

اثر المراكز الدينية على نمو السياحة الدينية
(مدينة بغداد انموذجاً)

Impact of the Religious Shrines on the
Religious Tourism Growth
(Baghdad City as a Nonpareil)

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

Prof. . Salah Dawud Salman
Lectur.Dr.`Abid Al-Satar `Abud Kadhim
Department of Geography, College of
Education/ BinRusd, University of Baghdad

dsalahdaowd@gmail.com
d.abdulsattar69@gmail.com

تاريخ الاستلام: ٢٠١٦-١٢-٣٠
تاريخ القبول ٢٠١٧-٥-٣٠

خضع البحث لبرنامج الاستئلال العلمي
Turnitin - passed research

ملخص البحث:

تؤدي العوامل الدينية دوراً مهماً في زيادة سكان المدن ولا سيما المناطق التي تكثر فيها الرموز والمعالم الدينية التي يُتخذ منها طقوس وعبادات دينية تسهم في زيادة جذب السكان نحوها، إذ نعلم بأن 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 تؤثر في استقطاب أعداداً كبيرة من السكان، وبهذا أصبح العامل الديني أحد العوامل المساعدة على النمو الحضري ونمو المدن، لذا أصبحت الحاجة ماسة إلى بناء الخدمات المتعلقة بسكان هذه المدن والتوسع بها، ومنها الترفيهية، والسياحية ذات المغزى الديني التي تتمثل بالسياحة الدينية، التي يقوم من خلالها بزيارة بعض الأماكن للتبرك أو الحج أو لأداء واجب ديني أو للتعرف على 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 that make them ritual and worship religious contribute to attracting the population, as it is known that most of the cities with crestive growth had its own religious reasons as it is known in Meca , Medina , Jerusalem , Najaf , Karbala ,Kadhimiya and other cit-ies, 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 factors helping urbanize the growth of 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, is achieved by the people in visiting some places of blessing or pilgrimage or to perform a religious duty or to learn the religious heritage of the state and other religious rituals

المقدمة:

يعد موضوع السياحة غاية في الأهمية، ويعد البحث فيه ضرورياً جداً بفعل الحاجة المتزايدة للاستمتاع بالبيئة الطبيعية والرغبة في الاستراحة ولا سيما بعد تزايد متطلبات الحياة وتعقيدها وتوسع المدن وازدياد أعداد السكان، كل ذلك كان على حساب راحة الإنسان، وإنّ 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.

تعد السياحة من القطاعات الاقتصادية المهمة في العديد من دول العالم. ويمتلك العراق عدداً من الإمكانات السياحية التي تؤهله لأن يكون بلداً سياحياً مهماً، منها منطقة الدراسة التي تتميز بتنوع الإمكانات السياحية فيها.

تُعد السياحة الدينية السلوك البشري الذي يتمثل بحركة الأفراد من أماكن تواجدهم التي تُعد نقطة الانطلاق إلى أماكن الوصول، لذا فهي ظاهرة قديمة وبالتالي من الصعب تحديد البداية الحقيقية لها وقد أخذت تتبلور كمفهوم ونشاط اقتصادي، وظاهرة اجتماعية مع بداية عصر النهضة، ويتوقع لها النمو والازدهار في الغد القريب لتصبح أكبر صناعة عالمياً، على الأقل من حيث رأس المال المستثمر والأيدي العاملة.

وتكتسب تنمية السياحة أهمية خاصة من خلال تدفق رؤوس الأموال الأجنبية للاستثمار في المشاريع السياحية، عبر العناية بالمرافق السياحية في مناطق البلاد المختلفة ولا سيما منطقة الدراسة، وتسهم السياحة أيضاً في إنعاش المستقرات

البشرية التي توجد فيها أو بالقرب منها المقومات السياحية، كما تسهم 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 مهمة في حياة البشر فهي تحقق الاتصال الروحي بين الإنسان وخالقه في الأماكن المقدسة.

لقد كان اندفاع الإنسان لزيارة الأماكن المقدسة قوياً وعنيفاً 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.

لقد كانت 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 الأساس 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 عن باقي المدن في محافظة بغداد إذ تعد هذه المدينة من المدن التي تستقطب أعداداً 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 بدوره إلى دعم الاقتصاد القومي من خلال تنمية الجذب السياحي في تسهيل تقديم الخدمات السياحية للوافدين. ويمكن أن نوجز مشكلة البحث بالآتي:

هل للسياحة الدينية في مدينة الكاظمية المقدسة دور ايجابي في دعم اقتصاد البلد من خلال زيادة الإنفاق من قبل الأفواج السياحية؟

ثانياً / فرضية البحث

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

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

ثالثاً / أهمية البحث

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

١ - الزيارة المستمرة طيلة أيام السنة، إذ إنّ 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- اظهار 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:

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

التعرف على حجم التسهيلات السياحية المتوافرة في مدينة الكاظمية وسبل تطويرها.

