اقتِصادياتُ السِياحَة الدينية فِي العِراق
(مَدينَةُ الكاظِمية انموذَجًا)

Economics of R eligious Tourism in Iraq
(Al-Kadhimeia City as a Nonpareil)

أ.د. صلاح داود سلمان
م.د. عبد الستار عبود

Prof. Dr. Salah Daoud Salman
Lect. Dr. Abdul Sattar Aboud Kazem

اقتصاديات السياحة الدينية في العراق

(مدينة الكاظمية انموذجاً)

Economics of R eligious Tourism in Iraq
(Al-Kadhimeia City as a Nonpareil)

أ.د. صلاح داود سلمان
م.د. عبد الستار عبود
جامعة بغداد/ كلية التربية ابن رشد للعلوم الإنسانية/
قسم الجغرافية.

Prof. Dr. Salah Daoud Salman
Lect. Dr. Abdul Sattar Aboud Kazem
Iraq / Baghdad University / College of Education
Ibn Rushd for Humanities / Geography
Department

Sattarabood@yahoo.com
dsalahdaowd@gmail.com

تاريخ التسليم : ٤/ ٦/ ٢٠١٧
تاريخ القبول: ٢٧/ ٧/ ٢٠١٧

خضع البحث لبرنامج الاستلال العلمي
Turnitin - passed research

ملخص البحث:

للعوامل الدينية دور مهم في تركز السكان في المدن لاسيما المناطق التي يكثر فيها الرموز والمعالم الدينية التي يُتخذ منها أماكن لأداء الطقوس والعبادات الدينية إذ تسهم في زيادة جذب السكان نحوها، إذ نعلم أن أغلب المدن التي نمت وتطورت كانت بداياتها تعود لأسباب دينية كما هو معروف في مكة المكرمة والمدينة المنورة والقدس الشريف والنجف الاشرف وكربلاء المقدسة والروضة الكاظمية المطهرة، وغيرها من المدن الأخرى، إذ أصبحت هذه الأماكن نقاط جذب أو بمعنى آخر تؤثر في استقطاب أعداد كبيرة من السكان، وبهذا أصبح العامل الديني أحد العوامل المساعدة على النمو الحضري ونمو المدن، لذا أصبحت الحاجة ملحة إلى بناء هذه المدن وتوسيع الخدمات المتعلقة بسكانها ، ومنها الخدمات الترفيهية، والسياحية ذات المغزى الديني والتي تتمثل بالسياحة الدينية، التي يقوم بها الناس بزيارة بعض الأماكن للتبرك أو الحج أو لأداء واجب ديني أو لتعرف التراث الديني للدولة وغيرها من الطقوس الدينية الأخرى.

Abstract:

Religious factors play an important role in increasing the urban population in particular regions where religious symbols and monuments grant ritual and worshipping acts and contribute to embrace all kind of people worldwide , since we know that most of the cities that have grown and evolved for religious reasons as it is known in Mecca , Medina , Jerusalem ,Najaf , Karbala and Al-Kadhimiya other cities, as these places have become points of attraction or otherwise affect in attracting large numbers of the population, and thus the religious factor has become one of the essential factors helping to urbanize and mushroom these cities . Therefore, the need to construction and expansion of services for the residents of these cities, including recreational services, and tourism with a religious significance, which is religious tourism, is on the full swing to help people in visiting some places of blessing or pilgrimage or to perform a religious duty or to know the religious heritage of the state and other religious rituals.

المقـدمة:

يعد موضوع السياحة غاية في الأهمية، ويعد البحث فيه ضروريا جداً بفعل الحاجة المتزايدة للاستمتاع بالبيئة الطبيعية والرغبة في الاستراحة ولاسيما بعد تزايد متطلبات الحياة وتعقيدها وتوسع المدن وازدياد أعداد السكان، كل ذلك كان على حساب راحة الإنسان، وان تلبية متطلبات هذا العدد المتزايد من السكان يستلزم إعطاء أهمية لدور هذا النشاط في تسهيل وتبسيط هذا التعقيد في تركيبة المجتمع وسلوكه. ولا يتم تحقيق ذلك إلا من خلال التخطيط السليم والصحيح لهذا النشاط، والسياحة من قطاعاته.

ولأن السياحة الدينية من السلوك البشري تتمثل بحركة الأفراد من أماكن وجودهم التي تُعد نقطة الانطلاق إلى أماكن الوصول، لذا فهي ظاهرة قديمة فمن الصعب تحديد البداية الحقيقية لها وقد أخذت تتبلور مفهومًا ونشاطًا اقتصاديًا، وظاهرة اجتماعية مع بداية عصر النهضة، ويتوقع لها مزيد من النمو والازدهار في السغد القريب لتصبح أكبر صناعة عالمياً، على الأقل من حيث رأس المال المستثمر والأيدي العاملة.

وتكتسب تنمية السياحة أهمية خاصة بتدفق رؤوس الأموال الأجنبية للاستثمار في المشاريع السياحية، من خلال العناية بالمرافق السياحية في مناطق البلاد المختلفة لاسيما منطقة الدراسة، وتسهم السياحة أيضا في إنعاش المستقرات البشرية التي توجد فيها أو بالقرب منها المقومات السياحية، وتسهم أيضًا في تعميق الوعي الثقافي لدى المواطنين وتحفيز تطوير شبكة الطرق لتغطي مناطق جديدة.

إن السياحة الدينية تجمع عوامل عديدة منها اقتصادية واجتماعية وثقافية وديموغرافية وتكنولوجية وسياسية فهي مهمة في حياة البشر فهي تحقق الاتصال الروحي بين الإنسان وخالقه في الأماكن المقدسة.

