

Features of Tourist Movement in Hashemia District

Abdul Zahra A. Al Jenaby Ahmed M. Shafey

College of Education For Human Sciences /University of Babylon

abdul2016.hum@gmail.com

Submission date: 11/6/2018

Acceptance date: 15/7/2018

Publication date: 28/4 /2019

Abstract

Tourism is one of the most important economic activities which has witnessed a great development in recent times, because it is one of the pillars of comprehensive economic development. As the area of study is active in the tourism movement resulting from the passage of visitors from the southern provinces to visit the holy shrines in Karbala and Najaf where tourists and visitors visit shrines, religious sites, some recreational sites, and other places in the region. Repeating visits the study area will be known spicily that it embraces many religious shrines, archaeological sites and natural sites that encourage tourism. The field study showed that 87% of the population of the region is for the purpose of religious tourism, and 34% came from parts of the other province of Babylon, and the proportion of females is 80%. It was also found that 64% of visitors come to the area with their families. Thus, the study area is witnessing a remarkable tourist movement, and it is important to develop it to have a bigger role in their economies..

It is also to give the archaeological areas more attention, developing, provide it with comfort sites, publishing tourist index, give antiquities sites more attention and encourage tourism trips toward them, as well as the promotion of traditional industries , make them accessible to tourists and visitors for their media role and economic importance.

Key Words: Tourist, Tourist Movement , Hashemia District

خطائص الحركة السياحية في قضاء الهاشمية

أحمد ماجد شافعي

عبد الزهرة علي الجنابي

جامعة بابل / كلية التربية للعلوم الإنسانية

الخلاصة

تعتبر السياحة أحد الأنشطة الاقتصادية المهمة التي شهدت تطوراً كبيراً في المدة الأخيرة، لأنها تعد من مرتكزات التنمية الاقتصادية الشاملة. وبما أن منطقة الدراسة تنشط فيها الحركة السياحية الناتجة عن مرور الزوار القادمين من المحافظات الجنوبية لزيارة العتبات المقدسة في كربلاء والنجف حيث يقوم السياح والزوار بزيارة المرافق والمقامات الدينية وبعض المواقع الترفيهية وأماكن أخرى في المنطقة وعن طريق تكرار الزيارة أصبحت منطقة الدراسة معروفة سيما وأنها تحتضن كثيراً من المرافق والمقامات الدينية والمواقع الأثرية والمواقع الطبيعية المشجعة للسياحة. وقد أظهرت الدراسة الميدانية أن ٨٧% يقصدون المنطقة لغرض السياحة الدينية، وأن ٣٤% منهم جاءوا من أجزاء محافظة بابل الأخرى، وكانت نسبة الإناث منهم ٨٠%. كما تبين أن ٦٤% من الزائرين يفدون إلى المنطقة بصحبة عوائلهم. وبهذا فإن منطقة الدراسة تشهد حركة سياحية جديرة بالاعتبار، ومن المهم تطويرها كي يكون لها دور أكبر في اقتصادياتها.

يقترح البحث زيادة الاهتمام بالمزارات الدينية وتطويرها والعمل على توفير أماكن لاستراحة الزائرين، وإصدار دليل سياحي لمحافظة بابل ومنها منطقة الدراسة، ومن المهم أيضاً إيلاء المناطق الأثرية مزيداً من الاهتمام بدءاً من تنشيط عمليات التتقيب والصيانة والتعريف بها وتشجيع السفارات الجماعية نحوها، فضلاً عن تشجيع الصناعات التراثية بأنواعها وجعلها في متناول السياح والزوار لدورها الاعلامي وأهميتها الاقتصادية.

الكلمات الدالة: السياحة، الحركة السياحية، قضاء الهاشمية

١. المقدمة

إن معرفة خصائص السياح الديموغرافية والاقتصادية والثقافية على درجة كبيرة من الأهمية، وذلك بحكم تأثيرها في كل من عملية الاستغلال والتخطيط والتطوير والتنمية السياحية، وانعكاس أثر تحليل تلك الخصائص على كل من أصحاب القرار والمستثمرين، إذ يمكنهم ذلك من الاطلاع على واقع السياحة واتجاهاتها، حيث تقوم العديد من دول العالم بعمل دراسات دورية في هذا المجال، حتى يتسنى للمسؤولين والمخططين وضع البرامج والخطط اللازمة، من خلال التعرف على جهة قدوم السياح وأوضاعهم الديموغرافية والاقتصادية وطبيعة المقترحات التي يمكن الحصول عليها منهم، والمشكلات التي يواجهونها خلال زيارتهم للمنطقة.

١.١. مشكلة البحث:-

ماهي خصائص السياح والزوار لقضاء الهاشمية؟

١.٢. فرضية البحث:-

تتباين خصائص السياح والزوار لقضاء الهاشمية من حيث الخصائص الاجتماعية والاقتصادية وجهة القدوم.

١.٣. حدود البحث:-

تتحدد الدراسة بحدود قضاء الهاشمية وهو أحد أفضية محافظة بابل التي تمتد حدودها بين دائرتي عرض (٣٦° - ٣٢° - ٧°) شمالاً، وبين خطي طول (٣٠° - ٤٤° - ١٢° - ٤٥°) شرقاً، يحده من الشمال الشرقي قضاء المحاويل ومن الشمال الغربي قضاء الحلة ومن الجنوب الغربي محافظة النجف، أما من الجنوب الشرقي فتحده محافظة القادسية. تبلغ مساحة القضاء (١٦٤٦ كم^٢) وهو بذلك يشغل نسبة (٣٢%) من مساحة محافظة بابل البالغة (٥١١٩) كم^٢.

١.٤. أهمية البحث :-

- تعتبر منطقة الدراسة ممراً للزائرين القاصدين لزيارة العتبات المقدسة في كربلاء والنجف لذلك فإن المنطقة تزداد فيها الحركة السياحية، مما قد تساهم في تطور المنطقة من خلال السياحة، إذ تعمل على زيادة الدخل الاقتصادي وزيادة فرص العمل.

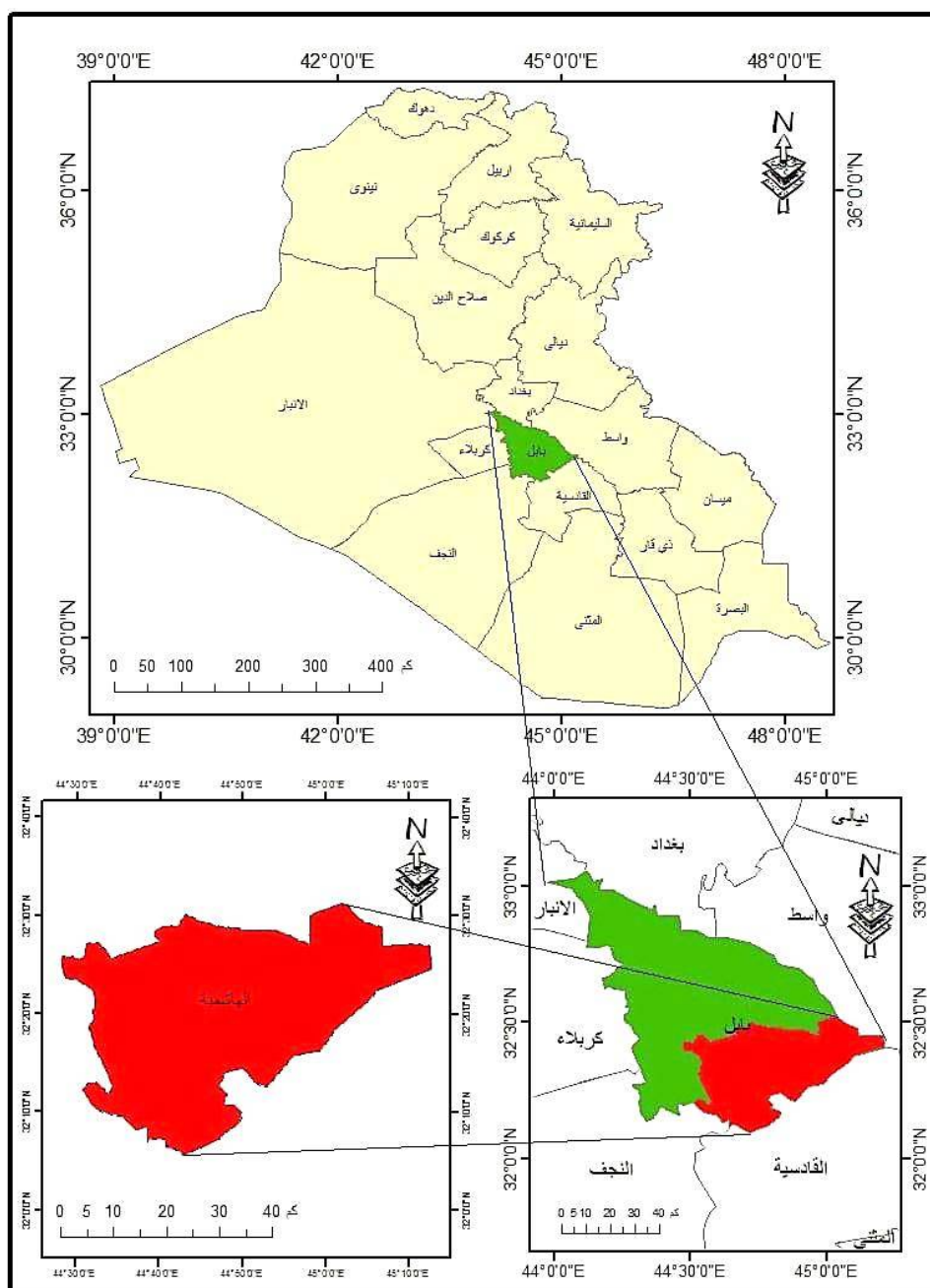
- إنها محاولة للبحث عن مصادر دخل غير تقليدية أو ناضبة أو ريعية، فالنشاط السياحي نشاط مستديم وأهميته الاقتصادية في البلاد لا تزال ثانوية من حيث مصادر الدخل.

١.٥. منهجية البحث :-

اعتمد البحث المنهج النظامي حيث اختير النشاط السياحي اولا موضوعاً للبحث، ثم طبق المنهج الاقليمي بتحديد منطقة الدراسة وهي قضاء الهاشمية. ولأجل تنفيذ المنهجية بدأ البحث بمراجعة المصادر ذات العلاقة، غير ان العمل الميداني واستمارة الاستبيان كانت هي العمل الكثر اهمية لتوفير البيانات التي تحتاجها الدراسة.

