

الأنشطة الترويحية السياحية

المملكة الأردنية الهاشمية
رقم الإيداع لدى المكتبة الوطنية
(2016/8/3708)

أحمد، ره نج حسين
الأنشطة الترويجية السياحية/ ره نج حسين أحمد- عمان: دار
غيداء للنشر والتوزيع 2016
() ص.
ر. ا. : (2016/8/3708)
الوصفات: /السياحة//المناطق السياحية/
يتحمل المؤلف كامل المسؤولية القانونية عن محتوى مصنفه ولا يعتبر هذا المصنف عن
رأي دائرة المكتبة الوطنية أو أي جهة حكومية أخرى.

Copyright (®)
All Rights Reserved

جميع الحقوق محفوظة

ISBN 978-9957-96-275-3

لا يجوز نشر أي جزء من هذا الكتاب، أو تخزين مادته بطريقة الاسترجاع أو نقله على أي وجه أو بأي
طريقة إلكترونية كانت أو ميكانيكية أو بالتصوير أو بالتسجيل و خلاف ذلك إلا بموافقة على
هذا كتاب مقدماً.



دار غيداء للنشر والتوزيع

بلاط العلي - شارع الملكة رانيا العبدالله - مجمع العساف التجاري - الطابق ادون - عمان - الأردن
تلفون: +962 6 5353402 - فاكس: +962 7 95667143
ص. ب. : 520946 عمان 11152 الأردن
E-mail: darghidaa@gmail.com
E-mail: info@darghidaa.com www.darghidaa.com

الأنشطة الترويحية السياحية

د. نجح حسين أحمد



الطبعة الأولى

2017 م - 1438 هـ

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

﴿ أَلَمْ تَرَ أَنَّ اللّٰهَ أَنْزَلَ مِنَ السَّمَاءِ مَاءً فَسَلَكَهُ يَنْبِيعَ فِي الْأَرْضِ ثُمَّ يُخْرِجُ
بِهِ زَرْعًا مُّخْتَلِفًا أَلْوَانُهُ ثُمَّ يَهِيجُ فَتَرَاهُ مُصْفَرًّا ثُمَّ يَجْعَلُهُ حُطَامًا إِنَّ فِي
ذَٰلِكَ لَذِكْرًا لِأُولِي الْأَلْبَابِ ﴾

سورة الزمر، (21)

فهرس

الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

المقدمة وأهمية الدراسة 11

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة السابقة

أولاً: الإطار النظري 23

ثانياً: الدراسات السابقة 73

ثالثاً: التعليق على الدراسات السابقة 83

الفصل الثالث: إجراء الدراسة

منهج الدراسة 89

مجتمع وعينة الدراسة 89

الفصل الرابع: عرض النتائج ومناقشتها

المحور الأول: مفهوم الأنشطة الترويحية السياحية بمحافظة أربيل 103

المحور الثاني: أهداف الأنشطة الترويحية السياحية بمحافظة أربيل 107

المحور الثالث: حصر الأنشطة الترويحية السياحية المتوفرة بمحافظة أربيل 112

المحور الرابع: حصر الموارد المادية والبشرية المتوفرة لتنفيذ الأنشطة الترويحية السياحية بمحا

فظة أربيل 118

المحور الرابع: حصر الموارد المادية والبشرية المتوفرة لتنفيذ الأنشطة الترويحية السياحية بمحا

فظة أربيل 123

عبارات المحور الخامس: معوقات تنفيذ ممارسة الأنشطة الترويحية السياحية بمحافظة أربيل 126

الفصل الخامس: الاستخلاصان والتوصيات

- 133..... أولاً: الاستخلاصات
- 133..... المحور الأول: مفهوم الأنشطة الترويحية السياحية بمحافظة أربيل
- 133..... المحور الثاني: أهداف الأنشطة الترويحية السياحية بمحافظة أربيل
- 134..... المحور الثالث: الأنشطة الترويحية السياحية المتوفرة بمحافظة أربيل
- المحور الرابع: ع
- الموارد المادية والبشرية المتوفرة لتنفيذ الأنشطة الترويحية السياحية بمحافظة أربيل
- 135..... المحور الخامس: معوقات تنفيذ ممارسة الأنشطة الترويحية السياحية بمحافظة أربيل
- 136..... ثانياً: التوصيات

قائمة المراجع

- 141..... أولاً: المراجع العربية
- 152..... ثانياً: المراجع الأجنبية
- 153..... ثالثاً: مواقع الشبكة الدولية للمعلومات

الفصل الأول

الإطار العام للدراسة

• المقدمة وأهمية الدراسة

• هدف الدراسة

• تساؤلات الدراسة

• مصطلحات الدراسة

الفصل الأول

الإطار العام للدراسة

المقدمة وأهمية الدراسة:

لوقت قيمة عظيمة باعتباره ثروة إنسانية فالمجتمعات التي تدرك قيمة الوقت وأهميته في إعداد وتنمية أفرادها تعرف كيف تستثمر هذا الوقت لتحقيق متعتها ومنفعتها وتقدمها، خاصة مع تزايد أوقات الفراغ في العصر الحديث نتيجة للتقدم الصناعي والتكنولوجي الهائل.

لهذا اهتمت الدول المتقدمة بالترويج لإدراكها بأنه يعد أفضل استثمار لوقت الفراغ، إذ توجد علاقة وثيقة بين وقت الفراغ والترويج. فكلما زاد وقت الفراغ زادت الحاجة الى الترويج ويرى المهتمون بدراسة الترويج أنه يمكن التعرف على حضارة المجتمعات من خلال معرفة الوسائل والأنشطة التي تستخدمها تلك المجتمعات في قضاء وقت الفراغ وأنه توجد علاقة وثيقة بين ثقافة المجتمع ومستويات المشاركة في مناشط الترويج السائدة في هذا المجتمع.

ويعرف محمد الحماحي وعايدة عبدالعزيز (2009م) الترويج Recreation أنه إعادة الحالة الطبيعية إذ أن المقطع الأول من المصطلح Re كمخرجات يعني إعادة بينما الباقي يعني الحالة الطبيعية ويفهم أيضا من مصطلح الترويج على أنه التجديد أو الانتعاش Outcomes لممارسة أنشطته. ويرى كل من رومني Romney وناش Nash ودي جرازيا grazziaDe أن الترويج هو "نشاط ومشاعر ورد فعل عاطفي وسلوك وطريقة لتفهم الحياة. وهي بعض الأوجه من النشاط يجلب السعادة للفرد، ويتيح له فرصة التعبير عن الذات، وتنفق مع دوافع الفرد وتتوافر فيها حرية الاختيار، وإنه النشاط الذي يسهم في توفير الراحة للفرد من عناء العمل ويوفر له سبل استعادة حيويته".

(73: 29)

وتعرف تهاني عبد السلام (2001م) الترويج أنه رد فعل عاطفي تجاه نشاط يمارسه الفرد بدافع من نفسه يهدف الى السعادة الشخصية، بناء وهادف ويتم أثناء وقت الفراغ، وتعتبر تلك الأنشطة التي توفر مجال التعبير والانطلاق الوجداني المبتكر وتتفق ورغبات الفرد ويميزها سمو الهدف وتتوافر فيها حرية الاختيار.

(122: 21)

ويسهم النشاط الترويجي في كثير من المجالات والسياحة من أهم المجالات التي تعتمد اعتماداً كلياً على الأنشطة والبرامج الترويجية سواء كانت سياحة داخلية أو خارجية حيث أن السياحة لم تعد قاصرة على زيارة الآثار القديمة بل امتدت إلى ربط السياحة بالأنشطة الترويجية ليقدم كل منهم الآخر، ولقد أصبح قطاع السياحة أحد الأنشطة الاقتصادية والإنتاجية الهامة في الدولة التي تتمتع بمقومات سياحية، إذ أنه يمثل عنصراً رئيسياً من عناصر الدخل القومي الإجمالي، وتعتبر السياحة من أكثر المجالات نمواً في العالم، ومن ثم لعبت دوراً هاماً في زيادة الدخل القومي. وللسياحة أكثر من مفهوم وكل منها يختلف عن الآخر بقدر اختلاف الزاوية التي ينطلق منها الباحث، فبعضهم ينظر إليها على أنها ظاهرة اقتصادية من خلال تأثيرها الاقتصادي، بينما من خلال رؤية اجتماعية بتأثيرها على سلوك الفرد في المجتمع، والسياسي ينظر من خلال تأثيرها على القرار السياسي واتجاهات الرأي العام، ومنهم من يرى أثرها في تنمية العلاقات الدولية والإنسانية.

ويعرف روبرت لانكووير (1993م) (Robert Lanquar) السياحة على أنها "مجموع العلاقات والظواهر التي تترتب على سفر، وعلى إقامة مؤقتة لشخص خارج مكان إقامته المعهودة، طالما أن هذه الإقامة المؤقتة لا تتحول إلى إقامة دائمة، وطالما لم ترتبط هذه الإقامة بنشاط يدر ربحاً لهذا الشخص".

(103:10)

وفي هذا صدد يشير فوزي عطوي (2004م) إلى أن السياحة هي "مجموعة التنقلات البشرية والأنشطة المترتبة عليها والناجمة عن ابتعاد الإنسان عن موطنه تحقيقاً لرغبة الانطلاق والتغيير وكل ما يتعلق بها من أنشطة وإشباع حاجات السائح".

(15 :57)

وعرفتها ريماء الحناوي (2000م) على أنها "عبارة عن نشاط إنساني يعبر عن حركة انتقال الأفراد من مكان إلى آخر لأغراض متعددة غير أغراض العمل وبصورة مؤقتة لا تقل عن أربع وعشرين ساعة".

(7 :38)

ويحدد محمد خميس الزوكة (2001م) أنماط السياحة تبعاً للمعايير الآتية وفقاً للنشاط:

1- فترة الإقامة السياحية:

أما السياحة الموسمية: وتضم المصايف والمشاتي والمزارات الدينية ويقصد بها الأنشطة السياحية التي تتم خلال فترات محددة من السنة. أو السياحة الدائمة: يقصد بها الأنشطة السياحية غير المرتبطة بفترة محددة من السنة.

2- الحركة السياحية ومدة الإقامة:

- أ- السياحة الفصلية: يقصد بها إقامة السياح في مكان محدد مدة لا تتجاوز شهراً واحداً
- ب- سياحة الإقامة: وهي إقامة السياح في مكان معين لفترة تتجاوز الشهر.
- ج- سياحة التنقل: وهو نمط سياحي غير ثابت بالنسبة للسائح الذي يتنقل عبر أكثر من مكان أو أكثر من دولة خلال نفس الرحلة السياحية تبعاً للبرنامج المعد لذلك.

3- أهداف السياحة:

الهدف من السياحة (الاستجمام، سياحة الثقافة، السياحة المؤتمرات، سياحة العلاجية، السياحة الرياضية، السياحة الدينية، سياحة الترويحية، سياحة العلاقات الاجتماعية)

4- طبيعة كل من الدول المصدرة والدول المستقبلية للسياح:

- أ- السياحة الخارجية: تعبير تطلقه الدول المصدرة للسياح (دول الطلب السياحي) على رحلات مواطنيها المتجهين إلى دول العالم المختلفة (دول العرض السياحي) لقضاء أوقات فراغهم أو بعضه في الراحة والاستجمام.
- ب- سياحة الاستضافة: تعبير تطلقه دول العرض السياحي على الرحلات السياحية الوافدة إليها من دول العالم المختلفة.
- ج- السياحة الداخلية: يقصد بها تحرك الراغبين في السياحة داخلياً من إقليم إلى آخر في إطار الحدود السياسية لدولهم.

5- خصائص الطلب السياحي:

- يعتمد هذا المعيار على خصائص السياح الاقتصادية والاجتماعية والذي على أساسه يمكن تصنيف السياحة إلى ثلاثة مستويات رئيسية هي:
- أ- السياحة الخاصة: يقصد بها الرحلات التي يقوم السياح القادرون على الإنفاق عليها من أموالهم الخاصة بصورة فورية ومباشرة سواء كانت خارجية أو داخلية.
- ب- سياحة الشباب: يقصد بها الرحلات السياحية التي يخطط لها من أجل أهداف تربوية خاصة أو إعلامية قومية، وهي تخصص أساساً لفئة الشباب.
- ج- السياحة الاجتماعية: وهي عبارة عن الرحلات السياحية المنظمة الجماعية التي قد تضم فئات مهنية محددة، أو بعض أصحاب الدخل المحدودة.

6- إطار الرحلة السياحية: يمكن تقسيم السياحة إلى نمطين رئيسيين هما:

- أ- السياحة الداخلية: عبارة عن الرحلات السياحية التي يقوم بها الأشخاص المغادرون لأماكن إقامتهم المعتادة لزيارة مدينة أو مكان آخر داخل حدود الدولة التي يقيمون فيها، وبحيث لا تقل مسافة هذه الرحلة عن أربعين كيلو متراً، وبشرط قضاء ليلة واحدة على الأقل في المكان المقصود.
- ب- السياحة الدولية: يقصد بها الرحلات السياحية التي يتم بها عبور الحدود السياسية بانتقال السائح من دولته أو من الدولة التي يقيم فيها إلى الدولة التي يرغب (72: 104- 117)

ومما سبق يرى الباحث أن "النشاط السياحي أحد الأنشطة الترويجية الهامة التي يجب الاهتمام بها حيث تسهم في الاقتصاد والرواج القومي وأن الأنشطة الترويجية هي أحد عوامل الجذب السياحي بما تشمله من خدمات وتسهيلات، لذلك تسعى كثير من الدول السياحية في العالم الى رفع مستوى تلك الأنشطة الترويجية نظراً لما لها دور كبير في التأثير على زيادة الحركة السياحية.

ويؤكد ذلك وارن وسو (Warn,Sue) (2001م) على أن السياحة هي أحد الأنشطة الترويجية وأضاف أن هناك تداخل في مفاهيم كل من الترويج والسياحة. فالترويج نشاط يقوم به الفرد خلال وقت الفراغ بهدف السعادة الشخصية في حين الهدف من السياحة المتعة والسعادة ولذلك يعد كل من الترويج والسياحة وجهان لعملة واحدة. فإذا قام الأشخاص بممارسة الأنشطة الترويجية أثناء التنقل والسفر تعتبر سياحة ترويجية خارجية وبذلك يعتبر الترويج جزء من صناعة السياحة.

(104: 118)

ويذكر رؤوف مجدي الأنصاري (2008م) ان كافة المؤشرات تبين أن العراق يمكن أن يصبح مركزاً لصناعة السياحة الرائدة في منطقة الشرق الأوسط بسبب مكانته التاريخية والحضارية والدينية المتنوعة وموقعها الجغرافي المتميز وطبيعتها الخلابة بوجود نهري دجلة والفرات والأهوار والبحيرات والبساتين والجبال والسهول الخضراء والمصايف الجميلة التي أنعم الله بها على هذا البلد، وهو ما يتسع على مدى الفصول الأربعة لمئات الآلاف ممن يقضون فصل الصيف في ربوع إقليم كوردستان في الشمال، وفي فصل الشتاء في مناطق الأهوار وأحضان البصرة في الجنوب. هذا فضلاً عن احتضانه للعديد من المدن الأثرية المهمة التي تعود الى حضارات وادي الرافدين القديمة والتي لا يزال بعضها قائماً الى يومنا هذا، إضافة الى المدن الدينية المقدسة التي تشتهر بمبانيها التاريخية العريقة ومساجدها التي يقصدها المسلمون من الأقطار كافة في المناسبات الدينية المهمة، إلى جانب ما يتميز به من المواقع الأثرية والتاريخية والسياحية... كل هذه تعتبر من أهم خصائص ودعائم مقومات السياحة والترويج، مما يجعله مؤهلاً لأن يصبح وجهة سياحية

مفضلة، ويُمكن السياحة من أن تؤدي دوراً مهماً في التنمية والإعمار والنهوض بمستوي الخدمات الإنسانية والاجتماعية وتوفير مستوى معيشي مقبول يدعم مستلزمات الأمن والاستقرار.

(36: 25)

وتعتبر محافظة أربيل من المدن السياحية الكبيرة في إقليم كردستان العراق ومن حيث موقعها الجغرافي تقع بين دولتي تركيا وإيران وتقع فيها مناطق جبلية مما يساعدها على أن تكون من المدن السياحية الأولى في العراق. تقع محافظة أربيل في شمال العراق (إقليم كردستان) ويحدها من الشمال تركيا ومن الشرق إيران وتبلغ مساحتها (12000) كم مربع وتقع المحافظة ضمن السهول ذات مناخ انتقالي بين البحر المتوسط والمناخ الصحراوي تتميز بالبرودة الشديدة وانخفاض معدل الرطوبة وتعد أربيل العاصمة الصيفية للعراق في زمن النظام السابق، وذلك لأهميتها التاريخية عبر العصور ولكونها مركزاً ثقافياً وحضارياً مؤثراً في شمال العراق.

(65: 4)

وتستقبل محافظة أربيل أعداداً كبيرة من السياح داخل العراق الذين يقصدون الإقليم طلباً للاستجمام والراحة فطبيعة تضاريسها الشاهقة ووديانها العميقة ومناظرها الخلابة ومياهها الوفيرة والنقية وأرضها المغطاة بنباتات وأشجار متنوعة وكذلك مناخها الصافي والمعتدل، كل هذا جعلها أحد المصايف الجميلة في المنطقة والعالم حيث أن عدد السائحين خلال عام (2012) كانت (1,518,830) سائحاً، وفي عام (2013) كانت (2,029,623) وفي تزايد مستمر. (111)

ويضيف هوشيار محمد امين وسردار محمد (2012م) أن بمحافظة أربيل العديد من الرموز الأثرية مثل قلعة أربيل، قلعة ديوين ومنارة جولي (مأذنة المظفرية)، وأيضاً العديد من المتاحف المشهورة مثل المتحف الحضاري، متحف الغزل والنسيج الكردي، متحف ومعرض القلعة، منحوتات أثرية مثل منحوتة جبل حرير، منحوتة سنحاريب وكهف شاندر، وكذلك العديد من مواقع الترفيه والاستجمام مثل منتزه وبارك سامي عبد الرحمن، بارك وسط البلد، منتزه المنارة، منتزه شاندر وغيرها، ومجموعة من المصايف مثل شيره سوار، توسكة، جنديان، شلال بيخال، وشلال كلي على بك، مصيف صلاح الدين، مصيف شقلاوة، مجمع باك السياحي، مجمع كورك السياحي، مجمع سفين السياحي.

(1588: -30)

وتأكيداً لذلك فقد ذكر شيرزاد شيخاني (2012م) أنه نظراً لما تتمتع به محافظة أربيل من مقومات سياحية فقد اختيرت أربيل عاصمة للسياحة العربية لعام 2014

والتي تأمل في استقبال مليوني سائح في عام 2014 بينما استقبلت المدينة عام 2006 ما لا يتجاوز 100 ألف سائح ارتفع في عام 2011 إلى مليون ومائتي ألف سائح.

(43: 12447)

ومما سبق يتضح لنا أن أربيل يتميز بتنوع المقومات السياحية المتعددة التي تتيح لزوارها الاستمتاع والإقامة فيها، بموقع فريد وطبيعة ساحرة يمتزج في معالمها عبر التاريخ بنفحات الحضارة الحديثة، ويعتبر السياحة الترويجية رافداً هاماً من روافد العمل الاقتصادي لأنها تتضمن أداء يحوي نوعاً خاصاً من العمل من خلال الإمكانيات المادية والبشرية للأنشطة الترويجية في المناطق السياحية وخدمات فندقية ووسائل نقل وتسهيلات وبنية أساسية لمواجهة البطالة تطوير السياحة فيها.

ويرى الباحث ان دراسة الأنشطة الترويجية السياحية بمحافظة أربيل -أمراً ضرورياً، حيث يمكن من خلالها استثمار الموارد السياحية بمحافظة أربيل لخدمة قطاع السياحة بجمهورية العراق عامة وإقليم كردستان خاصة والعمل على تنميته للوصول به إلى أعلى المستويات، وفي حدود علم الباحث لم يتطرق أي دراسة أهمية السياحة في محافظة أربيل، ومن هذا المنطلق يقوم الباحث بدراسة مسحية للأنشطة الترويجية السياحية بمحافظة أربيل وتقديم بعض المقترحات للنهوض بها حتى يزيد الجذب السياحي وبالتالي زيادة الدخل للبلاد.

هدف الدراسة:

- تهدف هذه الدراسة الى مسح الأنشطة الترويجية السياحية بمحافظة أربيل (إقليم كردستان- العراق) ويتحقق ذلك من خلال:
- التعرف على مفهوم الأنشطة الترويجية السياحية بمحافظة أربيل.
 - التعرف على أهداف الأنشطة الترويجية السياحية بمحافظة أربيل.
 - حصر الأنشطة الترويجية السياحية المتوفرة بمحافظة أربيل.
 - حصر الموارد المادية والبشرية المتوفرة لتنفيذ الأنشطة الترويجية السياحية بمحافظة أربيل.
 - تحديد المعوقات التي تواجه تنفيذ ممارسة الأنشطة الترويجية السياحية بمحافظة أربيل.

تساؤلات الدراسة:

- ولتحقيق هدف الدراسة تم وضع التساؤلات التالية:
- ما مفهوم الأنشطة الترويجية السياحية بمحافظة أربيل؟
 - ما أهداف الأنشطة الترويجية السياحية بمحافظة أربيل؟

- ما الأنشطة الترويحية السياحية المتوفرة بمحافظة أربيل؟
- ما الموارد المادية والبشرية المتوفرة لتنفيذ الأنشطة الترويحية السياحية بمحافظة أربيل؟
- ما المعوقات التي تواجه تنفيذ ممارسة الأنشطة الترويحية السياحية بمحافظة أربيل؟

مصطلحات الدراسة:

• الأنشطة الترويحية السياحية:

هي جميع الأنشطة البناءة المتوفرة في المناطق السياحية التي يمارسها أو يشاهدها المتردد أثناء الانتقال من مكان لآخر.

• محافظة أربيل:

أربيل أو أربل (بالكرديّة: Hewlêr ههولێر، بالسريانية: ܐܪܒܝܠ) وهي مركز محافظة أربيل وعاصمة إقليم كردستان العراق. وهي رابع مدينة من حيث المساحة في العراق بعد بغداد والبصرة والموصل، ومعظم سكان المدينة حالياً من قومية الكورد بالإضافة إلى أقليات أخرى كالتركمان والآشوريين

الفصل الثاني

الإطار النظري والدراسات السابقة

أولاً: الإطار النظري

• المقدمة

1- الترويج

• مفهوم الترويج

• أهداف الترويج

• مجالات الترويج

2- السياحة

• مفهوم السياحة

• أهمية السياحة

• السياحة والترويج

3- مفهوم الإقليم

• التقسيمات الإدارية لإقليم كردستان.

• الخصائص الإقليمية لكردستان

• البنية التحتية والتنقل

4- مقدمة تأريخيه عن محافظة أربيل

• التقسيمات الإدارية لمحافظة أربيل

• دوافع السياحة بمحافظة أربيل

• مقومات الجذب السياحي بمحافظة أربيل

• مؤشرات السياحة في محافظة أربيل

ثانياً: الدراسات السابقة

1- الدراسات العربية

2- الدراسات الأجنبية

التعليق على الدراسات السابقة

الفصل الثاني

الإطار النظري والدراسات السابقة

أولاً: الإطار النظري

• مقدمة (Introduction):

قد أصبحت السياحة واحدة من أكبر الصناعات عالمياً يصل إلى 10% من الناتج المحلي الإجمالي العالمي. بل هي صناعة حيوية بالنسبة لاقتصاد العديد من المجتمعات والبلدان كما أنها تدعم ما يقرب من 300 مليون وظيفة على مستوى العالم. وهناك العديد من القطاعات في صناعة السياحة، كل منها توفر العديد من فرص العمل والفرص الوظيفية. ويصف الحال أيضاً كيف تم تعريف السياحة من قبل السلطات السياحية والمنظمات الدبلوماسية، وكيف تطورت هذه التعاريف مع مرور الوقت. يصف الجزء الأخير من العناصر الأساسية الأربعة اللازمة لإنشاء وتطوير منطقة كوجهة سياحية. هذا بالطبع سوف تكون ذات فائدة كبيرة للأشخاص الذين يرغبون في الحصول على عمل أو مهنة في صناعة السياحة فضلاً عن الناس الذين يعملون بالفعل في مجال السياحة. كما سيكون من مصلحة لأصحاب الشركات السياحية تركيزاً.

ويشير ماهر السيسي (2003م) أن السياحة ظاهرة من الظواهر الإنسانية التي نشأت منذ خلق الله الأرض وما عليها، وقد عرف الإنسان منذ القدم التنقل بحثاً عن مأمته واستقراره، وسعياً وراء رزقه، وذلك من أجل التحرر من أعباء الحياة وزيادة المعرفة، ثم تم تحول ظاهرة انتقال الإنسان من أجل تحقيق رغباته واحتياجاته وشؤون حياته اليومية إلى ظاهرة اجتماعية وثقافية هدفها الاستجمام والتنزه والراحة والثقافة وقضاء وقت الفراغ بعيداً عن الروتين في العمل، والتخلص من أعباء الحياة اليومية وهذوء الذهن، ومن هنا زاد الاهتمام بالسياحة كونها صناعة مركبة، وليست مجرد ظاهرة اجتماعية وإنسانية، فهناك الكثير من الدول في العصر الحديث تعتمد على السياحة كونها من الصناعات المهمة التي تساهم في زيادة المردود الاقتصادي والاجتماعي للدولة.

(63: 17)

ويؤكد مثنى طه واسماعيل محمد (2001م) ان السياحة تعكس صورة التطور الحضاري لشعوب العالم، وهي تعتبر صناعة من أهم الصناعات في العصر الراهن

لما لها من تأثير على اقتصاديات الدول، لأنها تمثل مصدراً للدخل القومي، ونشاط مركب ومتداخل مع العديد من القطاعات، وليست كما يرى البعض بأنها ترف اجتماعي، فهي تساعد على إنجاح مخططات التنمية، وتهيئ الفرص لتعمل على خلق صناعات تخدمها، كالصناعات التقليدية والأغذية، وبناء المرافق مثل الفنادق والطرق والموانئ والمطارات والمطاعم والمقاهي والقرى السياحية، والتي بدورها تتيح فرص العمل، فهي إذن صناعة خدمات، لذلك فقد تأثرت بالتقدم العلمي والتكنولوجي، اللذين أصبحا سمة بارزة بالعصر الحالي، مما أدى إلى اتساع نطاقها وتعدد جوانبها وازدياد أهميتها حتى أطلق عليها الصناعة الواحدة مستقبلاً.

(64: 105)

وتؤدي السياحة دوراً حيوياً وهاماً في أي ميدان اقتصادي لكثرة ما تحققه من فرص عمل في أنشطتها المختلفة، كما أنها مصدر للعملة الأجنبية وتعد قطاعاً رئيسياً في جذب الاستثمارات الأجنبية المباشرة، وتساهم السياحة العالمية بنحو ثلث خدمات التجارة في العالم، بينما تساهم بنحو 13% من إجمالي الناتج المحلي والعالمي، ويعمل بها أكثر من 129 مليون عامل في العالم، كما أنها تؤدي دوراً بارزاً وفعالاً في النمو الاقتصادي في العديد من الدول النامية. والسياحة أو صناعة السياحة لا تقف على تعريف واحد بذاته لأن لها أنواع مختلفة، وتعريف كل نوع يعتمد على الغرض الذي تقوم من أجله، مفهوم السياحة كنشاط قديم نشأ منذ أن بدأ الإنسان ينظر ويتدبر ليرى أن احتياجاته في المكان الذي يقيم فيه دائماً لا تشبعها الإمكانيات المتوافرة بهذا المكان، فبدأ يبحث عنها في أماكن أخرى يستطيع أن يذهب إليها ويعود بما يعود عليه وعلى غيره بالنفع، وبما أن هناك أماكن أخرى تتوافر بها حاجات الإنسان، رأي أن يذهب بها للعرض والبيع من أجل الكسب، إن هذا النشاط القديم ما هو في الحقيقة إلا السفر من أجل التجارة وعقد الصفقات وحضور المعارض التجارية أو سياحة رجال الأعمال.

(86: 26، 178)

1- الترويح (Recreation):

مفهوم الترويح:

إن مصطلح الترويح مشتق من اصل لاتيني- عرف بالإنجليزية (Recreation) وتعني التجديد والخلق والابتكار- وقد تم استخدامه في بادئ الأمر لتعريف النشاط الإنساني الذي يتم اختياره عن دافع شخصي والذي يؤدي إلى تنشيط الفرد ليكون قادراً على ممارسة عمله، وكون العائد من النشاط الترويحي عدة فوائد جسمانية ونفسية واجتماعية. وإن عملية الترويح عملية اجتماعية وثقافية وسيكولوجية تتأثر

بطبيعة العلاقة بين الفرد وتوزيعه لوقته بين أنشطة العمل والفراغ، إذ يعرف برايتبل (Brightbill) الترويح بأنه "نشاط اختياري يحدث في أثناء وقت الفراغ، ودوافعه الأولية هي الرضا أو السرور الناتج عن هذا النشاط". (21: 102)، (43: 93)، (73: 29)

وينفق كلا من كمال درويش ومحمد الحماصي (1997م) وحنان وجيه (2000م) وخليفة بهبهاني (2004م) أن برامج الترويح وأوقات الفراغ تعد من الخدمات المهمة لأي مجتمع وهي بذلك تحتاج إلى عملية إدارية ممتازة من حيث الطريقة التي سيتم بها إدارة البرامج، وكذلك من حيث القيادة ونوعية الأفراد الذين سيديرون البرامج، كما يجب استغلال جميع المصادر الطبيعية والفنية المتوفرة لتنفيذ البرامج وكذلك المنشآت والموارد المتوفرة، بالإضافة إلى الخبرة الإنسانية حتى نستطيع تحقيق حاجات ومتطلبات المؤسسة والأفراد، ويعد البرنامج من العمليات المهمة لتحقيق السعادة للمواطن عن طريق التخطيط له مقدماً حسب رغبات الأفراد والتي تعتبر الغاية الرئيسية من البرامج الترويحية، فالبرامج هي الإدارة الرئيسية التي يوفرها القائد الترويحي، وبها يتم التغلب على مشكلة وقت الفراغ التي تواجه المجتمعات.

(58: 25)، (28: 52)، (30: 37)

ويضيف إسماعيل القره ومروان عبد المجيد (2001م) أن الأنشطة الترويحية هي "نشاط هادف يختاره الفرد ويمارسه في وقت فراغه وهو أسلوب لاستعادة حيوية الفرد، ويهدف إلى السعادة الشخصية ويسهم في بناء الفرد وتنميته".

(9: 18)

وتؤكد تهاني عبد السلام (2001م) على أن "الترويح لا يحقق أهدافه إلا من خلال البرامج الترويحية الموجهة والبرنامج الترويحي هو مجموعة الأنشطة الترويحية المنظمة تحت إشراف رائد ترويح من أجل تحقيق هدف التربية الترويحية ألا وهو تغيير سلوك الأعضاء أثناء وقت الفراغ إلى سلوك أمثل وذلك عن طريق تنمية معلومات ومهارات وتكوين اتجاهات إيجابية نحو شغل وقت الفراغ، كذلك يعرف البرنامج بأنه يشمل على مجموعة الخبرات المنظمة وغير المنظمة التي يمارسها العضو المشترك، ويتحتم التفاعل بين العضو والرائد والخبرة الترويحية حتى يكون هناك أثر تتركه الخبرة في نفس المشتركين.

(21: 233)

والترويح هو إكساب الفرد المهارات والقيم والخبرات التربوية والاجتماعية، وإشباع الميول والحاجات، كذلك تنمية المواهب والابتكار وتنمية الشخصية الإنسانية بوجه عام وذلك من خلال استخدام أنشطة بناءة أثناء وقت الفراغ.

(48: 4)، (80: 23)

ويشير كمال درويش وأمين الخولي (2001م) إلى أن نجاح البرنامج يعتمد اعتماداً كبيراً على الرائد الترويحي المناط به تنفيذ البرنامج من حيث تأهيله وكفائاته

وخبراته وشخصيته وكذلك استخدامه الواعي والعلمي للنتائج والمعلومات، يزيد من احتمال حدوث النتائج المرجوة.

(32 :59)

ويتفق كل من أحمد الجلاذ (2003م) ويسري دعبس (2009م) أن الترويح هو الحالة التي تصاحب الإنسان عند ممارسته لنشاط يستمتع به وقد يكون هذا النشاط جسمانياً أو عقلياً أو وجدانياً، فهو يعبر عن حالة نفسية تهيئها تلك الأنشطة المختلفة للترويح.

(243 :92)،(6 :4)

ويتفق كل من (محمود محمود هويدي 2006م) و(محمود إسماعيل طلبة 2009م) (نقلا عن "كراوس وبربارا باتس" Kraus, Barbara Bates) أن الترويح هو نشاط وخبرة وحالة تفاعلية سواء كانت الممارسة مستمرة أو عابرة وقتية.

(41 :76)،(98 :77)

ومما سبق يمكن القول أنه توجد علاقة بين التكنولوجيا والترويح وبين ثقافة المجتمع والترويح وبين استقرار الأمن والترويح، فكلما زاد تطور التكنولوجيا أدى ذلك إلى تطور الترويح وكذلك إلى زيادة رغبة الفرد في مزيد من الوقت من أجل الترويح، وكذلك كلما تقدمت تكنولوجيا المجتمع أدى ذلك إلى مزيد من وقت الفراغ لتقليص عدد ساعات العمل وبالتالي زيادة وقت الفراغ المتاح لدى الفرد- لذلك أصبح الترويح ضرورة حتمية وملحة لزيادة الطلب عليه.

أهداف الترويح:

أن الأنشطة الترويحية وممارستها تجعل الشباب أصحاء وتحافظ على لياقتهم وتبقيهم بعيداً عن مخاطر المشاكل أو الانحراف وإدمان المخدرات، وتجعلهم إيجابيين في التعامل مع المجتمع المحيط بهم، تزيد من ثقتهم بأنفسهم، كما أنها تساعدهم في التغلب على خجلهم وقضاء وقت سعيد عند ممارستهم للأنشطة المحببة لديهم وتزودهم بالخبرات المختلفة في التغلب على حل مشاكلهم. كما أنها تعطي للشباب فرصة لتحدي أنفسهم لدفع حدودهم إلى حدود بيئية آمنة وإيجابية، فالتحدي والتجربة والمخاطرة هم أجزاء من التطور الذاتي الصحي والسليم فيجب علينا مساعدة الشباب على توفير مثل هذا النوع من النمو من خلال توفير شتى الأنشطة الترويحية لديهم.