وقد كان اندفاع الإنسان لزيارة الأماكن المقدسة قوياً على مر العصور فهو يجتاز كل الحواجز والحدود والتضحية من أجل مسك ضريح وتقبيله والتقرب إلى الأئمة الأطهار والأولياء الصالحين، إن هذا الشعور أدى إلى جذب أعداد متزايدة من الزوار مما أدى إلى تطور المدن الدينية وازدياد أهميتها.

وكانت الوظيفة الدينية عاملاً مهماً وأساسياً في نشوء العديد من المدن، فمنذ القدم كانت المدن تنشأ وتتطور حول المعابد، وعندما جاء الإسلام أصبح المسجد الجامع مركزاً تتمحور حوله مختلف الوظائف الحضرية في المدينة.

تعدّ الوظيفة الدينية في منطقة الدراسة العامل الأساسي لقيامها، وتطورت هذه الوظيفة لتلقي بظلالها على مختلف الوظائف الحضرية الأخرى لمنطقة الدراسة وعناصرها العمرانية، فيلاحظ توفير البضائع التي يطلبها الزائرون، كالألبسة والكماليات والمصوغات الذهبية والفضية والأعمال التراثية الأخرى، واتساع حجم بعض الأنشطة التجارية، حتى تكاد أن تكون المنطقة متخصصة بها، كتجارة العباءات النسائية وأصناف الحجاب الإسلامي وكذلك الملابس الرجالية العربية.

أولاً/ مشكلة البحث:

تشكل مدينة الكاظمية منطقة جغرافية لها شخصيتها المتميزة من باقي المدن في محافظة بغداد إذ تعد هذه المدينة من المدن التي تستقطب أعدادًا كبيرة من الزوار وعلى مدار السنة مما يستلزم تطوير حركة السياحة الدينية في العراق بشكل عام ومدينة الكاظمية بشكل خاص لرفع كفاءة المرافق السياحية وهذا يؤدي إلى دعم الاقتصاد القومي من خلال تنمية الجذب السياحي في تسهيل تقديم الخدمات السياحية للوافدين. ويمكن أن نوجز مشكلة البحث بالاتي:

هل للسياحة الدينية في مدينة الكاظمية المقدسة دور ايجابي في دعم اقتصاد البلد بزيادة إنفاق الأفواج السياحية؟

ثانياً/ فرضية البحث

تُعد الفرضية إجابة مبدئية لمشكلة البحث، وهنا يمكن أن نوجز فرضية البحث بما يأتي:

للسياحة الدينية دور ايجابي ينعكس مباشرة على اقتصاد البلد بشكل عام ومدينة الكاظمية بشكل خاص من خلال ما ينفقه السائح مدة إقامته.

ثالثاً/ أهمية البحث

تكمن أهمية البحث بكونه موضوعاً حيوياً يسلط الضوء على نوع معين من الطقوس الدينية وما لها من انعكاسات اجتماعية واقتصادية وتراثية من خلال الآتي:

١ – الزيارة المستمرة طول أيام السنة، إذ إن السياحة الدينية لم تتأثر بالموسمية التي تعد ظاهرة سلبية يعاني منها النشاط السياحي.

٢– ارتفاع المردود الاقتصادي من جراء السياحة الدينية قياساً بالأنشطة السياحية الأخرى.

٣– إبراز الهوية العربية الإسلامية وما تحمله من مشاعر نفسية وتخطيطية معمارية على الصعيدين الروحي والمادي لهذه المدينة المقدسة.

رابعاً / أهداف البحث

هدفت الدراسة إلى تحقيق ما يأتي:

تعرف العوامل الجغرافية المؤثرة في العرض والطلب السياحي في مدينة الكاظمية وإبراز دورها في دفع عجلة التنمية السياحية لها.

تعرف حجم التسهيلات السياحية المتوافرة في مدينة الكاظمية وسبل تطويرها.

تعرف واقع الحركة السياحية وتحليل ذلك الواقع وإبراز خصائصه والعوامل المؤثرة فيه.

تعرف المشكلات التي تواجه السياحة في المدينة وصولاً إلى وضع الحلول والمقترحات التي تسهم في تطويرها مستقبلاً.

خامساً / منطقة الدراسة

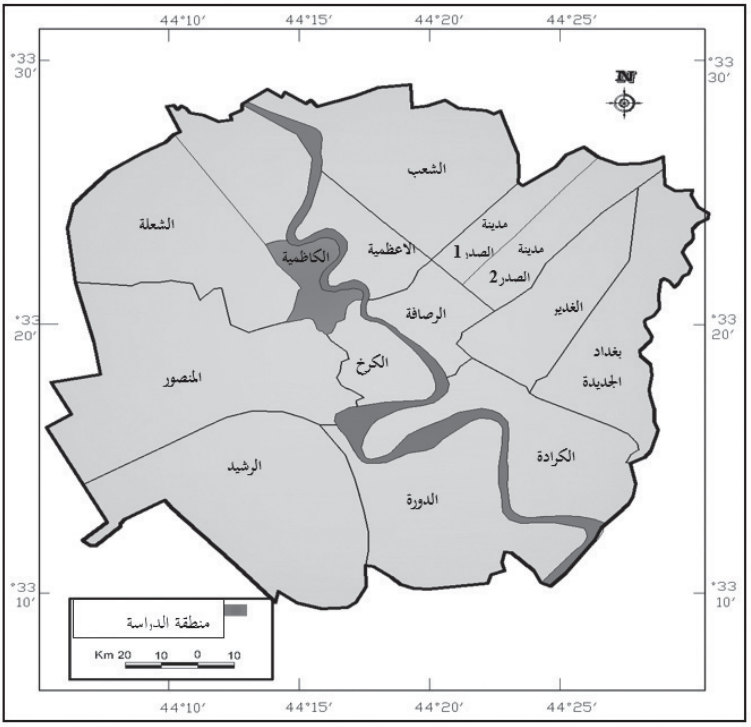
تقع منطقة الدراسة في الشمال الغربي من مدينة بغداد، التي تأخذ موقعاً مهماً بالنسبة لمحافظة بغداد، إذ تقع على دائرة عرض (٥٩ ً٢٢ ٓ٣٣)، وخطَّ طول (٢٤ ً٢٠ ٓ٤٤) يحدّها من الشرق والشمال الشرقي نهر دجلة وقضاء الأعظمية، ومن الشمال قضاء الطارمية ومن الغرب محافظة الأنبار، ومن الجنوب الغربي قضاء المنصور وأبو غريب، ومن الجنوب قضاء الكرخ. كما في الخريطة (١).