١.٦. هيكلية البحث:- جاء البحث مقسماً على مبحثين:- تناول المبحث الاول مفاهيم السياحة، أنواعها، أهميتها، طرق تنميتها، ومعوقاتاها. أما المبحث الثاني فقد عرض خصائص الحركة السياحية في قضاء الهاشمية. كما الحق البحث بجملة من الاستنتاجات والتوصيات.

خارطة (١) موقع قضاء الهاشمية في محافظة بابل



المصدر: اعتماداً على وزارة الموارد المائية، هيئة المساحة، قسم إنتاج الخرائط، خريطة العراق الادارية ، 1:1000000 ، 2010م.

٢. مفهوم السياحة - أنواعها - أهميتها - طرق تنميتها - معوقاتها

١,٢. مفهوم السياحة:- ان مفهوم السياحة هي عملية انتقال وقتية يقوم بها عدد كبير من سكان الدول المختلفة، فيتركون محل إقامتهم الدائمة منطلقين إلى أماكن أخرى داخل حدود بلدهم (سياحة داخلية)، أو إلى بلدان أخرى (سياحة خارجية)^[١]. والسياحة ببساطة تعني الانتقال من مكان الى آخر بحثاً عن أشياء جديدة لم يكن المرء ليحسن رؤيتها في بيئته المعتادة^[٢].

وهناك أنواع مختلفة للسياحة وهي كالآتي :-

- **السياحة الدينية**:- يقوم هذا النوع من السياحة على الانتماء الديني والرغبة في إشباع العاطفة الدينية^[٣]، يقوم بها الناس من أتباع دين معين أو طائفة إلى أماكن مقدسة عندهم خلال فترات محددة من السنة لممارسة بعض الشعائر أو لتنفيذ بعض التعاليم الدينية أو للتبرك كما يحدث في بعض المناسبات الدينية^[٤].

- **السياحة الترفيهية**:- وهي من أنواع السياحة الضرورية خصوصاً لسكان المدن، نتيجة للإرهاق الناتج عن رتابة العمل والحياة اليومية المعقدة، وتشمل هذه السياحة العديد من نشاطات التسلية والترويح عن النفس المتوفرة بالواجهات المائية ومدن التسلية والحدائق والمتنزهات.

- **السياحة الأثرية (التاريخية)**:- تهدف هذه السياحة الى التعرف والاطلاع على آثار وحضارات الشعوب القديمة والحديثة، وذلك عن طريق زيارة الأماكن الأثرية والتاريخية ، وتعتبر هذه السياحة ترفيهاً للكثير من السياح، من هنا التداخل الحاصل بينها وبين سياحة الاستجمام حيث غالباً ما تقترن كل منها بالأخرى^[٥].

- **السياحة الطبيعية**:- وهي السياحة التي تشمل السفر الى مناطق هادئة لغرض التمتع برؤية المناظر الطبيعية ومعايشتها، أو بمعنى آخر هي توظيف البيئة من حولنا لكي تمثل نمطاً من أنماط السياحة التي يلجأ إليها الفرد للاستمتاع لأنها تمثل متعة طبيعية، متعة بكل شيء طبيعي يوجد من حولنا في البيئة البرية والمائية^[٦].

٢,٢ **أهمية السياحة**:- تعتبر السياحة في الوقت الحاضر جزءاً رئيساً من الحياة الحديثة ، إذ تنال اهتماماً ونصيباً متزايداً في سلم أولويات خطط التنمية لأقطار كثيرة في العالم ، فقد اعترفت دول العالم على اختلاف أنظمتها ودرجة نموها وتقدمها بأن السياحة اليوم تعتبر واحدة من أهم عوامل التنمية الاقتصادية^[٧].

الأهمية الاقتصادية للسياحة:- تتميز السياحة بأنها مصدر متجدد لا ينضب فهي محصلة للعملة الأجنبية وتساهم مساهمة فعالة في زيادة حجم الاستخدام وبالتالي تخفيف حدة البطالة وتعمل السياحة على انعاش السوق المحلية بسبب إقبال السياح على شراء السلع والحاجيات اللازمة لهم أي ان السياحة تتيح فرصة انتقال الاموال من الأغنياء الى الأشخاص الأقل غنى. ومن الآثار الاقتصادية الهامة للسياحة تطوير الصناعات السياحية التقليدية وعلى الرغم من الأهمية الحضارية لمثل هذه الصناعات ، فإن لها دوراً اقتصادياً هاماً يتمثل في تشغيل الأيدي العاملة المحلية واستثمار رؤوس الاموال في طاقات إنتاجية تدر قيمة مضافة وتتيح المجال أمام عدد من صغار التجار لفتح محلات متخصصة في بيع السلع السياحية^[٨].

الأهمية الاجتماعية:- تساهم السياحة في رفع المستوى الثقافي لدى السكان المحليين عن طريق التعامل مع السياح والتعرف على حضارات جديدة، إذ يكتسب كل منهم بعضاً من المقومات الثقافية للآخر مما يؤدي الى التقليل من الفوارق بينهم والى الاحترام المتبادل والتعاون المثمر، كما تعمل السياحة على تشجيع كثير من العاملين في قطاعات مختلفة (زراعية - صناعية) على التحول لممارسة الأنشطة السياحية مما يؤدي الى زيادة دخلهم ومكاسبهم وارباحهم ويرفع مستوى حياتهم الاقتصادية وينقلهم من شريحة اجتماعية الى شريحة اعلى وهو ما ينعكس على سلوكياتهم وتطلعاتهم وطريقة أكلهم ومشربهم وملبسهم ويؤثر على اسلوب تفكيرهم واتجاهاتهم التعليمية والصحية... الخ^[٩].

٣,٢ **التنمية السياحية**:- تعرف التنمية السياحية بأنها توفير التسهيلات والخدمات لإشباع حاجة ورغبة الزائر والسائح، وتعمل على إيجاد فرص عمل جديدة مما تساعد على زيادة الدخل. وتعتبر التنمية السياحية أداة مناسبة لتحويل المجتمعات النامية من مجتمعات زراعية تقليدية الى مجتمعات متحضرة راقية وتساهم

التنمية السياحية في تطور وتوسع الخدمات السياحية واحتياجاتها ، وتعتمد التنمية السياحية على التخطيط السياحي لأنه يمثل منهج علمي يهدف الى تنمية وتطوير القطاع السياحي بأقل تكلفة وفي أقرب وقت^[١٠].
المراحل الرئيسية لإعداد خطة التنمية السياحية:- تشمل إعداد خطة التنمية السياحية على عدد من الخطوات وهي كالآتي^[١١]:-

١ - القيام بإعداد الدراسات الأولية.
 ٢- العمل على تحديد أهداف التخطيط كخطوة أولى بحيث يمكن تعديلها بالشكل الذي يتناسب مع نوع المشروع السياحي.

٣- تقييم واقع حال المنطقة السياحية عن طريق جمع المعلومات وإجراء المسوحات للمنطقة.
 ٤- تحليل وتفسير البيانات التي تم جمعها عن طريق المسوحات لأجل الخروج بحقائق تساعد في إعداد الخطط للمشاريع السياحية وإمكانية تطبيقها.

٥- تهيأت الخطة ووضع السياسات السياحية المناسبة ويتم تقييمها لاختيار ما هو مناسب وملائم لتنفيذ الخطة، بالإضافة الى تحديد البرامج والمشاريع التي يجب تنفيذها لتحقيق أهداف الخطة التنموية.

٦- مراعاة تنفيذ الخطة بتوصياتها وبالوسائل التي يتم تحديدها في المرحلة السابقة.

٧- متابعة الخطة السياحية وتعديلها بالشكل المناسب إذا تطلب الأمر

٤,٢ **معوقات السياحة:-** لاشك أن السياحة نشاطا مهما وضروريا في كثير من الدول والمجتمعات المتقدمة ، لكنها ما زالت تواجه كثير من المعوقات في دول العالم النامي ، فضلا عن ذلك انها قد تكون إحدى أهم النشاطات الاقتصادية في هذه الدول من ناحية والطريق الوحيد الذي يمكن ان يعيد لها توازنها الاقليمي من خلال تخفيف الفروق الاقتصادية والاجتماعية المكانية فيها لأقصى حد ممكن من ناحية أخرى^(١٢) ومن هذه المعوقات هي كالآتي :-

أ - ضعف القطاع السياحي كقطاع انتاجي وانتقال التركيز الحكومي على قطاعات أخرى.

ب- لازالت النظرة الواقعية لصناعة السياحة على انها نشاط هامشي دون إبرازها كنشاط اقتصادي وطني مهم مع عدّ (النفط) هو المورد الاقتصادي المهم والرئيس للبلد.

ت- قلة الاهتمام بالتخطيط الاستراتيجي بعيد المدى لصناعة السياحة ضمن التخطيط العام للتنمية الاقتصادية للبلد.

ث- ضعف دور القطاع الخاص في عملية التنمية السياحية مع تهميش هذا الدور واضمحلال الثقة المهنية في عمله نتيجة التذبذب في سن القوانين الخاصة لتنظيم عمل هذا القطاع.

ج - ضعف دور القطاع الزراعي والصناعي في دعم النشاط السياحي مما أثر في نوعية الخدمات التكميلية^[١٣].

ح - تعاني هيئة السياحة من الافتقار الى الكوادر المتخصصة في مجال السياحة والفنادق في العراق كذلك الافتقار الى عدم وجود الخبراء والخبرات الفنية اللازمة والضرورية في هذا المجال.

خ - عدم وجود تشجيع للقطاع الخاص لإنشاء المشاريع السياحية مثل تخصيص الاراضي او اعطاء القروض الميسرة او توفير مستلزمات التشغيل في الوقت الحاضر.

د- تدهور البنية التحتية والفوقية الداعمة للنشاط السياحي

ذ- صعوبات النقل الجوي والبحري والمائي وعدم وجود شركات نقل سياحي متخصص ذات مواصفات سياحية^[١٤].

٣. تعريف بالمواقع السياحية في قضاء الهاشمية

يحتوي قضاء الهاشمية على مقومات سياحية متنوعة (أثرية ودينية وطبيعية) مما ساعدت هذه المقومات على جذب السياح للمنطقة سيما وأن منطقة الدراسة تعتبر ممراً للزائرين القاصدين لزيارة العتبات المقدسة في كربلاء والنجف مما قد تساعد هذه الحركة السياحية بزيادة الدخل الاقتصادي وزيادة فرص العمل.