(114-107 :21)

ويتفق كل من عطيات خطاب (1990م) وكمال درويش ومحمد الحماحمي (1997م) وتهاني عبد السلام (2001م) وخليفة بهبهاني (2004م) وطه عبدالرحيم (2006م) وتهاني محمد (2008م) على أن الترويح يتكون من الأهداف التالية:

- السعادة والبهجة والرضا والسرور في مزاوله نشاطات في وقت الفراغ بصورة

فردية أو جماعية على أن يكون هذه النشاطات طوعياً وبمحض إرادة الإنسان. أن يكون النشاط الذي يمارسه الإنسان يحقق ذات الإنسان في جوانبه التربوية والأخلاقية جاعلاً من وقت الفراغ وقتاً لاكتساب القيم، سواء كانت هذه القيم اجتماعية كالنفاعل والألفة الاجتماعية وتعلم فنون الاتصال والحوار والصدقة.

(116 :22)،(65 :48)،(116 :30)،(106 :21)،(87 :58)،(143 :52)

كما تشير تهاني عبد السلام (2001م) إلى أهمية الأنشطة الترويحية في الحفاظ على توازن الفرد النفسي وسلامة تكوينه حتى يمكن له العطاء والعمل ومواكبة إيقاع الحياة والمتطلبات النفسية والبدنية ومواجهة متطلبات الحياة الحضرية الحديثة بكل ما فيها من صراعات وإجهاد بدني وعصبي، حيث أصبحت الأنشطة الترويحية جزءاً هاماً وحيوياً من حياة الفرد وليست مجرد احتياجات ثانوية.

(87 :21)

مجالات الترويج:

ويتفق كلاً من خطاب (1990م) وتهاني عبد السلام (2001م) وطه عبد الرحيم (2006م) على تقسيم الترويج طبقاً لأنواعه وأهدافه إلى المجالات التالية:

أ- الترويج الفني:

ومن الأنشطة التي تمنح الفرد الإحساس بالجمال، والإبداع، والتذوق الفني، وتعمل على إكسابه القدرات، والمهارات الفنية، وتنمي لديه المعلومات، ومن ذلك جمع الطوابع، والتصوير، والرسم، والزخرفة اليدوية، والغناء، والتمثيل.

ب- الترويج الاجتماعي:

ويسهم هذا النوع من الترويج، في إيجاد فرص التفاعل بين الأفراد والجماعات، وتوثيق العلاقات، والروابط، بينهم في جو متميز بالمرح، والروح من خلال أنشطة متنوعة، كالسهرات، أو الأناشيد، أو الغناء الجماعي، أو حفلات أعياد الميلاد.

ج- الترويج الخلوي:

ويقصد به قضاء وقت الفراغ في الخلاء، وبين أحضان الطبيعة، وهو يسهم في إشباع ميل الفرد للمغامرة، والبحث عن المعرفة، والتمتع بجمال الطبيعة، ومن هذه الأنشطة الرحلات، والترحال، والصيد، والمعسكرات، والتجوال.

د- الترويح الرياضي:

ويعد من الأركان الأساسية، في برامج الترويح، لما يتميز به من أهمية كبرى في المتعة الشاملة للفرد، بالإضافة إلى دوره في التنمية الشاملة للشخصية من جميع النواحي البدنية، والعقلية، والصحية، والاجتماعية، ومن هذه الأنشطة، المشي على الأقدام، والجري، وكرة القدم، والسباحة، والرمي، وكرة الطائرة، وركوب الدراجات، وألعاب القوى.

هـ- الترويح العلاجي:

وتستخدم فيه الوسائل العلاجية وحركات إعادة التأهيل والسباحة العلاجية وغيرها من الوسائل التي تحقق الشفاء

و- الترويح التجاري:

وهو الترويح ذا الطابع الاستثماري إذ يتمتع به الفرد في مقابل مادي لا يدخل في نظامه كالمسرح والسينما وغيرها من المؤسسات الترويحية التجارية.

(52: 66-79)، (21: 199-221)، (48: 26-39)

وأن الأنشطة الترويحية التي يمارسها الإنسان، يمكن أن ينتج عنها فوائد جليلة تنعكس على حياة الفرد والمجتمع، وذلك حالة كونها عملاً موجهاً هادفاً ومنضبطاً بجملة من المبادئ والأداب المحددة، ويمكن إجمال فوائد الترويح من خلال المجالات التالية:

أ- المجال الصحي:

حيث يلعب الترويح-وخاصة الرياضي منه- دوراً هاماً في عملية اكتساب الصحة البدنية، إذ يسهم في تنمية أعضاء الجسم وقياسها بوظائفها على أكمل وجه، ويعمل على إكساب الفرد القدرات، والمهارات الحركية، كالقوة، والسرعة، والتحمل، والمرونة، والرشاقة. كما يكتسب الفرد لياقة بدنية.

ب- المجال النفسي:

ولعل الاسترخاء من أهم الفوائد النفسية الناتجة عن ممارسة الترويح، ذلك أنه يستبدل مشاعر الإرهاق، والتعب، والجزع، والتوتر بمشاعر البهجة، والمتعة، والسعادة، والراحة.

ومن خلال الترويح، يمكن إشباع بعض الحاجات الإنسانية لدى الفرد، كالحاجة إلى التقدير، وتحقيق الذات، والحاجة إلى التعبير عنها، وتنفيس المشاعر، والانفعالات.

ج- المجال العلمي المعرفي:

حيث تسهم الأنشطة الترويجية في اكتساب الفرد معارف ومعلومات في مختلف المجالات الفنية والثقافية.
كما تمد الفرد بخبرات عملية كمعلومات تاريخية، واخرى تتصل بأساليب السفر، وطرق التعامل مع وسائل الاتصال، وإجراءات الفرد.

د- المجال الفكري:

والترويج دور فاعل، في تنمية الفكر من خلال تدريب الأفراد على التفكير العلمي السليم، وتدريب الأفراد على المناقشة الواعية المقنعة، وتنمية القدرة على التركيز والانتباه وفهم الآخرين.

هـ- المجال الاجتماعي:

إذا كان الإنسان اجتماعياً بطبيعته فإن " الترويج يساهم في تهيئة مناخ يساعد على نمو الروح الاجتماعية، فهو ينشئ الممارس على بغض السخرية، والإيذاء، والظلم، والتعصب للرأي، وغير ذلك من القيم السلبية. وينمي بدلاً من ذلك قيم الأخوة، والتفاهم، والألفة، والعدل، والتسامح، وغير ذلك من القيم الإيجابية التي تساهم في إكساب الفرد القدرة على إقامة علاقات اجتماعية مع الآخرين "ومن أهم القيم الاجتماعية التي يساهم الترويج في تعميقها، قيم التعاون، والمنافسة الشريفة، وتحمل المسؤولية، واحترام آراء الآخرين، ورعاية مصالحهم، والأمانة، والصبر، وغيرها من القيم البناءة، كما يساهم الترويج في توعية الفرد بآداب، وقواعد السلوك الاجتماعي، وتشجيعه على الانخراط في العمل الجماعي على أساليب القيادة والتبعية، واحترام الأنظمة، وتحمل المسؤولية. كما يجعله يتقبل معايير مجتمعه، ويدرك دوره في المجتمع، مما يساهم في تشكيل رغباته، واتجاهاته.

و- المجال الاقتصادي:

العلاقة بين الترويج والاقتصاد، تفترض تميزاً واضحاً بين الترويج والعمل، وتجعله أداة للثاني، وبذلك يصبح هدف الترويج مساعدة الفرد على القيام بوظيفته عن كفاية وقدرة، وبالتالي زيادة الإنتاج وقد أظهرت نتائج البحوث الحديثة أن تخفيض عدد ساعات العمل، ومنح العامل يومين عطلة أسبوعياً قد أسهم في زيادة معدل الإنتاج لدرجة ملحوظة.

وإذا أمكن استخدام النشاط الترويجي كوسيلة للكشف عن مواهب الفرد وميوله وقدراته كان ذلك دعامة طيبة لعملية التوجيه المهني، وبهذه الوسيلة يمكن توجيه كل فرد إلى ميدان العمل الذي يصلح له، والذي يتفق مع مكونات شخصيته. كما أن ما

يحققه الترويج من تنفيس عن الانفعالات المكبوتة لا يقتصر على الناحية النفسية فحسب، بل إن آثاره تنعكس على الناحية الاقتصادية، فالمستوى الإنتاجي للعامل الذي يتمتع باستقرار نفسي يفوق بكثير مستوى العامل المثقل نفسه بالهموم، ولذلك أدخل أصحاب الأعمال الترويج في المصانع والمؤسسات، واعتبروه عنصراً أساسياً في خدمة الإنتاج

ز- المجال الإبداعي:

ما من شك أن جمال الطبيعة ومناظرها الخلابة، وجمال الكلمة في الشعر، وجمال اللحن، وتناسق الحركة والإيقاع، وجمال اللوحة واللون، وغير ذلك من مواقف تزيد من إحساس الإنسان بالجمال، كما يسهم الترويج في تنمية حواس التذوق السمعي، والبصري، والفني، والأدبي، وبهذا يمهّد الطريق لتمكين الفرد من القدرة على الإبداع المتميز من الاختراع، والابتكار المتجدد وللترويج وظيفة شخصية إذ أنه يساعد على إتاحة الفرص لظهور مواهب الأفراد وإبراز ميولهم، ومن يعمل على تنميتها وتوجيهها، لاسيما في المؤسسات التعليمية الرسمية. كما يساعد على الأخذ بيد الموهوبين للنمو في مجالات التفوق والإبداع.

ح- المجال التعليمي:

والترويج له أثر إيجابي في التعليم، بما يوفر من الاسترخاء لصالح عقل الإنسان ومعارفه، ولهذا فهو يسهل عملية التعلم والاكتماب المعرفي، وذلك ؛ لأن الاسترخاء شرط هام للتعلم الجيد، فالشخص المتوتر لا يكون مستقبلاً، ولا مستجيباً للمثيرات الجيدة، ولذا فالتعليم حينما يمتزج بالضغط والإكراه، فإنه يؤخر الإنسان أكثر مما يدفعه للتقدم، إذ إن التعليم الفعال هو التعليم المشوق.

(35:23)(20:15)(29:39)(5:57-50)(59:174)

2- السياحة:

لقد أصبحت السياحة في كثير من دول العالم من أهم القطاعات الاقتصادية، حيث أدت إلى تغيير في أنماط العمل ومستويات المعيشة، كما أن التوسع في النشاطات السياحية يتبعه تغيرات ثقافية واجتماعية وبيئية والتي ارتبطت بتكنولوجيا ما بعد الصناعة، وللبيئة التي تنمو فيها السياحة أهمية كبيرة في تأكيد مستوى جودة السياحة سواء كانت بيئة طبيعية مثل الأرض والمياه والنباتات، أو كانت من صنع الإنسان والتي تشمل الآثار والمباني التاريخية والطرق وغيرها، وفي غياب البيئة النظيفة فإن السياحة نادراً ما تنجح.

تعد السياحة ظاهرة إنسانية قديمة، قدم المجتمعات الإنسانية وقد تطورت خلال النصف الثاني من القرن العشرين تطوراً كبيراً، أصبحت معه ظاهرة عالمية، حيث أثبتت أنها ظاهرة ذات آثار اقتصادية واجتماعية وثقافية وسياسية وبيئية بعيدة المدى، ولذا فقد تزايد الاهتمام العالمي بها، بوصفها أكبر الصناعات المولدة للدخل، وفرص العمل وقاطرة التنمية الاقتصادية، بما يشيعه رواجها من رواج الاقتصادي عام، له تأثيره الإيجابي على قطاعات اقتصادية إنتاجية وخدمية عديدة مرتبطة بها بصورة مباشرة أو غير مباشرة. (97: 10-16)

وفي هذا الصدد يشير يوسف جعفر (2000م) أن صناعة السياحة لم تعد كما كانت منذ سنوات حيث تشعبت فروعها وتداخلت في معظم مجالات الحياة اليومية، فلم تعد السياحة ذلك الشخص الذي يحمل حقيبة صغيرة ويسافر إلى بلد ما ليقضى عدة ليالٍ في أحد الفنادق ويتجول بين معالم البلد الأثرية، تغير الحال وتبدل وتخطت السياحة تلك الحدود الضيقة لتدخل بقوة إلى كل مجال لتؤثر فيه وتتأثر به.

(94: 217)

بينما ينظر إلى السياحة على أنها ظاهرة اجتماعية تشتمل انتقال الأشخاص من محل إقامتهم المعتادة إلى أماكن أخرى، خارج حدود دولتهم، ويطلق عليها السياحة الداخلية، وقد تكون داخل حدود دولتهم ويطلق عليها السياحة الدولية الخارجية.

(99: 63)

فبالإضافة إلى ضرورة الاهتمام بالسياحة الدولية وزيادة موارد البلاد من النقد الأجنبي فإنه قد أصبح من الضروري تأكيد حق المواطنين في السفر والسياحة والحرص على تهيئة الظروف لقضاء الإجازات والاستمتاع بأوقات الفراغ، وبغياب هذا الفهم يتضاءل الوزن الحقيقي لصناعة السياحة كظاهرة اقتصادية واجتماعية كما يخنفي وعي الجماهير ونقل عنايتهم بالأنشطة السياحية والمحافظة على البيئة ورعاية السائحين.

مفهوم السياحة:

ارتبطت السياحة منذ القدم بالسفر الذي دفع الإنسان لغرض الحصول على حاجاته المعيشية والأساسية والمعنى اللغوي للسياحة في اللغة العربية من (ساح) في الأرض (سيحا) و(سيوحا) و(سياحة) أي ذهب إذ تفسر اصطلاحاً إلى حب الاستطلاع لدى الإنسان وحاجته إلى الحركة أو التنقل أو الرغبة بالتجوال أي يتبادل المعلوم بغير المعلوم أي الرغبة بترك الأشياء المألوفة والذهاب لرؤية ثقافات مختلفة- آثار الماضي- أماكن تاريخية مشهورة، أما قاموس أكسفورد فيعود مفهوم السياحة (Tourism) إلى كلمة (Tour) والتي تعني (رحلة تبدأ من المنزل وتنتهي

إليه، ويتم خلالها زيارة عدة أماكن أو عدة زيارات لأماكن يتم تنظيمها بواسطة شركات مختلفة). (71: 15)

ويرى إبراهيم عبدالمقصود وحسن الشافعي (2004م) ودلال محمد (2004) أن السياحة تعتبر من الخصائص الإنسانية فقد دأب الإنسان منذ نشأته على الانتقال من مكان إلى آخر سعياً وراء لقمة العيش ثم سعياً وراء تحقيق المتعة النفسية والذهنية بعد ذلك، إلى أن تحولت عملية التنقل مع الأيام إلى ظاهرة ذات أبعاد مختلفة في المجالات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية هي ظاهرة السياحة. (1: 140) (33: 7)

وإذا كان انتقال الإنسان من مكان إلى آخر يعتبر ظاهرة قديمة، إلا أن السياحة لم تبلغ تطورها الحاسم إلا بعد الحرب العالمية الثانية، وهي الفترة التي تميزت بارتفاع مستوى دخل الفرد، وحصوله على مزايا إضافية جديدة كتخفيض ساعات العمل والإجازات المدفوعة الأجر، وأدى ذلك كله إلى أن أصبحت شريحة كبيرة من طبقات المجتمع قادرة على تحقيق فائض من الدخل، يوجه إلى إشباع حاجاتهم الإنسانية، في قضاء الإجازات في السياحة، وهذا الإشباع يمثل إشباعاً للحاجات الإنسانية الرفيعة. (2: 140)

يؤكد طه أحمد (2010م) أن يطلق على السياحة بأنها صناعة القرن الحادي والعشرين أو الصناعة المتداخلة أو المركبة أو الصناعات المتكاملة أو بتروال القرن، فصناعة السياحة ليست مجرد آليات وهياكل وعمل وموارد بشرية، وإنما هي صناعة تحويل الاملوس إلى ملموس من خلال خدمات ترفيهية ترقى إلى تحقيق السعادة للإنسان. (213: 47)

والسياحة هي العملية التي يتم بموجبها تحقيق الإشباع والاستمتاع لدى السائح، بمعنى أن يتم تحقيق المتعة المعنوية والرضا التام له، ورغبته في الاستقرار والشعور بالراحة والبعد عن التوتر، وتحقيق أي أهداف أخرى جاء من أجل تحقيقها.

(74: 63) (78: 3، 7)

ويرى ماهر السيسي (2003م) أن السياحة تحولت من ظاهرة انتقال الإنسان لتحقيق رغباته واحتياجاته وشؤون حياته اليومية إلى ظاهرة اجتماعية واقعية هدفها المتعة والراحة والثقافة والاستجمام. (15: 63)

وترى دلال عبد الهادي (2004م) أن السياحة من الظواهر العصرية التي تنشأ نتيجة للحاجة المتزايدة للحصول على الراحة والاستجمام، وتغيير الجو، والإحساس بجمال الطبيعة وتنوعها والشعور بالبهجة، والمتعة النفسية من الإقامة في مناطق ذات طبيعة خاصة، وهي ثمرة تقدم وسائل النقل، مؤكداً في ذلك على الآثار الإنسانية والمعنوية والنفسية للسياحة، ويعرفها أيضاً تعريفاً شاملاً بأنها انتقال الإنسان من مكان إلى مكان ومن زمان إلى زمان خارج حدود الدولة وتسمى (السياحة الدولية) أو الانتقال داخل البلد وتسمى (السياحة الداخلية) لمدة يجب ألا تقل عن 24 ساعة

بحيث لا يكون من أجل الإقامة الدائمة وبعيداً عن كسب الرزق لممارسة أنشطة متعددة وفقاً للغرض من الرحلة وحسب رغبة السائح، فإما تكون إشباعاً لرغبة ثقافية أو رياضية أو لحضور اجتماعات أو مؤتمرات أو القيام بالمناسبات الدينية أو طلباً للعلاج.

(33: 10، 18)

كما يؤكد أشرف سمير (2005م) نقلاً عن "حسن رجب" أن السياحة نشاط إنساني عرف منذ القدم على أنها عمليات الانتقال الوقتية التي يقوم بها الأشخاص فيتركون موطنهم الأصلي أو مجال إقامتهم إلى أماكن أخرى أو بلاد أخرى لأغراض غير أغراض الإقامة. (21: 10)

وتشير هدى سيد (2002م) نقلاً عن "ترويزي M.Troisi" أنها انتقل مؤقت من مكان لآخر وليست غايته تحقيق الربح. (15: 86)

ويعرف أقيوم أكمجو (2007م) أن السياحة تشمل أنشطة لأشخاص يسافرون ويقيمون في أماكن خارج بيئاتهم العادية لفترة لا تتجاوز سنة. (22: 11)

ويعرف محمد الصيرفي (2007م) أن السياحة تعني التنقل من بلد لآخر طلباً للترفيه أو الاستطلاع والاستكشاف. (69: 18)

كما توضح يسري دعيبس (2009) أن السياحة والترويج عنصران متلازمان، ويرتبطان ببعض وكل منهما يدفع الإنسان لممارسة الأنشطة الترويحية لاكتساب الخبرات والإحساس بالسعادة. (92: 249)

اتفق كلاً من ماهر السيسي (2004م) وأبوبكر عوني (2011م) أن السياحة نموذج جديد للعلاقات بين الشعوب والحضارات لتحقيق المعرفة المتبادلة ولتحقيق التقارب الفكري والسياسي كما تشكل تواجداً ثقافياً من خلال الاطلاع على الحضارات والثقافات فيجب أن نضع السياحة على رأس الأولويات. (62: 15) (3: 49، 50)

اتفق كلاً من إبراهيم عبد المقصود وحسن الشافعي (2004م) ودلال محمد (2004م) أن السياحة أصبحت من أهم مصادر الدخل في كثير من الدول فضلاً عن كونها من أهم مصادر الثقافة والتعارف والقرب بين الشعوب وتعزيز دور السياحة يأتي في صلب عملية تطوير الاقتصاد والتجارة وإن جميع المؤشرات والدراسات تبشر بمستقبل واعد للسياحة في جميع دول المنطقة. (2: 74)، (32: 182)

وعندما يدخل السائح البلد المضيف لا يجلب معه بضائع فالسياحة عبارة عن صادرات غير منظورة بل يجلب سلوكيات اجتماعية قد تكون غريبة عن البلد المضيف والسياحة بوجه عام هي عبارة عن حدث اجتماعي ومن هنا قد تأثر السياحة على التركيبة الاجتماعية للبلد المضيف. (78: 86)

وفي عام 1945 عرف مؤتمر الأمم المتحدة السائح (على أنه أي شخص بدون تمييز لعنصر أو جنس ولغة أو دين يدخل منطقة دولة غير الدولة التي أعتاد الإقامة فيها ويبقى هناك فترة لا تقل عن 24 ساعة ولا تزيد عن ستة شهور وذلك لأغراض مشروع غير الهجرة مثل السفر، الترفيه، الرياضة الى آخرها. وعرف السائح في اجتماع عقده هيئة الأمم المتحدة في روما سنة 1963 عنوانه "السياحة الدولية" بأنه كل شخص يكون موجوداً بشكل مؤقت في دولة أجنبيه، ويعيش في خارج مكان سكنه الأصلي مدة أربع وعشرين ساعة أو أكثر. (55: 23) (18: 14)

كما يشير أسعد حماد وعادل سعيد (2009م) نقلاً عن "هيرمان سكلارد" Herman von Schullard بأنها نوع من العمليات معظمها ذات صفة اقتصادية، وتعود مباشرة إلى حركة الأجانب في دخولهم وبقائهم داخل وخارج البلد. (31: 7) ويرى الباحث أنالسياحة العائلات والأصدقاء والرفاق لما لها من بعد اجتماعي يعود على الأفراد بالتكامل الاجتماعي، وأن السياحة هي نشاط يقوم به فرد أو مجموعة أفراد يحدث عنه الانتقال من مكان إلى آخر أو من بلد إلى آخر بغرض أداء مهمة معينة أو زيارة مكان معين أو عدة أماكن أو بغرض الترويج وينتج عنه الاطلاع على حضارات وثقافات أخرى وإضافة معلومات ومشاهدات جديدة والالتقاء بشعوب وجنسيات متعددة ويولد تأثيراً مباشراً في الدخل القومي للدول السياحية وتخلق فرص عمل عديدة وصناعات واستثمارات متعددة وترتقي بمستوى أداء الشعوب وثقافتهم وتنشر تاريخهم وحضاراتهم وعاداتهم وتقاليدهم.

أهمية السياحة:

توفر السياحة فرصاً جديدة للعمل وخاصة للشباب من الجنسين ولا يقتصر ذلك على العمل في الفنادق والمطاعم والخدمات السياحية الأخرى، بل يمتد إلى باقي القطاعات التي تزود السياحة بالمدخلات وبما تحتاجه من سلع ومواد، وأهمها قطاعات الزراعة والصناعة والمهن اليدوية، كما أن فرص العمل تُقلل من الهجرة إلى مناطق أخرى أو إلى خارج البلاد.

وتشجع السياحة المستثمرين المحليين على إنشاء مشاريع سياحية وهذا بدوره ينعكس على زيادة فرص العمل والدخل والعوائد. كما أن الدخل الناتج عن الزيادة في فرص العمل التي توفرها السياحة ينعكس على تحسين مستويات المعيشة إذا كانت الأنشطة التجارية مملوكة وتدار من قبل السكان المحليين.

وترى هدى السيد (2002م) أن السياحة استمرت في التطور كنشاط إنساني فتفتلت من مرحلة لأخرى محققة مزايا عديدة مما دعا دول العالم- المتقدمة والنامية على حد سواء- إلى الاهتمام بها والعمل على زيادة عائداتها في مختلف المجالات كوسيلة تتمكن بها من الارتقاء من وضع حياتي معين إلى وضع مستقبلي أفضل،

حيث تتسابق الدول المختلفة في إيجاد أسواق سياحية على أراضيها لجذب أكبر عدد ممكن من السائحين. وتنباري في إرضائهم وإشباع رغباتهم، وخلق رغبات جديدة لديهم، لتحظي بأكبر قدر من الليالي السياحية والإنفاق السياحي ذو الخاصية المتضاعفة. ويرجع هذا الاهتمام إلى ما حققته السياحة في العصر الحديث من تنمية فعالة ومؤثرة بشكل ملحوظ: اقتصاديا واجتماعيا وأيضاً سياسياً. كما أن السياحة تؤمن عوائد ضريبية محلية يمكن استخدامها لتلبية احتياجات السكان وتطوير البنية التحتية العامة كالمدراس والعيادات الطبية والحدائق والطرق ومواقع الاستجمام والسياحة. (86: 85)

وتضيف وفاء زكي (2006م) أن السياحة حققت مزايا عديدة في كثير من المجالات، ولقد أدى ذلك إلى اهتمام كل من الدول المتقدمة، والنامية على حد سواء بالسياحة، والعمل على زيادة عائداتها في مختلف المجالات كوسيلة للارتقاء من الوضع الحالي إلى وضع مستقبلي أفضل وبذلك أصبح للسياحة دور فعال ذو أبعاد مختلفة في حياة الشعوب. كما أن السياحة تعمل على إكساب العاملين في مجال السياحة مهارات جديدة كاستخدام التكنولوجيا مما يؤدي إلى تطوير المجتمع بانتشار تلك المهارات إلى الأنشطة والقطاعات الاقتصادية والاجتماعية الأخرى، وتفتح السياحة أسواقاً جديدة للمنتجات المحلية الزراعية والصناعية وتشجع المهن بأنواعها وتتيح الفرصة لنشوء صناعات وأنشطة جديدة في المنطقة. (89: 35)

ويؤكد وفاء زكي (2006م) وطه أحمد (2010م) أن السياحة والاستجمام داخل البلد أو خارجها، يعد من ضرورة حياة الإنسان وعنصراً مهماً للحفاظ على توازن حياته وتمثل السياحة قوة فاعلة في الاقتصاد العالمي فهي تلعب دوراً حيوياً في التنمية الاجتماعية والثقافية والاقتصادية لمعظم شعوب العالم. وأن أهمية السياحة تأثر على الاقتصاد القومي وتؤثر في الإنتاج والاستهلاك ولذا يجب مراعاة التنمية البشرية، والكفاءات العاملة في قطاع السياحة حتى تصل إلى أفضل النتائج من ذلك النشاط السياحي وتعظيم الفائدة الاقتصادية والاجتماعية ولذلك تزداد أهمية السياحة بالنسبة للدول النامية التي تهدف إلى تحقيق فائض من العملات الأجنبية حتى يتسنى لها تمويل مشروعاتها الإنتاجية مما يساعد على إمكانية دفع عجلة التنمية وبالتالي حل مشكلاتها الاقتصادية والاجتماعية. (89: 172)، (47: 24)

ولقد أصبحت السياحة في نهاية القرن العشرين صناعة واسعة تتنافس في ميدانها الدول المختلفة. ويعد انتشارها بهذا الشكل الواسع الذي نراه اليوم ميزة من ميزات أواخر القرن العشرين والقرن الحالي. حيث يعطي هذا الانتشار مؤشراً لمظهر من مظاهر المدنية الحديثة التي وصلها العالم وما من شك في إن صناعة السياحة اليوم أصبحت من الدعامات الأساسية لاقتصاديات الدول لأنها من أكثر الصناعات نمواً في العالم حيث أصبحت اليوم من أهم القطاعات في التجارة الدولية

فلو نظرنا إلى أعداد السياح العالمي (منذ عام 1950 فكان عددهم (25) مليون سائح، وعام 1960 كان عددهم (71) مليون وعام 1970 عددهم (168) مليون وعام 1980 عددهم (279) مليون سائح وعام 1990 عددهم (457) مليون سائح، وعام 2000 عددهم (994) مليون سائح وعام 2010 فإن الإحصائيات تشير إلى مليار سائح والتوقعات في عام 2020 فإن أعداد السياح العالمي سوف تصل إلى (مليار و600 مليون سائح). وتحرص السياحة على تطوير مواقع الاستجمام والمواقع الثقافية والأثرية والأنشطة التجارية كالحوانيت والأسواق والحدائق والمسارح وهي تُسهم في تمويلها وتشغيلها- كما أن السياحة تُسهم بعوائها في تمويل برامج المحافظة على المعالم الطبيعية والتاريخية والثقافية والمراكز الأثرية والفنون والمهن اليدوية وجميع عناصر التراث الخاصة في المنطقة لأنها أصلاً تُعد عوامل جذب سياحية ولهذا كان مبدأ احتياجها لتطبيق قواعد الاستدامة عليها لضمان استمرار الاستفادة منها كثروة للمكان والدولة. (110)

وفي هذا الصدد يشير عطية محمد (2002م) أن المجلس العالمي للسياحة والسفر "WTTC World Travel and Tourism Council" أن السياحة هي أكبر الصناعات العالمية وأعظمها وبذلك تتفوق على الحديد والصلب والإلكترونيات، والزراعة حيث وصل نسبة السائحين عام 2006 إلى 661 مليون بينما وصل 2010 إلى 937 مليون سائح يرجع ذلك إلى نمو السياحة بسرعة هائلة لتصبح أكبر قوة اجتماعية واقتصادية في العالم. (53: 26)

وتؤكد كلاً من ماجدة محمد (2005م) وطه أحمد (2010م) أن السياحة تعتبر من مصادر الدخل القومي، كما بالنسبة لبعض الدول هي المصدر الأول. وأن السياحة في كثير من دول العالم تمثل قطاعاً اقتصادياً رئيساً يعمل على ضخ العملات الصعبة، وجذب الاستثمارات الأجنبية وتوفير فرص عمل حيث تعتبر السياحة بمجالاتها المختلفة "أكبر صناعة في العالم في مجال تشغيل اليد العاملة والقضاء على البطالة".

(61: 34)، (47: 123)

ويشير صلاح الدين خربوطلي (2002م) أن السياحة في ميزان تصنف المدفوعات ضمن الصادرات غير المنظورة كالتأمين والملاحة ويتجلى أثر السياحة من خلال تعديل ميزان المدفوعات وإعادة التوازن اليه في حال العجز أو التخفيف منه على الأقل، وبخاصة عندما تكون حركة رأس المال سلبية أي عدم تخرج أموال من الدولة خارج البلاد من أجل إبقاء قروض أو فوائد للاستثمار في الخارج. (46: 57)

كما أن السياحة تساعد على تحقيق التوازن الاقتصادي بين مختلف مناطق الدولة وذلك بإقامة المشاريع السياحية الجديدة في المناطق الأقل حظاً في التنمية

كالمناطق الجبلية والصحراوية والزراعية والتي تمتلك عناصر الجذب السياحي وكذلك توزيع الدخل بين الريف والمدينة وبين العاملين في القطاعات الأخرى والقطاع السياحي.

وفي هذا الصدد يؤكد أسعد حماد وعادل سعيد (2009م) أن صناعة السياحة تعتبر من أوسع الصناعات عالمياً حيث وصلت إيراداتها إلى ما يزيد عن (250) مليار دولار في عام 2007، وبعدها سياح تجاوز (898) مليون سائح منهم أكثر من 75% لغرض الترفيه، كما تشير الدراسات والتوقعات إلى أن عدد السياح سوف ينمو ويتزايد إلى أن يصل أكثر من (61.6) مليار سائح بحلول عام 2020 وبمعدل إنفاق (5) مليار دولار يومياً، فضلاً عن الزيادة الكبيرة في السياحة الداخلية والتي تشكل خمسة أضعاف، حيث تشير العديد من الدراسات إلى أن حجم السياحة المحلية (الداخلية) يشكل أكثر من 90% من حجم السياحة الدولية. (7: 21)

السياحة والترويج:

يشير كلاً من موفق عدنان ونبيل زعل (2006م) وكمال عبدالحميد وآخرون (2012م) أن السياحة والترويج يختلطا في مصطلحيهما ليشيرا إلى قضاء وقت الفراغ لدى الأفراد للحصول على المتعة والابتهاج ولكن الأمر مختلف سواء كان من الناحية العملية والعلمية حيث غالباً ما يطلق مصطلح Recreation ليعني تجديد النشاط والطاقة والحيوية وتغيير الروتين اليومي باللغة اللاتينية إعادة النشاط فقد يحصل الفرد على المتعة والابتهاج ويعني من قراءة الكتب والصحف أو سماع الموسيقى أو العمل في حديقة المنزل، والترويج يمكن مزاولته داخل الأبنية فيسُمى Indoor-Recreation أو خارجها في الطبيعة ويسمى Outdoor-Recreation أما السياحة كما عرفها مؤتمر روما فيعني انتقال الأفراد من محل إقامتهم الدائمة إلى أية جهة أخرى ولأى غرض ومكوّتهم في ذلك المكان مدة لا تقل عن (24) ساعة ولا تزيد عن سنة. (18: 81)، (60: 35-38)

وقد اتفق كلاً من فؤاد أحمد (2001م) ومثنى طه واسماعيل محمد (2001م) ودلال عبدالهادي (2004م) أن السياحة الترويجية تعتبر من أقدم الأنماط السياحية وأكثرها انتشاراً، حيث وصلت نسبة السياحة الدولية إلى 80%، وتكون السياحة الترويجية بغرض الاستمتاع والترويج عن النفس وليس لغرض آخر ويتم ممارسة الأنواع الأخرى من السياحة معها ويطلق عليها هنا الهوايات مثل صيد السمك والانزلاق والذهاب إلى المناطق الجبلية والزراعية (56: 69)، (64: 17)، (33: 29) وإضافة موفق عدنان ونبيل زعل (2006م) إن السياحة والترويج لكل منهما مجموعة من الدوافع والحوافز المختلفة ولا يمكن أن تتكامل إلا بممارسة كلا

النوعين فالحاجة إلى الترويح واللجوء إلى الراحة البدنية والذهنية والنفسية تؤدي إلى الاستمتاع ومعرفة جديدة وكسب المعلومات والانطباعات من الدول التي يمر بها السائح ويزورها. وأن السياحة والترويح عنصران متلازمان، ويرتبطان بعضهما ببعض كما يتضح لنا أن الهدف من كل منهما هو الاحساس بالسعادة الشخصية. (:81 18) (249: 92)

3- مفهوم الإقليم:

الإقليم عبارة عن رقعة من الأرض تتسم بخصائص معينة تميزها عما يجاورها من أقاليم أخرى، والإقليم قد يكون مناخياً وفي هذه الحالة نجد رقعة الأرض تتسم بخصائص مناخية عامة تسودها وتميزها عما يجاورها من أقاليم مناخية أخرى، وقد يكون الإقليم نباتياً أو طبيعياً بصورة عامة بمعنى أن تتجانس فيه العناصر الطبيعية المختلفة من موقع جغرافي وتضاريس ومناخ ونبات وحيوان وتجعله يختلف عما يجاوره من أقاليم أخرى. هذا عن التحديد الطبيعي للإقليم، أما التحديد البشري فيتمثل في الحدود التي خطها الإنسان سواء كانت سياسية أو إدارية وهي حدود قسمت سطح الأرض في العالم إلى دول متميزة في الغالب، كما أنها تقسم الدولة الواحدة إلى ولايات أو مديريات أو مقاطعات أو محافظات أو إمارات. وللحدود البشرية (الاصطناعية) أهمية كبيرة في حياة الدول والشعوب لأنها تحدد حركة السكان وأنشطتهم المختلفة. (70: 53)

التقسيمات الإدارية لإقليم كردستان:

مستويات التقسيمات الإدارية لإقليم كردستان.