سادساً / أهمية الموقع الجغرافي لمدينة الكاظمية:

يتمتع القضاء بموقع استراتيجي مهم على المستوى الداخلي إذ توجد فيه بوابة الشمال الغربي لمدينة بغداد، وأيضا قربه من مركز العاصمة قد وفر له سوقاً إقليميا مهماً للعديد من منتجات الصناعات المتوطنة فيه، كالصناعات الغذائية، والنسيجية، والحريرية، وصناعة المعادن الفلزية وصياغتها، ولاسيَّما الذهب والفضة والنحاس والذي من الممكن أن يكون جانبًا اقتصاديًا حيويًا مهمًا يرفد الاقتصاد القومي من طريق الزوار لاسيما الأجانب منهم . يتمتع القضاء بموقع ديني يتمثل بمرقد الإمام موسى بن جعفر(عليه السلام) المتوفى عام ٧٩٩م (١٨٣) هـ، ودفن بعد ذلك إلى جواره حفيده الإمام محمد الجواد(عليه السلام) عام ٨٣٥م (٢٢٠)هـ. فأصبحت الكاظمية مزاراً للوافدين من العراق وكافة أنحاء العالم العربي والإسلامي، مما جعلها تمتاز ببعض الصناعات، كالألبسة والمصوغات الذهبية والفضية، وخياطة العباءات النسائية والرجالية.

خريطة (1)

منطقة الدراسة من مدينة بغداد



المصدر/ أمانة بغداد، شعبة نظم المعلومات الجغرافية (Gis)،خريطة بمقياس ١/ ٥٠٠ ٠٠٠، لسنة ٢٠١٥.

تقع منطقة الدراسة ضمن منطقة السهل الرسوبي الذي يمتاز بشدَّة انبساطه واتساعه وامتداده لمسافة مئات الكيلومترات، لذلك تعدّدت نوعيات الترب، ومن أفضل انواعها تربة السهل الفيضي المحيطة بمدينة بغداد، والناتجة عن ترسبات الأنهار في أيام الفيضانات في فصل الربيع، وتمتاز تربة هذا السهل بأنّها تحتوي على نسبة عالية من المكّونات الجيرية تصل نسبتها إلى ٢٥٪، وتحتوي على كمية من الرمل الناعم جداً، تختلط مع نسبة قليلة من الصلصال، الذي يساعد على جعل التربة نفاذة للمياه. وترتفع نسبة الطين إذ تبلغ ٣٠٪ وتتوافر فيها العناصر المعدنية لنمو النباتات[٢].

سابعاً / مفهوم السياحة الدينية

وفي عام١٩٦٣ عرف المؤتمر العالمي للسياحة الذي عقد في روما السياحة بأنها مجموعة النشاط الحضاري والاقتصادي الخاص بانتقال الأشخاص إلى بلد غير بلدهم وإقامتهم فيه لمدة لا تقل عن ٢٤ ساعة بأي قصد كان عدا قصد العمل الذي يدفع أجره من داخل البلد المزار[٣]، وأكد مؤتمر روما بهذا التعريف:

١- أن السياحة تتضمن مجموعة من الأنشطة الحضارية والاقتصادية والتنظيمية.

٢- السياحة تعني انتقال الأشخاص إلى بلدٍ غير بلدهم لمدة لا تقل عن ٢٤ ساعة.

٣- أن يسافر الشخص إلى البلد المزار لأي غرض عدا غرض العمل.

إن أغلب المدن التي نمت وتطورت كان للعوامل الدينية الاثر الكبير في نموها كما هو معروف في مدينة مكة المكرمة والمدينة المنورة والقدس الشريف والنجف الاشرف وكربلاء المقدسة ومدينة سامراء، إذ أصبحت هذه الأماكن نقطة جذب تؤثر في استقطاب أعداد كبيرة من السكان، وبهذا أصبح العامل الديني أحد العوامل المساعدة على النمو الحضري ونمو المدن وأصبحت الحاجة ملحة إلى توسيع الخدمات المتعلقة بسكان هذه المدن، ومنها الخدمات الترفيهية والسياحية ذات المغزى الديني والتي تتمثل بالسياحة الدينية. ومع تقادم الزمان أصبحت هذه المواقع ذات قيمة فنية وجمالية ومعمارية وتاريخية نتيجة للاهتمام الواسع بها ويؤمها الزوار بأعداد كبيرة في السنة من داخل البلد وخارجه لأغراض الزيارة. إن هذا النوع من السياحة (السياحة الدينية) إذا ما استُغل استغلالا صحيحًا وضمن

مفهوم وقواعد تنشيط الحركة السياحية في العراق فإنه يشكل نسبة عالية من الإنفاق السياحي ويكوّن بعد ذلك رافداً من روافد الدخل القومي.

ثامناً / السائح

عقد المؤتمر الدولي للسياحة في عام ١٩٦٣ وعرف السائح بأنه(الزائر المؤقت الذي يبقى ما لا يقل عن ٢٤ ساعة في البلد المزار، ويجب أن تهدف رحلته إلى واحدة من الأغراض الآتية: لقضاء وقت الفراغ والعطلة والصحة والدراسة والدين والرياضة والأشغال وزيارة العائلة والمؤتمرات)[٤].