ومن هذه المواقع السياحية في القضاء هي :-

المواقع الأثرية:- تضم منطقة الدراسة العديد من المواقع الأثرية (التاريخية) والتراثية يصل عددها (١٦٤) موقعاً أثرياً وتراثياً. وتنتمي هذه المواقع الى مختلف العصور الحضارية منها العصر البابلي والأخميني والفارسي والساساني والإسلامي والعصر الحديث. وغالبية هذه المواقع هي تلال أثرية منتشرة في ناحية الشوملي والخميسية والغزالي والطليعة والمدحتية. بالإضافة الى وجود العديد من المواقع التراثية المتمثلة بالقللاع التاريخية وأبرزها قلعة الشيخ نايف الجريان وقلعة الشيخ خلفه الحسن الصياد في ناحية المدحتية. لذلك بالإمكان استغلال هذه المواقع في تنشيط القطاع السياحي في المنطقة ، باعتبارها مورداً اقتصادياً كبيراً قد يوازي أو يفوق باقي الأنشطة الاقتصادية الأخرى.

المزارات الدينية:- يتميز قضاء الهاشمية بالطابع الديني لكثرة المراقد والمقامات الدينية، حيث ترى القباب الخضراء أينما أدت وجهك وأي طريق سلكت فثمة مراقد، وتعد هذه المراقد أماكن لإشباع الحاجات النفسية والروحية والاجتماعية للسائحين. تعتبر منطقة الدراسة ذات تاريخ عريق في احتوائها لقبور آل البيت (ع)، وساعدت هذه المراقد الدينية في التعريف بالمناطق المحيطة بها وكذلك تشرفت هذه المناطق والقرى بهذه المراقد المباركة ، ويصل عدد هذه المراقد والمقامات (٦٧) مرقداً ومقاماً، حضي معظمها بشهرة محلية وإقليمية كبيرة ، منها مرقد الإمام القاسم بن موسى بن جعفر (ع) في ناحية القاسم ومارقد الإمام الحمزة بن القاسم (أبو يعلى) في ناحية المدحتية. ويؤم هذه المراقد أعداداً كثيرة من السياح والزوار من مختلف المحافظات العراقية وخصوصاً محافظات بابل، بغداد، كربلاء، النجف، القادسية، واسط، ديالى، ذي قار، وسياحاً من خارج العراق مثل إيران وسوريا ولبنان والكويت والبحرين وباكستان، وتزداد حركة السياح القادمين لهذه المزارات في أيام العطلة الصيفية والاعياد والمناسبات وأيام الخميس والجمعة والسبت من الأسبوع، لذلك فإن المراقد الدينية في منطقة الدراسة تساعد على جذب السياح سيما وأن بعضها يقع في مواقع متميزة، مثلاً قرب البعض منها من طرق ووسائل النقل والشوارع الرئيسية، لأن السائح والزائر يفضل الأماكن القريبة من وسائل وطرق النقل لأنهم غالباً ما يصطحبون معهم عائلتهم من كبار السن والأطفال الصغار وأن عدم القرب من هذه الطرق قد يسبب مشاكل في طريقة الوصول الى هذه المراقد الدينية، والميزة الأخرى التي تتميز بها بعض هذه المراقد أنها تقع في بيئة طبيعية خضراء حيث تحيط بها البساتين والمزارع والأشجار من جميع اتجاهاتها. وكذلك يقع بعض من هذه المراقد يقع على تلال أثرية تاريخية، وجميع هذه المميزات الذي ذكرناها التي تتمتع بها هذه المراقد قد تساعد على زيادة رغبة السياح والزوار لزيارة هذه المراقد ، لذلك يمكن استثمار هذه المراقد الدينية من خلال تنمية وتطوير مشاريع خدمية وترفيهية تساعد على جذب السياح للمنطقة وتحقيق الكثير من المنافع الاقتصادية.

المواقع الطبيعية:- تضم منطقة الدراسة العديد من المواقع للسباحة الطبيعية ومن هذه المواقع هي :-

- **ضفاف شط الحلة:-** يعتبر مرور شط الحلة بمنطقة الدراسة ذات فائدة سياحية كبيرة لأن مروره في المنطقة خلف ضفافاً خضراء جميلة جداً، حيث تنتشر على جانبيه الحدائق والمنتزهات وبساتين النخيل

وأشجار العنب والأشجار المثمرة بكافة أنواعها فضلاً عن النباتات الطبيعية التي تنمو عند حافة المياه تساعد على خلق ظروف مناخية ملائمة للمواطنين ، وتعتبر هذه المناطق مقصداً للسياح والزوار حيث يقضون فيها أجمل الأوقات في التسلية والسباحة أو ركوب الزوارق أو الصيد أو التمتع بجمال البيئة والواجهات المائية، وتشهد هذه المواقع سفريات سياحية تتضمن العوائل والشباب كمجموعات في فصلي الربيع والخريف وفي أيام العطل والأعياد والمناسبات الاجتماعية.

- **الطريق السياحي:** - ويعتبر هذا الطريق من أجمل الطرق في محافظة بابل يربط مركز مدينة الحلة بمركز قضاء الهاشمية، ويبلغ طول هذا الطريق (٢٨) كم، سمي بالسياحي لأنه يخترق البساتين الكثيفة من النخيل والحمضيات والأعشاب والأشجار المثمرة ولما يتميز به من جمالية لكثرة المترددين عليه من الزوار والسواح ويتميز بكثرة الخدمات السياحية كالمقاهي والمطاعم ومحلات لبيع المنتجات التراثية الشعبية التي يدخل سعف النخيل والقصب والطين في موادها الأساسية مثل صناعة الحصران والزناجيل والأطباق والجرار والتنانير وغيرها من الصناعات اليدوية التي تخدم الجانب السياحي وتعطي انطباعاً ثقافياً وحضارياً عن هذه المناطق، ولهذا الطريق شهرة كبيرة لدى السياح والزوار من خارج منطقة الدراسة ، لما تتوفر فيه جميع مقومات الجذب السياحي، فتقصد العوائل للترفيه عن النفس وتناول وجبة الغداء في البساتين والمزارع الجميلة وخصوصاً في أيام العطل والمناسبات.

-**الكثبان الرملية:**- وهي عبارة عن تلال من الرمال الناعمة المتحركة بفعل الهواء، تقع هذه المنطقة في شرق المدحيتية في منطقة البو فارس، وتبعد عن مدينة المدحيتية مسافة (١٠) كم، وعن الطريق الدولي (خط بغداد - البصرة) مسافة (١) كم، وتعتبر هذه المنطقة عبارة عن مساحات شاسعة من الكثبان الرملية ويتباين ارتفاع هذه الكثبان من منطقة الى أخرى حيث يتراوح ارتفاعها في منطقة (٥) متر وفي منطقة أخرى (٢٠) متر، وتأخذ هذه الكثبان أشكالاً طويلة واشكالاً هلالية، يقصد هذا الموقع السياحي الكثير من الزوار والسياح كمجموعات من الشباب للتنزه والاستجمام والصعود على هذه التلال الرملية والتقاط الصور الفوتوغرافية وممارسة رياضة التزلج.

ونستنتج من ذلك إنه إذا استغلت هذه المواقع من خلال تحقيق التنمية السياحية فإنها ستصبح مواقع جذب سياحي طبيعية تستقطب السياح والزوار من جميع مناطق العراق وبالتالي تحقيق الفائدة الاقتصادية للمنطقة وكذلك تعكس الروح الجمالية لهذه المناطق بما يحقق الراحة والاستجمام للقاصدين الى هذه المناطق.

٤. خصائص الحركة السياحية في قضاء الهاشمية:

ان الإنسان منذ القدم ولا يزال مدفوعاً في حب التنقل من مكان الى آخر إما من أجل الارتزاق أو الحصول على أراضي جديدة وأما من أجل التسلية والترفيه و التعرف على مناطق جديدة يقوم بزيارتها، ويمكن القول أن الميل للسفر لشعب معين يزداد إذا ما توفرت له بعض الشروط والمعطيات منها دخل عال أو مستوى عال من التحضر أو مستويات تنقل عالية، إلا أنه ذا الميل يتقلص عندما يكون حجماً لعائلة كبير أو عندما تكون أعمار السكان كبيرة.

ولأجل التعرف التفصيلي والدقيق لواقع الحركة السياحية في القضاء ونظراً لعدم وجود بيانات منشورة أو غير منشورة لدى الجهات المعنية بها ، فقد تضمن استمارة استبيان وزعت على أطراف هذا النشاط وبواقع ٣٠٠ استمارة على أفراد العينة في المواقع السياحية في قضاء الهاشمية ومنها المزارات الدينية، والمواقع الأثرية خلال شهر كانون الثاني من سنة ٢٠١٨.

وسيتم استعراض خصائص الحركة السياحية في منطقة الدراسة من خلال ما يأتي :-

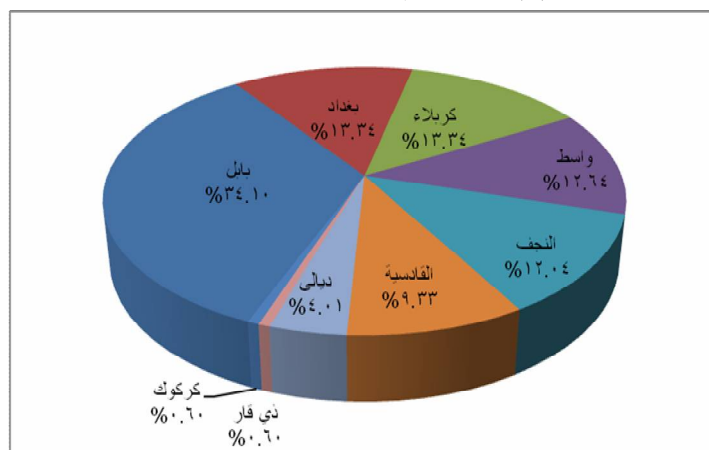
١,٤. جهة القدوم:- إن معرفة مكان انطلاق القادمين الى منطقة الدراسة ونسبتهم، يفيد في معرفة كثافة النقل على طرق المواصلات البرية التي تربط القضاء بالمحافظات الأخرى نتيجة للحركة السياحية وتفيدنا عند وضع خطة تطوير النقل في القضاء، ومن خلال الدراسة الميدانية تبين أن نسبة السياح والزوار العراقيين هي النسبة الغالبة، بحيث لم يسجل أي سائح أو زائر عربي أو أجنبي خلال فترة الدراسة الميدانية، وذلك لأن الزوار والسياح من خارج العراق لهم أوقات للزيارة مثل الأعياد والمناسبات والعطلة الصيفية ولذلك عدم تزامن فترة الدراسة الميدانية مع قدومهم ، لذا اقتصرت الدراسة على السياح والزوار من داخل العراق، ومن خلال دراستنا للجدول (١) نلاحظ أن القادمين من محافظة بابل جاءوا بالمرتبة الأولى وبنسبة ٣٤% من حجم العينة ، وذلك بسبب قربها من منطقة الدراسة ، لذلك يجب الاهتمام بالطرق الرئيسية والثانوية التي تربط منطقة الدراسة مع باقي اقصية محافظة بابل مثل طريق حلة - ديوانية الرئيسي والطريق السياحي حلة - مدحتية ، وتأتي بعدها محافظة بغداد ومحافظة كربلاء إذ ان نسبتهم متساوية إذ بلغت ١٣,٣% لكل منهما، إما محافظة واسط فجاءت بالمرتبة الثالثة بنسبة بلغت ١٢,٦%، وشكلت محافظة النجف الاشراف نسبة ١٢%، ومحافظة القادسية بنسبة ٩,٣%، ومحافظة ديالى بنسبة ٤% وأقل المحافظات نسبة هي محافظة ذي قار ومحافظة كركوك حيث تساوت نسبتهم البالغة ٢% لكل منهما، شكل(١)، ويرجع سبب قلة الزوار والسياح من هذه المحافظتين لبعدهما عن منطقة الدراسة، ومن خلال الدراسة تبين أن المنطقة يقصدها الزوار والسياح من جميع المحافظات العراقية لأهميتها السياحية وخاصة السياحة الدينية.

