية.

ان المتطلبات المذكورة ليست صعبة المنال خصوصاً مع الانفتاح الاقتصادي والمعرفي الذي شهده العراق ومحافظة النجف خصوصاً ، اذ باتت الاجهزة الذكية الداعمة في متناول الجميع فضلاً عن توافر مقومات اعتماد نموذج السياحة الذكية من خلال الملاكات الفنية



وتحديثها وادارتها ومدى سرية وخصوصية البيانات التي سيتم اطلاقها للمستخدم.

ان تجاوز التحديات المذكورة التي تعوق قيام نظام سياحة ذكي فضلا عن تكاتف الجهود الرامية لتوفير المتطلبات والشروط المادية والفنية مع وجود وفلسفة ادارية ورؤية معدة سيكون لذلك الاثر الكبير في الوصول للنظام السياحي المعتمد عالمياً والتمتع بالاثار الايجابية التي ستعكس على التنمية المكانية خصوصا مع دراماتيكية ديناميكية التغيير الايجابي للطلب السياحي الكلي في مدينة النجف الاشرف خلال السنوات القليلة الماضية ولغاية الان.

### 3- تحليل مؤشرات ديناميكية الطلب السياحي

#### الديني لمحافظة النجف للمدة (2005-2017)

يمثل الطلب السياحي مجموع اعداد السائحين الذين يقصدون مكاناً ما بهدف السياحة ويختلف الطلب السياحي ليتخذ تصنيفين الاول فيما اذا كان الطلب السياحي محلي او داخلي يتمثل بعدد السياح المواطنين من حملة جنسية البلد والذين ينفذون رحلات سياحية داخل حدود البلد والمقيمين فيه ، وطلب سياحي عالمي او الخارجي ويتمثل بعدد السياح الأجانب من حملة الجنسيات الاجنبية المختلفة والذين يتنقلون عبر الحدود الدولية للبلدان المختلفة .

وهناك تصنيف اخر للطلب السياحي طبقا لمدى تحققه اذ يصنف الطلب السياحي إلى :

أ- الطلب السياحي الفعلي (الحقيقي) : ويشمل الأفراد المسافرين فعلا لغرض السياحة.

ب- الطلب السياحي المحتمل ( الكامن) : والمتمثل بالأشخاص الذين تشملهم القواعد الاساسية للسفر والسياحة ، اي لديهم الوقت والمال والقدرة على السفر

وتصطدم السياحة الذكية بمجملته معوقات لتدخل حيز التطبيق ويمكن ابراز اهم النقاط التي تمثل تحديا لنظام السياحة الذكية:

اولاً: اذكاء السياحة للشروع بتطبيق نظام السياحة الذكية يتطلب خطوات لتحقيق خدمات اخرى ذكية في المدينة ، أي بمعنى تطبيق السياحة الذكية يجب ان يكون ضمن بيئة رقمية للمدينة بكل عناصرها وليس للسياحة فحسب مما يشكل عائق مالي وفني كبيرين خصوصا في مدن الدول النامية التي تعاني من تدهور بناها التحتية وخدماتها وغياب رؤية تخطيطية تنموية لتطورها ونموها وضبط حركة عناصرها على الامد المستقبلي.

ثانياً: ان السياحة الذكية تتطلب وجود اجهزة ذكية ومستشعرات مخصصة لذلك ، فضلا عن توافر خدمة الانترنت بشكل دائم ومتاح للجميع وتعتمد السياحة الذكية على السحابة الالكترونية ونظام رقمي مستقل ومستدام ، أي بمعنى أي قطع او تحكم خارجي بمستوى الخدمة سيؤدي الى تعطل إجراءات السياحة الذكية.

ثالثاً: رغبة السائح في الهروب من التكنولوجيا خصوصا اثناء الرحلات الترفيهية فضلاً عن ذلك قلة مهارات المستخدمين للأجهزة الذكية خصوصا من كبار السن (الحاجة للسائح الذكي)، وهنا نشير الى ان الإدارات الحضرية في اسبانيا اشترطت تعزيز مهارات السياح على تطبيق السياحة الذكية في برشلونا من خلال الأجهزة الذكية وتمكنت من تزويد السياح بنافذة لغرض شحن تلك الاجهزة وضمان اتصالها بالانترنت. (Ulrike,2015)

رابعاً: طبيعة وسرية البيانات تمثل تحدي كبير اما تطبيق السياحة الذكية خصوصا في البلدان المضطربة امنياً ، اذ من الضروري معرفة الجهة (حكومة ام قطاع خاص او تعاوني) التي ستولى ادارة البيانات الرقمية الهائلة

والسياحة وهذا التصنيف غالباً ما يستخدم لإغراض التنبؤات المستقبلية. وهذا التصنيف غالباً ما يستخدم لإغراض التنبؤات المستقبلية. وهنا سوف نستعرض مؤشرات الطلب السياحي في محافظة النجف الاشرف بحسب التصنيف المذكور وكما يلي:-

ولاً: التغيير في الطلب السياحي الداخلي خلال المدة (2017-2005)

يمثل التغيير في الطلب السياحي بالنسبة لإعداد السائحين القاصدين محافظة النجف الاشرف من المحافظات العراقية وكما مبين في الجدول (2) والشكل (4) و(5).

