

"أهمية تنويع الأنماط السياحية وتأثيرها على مستقبل الطلب السياحي في محافظة كربلاء دراسة ميدانية"

** غنية ضياء مشفي

* أ.الهام خضير شبر

المسخلص

تمتلك محافظة كربلاء العديد من الأماكن الدينية والمواقع السياحية الطبيعية والتاريخية والترفيهية ولكن نجد الاهتمام بنمط السياحة الدينية فقط، كنمط سياحي وحيد في المحافظة رغم تميز كربلاء بتنوع مقوماتها وأنماطها السياحية المتعددة إلا أن الأنماط السياحية الأخرى أهملت وهذا يؤدي إلى هدر في الموارد الاقتصادية والسياحية وإمكانية استغلالها بالشكل الصحيح ومن هنا تظهر أهمية الدراسة.

أن إمكانية أقامه مناطق سياحية جديدة أو تطوير منطقة سياحية تقليدية وخلق أنماط سياحية جديدة ومتنوعة يحقق لنا تنمية متوازنة وشاملة لكافة العناصر المكونة للعرض والطلب السياحيين في محافظة كربلاء، بدلا من إبقائها مناطق سياحية من الدرجة الثالثة كما يصفها بعض الاختصاصيين في مجال السياحة وهي المناطق التي تتوفر فيها المغريات ولكن لا توجد أي مرافق أو خدمات أو تسهيلات تقدم لزوار تلك المنطقة فيتم تجاهلها حتى على الخارطة السياحية.

لذلك تخصصت الرسالة بدراسة أهمية تنويع الأنماط السياحية وتأثيرها على مستقبل الطلب السياحي في محافظة كربلاء من خلال دراسة أهم مؤشرات الطلب السياحي والذي يعكس مدى تطور الطلب السياحي حاليا ومستقبلا مثل عدد السياح ومعدل بقائهم وعدد ليالي المبيت ومعدل أنفاقهم اليومي وتوصلنا إلى نتائج وحقائق واضحة ومهمة تثبت صحة فرضيات دراستنا من خلال الاعتماد على بيانات حصلنا عليها من وزارة السياحة والآثار/ هيئة السياحة وكذلك وزارة التخطيط/ الجهاز المركزي للإحصاء وتكنولوجيا المعلومات، ولم نكتفي بذلك بل قمنا بالدراسة الميدانية عن طريق تصميم استمارات إحصائية وزعت على عينة من الزوار العراقيين والعرب والأجانب وقد اعتمد مقياس ليكرت الخماسي إذ تضمنت الاستمارة (32) سؤال واستخدام نظام (Spss) لتحليل نتائج الاستمارات الإحصائية، إذ أظهرت النتائج أن هناك مستقبل مشرق ومتطور من خلال هذا التنوع، كما أعطت الرسالة مجموعة من التوصيات من أجل النهوض بالمستقبل السياحي الأفضل للمحافظة.

أن الدراسة تنطوي على أربعة فصول وتشتمل على :

الفصل الأول: دراسة عامة في الأنماط السياحية والطلب السياحي.

الفصل الثاني: دراسة عامة عن محافظة كربلاء (إداريا/ جغرافيا/ سياحيا) .

الفصل الثالث: واقع ومؤشرات تطور الطلب السياحي في كربلاء وأهم خصائصه.

الفصل الرابع: الدراسة الميدانية والتصورات المستقبلية .

Abstract

K arballa'a Goveomorate Possesses Many Religious Places And Natural Enter Tairg Historical Touristic Places Though Attention Is Paid To The Fermer Plases Omlly.

And Neglecting The Other, A Matter That Causes A Waste The Use Of Economical Resources And Pecause Of This The Importance Of This Study Emerges.

* الجامعة المستنصرية / كلية العلوم السياحية .

** باحثة .

مقبول للنشر بتاريخ 2013/11/18

مستل من رسالة ماجستير

Farning A New Touristic Place Cr Devdoping An Ordinary One And Crediting New Touristic Patterns May Create A Complete And Balanced Devdopnent for All The Elements That Form The Touristic Supply And Demand In Governorate Like Karpala'a.

Due To What Has Peen Mentioned Above, The Present Study Focyses Cn Studying The Importance Of The Variation In Touristic Patterns And Their Effect On The Touristic Demand In Karpala'a.

Depending On The Data Taken From Ministry Of Tourism – Tourism Institution And Nasty Of Planning- The Central Staff Of Statistics And Information Technology, A Nipper Of Important Results Which reinforce This Study Has Peen Got.

Addition To This, A Field Study Has Been Performed Throughout Distributing Statistical Sheets On Asanple Of Iraqi Arup And Foreign Visitors.

These Sheets Which Contain 32 questions Have Peen Analyzed Depending On Spss System.