جدول (١) جهة قدوم أفراد العينة

المحافظات	العدد
بابل	١٠٢
بغداد	٤٠
كربلاء	٤٠
واسط	٣٨
النجف	٣٦
القادسية	٢٨
ديالى	١٢
ذي قار	٢
كركوك	٢
المجموع	٣٠٠

المصدر:- الدراسة الميدانية (استمارة الاستبيان) للعام ٢٠١٨

شكل (١) جهة قدوم أفراد العينة



المصدر: بالاعتماد على جدول (١).

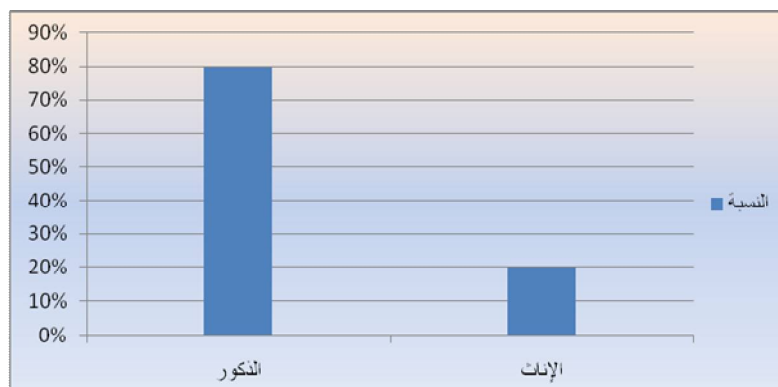
٢,٤. **الجنس:** إن نسبة الزوار والسياح من الذكور أكبر من الإناث، فقد بلغت نسبة الذكور ٨٠% من المجموع الكلي للزوار والسياح في عينة البحث، في حين شكلت نسبة الإناث ٢٠%، جدول (٢)، وان هذه النسب تدل على أن للأعراف والتقاليد والقيم دوراً كبيراً في تحديد حركة المرأة من السفر بمفردها حتى وان كان هذا السفر لزيارة المزارات المقدسة، ومن خلال الدراسة الميدانية تبين أن هذه النساء أتت برفقة أخ أو زوج أو أب، ومن خلال متغير الجنس بالإمكان معرفة متطلبات الزوار والسياح من خدمات ووسائل ترفيه تتلاءم معهم في منطقة الدراسة.

جدول (٢): توزيع أفراد العينة حسب الجنس

الجنس	العدد
الذكور	٢٤٠
الإناث	٦٠
المجموع	٣٠٠

المصدر:- الدراسة الميدانية (استمارة الاستبيان) للعام ٢٠١٨ م

شكل (٢) توزيع أفراد العينة حسب الجنس



المصدر : بالاعتماد على جدول (٢).

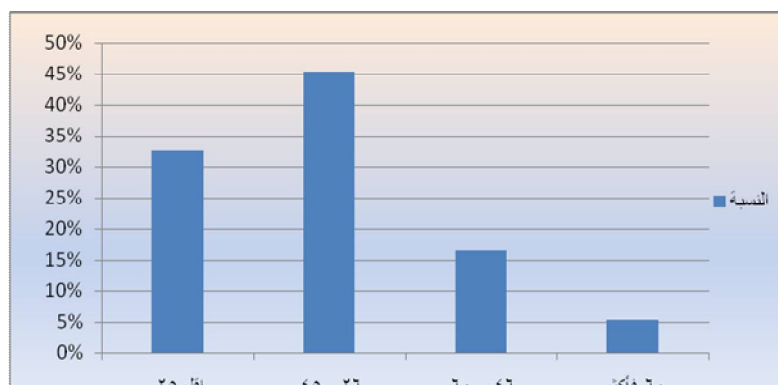
٣,٤. **الفئات العمرية:-** من المعروف أن للعمر علاقة بنوع السياحة كما أن الأعمار الشابة أكثر ميلاً للسفر والسياحة من الأعمار الكبيرة أو الأعمار الصغيرة، ومن خلال نتائج الاستبيان جدول (٣) شكل (٣)، ظهر ان الفئات العمرية (٢٦ - ٤٥ سنة) هي من أكثر الفئات انتقالاً، فقد شكلت أعلى نسبة من الفئات العمرية حيث وصلت الى (٤٥,٣%) من جميع أفراد العينة، والسبب أن هذه الفئة العمرية لها القدرة المالية والاستقلالية الشخصية كما لها قابلية على تحمل متاعب السفر، كما تقل هذه النسبة عند فئة (أقل من ٢٥ سنة) بحيث بلغت نسبتهم (٣٢,٦%) من مجموع أفراد العينة، وذلك لضعف إمكانياتهم المالية، أما فئة (٤٦ - ٦٠ سنة) فقد شكلت نسبة (٥,٣%). وأقل النسب هي فئة كبار السن (٦٠ سنة فأكثر) حيث شكلت نسبة (١٦%) وذلك لأن أغلب أفراد هذه الفئة يعاني من سوء الحالة الصحية، لذلك يكون ميلهم الى الراحة والاستقرار أكثر من الخروج للسفر.

جدول (٣) الفئات العمرية لأفراد العينة

الفئات العمرية	العدد
٢٦ - ٤٥	١٣٦
أقل ٢٥	٩٨
٤٦ - ٦٠	٥٠
٦٠ فأكثر	١٦
المجموع	٣٠٠

المصدر - الدراسة الميدانية، استمارة الاستبيان للعام ٢٠١٨م

شكل (٣) توزيع أفراد العينة حسب الفئات العمرية



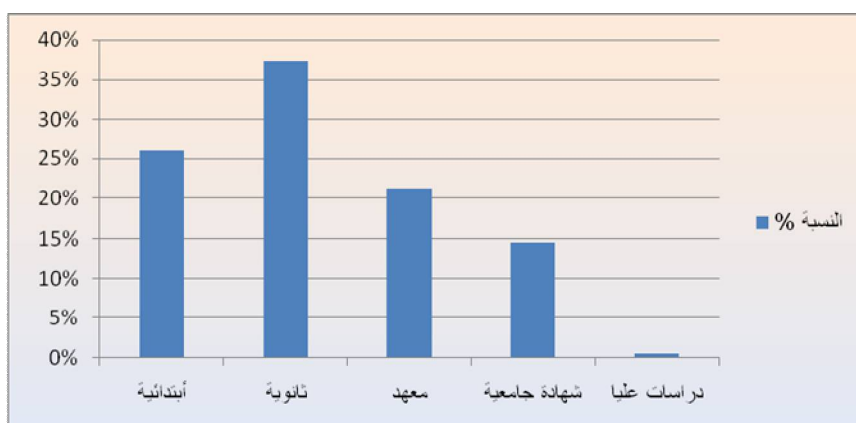
المصدر: بالاعتماد على جدول (٣).

٤,٤. **التحصيل الدراسي:-** أظهرت الدراسة أن أعلى نسبة من افراد العينة هم من أنها الدراسة الثانوية حيث شكلوا نسبة ٣٧,٣%، أما الذين أنها الدراسة الابتدائية فشكّلوا نسبة ٢٦%، ويأتي بعد ذلك حملة شهادة المعهد بنسبة ٢١,٣% وبلغت نسبة حملة الشهادة الجامعية بنسبة ١٤,٦%، وأقل نسبة هم من حملة الشهادات العليا بنسبة ٠,٦%. جدول (٤)، شكل (٤).

جدول (٤) التحصيل الدراسي لأفراد العينة

العدد	الحالة الاجتماعية
٢٠٦	متزوج
٧٢	أعزب
١٤	مطلق
٨	أرمل
٣٠٠	المجموع

المصدر - الدراسة الميدانية، استمارة الاستبيان للعام ٢٠١٨م



شكل (٤) التحصيل الدراسي لأفراد العينة

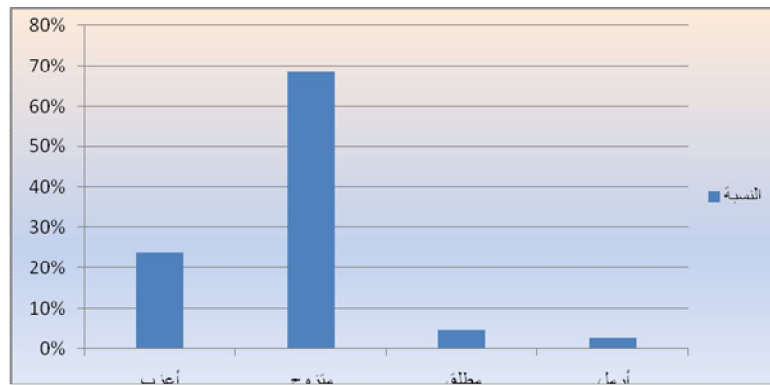
المصدر : بالاعتماد على جدول (٤).