وتنقسم كردستان العراق إلى أربع محافظات (Parêzge باللغة الكوردية). محافظات دهوك وأربيل والسليمانية و حلبجة تشكل إقليم كردستان. وينقسم كل من هذه المحافظات إلى المناطق مع مجموعة 26 مقاطعة. وتنقسم كل منطقة إلى مناطق فرعية. المحافظات لديها العاصمة، بينما المناطق والأحياء الفرعية لها مراكز المقاطعات. نقاط الخلاف القائمة بين الحكومة العراقية والحكومة الإقليمية الكوردية حول بعض المحافظات والمناطق الكوردستانية خارج إدارة إقليم كردستان العراق. (109)

وطبيعة السكان في إقليم كردستان العراق بعد انتفاضة الشعب العراقي عام 1991 ضد نظام صدام حسين، واضطر الكثير من الأكراد على الفرار والنزوح من البلاد ليصبحوا لاجئين في المناطق الحدودية مع إيران وتركيا. وأنشأت في شمال منطقة حظر الطيران بعد حرب الخليج الأولى في عام 1991 ملاذاً آمناً لتسهيل عودة

اللاجئين الأكراد. كما واصل الأكراد محاربة القوات الحكومية، وقد غادرت القوات العراقية منطقة كردستان في نهاية المطاف في أكتوبر 1991، وغدت المنطقة مستقلة ذاتياً بحكم الواقع، إلا أن أياً من الحزبين الكرديين الرئيسيين في وقت كان إعلان الاستقلال، ولا تزال كردستان العراق تعد نفسها جزءاً لا يتجزأ من العراق الموحد. قاد غزو العراق عام (2003). (106)

وبسبب الدمار الناجم عن حملات الجيش العراقي في عهد صدام حسين وغيره من النظام العراقي السابق، كانت البنية التحتية في إقليم كردستان على حافة الانهيار وبعد تأسيس الإقليم في عام 1991 التي تعتبر ملاذ أمن، بدأت حكومة إقليم كردستان مع مشاريع لإعادة اعمار إقليم كردستان. ومنذ ذلك الحين تم بناء 65٪ من القرى التي تم تدميرها من قبل النظام السابق والتي تتعدى (4500) قرية. وعلاوة على ذلك، منذ زوال النظام السابق في عام 2003، تمكنت حكومة إقليم من رفع مستوى تقديم الخدمات والبنية التحتية، والتي تم تغيير المشهد الاقتصادي في المنطقة، ويسرت لعدد من المشاريع الاستثمارية. وإقليم كردستان لديها أعداد المتزايدة من السكان في المناطق الحضرية التي يبلغ عدد سكانها لا تزال كبيرة في المناطق الريفية. القائمة التالية هي قائمة غير كاملة من أكبر المدن في المحافظات الثلاث التي هي حالياً بحكم القانون وبحكم الواقع تحت سيطرة حكومة إقليم كردستان. (83: 3-8)، (106)، (109)

محافظات كردستان العراق:

- أربيل
- السليمانية
- دهوك
- حلبجة

الخصائص إقليم كردستان:

السكان:

التغيرات السياسية اللاحقة للتصديق على الدستور الجديد للعراق في عام (2005). والدستور العراقي الجديد يحدد كردستان العراق ككيان اتحادي في العراق، ويحدد اللغة العربية والكوردية كلغات رسمية مشتركة للعراقيين. كردستان العراق إقليم يتمتع بديمقراطية برلمانية مع مجلس التشريحي الذي يتكون من (111) مقعداً، والرئيس الحالي للإقليم هو مسعود البرزاني، الذي أنتخب في عام 2005

وأعيد انتخابه عام (2009). وتضم إقليم كردستان أربع المحافظات وهي أربيل ودهوك والسليمانية و حلبجة ومساحتها حوالي (40,000) كيلومتر مربع (15,000) ميل مربع ويبلغ عدد سكانها حوالي (4) ملايين نسمة. نظراً لعدم وجود تعداد سكاني سليم، وعدد السكان الدقيق لكوردستان العراق، فضلاً عن بقية العراق غير معروف، إلا أن الحكومة الكوردية بدأت في الأونة الأخيرة إلى نشر أرقام السكان. بحلول عام (2009)، كان العراق يقدر عدد سكانها بـ(30) مليون نسمة حسب تقديرات صندوق النقد الدولي. داخل المحافظات الثلاث دهوك وأربيل والسليمانية السكان (4,864,000) نسمة، وكوردستان العراق يبلغ عدد سكانها من الشباب حوالي 40% من السكان تحت سن 15 عاماً.

وتشتمل الأكراد والعربو الآشوريينو التركمانو الأرمنو الشبكوا اليزيديو العجرو والشركسو الصابئة المندائيين. (106)

اللغة:

اللغات الرسمية في إقليم كردستان هي الكوردية والعربية. الكوردية هي اللغة الأكثر انتشاراً، كما أنه يتحدث اللغة العربية على نطاق واسع ومفهومة. واللهجتين الرئيسيتين الكوردية هما (السورانية والكرمانجية)، ويتحدث أيضاً الآشورية النيو الأرامية، المندائية النيو الأرامية، الأرمنية وتركماني من قبل مجتمعاتهم. (109)

الدين:

كوردستان العراق لديه مجموعة متنوعة من السكان الدينية. الدين السائد هو الإسلام، التي انضمت إليها غالبية سكانها. وتشمل هذه الأكراد والتركمان العراقيين والعرب، معظمهم ينتمون إلى المذهب السني من الإسلام. المسيحية، الآشوريينو الأرمن (وكذلك من قبل بعض الأكراد والتركمان)، واليزيدية يشكلون أقلية كبيرة. ويتبع أيضاً كاكايية ويارسان Yarsan، المندائيين والأديان شبك Shabaki. (82: 26)

الهجرة:

منذ الاطاحة به في ظل نظام صدام حسين في عام 2003، كوردستان العراق شهدت هجرة كبيرة من المناطق العربية من العراق (وخاصة من الأكرادو الآشوريينو الأرمنو المندائيينو الشبكوا العجرو)، وكذلك من جنوب آسيا. نظراً للاستقرار والأمن، وشهدت كوردستان غير الكوردية أو المهاجرين غير العراقيين. وقد أعطي النشاط الاقتصادي على نطاق واسع بين كوردستان العراق وتركيا الفرصة للأتراك للبحث عن عمل في كوردستان العراق. وكانت صحيفة

الأكراد المتمركزين في العاصمة الكوردية تقدر أن حوالي (50,000) الأتراك الذين يعيشون الآن في كردستان. وقد نشرت تقارير حول المهاجرين من بنغلاديش وقلبين والهندوباكستان أيضاً. (83: 7، 8) (106)

الثقافة:

الثقافة الكوردية هي مجموعة من السمات الثقافية المميزة التي يمارسها الشعب الكردي. الثقافة الكوردية هي إرث من الشعوب القديمة المختلفة، وهي الأقرب للثقافة الإيرانية. على سبيل المثال يحتفلون بعيد النوروز في اليوم من العام الجديد، الذي يحتفل به في 21 مارس. هذا هو اليوم الأول من شهر نوروز "NEWROZ" في التقويم الكوردي واليوم الأول من فصل الربيع مثلاً يوم (2014/3/21) ميلادية مقابل (2714/1/1) الكوردية، الشعب الكوردي مثل الشعوب الأخرى الآشوريينو الأرمنو العربو اليزيديين والشبكوا المندائيين لها ثقافتها المميزة الخاصة بها. والثقافة قد حظيت باهتمام كبير من حكومات الإقليم المتعاقبة، بمختلف ميادينها وما يتضمنه من صحافة ونشر واعلام مرئي ومسموع وفنون مسرحية وتشكيلية وسينمائية ومهرجانات ومنتديات شعرية وفنية وغيرها. ومعطيات الجدول (1) توضح ذلك حيث ارتفع عدد القنوات التلفزيونية الفضائية من (2) عام (2003) إلى (7) عام (2009) واكبتها زيادة أيضاً في القنوات التلفزيونية الأرضية من (5) في عام (2003) إلى (40) عام (2009)، كما ارتفع عدد الصحف الصادرة في الإقليم (الحكومية والأهلية) من (17) صحيفة عام 2003 إلى (29) صحيفة عام (2009)، وكذا الحال في عدد المجالات (الحكومية والأهلية) فقد ارتفع عددها من (18) مجلة عام 2003 إلى (48) مجلة عام 2009، كما شهدت محافظات الإقليم افتتاح (3) دور سينما ليبلغ العدد الكلي (7) دور سينما و (7) دور للمسرح ليكون العدد الإجمالي (17)، إضافة إلى العديد من المهرجانات والمنتديات الثقافية الأدبية والفنية. (وزارة الثقافة والشباب- حكومة إقليم كردستان). ويوضح ذلك الجدول التالي.

(83:13) (111)

جدول (1) بعض المؤشرات الثقافية للأعوام 2003، 2007، 2009 لإقليم كردستان

المؤشرات	2003	2007	2009
القنوات التلفزيونية الفضائية	2	3	7
القنوات التلفزيونية الأرضية	5	28	40
الصحف الرسمية والأهلية	17	26	29
المجلات الرسمية والأهلية	18	38	48
المسرح	5	5	7
المعارض الفنية	2	6	9

1	2	4	دور السينما
4	1	1	المهرجانات الثقافية
125	109	54	المجموع

الموسيقى:

هناك ثلاثة أنواع من المؤدين الكلاسيكية الكوردية-القصاص (çîrokbêj)، المنشدون (stranbêj) والشعراء (dengbêj). لم يكن هناك موسيقى معينة تتعلق المحاكم الكوردية الأميرية، والموسيقى التي تؤدي في تجمعات ليلة (şevbihêrk) يعتبر الكلاسيكية. تم العثور على العديد من الأشكال الموسيقية في هذا النوع. العديد من الأغاني هي ملحمة في الطبيعة، مثل لاوك lawiks الشعبية التي هي القصص البطولية سرد حكايات الأبطال الأكراد في الماضي مثل صلاح الدين الأيوبي. حيران Heyrans هي أغنيات حب التعبير عن حزن عادة من فصل والمحبة التي لم تتحقق. لاوزه Lawje هو شكل من أشكال الموسيقى الدينية وبايزوك Payizoks هي الأغنيات وتحديدا في فصل الخريف. أغاني الحب والموسيقى والرقص، وحفل الزفاف والأغاني الاحتفالية الأخرى (ديروك/نارينك) (narînk/dîlok)، والشعر والأغاني المثيرة العمل التي تحظى بشعبية كبيرة. (83: 15)

الجغرافيا والمناخ في إقليم كردستان:

يمتاز العراق بتنوع مناخه في كل منطقة حسب طبوغرافية الأرض وهذا ينعكس إيجابا على تنوع السياحة الطبيعية، فمنطقة كردستان تحوي الكثير من الجبال والبحيرات والشلالات والينابيع الذين تكونت بسبب برودة الجو وسقوط الأمطار والثلوج الغزيرة ، وهذه الأماكن أصبحت مصايف جميلة يرتادها الناس بداية كل فصل الصيف وخاصة في محافظة السليمانية التي تزخر بمثل هذه الأنواع من المصايف مدينة أربيل السياحية.

والطبيعة الجبلية في كردستان، على اختلاف درجات الحرارة في أجزائه المختلفة، وثرواتها من المياه، وجعل كردستان أرض الزراعة والسياحة. بالإضافة إلى المعادن المختلفة، والنفط على وجه الخصوص، والتي لفترة طويلة وكان يتم استخراجها عن طريق خط أنابيب فقط في إقليم كردستان العراق من خلال أكبر بحيرة في المنطقة هي بحيرة دوكان. وبالإضافة إلى ذلك، هناك العديد من البحيرات الصغيرة، مثل بحيرة دهوك.

الأجزاء الغربية والجنوبية من إقليم كردستان، في منطقة جبلية ليس كما في الشرق. هذا هو المتداول التلال والسهول في بعض الأحيان التي تشكل منطقة. وهذه المنطقة هي مع ذلك أكثر اخضراراً من بقية العراق.

إقليم كردستان تقع بين خطي طول (43.16) و(45.06) شرقاً ودائرتي عرض (35.23) و(37.22) شمالاً، وتبلغ مساحة محافظة أربيل تقريباً (15214) كم²، وتقع على سهل واسع وعريض ويتكون من الجبال والتلال والسهول والهضاب، وتزداد الجبال ارتفاعاً كلما اتجهنا نحو الشمال والشمال الشرقي، وقمة هلكورد على سلسلة جبال حصاروست يعتبر من أعلى قممها ويبلغ ارتفاعها (3607) م (11847 قدم) عن مستوى سطح البحر، وأهم الجبال في هذه المحافظة (خواكورك- 2736م) (سكران- 2434م) (كردمند-2285م) (حسن بك- 2270م) (كورك- 2115م) (سفين- 1975م)، ومن السهول المهمة فيها (سهل حرير- سهل برازكر- سهل أربيل- سهل قراج). مصطلح "شمال العراق" هو نوعاً من الغموض الجغرافي في الاستخدام. "الشمال" عادة ما يشير إلى إقليم كردستان. "المركز" و"جنوب" أو "مركز الجنوب" عند الإشارة بشكل فردي إلى مناطق أخرى في العراق أو في بقية أنحاء البلاد ليست في إقليم كردستان. معظم وسائل الإعلام المصادر تشير باستمرار إلى "الشمال" و"شمال العراق"، كما في أي مكان من شمال بغداد. (88: 11، 12) (83: 3-8) (14: 10) (106)

السياحة الدينية في إقليم كردستان:

يعتبر إقليم كردستان العراق أحد مراكز الديانات والعقائد القديمة مثل الزرادشتية، اليهودية، المسيحية، الإسلامية، اليزيدية، أهل الحق، والكاكائية. وكان أيضاً موطن قدم للكثير من الأنبياء والمرسلين ورجال الدين. إذ يمكن رؤية الأضرحة القديمة والمساجد والكنائس في أماكن كثيرة في كردستان، وهذا هو السبب لجذب الآلاف من السياح المحليين والأجانب لزيارة هذه الأماكن لمعرفة واحترام وتقديس دياناتهم، حيث أن السياح يأتون من بلدان مختلفة لزيارة تلك الأضرحة والمقامات. وهناك العديد من المزارات الدينية المسيحية والإسلامية في محافظة أربيل مثل ربان بوياء (شيخ وسو رحمن) ومار بينا قديشا وكل من الشيخ بالك والنبي عزير وسلطان مظفر الدين الكوكبري والأضرحة الإسلامية مثل شيخ عبد العزيز، الشيخ عبد القادر الكيلاني ومزار شيخي هيران ومزار هيبب سلطان. (31: 86-92)، (15: 7-1)

أمن الإقليم:

الأوضاع الأمنية في الإقليم تختلف تماماً عن باقي أنحاء العراق، فالحرس الرسمي للإقليم (قوات البيشمركة) تم تدريبهم بشكل جيد ولهم خبرة في توفير الأمن والاستقرار في إقليم كردستان. وهناك تنسيق كامل بين القوات الأمنية وقوات البيشمركة في الحماية والدفاع عن المنطقة والتصدي لأي خطر. وكخطوة لاتخاذ

الإجراءات الأمنية وضمان المحافظة على مستوى الاستقرار والأمن في إقليم كوردستان وضعت عدد من نقاط التفتيش في حدود وضواحي المدن ومداخلها. (109)

البنية التحتية والتنقل:

يمكن الوصول إلى كوردستان العراق عن طريق البر والجو. عن طريق البر، يمكن التوصل إلى كوردستان العراق بسهولة عن طريق تركيا عبر بوابة إبراهيم خليل الحدودية التي تعد البوابة الحدودية الوحيدة بين كوردستان وتركيا. ويمكن الوصول إلى هذه البوابة الحدودية بواسطة حافلة أو سيارة أجرة. كوردستان العراق لديها بوابتين حدودية مع إيران وهي حاجي عمران في محافظة أربيل وباشماخ Bashmeg بالقرب من مدينة السليمانية. كوردستان العراق أيضا لديه بوابة الحدودية مع سوريا والمعروفة باسم بوابة الخابور. ومن داخل العراق يمكن الوصول إلى إقليم كوردستان عن طريق البر من طرق متعددة. (106)

وقد فتحت كوردستان العراق أبوابها أمام العالم الدولي عن طريق فتح اثنين من المطارات الدولية. مطار أربيل الدولي ومطار السليمانية الدولي، والذي على حد سواء بتسيير رحلات جوية إلى الشرق الأوسط وأوروبا. أنفقت حكومة إقليم كوردستان الملايين من الدولارات على المطارات لجذب شركات الطيران الدولية، وشركة الخطوط الجوية النمساوية في الوقت الراهن، لوفت هانزا، الاتحاد للطيران والملكية الأردنية ومصر للطيران وطيران الخليج وطيران الشرق الأوسط، أطلس جيت، وفلاي دبي جميع الخدمات في المنطقة. (109)

4- مقدمة تاريخيه عن محافظة أربيل:

المعروف بالكوردية (هولير)، ويخضع رسميا للمنطقة من قبل حكومة إقليم كوردستان. إنشاء إقليم كوردستان العراق يعود إلى الحكم الذاتي في (11مارس 1970) على اتفاق بين المعارضة الكوردية والحكومة العراقية بعد سنوات من القتال العنيف.

يوجد في ضواحي أربيل أكثر من (110) تلاً وموقعا أثريا يرجع تاريخها إلى العصر الحجري وحتى بداية العصر الإسلامي ومن أهم المعالم الأثرية قلعة أربيل وتل قالينج آغا و(المنارة) يعتقد أنها بنيت في عصر السلطان المملوكي (مظفر الدين كوكبري). وتبعد مدينة أربيل عن مدينة بغداد حوالي (350) كيلومتر وتقع مدينة الموصل إلى الغرب من أربيل وتبعد عنها حوالي (84) كيلومتر وتبعد عن مدينة السليمانية حوالي (202) كيلو متر وعن مدينة كركوك حوالي (93) كيلو متر وعن مدينة دهوك حوالي (153) كيلو متر. ويعود تاريخ بناء مدينة أربيل إلى أكثر من 7

آلاف عام، ولا يعرف بالضبط من بناها، والاسم الحقيقي للمدينة هو (هولير) ويعود أصل تسميتها التاريخية إلى تسمية الآشوريين للمدينة (أربا ايلو) لأن كان يوجد على القلعة معبدا فيه أربع الهة، وهي كتابة وجدت في المدونات الآشورية، وحدثت معركة (كوكميلا) الفاصلة بين الإسكندر المقدوني والملك الفارسي دارا الثالث، يعتقد أن المعركة حدثت أمام قلعة أربيل في شمالي المدينة بـ(2) كيلومتر، وعاش فيها ملوك كبار (صلاح الدين الأيوبي) وكانت في العهد الآشوري مركزاً للعبادة، وكان الآشوريين يقدسون أربيل ووصل المسلمون العرب إلى أربيل وما يجاورها في زمن خلافة عمر بن الخطاب في عام 32 هـ بقيادة عتبة بن فرقد.

(2 :13)،(22-10 :66)،(42-25 :34)

التقسيمات الإدارية لمحافظة أربيل:

تتألف محافظة أربيل إداريا من (10) أفضية تتبعها (34) ناحية. والأفضية العشرة هي:

1- قضاء مركز أربيل:

يقع في مركز مدينة أربيل، شتاءه بارد ممطر وصيفه حار جاف ويضم ثلاثة نواحي (عينكاوه، بحرکه، شمامک) و92 قرية. (109)

2- قضاء دشتي هولير:

يقع هذا القضاء شرق مدينة أربيل وأراضيه سهيلة فيما تتحول المناطق الشرقية منه الى تلال ومرتفعات ويتكون هذا القضاء من ثلاثة نواحي (دارتو، قوشنبه، كسنزان) ويتوزع مركز القضاء على 37 حيا ويتبعها 142 قرية. (109)

3- قضاء جومان:

يقع هذا القضاء في الشمال الشرقي من محافظة أربيل يتبعه أربعة نواحي (كلاله، حاج عمران، سميلان وقسري) وتضم 116 قرية. وأنها منطقة محاذية للحدود الايرانية. غالبية اراضي القضاء جبلية شديدة الوعورة تحدها من الشمال الشرقي جبل حصاروست الذي يضم قمة هلكورد وهي أعلى قمة جبلية في اقليم كوردستان يبلغ ارتفاعها (3607)م عن مستوى سطح البحر.

(14 :33)(83 :67-58)(82 :162-130)(34 :127-130)

4- قضاء مخمور:

يقع قضاء مخمور جنوب محافظة أربيل ويتألف من ثلاثة نواحي (قراج، كوير، ديبكه) إضافة الى 210 قرية، والتي دمرت أكثرها خلال حملات الأنفال التي نفذتها سلطات صدام. يحيط بالقضاء من الغرب والشمال الغربي نهر الزاب الكبير الذي يفصلها عن محافظة نينوى ويحدها من الشرق والجنوب الشرقي محافظة كركوك ومحافظة صلاح الدين من الجنوب. يقع جبل قرجوغ وسط أراضي القضاء وشمال شرق مركزه. أراضي القضاء عالية الخصوبة هي الأكثر ملائمة لإنتاج الحبوب خصوصاً القمح والشعير. وأصبحت مخمور قضاء تابعا لأربيل اعتباراً من عام 1927. علاوة على ثروتها الزراعية والحيوانية تضم مخمور ثروة نفطية كبيرة خصوصاً في ناحيتي ديبكة وقراج، ويوجد فيه محطة خورمله لضخ النفط من كركوك الى ميناء جيهان التركي. كانت دوماً منطقة مستوطنات بشرية على مرّ العصور وتشهد على ذلك الآثار والمواقع الأثرية الكثيرة الموجودة في المنطقة. (109)، (34: 56)

5- قضاء رواندز:

أحد أقدم أفضية محافظة أربيل ويعود تأريخ بناءه الى القرن السادس عشر، وحولها الأمير محمد باشا الكبير مطلع القرن التاسع عشر الى عاصمة لأمانة سوران. وبعد سقوط الامارة عام 1836 على يد العثمانيين تم تحويل رواندز الى قضاء تابع الى سنجق كركوك، وبعد تشكيل المملكة العراقية أصبحت رواندز قضاء تابعا لأربيل. وقد تولى ادارة القضاء الكثير من القائم مقامين خلال العهدين العثماني والدولة العراقية حتى عام 1980 حيث تم تنزيل درجتها الادارية الى ناحية وذلك لأسباب سياسية وعسكرية. ويبعد مركز القضاء 110 كم عن أربيل. وبلدة رواندز علاوة على تأريخها المشرق فهي من المدن الحيوية التي أنجبت الكثير من الفنانين والمتقنين ورجالات النضال الوطني والقومي. وهي من المدن التي قاوم سكانها بقوة سياسات القهر والعسف التي اتبعتها الحكومة العراقية خصوصاً ابان حقبة حكم حزب البعث. ويقع القضاء في منطقة جبلية بالغة الوعورة ويبلغ ارتفاع مركز القضاء 706م عن مستوى سطح البحر. شتاءه بارد قارس وصيفه حار جاف. تنتج قرى القضاء الكثير من المحاصيل الحقلية والحبوب وكذلك أنواع الفاكهة والخضار. وفيها ثروة حيوانية لا بأس بها وعدد من مشاريع الدواجن. ومنطقة رواندز منطقة ذات طابع سياحي حيث تكثر فيها المنتجعات وينابيع المياه والغابات الطبيعية والبساتين والجبال الشاهقة، حيث يتوجه سنويا مئات الآلاف من السياح الى مصايفها ومنتجعاتها. ومن أشهر مصايفها، بيخال (تبعد 135 كم عن أربيل)، وجنديان (تبعد 147 كم عن أربيل)، وكلي آكويان، وبيرويان، ومنتجع بانك السياحي (يبلغ ارتفاعه 1100م عن مستوى

سطح البحر)، وخرند (عبارة عن واد سحيق يقع غرب رواندز تجري فيه المياه) ودرجات الحرارة فيها لا تتجاوز 25 درجة مئوية في عز الصيف. (14: 15-21)

6- قضاء سوران:

هو أحد الأفضية الحديثة ويتكون من ثلاثة نواحي (ديانا، خليفان، سيدكان) ويتبعها حوالي 400 قرية ويتكون مركز القضاء من 36 حيا سكنيا بدياية تأسيس القضاء يعود الى عام 1980 بعد أن قامت السلطات العراقية بتهجير قرى المنطقة واعادة اسكانهم في سوران ولم يتجاوز عدد سكانها حتى عام 1990 الـ (5) آلاف نسمة، فيما شهدت نموا كبيرا وتطورا عمرانيا متواصلا وتوسعا مضطردا في ظل حكومة اقليم كردستان وهي الآن مدينة عامرة يبلغ عدد سكانها أكثر 125 ألف نسمة بعد ما كانت في السابق اشبه بمعسكر لتجميع السكان المدنيين. وهي مدينة جديدة اشتمت تسميتها من امارة سوران التي حكمت المنطقة. ويسكن القضاء عدد من المسيحيين الى جانب مسلمي المدينة. وتبعد 120 كم عن مركز أربيل. وتقع سوران في منحدر سهلي تحيط بها الجبال العالية، ويجتاز أراضيها عدة نهيرات، شتاءه بارد ممطر وصيفه حار رطب. تغطي أغلب جبالها الغابات الطبيعية وتنتج فيها العديد من المنتجات النباتية الطبيعية وتكثر فيه الحيوانات البرية والطيور وينتج فيها العديد من المحاصيل الزراعية والفاكهة. وفيها ثروة حيوانية كبيرة علاوة على العديد من المصايف والمنتجعات. وهي مدينة حيوية فيها جامعة ومعهدين إضافة الى عدد من المؤسسات الاعلامية والثقافية وتشهد المدينة الكثير من النشاطات الثقافية والفنية سنويا. (14: 1)(83: 41)(82: 106-116)(34: 110)

7- قضاء خبات:

يتألف هذا القضاء من ثلاثة نواحي وهي (دارشكران، رزكاري، كوركوسك)، ويتألف مركز القضاء من 26 حيا ويتبعها 64 قرية. ويقع قضاء خبات غرب أربيل على الطريق الرئيسي ما بين أربيل والموصل على بعد 37 كم غربا. انه بوابة أربيل نحو محافظتي نينوى ودهوك. تقع بلدة خبات عند نهر الزاب الكبير وهي منطقة زراعية وسياحية وفيها أكبر مشروع اروائي ويقع فيها غابات تشغل مساحات واسعة يستفاد منه للأغراض السياحية. تبلغ مساحة القضاء (687) كيلومترا مربعا. (109)

8- قضاء شقلاوة:

يتألف قضاء شقلاوة من خمس نواحي: (هيران، صلاح الدين، حرير، باسرمة، باليسان) الى جانب 210 قرية، واصبح قضاء شقلاوة ناحية في عهد السلطات العثمانية وفيما بعد اصبحت شقلاوة قضاء عام 1952م، يقع قضاء شقلاوة في

شمال شرق مدينة اربيل، ويتبع اداريا لمحافظة اربيل، تبعد مسافة 50 كم عن مركز مدينة اربيل حيث تقع في اسفل جبل سفين ويبدأ بوادي زراعي واسع، والمدينة مغطاة بأشجار كثيفة، وشقلاوة تمتاز بطبيعة خلابة نظرا الى الاشجار الكثيفة التي تنتشر فيها، وصيفها معتدل جدا وهواءها نقي الى جانب العديد من الينابيع المائية التي تتبع منها المياه العذبة حيث لا تتجاوز درجات الحرارة فيها في فصل الصيف 30-35 درجة، وفي الشتاء نرى الثلوج والجو البارد، والسياح يقصدونها في فصل الصيف من داخل العراق وخارجه.

(83 :30)(82 :58-76)(34:106-109)

9- قضاء كويه (كويسنجق):

يقع قضاء كويهشر قمحافظة أربيل، يتبعها خمس تـنـواحي (طـقـق، شـور ش، أشـتي، سـكتان، سـ) يـكـر دـكان).
 مدينة كويهمركز القضاء اءبيلغار تفاعها 620معنستوس طحالبحر.
 يحيطها منالشمالوالشمالالشرق قيجبلهيببتسلطان (1092م) ومنالغربجبلباواجي (1260م).
 وقضاء كويهموقعجز افيهامعلمستوكور دستانو العراق، ويلتفحو لاقضاء جبالنشاهاقانو ه
 ماجبلباواجيو الذيبيلغار تفاعه 1260متر او الثانيجبلهيببتسلطانو الذيبيلغار تفاعه 1092متر اعنم
 ستوسطحالبحر، ويعودتار يخانشاء كويهقبل 2500عامقبلا لميلادو تتميز مدينة كويه بأثار هال
 قديمة، اذتوج دفيها اكثر من 80موقعا اثر يامنه
 (خرابه، كليسه، قلعة شيلة، اسكيكويه، كويتيه، سكتايقيصري، باواجي، سماقولي، جناورك،
 حم
 وبنيتهاها اولمدر سترسمية عام 1885مواصبحتمدينة كويهعام 1918قضاء، وبسببششاطاتابناء
 كويه فيمسيرة النضاللتحرر يلشعبكوردستانقامالنظامالبعثيالقبور عام 1988بتحويلها للناد
 يةبغية تصغيرهاو السيطرة عليها، لكنبعدا انتفاضة شعبكوردستانعام 1991قامتحوكمة اقليمكو
 ر دستانبتحويلها ثانياة منناحية القضاء، ومدينة كويه انجبتالكثير منالعلماءو المفكرينامثال
 (الملا الكبير - حاجبقدركويي- ساميعبدال- طاهر توفيق- الاستاذباكوري-
 الشاعردلدارو آخرين). النواحيالتابعة لقضاء كويه: 1- ناحية شورش-
 مساحتها 1700.23 كم2و عددالقر بالتابع لها 51قرية. 2- سكتان-
 مساحتها 150.70 كم2و عددالقر بالتابعة لها 12قرية وتبلغمساحتها السهلية 23% و 23%
 تلال و 54% جبال. 3- أشتي -
 المساحة 202 كم2و عددالقر بالتابعة لها 22قرية، اراضيها 80% سهول، 10% تلال و 10%
 جبال. 4- سيكر دكان- المساحة 224.36 كم2و عددالقر بالتابعة لها 11قرية. 5- طقق-
 مساحتها 474 كم2و عددالقر بالتابعة لها 26قرية. طبيعة اراضيها: 35% سهول، 64.5%
 تلال و 0.5% جبال. (34 :140)، (82 :166، 167)، (83 :34-40).

10- قضاء ميركة سور:

يقع هذا القضاء في أقصى شمال المحافظة ويضم خمسة نواحي (بارزان، شيروان، مزن، بيران، مزني، كوره توو) ويتبعها 252 قرية منها 172 قرية أعيد اعمارها بعد حملات الأنفال و80 قرية مازالت خالية. ويبعد مركز القضاء 130 كم عن مركز أربيل ويبلغ ارتفاعه 1180 م عن مستوى سطح البحر. وهي منطقة جبلية وعرة جدا وتتوزع على واديين، يبلغ طول أحدهما 90 كم ويجتاز المنطقة نهران (روكجك الذي تتبع غالبية روافده من المثلث الحدودي ما بين الإقليم وايران وتركيا، ويجتاز أراضي القضاء بطول 100 كم) ونهر الزاب الكبير (الذي ينبع من الاراضي التركية ويبلغ طوله 110 كم من منبعه حتى مصبه في روكجك). وتقع في أراضي القضاء مجموعة من الجبال الشاهقة مثل (شيرين، بيران، برادوست، قلندر، بوتين، هوري، جارجل). طقس المنطقة معتدل بصورة عامة صيفه حار وشتاءه شديد البرودة وتهطل فيه أعلى نسبة من الأمطار في المحافظة (تبلغ أكثر من 1500 ملم في بعض السنين) اضافة الى سقوط 150 سم من الثلوج سنويا. كانت الزراعة في السابق المصدر الرئيس لاقتصاد سكانه أما حاليا فان الامور تغيرت. وتشتهر ببساتينها وغاباتها الطبيعية وتنتج الكثير من المحاصيل وأنواع الفاكهة.

(83: 55-57)(82: 127)

أربيل عاصمة للسياحة العربية:

وقد تم اختيار مجلس وزراء السياحة العرب في ختام دورته الـ (15) بمقر الجامعة العربية مدينة أربيل العراقية عاصمة للسياحة العربية لعام (2014)، كما تم اختيار مدينة الشارقة الإماراتية عاصمة للسياحة العربية لعام (2015)، وتم خلال الاجتماع اعتماد الاستراتيجية العربية الموحدة للسياحة العربية من قبل الوزراء العرب، وان كل الدول العربية ستضع الاستراتيجية العربية في حساباتها عند وضع استراتيجيتها الوطنية. (109)

دوافع السياحة بمحافظة أربيل:

- تتلخص دوافع السياحة بأربيل في:

- 1- اكتساب خبرات جديدة.
- 2- مشاهدة الحيوانات في مواطنها الطبيعية.
- 3- التنزه والرحلات البرية والجماعية، وتشمل كافة الموجودات الكائنة على اليابسة.
- 4- الاستمتاع بالطبيعة كالمسطحات الخضراء-الصحاري-البراري-الينابيع-

الجبـال-البحيرات-الأهوار-المحميات الطبيعية وما تحويه من نباتات.
5- الموجودات والمزارات الثقافية والدينية من أثار تاريخية أو مكونات صخرية،
ترايبية، رملية على سطح الأرض للتعرف على الثقافة القديمة والدينية بالنسبة
لمحافظة أربيل. (111)

مقومات الجذب السياحي بمحافظة أربيل

1- مقومات تاريخية

قلعة أربيل:

عرف قلعة أربيل بأنها أقدم مدينة مسكونة في العالم بشكل مستمر، ويعود
تاريخها إلى (6000) سنة قبل الميلاد وفي العصر السومري كانت تدعى (أربايلو) والذيعني
"الآلهة الأربعة" كما أنها كانت مكان للعبادة. علاوة على ذلك يوجد معبد الإله (عشتار)
والذي يعود تاريخه إلى العصر الآشوري. وتقع القلعة في منتصف مدينة أربيل
عاصمة إقليم كردستان العراق، لها شكل دائري، وهي تغطي مساحة (110,000)
متر مربع، وهي على ارتفاع (431) متر فوق مستوى سطح البحر و(28-32) متر أعلى
من الشوارع المحيطة بها ويوجد فيها (3) مداخل رئيسية للقلعة وهي الشمالية
والجنوبية وباب الهرم. وهي تحتوي على (3) أحياء رئيسية، وهي (السراي، الطوب
خانه، التكية). وتحتوي أيضاً على مسجد القلعة القديم والحمام الشعبي القديم.
(34 : 28-33) (66 : 10-22)، (31 : 42)

قلعة ديوين:

وهي عبارة عن اطلال قلعة قديمة تقع غرب مصيف صلاح الدين وعلى بعد
25 كم عن مركز مدينة اربيل، تم بناؤها زمن شادي بن مروان رئيس عشيرة
الراونديين وهم اجداد القائد الأشهر صلاح الدين الايوبي. ونتيجة خلافات بين
الراونديين والسلجوقيين وما صاحبها من معارك، فقد دمرت القلعة وهاجر نجم الدين
ايوب والد صلاح الدين الى قلعة تكريت حيث تمت توليته عليها من قبل والي بغداد.
(83 : 29) (34 : 60)، (82 : 42-44)

قلعة قشلة وقيصرية كويه:

تقع قشلة في غرب مدينة كويه، ويعود تاريخ بنائها الى عهد المماليك، وتبلغ
مساحتها 2500 متر مربع ويحيط بها سور مربع وكذلك توجد اربعة ابراج دفاعية في
زواياها. يذكر ان القشلة شيدت وقتها للأغراض العسكرية وتم ترميم قلعة القشلة مع

بداية الالفية الثالثة. وقيصرية كويه تتألف من قسمين (القديم والحديث) وتقع القيصرية في وسط مدينة كويه، بنيت لأول مرة عام 1904م.
(83: 35، 36)(82: 166، 167)(34: 135)

متحف النسيج الكوردي:

يقع المعرض داخل قلعة أربيل ويضم الجانب الأكبر منه صناعات يدوية التي تقترب من الأربعة قطع من فنون النسيج والحياكة الخاصة بمواطني أربيل والقبائل الرحل التي عاشت في المنطقة، وهذه المعروضات عبارة عن فرش وملابس ومواد أولية وادوات الصناعة (كالصوف والخيوط الملونة بشكل طبيعي بالاستفادة من الأعشاب والزهور والنباتات الطبيعية). يعود تاريخ بعض القطع المعروضة إلى مئات السنين. (82: 29)، (45: 46)

مزار الخالدين:

يقع هذا المزار في قرية بارزان، يبعد المزار 155 كم شمال مدينة أربيل عاصمة إقليم كردستان. هذا المزار يحتضن رفاة كل من الخالدين (الملا مصطفى البارزاني وادريس مصطفى البارزاني). يتوجه سنوياً إلى هذا المزار آلاف المواطنين الكرد من داخل إقليم كردستان والدول المجاورة وسفراء وممثلي الدول الأجنبية في العراق والإقليم.