جدول (2) التغيير في الطلب السياحي الديني الداخلي في محافظة النجف الاشرف للمدة 2017-2005

المحافظة	السنة	كربلاء	بابل	الناصرية	العتيق	بغداد	واسط	البصرة	ميسان	ذي قار	ديالى	صلاح الدين	كركوك	نوى	النجف	المجموع
	2005	215520	244324	168898	169288	148976	147897	144786	133456	145678	139567	3794	3241	2912	2345	1670382
	2006	265712	366333	176943	182500	151567	155345	157341	176986	151234	145109	4921	4319	3629	3556	1945495
	2007	354230	453875	197865	191589	186098	177890	169860	188976	172345	189965	5166	5234	4217	4182	2301492
	2008	365231	589569	215535	196399	192789	188345	193231	191546	182984	192348	8313	6547	6532	4809	2533178
	2009	481950	621426	372811	210241	276173	230142	223368	245570	111032	108012	10313	6893	7130	5937	2910998
	2010	681868	632105	411223	421543	376087	343168	356685	343657	220233	210265	11016	7920	8019	6121	4029910
	2011	912327	665112	588932	577232	598989	481892	499584	421129	376878	388562	11329	8120	8891	6412	5515389
	2012	981225	686704	677813	788845	686926	698433	552421	532107	457972	467440	11410	8561	9554	6703	6566114
	2013	987424	692612	722417	801012	734510	789023	686741	620445	576809	566436	11502	8876	9712	6817	7214336
	2014	995342	719211	872155	898567	879118	875682	765067	769317	679638	-	-	-	-	-	7454097
	2015	1648126	731921	989629	957853	976821	962228	875179	879635	898126	-	-	-	-	-	8919618
	2016	2145345	772101	1011312	974983	1052245	985634	885343	915890	999254	-	-	-	-	-	9742107
	2017	2432238	823219	1123422	995634	1140290	1199560	928712	1092238	1109289	309110	15020	8920	5290	-	11182942

المصدر: مديرية الأمن السياحي في النجف الاشرف، شعبة التخطيط والمتابعة، بيانات غير منشورة. 2018.

2017	11182942
2016	9742107
2015	8919618
2014	7454097
2013	7214336
2012	6566114
2011	5515389
2010	4029910
2009	2910998
2008	2533178
2007	2301492
2006	1945495
2005	1670382

المصدر: الباحث استنادا إلى بيانات الجدول (2)

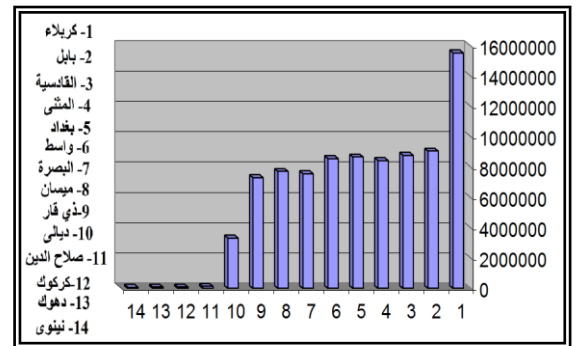
نلاحظ في الشكل (6) وجود ارتباط طردي ايجابي في الطلب عبر السنوات وهذا ناجم من تحسن الوضع الأمني والاستقرار السياسي فضلا عن تحسن مستويات الدخل والوضع الاقتصادي عموما وتطور الخدمات الملمية للطلب السياحي، وهنا نجد من الملفت التغيير الكبير في مستوى الطلب للسنوات 2013 إلى سنة 2017 وهذا يعود على زيادة تأثير الإعلام المساند والتوعية الدينية إضافة لدور وسائل التواصل الاجتماعي.

ثانياً: التغيير في الطلب السياحي الديني الخارجي خلال المدة (2017-2005)

تغيرت مؤشرات الطلب السياحي الخارجي عبر سنوات الدراسة وبمستويات مختلفة وتفاوتت اعداد السياح القادمين الى العراق من بلدان اخرى بهدف السياحة الدينية في النجف الاشرف وهذا التفاوت يوعز لأسباب وعوامل متعددة تتعلق بالعرض السياحي فضلاً عن التطور المستمر في القطاع السياحي، والانفتاح السياسي والاقتصادي للعراق على اغلب دول الطلب السياحي الديني، والجدول (3) يبين مستويات الطلب السياحي الخارجي في محافظة النجف الاشرف.

ومن خلال النظر الى الجدول (2) والشكل (5) نلاحظ ان محافظة كربلاء احتلت المرتبة الأولى بعدد السائحين الذي يقصدون محافظة النجف الاشرف والسبب في ذلك هو التجاور المكاني وتشابه الهوية الدينية والمناسبات المشتركة تليها محافظة بابل بالمرتبة الثانية ثم القادسية والمثنى وبغداد احتلت المرتبة الخامسة ثم واسط والبصرة وميسان وذي قار مرتبة على التوالي.

شكل (5) التغيير في الطلب السياحي الديني الداخلي في محافظة النجف الاشرف للمدة 2017-2005



المصدر: الباحث استنادا إلى بيانات الجدول (2)

وهنا نلاحظ تأثير عامل القرب والبعد على كمية الطلب السياحي وكذلك التشابه بين المحافظات من ناحية الأنشطة الدينية كون السياحة في النجف الاشرف يهيمن عليها طابع السياحة الدينية. ان التفاوت في الطلب السياحي الداخلي من كل المحافظات التي قصدت السياحة في محافظة النجف الاشرف عبر السنوات المدروسة ادى إلى تفاوت في مستويات الطلب السياحي الداخلي الإجمالي، شكل (6).

شكل (6) حركة الطلب السياحي الديني الداخلي في محافظة النجف الاشرف للمدة 2017-2005

2017	2016	2015	2014	2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007	2006	2005	السنة الجهة
61225	54834	37954	17519	8644	7296	6560	5548	4918	4075	3425	2616	1433	الدول العربية
3816719	2785733	2384742	2215117	2022776	1923237	1830736	1706079	1548574	1555472	1268279	1221077	971740	آسيا
5020	4389	3112	1903	2810	2540	2123	1735	1720	1210	1119	840	582	أوروبا
1563	1024	980	560	710	614	502	480	450	406	227	168	127	أفريقيا
603	484	431	236	404	356	311	270	251	202	150	122	81	أستراليا
367	302	245	188	252	233	221	195	170	150	113	96	72	أمريكا-ش
1234	1200	987	705	1086	923	832	803	613	510	430	372	293	أمريكا-ج
3886731	2847966	2428451	2236228	2036682	1935199	1841285	1715110	1556696	1562025	1273743	1225291	974328	المجموع