التعرف على واقع الحركة السياحية وتحليل ذلك الواقع واظهار خصائصه والعوامل المؤثرة فيه.

التعرف على 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 ما بين دائرتي عرض (١٣ ٢٠ ٣٣ و ٤٦ ٣٥ ٣٣)، وخطي طول (٤١ ١١ ٤٤ و ٥٩ ٢٠ ٤٤) يحدها 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، وأيضاً قربه من مركز العاصمة قد وفر له سوقاً إقليمياً مهماً للعديد من منتجات الصناعات المتوطنة فيه، كالصناعات الغذائية، والنسيجية، والحربية، وصناعة المعادن الفلزية وصياغتها، ولاسيماً الذهب والفضة والنحاس الذي من الممكن أن يكون جانب اقتصادي حيوي مهم يرفد الاقتصاد القومي عن طريق الزوار لاسيما الأجانب منهم. يتمتع القضاء بموقع ديني يتمثل بمركز الإمام موسى بن جعفر (عليه السلام) المتوفى عام ٧٩٩م (١٨٣هـ)، كما دفن بعد ذلك إلى جواره حفيده الإمام محمد الجواد (عليه السلام) عام ٨٣٥م (٢٢٠هـ)^(١). 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 (١)

منطقة الدراسة من مدينة بغداد



المصدر/ أمانة بغداد، شعبة نظم المعلومات الجغرافية (Gis)، خريطة بمقياس ١/٥٠٠٠٠٠،

لسنة ٢٠١٥.

تقع منطقة الدراسة ضمن منطقة السهل الرسوبي الذي يمتاز بشدة انبساطه واتساعه وامتداده لمسافة مئات الكيلومترات، لذلك تعددت نوعيات الترب، ومن أفضل انواعها تربة السهل الفيضي المحيطة بمدينة بغداد، والنتيجة عن ترسبات

الأنهار في أيام الفيضانات في فصل الربيع، وتمتاز تربة هذا السهل بأنها تحتوي على نسبة عالية من المكونات الجيرية تصل نسبتها إلى ٢٥٪، كما تحتوي على كمية من الرمل الناعم جداً، تختلط مع نسبة قليلة من الصلصال، الذي يساعد على جعل التربة نفاذة للمياه. كما ترتفع نسبة الطين إذ تبلغ ٣٠٪ وتتوافر فيها العناصر المعدنية لنمو النباتات^(٢).

سابعاً/ مفهوم السياحة الدينية

وفي عام ١٩٦٣ 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)، وإذ أكد مؤتمر روما من خلال هذا التعريف على:

- ١- إنّ 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.

تؤدي العوامل الدينية دوراً مهماً في زيادة سكان المدن وذلك من خلال المراكز والعتبات المقدسة ودور العبادة، إذ إن أغلب المدن التي نمت وتطورت كانت العوامل الدينية من الاسباب المهمة 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 أو بمعنى آخر تؤثر في استقطاب أعداد كبيرة من السكان، وبهذا أصبح العامل الديني أحد العوامل المساعدة على النمو الحضري ونمو المدن وبالتالي أصبحت الحاجة ماسة إلى بناء الخدمات المتعلقة بسكان هذه المدن وتوسيعها، ومنها الخدمات الترفيهية والسياحية ذات المغزى الديني التي تتمثل بالسياحة الدينية. ومع تقادم الزمان أصبحت هذه المواقع ذات قيمة فنية وجمالية ومعمارية وتاريخية نتيجة للاهتمام الواسع بها ويؤمها الزوار بأعداد كبيرة خلال السنة من داخل البلد وخارجه لأغراض الزيارة. إن هذا النوع من السياحة (السياحة الدينية) إذا ما استُغل بالشكل الصحيح وضمن مفهوم وقواعد تنشيط الحركة السياحية في العراق فإنه يشكل نسبة عالية من الإنفاق السياحي ويكون بعد ذلك رافداً من روافد الدخل القومي.

ثامناً / السائح

عرّف المؤتمر الدولي للسياحة 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 عن ٢٤ ساعة إلى بلد آخر غير البلد الذي به موطنه المعتاد^(٥).