البارزاني الخالد يمثل في كردستان رمزاً للثورة والنضال والمقاومة. لأنه وفي ريعان شبابه بدأ في مشواره ضد الظلم والاستبداد ولتحقيق العدالة والحرية للشعب الكوردي والعراقي بشكل عام. لذا اليوم في كردستان ينظر إلى البارزاني كرمز للنضال وكاب روعي للكورد وكوردستان. (34: 68)، (82: 124)، (14: 53)، (83: 57)

مأذنة جولي (المظفرية):

تم بناء هذه المأذنة البارزة أثناء عهد السلطان مظفر الدين كوكبري (586-630) هجرية (1190-1233) ميلادياً وهي تقع بالقرب من مدينة أربيل. في الوقت الحاضر يبلغ ارتفاعها (37) متراً، وهي مشيدة بالعجر الأحمر والجص، ومبنية على قاعدة مئذنة الأضلاع، ولها بابان مغلقان يفضي كل منهما إلى سلم منفرد، ولا يلتقيان إلا في البداية على الأرض وفي النهاية عند قمة المنارة. ووفق المعمرين من البنائين والروايات المتداولة شفاهاً، كانت المنارة ترتفع نحو (45) متراً قبل أن تضرب صاعقة الجزء العلوي منها لتتقطع نحو (8) أمتار، وعلى رغم ذلك لا تزال "جولي" تحتفظ بأهميتها كأحد المعالم السياحية البارزة في المدينة بعد القلعة. إن المأذنة بقاعدتها الثمانية أضلاع مزينة

بالحلي والنقوش الجميلة التي تمثل ذلك العصر، وإن اسم النبي محمد (ﷺ) يرى على المنذنة بالإضافة إلى النقوش الأخرى مثل اسم المصمم الذي بناها (مسعودي محدي) بالخط الكوفي الرائع. وهي في الحقيقة رمز تاريخي سامي لمدينة أربيل.
(34: 52)(83: 23)(88: 18)،(31: 44)

2- مقومات الطبيعة

كهف شاندر:

هو احد أهم المواقع الأثرية في العراق ويتمتع بشهرة عالمية، حيث كتب الكثير من علماء الآثار عنه. ويعود تاريخه الى نحو (50-70) الف سنة قبل الان، أو ربما مائة ألف عام خلت. ويقع في جبل برادوست على ارتفاع 2500 قدم فوق مستوى سطح البحر. ويعتبر كهف شاندر من أوسع الكهوف في العراق حيث يبلغ عرض فتحته (82) قدما وارتفاعه (26) قدما، وهو على شكل مثلث يتسع عرضه في الداخل فيصل الى 175 قدما. ودلت التحريات على ان هنالك طبقات متراكمة من بقايا لقي واثار في أرضية الكهف تشير الى ان الانسان سكنه على مر اجيال متتالية. وهو في مصاف أقدم المستوطنات البشرية ويعود تاريخه الى ادوار العصر الحجري القديم والمعروف باسم (الدور المستيري) أي قبل يعود الى (50-70) ألف سنة، الدور الاوغنيشي وبدايته قبل (30) الف عام، وأدوات من العصر الحجري القديم 12 الف عام والعصر الحجري الحديث 10 الاف عام. وقد عثر على 7 هياكل عظمية لإنسان النياندرتال في كهف شاندر، كما عثر في الطبقات العليا منه على مجموعة هياكل عظمية للإنسان العاقل من العصر الحجري الحديث.
(14: 49)،(83: 56)،(45: 39)،(82: 120-122)،(34: 46)

كهف بيستون:

يقع كهف بيستون عند جبال برادوست شمال غرب مدينة أربيل، بمسافة تبعد 97 كلم. يمكن الوصول إليه عبر المرور بطريقين معبدين: الأول عبر المرور من جبل سبيلك نحو وادي "خلان" و"بنوي" ومنها الى مرتفعات جبل برادوست. أما الثاني فيبدأ من نهاية كلي علي بك عبر الطريق الممتدة غربا بين هاوديان- سارداو، حيث يوجد طريق فرعي يرتفع نحو جبل برادوست وصولا الى الكهف المذكور. وتجدر الإشارة، إلى أن تاريخ هذا الكهف يعود الى العصر الحجري القديم وتحديدا الى عهد انسان النياندرتال، حيث يتميز بمدخل منخفض يتسع من الداخل بحيث يتراءى للمرء بالأ نهائية له. أما اللافت، في هذا الكهف فهي الثغرات المحفورة عند

السقف والتي تهدف إلى إدخال النور والهواء. وعلى الرغم من كل ما ذكرنا أنفا لم يجري البحث أو التنقيب عنه لغاية يومنا هذا.

(45 :14)(111)(48 :34)

كهفربن بوبا او (وسو رحمن):

يعتقد المسيحيون ان كهف القس بوبا هو معبد مسيحي قديم، اما المسلمون فيسمون الكهف بكهف (وسو رحمن)، ومزار القس بوبا هو من أشهر المزارات في شقلاوة، ولم يعرف حتى الان الى اي عصر يعود تاريخ الكهف. ولكن فرانسيس شير عثر عام 1985 على قطعة قماش وكان منقوشا عليها صليب صغير، وحسب قطعة القماش التي وجدت فان تاريخ الكهف يعود نحو 500 عام مضى، ومزار القس بوبا او (وسو رحمن) يعتبر مكانا مقدسا لدى المسلمين والمسيحيين معا.

(31 :83)،(174 :34)،(82 :164-174)،(83 :31)

مصيف بيخال:

يقع مصيف بيخال غرب مدينة رواندز على بعد (10) كم منها، ويبعد (135) كم عن اربيل، يمكن الوصول اليه عن طريقين أحدهما من جهة رواندوز والاخر من جهة كلي علي بك. درجات الحرارة القصوى فيه تصل صيفا الى 32 درجة مئوية. في المصيف شلال تتدفق مياهه بين الصخور من ارتفاع عال. فيه العديد من المطاعم والمقاهي الشعبية والسياحية يزوره السياح منذ بداية الربيع حتى نهاية الخريف وبأعداد كبيرة.

(25 :14)،(94-92 :82)،(52 :83)

مصيف جنديان:

يقع مصيف جنديان على الطريق الرئيس بين سوران وجومان، ويبعد (112) كم عن اربيل وخمسة كيلومترات عن سوران على منحدر جبل هندرين، وهو من المصايف المشهورة في اربيل. يشتهر بعين ماء سحرية، يتدفق منها الماء بقوة في أغلب فصول العام ويجف في الخريف. من غرائب الامور ان هذا النبع كثيرا ما يتوقف فجأة عن التدفق من دون ان يعلم أحد حتى الان سببه، ويعاود التدفق فجأة مرة اخرى. تكثر فيه الاشجار ويتدفق الماء على منحدر مدرج. درجات الحرارة خلال الصيف في جنديان لا تتجاوز ال 33 درجة مئوية. ويوجد فيه العديد من المرافق السياحية من مطاعم وكشك لبيع المرطبات وما يحتاجه المصطاف من حاجيات.

(98-96 :89)(23 :14)(47 :83)(34:89)

مصيف شقلاوه:

شقلاوه هو احد المصايف المشهورة في كردستان العراق، يقع عند سفح جبل سفين من جهة الشمال ويقع على ارتفاع (966)م عن مستوى سطح البحر. قصده السياح منذ القدم وهي مدينة سياحية بامتياز ويعيش قطاع واسع من سكانه على إيرادات السياحة. تبعد عن أربيل (51) كم. تبلغ درجات الحرارة فيه خلال الصيف ما بين (30 الى 35) درجة مئوية وفي الشتاء 10 درجات مئوية تحت الصفر. تكثر فيه الاشجار والبساتين. يباع في أسواق شقلاوه الكثير من المنتجات المحلية والمحاصيل الزراعية والفاكهة المنتجة في بساتين شقلاوه والريف المجاور لها. وهو ايضاً مصيف نموذجي من ناحية توفر المرافق السياحية والخدمات المتنوعة، وربما هي المدينة السياحية الامثل على مستوى العراق. تكثر فيها المطاعم والفنادق والكازينوهات والموتيلات والمنتجات.

(109-106 :34)،(76-58 :82)،(30 :83)

مصيف جناروك:

يقع في السفح الشرقي لجبل هيبب سلطان على بعد (5) كم شمال شرق مدينة كويسنجق. يتمتع بمنظر خلاب وتكثر فيه العيون والينابيع، وتوجد فيه سبعة مطاعم وكازينوهات. تحيط به الأشجار والخضرة، يرتاده السياح مساء حيث تتلاشى اشعة الشمس مع العلم أن حرارته صيفاً مع بلوغ النهار منتصفه يكون معتدلاً.

(109)،(140 :34)

مصيف كلي علي بك:

يقع مصيف كلي علي بك على طريق هاملتن الدولي بين خليفان وسوران. وهو مضيق صخري يمتد بطول 12كم. في كلي علي بك ينعزل السائح عن العالم ويصبح داخل واد صخري مهيب لا يرى من السماء سوى فسحة امتداد طولي. وينحدر ماء شلال كلي علي بك هادراً بكمية ماء كبيرة تندفع من ارتفاع يبلغ أكثر من عشرة أمتار نحو إحدى زوايا المضيق ليشكل حوض ماء واسعاً يتجمع حوله المصطافون ليتمتعوا بمنظره الجميل. ثم ينحدر ماء الشلال على امتداد الوادي باتجاه الشمال الشرقي ليلتقي بمجرى مائي آخر قادم لينطلق الاثنان سوية من بين فجوة صخرية تخترق الوادي الصخري من منتصفه. ويبعد شلال كلي علي بك زهاء (130) كم عن اربيل، ويعتبر من المصايف الجميلة في المحافظة ويتمتع بشهرة عراقية واسعة، وصورته مطبوعة على العملة العراقية. ويرتفع (800)م عن مستوى سطح البحر ودرجات الحرارة القصوى فيه خلال فصل الصيف 35 درجة مئوية و10 درجات مئوية تحت الصفر خلال الشتاء.

(14 : 7)،(83 : 43)،(82 : 78-80)،(34 : 84)

الأنهار والينابيع:

تمثل أربيل خط تقسيم لمياه نهري الزاب الكبير شمالاً ويبلغ طوله (392) كم والزاب الصغير جنوباً والذي يبلغ طوله (400) كم، وتكثر فيها الأنهار والجداول الموسمية مثل (نهر شيرين- جمي ريزان) في منطقة بارزان وشيروان مزن و(نهر رواندز- نهر جوله ميرك)... الخ. أما الينابيع فتكثر كلما اتجهنا نحو الشمال مثل (بيترمة، حرير، سيدكان، بيخال، جنديان) هذا بالإضافة إلى ينابيع معدنية مثل (شيخ بالكان) في حاج عمران و(كراو وشيره سوار) في قضاء شقلاوة. (88: 12)

3- مقومات الصناعية

متنزه اكوابارك:

يعتبر شارع حلبجة من الشوارع المهمة في أربيل، فهو شارع المتنزهات بامتياز إذ يقع متنزه (اكوا بارك) أيضا بالقرب منه. ويقع في هذا الشارع كذلك مبنى الاكاديمية الكوردية ومبنى قصر الفنون ومصرف الاقليم المركزي. ويختلف متنزه اكوا بارك عن غيره من المتنزهات بكونه متنزها يحوي مسابح وساحات تنس وصالة بولينك ومطاعم وكافيتريا وصالة للتزلح على الجليد (ايس هول) (Ice Hall). وتبلغ مساحة هذه القاعة 1200 متر مربع، وهي خاصة بهواة التزلح على الجليد حيث تبلغ مساحة المنطقة المتجمدة منها 800 متر مربع. وتقع قاعة هولير (ايس هول) قرب شارع حلبجة ويجوار متنزه اكوا بارك. ويعتبر هذا المشروع هو الاول من نوعه في العراق وكوردستان وتم افتتاحه في 2009/6/30. (34: 161، 162)(109)

متنزه سامي عبدالرحمن:

هو أكبر متنزه في اقليم كوردستان يقع في المنطقة الغربية من مدينة أربيل يحيط به الشارع الستيني من الشرق ويقع في الجهة المقابلة تماما لمبنى برلمان كوردستان العراق وأيضاً مجلس وزراء الاقليم. ويمر بجانبه من جهة الجنوب الطريق العام الممتد ما بين مدينتي أربيل والموصل. كان في السابق (قبل عام 1991) موقعا عسكريا يضم مجموعة كبيرة من الوحدات العسكرية. ووجود المعسكر آنذاك في الضاحية الغربية من المدينة قد شوه التطور العمراني الطبيعي لمدينة أربيل طوال سبعة عقود منذ تأسيس الدولة العراقية. قامت حكومة اقليم كوردستان بفرز

800 دونم من الاراضي الشاسعة التي كانت ابان العهد الدكتاتوري سلسلة معسكرات متجاوزة وقررت تحويلها ما بعد منتصف تسعينيات القرن الماضي الى حديقة عامة واسعة وعامرة. القيادي الكوردستاني الراحل سامي عبدالرحمن نائب رئيس حكومة اقليم كوردستان في حينه، والذي استشهد مع كوكبة من القياديين والمناضلين الكوردستانيين أثناء هجوم إرهابي نفذه مجرم استغل فرصة تبادل تهاني عيد الاضحى المبارك يوم الاول من شهر شباط عام 2004 وفجر نفسه داخل مقر الفرع الثاني للحزب الديمقراطي الكوردستاني في اربيل، كان يتابع بشكل شخصي ويومي مراحل انجاز هذا المشروع الذي حول شطرا واسعا من المدينة الى واحة غناءه.

(34:166)(83:26)

متنزه باغي شار:

اقدم متنزه في مدينة اربيل بني عام 1937 ويحتوي على كافثيريا يقدم خدماته للمتقاعدين الذين يقصدونه لتمضية اوقات فراغهم فيه. اعيد اعمار ه من قبل محافظة اربيل وتم تخصيصه عام 2008 للمتقاعدين فقط، وذلك طبقا لامر من المحافظ.

(34:175)(109)

متنزه المنارة:

يقع هذا المتنزه في شارع حلبجة مقابل مصرف الاقليم المركزي في أربيل، وسمي بالمنارة تيمنا بمنارة أربيل الاثرية والتي باتت تشغل إحدى زوايا المتنزه. يقع هذا المتنزه تقريبا في قلب المدينة. صمم وفق هندسة جذابة ويحوي مسرحا كبيرا يقع في منخفض كائن في الجهة الغربية من المتنزه يستوعب قرابة خمسة آلاف متفرج، وقد شهد اقامة العديد من الفعاليات من ضمنها اسبوع السينما الفرنسية. ويوجد في المتنزه كافثيريا ومصطبات كثيرة لجلوس الزوار. (83:27)،(34:168)

متنزه شاندر:

يقع هذا المتنزه أيضا في شارع حلبجة وسط مدينة أربيل في الجهة المقابلة لمتنزه منارة بجوار مصرف الاقليم المركزي. يمتاز بهندسته الرائعة. ويوجد فيه قاعة (شاندر كاليري) للعروض التشكيلية الدائمة، وكذلك لعبة التلفزيون. ويضم أيضا العديد من الخدمات السياحية وأماكن لجلوس الاسر وشلالات وجداول مياه. وقد أقيم في غضون الاعوام الاخيرة متنزه جديد آخر باسم شاندر الثانية، ويعد خطوة اخرى باتجاه ترقية هندسة الحدائق والباركات في أربيل وزيادة المساحات الخضراء فيها.

ويقع متنزه شاندر الثاني بجوار الأول، وتحيط بهما والمناطق المجاورة لهما مساحات واسعة من الخضرة والنافورات الجميلة في غاية الجمال والروعة.(34:171)(83:26)

مجمع بانك:

يقع شمال مدينة أربيل وعلى بعد 107 كم ويبعد عن مدينة رواندز بحوالي كيلومتر واحد من جهة شمال الغربي. يقع مجمع بانك على مرتفع يعلو مستوى سطح البحر ب 1100م. تبلغ المساحة الكلية للمجمع ما يقارب (400)دونم تم انجازه على ثلاث مراحل اذ ضمت المرحلة الاولى انشاء العديد من الاقسام المهمة منها. المخزن وقاعة المؤتمرات والاجتماعات وموقف خاص بوقوف السيارات ومطعم من الدرجة الممتازة وكافتيريا ومدينة الالعاب ومسبح فضلاً عن 74 دار مجهزة بكل المتطلبات اضافة الى 6 دور VIP وفيها من ألعاب لامثيل لها في الشرق الأوسط مثل (شنكلبانه وشنكل بوب) قد أنجز للمرحلتين الثانية والثالثة من المشروع والتوسع مستمر فيها. (14:27)(82:90)(83:50)

مجمع وتلفريك كورك:

يقع على بعد 110 كم شمال شرق مدينة أربيل. تمتد رقعته الجغرافية من مصيف بيخال التابع لقضاء رواندز وصولاً الى قمة جبل كورك. يبلغ طول التلفريك حوالي 4000 متر وعلى ارتفاع 75 متر يستغرق صعود ونزول (40) دقيقة. أما قمة جبل كورك فتحوي على مجمع يتضمن مطاعم وكافتيريا ومقهى وأماكن خاصة للاستراحة التي تحتوي على ألعاب مخصصة للصغار والكبار. ونذكر على سبيل المثال التزلق على الجليد والطيران الشراعي. تجدر الإشارة الى أن ارتفاع جبل كورك يبلغ حوالي (2115) متر عن مستوى سطح البحر، حيث يصل مستوى الثلوج خلال فصل الشتاء الى أكثر من متر مع درجة حرارة لا تتعدى الدرجة الواحدة مئويةاً في حين تصل خلال فصل الصيف الى 25 درجة مئوية.

(82:90)،(34:155)،(14:29)،(83:51)

مجمع أكوا تارين المائي:

تعتبر أكوا تارين المائي من أكبر المشاريع التي ترفى هي في العراق، ويقع على شاطئ بحيرة بيل- مصيف صلاح الدين، بعيداً عن ضوضاء المدينة، ما يضيف على بيئته مزيداً من الهدوء

والراحة ضمن أجواء خلابة. وتبلغ مساحته الاجمالية حوالى (62,500)متر مربع، مع ما يتضمنه من مواقف خاصة لركن السيارات التي تستقبل ما يقارب (1000) سيارة. وتجدر الإشارة إلى أنّ "أكوا تارين" يمتلك أيضا الكثير من الأنشطة الخاصة بالأطفال، حيث يحتوي على أماكن تسلية للأطفال ما دون سن 10 سنوات- عبارة عن أربعة أنواع من الزلاقات المائية، حوض السباحة ونوافير مياه وغيرها من الأمر المسلية- وهذا ما يجعل مجموعة أكوا تارين المائية تفخر بتوفير بيئة آمنة وممتعة للجميع لاطلاع على كافة الأمور المتعلقة بسياحة إقليم كردستان. (83: 25)(34):

(16)

مدينة العاب فاملي فان:

أكبر مدينة ألعاب في العاصمة أربيل وتشغل مساحة (130) ألف متر مربع. وهو مشروع استثماري بدأ العمل فيه عام 2008، ورغم تواصل العمل في المشروع إلا انه فتح ابوابه للزبائن منذ عامين، ويحوي عشرات انواع الالعاب الميكانيكية والالكترونية، والحدائق وكافتيريا وصالة مسرح تتسع ل (400) شخص. ويوجد فيها سوق عصري من ثلاثة طوابق يضم 400 متجرًا مختلفًا. (83: 25)،(34: 158)

مطار أربيل الدولي:

يعتبر مطار أربيل الدولي من أهم مطارات إقليم كردستان العراق. تم افتتاح مطار أربيل في منتصف عام (2005) من قبل حكومة إقليم كردستان، وللمطار رحلات إلى تركيا والأردن ودبي وبيروت ومصر وبعض الدول الأوروبية وبعد عام (2005) بدأت الرحلات المدنية وتم الانتهاء من بناء مطار جديد يقع في أربيل ذو مواصفات عالمية. ويضم المطار خامس أطول مدرج في العالم إذ يبلغ طولها (4,800) متر وبعد _____ رض 90متر أو جاء تالدر اساتانهاصممتو بنيت عل أساس هندسية تكنولوجية لاسـتيعاب الطائرات A380 العملاقة مستقبلاً. المطار الجديد مجهز لعمليات CAT الثانية ذات الخواص ILS المدرج الجديد للمطار المرونة الكاملة، وينجز المطار الجديد جميع الأجهزة البيئية الحديثة. ويقع المطار في مكان قريب من وسط مدينة أربيل، والذي من شأنه القضاء على الانتقالات الطويلة من وإلى المطار، ويقلل من تأثيره على البيئة، إن عملية تمويل بناء مطار أربيل الدولي بتكلفة كلية قدرها بـ(550) مليون دولار أمريكي.

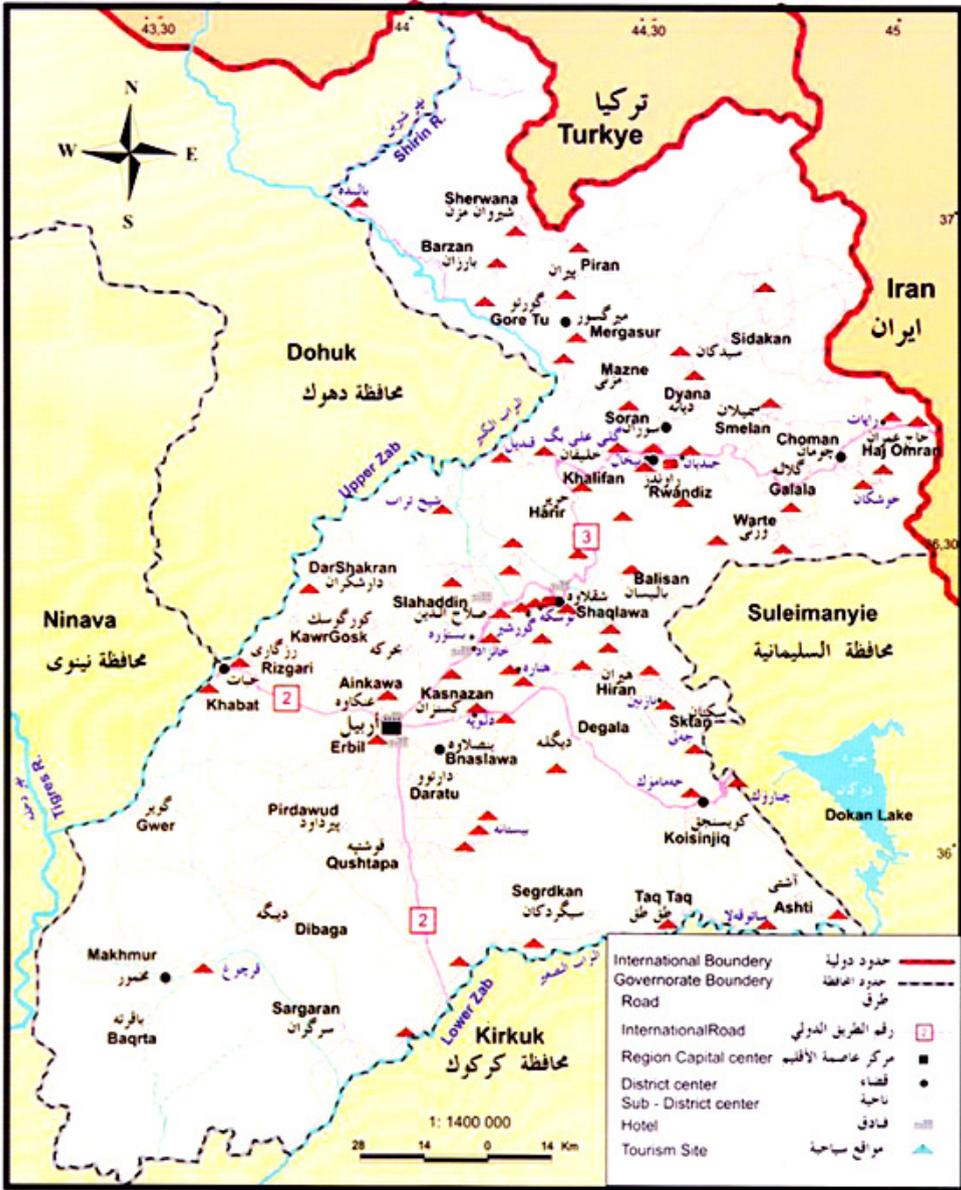
(65: 24)،(83: 18)،(12: 6)

المدن



خريطة (1) خارطة الجمهورية العراقية الفدرالي

(12 :82)



خريطة (2) خارطة توزيع المواقع السياحية في محافظة أربيل

(2 :34)

مؤشرات السياحة في محافظة أربيل: جدول (2)

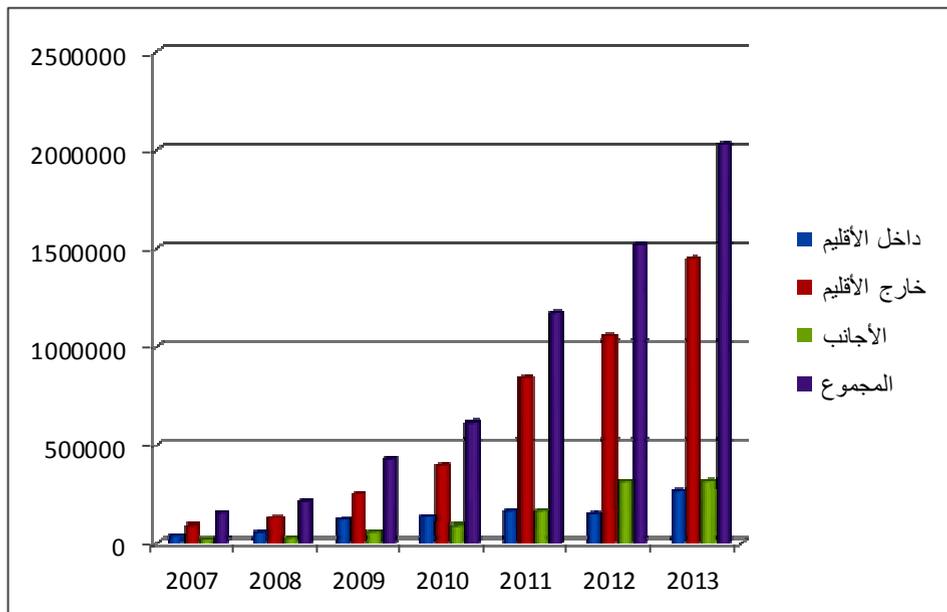
جدول (2)

عدد السياح من داخل وخارج الإقليم الى محافظة أربيل خلال السنوات من 2007 إلى 2013

2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007	
268,219	147,146	162,123	132,576	115,127	57,181	41,464	داخل الإقليم
1,443,212	1,055,576	843,629	393,703	251,575	124,950	90,607	خارج الإقليم
318,192	316,108	162,422	89,200	59,696	29,649	21,500	الأجانب
2,029,623	1,518,830	1,168,174	615,479	426,398	211,780	153,571	المجموع

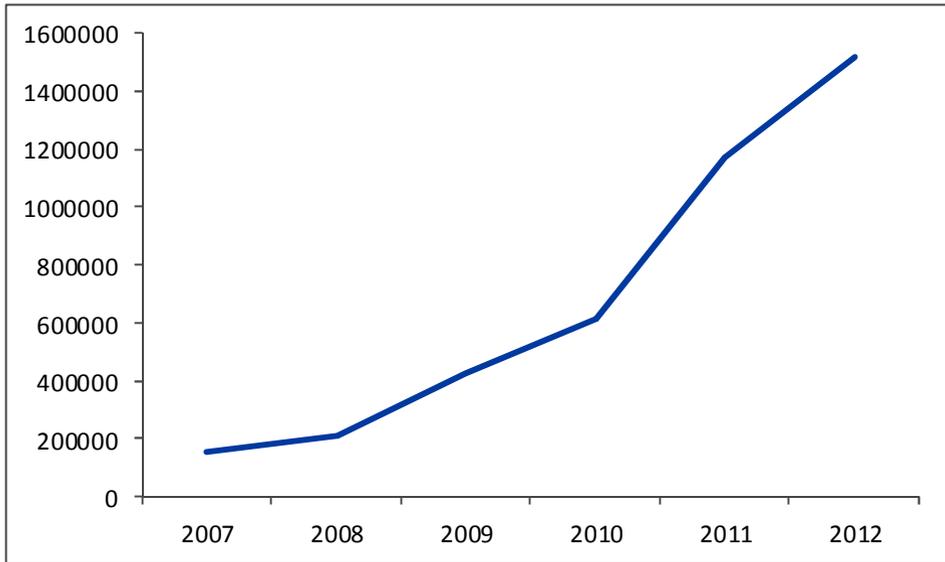
يتضح من الجدول السابق أن عدد السياح في تزايد مستمر خلال السنوات 2007-2013 حيث أن أكبر نسبة السياح من خارج الإقليم أي المحافظات الأخرى في العراق ويليها السياح من الأجانب أي خارج العراق وأدنى نسبة هي نسبة السياح داخل الإقليم رغم ارتفاع في عدد السياح، ويوضح ذلك شكل (3) و(4) تفاوت عدد السياح داخل محافظة أربيل. (111)

يوضح عدد السياح من داخل وخارج الإقليم الى محافظة أربيل



شكل (1)

يوضح العدد الكلي للسياح خلال الفترة من 2007 إلى 2012



شكل (2)

أهم مصادر الطلب السياحي بمحافظة أربيل

يزور السياح مدينة أربيل في شتى الأماكن وذلك بسبب الخدمات الموجودة داخل محافظة أربيل وتطور الذي طرأ عليها خلال السنوات الماضية مما جعلها نموذجاً ضمن محافظات الإقليم والمحافظات العراقية الأخرى، وهذا ما دفع السياح من خارج الإقليم لزيارة محافظة أربيل، ومن بين السياح الأجانب خاصة من دول (إيران وتركيا وسوريا) ولكن أكثر عدد من السياح يأتي من دولة إيران وذلك بقرب الحدود الإيرانية بحدود محافظة أربيل والذي يأتي في المرتبة الأولى، ومن الأسباب الذي دفع السياح بكثرة إلى هذه المناطق بسهولة دخول إلى الإقليم بمقابل مبلغ ضئيل من الأموال يستطيع التنقل ذهاباً وإياباً في الأماكن السياحية دون أي عائق في محافظة أربيل. (109)

ثانياً: الدراسات السابقة:

- 1- الدراسات العربية
 - 2- الدراسات الأجنبية
- التعليق على الدراسات السابقة

الدراسات العربية

م	اسم الباحث	عنوان الدراسة	المنهج المستخدم	أهداف الدراسة	العينة	أدوات جمع البيانات	أهم النتائج
1	وليد أمين عباس بهجت (2000م) (91)	بناء برامج للأنشطة الترويجية الرياضية للسياحة الرياضية بجمهورية مصر العربية (رسالة دكتوراه)	المنهج الوصفي- الدراسات المسحية	1- تحديد الإمكانيات المتوافرة داخل القرى السياحية بجمهورية مصر العربية. 2- تقويم البرامج الترويجية للسياحة الرياضية المقامة في جمهورية مصر العربية. 3- تحديد دور وسائل الإعلام لنشر البرامج الترويجية للسياحة الرياضية في جمهورية مصر العربية. 4- بناء برامج السياحة الترويجية الرياضية بجمهورية مصر العربية.	مديري القرى السياحية. خبراء السياحة. مسؤولي النشاط الرياضي داخل القرى السياحية. الرياضيين المترددين على القرى السياحية.	الاستبيان	1- عدم توافر الكوادر المؤهلة للعمل في مجال السياحة الرياضية. 2- عدم توافر الكوادر والقيادات المسنولة عن الألعاب الترويجية داخل القرى السياحية. 3- عدم توافر الأدوات والأجهزة الرياضية داخل بعض القرى السياحية. 4- عدم توافر الخدمات الإعلامية عن المسابقات الرياضية. 5- عدم إسهام هيئة التنشيط السياحي في وضع برامج السياحة الرياضية.
2	هالة محمد عمر الصبي (2001م) (84)	تقويم أنشطة الترويج الرياضي بالمشروعات السياحية في ج. م. ع (رسالة دكتوراه)	المنهج الوصفي- الدراسات المسحية	1- التعرف على أهداف النشاط. 2- التعرف على الإمكانيات المادية والبشرية. 3- التعرف على برامج السياحة الرياضية. 4- دور وسائل الإعلام. 5- تقديم مشروع برنامج مقترح لتنشيط السياحة الترويجية الرياضية.	عينة عمدية من القرى السياحية والساتحين من محافظة البحر الأحمر كان قوامها 30 قرية سياحية 520 سائح	الاستبيان والمقابلة	1- عدم توافر منشآت وكوادر قادرة على استغلال هذه الإمكانيات لزيادة الدخل القومي. 2- هناك قصور في الخدمات التي تقدم للساتحين. 3- هناك قصور في البرامج الخاصة بتنشيط السياحة الرياضية. 4- يعتبر التسويق والإعلام من الأساسيات في نجاح السياحة الرياضية في مصر. 5- هناك قصور في أداء التسويق والإعلام لدورهم في نجاح السياحة الرياضية المصرية

م	اسم الباحث	عنوان الدراسة	المنهج المستخدم	أهداف الدراسة	العينة	أدوات جمع البيانات	أهم النتائج
3	صابر حسن عمر (2002م) (44)	تقويم أنشطة الترويج المائي بالمشروعات السياحية بجمهورية مصر العربية (رسالة ماجستير)	المنهج الوصفي بالأسلوب المسحي	1- التعرف على أنشطة الترويج المائي المفضلة لدى المترددين على المشروعات السياحية. 2- التعرف على معايير اختيار أنشطة الترويج المائي في المشروعات السياحية. 3- الإمكانات المتوفرة لأنشطة الترويج المائي بالمشروعات السياحية. 4- الوسائل التي الإعلان عن أنشطة الترويج المائي. 5- المعوقات السياحية لأنشطة الترويج المائي.	عينة عمدية من القرى السياحية والساحين.	الاستبيان والمقابلة	ارتفاع تكلفة ممارسة بعض مناشط الترويج المائي. عدم توفر عوامل الأمن والسلام. ارتفاع أسعار الدخول إلى الشواطئ والقرى السياحية. ارتفاع أسعار تعليم مناشط الترويج المائي. عدم توفر مدارس لتعليم بعض مناشط الترويج المائي.
4	غسان عمر (2003م) (54)	السياحة في محافظة نابلس دراسة جغرافية (رسالة ماجستير)	المنهج الوصفي في وصف الظواهر الجغرافية والواقع التاريخي والمنهج التحليلي	1- إبراز عوامل الجذب السياحي في المحافظة 2- معرفة كيفية نشأة السياحة وتطوراتها فيها 3- التعرف إلى خصائص السياح، من حيث أماكن قdomهم، وخصائصهم الاجتماعية والاقتصادية والديموغرافية 4- أهم المشكلات التي تواجههم، 5- وضع الخطط المناسبة لتطوير المقومات السياحية 6- وضع الحلول المناسبة للمشكلات التي تواجه السياح	فقام الباحث بتوزيع 800 استبيان بصورة عشوائية منتظمة على السياح	استخدم الاستبيان بصفتها أداة جمع للمعلومات	أن هناك تفاوتاً في عدد السياح القادمين إلى منطقة الدراسة حسب جنسياتهم، فكانت أعلى نسبة عند الأوروبيين بنسبة 55,9%، وتدني معدل المبيت في مدينة نابلس وارتفعت نسبة الوافدين الذكور إلى المدينة، فبلغت عند الفلسطينيين 83,8%، وعند الأوروبيين 52,8%، وترتفع نسبة كبار السن (46 – 55) سنة عند الجنسين كافة بنسبة 21,2%، وارتفعت نسبة المتزوجين ونسبة الحاصلين على الشهادات العليا، وكان الهدف الديني الأساس، ثم التاريخ، وكانت المشكلة الأمنية من أكثر المشكلات التي واجهت السياح بنسبة 27,6% لجميع السياح.