٥,٤. الحالة الاجتماعية:- أظهرت الدراسة أن أكثر من نصف السياح والزوار هم من المتزوجين، جدول (٥) شكل (٥)، فقد وصلت نسبة المتزوجين ٦٨,٦% من أفراد عينة الدراسة، لذلك يجب توفير الخدمات السياحية الملائمة للأجواء العائلية، أما نسبة غير المتزوجين فوصلت الى ٢٥% من أفراد عينة الدراسة، وأن زوار منطقة الدراسة ممن هم من الشباب يأتون للمنطقة قد يكون لغرض الدراسة والسياحة في الوقت نفسه، أما بالنسبة للمطلقين فقد شكلوا نسبة ٤,٦ % ، و اقل نسبة هم الأرامل حيث بلغت نسبتهم ٨% من افراد عينة الدراسة.

جدول (٥) الحالة الاجتماعية لأفراد العينة

العدد	الحالة الاجتماعية
٢٠٦	متزوج
٧٢	أعزب
١٤	مطلق
٨	أرمل
٣٠٠	المجموع

المصدر: بالاعتماد على الدراسة الميدانية، استمارة الاستبيان لعام ٢٠١٨م



شكل (٥) الحالة الاجتماعية لأفراد العينة

المصدر:- بالاعتماد على جدول (٥)

٦,٤. المهنة:- تبين من خلال الدراسة أن الانسان إذا كان يعمل أو لديه دخل فإنه يقوم بالسياحة والتنقل، ومن خلال تحليل البيانات تبين ان شريحة الموظفين من أفراد العينة يشكلون أعلى نسبة، فوصلت نسبتهم الى ٤٢,٦% ، وهي حالة متوقعة لأن الموظفين يحتاجون لفترات راحة بعد عناء العمل الوظيفي، ولتوفر وقت فراغ لديهم من خلال عطلة نهاية الأسبوع أو الإجازات الشهرية أو السنوية، أنظر جدول (٦) شكل (٦)، يليهم القطاع الخاص حيث شكلوا نسبة ٢٧,٣% من مجموع أفراد عينة الدراسة، وهي نسبة مرتفعة نسبياً تبين زيادة اهتمام العاملين في القطاع الخاص بالجانب الترويحي وإدراكهم لأهمية السياحة في تجديد طاقاتهم وتطوير عملهم إضافة إلى إمكاناتهم المالية المتزايدة ولامتلاك كثير منهم السيارات الخاصة التي تسهل ذلك، أما الطلاب فمساهمتهم قليلة ويشكلون ١٩,٣% وهذا يعود الى مشاغلهم الدراسية وعدم وجود مورد مالي ثابت لديهم، وأقل نسبة جاءت هي المتقاعدين حيث بلغت نسبتهم ١٠,٦%. لذلك فإن نوع المهنة يؤثر على السياحة من خلال الأخذ بنظر الاعتبار توفير بعض القوى العاملة البشرية في الجانب السياحي.

جدول (٦) نوع المهنة لمجموع أفراد العينة

المهنة	العدد
موظف	١٢٨
قطاع خاص	٨٢
طالب	٥٨
متقاعد	٣٢
المجموع	٣٠٠

بالاعتماد على الدراسة الميدانية، استمارة الاستبيان للعام ٢٠١٨م



شكل (٦) مهن أفراد العينة

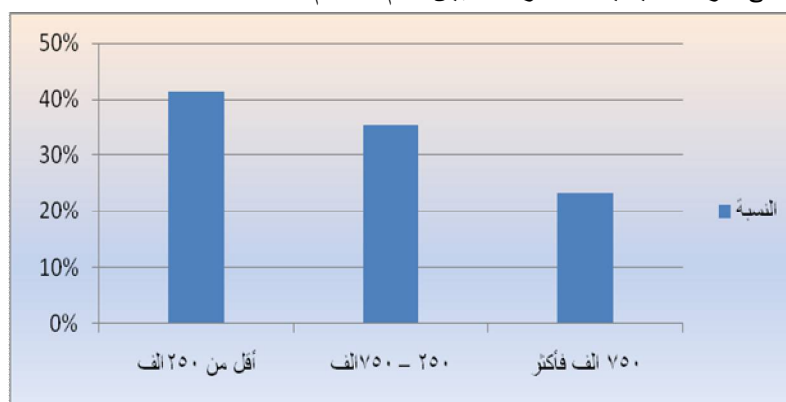
المصدر: بالاعتماد على جدول (٦).

٤,٧. الدخل:- أظهرت نتائج الدراسة أنه كلما زاد دخل الشخص كلما زاد تفكيره بالسفر والتجوال، ويتضح من خلال جدول (٧) شكل (٧)، الذي يوضح توزيع الدخل الشهري للسياح والزوار في عينة الدراسة، وتبين أن فئة ذوي الدخل الشهري أقل من ٢٥٠ ألف دينار شهرياً شكلت أعلى نسبة من مجموع أفراد العينة حيث بلغت نسبتهم ٤١,٣%، وتأتي بالمرتبة الثانية فئة ذوي الدخل ٢٥٠ - ٧٥٠ ألف دينار شهرياً وكانت نسبتهم ٣٥,٣%، أما أقل فئة فهي ٧٥٠ ألف دينار فأكثر وشكلت نسبة ٢٣,٣% من مجموع أفراد العينة. ولكن هذه الفئات من الدخل قد تكون متغيرة في القضاء من وقت لآخر وغير ثابتة وقد يحصل تباين في هذه البيانات.

جدول (٧) مستوى الدخل لأفراد عينة الدراسة

العدد	الدخل الشهري
١٢٤	أقل من ٢٥٠ ألف
١٠٦	٢٥٠ - ٧٥٠ ألف
٧٠	٧٥٠ ألف فأكثر
٣٠٠	المجموع

المصدر:- بالاعتماد على الدراسة الميدانية، استمارة الاستبيان للعام ٢٠١٨م



شكل (٧) مستوى الدخل لأفراد العينة

المصدر: بالاعتماد على جدول (٧).

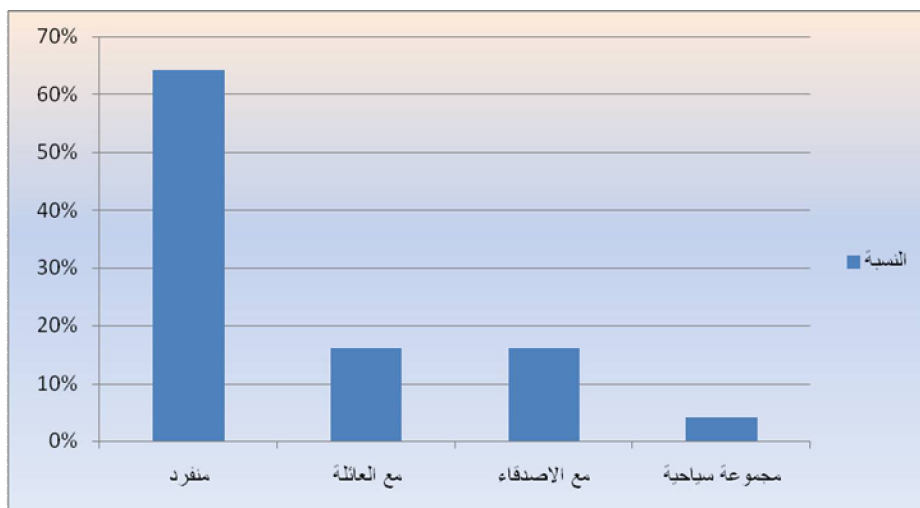
٨,٤. طبيعة الحضور:-

أظهرت الدراسة وجود تباين في طبيعة الحضور إلى قضاء الهاشمية، لكنه أكثر من ثلثي السياح والزوار يأتون مع عوائلهم وخصوصاً زوار المرقاد المقدسة في منطقة الدراسة ومن خلال الدراسة الميدانية تبين أن مجموعة أفراد كل عائلة يتراوح ٤ - ٨ أفراد ، وتبين من خلال جدول (٨) والشكل (٨)، أن نسبتهم بلغت (٦٤%) من مجموع أفراد العينة، وقد تساوت النسبة بين من يأتي منفرد ومن يأتي مع الأصدقاء حيث ان النسبة لكل منهم بلغت (١٦%)، اما أقل نسبة فهم من يأتون مع مجموعة سياحية حيث بلغت نسبتهم (٤%)، وتبين من خلال الدراسة أن ضعف عدد المجموعات السياحية القادمة الى منطقة الدراسة يرجع الى أن غالبية الزوار والسياح لا يحبون الالتزام بموعد محدد للوقت أثناء زيارتهم للمنطقة فيأتون مع عوائلهم أو بشكل منفرد أو مع الأصدقاء. لذلك ينبغي على المسؤولين والمخططين للسياحة الأخذ بعين الاعتبار طبيعة حضور السياح والزوار الذين يأتي معظمهم مع عوائلهم وتوفير ما يلزم من خدمات سياحية وترفيهية وخدمات عامة لهم.

جدول (٨) طبيعة حضور السياح والزوار لقضاء الهاشمية للعام ٢٠١٨م

طبيعة الحضور	العدد
منفرد	١٩٢
مع العائلة	٤٨
مع الاصدقاء	٤٨
مجموعة سياحية	١٢
المجموع	٣٠٠

المصدر:- بالاعتماد على الدراسة الميدانية، استمارة الاستبيان للعام ٢٠١٨م



شكل (٨) طبيعة حضور أفراد العينة

المصدر: بالاعتماد على جدول (٨).