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

تاسعاً / مفهوم الخدمات السياحية

ونحن قد دخلنا في الإلف الثالث الميلادي ومع نمو وتعاظم أهمية السياحة اقتصادياً واجتماعياً وثقافياً وسياسياً، فإنّ صانعي السياحة وعلمائها يركزون جل اهتمامهم على تنمية وتأهيل وتطوير الخدمات التي تحقق أقصى درجات الرضى عند السياح وذلك من خلال إيجاد مزيج جاذبي رائع طرفاه الموقع السياحي وما يمتلكه من مغريات، والخدمات السياحية المقدمة في الموقع السياحي ودرجة احترافها، ليكمل الاثنان بعضهما البعض في مزيج استندت أساسيات وجوده على علم النفس وعلم الاجتماع وعلى الاحتياجات الفيزيائية لجسم الإنسان، ليقدم ومن خلال هذه 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 لتأمين 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 الرضى حتى مع افتقار كثير 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 الرضى والإشباع لاحتياجات السائح ورغباته)).

في حين جاء تعريف البشيشي لها مقتضياً 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 إذ يرى كل منهما ما عليه أن يقدمه للآخر على وفق شروط وضوابط محددة، على أن يكون أي إخلال فيها من قبل أي طرف مدعاة إلى مساءلة قانونية.

عاشراً / أهمية المرقد الكاظمي الشريف للمدينة

في المواسم الدينية ومناسبات أداء الدعاء وقرآءة القرآن كافة يزور الناس الأهل وأضرحة آل البيت والأولياء الصالحين وهي عادة موروثة 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 كثير 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.^(١٢)

يمتاز المرقد الكاظمي الشريف بموقعه الثابت والمركزي في المدينة وعلى مدى التاريخ ويؤكد القانون الذي يقول إن أماكن العبادة تحتل على الدوام المواقع نفسها.^(١٣) وبذلك فإن المرقد هو الذي حدد موضع المدينة إذ إن موضعها لم يخضع للمنطق الجغرافي مثل بقية المدن الأخرى، إذ إن نشوء المدينة وتوقيعها جاء بسبب وجود المرقد وتحدد بموضعه.^(١٤) تمثل النواة الدينية " المرقد " المركز الوظيفي والمعماري والتخطيطي الذي يتحكم بجميع أجزاء المدينة ويسيطر عليها إذ تتجمع حوله الفعاليات الأخرى، تجارة وخدمات لتقدمها للزوار فتكثر فيها الفنادق والخانات والأسواق حتى تكاد تغطي على الوظيفة الدينية.^(١٥) يتكون المرقد من ثلاثة أقسام رئيسية وهي: القسم المركزي والصور الخارجي والصحن.^(١٦)

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.^(١٧)

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.^(١٨)

إن الإنسان بطبيعته يحتاج إلى أن يحتوي نفسه في فضاء محدد مثل فضاء المرقد الذي يتجه إليه المسلم بروحه ويتطلع إليه. فضاء المرقد يعد محتوى روحياً ورمزياً،

إذ يتميز بخاصية مهمة وهي أنه فضاء مخصص للعبادة والتأمل ويؤدي إلى عزل الفرد عن المظاهر المادية الأخرى ويُعيشه في الأجواء بالروحانية المطلوبة وتمثل ذلك من خلال شكل المرقد وتخطيطه وبناءً على ذلك يمكننا أن نقرر المؤشرات الآتية:

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

٢- فضاء المرقد مخصص للعبادة بصورة رئيسة، ويعزل الفرد عن العالم المادي ويُعيشه في الأجواء الروحية وذلك من خلال شكل وتخطيطه وشموخه المرقد.

٣- للمرقد جانب روحي ورمزي معبر عن علاقة الإنسان بالخالق وقد جُسد هذا الجانب الرمزي الديني للمدينة من ناحية الموقع والدلالة إذ يتوسط موقعه المدينة ويرتبط بالعلاقات والمظاهر الاجتماعية في المدينة، وهو يرتبط حسياً ومعنوياً بالمجتمع، فالربط الحسي يتمثل في الصلاة وتجمع قلوب المسلمين فيه، والمعنوي يتضح بتوجه المصلين نحوه وتوجهه 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.

أحدى 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 لغاية (١/٩/٢٠١٦) وقد ظهر من تحليل أسئلة الاستبانة الموزعة لـ (٢٠٠) زائر وبعد استخراج النسب المئوية ظهرت الأرقام الآتية والمؤشرة بإزاء كل سؤال بجدول منفصل بما يأتي:

١- 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 الاستبيان.