م	اسم الباحث	عنوان الدراسة	المنهج المستخدم	أهداف الدراسة	العينة	أدوات جمع البيانات	أهم النتائج
5	محمد ناجي عبيد (2005م) (75)	دراسة عن التوزيع الجغرافي للأماكن السياحية الترويحية في المدينة المنورة (رسالة ماجستير)	المنهج الوصفي التاريخي للأماكن الترفيهية	تهدف الدراسة إلى إلقاء الضوء على التوزيع الجغرافي لأماكن الترفيه في المدينة المنورة وواقعها وتصنيفها، وما تقدمه من خدمات للسكان والزوار. أن التوزيع الجغرافي لأماكن الترفيه لا يتناسب مع أحياء المدينة المنورة وعدد السكان والزوار. أماكن الترفيه في المدينة المنورة لا تفي باحتياجات أو رغبات السكان والزوار. ضعف إمكانيات مواقع الترفيه من الناحية التكنولوجية وعوامل السلامة والصحية والثقافية والاجتماعية. تدهور أماكن الترفيه في المدينة المنورة. قلة رواد أماكن الترفيه من السكان والزوار.	بعض الأماكن الترفيهية في المدينة المنورة الأكثر رواجاً	الاستبيان والتحليل المحتوى والوثائق	هناك عوامل جغرافية تؤثر في أماكن الترويج في المدينة المنورة: مثل: الموقع التضاريس تختلف خصائص الأنشطة الترويحية حسب ثقافة وإمكانيات المجتمعات. له المجتمع المدني أحد تلك المجتمعات، له خاصيته الإسلامية التي تتحكم في نوع النشاط الترفيهي الذي يمارسه الفرد أو المجتمع.
6	عبد الحميد محمد فتحي عبد الحميد (2006م) (49)	دراسة مسحية للأنشطة الترويحية بالقرى السياحية بمحافظة البحر الأحمر (رسالة ماجستير)	المنهج الوصفي- الدراسات المسحية	عمل دراسة مسحية للأنشطة الترويحية بالقرى السياحية من خلال التعرف على: 1- الأنشطة الترويحية المتوفرة بالقرى السياحية. 2- الأنشطة الترويحية المفضلة لدى المترددين على القرى السياحية. 3- الإمكانيات المادية المتوفرة للأنشطة الترويحية بالقرى السياحية. 4- الإمكانيات البشرية المتوفرة للأنشطة الترويحية بالقرى السياحية.	50 من مسنولي الأنشطة الترويحية بالقرى السياحية. 500 من السائحين أصحاب الجنسيات المختلفة بالقرى السياحية	الاستبيان والمقابلات الشخصية والتحليل المحتوى والوثائق	1- عدم وجود أخصائيين لتنظيم وتنفيذ أنواع معينة من الأنشطة الترويحية كالأنشطة الثقافية والاجتماعية وأنشطة الترويج العلاجي. 2- عدم توفر معايير خاصة للعاملين بالأنشطة الترويحية في القرى السياحية. 3- قلة القيادات المتخصصة التي تساعد السائحين على ممارسة الأنشطة الترويحية التي يفضلونها.
7	أماني أحمد حمد أمين علي (2008م) (16)	المرتكزات الجغرافية للتخطيط السياحي بقضاء سوران (رسالة ماجستير)	المنهج الإقليمي	تحديد الإمكانيات الطبيعية والبشرية التي تركز عليها عملية التخطيط لتطوير النشاط السياحي في قضاء سوران، والكشف عن أهم المعوقات	230 من المترددين في الأماكن السياحية	الاستبيان والمقابلات الشخصية والملاحظة	1- هناك مواقع سياحية تتميز بعناصر جذب سياحية كما هو الحال (كلي اكويان - مصيف حسن بك - بحيرة دينداران) لم يتم استغلالها بشكل جيد للنشاط السياحي لأنها

م	اسم الباحث	عنوان الدراسة	المنهج المستخدم	أهداف الدراسة	العينة	أدوات جمع البيانات	أهم النتائج
				والمشاكل التي تواجه عملية التنمية السياحية في قضاء سوران بغية طرح المقترحات التي تساهم في معالجة المشكلات المشخصة.		العلمية	تفتقر إلى وجود الخدمات السياحية من جهة وتفتقر إلى وجود وسائل النقل المبلط . 2- يغلب على المنشآت السياحية في قضاء سوران صفة الإختطيط والعفوية من جهة واقتارها إلى المعلومات والبيانات إحصائية عن السياح الوافدين من جهة أخرى . 3- ضعف الإعلام السياحي في قضاء سوران من خلال عدم توفر المعلومات والخرائط السياحية في أماكن الزيارة من جهة والنقص في عدد الأدلاء السياحين في المواقع السياحية من جهة أخرى . 4- ضعف البنية التحتية للمواقع السياحية في قضاء سوران وعدم تطويرها لتتلاءم مع حجم السياح وتدني المستوى الخدمات المتوفرة في المنطقة للسائح . 5- أما آراء السياح واعتقاداتهم وانطباعاتهم خلال زيارتهم للمواقع السياحية من خلال واقع الحركة السياحية في قضاء سوران تتعلق بالدرجة الأولى إقامة الفنادق وشقق السياحة والموتيلات وتطوير المواقع السياحية.
8	حسان أحمد صالح القدومي (2009م) (24)	السياحة والترويج والخدمات المرتبطة بها في الضفة الغربية - فلسطين المحتلة-دراسة في جغرافية السياحة(رسالة ماجستير)	الوصفي بالأسلوب المسحي	1- معرفة مدى رضا السياح الدوليين والمحليين عن أداء الخدمات والتسهيلات السياحية في الضفة الغربية. 2- توزيع أقاليم العرض السياحي والترويجي ومقوماتها الطبيعية والبشرية ومدى تأثيرها على الحركة السياحية وتسلط الأضواء على مرافق الخدمات السياحية في الضفة الغربية. 3- المعوقات الأتسى تعترض السياحة لها وتطورها وإيجاد الحلول الملائمة لها وتتبع التوزيع الجغرافي للسياحة الدولية الوافدة	أجريت الدراسة على عينة قوامها (728)سائحاً بواقع (406) سائح دولي و(322) سائح محلي	الاستبيان	1- عدم اهتمام كافي من المؤسسات التعليمية الفلسطينية بنشر الوعي السياحي لدى المواطنين تجاه السياحة الداخلية. 2- لا يوجد اهتمام بالبنية الأساسية في بعض المناطق السياحية وخاصة في المناطق الريفية. 3- عديد من المناطق السياحية التي تحتاج إلى التنمية السياحية وخاصة في شمال الضفة الغربية. 4- هناك معالم سياحية في مختلف المناطق الفلسطينية لم تكن معروفة لأحد، وغير مؤهلة لاستقبال السياح 5- عدم توافر دورات المياه في الحافلات السياحية.

م	اسم الباحث	عنوان الدراسة	المنهج المستخدم	أهداف الدراسة	العينة	أدوات جمع البيانات	أهم النتائج
				إلى الضفة الغربية			6- عدم توافر الكوادر المؤهلة القادرة على ترميم المناطق السياحية. 7- تبين أن أعداد السياح في تطور مستمر بشكل كبير جداً بالتسلسل التاريخي، ولكن هناك بعض العقبات التي كانت تعترض هذا التطور، ومن أهمها الظروف السياسية والأمنية في المنطقة.
9	هشام عزت سعد جاد (2009م) (87)	السياحة الرياضية في مصر بين التكوين والتشيط (دراسة لنقاط القوة والضعف والفرص والتحديات) (رسالة دكتوراه)	المنهج الوصفي وتحليل منهجية الفرص والتحديات	1- تقييم الوضع الحالي للسياحة الرياضية في مصر. 2- تقييم الإمكانيات والموارد المتاحة لإقامة المناسبات الرياضية. 3- التعرف على مقومات السياحة الرياضية من حيث: التسويق والتنظيم، البنية الأساسية، الكوادر البشرية والفنية، التشريعات والمعاملات الجمركية.	عينة عمدية تكونت من 50 فرد من المسؤولين في إدارات وزارة السياحة والمسؤولين في إدارات المجلس القومي للرياضة	المقابلات لشخصية الغير مفتنة لاختبار فروض الدراسة والاستبيان	1- ضعف حجم تصدير الخدمات الرياضية للأسواق الخارجية قياساً بالإمكانات المتاحة. 2- ضعف الطلب المحلي لدرجة تفسر فترات معينة. 3- مزاحة الإنفاق الحكومي على القطاع الرياضي بين تخصصات واستخدمات أخرى.
10	أميرة عبد الحميد عبد الظاهر (2011م) (17)	دراسة مسحية للأنشطة السياحية الترويحية بمحافظة الإسكندرية (رسالة ماجستير)	المنهج الوصفي- الدراسات المسحية	1- التعرف على المناطق السياحية الترويحية الأكثر تردداً بمحافظة الإسكندرية. 2- تحديد الأنشطة الترويحية المتوفرة والأكثر تفضيلاً بالأمكان السياحية بمحافظة الإسكندرية. 3- الإمكانيات المادية والبشرية المتوفرة للأنشطة السياحية الترويحية بمحافظة الإسكندرية. 4- المعوقات التي تواجه تنفيذ وممارسة الأنشطة السياحية الترويحية بمحافظة الإسكندرية.	أولاً: عينة المسؤولين اشتملت على 90 مسئول من السياحة تم اختيارهم بالطريقة العشوائية. ثانياً: عينة المترددين اشتملت على 872 متردد مصري على الأماكن السياحية الترويحية تم اختيارهم بالطريقة العشوائية	تحليل المحتوى والوثائق والمقابلات الشخصية والاستبيان	1- تعتبر الإسكندرية من أكثر المناطق اجتذاباً لحركة السياحة الترويحية. 2- التسوق من أحدث وأسرع وسائل الجذب السياحي في الأعوام الأخيرة. 3- من المعوقات التي تواجه السياحة الترويحية النظافة – عدم توفر القيادات المسؤولة عن الألعاب الترويحية – عدم وجود أماكن انتظار للسيارات وغيرها.
11	ولاء محمد إبراهيم محمد الملاح (2011م) (90)	دراسة لواقع السياحة الترويحية بمحافظة الإسكندرية (رسالة ماجستير)	المنهج الوصفي بالأسلوب المسحي	1- الأماكن السياحية الترويحية الأكثر رواجاً من حيث عدد المترددين والتأثير على قطاع السياحة بمحافظة الإسكندرية. 2- تصنيف الشواطئ جغرافياً واقتصادياً. 3- الأنشطة الترويحية بشواطئ محافظة الإسكندرية. 4- مقومات جذب الأنشطة	1- عينة المسؤولين عددهم (100) مسئول تم اختيارهم بطريقة العشوائية 2- عينة المترددين عددهم (610) متردد منهم (500) سائح مصري وعربي و(110) سائح أجنبي	تحليل المحتوى والوثائق والاستبيان والمقابلات الشخصية	1- أكثر المناطق السياحية تردداً بمحافظة الإسكندرية هي (الشواطئ) – مكتبة الإسكندرية – المتاحف والمناطق الأثرية – الكافيتريا- المتنزهات- مراكز التسوق- الأندية الرياضية) 2- تسويق السياحة الترويحية بشواطئ محافظة الإسكندرية يقتصر على النشرات الداخلية والانترنت. 3- يتفق كلاً من المسؤولين والمترددين أن

م	اسم الباحث	عنوان الدراسة	المنهج المستخدم	أهداف الدراسة	العينة	أدوات جمع البيانات	أهم النتائج
				الترويجية بشواطئ محافظة الإسكندرية. 5- تسويق السياحة الترويجية بشواطئ محافظة الإسكندرية. 6- الأنشطة الترويجية المفضلة لدى المترددين على شواطئ محافظة الإسكندرية. 7- دوافع المترددين نحو شواطئ محافظة الإسكندرية.	مسئول تم اختيارهم بطريقة العشوائي		المعوقات التي تواجه السياحة الترويجية بشواطئ محافظة الإسكندرية هي: عدم وضوح خطة تسويقية لشواطئ محافظة الإسكندرية وعدم مراعاة الجانب الصحي للمكان والخدمات المقدمة وعدم توفر أماكن انتظار السيارات وعدم موقع متخصص على الانترنت لتلقي الشكاوى واقتراحات وعدم تناسب العمالة مع الأنشطة الترويجية وعدم النظافة في أماكن الخدمات العامة وعدم وجود برامج ترويجية لذوي الاحتياجات الخاصة.
12	سعد إبراهيم حمد (2011م) (40)	واقع العرض والطلب السياحي في العراق (دراسة تحليلية)	المنهج التاريخي والمنهج الوصفي التحليلي	1- تحليل العرض السياحي في العراق، وتحديد المشاكل لتتبع أسبابها ونتائجها بـ التسويق السياحي. 2- تحليل الطلب السياحي والتأكد على أهمية التسويق السياحي في زيادة الطلب من خلال سياسة تسويقية متكاملة. 3- التعرف على طبيعة الميزانية المخصصة لتسويق السياحي.		تحليل الوثائق والمقابلات الشخصية	1- إنساهامات السياحة في الدخل القومي ممتازة دون المست وبالمطلوب في العراق. 2- لا توجد استراتيجيات واضحة في مجال صناعة السياحة في العراق من حيث العرض أو الطلب السياحي. 3- هناك قصور كبير في العرض السياحي من حيث العدد لإجمالي الفنادق السياحية بمختلف تصنيفها والأسرّة والعرف من حيثها هناك خلل لفي تركز يعهد العرض من جهة أخرى.

الدراسات الأجنبية

م	اسم الباحث	عنوان الدراسة	المنهج المستخدم	اهداف الدراسة	العينة	ادوات جمع البيانات	أهم النتائج
13	أرت وماير Alert & Meyer (2002م) (95)	اقتصاديات الترويج الرياضي	المنهج الوصفي التحليلي	تهدف الدراسة إلى التعرف على العائد المادي من ممارسة الأنشطة الترويجية المختلفة بمختلف الهيئات وذلك لتحديد حجم الإيرادات الاقتصادية للأنشطة الترويجية	الهيئات المسؤولة عن العرض للأنشطة الترويجية	الاستبيان	1- إجمالي المساعدات التي وفرتها الحكومة البلدية الواقعة في الحضر والريف (1,4) مليار مارك. 2- إجمالي الإنفاق في الأندية الرياضية والعارضين التجاريين لوقت الفراغ (18,8) مليار مارك ومنها (9,8) مليار مارك تم إنفاقهم على التجهيزات والأدوات اللازمة لممارسة النشاط. 3- بلغ حجم الإنفاق داخل الاتحادات والأندية الرياضية (9) مليار مارك مقابل رسوم اشتراك في الخدمات.
14	بيرجوس دو جلاس Bergous, Douglas (2004م) (96)	أنماط السياحة الداخلية	المنهج الوصفي- الدراسات المسحية	التعرف على الأنماط المختلفة بالسياحة الداخلية وعلاقتها بالإبعاد الجغرافية	السائحون داخل البلد وخارج البلد من خلال الأماكن السياحية وشركات السياحة	الاستبيان والمقابلة الشخصية	1- الدوافع لها تأثير كبير في السياحة الداخلية. 2- عوامل الجذب المتوفرة داخل الدولة تسهم في إشباع احتياجات الأفراد. 3- الموقع الجغرافي أحد العوامل لتنشيط السياحة.
15	كريشون Krishone (2004م) (100)	واقع السياحة الداخلية في الولايات المتحدة الأمريكية	المنهج الوصفي الدراسات المسحية	تحليل واقع السياحة الداخلية في الولايات المتحدة من خلال التعرف على نسبة السائحون الداخلية وأشهر الأماكن السياحية والأنشطة	المتكردين على الأماكن السياحية وعينة من الشركات السياحية	الاستبيان والمقابلة الشخصية	اهتمام بالغ بعد أحداث 11 سبتمبر للسياحة الداخلية حيث زادت النسبة إلى 35 مليون سائح وأشهر الأماكن (نيويورك - كاليفورنيا - داوون تاون - حي مانهاتن). أهم الأنشطة: الرياضات - السفاري - زيارة المتاحف - الاحتفالات - الحدائق - سانتا بارك. اهتمام بالغ بالسياحة الترويجية العائلية.
16	ويغر لاوتون Weaver Lawton (2009م) (105)	السياحة والنمو الاقتصادي	المنهج الوصفي الدراسات التحليلية	1- التعرف على حجم الاستثمارات في مختلف القطاعات السياحية والعائد من صناعة السياحة. 2- معرفة مدى المساهمة الاقتصادية للسياحة والسفر محلياً وعالمياً. 3- معرفة مدى مساهمة	1000 شخصاً تم اختيارهم بالطريقة العشوائية	تحليل المحتوى والمقابلات الشخصية والاستبيان	1- من المتوقع أن ترتفع مساهمة صناعة السياحة والسفر في الناتج المحلي الإجمالي. 2- هناك علاقة قوية بين عوامل الجذب السياحي والنمو المهني. 3- الرياضة لها تأثير إيجابي على الدخل القومي الإقليمي وهي الطريق الأكثر كفاءة من أجل تحسين الدخل القومي من خلال الإيرادات السياحية وتوفير فرص العمل.

م	اسم الباحث	عنوان الدراسة	المنهج المستخدم	أهداف الدراسة	العينة	أدوات جمع البيانات	أهم النتائج
				الرياضة والتسليّة على أرباح الدولة. 4- التعرف على تأثير مناطق الجذب السياحي المختلفة على نمو صناعة السياحة والنمو الاقتصادي الإقليمي. 5- التعرف على الاستثمارات السياحية التي تخلق فرص العمل وتزيد من النمو الاقتصادي.			

ثالثاً: التعليق على الدراسات السابقة

1- التعليق على الدراسات العربية:

يقوم الباحث في ضوء ما تم التعرف عليه في الدراسات السابقة حيث يعرض أوجه التشابه ومدى الاستفادة من أهم النتائج المستخلصة، من حيث المنهج المستخدم وأدوات جمع البيانات والأهداف والنتائج والعينة.

العينة:

- أغلب الدراسات التي تم التوصل إليها في مجال السياحة بصفة عامة على اختيار العينة من مديري القرى السياحية وخبراء السياحة، وليد أمين عباس (2000م) (91)، صابر حسن عمر (2002م) (44) هالة محمد عمر (2001م) (84) هشام عزت سعد (2009م) (87).
- وبعض الدراسات اعتمدت على البحث من عينة السائحين أو المترددين دراسة غسان عمر (2003م) (54) ودراسة حسان احمد صالح (2009م) (24)، ودراسة امانج احمد محمد امين علي (2008م) (16).
- وهناك بعض الدراسات والتي اعتمدت في اختيار العينة على مسئولين عن السياحة كعينة للدراسة قبل دراسة عبد الحميد محمد فتحي عبد الحميد (2006م) (49)، ودراسة محمد ابراهيم العراقي (2007م) (68)، ودراسة اسماء محمد احمد (2011م) (8)، ومن أعتمد على مسئولين سياحة ومسئولي إدارات عينة للدراسة قبل دراسة هشام عزت سعد (2009م) (87).
- وهناك من أعتمد على مسئولين ومترددين كعينة للدراسة قبل دراسة أميرة عبد الحميد (2011م) (17)، ودراسة ولاء محمد ابراهيم (2011م) (90)، وهناك من أعتمد على أماكن ترفيهية دراسة محمد ناجي مجيد (2005م) (75) ومن أعتمد على أماكن تسويق وطلاب دراسة سعد ابراهيم محمد (2011م) (40) كعينة للدراسة.
- أما بالنسبة للدراسة الحالية والتي قام [دراسة مسحية للأنشطة الترويحية السياحية بمحافظة أربيل (إقليم كردستان- العراق)] أعتمد على المسئولين عن السياحة والمترددين كعينة للدراسة.

منهج الدراسة:

أستخدم أغلب الدراسات المنهج الوصفي (المسحي) وذلك لمناسبته بطبيعة هذه الدراسات، وبعض الدراسات أستخدم المنهج التاريخي دراسة غسان عمر (2003م)

(54) سعد ابراهيم (2011م) (40)، وأستخدم دراسة أمانج احمد حمد امين (2008) (16) المنهج الإقليمي كمنهج للدراسة، وبما أن البحث الحالي يهدف إلى (التعرف على الأنشطة الترويحية السياحية بمحافظة أربيل)، فيعتبر المنهج الوصفي (المسحي) مناسباً لهذا البحث.

الأدوات:

استخدمت أغلب الدراسات الاستبتيان والمقابلة الشخصية كأداة لجمع البيانات وبعض الدراسات استخدمت معها تحليل الوثائق قبل دراسة محمد ناجي مجيد (2005م) (78) ودراسة عبدالحميد محمد فتحي (2006م) (48) ودراسة محمد ابراهيم (2007م) (69) ودراسة هشام عزت سعد (2009م) (88) ودراسة اميرة عبد الحميد (2011م) (17) ودراسة ولاء محمد ابراهيم (2011م) (91) ودراسة سعد ابراهيم محمد (2011م) (40)، بينما استخدم امانج احمد حمد امين (2008م) (16) الملاحظة مع الاستبتيان والمقابلة الشخصية كأداة لجمع البيانات. والبحث الحالي يهدف الى (دراسة مسحية للأنشطة الترويحية السياحية بمحافظة أربيل) فكان الاستبتيان من أفضل الأدوات التي يمكن الاعتماد عليها في جمع البيانات.

2- التعليق على الدراسات الأجنبية:

استهدفت أغلبية الدراسات السابقة الأجنبية:

دراسة الأنشطة الترويحية والسياحية سواء كانت داخليا او خارجيا. واتفقت أغلبية الدراسات على استخدام المنهج الوصفي المسحي، والتحليلي ولذلك فإن الباحث سوف يستخدم المنهج الوصفي في الدراسة الحالية. من حيث العينة؛ من خلال تلك الدراسات تبين للباحث تنوع العينات قيد كل دراسة من الدراسات وذلك وفقاً لاحتياجات كل مجال وكل مؤسسة. ومن حيث النتائج أهمها لتعرف الأنشطة السياحية، والعائد المالي للأنشطة الترويحية والتعرف على الأنماط المختلفة بالسياحة الداخلية بالأبعاد الجغرافية، وتحليل الواقع الداخلي للسياحة والتعرف على نسبة السائحين وأشهر الأماكن السياحية، والتعرف على حجم الاستثمارات السياحية والعائد منها ومعرفة مدى المساهمة الاقتصادية للسياحة والسفر محليا وعالميا والتعرف على تأثير مناطق الجذب السياحي والنمو الاقتصادي والإقليمي.

ويعتبر الباحث الدراسات السابقة بمثابة إلقاء الضوء على كثير من المعالم التي تفيد وتثير الطريق أمام دراسته الحالية ومنهج هذا الدراسة، وكذلك أدواته وكيفية عرض مناقشة النتائج.

ومن خلال تحليل للدراسات المرتبطة بهذه الدراسة تم الاستفادة من

- 1- تحديد إجراء الدراسة.
- 2- اختيار المنهج المناسب.
- 3- اختيار أدوات المناسبة لجمع البيانات.
- 4- قدرة الباحث على تصميم استمارة الاستبيان وتحديد محاورها الرئيسية.
- 5- تحديد الخطوات الإجرائية التي يجب إتباعها في معالجة البيانات وتدعيم النتائج.

الفصل الثالث

إجراءات الدراسة

- منهج الدراسة
- مجتمع وعينة الدراسة
- أدوات الدراسة
- المعاملات العلمية
- الخطوات التنفيذية لإجراء الدراسة
- المعالجات الإحصائية

الفصل الثالث

إجراءات الدراسة

• منهج الدراسة

استخدم الباحث المنهج الوصفي بالأسلوب المسحي- وذلك لمناسبته لطبيعة الدراسة.

• مجتمع وعينة الدراسة

مجتمع الدراسة:

- أشتمل مجتمع الدراسة على كل من:
- مسؤولي السياحة بهيئة العامة للسياحة
 - مسؤوليفي المديرية العامة للسياحة بمحافظة أربيل
 - مسؤوليفي رابطة فنادق ومطاعم فرع أربيل
 - المترددين على الأماكن الترويجية السياحية بمحافظة أربيل

عينة الدراسة

يشتمل عينة الدراسة على كل من عينة المسؤولين في السياحة بهيئة العامة للسياحة والمسؤولين في المديرية العامة للسياحة بمحافظة أربيل والمسؤولين في رابطة فنادق ومطاعم فرع أربيل وبلغ عددهم (52) مسئول ما بين مدير عام ومدراء الاقسام،وعينة من المترددين على الأماكن الترويجية السياحية بمحافظة أربيلو بلغ عددهم (445) متردد. وتنقسم كالآتي:

• عينة المسؤولين:

عينة من المسؤولين بلغ عددهم (52) مسئول، تم الاستعانة بـ عدد(15) مسئول لإجراء الدراسة الاستطلاعية والتحقق من المعاملات العلمية، وبذلك أصبح عينة المسؤولين (37) مسئول وتم توزيعهم كالتالي:

جدول (3) توزيع عينة الدراسة الأساسية من المسؤولين على الأماكن السياحية بمحافظة أربيل

م	المجتمع	العينة	النسبة	مجال العمل (التخصص)
---	---------	--------	--------	---------------------

			ع	
الهيئة العامة للسياحة.	50%	15	30	1
المديرية العامة لسياحة أربيل	100%	8	8	2
رابطة فنادق ومطاعم إقليم كردستان/ فرع أربيل	100%	3	3	3
مديرية سياحة شقلاوة	100%	3	3	4
مديرية سياحة سوران	100%	4	4	5
مديرية سياحة كويسنجق	100%	2	2	6
مركز سياحة جومان	100%	1	1	7
مركز سياحة ميركه سور	100%	1	1	8

• عينة المترددين:

عينة من المترددين وبلغ عددهم (445) متردد، تم الاستعانة بـ عدد(45) متردد لإجراء الدراسة الاستطلاعية والتحقق من المعاملات العلمية، وبذلك أصبح عينة المترددين (400) متردد وتم توزيعهم حسب نسبة تردد السياح الى تلك الأماكن وتفاوت أعمارهم بين (18-45) سنة كالتالي:

جدول (4) توزيع عينة الدراسة الأساسية من المترددين على الأماكن السياحية بمحافظة أربيل

م	العينة	النسبة	المناطق السياحية
1	52	13%	قلعة أربيل ومتحف النسيج الكوردي ومنتزه باغي شار
2	22	5.5%	مأذنة جولي ومنتزه المنارة
3	43	10.8%	مصيف شقلاوة وكهف ربن بوي او (وسو رحمن)
4	33	8.25%	مصيف وشلال كلى على بك
5	30	7.5%	شلال بيخال
6	25	6.3%	مزار الخالدين
7	31	7.8%	قلعة دوين وكهف بيستون
8	12	3%	مصيف جنديان
9	30	7.5%	مجمع كورك السياحي ومجمع باك السياحي

مجمع أكوا تارين المائي ومدينة العاب فاملي فان	8	32	10
متنزه اكوا بارك و متنزه شاندر:	9.5%	38	11
مصيف جناروك وقشلة وقصرية كويه	4	16	12
متنزه سامي عبدالرحمن:	9	36	13

• أدوات الدراسة:

تم تصميم استمارة استبيان لدراسة الأنشطة الترويحية السياحية بمحافظة أربيل بإقليم كردستان-العراق. وذلك بإتباع الخطوات التالية:

خطوات بناء استمارة الاستبيان:

بعد الرجوع إلى الدراسات النظرية لكل من: كمال درويش ومحمد الحماحمي (1997م) (58)، تهاني عبدالسلام (2001م) (21)، خليفة بهبهاني (2004م) (30)، بناميين يوحنا (2006م) (18)، صباح بيربال (2007م) (45)، مسعد عويس (2008م) (80)، محمد الحماحمي وعائدة عبد العزيز (2009م) (73)، نادر روستي (2011م) (82)، مدحت قاسم وأحمد عبد الفتاح (2013م) (78)، دلزار حسن (2014م) (34). والدراسات السابقة في هذا المجال مثل: دراسة كولستن (Coloston, L, et.al (1995م) (98)، دراسة شارون Schron (1997) (103)، ودراسة تيمور أحمد (1999) (23)، ودراسة ريم فاروق (2001) (37)، ودراسة مارستون وروبرت جيمس Marston, James Robert (2002) (101)، ودراسة محمد إبراهيم (2005) (67)، دراسة محمد ابراهيم عراقي (2007م) (68)، دراسة تغريد سعيد (2008) (19)، دراسة ريهام حسن (2010) (39)، ودراسة أسماء محمد (2011) (8)، ودراسة مروى أبوكيله (2013) (79).

1- تم تحديد محاور الاستبيان كالآتي:

- المحور الأول: مفهوم الأنشطة الترويحية السياحية بمحافظة أربيل.
- المحور الثاني: أهداف الأنشطة الترويحية السياحية بمحافظة أربيل.
- المحور الثالث: حصر الأنشطة الترويحية السياحية المتوفرة بمحافظة أربيل.
- المحور الرابع: الموارد المادية والبشرية المتوفرة لتنفيذ الأنشطة الترويحية السياحية بمحافظة أربيل.
- المحور الخامس: معوقات تنفيذ ممارسة الأنشطة الترويحية السياحية بمحافظة أربيل.

وبناءً على ذلك أصبح عدد المحاور إلى (5) المحاور تعبر عن موضوع الدراسة.

2- تم اختيار العبارات التي تعبر عن محاور استمارة الاستبيان

وتم عرضها في صورتها الأولية على السادة الخبراء مرفق (4) وقد اشتملت الدراسة على عدد (183) عبارة تم عرض استمارة الاستبيان في صورته الأولية على السادة الخبراء وقد تم:

- تعديل وإضافة بعض العبارات
- حذف بعض الآخر

ومن الإجراءات السابقة تم التأكد من صدق وثبات الاستبيان وصلاحيته لتحقيق هدف الدراسة في صورتها النهائية وقد تكونت من (167) عبارة كما هو موضح بملحق رقم (6) حيث تشير الدرجة العالية في كل محور إلى وضوح مفهوم الأنشطة الترويجية وأهدافها. كما يشير إلى الأنشطة الترويجية السياحية وكذا الإمكانيات المادية والبشرية الخاصة بها، كما يشير إلى معوقات تنفيذ الأنشطة بها. وقد تم تصحيح العبارات وفقاً لميزان تقدير ثلاثي (نعم=3 وإلى حد ما=2 ولا=1) وقد بلغت الدرجة العظمى للاستبيان (501) ودرجة الصغرى للاستبيان (167).

وبعد إجراء التعديلات حسب آراء الخبراء من حذف وتعديل وإضافة احتلت المحاور والعبارات نسبة موافقة 100% وبناءً على ذلك أصبح استمارة الاستبيان معداً للتطبيق في صورته النهائية.

والجدول التالي يوضح عدد المحاور والعبارات قبل وبعد التعديل.