أما منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية (OECD) فتعرّف السائح بأنه شخص يتنقل لمدة لا تقل عن٢٤ ساعة إلى بلد آخر غير البلد الذي به موطنه المعتاد[٥].

بما أن سبب وجود صناعة السياحة هو زيادة ونمو حجم السياح لذا فإن جهود التخطيط والتنظيم جميعاً تتجه لفهم السائح (حاجاته ورغباته وسلوكه، ومن ثم محاولة إشباع هذه الحاجات والرغبات).

تاسعاً / مفهوم الخدمات السياحية

مع دخولنا في الألف الثالث الميلادي وتعاظم أهمية السياحة اقتصادياً واجتماعياً وثقافياً وسياسياً، فإن صانعي السياحة وعلماءها يركزون جل اهتمامهم على تنمية وتأهيل وتطوير الخدمات التي تحقق أقصى درجات الرضا عند السياح ،وذلك بإيجاد مزيج جاذبي رائع طرفاه الموقع السياحي وما يمتلكه من مغريات، والخدمات السياحية المقدمة في الموقع السياحي ودرجة احترافها، ليكمل الاثنان

بعضهما بعضا في مزيج استندت أساسيات وجوده إلى علم النفس وعلم الاجتماع وعلى الاحتياجات الفيزيائية لجسم الإنسان، ليقدم بهذه العلوم وغيرها رحلة سياحية مثلى.

ويعد مفهوم الخدمات السياحية من المفاهيم الأساسية التي تناولها العديد من الباحثين وفي اختصاصات مختلفة، فقد عرفها Jewry Casper عضو الأكاديمية الدولية للسياحة ((بأنها مجموعة الوسائل المادية الضرورية لتامين وتسهيل اشتراك الناس في السياحة وتحقيق أهدافها وخلق واستعمال الخدمات السياحية))[٦].

ويبدو أن السيد Jewry قد اغفل الوسائل المعنوية التي تلعب دوراً كبيراً في إيصال الفرد إلى حالة الرضا حتى مع افتقار الكثير من الوسائل المادية.

وقد عرف العدوان الخدمات السياحية على أنها ((مجموعة من الأعمال التي تؤمن للسياح الراحة والتسهيلات عند شراء أو استهلاك الخدمات والبضائع السياحية خلال وقت سفرهم أو خلال إقامتهم في المرافق السياحية بعيداً عن مكان سكنهم الأصلي))[٧].

ويبدو أن هذا التعريف قد جاء منسجماً كلياً مع مواصفات الخدمات السياحية لـ WTO[٨*] التي جاء فيها ((أن من أهم مواصفات الخدمات السياحية هو أن تسير بالاتجاه الذي يحقق الرضا والإشباع لاحتياجات السائح ورغباته)).

في حين جاء تعريف البشبيشي لها مقتضباً جداً حين وصفها ((بأنها سلع غير ملموسة مثل الجولات السياحية أو مستوى الخدمة في غرف الفنادق))[٩].

بينما يراها Wright بأنها ((مجموعة الصفات والخصائص التي تمتلك القدرة على تلبية حاجات ورغبات الضيف بحسب درجة المطابقة لما تم الاتفاق عليه))[١٠].

وهذا التعريف يضع الإدارة والزبون في مكان حيث يرى كل منهما ما عليه أن يقدمه للآخر وفقاً لشروط وضوابط محددة، على أن يكون أي إخلال فيها من أي طرف مدعاة إلى مساءلة قانونية.

عاشراً / أهمية المرقد الكاظمي الشريف للمدينة

في المواسم الدينية ومناسبات أداء الدعاء وقراءة القرآن يزور الناس الأهل وأضرحة آل البيت والأولياء الصالحين وهي عادةٌ موروثةٌ في مختلف بلدان العالم الإسلامي. وقد تطورت مراسيم الزيارة وأصبحت لها تقاليد وطقوس وآداب معينة فظهرت طبقة من المجتمع تقوم بمهمة التنظيم والإشراف على هذه العملية كما ظهرت الحاجة إلى توفير الكثير من الخدمات المختلفة.[١١] وبذلك ظهرت الحاجة إلى تسقيف القبر ثم تحوله إلى بناية تُعرف بالضريح وقد تطورت هذه البناية إلى فضاء معماري أو حضري واستمر إلى يومنا هذا ولأسباب دينية وتاريخية، ولذلك يُعد المرقد أساس وجود المدينة وهو النواة التي نشأت حوله. وهذه النواة تمثل أول مظهر لنشأة المدينة.

يمتاز المرقد الكاظمي الشريف بموقعه الثابت والمركزي في المدينة وعلى مدى التاريخ ويؤكد القانون الذي يقول إنّ أماكن العبادة تحتل على الدوام المواقع نفسها.[١٢] وبذلك فإن المرقد هو الذي حدد موضع المدينة إذ إن موضعها لم يخضع

للمنطق الجغرافي مثل بقية المدن الأخرى، إذ إن نشوء المدينة جاء بسبب وجود المرقد وتحدد بموضعه. تمثل النواة الدينية "المرقد" المركز الوظيفي والمعماري والتخطيطي الذي يتحكم بجميع أجزاء المدينة ويسيطر عليها إذ تتجمع حوله الفعاليات الأخرى، من تجارة وخدمات لتقدميها للزوار فتكثر فيها الفنادق والخانات والأسواق حتى تكاد تطغى على الوظيفة الدينية.(١٣) يتكون المرقد من ثلاثة أقسام رئيسة وهي: القسم المركزي والسور الخارجي والصحن.