The Results Show That There Will be A Developed Shining Future If This variety Is Applied.

A Number of Recommendations Has Also Been Suggested To Develop The Touristic Future Of The Governorate.

The Study Lies in Few Chapters.

Tackles The Touristic Patterns And Demand In General.

Devoted To Discussing Karbala's Governorate Fron An Administrative, Geographical.

Touristic View Point. The Penultimate On Deals With The Signs Of The Development Of Touristic Demand In Karbala's And Its Main Characteristics.

The Last One Presents The Field Study And Future Perspectives.

المقدمة

حظيت كربلاء المدينة التاريخية الخالدة مقاماً محموداً ومكانة رفيعة من لدن المعنيين بتاريخ البلدان العراقية، وذلك لمنزلتها ولكونها مدينة العلم والأدب والمعرفة. أن مدينة كربلاء بحق سجل حافل بالطولة والتضحية والفداء على مر العصور والأزمان زينت صفحاتها المشرقة بحروف من نور في تاريخ العراق فضلا عن معالمها الحضارية التي تزخر بها عما تكتنزه من أثارها المجيدة.

ولا يخفى على المتتبع ما لكربلاء من واقع سياحي (ديني واثري) حافل بالشواهد المقدسة والتاريخية وحافل أيضا بالإهمال التام ومنذ عقود بل لم تمتد يد إحدى الحكومات السابقة وعلى مدى تأريخ الدولة العراقية إلى هذا الواقع السياحي الكبير بالاهتمام والعناية وإبرازه بالشكل اللائق أمام الوافدين إلى كربلاء المقدسة بل حدث العكس، حيث أهملت تلك المرافق التاريخية والأثرية من قبل تلك الحكومات إهمالا تاما ولحد الآن حيث نجد أن محافظة كربلاء تتمتع بتنوع مقومات أنماط سياحية متعددة إلا أن الاهتمام والتركيز فقط على السياحة الدينية وإهمال باقي الأنماط السياحية الأخرى وهذا يؤدي إلى هدر في الموارد الاقتصادية والسياحية وإمكانية استغلالها بالشكل الصحيح ومن هنا تظهر أهمية الدراسة. لأن إمكانية إقامة مناطق سياحية جديدة أو تطوير منطقة سياحية تقليدية وخلق أنماط سياحية جديدة ومتنوعة يحقق لنا تنمية متوازنة وشاملة لكافة العناصر المكونة للعرض والطلب السياحيين في محافظة كربلاء. وبدلا من إبقائها مناطق سياحية من الدرجة الثالثة كما يصفها بعض الاختصاصيين في مجال السياحة وهي المناطق التي تتوافر فيها المغريات ولكن لا توجد أية مرافق أو خدمات أو تسهيلات تقدم لزوار تلك المنطقة فيتم تجاهلها حتى على الخريطة السياحية. ولا شك في أن هذا الهدف يعني إحداث تغييرات كبيرة في شكل العرض السياحي وذلك باستغلال مراكز جديدة لقضاء إجازات الترفيه والاستفادة من المغريات الطبيعية والإنسانية التي تتميز بها المدينة ويعني ذلك ضرورة بذل الجهود ووضع الخطط والسياسات اللازمة لتدعيم دور السياحة في تحقيق التنمية المحلية في محافظة كربلاء .

مشكلة البحث:

تمتلك كربلاء امكانيات سياحية متنوعة ومتميزة ولكن الاهتمام فقط بنمط السياحة الدينية، وإهمال باقي الانماط السياحية يقلل من المنافع الاقتصادية والاجتماعية للمجتمع والاقتصاد المحلي للمحافظة خصوصا، وللعراق عموما وبالتالي يؤثر في نمو طلب سياحي متنوع وجديد يزيد من القدرة التنافسية للسياحة العراقية مقارنة بدول الجوار خصوصا والدول العربية عموما.

اهداف البحث:

- 1- دراسة شروط ومقومات الانماط السياحية.
- 2- دراسة أهم الخصائص والمقومات السياحية المتاحة في كربلاء.
- 3- دراسة خصائص الطلب السياحي في كربلاء.
- 4- دراسة تأثير تنوع الانماط السياحية في كربلاء على مستقبل الطلب السياحي المحلي والاجنبي في كربلاء.

فرضية البحث:

- 1- نفرض أن التوجه نحو تنوع الأنماط السياحية في كربلاء وتحقيق استغلال امثل للمقومات السياحية المتاحة إلى جانب الاهتمام بالسياحة الدينية يضيف ميزة نسبية وتنافسية للمنتوج السياحي للمحافظة ويكسب أسواقا لطلب سياحي جديد ومتنوع لمحافظة كربلاء خصوصا وللعراق عموما. H1.
- 2- نفرض أن التوجه نحو تنوع الأنماط السياحية في كربلاء إلى جانب الاهتمام بالسياحة الدينية لا يضيف ميزة نسبية وتنافسية للمنتوج السياحي للمحافظة ولا يكتسب أسواقا لطلب سياحي جديد ومتنوع لمحافظة كربلاء خصوصا وللعراق عموما. H0.