جدول (5) عدد المحاور وأبعاد وعبارات قبل وبعد التعديل

ترتيب العبارات		المحور/البعد
بعد التعديل	قبل التعديل	
9	10	المحور الأول: مفهوم الأنشطة الترويجية السياحية بمحافظة أربيل
32	32	المحور الثاني: أهداف الأنشطة الترويجية السياحية بمحافظة أربيل
47	54	المحور الثالث: حصر الأنشطة الترويجية السياحية المتوفرة بمحافظة أربيل
54	59	المحور الرابع: الموارد المادية والبشرية المتوفرة لتنفيذ الأنشطة الترويجية السياحية بمحافظة أربيل
35	39	البُعد الأول: الموارد المادية المتوفرة للأنشطة الترويجية السياحية بمحافظة أربيل
19	20	البُعد الثاني: الموارد البشرية المتوفرة للأنشطة الترويجية السياحية بمحافظة أربيل

		أربيل
25	28	المحور الخامس: معوقات تنفيذ وممارسة الأنشطة الترويحية السياحية بمحافظة أربيل

الدراسة الاستطلاعية:

هدف الدراسة: احتساب المعاملات العلمية لاستمارة الاستبيان:

تم تطبيق استمارة الاستبيان علي عينة الدراسة الاستطلاعية البالغ عددهم (15) من المسؤولين و(45) من المترددين تم اختيارهم عشوائياً من خارج مجتمع الدراسة الاساسية ثم أعيد تطبيق هذه الاستمارة بعد (20) يوماً علي نفس العينة حيث كان تطبيق الاول 2013/7/16 واعدادة التطبيق 2013/8/5.

تم رصد الاستجابات وإجراء التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS.

النتائج: تم التوصل الى عدد من الأماكن السياحية بالمحافظة وهي (مصيف بانك، قلعة أربيل، متحف النسيج الكوردي، مأذنة جولي (المظفرية)، قشلة وقيصرية كويه، كهف بيستون، مجمع أكوا تارين المائي، متنزه سامي عبدالرحمن، متنزه اكوابارك، متنزه باغي شار، متنزه المنارة، متنزه شاندر، مدينة العاب فاميلي فان، مصيف بيخال، مصيف جنديان، مصيف شقلاوه، مصيف جنازوك، مصيف كلي علي بك، قلعة ديوين، مزار الخالدين، كهف رين بويبا او (وسو رحمن)، مجمع وتلفريك كورك، كهف شاندر)

• المعاملات العلمية لاستمارة الاستبيان

1- الصدق: تم التأكد من صدق الاستبيان بطريقتين

أ- صدق المحتوى: وذلك بعرض الاستبيان على عدد من أساتذة الترويج والسياحة وبلغ عددهم (16) خبيراً مرفق (5). وقد تم حساب معامل صدق المحكمين من خلال معادلة (لوش) Lawshe حيث صدق العبارة = (عدد الحكام الذين اتفقوا على صدق العبارة-0.5× عدد جميع الحكام) مقسوماً على (نصف عدد الحكام الكلي).

والجدول رقم (6) يوضح المعاملات العلمية لصدق الاستبيان بطريقة لوش

جدول (6) معاملات الصدق لمفردات الاستبيان بطريقة لوش Lawshe

معامل الارتباط	رقم العبارة												
0.75	144	0.75	116	0.86	88	0.86	58	1.00	29	المحور الأول			
1.00	145	0.86	117	المحور الرابع		0.75	59	1.00	30	1.00	1		
1.00	146	0.75	118	البعد الأول		1.00	60	0.86	31	1.00	2		
0.75	147	0.86	119	1.00	89	1.00	61	0.86	32	0.86	3		
0.75	148	0.75	120	1.00	90	0.86	62	0.75	33	0.86	4		

معامل الارتباط	رقم العبارة										
1.00	149	0.86	121	1.00	91	0.63	63	1.00	34	0.75	5
1.00	150	0.86	122	0.86	92	1.00	64	1.00	35	1.00	6
0.75	151	0.86	123	0.86	93	1.00	65	1.00	36	0.63	7
0.86	152	البعد الثاني		1.00	94	1.00	66	0.86	37	1.00	8
0.86	153	0.86	124	1.00	95	0.86	67	0.86	38	1.00	9
0.86	154	0.75	125	1.00	96	0.86	68	1.00	39	المحور الثاني	
1.00	155	1.00	126	0.75	97	0.75	69	0.75	40	0.86	10
1.00	156	1.00	127	0.86	98	1.00	70	0.86	41	0.86	11
0.75	157	0.75	128	0.75	99	0.75	71	المحور الثالث		0.75	12
0.86	158	0.86	129	0.86	100	0.63	72	0.75	42	1.00	13
0.75	159	0.75	130	0.86	101	1.00	73	0.75	43	1.00	14
0.86	160	0.86	131	1.00	102	1.00	74	0.86	44	0.75	15
0.86	161	0.86	132	1.00	103	1.00	75	0.86	45	0.86	16
1.00	162	0.63	133	1.00	104	0.86	76	0.86	46	0.86	17
1.00	163	1.00	134	0.86	105	0.86	77	1.00	47	0.75	18
0.75	164	1.00	135	0.75	106	1.00	78	0.86	48	1.00	19
0.63	165	0.63	136	0.75	107	0.75	79	0.86	49	0.75	20
1.00	166	0.63	137	0.86	108	1.00	80	0.75	50	0.86	21
0.86	167	0.86	138	1.00	109	0.86	81	1.00	51	0.63	22
		0.86	139	1.00	110	0.86	82	1.00	52	0.86	23
		0.75	140	0.86	111	0.75	83	0.68	53	0.75	24
		0.86	141	0.86	112	1.00	84	1.00	54	0.63	25
		0.86	142	0.75	113	1.00	85	0.75	55	0.75	26
		المحور الخامس		1.00	114	0.75	86	0.86	56	0.86	27
		0.86	143	1.00	115	0.75	87	0.86	57	0.85	28

يتضح من جدول (6) أن قيم معاملات الصدق أكبر من (0.62) مما يدل على صدق الاستبيان.

ب- صدق الاتساق الداخلي: وذلك بإيجاد معامل الارتباط بطريقة بيرسون بين درجة كل عبارة ودرجة المحور الذي تنتمي إليه العبارة كما يوضحها جدول (7)، والجدول التالي يوضح معاملات الارتباط.

جدول (7) معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة ودرجة المحور الذي تنتمي إليه العبارة

معامل الارتباط	رقم العبارة										
0.578	144	0.690	116	0.694	88	0.622	58	0.715	29	المحور الأول	
0.731	145	0.717	117	المحور الرابع		0.705	59	0.638	30	0.691	1
0.544	146	0.604	118	البعد الأول		0.672	60	0.634	31	0.526	2
0.713	147	0.648	119	0.715	89	0.554	61	0.599	32	0.715	3
0.501	148	0.347	120	0.734	90	0.418	62	0.802	33	0.641	4
0.673	149	0.785	121	0.746	91	0.633	63	0.679	34	0.675	5
0.604	150	0.706	122	0.639	92	0.645	64	0.723	35	0.755	6
0.433	151	0.641	123	0.723	93	0.664	65	0.507	36	0.760	7
0.418	152	البعد الثاني		0.753	94	0.608	66	0.558	37	0.766	8
0.682	153	0.744	124	0.683	95	0.595	67	0.681	38	0.771	9
0.496	154	0.759	125	0.848	96	0.702	68	0.526	39	المحور الثاني	
0.638	155	0.697	126	0.704	97	0.697	69	0.703	40	0.761	10
0.619	156	0.711	127	0.602	98	0.598	70	0.645	41	0.768	11

معامل الارتباط	رقم العبارة										
0.638	157	0.739	128	0.497	99	0.694	71	0.769	12	المحور الثالث	
0.559	158	0.761	129	0.730	100	0.691	72	0.768	13	0.666	42
0.647	159	0.735	130	0.706	101	0.556	73	0.776	14	0.715	43
0.679	160	0.643	131	0.641	102	0.644	74	0.769	15	0.713	44
0.434	161	0.715	132	0.666	103	0.527	75	0.757	16	0.593	45
0.616	162	0.603	133	0.538	104	0.637	76	0.749	17	0.694	46
0.706	163	0.691	134	0.702	105	0.694	77	0.615	18	0.473	47
0.689	164	0.645	135	0.639	106	0.618	78	0.598	19	0.694	48
0.719	165	0.687	136	0.637	107	0.637	79	0.592	20	0.738	49
0.639	166	0.516	137	0.535	108	0.642	80	0.666	21	0.711	50
0.694	167	0.691	138	0.729	109	0.637	81	0.703	22	0.787	51
		0.642	139	0.711	110	0.612	82	0.691	23	0.794	52
		0.705	140	0.593	111	0.637	83	0.706	24	0.598	53
		0.731	141	0.604	112	0.681	84	0.836	25	0.706	54
		0.719	142	0.644	113	0.594	85	0.706	26	0.752	55
		المحور الخامس		0.638	114	0.736	86	0.642	27	0.780	56
		0.648	143	0.681	115	0.684	87	0.598	28	0.694	57

قيمة معامل الارتباط الجدولية عند مستوى دلالة $(0.01)=2860$.

يتضح من جدول (7) أن قيم معاملات الارتباط المحسوبة لمفردات كل محور على حده مع درجة المحور الذي تنتمي إليه تلك العبارة أكبر من القيمة الجدولية عند مستوى دلالة (0.01) ، مما يدل على صدق الاتساق الداخلي للاستبيان. كما تتضح قيم معاملات الارتباط بين درجة كل محور والدرجة الكلية للاستبيان ويوضحها جدول (8)

جدول (8) معاملات الارتباطات بين درجة كل محور والدرجة الكلية للاستبيان

معامل الارتباط		عدد العبارات	المحور
المحور مع الدرجة الكلية	البعد		
.8110		9	المحور الأول: مفهوم الأنشطة الترويحية السياحية بمحافظة أربيل
.8030		32	المحور الثاني: أهداف الأنشطة الترويحية السياحية بمحافظة أربيل
**0.753		47	المحور الثالث: حصر الأنشطة الترويحية السياحية المتوفرة بمحافظة أربيل
**0.821		54	المحور الرابع: الموارد المادية والبشرية المتوفرة لتنفيذ الأنشطة الترويحية السياحية بمحافظة أربيل
	**0.788	35	البعد الأول: الموارد المادية المتوفرة لتنفيذ الأنشطة الترويحية السياحية بمحافظة أربيل
	**0.777	19	البعد الثاني: الموارد البشرية المتوفرة لتنفيذ الأنشطة الترويحية السياحية بمحافظة أربيل
**0.7530		25	المحور الخامس: معوقات تنفيذ ممارسة الأنشطة الترويحية السياحية بمحافظة أربيل

**دالة عند مستوى دلالة (0.01)

يتضح من جدول (8) أن قيم معاملات الارتباطات المحسوبة بين درجة كل محور والدرجة الكلية للاستبيان قيم دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (0.01) مما يدل على صدق الاستبيان.

2- الثبات:

تم التأكد من ثبات المقياس بحساب معامل ثبات الفا كرونباك Cronbach's Alpha وذلك لمفردات كل محور على حده مع حساب معامل الثبات الكلي للمحور، يوضح جدول (9) المعاملات العلمية لثبات مفردات محاور وأبعاد الاستبيان.

جدول (9) معاملات ثبات مفردات محاور وأبعاد الاستبيان

معامل الثبات	رقم العبارة	معامل الثبات	رقم العبارة	معامل الثبات	رقم العبارة	معامل الثبات	رقم العبارة	معامل الثبات	رقم العبارة	معامل الثبات	رقم العبارة	معامل الثبات	رقم العبارة
0.796	144	0.876	116	0.805	88	0.850	58	0.837	29	المحور الأول			
0.805	145	0.816	117	المحور الرابع		0.854	59	0.861	30	0.846	1		
0.781	146	0.785	118	البعد الأول		0.849	60	0.844	31	0.752	2		
0.814	147	0.727	119	0.852	89	0.862	61	0.822	32	0.836	3		
0.843	148	0.851	120	0.837	90	0.864	62	0.870	33	0.864	4		
0.866	149	0.805	121	0.829	91	0.843	63	0.882	34	0.851	5		
0.833	150	0.730	122	0.734	92	0.846	64	0.805	35	0.729	6		
0.847	151	0.824	123	0.761	93	0.869	65	0.827	36	0.878	7		
0.792	152	البعد الثاني		0.654	94	0.869	66	0.855	37	0.816	8		
0.849	153	0.837	124	0.709	95	0.870	67	0.758	38	0.800	9		
0.854	154	0.815	125	0.871	96	0.870	68	0.808	39	المحور الثاني			
0.721	155	0.837	126	0.730	97	0.870	69	0.832	40	0.846	10		
0.816	156	0.831	127	0.824	98	0.864	70	0.819	41	0.752	11		
0.861	157	0.809	128	0.846	99	0.871	71	المحور الثالث		0.836	12		
0.794	158	0.735	129	0.853	100	0.879	72	0.857	42	0.864	13		
0.806	159	0.714	130	0.835	101	0.863	73	0.846	43	0.851	14		
0.816	160	0.845	131	0.835	102	0.872	74	0.848	44	0.729	15		
0.810	161	0.843	132	0.801	103	0.876	75	0.811	45	0.816	16		
0.862	162	0.844	133	0.814	104	0.877	76	0.806	46	0.800	17		
0.870	163	0.845	134	0.852	105	0.867	77	0.811	47	0.856	18		
0.778	164	0.845	135	0.761	106	0.873	78	0.809	48	0.787	19		
0.805	165	0.845	136	0.854	107	0.853	79	0.816	49	0.794	20		
0.842	166	0.827	137	0.830	108	0.791	80	0.800	50	0.848	21		
0.806	167	0.863	138	0.864	109	0.834	81	0.794	51	0.846	22		
		0.841	139	0.770	110	0.805	82	0.848	52	0.752	23		
		0.789	140	0.878	111	0.816	83	0.837	53	0.836	24		
		0.803	141	0.841	112	0.734	84	0.841	54	0.873	25		
		0.833	142	0.852	113	0.834	85	0.752	55	0.805	26		
		المحور الخامس		0.861	114	0.882	86	0.780	56	0.845	27		
		0.831	143	0.748	115	0.799	87	0.807	57	0.819	28		

يتضح من جدول (9) أن قيم معاملات ثبات المفردات لكل محور على حده، القيمة تقترب من 0,8 وهي قيم معاملات ثبات مرتفعة وأن معاملات ثبات كل محور جاءت أكبر من قيم معامل ثبات العبارة أو العبارة التي تنتمي للمحور وذلك يدل على أن حذف أي عبارة يؤثر سلباً على المحور وقد بلغ معامل ثبات الكلي (0,907)

جدول (10) قيم معاملات ثبات محاور الاستبيان

المحور	عدد العبارات	معاملات الثبات
--------	--------------	----------------

المحور	البعد		
0.887		9	المحور الأول: مفهوم الأنشطة الترويجية السياحية بمحافظة أربيل
0.891		32	المحور الثاني: أهداف الأنشطة الترويجية السياحية بمحافظة أربيل
0.892		47	المحور الثالث: حصر الأنشطة الترويجية السياحية المتوفرة بمحافظة أربيل
0.889		54	المحور الرابع: الموارد المادية والبشرية المتوفرة لتنفيذ الأنشطة الترويجية السياحية بمحافظة أربيل
	0.879	35	البعد الأول: الموارد المادية المتوفرة لتنفيذ الأنشطة الترويجية السياحية بمحافظة أربيل
	0.877	19	البعد الثاني: الموارد البشرية المتوفرة لتنفيذ الأنشطة الترويجية السياحية بمحافظة أربيل
0.902		25	المحور الخامس: معوقات تنفيذ وممارسة الأنشطة الترويجية السياحية بمحافظة أربيل

يتضح من جدول (10) أن قيم معاملات ثبات محاور الاستبيان قد بلغ (0.928).

• خطوات التنفيذ لإجراء الدراسة

تم تطبيق الاستمارات على عينة الدراسة الأساسية التي تكونت عدد (37) مسؤل من الإدارات السياحية المختلفة وعدد (400) من المترددين على الأماكن الترويجية السياحية بمحافظة أربيل في فترة من 2013/9/7 إلى 2014/2/11 بالتعاون من فريق عمل الذي يتكون من (8) أشخاص وبعد الانتهاء من تطبيق استمارات الاستبيان تم جمعها وتفريغ البيانات لإجراء المعالجات الإحصائية المناسبة لهذه البيانات.

• المعالجات الإحصائية

استخدم الباحث المعالجات الإحصائية التالية:

- المتوسط الحسابي.
- الانحراف المعياري.
- معامل الارتباط (بيرسون).
- معامل الثبات ألفا لكرونباك.
- اختبار "ت" للعينات المستقلة.
- اختبار معادلة لوش (Lawshe).

الفصل الرابع

عرض النتائج ومناقشتها

عرض النتائج ومناقشة التساؤل الأول (أ) ما

مفهوم الأنشطة الترويجية السياحية بمحافظة أربيل؟

عرض النتائج ومناقشة التساؤل الثاني (ب) ما

أهداف الأنشطة الترويجية السياحية بمحافظة أربيل؟

عرض النتائج ومناقشة التساؤل الثالث (ج) ما الأنشطة الترويجية السياحية

المتوفرة بمحافظة أربيل؟

عرض النتائج ومناقشة التساؤل الرابع (د) ما

الموارد المادية والبشرية المتوفرة لتنفيذ الأنشطة الترويجية السياحية بمحافظة أربيل؟

بييل؟

عرض النتائج ومناقشة التساؤل الخامس (هـ) ما

معوقات تنفيذ ممارسة الأنشطة الترويجية السياحية بمحافظة أربيل؟

الفصل الرابع

عرض النتائج ومناقشتها

المحور الأول: مفهوم الأنشطة الترويحية السياحية بمحافظة أربيل

وللإجابة عن هذا التساؤل قام الباحث بحساب التكرار والنسب المئوية لاستجابات المسئولين والمتردددين على عبارات المحور الأول " مفهوم الأنشطة الترويحية السياحية بمحافظة أربيل" ويوضحه جدول (11)

جدول (11) التكرارات والنسب المئوية وقيمة كا2 لاستجابات المسؤولين والمتريدين على عبارات المحور الأول "مفهوم الأنشطة الترويحية السياحية بمحافظة أربيل"

رقم العبارة	العبارات	المسؤولين (ن=37)						المتريدين (ن=400)					
		أوافق		إلى حد ما		غير موافق		أوافق		إلى حد ما		غير موافق	
		%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت
1	نوع من النشاط يشعر بها الفرد بالسعادة في الانتقال من مكان إقامته الى المناطق الطبيعية في أوقات الفراغ	75.68	6	216.2	3	8.11	318	79.50	68	17.00	14	3.50	1.94
2	مظهر التغيير في حياة الفرد تاركاً محل إقامته المعتاد لفترة مؤقتة إلى بيئة أخرى هروبا من الروتين اليومي للشعور بالراحة والاستجمام	81.08	6	16.22	1	2.70	275	68.75	88	22.00	37	9.25	2.93
3	قضاء عدد من الليالي السياحية لممارسة أو مشاهدة الأنشطة الترويحية السياحية بمختلف أنواعها	72.97	9	24.32	1	2.70	256	64.00	95	23.75	49	12.25	3.11
4	الانتقال من مكان الإقامة إلى مكان آخر لفترة مؤقتة بهدف مشاهدة البطولات والمهرجانات	48.65	14	37.84	5	13.51	202	50.50	105	26.25	93	23.25	3.12
5	نوع من الخدمات التي تستخدمها الهيئات العامة والخاصة لتحفيز العاملين لزيادة الإنتاج من خلال تجديد نشاطهم وانتقالهم إلى أماكن سياحية	72.97	7	18.92	3	8.11	239	59.75	99	24.75	62	15.50	2.69
6	مجموعة علاقات متبادلة تنشأ بين السائح والمشاركين في الأنشطة الترويحية السياحية	59.46	10	27.03	5	13.51	225	56.25	122	30.50	53	13.25	0.2
7	تقتصر على الرحلات لقضاء الإجازات واستثمار وقت الفراغ من الراحة والاستجمام	59.46	9	24.32	6	16.22	284	71.00	89	22.25	27	6.75	4.77
8	أحد المجالات التي تتضمن ممارسة أنشطة ترويحية من خلال جولات منظمة الى مناطق طبيعية	43.24	13	35.14	8	21.62	201	50.25	99	24.75	100	25.00	1.92
9	هي أنشطة لها مقوماتها (الاجتماعية والثقافية والبيئية) التي تختلف من بلد لآخر	83.78	6	16.22	0	0.00	292	73.00	77	19.25	31	7.75	3.54

قيمة كا2 عند درجات حرية (2) ومستوى دلالة (0.05)=5,991

يتضح من جدول (11) والخاص (بمفهوم الأنشطة الترويحية السياحية بمحافظة أربيل) أن استجابات بالنسبة لعينة الدراسة من المسؤولين والمتريدين غير دالة إحصائياً في جميع العبارات حيث أن أعلى نسبة استجابات في مفهوم الأنشطة الترويحية السياحية:

- بالنسبة لعينة المسؤولين في العبارة رقم (9) بلغت بنسبة (83.78%) حول (هي أنشطة لها مقوماتها (الاجتماعية والثقافية والبيئية) التي تختلف من بلد لآخر). وادني نسبة استجابات بنعم في عبارة رقم (8) بلغت بنسبة (43,24%)

حول (احد المجالات التي تتضمن ممارسة أنشطة ترويحية من خلال جولات منظمة في المناطق الطبيعية).

- أما بالنسبة لعينة المتريدين حيث أن أعلى نسبة استجابات في (مفهوم الأنشطة الترويحية السياحية بمحافظة أربيل) في العبارة رقم (1) بنسبة (79.5%) حول (نوعمان لنشاط يشعر بها الفرد بالسعادة في الانتقال من مكان إقامتها إلى المناطق الطبيعية في أوقات الفراغ) وادني نسبة استجابات بنعم في عبارة (8) بنسبة (50.25%) حول (احد المجالات التي تتضمن ممارسة أنشطة ترويحية من خلال جولات منظمة في المناطق الطبيعية).

ويتضح من جدول السابق أن قيم كا2 المحسوبة للفرق بين تكرارات استجابات المسؤولين والمتريدين حول مفهوم الأنشطة الترويحية بمحافظة أربيل أقل من القيمة الجدولية عند مستوى دلالة (0.05) مما يدل على وجود اتفاق كبير في مفهوم الأنشطة الترويحية للمسؤولين والمتريدين.

يتضح أن إجابات المسؤولين والمتريدين أن هناك تباين في نسب الموافقة وهذه النتيجة تدل على أن الترويج نشاط اختياري شخصي، يتسم بالاسترخاء، والرضا النفسي مما يدل على فهم وإدراك من قبل المسؤولين، كما يتضح مفهوم الترويج وأهميته من قبل المسؤولين أكثر من المتريدين وكانت أهم تعبيرات المفهوم للترويج من المسؤولين والمتريدين والتي اتفق عليها الاثنان على عبارة رقم (2) وهي: (مظهر التغيير في حياة الفرد تاركاً محل إقامته المعتاد لفترة مؤقتة إلى بيئة أخرى هروبا من الروتين اليومي للشعور بالراحة والاستجمام)، والعبارة رقم (6) وهي (مجموعة علاقات متبادلة تنشأ بين السائح والمشاركين في الأنشطة الترويحية السياحية)، والعبارة رقم (4) وهي (الانتقال من مكان الإقامة إلى مكان آخر لفترة مؤقتة بهدف مشاهدة البطولات والمهرجانات).

وهذا ما يؤكد يسري دعبس (2002م) (93: 43) إن عملية الترويج عملية اجتماعية وثقافية وسيكولوجية تتأثر بطبيعة العلاقة بين الفرد وتوزيعه لوقته بين أنشطة العمل والفراغ، ودوافعه الأولية هي الرضا أو السرور الناتج عن هذا النشاط.

كما يشير محمد الحماحمي وعابدة عبد العزيز (2009م) (73: 26) أن الترويج هو النشاط الذي يسهم في توفير الراحة للفرد ومنعاء العمل ويوفر له سبل استعادة حيويته. وتتفق نتائج دراسة الحالية مع دراسة محمد ناجي عبيد (2005م) (75) والتي توصلت إلى أنه تختلف خصائص الأنشطة الترويحية حسب ثقافة وإمكانيات المجتمعات. والمجتمع المدني أحد تلك المجتمعات، له خاصيته الإسلامية التي تتحكم في نوع النشاط الترفيهي الذي يمارسه الفرد أو المجتمع.

مالية	العبارة	المسولين (ن=37)												المتريدين (ن=400)				
		أوافق		إلى حد ما		أوافق		إلى حد ما		أوافق		إلى حد ما		أوافق		إلى حد ما		
		%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
27	محركا رئيسيا من محركات التنمية الاقتصادية وخاصة في الدول التي تملك مقومات الجذب السياحي	75.68	28	18.92	7	5.41	2	89.25	357	5.25	21	5.50	22	89.25	357	5.41	2	
28	تعتبر ركيزة من ركائز الاستقرار والتنمية الاقتصادية المستدامة	83.78	31	2.70	1	13.51	5	84.50	338	2.25	9	13.25	53	84.50	338	13.51	5	
29	تحقيق أرباحا للمنشأة المرتبطة بها والمغذية لها وخاصة شركات السياحة	56.76	21	32.43	12	10.81	4	53.50	214	1.25	5	45.25	181	53.50	214	10.81	4	
30	تنشيط الاستثمار الوطني والأجنبي عن طريق ارتباط السياحة بالأنشطة الترويجية التي تلبي احتياجات السائح	67.57	25	10.81	4	21.62	8	89.25	275	5.25	21	26.00	104	89.25	275	21.62	8	
31	التطوير من مشروعات البنية الأساسية للدولة من (مطارات، طرق، صرف صحي شبكات،....) تخدم الهيكل الإقتصادي	83.78	31	13.51	5	2.70	1	76.50	306	3.00	12	20.50	82	76.50	306	2.70	1	
32	إنشاء خدمات وتسهيلات جديدة (كالقري السياحية، المنتجعات) تلائم مستوى الأنشطة السياحية الداخلية والدولية	72.97	27	24.32	9	2.70	1	81.75	327	3.00	12	15.25	61	81.75	327	2.70	1	
33	تساهم في خلق فرص العمل للقضاء على البطالة واستقرار العمالة	51.35	19	27.03	10	21.62	8	74.25	297	3.00	12	22.75	91	74.25	297	21.62	8	
34	تنشيط حركة السياحة الدولية لاحتياج الدولة للعملة الصعبة	51.35	19	32.43	12	16.22	6	49.00	196	8.75	35	42.25	169	49.00	196	16.22	6	
35	تساعد على التعرف عن عادات وتقاليد مجتمعات أخرى	81.08	30	13.51	5	5.41	2	49.25	197	6.50	26	44.25	177	49.25	197	5.41	2	
36	مصدر للتعرف على الأماكن الترويجية السياحية بالدولة مما يزيد من الاعتزاز بقيمة تلك الأماكن	62.16	23	29.73	11	8.11	3	80.50	322	6.25	25	13.25	53	80.50	322	8.11	3	
37	تنقيف الأفراد بحسن استخدام أوقات الفراغ في أنشطة بنائية وهادفة	70.27	26	10.81	4	18.92	7	62.25	249	8.75	35	29.00	116	62.25	249	18.92	7	
38	زيادة مستوى الوعي الترويجي السياحي ودوره في استثمار أوقات الفراغ	75.68	28	18.92	7	5.41	2	68.50	274	1.99	3.00	12	28.50	114	68.50	274	5.41	2
39	رفع الحس الفني والثقافي للمستفيدين بزيارة المتاحف والمناطق الأثرية والمعابد والمباني الأثرية	62.16	23	16.22	6	21.62	8	71.25	285	1.61	18.25	73	10.50	42	71.25	285	21.62	8
40	التنقيف الغير مباشر باستخدام وسائل الإعلام المسموعة (الراديو) والمرئية (التلفزيون) أو المطبوعات لبرامج السياحة الترويجية	78.38	29	21.62	8	0.00	0	74.00	296	2.44	6.25	25	19.75	79	74.00	296	0.00	0
41	عرض وتسويق مناطق جذب جديدة	64.86	24	29.73	11	5.41	2	62.00	248	0.13	5.50	22	32.50	130	62.00	248	5.41	2

قيمة كا2 عند درجات حرية (2) ومستوى دلالة (0.05)=5,991

يتضح من جدول (12) والخاص (بالأهداف الأنشطة الترويجية السياحية بمحافظة أربيل) أن استجابات بالنسبة لعينة الدراسة من المسؤولين والمتريدين دالة إحصائياً في جميع العبارات ما عدا العبارات (10-11-12-13-16-17-18-19-20-21-22-24-25-26-31-32-38-39-40-41) حيث أن أعلى نسبة استجابات في (أهداف الأنشطة الترويجية السياحية):

- بالنسبة لعينة المسؤولين في العبارة رقم (28) بلغت بنسبة (83.78%) حول) تعتبر ركيزاً مركزاً للاستقرار والتنمية الاقتصادية المستدامة). وادني نسبة استجابات بنعم في عبارة رقم (33) بلغت بنسبة (51,35%) حول (تساهم في خلق فرص العمل للقضاء على البطالة واستقرار العمالة). أما بالنسبة لعينة المتريدين حيث أن أعلى نسبة استجابات في (أهداف الأنشطة الترويجية السياحية بمحافظة أربيل) في العبارتين رقم (27)، (30) بنسبة (89.25%) حول

(محركار نيسيامن محركات التنمية الاقتصادية وخاصة في الدوالي التي تمكقومات الجذب السياحي)، (تنشيط الاستثمار الوطني والأجنبي عن طريق ارتباط السياحة بالأنشطة الترويجية التي تلبى احتياجات السائحين) وادني نسبة استجابات في عبارة (35) بنسبة (49.25%) حول (تساعد على التعرف عن عادات وتقاليد مجتمعات اخرى).

وتبرز أهداف السـياحة فيكونا السياحة والترويجية ليهما النفوسالبشـرية، وبالتاليفإنالكثير منالناس يمارسونالسياحة والترويجيةوالنفس بكافة الوسائلو السبلالمتاحة لديهموقدساعد علنا انتشار ذلك تنوعوتوسعوسائلالسـياحة والترويجيةوالواقعالعاصر؛ وماتوصلنااليهوسـائلكمهنما منتقيات حديثة، والنتيأصبحالكثير منهامتوفر ابسهولتويسر خاصة فيظلالنتطور التكنولوجي، والتقني في مخاطبةالناس، وإيصـالالفكرة إليهم. وتعتبر السياحة والترويجية صناعة هامة ذاتنمو سريع، ومصدرًا هامًا للدخل فيمعظمالدولومجالا متناميال توفير فرصالعمل.

تتفق نتائج الدراسة الحالية مع ما أوضحه عبدالرازق سليمان وليصلح (2007م) (50: 58،

59) قدتزايدتأهمية السياحة والترويجية ملحوظة فيخلالالعقود القليلة الماضية، سواء منالناحية الاقتصادية أو الاجتماعية. كما يلاحظ أنها اكتشعبأمطر دافيا لأنماطالسياحية المتوفرة، وأد بهـذا التطور والنمو السياحي البافراز عدد منالأثار الاقتصادية والاجتماعية والبيئية والتنموية المتباينة حجمها وعمقا، وبصفة عامة أنها أهمية السياحة والترويجية يمكنتلمسها منكونها أكبر الصناعات الناشئة علمستوبالعالم فيالوقتالحاضر، وتمثلالسياحة أكثر منأيظاهرة أخرى نشاطًا متداخلا، وتمتاز

بين عناصر اقتصادية وثقافية واجتماعية وسياسية بيئية، وهو ما يمكن ملاحظته عبر تزايد أهمية السياحة وحضورها الفعال في حياة ومسيرة كثير من الدول والشعوب، والكمالهائل من الأبحاث والكتيبات المقالات) والتحقيقات والنشر في البرامجال التي تناو لالسياحة علمستويات متعددة.

كما تتفق نتائج الدراسة الحالية مع ما أوضحه حسن معوض وكمال صالح (1990م) (25:37) أن "الترويج يساعد في العمل على تحسين الصحة البدنية، والانفعالية، والعضلية، فضلاً عن المساعدة على التحرر من الضغط والتوتر العصبي للحياة الحديثة بالإضافة إلى توفير طريق متسع لحياة شخصية وعائلية زاخرة وتنمية المواطنة الجيدة، دعم الديمقراطية".

وأشارت منظمة الصحة العالمية في دلائل هايدلبرغ الإرشادية (1991م) (6) أن "هناك أدلة واضحة تؤكد أن الأنشطة الترويجية تحسن في القدرات الوظيفية والحالة الصحية مما يؤدي للوقاية من الأمراض والتخفيف من حدتها".

كما يشير ديككن يانج (Dicken Yung) (1999م) (108) أن "ممارسة الأنشطة الترويجية يساعد على تنمية الثقة بالنفس، والإحساس بتقبل المشاركين من الشباب للمواقف الحياتية المختلفة، ومساهماتهم ومساعدتهم للآخرين وتنمية شخصيتهم".

وهذا ما أوضحته تهاني عبد السلام (2001م) (21: 86) أن "للأنشطة الترويجية مميزات فسيولوجية، حيث يعمل على رفع مستوى الحيوية ومقاومة التعب، رفع كفاءة الأجهزة، التخلص من الطاقة الزائدة، تنشيط الدورة الدموية، ومن المميزات النفسية للأنشطة الترويجية تنمية الثقة بالنفس ويقضي على الملل، وإشباع رغبة حب الاستطلاع والاجتماعية، وتأكيد الذات، وتجربة خبرات جديدة، والشعور بالاطمئنان، وأن الأهمية الذاتية تعطي الفرص لتنمية الصفات الاجتماعية، كما تعمل الأنشطة الترويجية على تنمية الفرد من الناحية الاجتماعية، التعاون، تهيئة الأنشطة الترويجية الفرص للتدريب على إصدار القرارات، كما تهيئ الفرص للممارس لأن يشعر بالاطمئنان، والثقة، والتوجيه الذاتي". وتضيف أنه "من خلال الأنشطة الترويجية توفر الفرص للشعور بالصدقة، والإخاء، والاحترام، وتقبل الأفراد بعضهم البعض، والقدرة على التكيف مع المجتمع، والحياة في تناسق، وتناغم مع النفس والجماعة".

وتؤكد تهاني عبد السلام (1993م) (20: 75) أن الترويج واجهة إيجابية لوقت الفراغ وهو وسيلة مستخدمة في العالم العربي بتوسيع وصف وقت الفراغ النشاط، وقد وصف بوب ريفيرزو وآخرون Bob Davison dothly أن الترويج يعود على الفرد بالروح الرياضية الجيدة، والسعادة الفعلية والجسمية الذي يعبر عن التجانس الثقافي كفرصة لاستعادة الثقافة من الضغوط، والتوترات العصبية، وأيضاً فرصة للإبداع، ويؤدي إلى تنمية الشخصية من جميع الجوانب. كما أنه يوفر الفرص لعلاج

أمراض العصر كالممل والضيق والقلق فالممل يسبب أمراضاً كثيرة كالتى تسببها الضغوط العصبية".

وتتفق نتائج دراسة الحالية مع دراسة كل من: عصام سعد (1997م) (51)، ودراسة سعد أحمد (1998م) (41) والتي توصلت الى أن أهمية الترويح وممارسة الأنشطة الترويحية وأثرها في تحسين الصحة البدنية ومستوى الرضا النفسى لطلاب الجامعة، وإشباع الحاجات النفسية للطلاب وإن الترويح حاجة إنسانية لكل من الجنسين.