لذلك يمثل المرقد رمزاً روحياً واجتماعياً وفكرياً في البيئة الحضرية فهو يمثل القيم الدينية للمدينة التي تحدد هيكلها بتفاعلها مع العوامل الأخرى مثل الاقتصاد والظروف المناخية والمحلية والخيارات الفردية والإجراءات التخطيطية.(١٤)

ويتميز المرقد بالأجواء الروحية الدينية العالية التي تغلف الأجواء الدنيوية وتوجهها وتكون فكراً انعكس على المباني والطرق والساحات وحتى مواد البناء المستخدمة من خلال توجيه حياة المجتمع والأسرة والفرد ضمن الإطار العملي الذي يبرز الأبعاد العمرانية الممتدة بصورة كاملة ومتناهية في العالم الروحي.(١٥)

إنّ الإنسان بطبيعته يحتاج إلى أن يحتوي نفسه في فضاءٍ محدد مثل فضاء المرقد الذي يتجه إليه المسلم بروحه ويتطلع إليه. ويعد فضاء المرقد محتوى روحياً ورمزياً، إذ يتميز بخاصية مهمة وهي أنه فضاء مخصص للعبادة والتأمل ويؤدي إلى عزل الفرد عن المظاهر المادية الأخرى ويجعله يعيش في الأجواء بالروحية المطلوبة وتمثل ذلك من خلال شكل المرقد وتخطيطه وبناءً على ذلك يمكننا أن نقرر المؤشرات الآتية:

١-انعكست الأجواء الروحية والدينية للمرقد على المجتمع المحيط ، ومن ثم على الهيكل العمراني الذي يبرز بأبعاده العمرانية الممتدة في ضمن العالم الروحي والمعبرة عن الرمزية الروحية والدينية للمرقد.

٢-فضاء المرقد مخصص للعبادة بصورة رئيسة، ويعزل الفرد عن العالم المادي ويجعله يعيش في الأجواء الروحية وذلك من خلال شكل وتخطيط وشموخ المرقد.

٣-للمرقد جانب روحي ورمزي معبر عن علاقة الإنسان بالخالق وقد جسد هذا البعد الرمزي الديني للمدينة من ناحية الموقع والدلالة إذ يتوسط موقعه المدينة ويرتبط بالعلاقات والمظاهر الاجتماعية في المدينة، وهو يرتبط حسياً ومعنوياً بالمجتمع، فالربط الحسي تمثل في الصلاة وتجمع قلوب المسلمين فيه، والمعنوي يتضح بتوجه المصلين نحوه وبتوجهه نحو القبلة. إن النسيج الحضري يتبع توجه المرقد نحو القبلة ويُترجم الرمزية الروحية الدينية في المدينة، ولتحقيق هذه الأبعاد الرمزية لا بد من:

أ-أن يبقى المرقد من المعالم البارزة على صعيد خط السماء "Sky Line" وهذا يعني دراسة استعمالات الأرض المجاورة، ودراسة قوانين البناء التي تحدد الارتفاعات والأبعاد الأخرى.

ب-أن يكون المرقد على المحاور الرئيسة للحركة أو أنها تنتهي إليه ليكون شكله حاضراً في حياة الناس اليومية بما فيه من معانٍ رمزية.

الحادي عشر / الجانب التحليلي

وزعت(٢٠٠) استمارة استبانة بعد استخراج العينة العشوائية غير المنتظمة وكان أفراد العينة من جنسيات مختلفة، وكانت الدراسة الميدانية من(١/ ٨/ ٢٠١٦) لغـــاية (١ / ٩ / ٢٠١٦) وقد ظهر من تحليل أسئلة الاستبانة الموزعة لـ (٢٠٠) زائر وبعد استخراج النسب المئوية ما يأتي:

جدول (١) جنس الزائر:

ت	الجنس	العدد	النسبة المئوية٪
١	ذكر	٨٨	٤٤
٢	أنثى	١١٢	٥٦
المجموع		٢٠٠	١٠٠٪

المصدر/ من عمل الباحث بالاعتماد على تحليل استمارة الاستبانة.

من تحليل الجدول (١) يظهر أن عدد الإناث (١١٢) يتفوق على عدد الذكور(٨٨) وهذا يدل على أن الإناث يمتلكن أوقات فراغ أكثر من الذكور بسبب أن أغلب الذكور مشغلون بأعمالهم وارتباطهم اليومي ولا يمتلكون الوقت الكافي لإجراء فسح وزيارات وسياحة إلا في أوقات محددة من الشهر أو المناسبات.

أما الإناث فلهن متسع من الوقت أكثر من الذكور ومن طبيعة المرأة الزيادة في عملية الإنفاق لاسيما التسوق ،وهذا يعزز الدور الايجابي للاقتصاد القومي للبلد.

جدول(٢) هوية الزائر

ت	الجنسية	العدد	النسبة المئوية٪
١	عراقي	١٧٠	٨٥
٢	أجنبي	٣٠	١٥
	المجموع	٢٠٠	١٠٠٪

المصدر/ من عمل الباحث بالاعتماد على تحليل استمارة الاستبيان.

من الجدول(٢) وصل عدد الزوار العراقيين إلى (١٧٠) زائرًا من حجم العينة المكونة من (٢٠٠) زائر وبنسبة ٨٥٪ وهذا امر طبيعي نظرا لسهولة الوصول ومركزية مدينة الكاظمية . أما الزوار الاجانب فقد وصل العدد الى (٣٠) زائرًا اجنبيا من حجم العينة المكونة من (٢٠٠) شخص وبنسبة (١٥٪) وهذا يعد أمرًا مشجعًا للاستثمار في قطاع السياحة سواء على المستوى المحلي او المستوى الاجنبي.