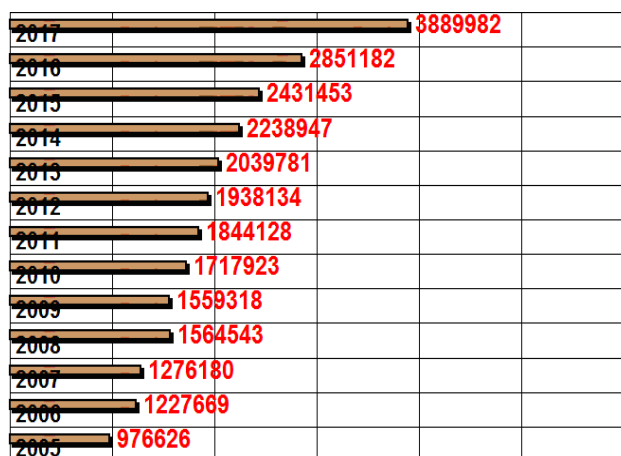
الجدول (3) حركة الطلب السياحي الديني الخارجي في محافظة النجف الأشرف للمدة (2017-2005)

2017	2016	2015	2014	2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007	2006	2005	السنة الجهة
61225	54834	37954	17519	8644	7296	6560	5548	4918	4075	3425	2616	1433	الدول العربية
3816719	2785733	2384742	2215117	2022776	1923237	1830736	1706079	1548574	1555472	1268279	1221077	971740	آسيا
5020	4389	3112	1903	2810	2540	2123	1735	1720	1210	1119	840	582	أوروبا
1563	1024	980	560	710	614	502	480	450	406	227	168	127	أفريقيا
603	484	431	236	404	356	311	270	251	202	150	122	81	أستراليا
367	302	245	188	252	233	221	195	170	150	113	96	72	أمريكا-ش
1234	1200	987	705	1086	923	832	803	613	510	430	372	293	أمريكا-ج
3886731	2847966	2428451	2236228	2036682	1935199	1841285	1715110	1556696	1562025	1273743	1225291	974328	المجموع

المصدر: مديرية الأمن السياحي في النجف الأشرف ، شعبة

تعود للسياح الإيرانيين ، تلها الدول العربية وبنسبة ضعيفة قدرت ب(0.53%).

شكل (7) حركة الطلب السياحي الديني الخارجي في محافظة النجف الأشرف للمدة (2017-2005)



المصدر: الباحث استنادا إلى بيانات الجدول (3)

ومن خلال الجدول (3) والشكل (7) نلاحظ ان التغيير في الطلب السياحي الخارجي يميل الى الزيادة الطردية القوية خصوصا في السنة الأخيرة من سنوات الدراسة 2018 بسبب تغير الوضع الاقتصادي ايجاباً وإنشاء مطار النجف الأشرف الدولي الذي سهل عملية نقل السياح ، ونلاحظ ايضاً انخفاض الطلب السياحي في سنة 2014 والسبب يعود لاضطراب الوضع الأمني بعد سيطرة الارهاب على الحدود الدولية مع الدول العربية مما انعكس على قلة أعداد السائحين الذين يقصدون محافظة النجف الأشرف. ويبين الجدول (3) والشكل (8) ان الدول الآسيوية تحتل نسبة كبيرة من مجموع الطلب وهي النسبة الأكبر والتي قدرت ب(99%) وهذه النسبة

الوصول للتنمية المكانية في المحافظة فلا بد من إجراء التنبؤات المستقبلية لحجوم الطلب السياحي الداخلي والخارجي استناداً إلى السلسلة الزمنية والاتجاه العام للتغير في مستويات الطلب السياحي وكما يلي:-

1-4 استخدام أسلوب السلاسل الزمنية للتنبؤ بالطلب السياحي الديني الداخلي لمحافظة النجف الاشرف

تتناول الدراسات الإحصائية نماذج السلاسل الزمنية بوصفها احد المقاييس الديناميكية التي تسعى من تحليلاتها إلى معرفة التغيرات التي تحصل للظاهرة عبر الزمن. وبالتالي معرفة سلوك الظاهرة والذي بدوره يساعد على التنبؤ بقيمها سنة الهدف، اذ ان نماذج السلاسل الزمنية تأخذ العلاقة بين الظاهرة والزمن وهذا ما يجعلها احد النماذج الديناميكية حيث تتضمن أي سلسلة متغيرين هما الظاهرة (Y) والزمن (X) ، فيكون عامل الزمن (X) هو المتغير المستقل بينما تكون الظاهرة (Y) هي العامل المعتمد، وفيما يلي خطوات تطبيق الأسلوب والنتائج المستحصلة للتنبؤ.

تم اعتماد السلسلة الزمنية في الجدول (4) لإغراض التنبؤ وسنقوم بتقسيم السلسلة إلى قسمين متساويين وبمدد زمنية متساوية وقمنا باستبعاد إحصائيات عام 2014 بسبب الاضطراب الامني والذي اثر على الطلب السياحي الداخلي وتسبب في فجوة كبيرة باعداد الطلب السياحي الداخلي:

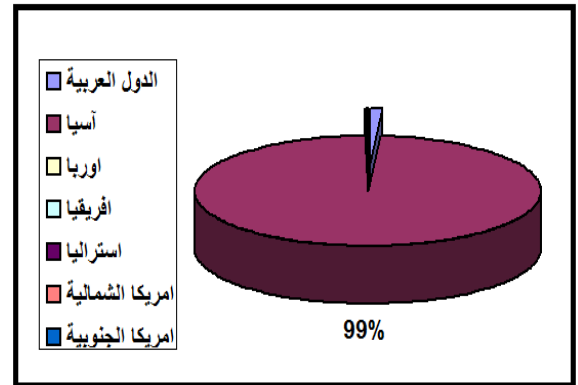
جدول (4) حجم الطلب السياحي الديني الداخلي لمحافظة النجف الاشرف للسنوات 2005-2017

السنة	الطلب
2005	1670382
2007	2301492

ويشير الشكل (7) إلى الزيادة الطردية في حجم الطلب السياحي الخارجي وخصوصاً في سنة 2015 و2016 و2017 ، أي بعد إنشاء مطار النجف فضلاً عن ذلك تطوير وتأهيل المرافق الخدمية للقطاع السياحي وتطوير نظام النقل وتحسن الوضع الاقتصادي والثقافي والأمني.