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 منشغلين بأعمالهم وارتباطهم اليومي ولا يمتلكون الوقت الكافي لا جراء فسح زيارات وسياحة إلا في أوقات محددة من الشهر أو المناسبات.

أما الإناث فلهن متسع من الوقت أكثر من الذكور وبالتالي من طبيعة المرأة الزيادة في عملية الإنفاق ولا سيما التسوق وهذا يعزز الدور الايجابي للاقتصاد القومي للبلد.

٢- 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.

٣. جدول (٣) التحصيل العلمي:

ت	التحصيل العلمي	العدد	النسبة المئوية.٪
١	ابتدائية فما دون	١٠٥	٥٠,٢٥
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 أنّ التحصيل العلمي للابتدائية فما دون يستحوذ على العدد الأكبر وهذا يدل على أنّ أغلب أصحاب الشهادات مرتبطون بدوائر رسمية أو أعمال خاصة في القطاع الخاص وإنّ أوقات الزيارة أو السياحة التي يمارسوها تتحدد في أيام العطل الرسمية والمناسبات الأخرى مقارنة بأصحاب الشهادات الابتدائية فما دون بأن ارتباطهم ضعيف وأنّ أغلب أعمالهم أعمال خاصة بهم ولديهم الوقت الكافي للتنزه أو السياحة أو الزيارة.

٤- جدول (٤) عدد الزيارات:

ت	عدد مرات الزيارة خلال 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.

أظهرت الدراسة أنّ عدد مرات الزيارة ثلاث مرات وأكثر استحوذ على (١٣١) شخص من حجم العينة أي ما نسبته (٦٥,٥ %). مما يدل على أنّ الزائر لا يكفي بزيارة واحدة وإنّما تتكرر هذه الزيارة بحسب المناسبات الدينية مما يسهم في زيادة الطلب على العرض السياحي .

٥- 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.

٦- 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.

٧- 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.

٨- 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 وسائل النقل	٢٠	١٠
٤	عدم وجود شهرة أو إعلام	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.

٩- 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.

١٠- جدول (١٠) مقدار ما ينفقه الزائر خلال زيارته:

ت	المبلغ بالدينار العراقي (ألف)	العدد	مجموع الأنفاق	النسبة المئوية %
١	١٠٠٠٠-١٠٠٠٠٠	٦٨	٣٤٠٠٠٠٠	٣٤
٢	١٠٠٠٠٠-٢٠٠٠٠٠	٥٩	٨٨٥٠٠٠٠	٢٩,٥
٣	٢٠٠٠٠٠-٣٠٠٠٠٠	١٨	٤٥٠٠٠٠٠	٩
٤	٣٠٠٠٠٠-٤٠٠٠٠٠	١٥	٥٢٥٠٠٠٠	٧,٥
٥	٤٠٠٠٠٠-٥٠٠٠٠٠	١٢	٥٤٠٠٠٠٠	٦
٦	٥٠٠٠٠٠-٦٠٠٠٠٠	١٠	٥٥٠٠٠٠٠	٥

٤	٥٢٠٠٠٠٠	٨	٦٠٠٠٠٠ - ٧٠٠٠٠٠	٧
٢,٥	٣٧٥٠٠٠٠	٥	٧٠٠٠٠٠ - ٨٠٠٠٠٠	٨
١,٥	٢٥٥٠٠٠٠	٣	٨٠٠٠٠٠ - ٩٠٠٠٠٠	٩
١	١٩٠٠٠٠٠	٢	٩٠٠٠٠٠ - ١٠٠٠٠٠٠	١٠
٪ ١٠٠	٤٦٣٠٠٠٠٠	٢٠٠	المجموع	

المصدر/ من عمل الباحث بالاعتماد على تحليل استمارة الاستبيان.

وعند تحليل الجدول (١٠) يتبين أنّ مجموع الإنفاق الكلي لعينة الدراسة التي تتكون من (٢٠٠) زائر هو (٤٦٣٠٠٠٠٠٠) دينار عراقي، وهذا يدل على حجم الإنفاق الذي يُعد بمثابة عائدات اقتصادية تعود بالنفع المادي لشريحة واسعة من أصحاب المحال التجارية وأصحاب الحرف والمهن والسائقين وبالتالي يسهم في زيادة حركة السوق والتعامل وتدوير رؤوس الأموال بين فئات الشعب ومن ثم ينعكس بشكل إيجابي على اقتصاد البلد بشكل عام.