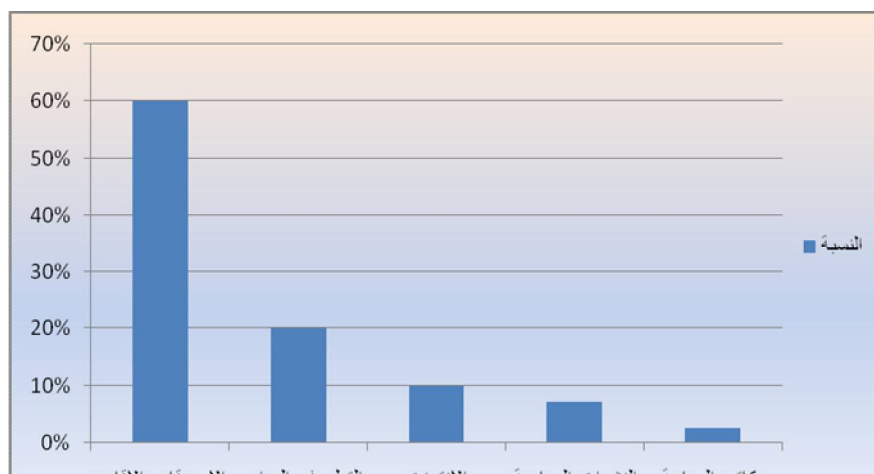
٩,٤. مصادر الحصول على المعلومات عن قضاء الهاشمية:-

تشكل السياحة في العديد من دول العالم مصدر دخل مرتفع فعليها العمل بالعديد من وسائل الدعاية والاعلام لتسويق المقومات السياحية المتنوعة التي تمتاز بها هذه الدول، حيث تعتبر وسائل الدعاية والإعلام والتسويق من أهم العوامل في تنشيط الحركة السياحية وتكون عادةً متنوعة، فمنها ما يصدر عن جهات رسمية ومنها خاصة، ومن أمثلة هذه الوسائل التلفاز والإذاعة والصحف والمجلات والنشرات والخرائط السياحية والأبحاث والصور والأنترنت، كما ويعتبر السياح والزوار أنفسهم عبارة عن سفراء لهذه البلدان التي يزورونها لأنهم يقومون ببث الدعاية عن الأماكن السياحية التي زاروها. وقد أظهرت الدراسة تفوق بعض مصادر المعلومات عن قضاء الهاشمية على غيرها وقد تم تقسيم هذه المصادر على النحو التالي: (من خلال الأصدقاء والأقارب، من خلال التعليم في المدارس، النشرات السياحية، مكاتب السياحة، الأنترنت)، حيث يتضح من الجدول (٩) شكل (٩)، أن نسبة (٦٠%) من أفراد عينة الدراسة حصلوا على معلوماتهم عن القضاء من خلال الأصدقاء والأقارب، يلي ذلك الذين حصلوا على معلوماتهم من خلال التعليم في المدارس حيث وصلت نسبتهم إلى (٢٠%) من أفراد العينة، أما في المرتبة الثالثة فكان من الأنترنت وبنسبة (٣٠%)، وبعدها تأتي النشرات السياحية بنسبة (٧,٣%)، وأقل نسبة في الحصول على المعلومات هي من مكاتب السياحة حيث شكلت نسبة (٨%) من أفراد العينة، لذلك من الضروري أن يقوم المسؤولون والمخططون بعمل برامج والبحث عن مصادر لتسويق قضاء الهاشمية سياحياً داخلياً وخارجياً.

جدول (٩) مصادر الحصول على المعلومات عن قضاء الهاشمية

العدد	مصادر الحصول على المعلومات
١٨٠	الاصدقاء والاقارب
٦٠	التعليم في المدارس
٣٠	الانترنت
٢٢	النشرات السياحية
٨	مكاتب السياحة
٣٠٠	المجموع

المصدر: الدراسة الميدانية، استمارة الاستبيان للعام ٢٠١٨ م



شكل (٩) مصادر الحصول على المعلومات

المصدر :- اعتمادا على جدول (٩)

١٠,٤. وسائل النقل المستخدمة :-

إن معرفتنا بنوعية وسائل النقل المستخدمة للوصول لمنطقة الدراسة سوف يعطينا صورة عن الخدمات المطلوب توفرها في المنطقة والتي تحتاجها وسائل النقل، كمواقف السيارات ومحلات تصليحها وسعة الطرق الداخلية لمعرفة الزخم المروري، ومن خلال الدراسة تبين أن يوم الجمعة والسبت يمثل الذروة في أعداد السيارات الداخلة لمنطقة الدراسة. وسيلة النقل مهمة جداً، بحيث أنها تشكل جزءاً من البرنامج السياحي، لذلك يفترض أن تلائم السائح والزائر ويشعر بها بالراحة، وضرورة معرفة ما يفضل أن يستخدم السائح، كما أن تطوير وسائل النقل وطرق المواصلات يساهم بشكل كبير في دعم الاقتصاد الوطني لأن هذه الطرق تساهم في ازدهار المناطق التي تمر منها وهذا أمر ضروري من أجل تنشيط الحركة السياحية وتشجيع القدوم الى المنطقة السياحية.

يتضح من جدول (١٠) شكل (١٠)، الذي تبين نوع واسطة النقل، أن السيارات الخاصة قد شكلت النسبة الغالبة، مقارنة بوسائل النقل الأخرى، حيث شكلت نسبة ٤٨,٦% من مجموع وسائل النقل المستخدمة، فقد أستخدمها نصف السياح تقريباً، وذلك لما تقدمه من تسهيلات لمستخدميها، ولعل أهمها هي اختيار وقت بداية السفر ووقت العودة إضافة الى أنها تتمتع بتقديم خدمات من الباب الى الباب، تليها سيارات الباص التي شكلت ٣٤,٦% من مجموع وسائل النقل المستخدمة. أما القادمون بواسطة سيارات الأجرة فشكّلوا نسبة ١٦,٦% من مجموع أفراد العينة. ومن هذا نستنتج ان عدم امتلاك السيارة لا يمكن أن يكون عائقاً أمام زيارة المناطق السياحية في قضاء الهاشمية وخاصة زيارة المراقد الدينية.

جدول (١٠) وسيلة النقل المستخدمة من قبل افراد العينة لعام ٢٠١٨م

وسيلة النقل	العدد
سيارة خاصة	١٤٦
باص	١٠٤
أجرة	٥٠
المجموع	٣٠٠

المصدر: - الدراسة الميدانية، استمارة الاستبيان للعام ٢٠١٨م



شكل (١٠) وسيلة النقل لإفراد العينة

المصدر :- اعتمادا على جدول (١٠)

١١,٤. دوافع الزيارة:-

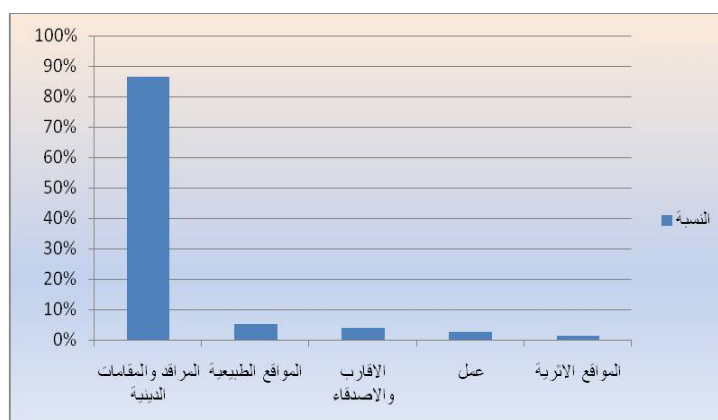
إن معرفة الدافع وراء زيارة السياح والزوار لأية منطقة تعد مهمة وذلك من أجل تحديد عناصر الجذب السياحي الرئيسة في المكان السياحي، ومن ثم تطويرها وإيجاد عناصر جذب سياحي أخرى حتى يبقى نشاط الحركة السياحية لتلك المنطقة مستمراً، لأن هذا سيزيد من تطور وازدهار تلك المنطقة عن طريق زيادة دخلها وتوفير فرص العمل لأبنائها.

وتبين من خلال الدراسة الميدانية أن أهم الدوافع الكامنة وراء زيارة السياح والزوار لقضاء الهاشمية هو العامل الديني، وذلك بسبب انتشار المراكز الدينية في جميع المناطق التابعة للقضاء وأغلبية هذه المراكز تحظى بشهرة محلية وإقليمية واسعة، ومن جدول (١١) شكل (١١)، يتبين أن الزيارة بهدف زيارة المراكز والمقامات الدينية تحتل المرتبة الأولى من بين جميع دوافع الزيارة بنسبة ٨٦,٦% من مجموع أفراد العينة، وتأتي زيارة المواقع الطبيعية بالمرتبة الثانية بنسبة ٥,٣%، وسبب ضعف الأقبال على هذه المواقع هو تردي الخدمات السياحية والترفيهية في هذه المناطق، أما هدف زيارة الأقارب والأصدقاء فشكل نسبة ٤% من أفراد عينة الدراسة، وتأتي بعدها الزيارة بهدف العمل حيث شكلت نسبة ٢,٦% من أفراد العينة، وتأتي بالمرتبة الأخيرة زيارة المواقع الأثرية وهي تشكل نسبة قليلة جداً فكانت نسبة ١,٣% من مجموع أفراد العينة، وهذه النسبة المتدنية جاءت بسبب قلة الوعي الأثري وعدم توفر الخدمات السياحية وطرق النقل في هذه المناطق وكذلك قلة اللافتات الإرشادية للتعريف بالمواقع الأثرية في منطقة الدراسة.

جدول (١١) دوافع الزيارة الى قضاء الهاشمية لعام ٢٠١٨م

دوافع الزيارة	العدد
المراكز والمقامات الدينية	٢٦٠
المواقع الطبيعية	١٦
الأقارب والأصدقاء	١٢
عمل	٨
المواقع الأثرية	٤
المجموع	٣٠٠

المصدر:- الدراسة الميدانية، استمارة الاستبيان للعام ٢٠١٨م



شكل (١١) دوافع الزيارة للقضاء

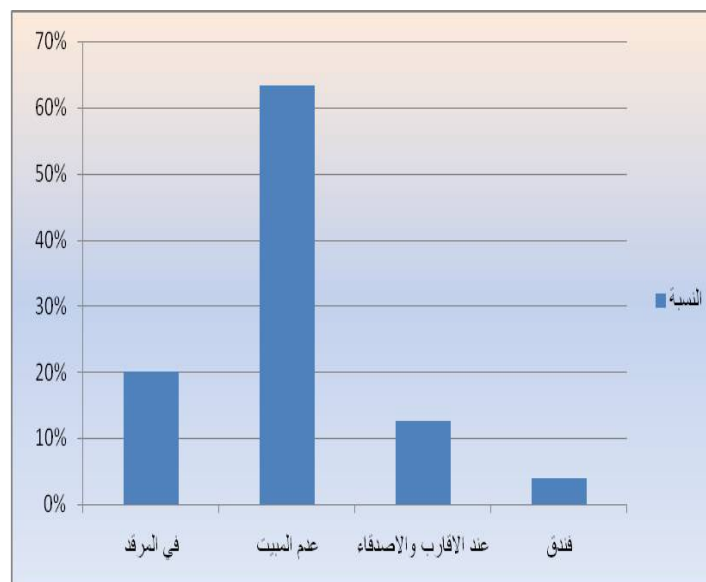
المصدر:- اعتماداً على جدول (١١)

١٢,٤. مكان الإقامة :- يعتبر المبيت بالنسبة للسائح والزائر من الأمور الهامة جداً فيشترط توفيره وأن يكون ملائماً لاحتياجات ورغبات السائح، تبين من جدول (١٢) شكل (١٢) ومن خلال الدراسة الميدانية أن أعلى نسبة من السياح والزوار اختارت عدم المبيت، وذلك بسبب عدم وجود الفنادق السياحية والشقق والبيوت الخاصة لإقامة هؤلاء الزوار والسياح، وخصوصاً في المرافق الدينية التي تشكل أعلى نسبة في إقبال السياح والزوار لها حيث تفتقر إلى وجود مدينة للزائرين توفر لهم متطلبات الراحة، مما يضطر الزائر والسائح إلى الذهاب إلى مدينة الحلة مركز محافظة بابل التي تعتبر منطقة الدراسة جزءاً منها، والمبيت في الفنادق الموجودة فيها، وكانت نسبتهم من أفراد العينة تحتل المرتبة الأولى فشكّلت نسبة ٦٣,٣%، أما بالمرتبة الثانية جاء اختيار السياح والزوار المبيت في المرافق الدينية ونسبة (٢٠%) من مجموع أفراد العينة، تليها نسبة (١٢,٦%) فضلوا المبيت عند الأصدقاء والأقارب، أقل نسبة جاءت هي المبيت في الفندق حيث شكّلت نسبة ٤% من أفراد العينة، وذلك لأن منطقة الدراسة تفتقر لوجود الفنادق السياحية، وتقتصر المنطقة على وجود فندق واحد فقط في ناحية المدحتية بطاقة استيعابية قليلة، حيث يبلغ عدد السويتات والغرف فيه (٤٠) غرفة وهذا لا يتناسب مع حجم الزوار والسياح القادمون للقضاء.