وهنا نشير الى ان حجم الطلب السياحي الخارجي يعتمد على طبيعة العلاقات الدبلوماسية بين البلدان والانفتاح السياسي والبروتوكولات الاقتصادية وغيرها، وهذا ما يؤكد عدد السياح الإيرانيين القادمين إلى محافظة النجف عبر سنوات الدراسة. انظر الشكل (8)

شكل (7) النسب المئوية للطلب السياحي الديني الخارجي في محافظة النجف الاشرف بحسب الجهة القاصدة للمدة 2017-2005



المصدر: الباحث استناداً إلى بيانات الجدول (3)

3- التنبؤ بحجم الطلب السياحي الديني في محافظة النجف الاشرف

نظراً لأهمية إجراء التنبؤات المستقبلية في العمل التخطيطي وذلك لمعرفة طبيعة التوجهات المطلوبة والتي تنسجم مع الزيادة الطردية لحجم الطلب السياحي فضلاً عن ذلك حاجة خطط التنمية ومشاريع الاستثمار السياحي لهذه التنبؤات بغية اقتراح الحلول التي تضمن تحقيق جدوى اقتصادية واجتماعية وتنموية تهدف إلى

2-4 استخدام أسلوب السلاسل الزمنية في التنبؤ بحجم الطلب السياحي الديني الخارجي لمحافظة النجف الأشرف للسنوات

وفي هذا الجزء من البحث تم اعتماد السلسلة الزمنية لحجوم الطلب السياحي الخارجي في محافظة النجف الأشرف والمبينة في الجدول (5) لإغراض التنبؤ وسنقوم بتقسيم السلسلة إلى قسمين متساويين وبمدد زمنية متساوية وكما بينا الخطوات عند إجراء التنبؤات للطلب السياحي الداخلي:

جدول (5) حجم الطلب السياحي الديني الخارجي لمحافظة النجف الأشرف للسنوات 2005-2017

الطلب	السنة
974328	2005
1273743	2007
1556696	2009
1841285	2011
2036682	2013
2428451	2015
3886731	2017

المصدر: مديرية الأمن السياحي في النجف الأشرف، شعبة التخطيط والمتابعة، بيانات غير منشورة، 2018.

$$Y=A+BX.....$$

$$\bar{X} = (3804767)/3=1268255^1 X$$

$$T^1=N/4,.., \text{ So } T^1=6/4=1.5=\underline{2007} \text{ زمن}$$

$$\bar{X} = (6306418)/3= 2102139^2 X$$

$$T^2 =3N/4..., \text{ So } T^2 =3*6/4= 45.= \underline{2013} \text{ زمن}$$

$$B=(X2-X1)/T2-T1,..... \text{ So } B= 277961$$

2910998	2009
5515389	2011
7214336	2013
8919618	2015
11182942	2017

المصدر: مديرية الأمن السياحي في النجف الأشرف، شعبة التخطيط والمتابعة، بيانات غير منشورة، 2018.

$$Y=A+BX.....$$

$$\bar{X} = (6882872)/3=2294290^1 X$$

$$T^1=N/4, ... \text{ So } T^1=6/4=1.5=\underline{2007} \text{ زمن}$$

$$\bar{X} = (21649343)/3= 7216447^2 X$$

$$T^2 =3N/4, ... \text{ So } T^2 =3*6/4= 45.=$$

$$\underline{2013} \text{ زمن}$$

$$B=(X2-X1)/T2-T1, ... \text{ So } B=1640719$$

$$Y_{2020}=2294290+1640719*(13) =$$

$$23623637$$

$$Y_{2025}=2294290+1640719(18)$$

$$=31827232$$

يتضح من خلال النتائج وباستخدام نموذج السلاسل الزمنية إن الطلب السياحي الداخلي لمحافظة النجف الأشرف في عام 2020 سيزداد بشكل طردي وكبير ليصل إلى (23623637) سائح في السنة، بمعنى سيزداد بمقدار ضعف العدد الاجمالي للطلب السياحي الكلي في سنة (2017) وسيكون حجم الطلب السياحي الداخلي لسنة 2025 بحسب نفس النموذج الرياضي (31827232) سائح بمعنى أكثر من ضعفي العدد الكلي للطلب السياحي الداخلي لسنة 2017، على فرض ثبات المتغيرات الأخرى المؤثرة في حجم الطلب.



	بالمليون	بالمليون	
2005	801.6	2.64	0.33
2006	856	3.17	0.37
2007	900	3.58	0.40
2008	919	4.10	0.45
2009	880	4.47	0.51
2010	982	5.75	0.59
2011	996	7.36	0.74
2012	1035	8.50	0.82
2013	1087	9.25	0.85
2014	1138	9.7	0.85
2015	1184	11.35	0.95
2016	1235	12.6	1.02
2017	1321	15.07	1.14

المصدر: الباحث استناداً الى:

- العيساوي، سهام، وحوحو فطوم، "واقع العرض والطلب السياحي في كل من الجزائر وتونس"، المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف ميلة؛ الجزائر، 2017، ص 85.  
- مديرية الأمن السياحي في النجف الاشرف، شعبة التخطيط والمتابعة، بيانات غير منشورة، 2018.  
- "European Union Short-Term Tourism - trendw", 2017Volume 1 • 2017Volume 1 • 2017Volume 1 • 2017-2.