ويذكر كمال درويش ومحمد الحماحمي عن بتلر (Pettler) (1997م) (58: 47) أن "الترويح يسهم في تحقيق السعادة للإنسان ويعمل على تطوير صحته البدنية والعقلية وكذلك ترقية انفعالاته وأخلاقه"

التكرارات والنسب المئوية وقيمة كا2 لاستجابات المسؤولين والمتردددين على عبارات المحور الثالث "حصر الأنشطة الترويجية السياحية المتوفرة بمحافظة أربيل"

رقم العبارة	العبارات	المسؤولين (ن=37)						المتردددين (ن=400)																															
		لا يوجد		إلى حد ما		يوجد		لا يوجد		إلى حد ما		يوجد																											
		ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%																										
64	الألعاب الإلكترونية (الفيديو جيم)	6	16.22	23	62.16	8	21.62	6	16.22	161	40.25	165	41.25	74	18.50	7	18.92	10	27.03	3	8.11	243	60.75	113	28.25	44	11.00	0.37											
65	التزحلق على الجليد	9	24.32	24	64.86	4	10.81	8	21.62	252	63.00	110	27.50	38	9.50	5.77																							
	الأنشطة الخاصة بالطبيعة:																																						
66	مشاهدة المناظر الخلابة والطبيعية والكهوف	23	62.16	8	21.62	6	16.22	6	16.22	161	40.25	165	41.25	74	18.50	7.25																							
67	متنزهات والحدائق	24	64.86	10	27.03	3	8.11	3	8.11	243	60.75	113	28.25	44	11.00	0.37																							
68	رحلات استكشافية	22	59.46	7	18.92	8	21.62	8	21.62	252	63.00	110	27.50	38	9.50	5.77																							
69	تسلق والقفز من الجبال	12	32.43	21	56.76	4	10.81	4	10.81	317	79.25	56	14.00	27	6.75	45.8																							
70	مشاهدة الحيوانات البرية	6	16.22	24	64.86	7	18.92	7	18.92	282	70.50	84	21.00	34	8.50	45.5																							
	الأنشطة الثقافية والاجتماعية والتاريخية:																																						
71	حياة الخلاء	23	62.16	8	21.62	6	16.22	6	16.22	316	79.00	66	16.50	18	4.50	10.4																							
72	أنشطة المغامرة والمخاطرة	11	29.73	24	64.86	2	5.41	2	5.41	248	62.00	107	26.75	45	11.25	23.4																							
73	المساج والتدليك والسونا	21	56.76	6	16.22	10	27.03	10	27.03	226	56.50	99	24.75	75	18.75	2.22																							
74	زيارة المتاحف والأماكن الأثرية	24	64.86	7	18.92	6	16.22	6	16.22	317	79.25	57	14.25	26	6.50	5.82																							
75	زيارة الأماكن والمقدسات الدينية	23	62.16	11	29.73	3	8.11	3	8.11	297	74.25	63	15.75	40	10.00	4.71																							
76	العروض السينمائية والمسرحية	8	21.62	23	62.16	6	16.22	6	16.22	302	75.50	75	18.75	23	5.75	48																							
77	المهرجانات والاحتفالات والمناسبات الشعبية والقومية والدينية	24	64.86	10	27.03	3	8.11	3	8.11	301	75.25	82	20.50	17	4.25	2.29																							
78	تنظيم المسابقات المختلفة	23	62.16	8	21.62	6	16.22	6	16.22	324	81.00	54	13.50	22	5.50	9.24																							
79	أنشطة خاصة بذوي الاحتياجات الخاصة	13	35.14	20	54.05	4	10.81	4	10.81	352	88.00	35	8.75	13	3.25	71.6																							
80	مشاهدة الآثار التاريخية	23	62.16	8	21.62	6	16.22	6	16.22	276	69.00	52	13.00	72	18.00	2.13																							
81	الإقامة المنتجعات السياحية	21	56.76	7	18.92	9	24.32	9	24.32	275	68.75	97	24.25	28	7.00	13.3																							
82	الإستعراضات الشعبية والأغاني ودبكات الفلكلورية	22	59.46	10	27.03	5	13.51	5	13.51	351	87.75	21	5.25	28	7.00	27.7																							
	أماكن للسياحة الترويجية:																																						
83	إقامة المعارض	23	62.16	7	18.92	7	18.92	7	18.92	309	77.25	48	12.00	43	10.75	4.29																							
84	إقامة الحفلات	22	59.46	9	24.32	6	16.22	6	16.22	298	74.50	62	15.50	40	10.00	3.92																							
85	زيارة مراكز التسوق (المولات)	21	56.76	5	13.51	11	29.73	11	29.73	276	69.00	39	9.75	85	21.25	2.34																							
86	الملاهي الليلية والسهرات	9	24.32	21	56.76	7	18.92	7	18.92	211	52.75	89	22.25	100	25.00	22.0																							
87	الأندية والمراكز الصحية	24	64.86	7	18.92	6	16.22	6	16.22	263	65.75	45	11.25	92	23.00	2.37																							
88	مدينة الألعاب (مدينة ملاهي)	20	54.05	9	24.32	8	21.62	8	21.62	258	64.50	63	15.75	79	19.75	2.15																							

قيمة كا2 عند درجات حرية (2) ومستوى دلالة (0.05)=5,991

يتضح من جدول (13) والخاص بـ (حصر الأنشطة الترويجية السياحية المتوفرة بمحافظة أربيل) أن استجابات بالنسبة لعينة الدراسة من المسؤولين والمتريدين دالة إحصائياً في جميع العبارات ما عدا العبارات (43-44-48-49-51-54-55-56-57-58-59-62-67-68-73-74-75-77-80-83-84-85-87-88) حيث أن أعلى نسبة استجابات في (حصر الأنشطة الترويجية السياحية المتوفرة بمحافظة أربيل): - بالنسبة لعينة المسؤولين في العبارة رقم (53) بلغت بنسبة (70.27%) حول (الكرة الخماسية). وادني نسبة استجابات بنعم في عبارة رقم (45) بلغت بنسبة (10,81%) حول (ينابيع والعيون (العلاجية والسخنة)).

أما بالنسبة لعينة المترددین حيث أن أعلى نسبة استجابات في (حصر الأنشطة الترويجية السياحية المتوفرة بمحافظة أربيل) في العبارة رقم (61) بنسبة (92.00%) حول (ركوب الخيل والفروسية) وادني نسبة استجابات بنعم في عبارة رقم (66) بنسبة (40.25%) حول (مشاهدة المناظر الخلابة والطبيعية والكهوف). يتضح من جدول السابق أن أهم الأنشطة الترويجية السياحية المتوفرة بمحافظة أربيل هي: الكرة الخماسية، وشلالات وأنهار، والسباحة، والألعاب المائية، ودولاب هوائي (تلفريك)، والبولنج، والجري والمشى، والمتنزهات والحدائق، وزيارة المتاحف والأماكن الأثرية، والمهرجانات والاحتفالات والمناسبات الشعبية والقومية والدينية، والأندية والمراكز الصحية، ومشاهدة المناظر الخلابة والطبيعية والكهوف، وحياة الخلاء، وزيارة الأماكن والمقدسات الدينية، وتنظيم المسابقات المختلفة، ومشاهدة الآثار التاريخية، وإقامة المعارض، وكرة الماء، وصيد الأسماك على الأنهار والبحيرات، البلياردو والبيبي فوت، والرحلات الأستكشافية، والاستعراضات الشعبية والأغاني ودبكات الفلكلورية، وإقامة الحفلات، واللعب المضرب (تنس أرضى- الريشة)، وركوب الدراجات، والمساج والتدليك والسونا، والإقامة المنتجعات السياحية، وزيارة مراكز التسوق (المولات) تتفق نتائج الدراسة الحالية مع نتائج دراسة سعيد صفي الدين الطيب (2001م) (42) والتي توصلت إلى أهمية الاهتمام بمقومات طبيعية لجذب السياحي وتنمية صناعة السياحة، وأن هناك قصور في المرافق السياحية.

كما يؤكد دراسة أمانج احمد حمد أمين علي (2008م) (16) والتي توصلت إلى أن هناك مواقع سياحية تتميز بعناصر جذب سياحية كما هو الحال (كلي اكويان- مصيف حسن بك- بحيرة دينداران) لم يتم استغلالها بشكل جيد للنشاط السياحي لأنها تفتقر إلى وجود الخدمات السياحية من جهة وتفتقر إلى وجود وسائل النقل المبلط.

ودراسة حسان أحمد صالح القدومي (2009م) (24) والتي توصلت إلى أن هناك معالم سياحية في مختلف المناطق الفلسطينية لم تكن معروفة لأحد، وغير

مؤهلة لاستقبال السياح، ولا يوجد اهتمام بالبنية الأساسية في بعض المناطق السياحية وخاصة في المناطق الريفية.

كما تتفق نتائج دراسة ولاء محمد إبراهيم (2011م) (90) مع نتائج الدراسة الحالية والتي توصلت إلى أن أكثر المناطق السياحية تردداً بمحافظة الإسكندرية هي (المتاحف والمناطق الأثرية-الكافيتريا-المنتزهات-مراكز التسوق- الأندية الرياضية).

ونتيجة دراسة سعد إبراهيم حمد (2011م) (40) والتي توصلت إلى أن هناك قصور كبير في العرض السياحي من حيث العدد الإجمالي للفنادق السياحية بمختلف صناعاتها والأسرة والغرف فمن جهة وهناك خلل في توزيع هذا العرض من جهة أخرى.

ونتيجة دراسة بيرجوس دوجلاس (Bergous, Douglas) (2004م) (96) والتي توصلت إلى أن الموقع الجغرافي أحد العوامل لتنشيط السياحة. وعوامل الجذب المتوفرة داخل الدولة تسهم في إشباع احتياجات الأفراد.

كما تتفق نتائج الدراسة الحالية مع نتائج دراسة كريشون (Krishone) (2004م) (100) والتي توصلت إلى أن اهتمام بالغ بعد أحداث 11 سبتمبر للسياحة الداخلية حيث زادت النسبة إلى 35 مليون سائح وأشهر الأماكن (نيويورك- كاليفورنيا- داون تاون- حي مانهاتن). وأهم الأنشطة هي (الرياضات- السفاري- زيارة المتاحف- الاحتفالات- الحدائق- سانتا بارك) واهتمام بالغ بالسياحة الترويحية العائلية.

ويتفق الدراسة الحالية مع ما أوضحه تهاني عبدالسلام (2001م) (114:21:107) على أن الأنشطة الترويحية وممارستها تجعل الشباب أصحاء وتحافظ على لياقتهم وتبقيهم بعيداً عن مخاطر المشاكل أو الانحراف وإدمان المخدرات، وتجعلهم إيجابيين في التعامل مع المجتمع المحيط بهم، تزيد من ثقتهم بأنفسهم، كما أنها تساعدهم في التغلب على خجلهم وقضاء وقت سعيد عند ممارستهم للأنشطة المحببة لديهم وتزودهم بالخبرات المختلفة في التغلب على حل مشاكلهم. كما أنها تعطي للشباب فرصة لتحدي أنفسهم لدفع حدودهم إلى حدود بيئية آمنة وإيجابية، فالتحدي والتجربة والمخاطرة هم أجزاء من التطور الذاتي الصحي والسليم فيجب علينا مساعدة الشباب على توفير مثل هذا النوع من النمو من خلال توفير شتى الأنشطة الترويحية لديهم.

وهذا ما يؤكدته تهاني عبد السلام محمد (2001) (21: 87) إلى أهمية الأنشطة الترويحية في الحفاظ على توازن الفرد النفسي وسلامة تكوينه حتى يمكن له العطاء والعمل ومواكبة إيقاع الحياة والمتطلبات النفسية والبدنية ومواجهة متطلبات الحياة الحضرية الحديثة بكل ما فيها من صراعات وإجهاد بدني وعصبي، حيث أصبحت الأنشطة الترويحية جزءاً هاماً وحيوياً من حياة الفرد وليست مجرد من أنها احتياجات ثانوية أو شيء من الترف.

المحور الرابع: حصر الموارد المادية والبشرية المتوفرة لتنفيذ الأنشطة الترويجية السياحية بمحافظة أربيل

البعد الأول: حصر الموارد المادية المتوفرة لتنفيذ الأنشطة الترويجية السياحية بمحافظة أربيل
جدول (14) التكرارات والنسب المئوية وقيمة ك2 لاستجابات المسنولين والمترددين على عبارات المحور الرابع- البعد الأول " حصر الموارد المادية المتوفرة لتنفيذ الأنشطة الترويجية السياحية بمحافظة أربيل"

رقم العبارة	العبارات	المسنولين (ن=37)						المترددين (ن=400)						
		متوفر		إلى حد ما		غير متوفر		متوفر		إلى حد ما		غير متوفر		
		ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	
89	حمامات السباحة الدولية ومراكز للألعاب المائية (أكوا سنتر)	12	32.43	20	54.05	5	13.51	229	57.25	58	14.50	113	28.25	36.2*
90	المتنزهات والحدائق	25	67.57	9	24.32	3	8.11	374	93.50	8	2.00	18	4.50	46.8*
91	الأندية (الرياضية - الاجتماعية)	22	59.46	8	21.62	7	18.92	298	74.50	37	9.25	65	16.25	6.23*
92	ملاعب خماسية	29	78.38	6	16.22	2	5.41	208	52.00	67	16.75	125	31.25	12.1*
93	صالة مغطاة متعددة الاستخدامات	8	21.62	24	64.86	5	13.51	236	59.00	59	14.75	105	26.25	55.4*
94	أدوات خاصة بالركت وتنس الطاولة (طاولات - مضارب - كرات)	9	24.32	24	64.86	4	10.81	250	62.50	50	12.50	100	25.00	66.0*
95	ملاعب جولف	12	32.43	20	54.05	5	13.51	158	39.50	122	30.50	120	30.00	9.42*
96	صالة للبولنج	9	24.32	22	59.46	6	16.22	232	58.00	64	16.00	104	26.00	40.8*
97	طاولات بلياردو وأجهزة بيبى فوت	24	64.86	8	21.62	5	13.51	246	61.50	49	12.25	105	26.25	4.52
98	دراجات هوائية	22	59.46	9	24.32	6	16.22	270	67.50	44	11.00	86	21.50	5.73
99	دراجات نارية (بيتش باجي)	8	21.62	11	29.73	18	48.65	187	46.75	70	17.50	143	35.75	9.06*
100	سيارات السباق الصغيرة (الكارتينج)	9	24.32	7	18.92	21	56.76	208	52.00	80	20.00	112	28.00	14.5*
101	أجهزة ألعاب إلكترونية (فيديو جيم)	21	56.76	9	24.32	7	18.92	307	76.75	27	6.75	66	16.50	14.6*
102	أدوات خاصة بصيد الأسماك	10	27.03	23	62.16	4	10.81	194	48.50	94	23.50	112	28.00	26.0*
103	أماكن للخدمات العامة (دوراه مياه)	12	32.43	7	18.92	18	48.65	262	65.50	39	9.75	99	24.75	15.9*
104	أماكن للمأكولات والمشروبات	25	67.57	4	10.81	8	21.62	330	82.50	13	3.25	57	14.25	7.15*
105	مكتبات وقاعات للندوات والمؤتمرات	18	48.65	12	32.43	7	18.92	288	72.00	30	7.50	82	20.50	24.6*
106	قاعات للعرض السينمائي والمسرحي	8	21.62	23	62.16	6	16.22	275	68.75	46	11.50	79	19.75	66.9*
107	إمكانيات لإقامة المهرجانات والمسابقات والحفلات المختلفة	22	59.46	9	24.32	6	16.22	272	68.00	48	12.00	80	20.00	4.56
108	إمكانات خاصة بالمعاقين وذوى الاحتياجات الخاصة	9	24.32	15	40.54	13	35.14	230	57.50	77	19.25	93	23.25	16.1*

قيمة ك2 عند درجات حرجية (2) ومستوى دلالة (0.05) = 5,991

تابع لمحور الرابع: جدول (14)

التكرارات والنسب المئوية وقيمة كا2 لاستجابات المسؤولين والمترددين على عبارات المحور الرابع- البعد الأول "حصر الموارد المادية المتوفرة لتنفيذ الأنشطة الترويجية السياحية بمحافظة أربيل"

رقم العبارة	العبارات	المسؤولين (ن=37)						المترددين (ن=400)						
		متوفر		إلى حد ما		غير متوفر		متوفر		إلى حد ما		غير متوفر		
		%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
109	وجود شركات سياحية لتنظيم الرحلات الترفيهية	15	40.54	17	45.95	5	13.51	295	73.75	39	9.75	66	16.50	40.1*
110	إمكانات لإقامة المعارض	25	67.57	6	16.22	6	16.22	287	71.75	32	8.00	81	20.25	2.99
111	صالات للرقص (ديسكو تك)	10	27.03	10	27.03	17	45.95	146	36.50	76	19.00	178	44.50	1.98
112	منتجات سياحية	24	64.86	7	18.92	6	16.22	289	72.25	48	12.00	63	15.75	1.55
113	أماكن للتسوق	30	81.08	3	8.11	4	10.81	338	84.50	24	6.00	38	9.50	0.35
114	عوامل الأمن والسلامة	21	56.76	5	13.51	11	29.73	321	80.25	32	8.00	47	11.75	11.9*
115	وحدات للإسعافات الأولية بأماكن ممارسة الأنشطة	4	10.81	28	75.68	5	13.51	284	71.00	50	12.50	66	16.50	94.5*
116	آثار تاريخية	27	72.97	5	13.51	5	13.51	296	74.00	46	11.50	58	14.50	0.15
117	سهول ووديان	30	81.08	3	8.11	4	10.81	292	73.00	44	11.00	64	16.00	1.15
118	صعود الي جبال مرتفعة	27	72.97	3	8.11	7	18.92	231	57.75	68	17.00	101	25.25	3.53
119	جليد طبيعي	24	64.86	9	24.32	4	10.81	232	58.00	98	24.50	70	17.50	1.17
120	أماكن انتظار للسيارات	16	43.24	7	18.92	14	37.84	296	74.00	26	6.50	78	19.50	16.9*
121	فنادق	30	81.08	2	5.41	5	13.51	353	88.25	12	3.00	35	8.75	1.65
122	البنوك	30	81.08	2	5.41	5	13.51	329	82.25	21	5.25	50	12.50	0.03
123	وسائل مواصلات	28	75.68	4	10.81	5	13.51	328	82.00	18	4.50	54	13.50	2.85

قيمة كا2 عنددر جاتحريية (2) ومستوبدلالاة (0.05)=5,991

توضح من جدول (14) والخاص بـ (حصص الموارد المادية المتوفرة لتنفيذ الأنشطة الترويحية السياحية بمحافظة أربيل) أن استجابات بالنسبة لعينة الدراسة من المسؤولين والمتريدين دالة إحصائياً في جميع العبارات ما عدا العبارات (97-98-107-110-111-112-113-116-117-118-119-121-122-123) حيث أن أعلى نسبة استجابات في (حصص الموارد المادية المتوفرة لتنفيذ الأنشطة الترويحية السياحية بمحافظة أربيل):

- بالنسبة لعينة المسؤولين في العبارة رقم (92) بلغت بنسبة (78.38%) حول (ملاعب خماسية). وادني نسبة استجابات بنعم في عبارة رقم (115) بلغت بنسبة (10,81%) حول (وحدات للإسعافات الأولية بأماكن ممارسة الأنشطة).

أما بالنسبة لعينة المترددين حيث أن أعلى نسبة استجابات في (حصص الموارد المادية المتوفرة لتنفيذ الأنشطة الترويحية السياحية بمحافظة أربيل) في العبارة رقم (90) بنسبة (93.5%) حول (المتنزهات والحدائق) وادني نسبة استجابات بنعم في عبارة رقم (95) بنسبة (39.5%) حول (ملاعب جولف).

كما يتضح أن أهم الموارد المادية المتوفرة بمحافظة أربيل تمثلت في: أماكن للتسوق، فنادق، البنوك، ملاعب خماسية، وسائل مواصلات، أثار تاريخية، صعود الي جبال مرتفعة، المتنزهات والحدائق، أماكن للمأكولات والمشروبات، إمكانات لإقامة المعارض، طاولات بلياردو وأجهزة بيبي فوت، منتجات سياحية، جليد طبيعي، الأندية (الرياضية- الاجتماعية)، دراجات هوائية، إمكانات لإقامة المهرجانات والمسابقات والحفلات المختلفة، أجهزة ألعاب إلكترونية (فيديو جيم)، عوامل الأمن والسلامة، مكتبات وقاعات للندوات والمؤتمرات، أماكن انتظار للسيارات، وجود شركات سياحية لتنظيم الرحلات الترفيهية، حمامات السباحة الدولية ومراكز للألعاب المائية (أكوا سنتر)، ملاعب جولف، أماكن للخدمات العامة (دورات مياه)، أدوات خاصة بصيد الأسماك.

وهذا ما يؤكد ماجدة محمد (2005م) (61: 34) وطه أحمد (2010م) (47: 123) أن السياحة من مصادر الدخل القومي، كما بالنسبة لبعض الدول هي المصدر الأول. وأن السياحة في كثير من دول العالم تمثل قطاعاً اقتصادياً رئيساً يعمل على ضخ العملات الصعبة، وجذب الاستثمارات الأجنبية وتوفير فرص عمل حيث تعتبر السياحة بمجالاتها المختلفة "أكبر صناعة في العالم في مجال تشغيل اليد العاملة والقضاء على البطالة".

ويؤكد صلاح الدين خربوطلي (2002م) (46: 57) أن السياحة في ميزان تصنف المدفوعات ضمن الصادرات غير المنظورة كالتأمين والملاحة ويتجلى أثر السياحة من خلال تعديل ميزان المدفوعات وإعادة التوازن اليه في حال العجز أو

التخفيف منه على الأقل، وبخاصة عندما تكون حركة رأس المال سلبية أي عدم تخرج أموال من الدولة خارج البلاد من أجل إبقاء قروض أو فوائد للاستثمار في الخارج.

ويتفق مع نتائج دراسة أمانج احمد حمد أمين علي (2008م) (16) والتي توصلت إلى أن يغلب على المنشآت السياحية في قضاء سوران صفة الا تخطيط والعفوية من جهة وافتقارها إلى المعلومات والبيانات إحصائية عن السياح الوافدين من جهة أخرى. وضعف البنية التحتية للمواقع السياحية في قضاء سوران وعدم تطويرها لتتلاءم مع حجم السياح وتدني المستوى الخدمات المتوفرة في المنطقة للسائح.

وتناجدراسة حسان أحمد صالح القدومي (2009م) (24) والتي توصلت إلى أنه لا يوجد اهتمام بالبنية الأساسية في بعض المناطق السياحية وخاصة في المناطق الريفية. وعديد من المناطق السياحية التي تحتاج إلى التنمية السياحية وخاصة في شمال الضفة الغربية.

كما تتفق مع نتائج دراسة أميرة عبد الحميد عبد الظاهر (2011م) (17) والتي توصلت إلى أن التسوق من أحدث وأسرع وسائل الجذب السياحي في الأعوام الأخيرة.

ونائج دراسة سعد إبراهيم حمد (2011م) (40) والتي توصلت إلى أنها كقصور كبير في المعرض السياحي من حيث العدد الإجمالي للفنادق السياحية بمختلف صناعاتها والأسرة والغرف من جهة وهناك خلفيتون يعهد المعرض من جهة أخرى.

وتتفق مع نتائج دراسة ويفر لاوتون (Weaver Lawton) (2009م) (105) والتي توصلت إلى أن الرياضة لها تأثير إيجابي على الدخل القومي الإقليمي وهي الطريق الأكثر كفاءة من أجل تحسين الدخل القومي من خلال الإيرادات السياحية وتوفير فرص العمل.

المحور الرابع: حصر الموارد المادية والبشرية المتوفرة لتنفيذ الأنشطة الترويجية السياحية بمحافظة أربيل

البعد الثاني: حصر الموارد البشرية المتوفرة لتنفيذ الأنشطة الترويجية السياحية

بمحافظة أربيل

جدول (15) التكرارات والنسب المئوية وقيمة كا2 لاستجابات المسؤولين والمتريدين على عبارات المحور الرابع- البعد الثاني "حصر الموارد البشرية المتوفرة لتنفيذ الأنشطة الترويجية السياحية بمحافظة أربيل"

رقم عبارة	العبارات							
	المسؤولين				المتريدين			
	متوفر	غير متوفر	متوفر	غير متوفر	متوفر	غير متوفر	متوفر	غير متوفر
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%

124	إدارة مسنولة عن تخطيط وتنفيذ الأنشطة الترويحية السياحية	32	86.49	5	13.51	280	70.00	120	30.00	4.51*
125	دورات تدريبية متطورة للعاملين بالأنشطة الترويحية	15	40.54	22	59.46	204	51.00	196	49.00	1.48
126	عمال النظافة في الأماكن السياحية	34	91.89	3	8.11	324	81.00	76	19.00	2.71
127	أخصائيين لتنظيم برامج توعية للمتريدين	10	27.03	27	72.97	215	53.75	185	46.25	9.68*
128	أخصائيين لتنظيم برامج ترويحية ونشرها على شبكة الانترنت	32	86.49	5	13.51	265	66.25	135	33.75	6.37*
129	أخصائيين لتنظيم الأنشطة الرياضية والمسابقات والمهرجانات الترويحية	35	94.59	2	5.41	258	64.50	142	35.50	13.88*
130	خبراء في مجال السياحة	22	59.46	15	40.54	272	68.00	128	32.00	1.12
131	أخصائيين لتنظيم الرحلات	31	83.78	6	16.22	305	76.25	95	23.75	1.08
132	مسؤولين لتعاون بين جهاز السياحة الرسمي وقطاعات الدولة	30	81.08	7	18.92	283	70.75	117	29.25	1.78
133	أخصائيين لتعليم الأنشطة الترويحية لكبار السن	10	27.03	27	72.97	193	48.25	207	51.75	6.13*
134	جهاز مسنول عن رقابة جودة الأنشطة الترويحية	11	29.73	26	70.27	251	62.75	149	37.25	15.38*
135	أخصائيين لتنظيم الأنشطة العلاجية	8	21.62	29	78.38	257	64.25	143	35.75	25.78*
136	أخصائيين لبرامج مواجهة التلوث البيئي	34	91.89	3	8.11	248	62.00	152	38.00	13.22*
137	أخصائيين لتنظيم أنشطة الاجتماعية	30	81.08	7	18.92	261	65.25	139	34.75	3.82
138	عمال صيانة للأجهزة والأدوات	34	91.89	3	8.11	295	73.75	105	26.25	5.99*
139	مرشدين سياحيين	15	40.54	22	59.46	281	70.25	119	29.75	13.67*
140	مدربين لأنشطة الترويحية السياحية	13	35.14	24	64.86	253	63.25	147	36.75	11.23*
141	مترجمين لغات	35	94.59	2	5.41	297	74.25	103	25.75	7.67*
142	أخصائيين لتعليم الأنشطة الترويحية لذوى الاحتياجات الخاصة	17	45.95	20	54.05	223	55.75	177	44.25	1.31

قيمة $t = 3,84 = (0,05)$ ومستوى دلالة (1) وعند درجات حرية (15) والخاص بـ (حصر

الموارد البشرية المتوفرة لتنفيذ الأنشطة الترويحية السياحية بمحافظة أربيل) أن استجابات بالنسبة لعينة الدراسة من المسؤولين والمتريدين دالة إحصائياً في جميع العبارات ما عدا العبارات (125-126-130-131-132-137-142) حيث أن أعلى نسبة استجابات في (حصر الموارد البشرية المتوفرة لتنفيذ الأنشطة الترويحية السياحية بمحافظة أربيل):

- بالنسبة لعينة المسؤولين في العبارتين رقم (129)، (141) بلغت بنسبة (94,59%) حول (أخصائيين لتنظيم الأنشطة الرياضية والمسابقات والمهرجانات الترويحية)، (مترجمين لغات). وادني نسبة استجابات بنعم في عبارة رقم (135) بلغت بنسبة (21,62%) حول (أخصائيين لتنظيم الأنشطة العلاجية).

أما بالنسبة لعينة المترجمين حيث أن أعلى نسبة استجابات في (حصر الموارد البشرية المتوفرة لتنفيذ الأنشطة الترويحية السياحية بمحافظة أربيل) في العبارة رقم (141) بنسبة (74,25%) حول (مترجمين لغات) وادني نسبة استجابات بنعم في عبارة رقم (133) بنسبة (48,25%) حول (أخصائيين لتعليم الأنشطة الترويحية لكبار السن).

كما يتضح أن أهم الموارد البشرية المتوفرة لتنفيذ الأنشطة الترويحية السياحية بمحافظة أربيل تمثلت في: إدارة مسئولة عن تخطيط وتنفيذ الأنشطة الترويحية السياحية، وأخصائيين لتنظيم الأنشطة الرياضية والمسابقات والمهرجانات الترويحية، و مترجمين لغات، و عمال النظافة في الأماكن السياحية، وأخصائيين لبرامج مواجهة التلوث البيئي، و عمال صيانة للأجهزة والأدوات، وأخصائيين لتنظيم برامج ترويحي ونشرها على شبكة الانترنت، وأخصائيين لتنظيم الرحلات، ومسؤولين لتعاون بين جهاز السياحة الرسمي وقطاعات الدولة، وأخصائيين لتنظيم أنشطة الاجتماعية، وخبراء في مجال السياحة.

بينما تعاني الموارد البشرية من بعض النقص في: أخصائيين لتنظيم الأنشطة العلاجية، وأخصائيين لتنظيم برامج توعية للمتدربين، وأخصائيين لتعليم الأنشطة الترويحية لكبار السن، وجهاز مسئول عن رقابة جودة الأنشطة الترويحية، ومدرسين لأنشطة الترويحية السياحية، ودورات تدريبية متطورة للعاملين بالأنشطة الترويحية، مرشدين سياحيين، وأخصائيين لتعليم الأنشطة الترويحية لذوى الاحتياجات الخاصة. وهذا ما أوضحه هايدي محمود على صالح (2005) (85) ان انخفاض مستوى مصادر المعرفة السياحية والأنشطة التسويقية نتيجة للقصور الشديد في التمويل وغياب الكوادر والخبرات المدربة، وأن هناك قصور أداء الأنشطة السياحية المختلفة.

تتفق نتائج الدراسة الحالية مع نتائج دراسة عبد الحميد محمد فتحي عبد الحميد (2006م) (49) والتي توصلت إلى عدم وجود أخصائيين لتنظيم وتنفيذ أنواع معينة من الأنشطة الترويحية كالأنشطة الثقافية والاجتماعية وأنشطة الترويج العلاجي، وعدم توفر معايير خاصة للعاملين بالأنشطة الترويحية في القرى السياحية، وقلة القيادات المتخصصة التي تساعد السائحين على ممارسة الأنشطة الترويحية المفضلة. وتتفق نتائج الدراسة الحالية مع نتائج دراسة وليد أمينعباس بهجت (2000م) (91) والتي توصلت الى عدم توافر الكوادر المؤهلة للعمل في مجال السياحة الرياضية. وعدم توافر الكوادر والقيادات المسؤولة عن الألعاب الترويحية داخل القرى السياحية.

كما تتفق نتائج الدراسة الحالية مع نتائج دراسة أمانج احمد حمد أمين علي (2008م) (16) والتي توصلت الى ضعف الإعلام السياحي في قضاء سوران من خلال عدم توفر المعلومات والخرائط السياحية في أماكن الزيارة من جهة والنقص في عدد الأدلاء السياحيين في المواقع السياحية من جهة أخرى . وتتفق مع نتائج دراسة حسان أحمد صالح القدومي (2009م) (24) والتي توصلت الى عدم اهتمام كافي من المؤسسات التعليمية الفلسطينية بنشر الوعي

السياحي لدى المواطنين تجاه السياحة الداخلية. وعدم توافر الكوادر المؤهلة القادرة على ترميم المناطق السياحية.

عبارات المحور الخامس: معوقات تنفيذ ممارسة الأنشطة الترويحية السياحية بمحافظة أربيل

جدول (16) التكرارات والنسب المئوية وقيمة كا2 لاستجابات المسؤولين والمترددين على عبارات المحور الخامس "معوقات تنفيذ ممارسة الأنشطة الترويحية السياحية بمحافظة أربيل"

رقم العبار ة	العبارات	المسؤولين				المترددين			
		لا		نعم		لا		نعم	
		ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
143	ملائمة الأماكن السياحية للترويج	23	62.16	14	37.84	142	35.50	258	64.50
144	ملائمة الملاعب والصالات لممارسة الأنشطة الترويحية الرياضية	15	40.54	22	59.46	240	60.00	160	40.00
145	وجود هيكل تنظيمي للترويج السياحي	26	70.27	11	29.73	152	38.00	248	62.00
146	توافر عوامل الأمن والسلامة للمتريدين	16	43.24	21	56.76	217	54.25	183	45.75
147	وجود خبرات لتنظيم المعارض والأسواق	20	54.05	17	45.95	183	45.75	217	54.25
148	ارتفاع أسعار الانتقالات	24	64.86	13	35.14	354	88.50	46	11.50
149	ارتفاع أسعار الإقامة	19	51.35	18	48.65	297	74.25	103	25.75
150	وجود أماكن وفنادق للإقامة	17	45.95	20	54.05	220	55.00	180	45.00
151	سوء معاملة الضيوف	23	62.16	14	37.84	264	66.00	136	34.00
152	نقص الكوادر البشرية المؤهلة	17	45.95	20	54.05	217	54.25	183	45.75
153	سوء القوانين المنظمة للترويج السياحي	12	32.43	25	67.57	246	61.50	154	38.50
154	وجود مواقع دعائية للسياحة الترويحية	19	51.35	18	48.65	203	50.75	197	49.25
155	وجود مكاتب سياحية بالمحافظة وبالمحافظات الأخرى	16	43.24	21	56.76	223	55.75	177	44.25
156	ضعف الزواحي الطبية والصحية للمتريدين	15	40.54	22	59.46	257	64.25	143	35.75
157	وجود أماكن انتظار للسيارات	32	86.49	5	13.51	342	85.50	58	14.50
158	وجود عمال نظافة وعمال مساعدة لتجهيز أماكن الترويج السياحي	20	54.05	17	45.95	186	46.50	214	53.50
159	سوء الغذاء والمأكول والمشرب	15	40.54	22	59.46	231	57.75	169	42.25
160	وجود أنشطة ترويحية سياحية لذوي الاحتياجات الخاصة	23	62.16	14	37.84	176	44.00	224	56.00
161	الوعي بتنمية القطاع السياحي كأحد الخيارات الاستراتيجية للتنمية الاقتصادية	20	54.05	17	45.95	183	45.75	217	54.25
162	تحقيق التوازن بين القطاعات الاقتصادية المختلفة	21	56.76	16	43.24	166	41.50	234	58.50
163	وجود وعى للترويج السياحي لدى المسؤولين	23	62.16	14	37.84	159	39.75	241	60.25
164	توفر خريطة ترويحية سياحية كاملة لمناطق الجذب السياحي الترويحي باللغات المختلفة	29	78.38	8	21.62	88	22.00	312	78.00
165	إقبال رؤوس الأموال المحلية للاستثمار الترويحي السياحي	26	70.27	11	29.73	126	31.50	274	68.50
166	وجود تسويق سياحي ترويحي داخلي	31	83.78	6	16.22	87	21.75	313	78.25
167	وجود تسويق سياحي ترويحي خارجي	27	72.97	10	27.03	119	29.75	281	70.25

قيمة كا2 عنددرجاتحرية (1) ومستودلالة (0.05) = 3,84

يتضح من جدول (16) والخاص (بالمعوقات تنفيذ ممارسة الأنشطة الترويحية السياحية بمحافظة أربيل) أن استجابات بالنسبة لعينة الدراسة من المسؤولين

والمترددین دالة إحصائيا في جميع العبارات ما عدا العبارات (146-147-150-152-151-154-155-157-158-161-162) حيث أن أعلى نسبة استجابات في (معوقات تنفيذ ممارسة الأنشطة الترويجية السياحية بمحافظة أربيل):

- بالنسبة لعينة المسئولين في العبارة رقم (164) بلغت بنسبة (78.38%) حول (توفر خريطة ترويجية سياحية كاملة لمناطق الجذب السياحي الترويجي باللغات المختلفة). وادني نسبة استجابات بنعم في عبارة رقم (153) بلغت بنسبة (32.43%) حول (سوء القوانين المنظمة للترويج السياحي).