جدول (١٢) توزيع أفراد العينة حسب مكان المبيت

مكان الإقامة	العدد
عدم المبيت	١٩٠
في المرفد	٦٠
عند الأقارب والأصدقاء	٣٨
فندق	١٢
المجموع	٣٠٠

المصدر: - الدراسة الميدانية، استمارة الاستبيان للعام ٢٠١٨م



شكل (١٢) مكان المبيت لأفراد العينة

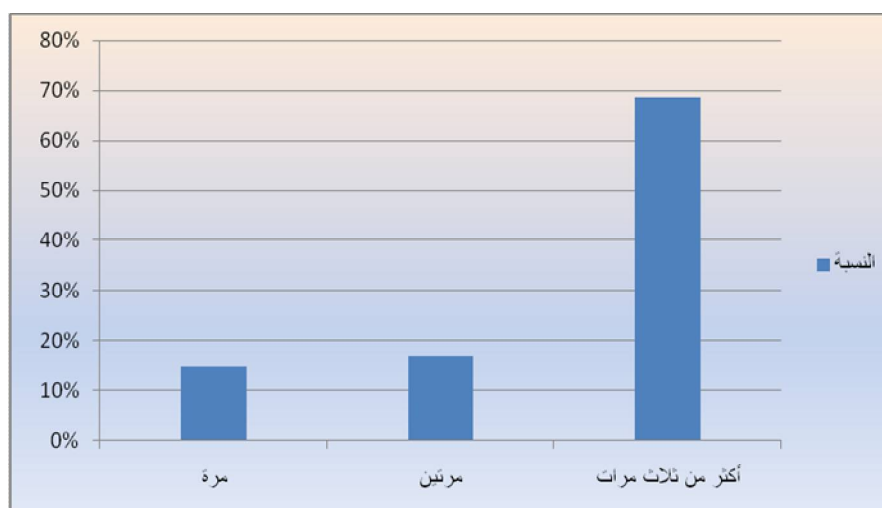
المصدر: بالاعتماد على جدول (١٢).

١٣,٤. عدد الزيارات:- إن معرفة عدد مرات الزيارات السابقة يعطينا صورة عن الطلب السياحي للمنطقة ومدى تردد السكان على منطقة الدراسة، وقد أظهرت نتائج الدراسة تفاوت في عدد مرات الزيارة لإفراد العينة، ويبين الجدول (١٣) شكل (١٣)، أن زيارة القضاء لأكثر من ثلاث مرات جاء في المرتبة الأولى بنسبة وصلت الى ٦٨,٦% من أفراد عينة الدراسة، أما في المرتبة الثانية فجاءت الزيارة لمرتين وشكلت نسبة ١٦,٦% من أفراد العينة، وأخيراً جاءت في المرتبة الثالثة الزيارة لمرة واحدة بنسبة ١٤,٦% من مجموع أفراد العينة.

جدول (١٣) عدد مرات الزيارة لأفراد العينة

عدد مرات الزيارة	العدد
أكثر من ثلاث مرات	٢٠٦
مرتين	١٥٠
مرة واحدة	٤٤
المجموع	٣٠٠

المصدر: - الدراسة الميدانية ، استمارة الاستبيان للعام ٢٠١٨م



شكل (١٣) عدد مرات الزيارة لأفراد العينة

المصدر: بالاعتماد على جدول (١٣).

١٤,٤. إنفاق السياح في قضاء الهاشمية:- إن عملية تقدير الإيراد السياحي معقدة جداً ، لأن قيمة ومستوى الخدمات المقدمة يدخل بها العديد من العوامل منها أسعار الخدمات ونوعيتها، وهذه العوامل وغيرها من العوامل الأخرى الثانوية تؤدي في النهاية الى التأثير في مستوى تقدير الإيراد السياحي من ناحية وفي الخدمة المقدمة للسائح من ناحية أخرى، بدءاً من عملية القدوم بكافة مستلزماتها، الى الاطلاع والاستجمام والراحة وزيارة المرافق حتى المغادرة، وإن تمت عملية تقدير الإيراد السياحي فأنها تتم وفقاً لعينات من المجموعات السياحية، وبسبب نقص الخدمات السياحية في منطقة الدراسة وهذه الخدمات مثل الفنادق والمطاعم السياحية، لذلك فأن الكثير من السياح والزوار لا يبيتون في القضاء وأغلبهم يجلبون طعامهم معهم، والقليل منهم يبيت في فندق،

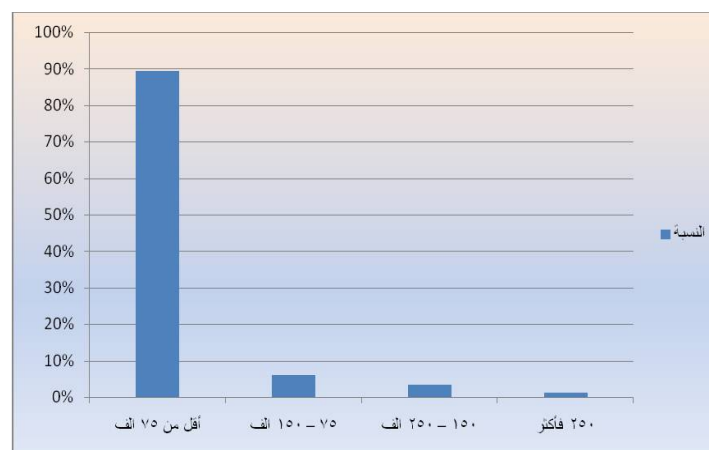
بالإضافة الى الذين يأتون مع مجموعة سياحية يكون ضمن برنامجها السياحي تتناول وجبات الطعام وقد تختار هذه الشركات السياحية مطاعم خارج القضاء.

وهذه العوامل وغيرها من العوامل الأخرى تؤدي بالتالي الى تقليل نسبة الإنفاق السياحي داخل قضاء الهاشمية. ويتضح من خلال الجدول (١٤) شكل (١٤)، أن نسبة إنفاق السياح والزوار الأقل من ٧٥ ألف جاءت بالمرتبة الأولى بنسبة ٨٩,٣% وهي نسبة عالية، وعلى المسؤولين والمخططين للتنمية السياحية في قضاء الهاشمية وضع البدائل لرفع معدل إنفاق السياح والزوار وخصوصاً زوار المراكب المقدسة، من خلال تقديم خدمات سياحية جيدة وبأسعار مناسبة، مثل وضع أكشاك لوجبات الطعام السريعة والمشروبات الغازية وتوفير مدينة للألعاب ومتنزهات مجهزة بالمطاعم والسوبر ماركت ومحلات لبيع التحفيات، ومحلات لخدمات الاتصالات والبحث دائماً عن كل ما يحتاجه السائح والزائر حتى يزداد إنفاقه وبالتالي زيادة الدخل للقضاء وتوفير فرص العمل للسكان المحليين، أما معدل الإنفاق من ٧٥ - ١٥٠ ألف شكلت نسبة ٦% من أفراد العينة، وجاء معدل الإنفاق ١٥٠ - ٢٥٠ ألف بنسبة ٣,٣%، وأقل نسبة جاءت هي ٢٥٠ فأكثر وهي ١,٣% من مجموع أفراد العينة.

جدول (١٤) إنفاق السياح والزوار في منطقة الدراسة

العدد	الأنفاق
٢٦٨	أقل من ٧٥ ألف
١٨	٧٥ - ١٥٠ ألف
١٠	١٥٠ - ٢٥٠ ألف
٤	٢٥٠ فأكثر
٣٠٠	المجموع

المصدر: - الدراسة الميدانية، استمارة الاستبيان للعام ٢٠١٨م



شكل (١٤) إنفاق السياح

المصدر: بالاعتماد على جدول (١٤).

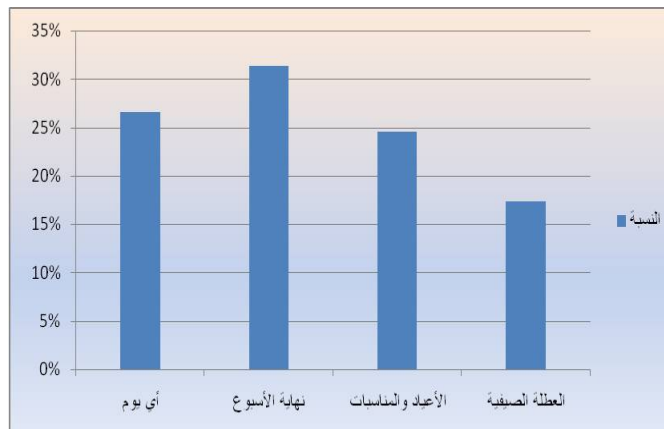
١٥,٤. وقت الزيارة:- إن لمعرفة وقت الزيارة أهمية في التعرف على الأوقات التي تزداد فيها حركة السياح والزوار في قضاء الهاشمية، والأخذ بعين الاعتبار توفير الخدمات والوسائل التي يحتاجها الزوار والسياح، ومن

خلال الدراسة الميدانية تبين أن السياح والزوار يفضلون الزيارة في نهاية الأسبوع وبلغت نسبتهم ٣١,٣% من أفراد العينة، وتأتي بالمرتبة الثانية ممن يفضلون الزيارة في أي يوم ووصلت نسبتهم إلى ٢٦,٦% من أفراد العينة، أما من يفضلون الزيارة بأوقات الأعياد والمناسبات فشكّلوا نسبة ٢٤,٦%، وأخيراً جاء من يفضلون الزيارة في العطلة الصيفية بنسبة ١٧,٣% من مجموع أفراد العينة، أنظر جدول (١٥) شكل (١٥).