نلاحظ من خلال بيانات الجدول (6) ان التغيير في الطلب السياحي في محافظة النجف يسير بالاتجاه الطردي بالمقارنة مع التغيير في حجوم الطلب السياحي العالمي اذا بلغ في عام 2005 ما نسبته 0.33% من حجم الطلب السياحي العالمي لتزداد النسبة في عام 2006 حتى وصلت الى 0.37 وتغيير ملحوظ للسنوات التالية وبنسب تغيير

$$Y_{2020}=1268255+ 277961 (13) =4881748$$

$$Y_{2025}=1268255+ 277961 (18) =6271553$$

يتضح من خلال النتائج أعلاه وباستخدام نموذج السلاسل الزمنية ان الطلب السياحي الخارجي لمحافظة النجف الاشرف لسنة 2020 سيكون بواقع (4881748) سائح وهي زيادة ايجابية كبيرة، أما بالنسبة لحجم الطلب السياحي الخارجي لسنة 2025 فسوف يزداد أيضاً وبصورة كبيرة ليصل إلى (6271553) سائح أي ما يقرب ضعف العدد الكلي للسائحين القاصدين محافظة النجف الاشرف في العام 2017، مع افتراض ثبات المتغيرات التحليلية الأخرى.

#### 4- مقارنة مؤشرات الطلب السياحي العالمي بمؤشرات

##### الطلب السياحي الديني في النجف الاشرف

نظراً لأهمية الطلب السياحي في التنمية المكانية ودوره الكبير في نمو اقتصاديات دول العالم من خلال مساهمته الفاعلة في دعم الناتج المحلي الإجمالي (GDP) فلا بد لنا في هذا الجزء من البحث من اجراء مقارنة لحجوم الطلب السياحي العالمية بالمقارنة مع حجوم الطلب السياحي الديني في محافظة النجف الاشرف ليتسنى لنا وضع التوجهات اللازمة لتحديد الأهمية النسبية للقطاع السياحي بالنسبة للقطاعات الاقتصادية الأخرى، ومن خلال بيانات الجدول (6) نلاحظ ان مؤشرات الطلب السياحي في النجف تحتل نسبة كبيرة بالمقارنة مع المؤشرات العالمية.

#### جدول (6) مؤشرات الطلب السياحي في دول العالم وفي

##### النجف الاشرف للسنوات (2005-2017) بالمليون

السنة	الطلب السياحي في النجف	الطلب السياحي العالمي	النسبة %

Variables Entered/Removed<sup>a</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	x <sup>a</sup>	.	Enter

- a. All requested variables entered.  
b. Dependent Variable: y

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.990 <sup>a</sup>	.981	.979	22.83633

- a. Predictors: (Constant), x  
b. Dependent Variable: y

ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	297010.992	1	297010.992	569.534	.000 <sup>a</sup>
	Residual	5736.479	11	521.498		
	Total	302747.471	12			

- a. Predictors: (Constant), x  
b. Dependent Variable: y

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	725.523	14.084		51.513	.000
	x	39.902	1.672	.990	23.865	.000

- a. Dependent Variable: y

Residuals Statistics<sup>a</sup>

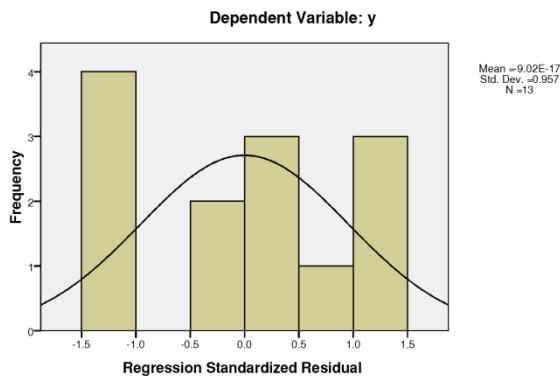
	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	830.8641	1326.8438	1025.7385	157.32424	13
Residual	-29.68878	29.87923	.00000	21.86412	13
Std. Predicted Value	-1.239	1.914	.000	1.000	13
Std. Residual	-1.300	1.308	.000	.957	13

- a. Dependent Variable: y

المصدر: عمل الباحث باستخدام برنامج (SPSS)

شكل (9) مخطط توزيع البواقي في نموذج الانحدار الخطي البسيط

Histogram



المصدر: عمل الباحث باستخدام برنامج (SPSS)

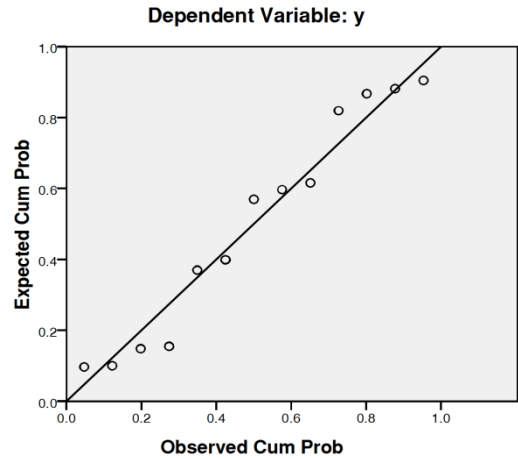
ايجابي متقارب، ثم بعد ذلك يظهر التغير الايجابي في عام 2015 وبنسبة مئوية بلغت 0.95 من مجموع الطلب وهذا يؤشر على تحسن ظروف العرض السياحي وعوامل الجذب السياحي في محافظة النجف الاشرف وبشكل كبير أي بعد تفعيل عمل مطار النجف الدولي كعقدة نقل دولية بين المحافظة ودول العالم الاخرى. واستمر التغير الطردي الايجابي بالزيادة حتى وصلت نسبة مؤشر الطلب السياحي الديني في محافظة النجف الاشرف قياساً بدول العالم وصل مانسبته 1.14% من مجموع الطلب العالمي الكلي في عام 2017، وهذا يضع النجف الاشرف ضمن اكثر الاقاليم جذباً للسائحين في العالم.