جدول(٣) التحصيل العلمي

ت	التحصيل العلمي	العدد	النسبة المئوية٪
١	ابتدائية فما دون	١٠٥	٥,٢٥
٢	متوسطة أو إعدادية	٧٤	٣٧
٣	دبلوم فما فوق	٢١	١٠,٥
	المجموع	٢٠٠	١٠٠٪

المصدر/ من عمل الباحث بالاعتماد على تحليل استمارة الاستبيان.

من الجدول (٣) يتبين أن التحصيل العلمي للابتدائية فما دون يستحوذ على العدد الاكبر وهذا يدل على أن أغلب أصحاب الشهادات مرتبطون بدوائر رسمية أو أعمال خاصة في القطاع الخاص وأن أوقات الزيارة أو السياحة التي يمارسونها تتحدد في أيام العطل الرسمية والمناسبات الأخرى مقارنة بأصحاب الشهادات الابتدائية فما دون فإن ارتباطهم ضعيف وإن أغلب أعمالهم أعمال خاصة بهم ولديهم الوقت الكافي للتنزه أو السياحة أو الزيارة.

جدول(٤) عدد الزيارات

ت	عدد مرات الزيارة في السنة	العدد	النسبة المئوية ٪
١	لا توجد زيارة	١٥	٧,٥
٢	مرة واحدة	٢٠	١٠
٣	مرتين	٣٤	١٧
٤	ثلاث مرات فأكثر	١٣١	٦٥,٥
	المجموع	٢٠٠	١٠٠٪

المصدر/ من عمل الباحث بالاعتماد على تحليل استمارة الاستبيان.

ومن الجدول (٤) أظهرت الدراسة أن عدد مرات الزيارة ثلاث مرات وأكثر استحوذ على (١٣١) شخصًا من حجم العينة أي ما نسبته(٥ , ٦٥٪) مما يدل على أن الزائر لا يكتفي بزيارة واحدة وإنما تتكرر هذه الزيارة بحسب المناسبات الدينية مما يسهم في زيادة الطلب على العرض السياحي .

جدول(٥) مهنة الزائر

ت	المهنة	العدد	النسبة المئوية ٪
١	طالب	٣٠	١٥
٢	موظف	٣٩	١٩,٥
٣	متقاعد	١٩	٩,٥
٤	ربة بيت (للإناث)	٧٧	٣٨,٥
٥	أعمال حرة	٣٥	١٧,٥
	المجموع	٢٠٠	٪١٠٠

المصدر/ من عمل الباحث بالاعتماد على تحليل استمارة الاستبيان.

ومن الجدول (٥) يتبين ان مهنة الزائر تحدد عدد الزوار إذ ان اوقات الزيارة تحتاج الى فراغ وان الزائر يجب ان يكون متفرغًا وغير مرتبط بدائرة رسمية لذا استحوذت مهنة ربة بيت التي تخص النساء على اكبر عدد من الزوار فقد وصل العدد حسب المهنة الى (٧٧) زائرًا من حجم العينة، بنسبة (٣٨,٥) ولان النساء ربات البيوت غير مرتبطات بدوائر رسمية فإنهن من الممكن ان يتحكمن بتنظيم أوقاتهن .

جدول(٦) مكان الإقامة المفضل

ت	مكان الإقامة المفضل	العدد	النسبة المئوية ٪
١	الفندق	٧٥	٣٧,٥
٢	لدى الأقارب والمعارف	٥٩	٢٩,٥
٣	في الأماكن المكشوفة	١٨	٩
٤	أخرى	٤٨	٢٤
	المجموع	٢٠٠	١٠٠٪

المصدر/ من عمل الباحث بالاعتماد على تحليل استمارة الاستبيان.

ومن تحليل الجدول (٦) يتبين ان اغلب الزوار يفضلون الاقامة عند الاقارب إذ وصل العدد الى(٥٩) زائرًا من حجم العينة بنسبة (٢٩,٥) يفضلون الاقامة عند الاقارب لاسيما زوار المحافظات لقوة الروابط والعلاقات الاجتماعية بينهم.

جدول(٧) وسيلة النقل

ت	وسائل النقل	العدد	النسبة المئوية ٪
١	سيارة خاصة	١٨	٩
٢	النقل العام	٣٦	١٨
٣	النقل الخاص	١٠٦	٥٣
٤	شركات سياحية	٢٦	١٣
٥	وسائل أخرى	١٤	٧

المجموع	٢٠٠	١٠٠٪

المصدر/ من عمل الباحث بالاعتماد على تحليل استمارة الاستبيان.

ومن تحليل الجدول (٧) يظهر ان وسيلة النقل الاكثر استعمالاً هي النقل الخاص فقد وصل عدد الزوار الذين يستخدمون النقل الخاص الى (١٠٦) زائرًا من مجموع العينة بنسبة(٥٣٪) وهذا يدل على الاقبال الشديد على النقل الخاص وعدم استعمال المركبة الخاصة بسبب زحمة الطرق والاختناقات المرورية التي تشهدها شبكة الطرق المؤدية الى المراقد.

جدول(٨) أسباب قلة الزيارة

ت	أسباب قلة الزيارة	العدد	النسبة المئوية ٪
١	عدم توفر برامج من مكاتب السياحة	٢٥	١٢,٥
٢	عدم توفر خدمات ضرورية	٢٠	١٠
٣	قلة وسائط النقل	٢٠	١٠
٤	عدم وجود شهرة أو أعلام	٢٥	١٢,٥
٥	ضعف الحالة المعاشية	٧٨	٣٩
٦	أخرى	٢٣	١٦
	المجموع	٢٠٠	١٠٠٪

المصدر/ من عمل الباحث بالاعتماد على تحليل استمارة الاستبيان.