جدول (١٥) أوقات الزيارة لأفراد عينة الدراسة

وقت الزيارة	العدد
نهاية الأسبوع	٩٤
أي يوم	٨٠
الأعياد والمناسبات	٧٤
العطلة الصيفية	٥٢
المجموع	٣٠٠

المصدر: - الدراسة الميدانية، استمارة الاستبيان للعام ٢٠١٨م



شكل (١٥) أوقات زيارة أفراد العينة

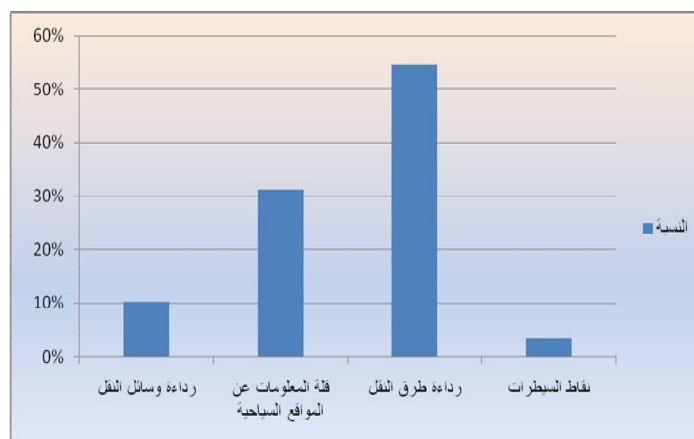
المصدر: بالاعتماد على جدول (١٥).

٤,١٦. المشاكل التي واجهها السياح في الوصول إلى القضاء: - هناك بعض المشاكل التي واجهت السياح والزوار القادمين إلى قضاء الهاشمية وجاءت مشكلة رداءة طرق النقل بالمرتبة الأولى حيث شكّلت نسبة ٥٤,٦%، تليها مشكلة قلة المعلومات عن المواقع السياحية بنسبة ٣١,٣%، أما مشكلة رداءة وسائل النقل فبلغت ١٠,٣%، وأقل نسبة كانت لمشكلة نقاط السيطرة حيث بلغت ٣,٦% جدول (١٦) شكل (١٦).

جدول (١٦) المشاكل التي واجهها أفراد العينة في الوصول إلى القضاء

المشكلة	العدد
رداءة طرق النقل	١٦٤
قلة المعلومات عن المواقع السياحية	٩٤
رداءة وسائل النقل	٣١
نقاط السيطرة	١١
المجموع	٣٠٠

المصدر: - الدراسة الميدانية، استمارة الاستبيان للعام ٢٠١٨م



شكل (١٦) المشاكل التي واجهت أفراد العينة

المصدر: بالاعتماد على جدول (١٦).

٥. الاستنتاجات

١. يمثل السياح والزوار من محافظة بابل المرتبة الاولى بنسبة ٣٤% تليها محافظة بغداد بنسبة ١٣,٣% وأقل نسبة جاءت لمحافظة كركوك ٠,٦%.
٢. تقد غالبية السياح والزوار بشكل منفرد وشكلت أعلى نسبة ٦٤% تليها الحضور مع العائلة بنسبة ١٦% واقل نسبة هي الحضور مع مجموعة سياحية بنسبة ٤%.
٣. شكل الذكور أعلى نسبة من الإناث ووصلت نسبتهم الى ٨٠% أما الاناث جاءت بنسبة ٢٠%.
٤. إتضح من خلال الدراسة أن معظم زوار القضاء هم الفئات العمرية ٢٦-٤٥ سنة واقل نسبة جاءت لفئة ٦٠ سنة فأكثر بنسبة ٥,٣%.
٥. ارتفعت نسبة الحاصلين على الشهادة الثانوية حيث وصلت نسبتهم الى ٣٧,٣% أما الحاصلين على شهادات عليا شكلت اقل نسبة ٠,٦%.
٦. ترتفع نسبة المتزوجين بين السياح والزوار حيث شكلت نسبة ٦٨,٦% أما أقل نسبة هي الارمل بنسبة ٢,٦%.
٧. كانت نسبة الموظفين تحتل المركز الاول بنسبة ٤٢,٦% أما أقل نسبة جاءت شريحة المتقاعدين ١٠,٦%.
٨. أحتل المركز الاول ذوي الدخل اقل من ٢٥٠ الف اما اقل نسبة جاءت ذوي الدخل ٧٥٠ فأكثر بنسبة ٢٣,٣%.
٩. تأثر السياح بمصادر معلومات معينة عن قضاء الهاشمية وشكلت أعلى نسبة المعلومات من الاصدقاء والاقارب حيث جاءت بنسبة ٦٠% أما اقل نسبة استخدمها السياح للمعلومات هي مكاتب السياحة بنسبة ٢,٦%.
١٠. أما بخصوص دوافع الزيارة فقد تبين أن العامل الديني بزيارة المراقد أحتل أعلى نسبة وهي ٨٦,٦% وتأتي زيارة المواقع الاثرية بالمرتبة الاخيرة بنسبة ١,٣%.
١١. أتضح من خلال الدراسة أن الذين يبيتون في منطقة الدراسة شكلوا نسبة ٢٠% في حين الذين لا يبيتون جاءت بأعلى نسبة وشكلت ٦٣,٣% من مجموع افراد العينة.
١٢. أظهرت الدراسة بأن هناك تدني بمستوى الخدمات السياحية والخدمات العامة التي تقدم للسياح والزوار.

٦. المقترحات:

١. الاهتمام بالمزارات الدينية وتطويرها بالشكل الذي يتلائم مع مكانتها وقديسياتها والعمل على توفير أماكن لاستراحة الزائرين ، وتطوير وتنمية السياحة الدينية لما لها من قيمة اقتصادية كبيرة في وقتنا الحاضر

٢. توفير وسائل الترفيه مثل مدن الألعاب والكازينوهات والقاعات الرياضية المغلقة والمقاهي والمنتديات الثقافية وغيرها من الوسائل الترفيهية. وكذلك توفير الخدمات العامة من ماء وكهرباء ووسائل نقل
٣. بناء سلسلة من الفنادق والمطاعم السياحية لتقديم الخدمة للسياح والزوار وتوفير الراحة لهم ، بالإضافة الى إنشاء أكشاك حول المواقع السياحية تقدم خدمات الطعام والشراب السريعة لتلائم أصحاب الدخل المحدود أو المارين بسرعة من الزائرين.
٤. الترويج السياحي للتعريف بالمواقع السياحية في القضاء وذلك بطبع دليل سياحي يتضمن هذه المواقع بشكل مفصل وبلغات مختلفة مثل اللغة العربية واللغة الإنكليزية واللغة الفارسية، بالإضافة الى عمل بوسترات وإعلانات في البرامج التلفزيونية وإقامة مؤتمرات للتعريف بهذه المزارات، مع وضع علامات ارشادية على الطرق المؤدية الى تلك المزارات.
٥. السعي للاستفادة من التجارب والخبرات التي مرت بها البلدان وبالأخص الدول الإسلامية في مجال تطوير السياحة في القضاء ، من خلال تأسيس شركة متخصصة تعمل على تهيئة الظروف الملائمة لاستثمار جميع عناصر السياحة في القضاء.

CONFLICT OF INTERESTS

There are no conflicts of interest

٧. المصادر

- (١) الظاهر، نعيم ، سراب الياش، مبادئ السياحة، دار الميسرة للنشر والتوزيع، عمان ، ٢٠٠١، ص٢٦.
- (٢) الانصاري، رؤوف محمد علي، السياحة في العراق ودورها في التنمية والاعمار، مطبعة هادي بس، بيروت، تاريخ وصول الباحث الى المصدر سنة ٢٠١٨، ص١٩.
- (3) Mc Intosh , R. , and Gupta , S., Tourism :principles , practices philosophies. ,Columbus :Grid publishing Inc., 1980, p3.
- (٤) وهيبه، محمد محمود، الجغرافية السياحية، دار أجنادين للنشر والتوزيع، ط١، ٢٠٠٧، ص١٥.
- (٥) يونس، فضل أحمد، الجغرافية السياحية، دار النهضة العربية للطباعة والنشر، بيروت، تاريخ وصول الباحث الى المصدر سنة ٢٠١٨، ص ٢٥-٢٦.
- (٦) برادكه، حمزة وآخرون، السياحة البيئية، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزي ، عمان، ٢٠١٤، ص ٥٢.
- (٧) الكتاني، مسعود مصطفى، علم السياحة والمتنزهات، دار الحكمة للطبع والنشر، الموصل، ١٩٩٠، ص ٤٥٥.
- (٨) قيصي، مطيع يوسف محمد، دراسة في جغرافية السياحة في منطقة أريحا والبحر الميت، رسالة ماجستير مقدمة الى كلية الدراسات العليا - جامعة النجاح، فلسطين ، ٢٠٠٠، ص١٢٩.
- (٩) الزوكه، محمد خميس، صناعة السياحة من المنظور الجغرافي، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية، ١٩٩٢، ص٤٥.
- (١٠) كافي، مصطفى يوسف، صناعة السياحة كأحد الخيارات الاستراتيجية للتنمية الاقتصادية، دار نينار للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠٠٦، ص ١٠٦-١٠٧.

(١١) خربوطلي، صلاح الدين، السياحة المستدامة، دار الرضا للنشر والتوزيع، دمشق، ٢٠٠٤، ص ١٣١.

(١٢) غنيم، عثمان محمد، بنيتا نبيل سعد، التخطيط السياحي، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠٠٣، ص ٩.

(١٣) الحوري، مثنى طه، عوامل ومتغيرات الطلب على المنتجعات الجبلية خلال فصل الشتاء لدراسة نظرية تجريبية، بحث منشور في مجلة كلية الادارة والاقتصاد، الجامعة المستنصرية، ١٩٩٣، ص ١٣.

(١٤) الفتلاوي، فاتن شاكر علي حسين، التنمية السياحية المستدامة في العراق - المشكلات والممكنات مقدمة الى كلية الادارة والاقتصاد - الجامعة المستنصرية، ٢٠٠٦، ص ٢٧٩.