ولغرض معرفة درجة الارتباط بين مؤشرات التغير في الطلب السياحي في محافظة النجف الاشرف ومؤشرات الطلب السياحي العالمي خلال مدة الدراسة أي بين (2017-2005) لذا سيتم تطبيق نموذج الانحدار الخطي البسيط (Simple Linear Regression) وباستخدام البرنامج الاحصائي (SPSS) لغرض الحصول على النتائج الإحصائية للارتباط المبينة في الجدول (7) والاشكال (9) و(10):

جدول (7) يبين نتائج تطبيق نموذج الانحدار الخطي البسيط في برنامج (SPSS)

شكل (10) مخطط التوزيع الطبيعي في نموذج الانحدار الخطي البسيط

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



المصدر: عمل الباحث باستخدام برنامج (SPSS)

وبالنظر إلى نتائج نموذج الانحدار الخطي البسيط نجد إن التغيير في الطلب السياحي العالمي (Y) والتغيير في الطلب السياحي في محافظة النجف الأشرف (X) يرتبطان بمعامل ارتباط (99%) وبقوة تفسيرية للمتغير المستقل (98%) ، ويستدل بذلك وجود ارتباط قوي جداً وطردى بين التغيير في الطلب العالمي وبين التغيير في الطلب السياحي الديني لمحافظة النجف الأشرف ، أي بمعنى أن الزيادة العالمية في الطلب السياحي تسير باتجاه موازي لتطور في الطلب السياحي الديني في محافظة النجف الأشرف ، مما يستدعي اتخاذ سلسلة اجراءات باعتماد سياسة السياحة الذكية اسوة بالدول السياحية المتقدمة.

وبالنظر الى جدول تحليل تباين خط الانحدار (ANOVA) الذي يدرس ملائمة خط الانحدار للبيانات وفرضيته الصفرية (فرضية العدم (Null H)) أي عدم وجود فروق بين المجموعات والتي تنص على إن (خط الانحدار لا يلائم البيانات المعطاة) نجد انه:-

أ. قيم معامل الارتباط الثلاثة وهي معامل الارتباط البسيط R حيث بلغ (0.99) ومعامل التحديد  $R^2$  وهو يساوي (0.98) .

ب. تعيين خطأ التقدير (Std. Error of the Estimate) وقد بلغ هنا (22.8) ، كلما قل دل على خطأ أقل للنموذج.

ت. قيمة اختبار تحليل التباين لخط الانحدار هي (569.53) وتستخدم أحصائياً للحكم على معنوية النموذج المقدر ككل عند مستوى معنوية معين وهنا نجد ان  $F (P < 0.005)$  مما يؤكد القوة التفسيرية العالية لنموذج الانحدار الخطي البسيط من الناحية الإحصائية كون قيمته اكبر من الجدولة.

ث. مستوى دلالة الاختبار (0.000) أقل من مستوى دلالة فرضية العدم (0.05) فنرفضها بالتالي فإن خط الانحدار يلائم البيانات وأن الانحدار معنوي وبالتالي توجد علاقة ما بين المتغير المستقل والمتغير التابع.

أما بالنسبة لجدول المعاملات الذي يبين قيم ميل ومقطع خط الانحدار بالإضافة أنه يجيب على الفرضيات المتعلقة بميل ومقطع خط الانحدار فكانت نتيجته بالصورة التالية:-

يبين الجدول نتيجة إجراء اختبار (T) على فرضيات ميل خط الانحدار ومقطع خط الانحدار ونلاحظ هنا إن نتيجة اختبار (T) لمعلمة ميل الانحدار بلغت (51.51) وبمستوى دلالة (0.000) وهي أقل من مستوى دلالة فرضية العدم أي أقل من قيمة (0.05) وبالتالي نرفض فرضية العدم ونقبل الفرضية البديلة وتكون قيمة مقطع خط الانحدار (51.51) هي دالة إحصائياً.

## 5- الاستنتاجات (Conclusion)

أولاً: ان دور السياحة في التنمية يكمن في نسبة مساهمتها في الناتج المحلي الإجمالي (GDP) فقد اعتمدت الكثير من الدول في العالم على الأنشطة السياحية في التنمية.

ثانياً: تعد السياحة الذكية جزء من منظومة المدن الذكية ويشير مصطلح (ذكية) الى المعدات الالكترونية والمستشعرات والاجهزة الحاسوبية المرتبطة بالانترنت والنمذجة الرقمية وقواعد البيانات الالكترونية والمدمجة وفق نظام حاسوبي محكم.

ثالثاً: ان المقاصد من الطلب السياحي المتولد نتيجة للعرض السياحي الجزئي سيولد طلباً سياحياً غير مخطط من قبل المنجذبين للمدينة السياحية.

رابعاً: تعد السياحة الذكية امتداداً للسياحة الالكترونية فالسياحة الالكترونية تستخدم قبل عملية السفر اما السياحة الذكية فمهمتها قبل وخلال عملية السفر والسياحة.

خامساً: ان تنفيذ نموذج السياحة الذكية يتطلب توافر جملة من الشروط والتي من خلالها يمكن تطبيق النموذج، كبناء قواعد معلومات رقمية ووجود استراتيجيات تخطيط عمراني رقمي للبنى التحتية، وتوافر الكوادر الفنية وكذلك الحوكمة والحوسبة وغيرها.

سادساً: بفعل مؤشرات حركة الطلب السياحي الديني فان اللجوء للسياحة الذكية في محافظة النجف الاشرف سيكون له الاثر الكبير في تحقيق التنمية المكانية والانتقال بالنشاط السياحي الى نشاط رائد على المستويين الاقليمي والوطني تعزيز مفهوم الرفاهية السياحية من خلال رقمنة الخدمات السياحية والذي يعد عامل اساسي في وضع محافظة النجف الاشرف على لائحة المدن السياحية الذكية .