ومن تحليل الجدول(٨) يظهر ان من اهم اسباب قلة الزيارة هو ضعف الحالة المعاشية للزائر إذ وصل العدد إلى (٧٨) زائرًا من مجموع العينة بنسبة (٣٩٪) وهذا يعكس مدى حجم الانفاق الذي ينفقه الزائر في مدة الزيارة.

جدول(٩) عمر الزائر

ت	العمر	العدد	النسبة المئوية ٪
١	اقل من عشرين سنة	٣١	١٧
٢	٢١-٣٠ سنة	٣١	١٤
٣	٣١- ٤٠ سنة	٢٢	١١
٤	٤١- ٥٠ سنة	٥٢	٢٦
٥	٥١- ٦٠ سنة	٣٢	١٦
٦	٦٠ فأكثر	٣٢	١٦
	المجموع	٢٠٠	١٠٠٪

المصدر/ من عمل الباحث بالاعتماد على تحليل استمارة الاستبيان.

ومن تحليل الجدول (٩) يظهر ان عمر الزائر له دور كبير في التحكم بعدد الزوار اذ ظهر ان الفئة العمرية (٤١ ــ ٥٠) قد استحوذت على الحصة الاكبر من عدد الزوار من حجم العينة اذ وصل العدد الى (٥٢) زائرًا بنسبة(٢٦٪) وهذا يدل على ان اغلب الزوار هم اصحاب الفئات العمرية المتوسطة لما يتمتعون به من ورع ودين وعبادة.

جدول (١٠) مقدار ما ينفقه الزائر خلال زيارته

ت	المبلغ بالدينار العراقي (ألف)	العدد	مجموع الأنفاق	النسبة المئوية ٪
١	100 000 – 10 000	٦٨	3 400 000	٣٤
٢	200 000 – 100 000	٥٩	8 850 000	٢٩,٥
٣	300 000 – 200 000	١٨	4 500 000	٩
٤	400 000 – 300 000	١٥	5 250 000	٧,٥
٥	500 000 – 400 000	١٢	5 400 000	٦
٦	600 000 – 500 000	١٠	5 500 000	٥
٧	700 000 – 600 000	٨	5 200 000	٤
٨	800 000 – 700 000	٥	3 750 000	٢,٥
٩	900 000 – 800 000	٣	2 550 000	١,٥
١٠	1 000 000 – 900 000	٢	1 900 000	١
المجموع		٢٠٠	46 300 000	١٠٠ ٪

المصدر/ من عمل الباحث بالاعتماد على تحليل استمارة الاستبيان.

وعند تحليل الجدول(١٠) يتبين أن مجموع الإنفاق الكلي لعينة الدراسة التي تتكون من (٢٠٠) زائر هو(٤٦٣٠٠٠٠٠) دينار عراقي، وهذا يدل على حجم الإنفاق الذي يُعد عائدات اقتصادية تعود بالنفع المادي لشريحة واسعة من أصحاب

المحال التجارية وأصحاب الحرف والمهن والسائقين فيسهم في زيادة حركة السوق والتعامل وتدوير رؤوس الأموال بين فئات الشعب ومن ثم ينعكس إيجابيًا على اقتصاد البلد بشكل عام.

الاستنتاجات والمقترحات

أولاً- الاستنتاجات:

تمثل السياحة الدينية قطاعاً اقتصادياً إذ تساعد على جلب العملات الصعبة وجذب الاستثمارات التي تعود فائدتها على الاقتصاد والمجتمع، وتهتم معظم الدول بالقطاع السياحي ويتضح ذلك من ازدياد أعداد السياح والعوائد المالية على مستوى العالم.

إن موقع مدينة الكاظمية يتمتع بإمكانية الاتصال مع باقي مدن بغداد الأخرى، مما لا يترتب على السائح المبيت في منطقة الدراسة، وتعد هذه ميزة تشجع على نمو الطلب السياحي والترفيهي على المستوى المحلي.

امتلاك منطقة الدراسة كافة مقومات ومؤهلات إنشاء المنتجعات السياحية ونجاح العملية التخطيطية فيها حيث وجود الأضرحة الدينية، والطبيعة الجميلة المتمثلة بنهر دجلة الذي يحاذي منطقة الدراسة من الشمال إلى الجنوب، مما يعطي السياحة تنوعا في كل جوانبها الترفيهية والدينية والثقافية.

تتوفر في مركز قضاء الكاظمية أنواع من الخدمات والبنى التحتية العامة والتي بالإمكان تحسينها وتطويرها بما يخدم النشاط السياحي.

انخفاض عدد الصناعات الشعبية في منطقة الدراسة، مع أنها تعد أحد الأنشطة والخدمات التي بالإمكان تطويرها في المنطقة مما يعزز من قوة الاقتصاد.

ثانياً- المقترحات:

ضرورة تطوير جميع المواقع السياحية وترويجها سياحياً لاسيما منطقة الدراسة وتطوير مستوى البنى التحتية، والاهتمام بالخدمات المقدمة للسياح.

تسيير زوارق نهرية للمتنزهين والسياح من مدينة بغداد وضواحيها إلى منطقة الدراسة.

تطوير المتنزهات القائمة في المدينة والمناطق الخضراء بمركز القضاء بصورة عامة، والعمل على زرع المناطق المفتوحة بالأشجار الدائمة الخضرة لغرض تلطيف جو المنطقة لاسيما أن أعداد السائحين يزداد صيفاً.

تطوير الصناعات الشعبية وتنميتها التي تساعد على الترويج للمنطقة وتغري السياح بشرائها واقتنائها، وتكون رمزاً للمنطقة وتاريخها.

تنظيم برامج ترفيهية وسياحية محلية لمنطقة الدراسة خاصة لطلاب المدارس والجامعات وكذلك الأسر في أيام العطل.