الاستنتاجات والمقترحات

أولاً- الاستنتاجات:

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

إنّ 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 لنهر دجلة الذي يحاذي منطقة الدراسة من الشمال إلى الجنوب، مما يعطي السياحة تنوعاً في كل جوانبها الترفيهية والدينية والثقافية.

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

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

ثانياً- المقترحات:

ضرورة تطوير جميع المواقع السياحية وترويجها سياحياً ولا سيما منطقة الدراسة وتطوير مستوى البنى التحتية، والاهتمام بالخدمات المقدمة للسياح. تسير زوارق نهريّة للمتزهين 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 ولا سيما إنّ أعداد السائحين يزداد صيفاً.

تطوير الصناعات الشعبية وتنميتها التي تساعد على الترويج للمنطقة وبمختلف أنواعها التي تغري 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، ص ٥٥.

٢- عباس السعدي، محافظة بغداد- دراسة في الجغرافية الزراعية، الطبعة الأولى، دار الرسالة للطباعة، بغداد، ١٩٦٦، ص ٤٥.

٣- علاء الدين البكري ، السياحة في العراق، التخطيط العلمي الجديد، مطبعة شنيان، بغداد، ١٩٧٢م، ص ١٠ .

٤- Pearce Philip، The Social psychology of Tourist Behavior publisher at pregame press Oxford ١٩٨٢، p. ٣.

٥- OECD: Tourism policy and International Tourism in OECD member Countries، Paris ١٩٧٤، p. ٧-٨.

٦- سراب الياس وآخرون، تسويق الخدمات السياحية، دار المسيرة للنشر عمان، الطبعة الأولى، ٢٠٠٢، ص ٢٨.

٧- العدوان، مروان محسن، إدارة وكالات و شركات السفر والسياحة، دار مجدولاي للنشر، عمان، ١٩٩٦، ص ٩.

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، أثر المد الفندقى فى تطوير المؤسسات، مجلة الإدارة والاقتصاد والجامعة المستنصرية العدد ٤٢، ٢٠٠٢، ك١، ص ١٤٥.

١١- نشوء وتطور الفضاءات المعمارية لبعض المراكز المقدسة فى العراق، وقائع المؤتمر الهندسى العراقى^(٨٥) للمدة ١٩ - ١٦ كانون الأول مايس ١٩٨٥، كلية الهندسة، جامعة بغداد، مطبعة جامعة بغداد ١٩٨٥ م، ص ٣١٦

١٢- مصطفى عباس الموسوى، مصدر سابق ١٩٨٢ م، ص ١٥٩

١٣- نيكتيا اليسيف، التخطيط المادى، مقالة منشورة فى كتاب (المدينة الإسلامية) مركز الشرق الأوسط، كلية الدراسات الشرقية، المملكة المتحدة - اليونسكو - السيكومور، فجر - ١٩٨٣ م، ص ١٠٦

١٤- مصطفى عباس الموسوى، مصدر سابق ١٩٨٢ م، ص ١٥٩.

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

١٦- دار اليعقوبى، مصدر سابق، ١٩٨٥ م، ص ٣١٧.

17 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، مصطفى 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. البشيشي، أحمد طلعت،
الإدارة الفندقية ، دار المعرفة الجامعية،
الإسكندرية ١٩٩٨، ص ٤٥ .
١٠. عبد الأمير، عبد الكاظم ، اثر
المد الفندقية في تطوير المؤسسات، مجلة
الإدارة والاقتصاد والجامعة المستنصرية
العدد ٤٢، ٢٠٠٢.
١١. نشوء وتطور الفضاءات
المعمارية لبعض المراكز المقدسة في العراق،
وقائع المؤتمر الهندسي العراقي^(٨٥) للفترة
١٩ - ١٦ كانون الأول مايس ١٩٨٥،

OECD member Countries، كلية الهندسة، جامعة بغداد، مطبعة
Paris، 1974. جامعة بغداد ١٩٨٥.

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

ثانياً/ المصادر الأجنبية

13. Bokhara. Abdulla، on the
Identity of the Arab-Islamic
city – past and present، in
the Arab city Saudi Arabia،
Riyadh، 1982.
14. General Guidelines of Devel-
oping the tourism satellite
Accent (TSA) published by to
Madrid، spain، 2000.
15. Pearce Philip ،The Social
psychology of Tourist Be-
havior publisher at pregame
press Oxford، 1982.
16. OECD: Tourism policy and
International Tourism in