في حين كانت نتيجة اختبار (T) لمعلمة ميل الانحدار بالنسبة للمتغير المستقل بلغت (23.86) وبمستوى دلالة (0.000) وهي أقل من مستوى دلالة فرضية العدم أي أقل من قيمة (0.05) وبالتالي نرفض فرضية العدم وتكون قيمة مقطع خط الانحدار (23.86) هي دالة إحصائية.

ولبيان قوة الارتباط والعلاقة بين الطلب السياحي الديني في محافظة النجف خلال المدة (2005-2017) والطلب السياحي العالمي لنفس المدة ، لجأنا لمصفوفة ارتباط (بيرسون) وكانت النتائج كما مبين في الجدول (8).

جدول (8) نتائج ارتباط بيرسون بين الطلب السياحي العالمي والطلب السياحي الديني في النجف الاشرف خلال المدة (2005-2017)

Correlations

		y	x
y	Pearson Correlation	1	.990**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	13	13
x	Pearson Correlation	.990**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	13	13

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level

المصدر: عمل الباحث باستخدام برنامج (SPSS)

ولتحليل نتائج مصفوفة الارتباط لابد من التعرف على إن كل خلية تتضمن 3 أرقام، الأول هو قيمة معامل الارتباط بين المتغيرين والثاني هي قيمة مستوى دلالة الاختبار (المعنوية) والثالث هو عدد البيانات (الأزواج المرتبة لقيم المتغيرين) المدخلة والمستخدم في عملية الحساب.

وتبين مصفوفة الارتباط أن الارتباط والعلاقة بين الطلب السياحي الديني في محافظة النجف خلال المدة (2005-2017) والطلب السياحي العالمي لنفس المدة بلغت (99%) وأن هذه العلاقة دالة إحصائية وبدرجة معنوية عالية جدا قريبة للمطلقة.

السبب لزيادة حجم السياح الإيرانيين بسبب قوة العلاقات بين البلدين خلال مدة الدراسة، تلتها الدول العربية وبنسبة ضعيفة.

اربعة عشر: من خلال استخدام نموذج السلاسل الزمنية نستنتج ان الطلب السياحي الداخلي لمحافظة النجف الاشرف سيزداد بمقدار ضعف العدد الاجمالي للطلب السياحي الكلي في سنة (2017) وسيكون حجم الطلب السياحي الداخلي لسنة 2025 اكثر من ضعف العدد الكلي للطلب السياحي الداخلي لسنة 2017، على فرض ثبات المتغيرات الأخرى المؤثرة في حجم الطلب.

خمس عشر: ان الطلب السياحي الخارجي لمحافظة النجف الاشرف لسنة 2020 سيكون بواقع (4881748) سائح وهي زيادة ايجابية كبيرة، أما بالنسبة لحجم الطلب السياحي الخارجي لسنة 2025 فسوف يزداد أيضا وبصورة كبيرة ليصل إلى ضعف العدد الكلي للسائحين في 2017 ، مع افتراض ثبات المتغيرات التحليلية الأخرى.

ستة عشر: إن التغيير في الطلب السياحي العالمي والتغيير في الطلب السياحي في محافظة النجف الاشرف يرتبطان بمعامل ارتباط (99%) وبقوة تفسيرية للمتغير المستقل (98%) ، ويستدل بذلك وجود ارتباط قوي وطردى بين التغيير في الطلب العالمي وبين التغيير في الطلب السياحي بالنسبة لمحافظة النجف الاشرف.

سبعة عشر: أن معامل بيرسون بين الطلب السياحي الديني في محافظة النجف خلال المدة (2005-2017) والطلب السياحي العالمي لنفس المدة بلغ (99%) وأن هذه العلاقة دالة إحصائياً وبدرجة معنوية عالية جداً قريبة للمطلقة.

#### 6-التوصيات (Recommendation)

أولاً: دعم وتطوير عناصر العرض السياحي في محافظة النجف الاشرف بشكل ينسجم مع أهمية القطاع

سابعاً: هنالك تحديات متعددة تواجه نظام السياحة الذكية بشكل عام وفي النجف الاشرف بشكل خاص وان تجاوزها سيؤدي الى صياغة نموذج سياحة ذكي فضلاً عن ان تكاتف الجهود لتوفير المتطلبات والشروط المادية والفنية مع وجود وفلسفة ادارية ورؤية معدة سيكون لذلك الاثر الكبير في الوصول لنظام سياحي عالمي، ينعكس على التنمية المكانية.

ثامناً: تتسم محافظة النجف الاشرف بوفرة عناصر العرض السياحي المختلفة بسبب توافر مقومات سياحية كبيرة كمقومات السياحة الدينية والآثار والطبيعية.

تاسعاً: هيمنة محافظة كربلاء على حجم الطلب السياحي في النجف الاشرف والسبب في ذلك هو التجاور المكاني وتشابه الهوية الدينية والمناسبات المشتركة تلمها محافظة بابل بالمرتبة الثانية ثم القادسية والمثنى وبغداد احتلت المرتبة الخامسة ثم واسط والبصرة وميسان وذي قار مرتبة على التوالي.

عاشراً: التفاوت في الطلب السياحي الداخلي لكل محافظة عبر السنوات المدروسة ادى الى تفاوت في مستويات الطلب السياحي الداخلي الإجمالي.

احد عشر: تغير مستوى الطلب للسنوات 2013 إلى سنة 2017 بشكل ملفت وهذا يعود على زيادة تأثير الإعلام المساند والتوعية الدينية إضافة إلى العوامل الاقتصادية على الطلب السياحي الداخلي.

اثنا عشر: ان التغيير في الطلب السياحي الخارجي يميل الى الزيادة الطردية القوية خصوصاً في السنة الأخيرة من سنوات البحث بسبب تغير الوضع الاقتصادي ايجاباً وإنشاء مطار النجف الاشرف الدولي الذي سهل عملية نقل السياح.