الهوامش:

١-أبو بكر أحمد بن علي الخطيب البغدادي، تأريخ بغداد أو مدينة السلام، المجلد الثالث، مطبعة السعادة، القاهرة، ١٩٣١م، ص٥٥.

٢-عباس السعدي، محافظة بغداد- دراسة في الجغرافية الزراعية، الطبعة الأولى، دار الرسالة للطباعة، بغداد، ١٩٦٦، ص٤٥.

٣-علاء الدين البكري ، السياحة في العراق، التخطيط العلمي الجديد، مطبعة شنيان، بغداد،١٩٧٢ م، ص١٠ .

4-Pearce Philip ،The Social psychology of Tourist Behavior publisher at pregame press Oxford، 1982، p.3 .

5- OECD: Tourism policy and International Tourism in OECD member Countries، Paris، 1974 p.7-8 .

٦-سراب الياس، وآخرون، تسويق الخدمات السياحية، دار المسيرة للنشر عمان، الطبعة الأولى، ٢٠٠٢،ص٢٨.

٧-العدوان، مروان محسن، إدارة وكالات و شركات السفر والسياحة، دار مجدولاي للنشر، عمان، ١٩٩٦، ص٩.

٨-WTO World Tourism organization

*منظمة السياحة العالمية اكبر وأكثر منظمة متخصصة في جمال السياحة في العالم ومقرها الحالي في اسبانيا – مدريد ويبلغ عدد أعضائها ١٣٣ دولة وأكثر من ٣٠٠ عضو منظم من القطاعين الخاص والعام.

٩-أحمد طلعت البشبيشي، الإدارة الفندقية ، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية ١٩٩٨،ص ٤٥ .

١٠-عبدالكاظم عبد الأمير، اثر المد الفندقي في تطوير المؤسسات، مجلة الإدارة والاقتصاد والجامعة المستنصرية العدد٤٢، ٢٠٠٢،ك١ ،ص١٤٥.

١١-نشوء وتطور الفضاءات المعمارية لبعض المراقد المقدسة في العراق، وقائع المؤتمر الهندسي العراقي(٨٥) للمدة١٩ – ١٦كانون الأول مايس ١٩٨٥، كلية الهندسة، جامعة بغداد، مطبعة جامعة بغداد ١٩٨٥م، ص٣١٦

١٢-نيكتيا اليسيف، التخطيط المادي، مقالة منشورة في كتاب "المدينة الإسلامية" مركز الشرق الأوسط، كلية الدراسات الشرقية، المملكة المتحدة – اليونسكو – السيكومور، فجر –١٩٨٣م، ص ١٠٦

١٣-جمال حمدان، المدينة العربية، معهد الدراسات العربية العالية، جامعة الدول العربية، مطبعة الجبلاوي، ١٩٦٤م، ص ٨٦.

14-Bokhari، Abdulla، on the Identity of the Arab-Islamic city – past and present، in the Arab city Saudi Arabia، Riyadh، 1982، p. 78.

المصادر المستخدمة في الدراسة:

أولاً/ المصادر العربية

١. الطائي، حميد عبد النبي ، التسويق السياحي مدخل استراتيجي، دار الوراق، عمان، ط١، ٢٠٠٥.

٢. سوسة،أحمد الري والحضارة في وادي الرافدين، الجزء الأول، مطبعة الأديب البغدادي، بغداد، ١٩٦٨.

٣. سوسة، جواد، أحمد، دليل خارطة بغداد، مطبعة المجمع العلمي العراقي، بغداد، ١٩٥٨.

٤. البغدادي، أبو بكر أحمد بن علي الخطيب، تأريخ بغداد أو مدينة السلام، المجلد الثالث، مطبعة السعادة، القاهرة، ١٩٣١.

٥. السعدي، عباس فاضل، محافظة بغداد دراسة في الجغرافية الزراعية، الطبعة الأولى، دار الرسالة للطباعة، بغداد، ١٩٦٦.

٦. البكري، علاء الدين،السياحة في العراق، التخطيط العلمي الجديد، مطبعة شنيان، بغداد،١٩٧٢ .

٧. الياس، سراب، وآخرون، تسويق الخدمات السياحية، دار المسيرة للنشر عمان، الطبعة الأولى، ٢٠٠٢.

٨. العدوان، مروان محسن، إدارة وكالات و شركات السفر والسياحة، دار مجدولاي للنشر، عمان، ١٩٩٦.

٩. البشبيشي، أحمد طلعت، الإدارة الفندقية ، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية ١٩٩٨،ص ٤٥ .

١٠. عبد الأمير، عبد الكاظم ، اثر المد الفندقي في تطوير المؤسسات، مجلة الإدارة والاقتصاد والجامعة المستنصرية العدد٤٢، ٢٠٠٢.

١١. نشوء وتطور الفضاءات المعمارية لبعض المراقد المقدسة في العراق، وقائع المؤتمر الهندسي العراقي(٨٥) للفترة ١٩ – ١٦كانون الأول مايس ١٩٨٥، كلية الهندسة، جامعة بغداد، مطبعة جامعة بغداد ١٩٨٥.

١٢. جمال حمدان، المدينة العربية، معهد الدراسات العربية العالية، جامعة الدول العربية، مطبعة الجبلاوي، ١٩٦٤.

ثانياً/ المصادر الأجنبية

1. Bokhara، Abdulla، on the Identity of the Arab-Islamic city – past and present، in the Arab city Saudi Arabia، Riyadh، 1982.
2. General Guidelines of Developing the tourism satellite Accent (TSA) published by to Madrid، spain،2000.
3. Pearce Philip ،The Social psychology of Tourist Behavior publisher at pregame press Oxford، 1982.
4. OECD: Tourism policy and International Tourism in OECD member Countries، Paris، 1974.