أما بالنسبة لعينة المترددین حيث أن أعلى نسبة استجابات في (معوقات تنفيذ ممارسة الأنشطة الترويجية السياحية بمحافظة أربيل) في العبارة رقم (148) بنسبة (88.5%) حول (ارتفاع أسعار الانتقالات) وادني نسبة استجابات في عبارة رقم (164) بنسبة (22%) حول (توفر خريطة ترويجية سياحية كاملة لمناطق الجذب السياحي الترويجي باللغات المختلفة).

كما يتضح من جدول السابق تبين أن أهم تلك المعوقات تمثلت في: ارتفاع أسعار الانتقالات، وسوء القوانين المنظمة للترويج السياحي، وعدم ملائمة الملاعب والصالات لممارسة الأنشطة الترويجية الرياضية، وعدم توافر عوامل الأمن والسلامة للمترددین، وعدم وجود مكاتب سياحية بالمحافظة وبالمحافظات الاخرى، وعدم وجود أماكن وفنادق للإقامة، وارتفاع أسعار الإقامة، وعدم وجود مواقع دعائية للسياحة الترويجية، وعدم وجود عمال نظافة وعمال مساعدة لتجهيز أماكن الترويج السياحي، وعدم الوعي بتنمية القطاع السياحي كأحد الخيارات الاستراتيجية للتنمية الاقتصادية، وعدم تحقيق التوازن بين القطاعات الاقتصادية المختلفة، وضعف النواحي الطبية والصحية للمترددین مشاكل السياحة ومعوقات.

إن العراق زاخر بالمواقع الدينية والآثارية لكن السياحة ما زالت تعيش في سبات وكساد كبيرين لذلك على الجهات المعنية ان تهتم بالسياحة كونها عاملا من عوامل بناء الاقتصاد الوطني وأن واقع السياحة في العراق يمر بمرحلة التراجع وغياب الخطط الإستراتيجية وعدم الاستثمار للموارد. والثروات السياحية التي يمكن ان تنعكس بايرادات كبيرة لدعم الاقتصاد الوطني، وأن الاتجاه الي تفعيل السياحة والاهتمام بها هو افضل ما تتجه اليه الحكومة وتقليل اعتماداتها على ومنها عدم توفر الملاكات المتخصصة بالسياحة كالمترجمين والمرشدين والعمال كذلك قلة السيارات الحديثة والجديدة التي تنقل الزائرين فضلا عن قلة الخدمات مثل توفير الطعام الجيد والفنادق المريحة وتكفل علاج المرضى من الزائرين كون السياحة تشكل مردودا اقتصاديا جيدا. مطالبا الحكومة بالانفاق على هذا القطاع الحيوي وهذا يتطلب مزيدا من التركيز على المشروعات التي تتمتع بجوى اقتصادية فالطلب على

السياحة تزداد وتنوع وتتطور مع تطور وتنوع القطاعات الأخرى لافتنا الى ان قطاع السياحة يحتاج الى تمويل كبير بسبب النقص في البنية التحتية والتقنيات ومشاكل القطاع الخاص من القوانين الاقتصادية مشيراً الى حاجة هذا القطاع الحيوي الى تسهيلات حكومية ودعم وتفاعل من خلال حثه على العمل في مشاريع إنتاجية بهدف تطوير العمل السياحي ودعم الاقتصاد الوطني.

وتتفق نتائج المحور الخامس مع نتائج دراسة وليد أمين (2000م) (91) في عدم توافر الكوادر المؤهلة للعمل في مجال السياحة الرياضية، وعدم توافر الكوادر والقيادات المسؤولة عن الألعاب الترويحية داخل القرى السياحية، وكذلك عدم توافر الأدوات والأجهزة الرياضية داخل بعض القرى السياحية، وكذلك الخدمات الإعلامية عن المسابقات الرياضية، وعدم إسهام هيئة التنشيط السياحي في وضع برامج السياحة الرياضية.

وكذلك تتفق مع نتائج دراسة حنان أحمد (2000م) (27) والتي توصلت إلى وجود قصور في تنمية السياحة، وتنشيط السياحة الداخلية.

وكذلك تتفق نتائج المحور الخامس مع نتائج دراسة هالة محمد (2001م) (84) في عدم توافر منشآت وكوادر قادرة على استغلال الإمكانيات لزيادة الدخل القومي، وقصور في الخدمات التي تقدم للسائحين، وفي البرامج الخاصة بتنشيط السياحة الرياضية.

وكذلك مع دراسة سعيد صفي الدين (2001م) (42) والتي توصلت إلى قصور في الاهتمام بمقومات طبيعية للجذب السياحي وتنمية صناعة السياحة، وفي المرافق السياحية، وفي عدم وجود قدرة تنافسية مع بعض الدول المجاورة وكذلك مع دراسة هايدي محمود (2005م) (85) والتي توصلت إلى انخفاض مستوى مصادر المعرفة السياحية والأنشطة التسويقية نتيجة للقصور الشديد في التمويل وغياب الكوادر والخبرات المدربة.

ومع نتائج دراسة عبد الحميد محمد (2006م) (49) والتي توصلت إلى عدم وجود أخصائيين لتنظيم وتنفيذ أنواع معينة من الأنشطة الترويحية كالأنشطة الثقافية والاجتماعية وأنشطة الترويج العلاجي، قلة القيادات المتخصصة التي تساعد السائحين على ممارسة الأنشطة الترويحية التي يفضلونها.

وتتفق مع نتائج دراسة صابر حسن عمر (2002) (44) والتي توصلت إلى ارتفاع تكلفة ممارسة بعض مناشط الترويج المائي، وعدم توفر عوامل الأمن والسلام، وارتفاع أسعار الدخول إلى الشواطئ والقرى السياحية، وارتفاع أسعار تعليم مناشط الترويج المائي، وعدم توفر مدراس لتعليم بعض مناشط الترويج المائي. كذلك تتفق مع دراسة أميرة عبد الحميد عبد الظاهر (2011م) (17) والتي توصلت إلى عدم توفر القيادات المسؤولة عن الألعاب الترويحية.

ومع دراسة ولاء محمد إبراهيم محمد الملاح (2011م) (90) في أن يتفق كلاً من المسؤولين والمترددين ان المعوقات التي تواجه السياحة الترويحية بمحافظة الإسكندرية هي: عدم وضوح خطة تسويقية وعدم مراعاة الجانب الصحي للمكان والخدمات المقدمة وعدم موقع متخصص على الانترنت لتلقى الشكاوى واقتراحات وعدم تناسب العمالة مع الأنشطة الترويحية وعدم وجود برامج ترويحية لذوي الاحتياجات الخاصة.

وكذلك مع دراسة سعد إبراهيم حمد (2011م) (40) والتي توصلت الى أنه لا توجد استراتيجية واضحة في مجال صناعة السياحة في العرا قسواء منحيث العرض أو الطلب السياحي، وهناك قصور كبير في العرض السياحي من حيث العدد والإجمالي للفنادق السياحية بمختلف صناعاتها والأسرة والغرف من جهة وهناك خلفيتوز يعهد العرض من جهة أخرى.

ونتائج دراسة بيرجوس دوجلاس (Bergous, Douglas) (2004م) (96) والتي توصلت الى أن عوامل الجذب المتوفرة داخل الدولة تسهم في إشباع احتياجات الأفراد، والموقع الجغرافي أحد العوامل لتنشيط السياحة.

الفصل الخامس

الاستخلاصات والتوصيات

أولاً: استخلاصات الدراسة

ثانياً: توصيات الدراسة

الفصل الخامس

الاستخلاصات والتوصيات

أولاً: الاستخلاصات:

في ضوء أهداف الدراسة وفي إطار المنهج العلمي المستخدم وما استعان به الباحث من أدوات لجمع البيانات وما اتبعه من إجراءات، وكذلك من خلال التحليل الإحصائي للبيانات وعرضها وتفسير النتائج توصل الباحث إلى الاستخلاصات التالية:

المحور الأول: مفهوم الأنشطة الترويحية السياحية بمحافظة أربيل

- 1- نوع من النشاط يشعر بها الفرد بالسعادة في الانتقال من مكان إقامته الي المناطق الطبيعية في أوقات الفراغ
- 2- مظهر التغيير في حياة الفرد تاركا محل إقامته المعتاد لفترة مؤقتة إلى بيئة أخرى هروبا من الروتين اليومي للشعور بالراحة والاستجمام
- 3- الأنشطة الترويحية لها مقوماتها (الاجتماعية والثقافية والبيئية) التي تختلف من بلد لآخر

المحور الثاني: أهداف الأنشطة الترويحية السياحية بمحافظة أربيل

- 1- الشعور بالسعادة والسرور للمتريدين
- 2- تنشيط الحركة الاقتصادية في المجتمع لجعل الأنشطة والبرامج الترويحية السياحية كموارد استثمارية
- 3- رفع إنتاجية الموارد البشرية من خلال عمل الشباب في هذا القطاع
- 4- الاهتمام بمناطق الجذب السياحي وتطويرها وما يحيط بها من مدن وأماكن
- 5- محركا رئيسيا من محركات التنمية الاقتصادية وخاصة في الدول التي تملك مقومات الجذب السياحي
- 6- تعتبر ركيزة من ركائز الاستقرار والتنمية الاقتصادية المستدامة
- 7- التطوير من مشروعات البنية الأساسية للدولة من (مطارات، طرق، صرف صحي شبكات،.....) تخدم الهيكل الاقتصادي
- 8- إنشاء خدمات وتسهيلات جديدة (كالقرى السياحية، المنتجعات) تلائم مستوى الأنشطة السياحية الداخلية والدولية

9- تساعد على التعرف عن عادات وتقاليد مجتمعات اخرى

المحور الثالث: الأنشطة الترويجية السياحية المتوفرة بمحافظة أربيل

الأنشطة المائية:

- 1- شلالات وأنهار
- 2- السباحة
- 3- ينابيع والعيون (العلاجية والسخنة)

الأنشطة الرياضية:

- 1- دولاب هوائي (تلفريك)
- 2- الكرة الخماسية
- 3- البولنج
- 4- الجري والمشي

الأنشطة الخاصة بالطبيعة:

- 1- متنزهات والحدائق
- 2- تسلق والقفز من الجبال

الأنشطة الثقافية والاجتماعية والتاريخية:

- 1- حياة الخلاء
- 2- زيارة المتاحف والأماكن الأثرية
- 3- المهرجانات والاحتفالات والمناسبات الشعبية والقومية والدينية
- 4- أنشطة خاصة بذوي الاحتياجات الخاصة

أماكن للسياحة الترويجية:

- 1- إقامة المعارض
- 2- إقامة الحفلات
- 3- الأندية والمراكز الصحية

المحور الرابع: الموارد المادية والبشرية المتوفرة لتنفيذ الأنشطة الترويجية السياحية بمحافظة أربيل

البعد الأول: الموارد المادية المتوفرة لتنفيذ الأنشطة الترويحية السياحية بمحافظة أربيل

- 1- المتنزهات والحدائق
- 2- الأندية (الرياضية- الاجتماعية)
- 3- ملاعب خماسية
- 4- أجهزة ألعاب إلكترونية (فيديو جيم)
- 5- أماكن للخدمات العامة (دوراه مياه)
- 6- إمكانات لإقامة المعارض
- 7- أماكن للتسوق
- 8- سهول ووديان
- 9- فنادق
- 10- البنوك

البعد الثاني: الموارد البشرية المتوفرة لتنفيذ الأنشطة الترويحية السياحية بمحافظة

أربيل

- 1- إدارة مسئولة عن تخطيط وتنفيذ الأنشطة الترويحية السياحية
- 2- أخصائيين لتنظيم برامج توعية للمتريدين
- 3- أخصائيين لتنظيم الأنشطة الرياضية والمسابقات والمهرجانات الترويحية
- 4- أخصائيين لتنظيم الرحلات
- 5- مترجمين لغات

المحور الخامس: معوقات تنفيذ ممارسة الأنشطة الترويحية السياحية بمحافظة أربيل

- 1- ملائمة الأماكن السياحية للترويج
- 2- وجود هيكل تنظيمي للترويج السياحي
- 3- ارتفاع أسعار الانتقالات
- 4- ارتفاع أسعار الإقامة
- 5- ضعف النواحي الطبية والصحية للمتريدين
- 6- وجود أنشطة ترويحية سياحية لذوي الاحتياجات الخاصة
- 7- توفر خريطة ترويحية سياحية كاملة لمناطق الجذب السياحي الترويحي باللغات المختلفة
- 8- عدم وجود تسويق سياحي ترويحي داخلي

ثانياً: التوصيات

في ضوء المنهج المستخدم وهدف الدراسة وفي اطار العينة التي تم اجراء الدراسة عليها، يتقدم الباحث بالتوصيات التالية والنابعة من استخلاصات التي توصل اليها من خلال عرض وتفسير ومناقشة النتائج.

1. ضرورة استخدام السياحة كمحرك يحقق التنمية الإقليمية المتوازنة والنهوض بالمستوى المعيشي للمناطق الأقل نموا التي تمتلك المصادر والموارد السياحية.

2. ضرورة استثمار الأنشطة الترويحية السياحية المتنوعة مثل (تسلق على الجبال، تزلج على الثلج).

3. ضرورة توافر الإمكانات المادية لأنشطة الترويحية بمحافظة أربيل من أدوات وأجهزة جديدة لممارسة الأنشطة الترويحية كذلك الإمكانات البشرية بتشغيل الشباب المؤهلين للعمل في المجال السياحي من خريجات كليات ومعاهد سياحة وفنادق وكليات ومعاهد التربية الرياضية.

4. العمل على نشر الوعي الترويحي السياحي بواسطة وسائل الاتصال الجماهيرية من تلفاز وإذاعة وصحافة، باحترام خصوصية السائح وثقافته.

5. الاهتمام بالأجهزة المسؤولة عن رقابة جودة الأنشطة الترويحية.

6. ضرورة تنمية أنواع السياحات الأخرى كالمؤتمرات.

7. الاهتمام ببرامج الترويحية لذوي الاحتياجات الخاصة وكبار السن.

8. عمل برامج توعية للجماهير على نظافة الأماكن الترويحية السياحية وبأهمية تنشيط السياحة وبكيفية التعامل مع ثقافة السائح.

9. توفير أخصائيين لتنظيم الأنشطة العلاجية.

10. ضرورة استخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة في نظافة المياه والجبال والمناطق السياحية.

11. ضرورة وجود مستوى متميز من صناعة الضيافة والمأكولات والمشروبات والالتزام بالقواعد والقوانين بالتكلفة داخل الأماكن السياحية.

12. ضرورة توفير الشقق والفنادق السياحية وأماكن انتظار للسيارات.

13. توفير وحدة للإسعافات في الأماكن الترويحية.

14. انخفاض أسعار الانتقالات والإقامة.

15. توفير خريطة ترويحية سياحية كاملة لمناطق الجذب السياحي والترفيهي باللغات المختلفة للمتريدين.

16. توفير أنشطة ترويحية سياحية لذوي الاحتياجات الخاصة.

17. توفير أخصائيين لبرامج مواجهة التلوث البيئي.

قائمة المراجع

أولاً: المراجع باللغة العربية

ثانياً: المراجع باللغة الأجنبية

ثالثاً: مواقع الشبكة الدولية للمعلومات

قائمة المراجع

أولاً: المراجع العربية

1. إبراهيم عبد المقصود، حسن الشافعي : الموسوعة العلمية للإدارة الرياضية، التخطيط في المجال الرياضي، كتاب 2، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، ط1، الإسكندرية (2004م)
2. —، — : الموسوعة العلمية للإدارة الرياضية، السياحة مصدر لتمويل الرياضة، كتاب 6، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، ط1، الإسكندرية (2004م).
3. أبوبكر عوني عطية علي : التخطيط لموارد السياحة الرياضية، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، ط1، الإسكندرية (2011م).
4. أحمد الجلال : الإفاق التخطيطية لأنماط النقل السياحي، عالم الكتب (2003م).
5. أحمد ربيع، عبد الحميد : التصور الإسلامي لدور الترويج التربوي في بناء الشخصية المسلمة. "مجلة كلية التربية، جامعة الأزهر- القاهرة، العدد (71)، (1998م).
6. أحمد طيب عشي : الاغتراب بين الضرورة والضرر www.mojat.com (2003م).
7. أسعد حماد أبو رمان، عادل سعيد الراوي : السياحة في الأردن، إثراء للنشر والتوزيع، ط1، عمان (2009م).
8. أسماء محمد أحمد محمد : تنمية السياحة التعليمية في المقاصد السياحية بالتطبيق على الإسكندرية كمقصد سياحي، رسالة ماجستير، غير منشورة، كلية سياحة والفنادق، جامعة الإسكندرية، الإسكندرية (2011م).
9. إسماعيل القرعة غولي، مروان عبد المجيد : التربية الترويجية وأوقات الفراغ، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، الأردن (2001م).
10. أشرف سمير الميداني : السياحة الرياضية في مصر، دار الوفاء

- لندنيا الطباعة والنشر والتوزيع،
ط1، الإسكندرية(2005)م.
- السياحة صناعة العصر، مكتبة بيروت،
ط1، القاهرة (2009)م. : 11. أقيوم أكمجو مسلم
- دليل أربيل السياحي، المديرية العامة
لسياحة أربيل،(2011)م. : 12. المديرية العامة لسياحة
أربيل
- دليل خدمة السائح في محافظة أربيل،
المديرية العامة لسياحة أربيل، (2013)م. : 13. _____
- الدليل السياحي لمنطقة سوران، المديرية
العامة لسياحة أربيل، ط1، أربيل(2014)م : 14. المديرية العامة لسياحة
أربيل مديرية سياحة سوران
- السياحة الدينية في إقليم كردستان، الهيئة
العامة للسياحة، أربيل (2013)م. : 15. الهيئة العامة للسياحة مديرية
الإعلام
- المرتكزات الجغرافية للتخطيط السياحي
بقضاء سوران، رسالة ماجستير، غير
منشورة، كلية التربية، جامعة موصل
(2008)م. : 16. أمانج احمد حمدأمين علي
- دراسة مسحية للأنشطة السياحية الترويحية
بمحافظة الإسكندرية، رسالة ماجستير،
غير منشورة، كلية التربية الرياضية
للبنات، جامعة الإسكندرية،
الإسكندرية(2011)م). : 17. أميرة عبد الحميد عبد
الظاهر
- السياحة اسس ومبادئ، دار ادي شير للنشر
والاعلام، اربيل (2006)م. : 18. بنامين يوحنا دانيال
- المقومات السياحية والترويحية، وأثرها في
تنشيط الحركة السياحية (دراسة سياحية في
محافظة البصرة)، مجلة الإدارة والاقتصاد،
العدد 70(2008)م. : 19. تغريد سعيد حسن
- أسس الترويج والتربية الترويحية، دار
المعارف، القاهرة(1993)م. : 20. تهاني عبد السلام محمد
- الترويج والتربية الترويحية: دار الفكر
العربي،ط1، القاهرة (2001)م. : 21. _____
- اتجاهات حديثة في رعاية ذوي الاحتياجات
الخاصة، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة

- (2008)م.
اتجاهات طلاب جامعة حلوان نحو وقت الفراغ، رسالة ماجستير، كلية التربية الرياضية للبنين، جامعة حلوان، القاهرة (1999)م.
23. تيمور أحمد راغب : السياحة والترويج والخدمات المرتبطة بها في الضفة الغربية- فلسطين المحتلة- دراسة في جغرافية السياحة، رسالة ماجستير، غير منشورة، كلية الآداب، قسم الجغرافيا ونظم المعلومات الجغرافية، جامعة الإسكندرية (2009)م.
24. حسان أحمد صالح القدومي : أسس التربية البدنية، مكتبة الانجلو المصرية، القاهرة (1990م).
25. حسن معوض وكمال صالح : إدارة المنشآت السياحية، دار المسيرة للنشر، ط1، (2002)م.
26. حسين عطير : مدخل تسويقي لاستراتيجية التنمية السياحية في جمهورية مصر العربية بالتطبيق على مدينة الأقصر والمدن السياحية الجديدة، رسالة ماجستير، كلية التجارة وإدارة الأعمال، جامعة حلوان، القاهرة (2000)م.
27. حنان أحمد على سعودي : قراءات ودراسات حول التربية التفاعلية، المكتب العلمي للكمبيوتر، (2000)م.
28. حنان وجيه جوده : الترويج التربوي "رؤية إسلامية". دار المسلم للنشر والتوزيع، الرياض، (1994)م.
29. خالد بن فهد العودة : أوقات الفراغ والترويج، مفاهيم وإدارة، (2004)م.
30. خليفة طالب خليفة بهبهاني : دليل العاصمة، في كروب للطباعة والنشر، أربيل (2012)م.
31. خه زينه : اقتصاديات صناعة السياحة، الفتح للطباعة والنشر، الإسكندرية (2004)م.
32. دلال محمد عبد الهادي : دراسات في أساسيات السياحة، الفتح للطباعة والنشر، الإسكندرية (2004)م.
33. _____ :

34. دلزار حسن : موسوعة أربيل السياحية، محافظة أربيل، ط1، أربيل(2014م)
35. رابح جلوان وآخرون : دليل التربية الرياضية. دار التراث، المدينة المنورة،(1989م).
36. رؤوف مجدي الأنصاري : السياحة في العراق ودورها في التنمية والإعمار، هداي برس، بيروت(2008م).
37. ريم فاروق النشار : موسمية السياحة وآثارها الاقتصادية والاجتماعية، دراسة تطبيقية على مدينة الإسكندرية، رسالة ماجستير، غير منشورة، كلية سياحة وفنادق، الإسكندرية (2001م).
38. ريما الحناوي : مبادئ السياحة، ط1، دار البركة للنشر والتوزيع، عمان (2000م).
39. ريهام حسن علي أحمد : تقويم برامج الأنشطة الترويحية لطلبة وطالبات المدن الجامعية جامعة الإسكندرية، رسالة دكتوراه، كلية التربية الرياضية للبنات، جامعة الإسكندرية (2010م).
40. سعد إبراهيم محمد : واقع العرض والطلب السياحي في العراق "دراسة تحليلية"، مجلة أبحاث كلية التربية الأساسية، المجلد 10، العدد 4(2011م).
41. سعد أحمد سعد شلبي : الاتجاهات الترويحية للقيادات التربوية ببعض الجامعات المصرية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية الرياضية للبنين، جامعة الزقازيق(1998م).
42. سعيد صفى الدين الطيب : مقومات التنمية السياحية في ليبيا دراسة في الجغرافية السياحية، رسالة دكتوراه، كلية الآداب، جامعة القاهرة، القاهرة (2001م).
43. شيرزاد شيخاني : أربيل عاصمة للسياحة العربية 2014، جريدة الشرق الأوسط، العدد 12447، 26 ديسمبر (2012م).
44. صابر حسن عمر : تقويم أنشطة الترويج المائي بالمشروعات السياحية في جمهورية مصر العربية،

- رسالة ماجستير، جامعة حلوان. القاهرة (2002)م.
45. صباح بربال قصاب : ناركولوجيا له كوردستان، مجمع شهاب للطباعة، ط1، أربيل (2007م)
46. صلاح الدين خربوطلي : السياحة صناعة العصر، دار حازم، ط1، دمشق (2002)م.
47. طه أحمد عبيد : مشكلات التسويق السياحي دراسة ميدانية، المكتب الجامعي الحديث، ط1، القاهرة (2010)م.
48. طه عبد الرحيم طه : مدخل إلى الترويج، دار الوفاء لدنيا للطباعة والنشر، الإسكندرية (2006)م.
49. عبد الحميد محمد فتحي عبد الحميد : دراسة مسحية للأنشطة الترويجية بالقرى السياحية بمحافظة، البحر الأحمر، رسالة ماجستير، غير منشورة، كلية التربية الرياضية للبنات، جامعة الإسكندرية، الإسكندرية (2006)م.
50. عبد الزازق سليمان أبو داود، ليلي صالح زعزوع : السياحة والترويج في جدة، المفاهيم والسياسات والموارد، جدة (1428)هـ.
51. عصام سعد إبراهيم : أثر برنامج الترويج الرياضي على بعض المتغيرات البدنية والفسولوجية والرضا النفسي لطلاب جامعة قناة السويس، رسالة دكتوراه، غير منشورة، كلية التربية الرياضية، جامعة قناة السويس، (1997)م.
52. عطيات محمد خطاب : أوقات الفراغ والترويج، دار المعارف، القاهرة (1990)م.
53. عطية محمد شحاته : بانوراما الحياة السياحية، المجلس الأعلى للثقافة، القاهرة (2002)م.
54. غسان عمر : السياحة في محافظة نابلس، دراسة جغرافية، رسالة ماجستير، غير منشورة، جامعة النجاح الوطنية، قسم الجغرافيا، نابلس (2003)م.
55. غنيم سعد : التخطيط السياحي، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، ط1، (1999)م.

56. فواده أحمد البكري : الإعلام السياحي، دار نهضة الشرق، جامعة القاهرة (2001م).
57. فوزي عطوي : لبنان والبلاد العربية، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت (2004م).
58. كمال الدين عبد الرحمن درويش، محمد محمد الحماحمي : رؤية عصرية للترويج وأوقات الفراغ. مركز الكتاب للنشر، ط3، القاهرة (2007م).
59. كمال الدين عبدالرحمن درويش، أمين أنور الخولي : الترويج وأوقات الفراغ، دار الفكر العربي، ط2. القاهرة (2001م).
60. كمال عبدالحميد اسماعيل وآخرون : الترويج الرياضي للشباب، دار الفكر العربي، ط1، القاهرة (2012م).
61. ماجدة محمد أحمد جمعة : التنمية السياحية بمدينة الغردقة وأثرها السلبى على البيئة، الجمعية الجغرافيا المصرية. (2005م).
62. ماهر عبد الخالق السيسي : شركات السياحة ووكالات السفر، ط1، دار الفكر العربي. الإسكندرية (2004م).
63. صناعة السياحة، الأساسيات والمبادئ، مطابع الولاء الحديثة، شبين الكوم (2003م).
64. مثنى طه الحوري، إسماعيل محمد علي الدباغ : مبادئ السفر والسياحة، مؤسسة الوراق، ط1، الأردن (2001م).
65. محافظة أربيل : أربيل 5 سنوات من الإعمار والتنمية، مطبعة حاج هاشم، أربيل (2009م).
66. محسن محمد حسين وآخرون : أربيل دراسة تاريخية، دار آراس للطباعة والنشر، ط1، أربيل (2012م).
67. محمد إبراهيم الذهبي السعيد والي : بناء مقياس لتقويم الأنشطة الطلابية بجامعة المنصورة من منظور ترويحى، رسالة ماجستير، كلية التربية الرياضية، جامعة المنصورة، (2005م).
68. محمد إبراهيم عراقي، فاروق عبد النبي عطا الله : التنمية السياحية المستدامة في جمهورية مصر العربية، دراسة تقويمية بالتطبيق على محافظة الإسكندرية، ورشة عمل، منشورة، كلية السياحة والفنادق، جامعة الإسكندرية (2007م)

69. محمد الصيرفي : التخطيط السياحي، دار الفكر العربي، ط1، الإسكندرية(2007)م.
70. محمد حسن النقاش : تخطيط المواقع السياسية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية(2014)م.
71. _____ : صناعة الرحلات السياحية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية(2014)م.
72. محمد خميس الزوقة : صناعة السياحة من المنظور الجغرافي، دار المعرفة الجامعية، ط3، الإسكندرية(2001)م.
73. محمد محمد الحماحي، عايدة عبد العزيز مصطفى : الترويج بين النظرية والتطبيق، ط6، مركز الكتاب للنشر. القاهرة(2009)م.
74. محمد منير حجاب : الاعلام السياحي، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة (2002)م.
75. محمد ناجي عبيد : التوزيع الجغرافي للأماكن السياحية الترويجية في المدينة المنورة، رسالة ماجستير، غير منشورة، كلية السياحة والفنادق، جامعة حلوان (2005)م.
76. محمود إسماعيل طلبه : سيكولوجية الترويج وأوقات الفراغ، ط1، القاهرة(2009)م.
77. محمود محمود هويدي : المدخل لدراسة السياحة، دار الإفاق العربية، ط2، القاهرة(2006)م.
78. مدحت قاسم، أحمد عبد الفتاح : السياحة الرياضية والمنتجات الصحية العلاجية، دار الفکر العربي، ط1، القاهرة(2013)م.
79. مروى محمود السيد أبو كيلىة : تقويم البرنامج الترويجي بمركز الرعاية الاجتماعية والثقافية للمكفوفين جامعة الإسكندرية، (2013)م.
80. مسعد عويس : الترويج وأوقات الفراغ رسالة إلى الشباب فوق الستين، مؤسسة سيد عويس للدراسات والبحوث الاجتماعية، الجيزة(2008)م
81. موفق عدنان الحميري، نبيل زعل الحوامدة : الجغرافية السياحية في القرن الحادي والعشرون، ط1، دار الحامد للنشر، عمان(2006)م.

82. نادر روستى : كه شتيك بوكه شتوكوزار، مطبعة
روكسانا، ط1، (2011م)
83. _____ : الدليل السياحي لإقليم كردستان، الهيئة
العامة للسياحة، أربيل (2013م).
84. هالة محمد عمر الصبي : تقويم أنشطة الترويج الرياضي
بالمشروعات السياحية في جمهورية مصر
العربية، رسالة دكتوراه، كلية التربية
الرياضية، جامعة طنطا، طنطا (2001م).
85. هايدي محمود علي صالح : تسويق المقصد الأعظم كاتجاه سياحي
حديث، رسالة دكتوراه، كلية السياحة
والفنادق، جامعة حلوان، القاهرة (2005م).
86. هدى سيد لطيف : السياحة مدخل ورؤية، هبة النيل العربية
للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة (2002م).
87. هشام عزت سعد جاد : السياحة الرياضية في مصر بين التكوين
والتنشيط، دراسة لنقاط القوة والضعف
والفرض والتحديات، رسالة دكتوراه،
القاهرة (2009م).
88. هوشيار محمد أمين خوشناو،
سردار محمد عبد الرحمن : دليل الجيب إلى إقليم كردستان (الأثار
والسياحة)، تينوس للتصميم والطباعة
وأعمال الكارتوغراف، أربيل (2012م).
89. وفاء زكي إبراهيم : دور السياحة في التنمية الاجتماعية دراسة
تقوميه للقرى السياحية، ط1 (2006م).
90. ولاء محمد إبراهيم محمد الملاح : دراسة لواقع السياحة الترويجية بمحافظة
الإسكندرية، رسالة ماجستير، غير
منشورة، كلية التربية الرياضية للبنات،
جامعة الإسكندرية، الإسكندرية (2011م).
91. وليد أمين عباس بهجت : بناء برامج للأنشطة الترويجية الرياضية
للسياحة الرياضية بجمهورية مصر
العربية، رسالة دكتوراه، غير منشورة،
كلية التربية الرياضية للبنين، جامعة
حلوان، القاهرة (2000م).
92. يسري دعيس : السياحة والمجتمع، الملتقى المصري
للإبداع، دار الفكر العربي،

- الإسكندرية(2009)م.
السلوك الاستهلاكي للسائح، دراسة في
93 : الأنثروبولوجيا الاقتصادية، دار الفكر
العربي، الإسكندرية، (2002)م.
التربية السياحية، دار الكتاب الحديث
94 : يوسف جعفر سعادة
القاهرة (2000)م.

ثانيا: المراجع الأجنبية

- 95 Alert Meyer : Emanuel de kadt, Tourism, passport to
Development, university press,
oxford, 2002.
- 96 Bergius, Douglas : the type of domestic tourism.2004.
- 97 Collins , A. ,Jones , C.
and Munday ,M : Assessing the environmental impacts
of mega Sporting events: two
options?. Tourism Management in
Press-DOI: 10, 1016/J. tour man.
2008.
- 98 Coloston, L, et.al : Volunteering to promote fitness and
caring: a motive for linking college
students with mature adults , Journal:
Activities, adaptation & aging
Binghamton, N.Y.(201)), Refs: 32,
PP. 79-90(1995).
- 99 Dime ,P : Review of " Sport s Tourism: Part
pants ,Policy and Providers "by Mike
Weed and Chris Bull.Tourism
Management p.630. (2008)
- 100 Krishone : the domestic tourism in the united
states of America(2004)
- 101 Marston , James Robert : Towards an accessible city: Empirical
measurement and modeling of access
to urban opportunities for those with
vision impairment, using remote
infrared audible signage, ph.D.
dissertation, University of

- California, Santa Barbara; 2002
- 102 Robert Lanquar : Le tourisme international. que sais je, 5eme edition. Paris: Presses universitaires, (1993).
- 103 Schroom ,M : The physical education activities program; a collective evaluation of students, interests at the university of north Carolina, chapel hill, university of Oregon, Eugene, ore, 1997.
- 104 Warn, Sue : Recreation and Tourism, Cheltenham, UK, Nelson Thorne, (2001).
- 105 Weaver , D : Tourism and economic development tourism Lawton, L management, u's census Bureau, October, 2009

ثالثاً: مواقع الشبكة الدولية للمعلومات

- 106- <http://ar.wikipedia.org>
 107- <http://iraq.iraq.ir/vb/showthread.php?t>
 108- <http://sotaliraq.com/articlesiraq.php?id>
 109- <http://www.hawlergov.org/ar/>
 110- <http://www.WorldTourism.org>-December. 2005.
 111- <http://www.kurdistantour.net>