ثلاثة عشر: ان الدول الآسيوية احتلت نسبة كبيرة من مجموع الطلب السياحي الخارجي وهي النسبة الأكبر ويعود

- السياحي في المحافظة من خلال ترتيب الاولويات والاهميات في الخطط والمشروعات التنموية على صعيد القطاعات المركزية والمحلية.
- ثانياً:** التأهيل والتثقيف والتوعية لشرائح المجتمع ونخبه بأهمية السياحة الذكية في التنمية ودورها في الاقتصاد الوطني والمحلي.
- ثالثاً:** دعم وسائل الترويج السياحي من وسائل الإعلام المرئي والمقروء والمسموع والقنوات الفضائية للتعريف بالمعروض السياحي في النجف الاشرف لما تحويه من مقومات سياحية هائلة.
- رابعاً:** دعم المراكز البحثية والباحثين والنظر في نتائجهم العلمية واطروحاتهم التي تهدف لتنمية القطاع السياحي في المحافظة.
- خامساً:** العمل على إنشاء قاعدة بيانات رقمية مكانية (رقمنة البنى التحتية للسياحة) مرتبطة بشبكة الانترنت مهمتها اصدار الخرائط السياحية وتحديد المواقع الخاصة بالعناصر السياحية ومساراتها المؤدية لها لتكوين دليل السائحين والوافدين للمحافظة.
- سادساً:** توافر استراتيجيات تخطيط عمراني رقمي للبنى التحتية بما في ذلك منظومة الطرق والاتصالات والشبكات والخدمات بشكل عام.
- سابعاً:** تدريب الكوادر الفنية التي تدير النظام الرقمي وتراقبه وتعمل على مدار الساعة لإدارة النظام.
- ثامناً:** ضرورة التشريع والتمويل الداعم للسياسات الذكية وبرامج الانتقال نحو المدينة الذكية وبالتالي تحقيق حلم البيئة المستدامة.
- **المصادر والمراجع العربية**
- الحوري ،مثنى طه ،"نحو خطط رصدية لتنمية السياحة في العراق" ،مجلة الادارة والاقتصاد ،الجامعة المستنصرية،العدد 2000،31.
- الحوري ،مثنى و الدباغ ،اسماعيل ،"اقتصاديات السفر والسياحة" ،مؤسسة الوراق ،عمان ، 2000 ، الطبعة الاولى،ص21.
- اسماعيل وآخرون، "العلاقة بين العرض والطلب السياحي في محافظة النجف وامكانية تنشيط السياحة الدينية فيها"، مؤتمر السياحة الاول،النجف الاشرف،2008.
- العيساوي،سهام،وحوحو فطوم،"واقع العرض والطلب السياحي في كل من الجزائر وتونس"،المركز الجامعي عبد الحفيظ بوصوف ميللة؛ الجزائر،2017.
- مديرية الأمن السياحي في النجف الاشرف،شعبة التخطيط والمتابعة، بيانات غير منشورة ،2018.
- **المصادر والمراجع الاجنبية**
- Amalia Bădiță, "approaches to the analysis and evaluation of urban tourism system within urban destinations", <http://revistadeturism.ro/rdt/article/download/165/108> (2013/pdf).
- Brakke, Michael (2005) "International Tourism, Demand, and GDP Implications: A Background and Empirical Analysis," Undergraduate Economic Review: Vol. 1: Iss. 1, Article 2. Available at: <http://digitalcommons.iwu.edu/uer/vol1/iss1/2>.



- Ulrike Gretzel, and others , "**Smart Tourism Challenges**", UQ Business School, [u.gretzel@business.uq.edu.au](mailto:u.gretzel@business.uq.edu.au). 2015
- "-European Union," **European Union Short-Term Tourism trendw**", 2017Volume 1• 2017Volume 1• 2017Volume 1• 2017-2.
- E.W.Orchard, Jhon Glen & James Eden, "**Business Economics, the open learning foundation**", Enterprise Let, USA, 1997.
- Harrison, D. (1994) Tourism, "**Capitalism, and Development in Less Developed Countries. In Leslie Sklair (Ed.) Capitalism and Development**". New York: Routledge.
- Harrison, B. Eckman, R. Hamilton, P. Hartswick, J. Kalagnanam, J. Paraszczak, and P. Williams, "**Foundations for Smarter Cities,**" IBM Journal of Research and Development 54: 4 (2010) 1 – 16.
- John R. Hicks, «Mr. Keynes and the «Classics»: "**A Suggested Interpretation**",» Econometrica, vol. 5, no. 2 ,April 1937.
- J. Borsboom-van, and others "**Smart City Guidance Package For Integrated Planning And Management**", Norwegain University of science and technology, Intermediate version June 2017.
- Google, The Bright side of sitting in traffic: Crowd sourcing road congestion data, 2009, Googleblog.

smart tourism fit into the reality of total tourism demand in Najaf, examining Total tourism demand analysis in the province in which a change in the current and future level and compare indicators of international tourism demand and tourism demand indicators for Najaf and come up with recommendations and proposals that offer manual diagram represents the desired directions Pack To ensure adequate supply of tourism and development.

- **Key words-**:( Smart City, Smart tourism, Tourism demand, Tourist offer, Tourism multiplier, spatial development, e-tourism.)

### Abstract

The emergence and spread of information and communication technology as a result of scientific progress in the last few years to be adopted as an important and influential tools in various aspects of life, including the planning of cities and the emergence of what is known as the smart city model (Smart City) innovative planning And technology.

Tourism is one of the most important sectors of life affecting development and drive development, and many developed countries economies dependent on tourism development, tourism is not a goal but a means to contribute to overall national development through economic growth, growth The tourism sector on the amount of total tourism demand.

The concept of smart tourism concomitantly picking technology in the tourism sector, to become a sector based automation and telecommunications and electronic information and management rules and smart devices and others, and some States have tended to support investment in Smart events and activities including smart tourism for achieving a sustainable environment and ensure quality of life undesirable population.

Our research will study smart tourism as a proposed policy for the development of the tourist sector in Najaf and its impact on spatial development through volume of aggregate demand as an important development, and come up with models for