اسلوب البحث:

- اعتمدنا أكثر من أسلوب لتحقيق أهداف البحث واختبار فرضياته وكما يأتي :
- 1- أسلوب الوصف التحليلي لتغطية الجانب النظري من الدراسة وأهم الخصائص التي تتعلق بمتغيرات الدراسة.
 - 2- الأسلوب الميداني من خلال الاستبانة الإحصائية.

الحدود الزمانية والمكانية:

الحدود الزمانية للدراسة للمدة من 2010-2002 أما الحدود المكانية فضمت فقط محافظة كربلاء.

المبحث الاول

"دراسة في النمط السياحي ومقومات العرض السياحي في كربلاء"

أولاً: النمط السياحي "مفهوما وأنواعا" ..

أ- النمط لغة :

ورد في معجم لسان العرب أن النمط ((جماعة من الناس أمرهم واحد . وفي الحديث : خير الناس هذا النمط الأوسط . وروي عن علي بن أبي طالب "علية السلام" أنه قال : خير هذه الأمة النمط الأوسط يلحق بهم التالي ويرجع إليهم الغالي .

قال أبو عبيدة : النمط هو الطريقة . يقال : ألزم هذا النمط ، أي : هذا الطريق . والنمط أيضاً : الضرب من الضروب والنوع من الأنواع . يقال : ليس هذا من ذلك النمط . أي من ذلك النوع والضرب ، يقال هذا في المتاع والعلم وغير ذلك .

والمعنى الذي أراده علي عليه السلام انه كره الغلو والتقصير في الدين ...

والجمع من ذلك كله أنماط ونماط، والنسب إليه أنماطي ونمطي ((⁽¹⁾)

ولم يخرج أهل الأدب والبلاغة قديماً عن هذا المعنى اللغوي للنمط ، فهو الضرب والنوع والفن عند التوحيدي⁽²⁾ . وهو الطريقة والأسلوب والمذهب عند عبد القاهر الجرجاني⁽³⁾ .

(1) ابن منظور، لسان العرب، دار لسان العرب، بيروت، د. ت مادة (نمط) .

(2) التوحيدي، الامتناع والمؤانسة، دار مكتبة الحياة، بيروت، بدون سنة، ص:ص: 125-122

(3) عبد القادر الجرجاني، دلالات الإعجاز، الطبعة الخامسة، القاهرة، 1372 هـ، ص: 75

ب- النمط اصطلاحاً :

النمط اصطلاحاً لا يغير معناه اللغوي المتقدم بل يماثله ويوازيه فالنمط يعد مفهوماً تصنيفياً افتراضياً يعتمد في تحديد إطاره وأبعاده على التماثل في خصائص الظواهر وطبيعة العلاقات. ولربما تكرر التماثل من حيث التوزيع استناداً إلى الزمان أو المكان ، أي إن الأنماط ذاتها يمكن تواجدها في كل مكان وزمان ، فضلاً عن أن هذه الأنماط يمكن أن تتداخل فيما بينها من حيث أنه لا يشترط تواجد نمط واحد في الزمان والمكان المعنيين⁽⁴⁾ . والأنماط أنواع ، فهناك :

- 1- النمط السلوكي: وهو ((جملة أفعال متماثلة ومستقرة نسبياً يقوم بها أشخاص أو جماعات))⁽⁵⁾
- 2- النمط الثقافي: وهو ((زمرة من سمات ثقافية مشتركة مألوفة لدى فئة من الناس⁽⁶⁾ . وتعريف الأدباء على الشكل النمطي ، وهو ((مخطط عام يتفق في التزامه أو محاكاته عدد كبير من الآثار الفنية أو الأدبية))⁽⁷⁾ .
- 3- النمط الجغرافي: ((عبارة عن ترتيب الأشياء أو الظواهر الجغرافية في الحيز المكاني))⁽⁸⁾ .
- 4- النمط عند المتخصصين بالأنثروبولوجيا: ((مجموعة الأفكار والفعاليات والأشياء المادية التي تتجمع بأسلوب منطقي ، وترابط بطريقة وظيفية ، بحيث لا يمكن تمييزها باعتبارها أجزاء ومكونات بل تبدو كلاً ذا طراز عام متناسق))⁽⁹⁾
- 5- نمط الإنتاج: وهو الطريقة التي يتم فيها تنظيم المجتمع لإنتاج السلع والخدمات، وتجد النظرية الماركسية عناصر الإنتاج الأرض-والعمل-ورأس المال- مرتبطة مع وسائل الإنتاج-الأدوات والآلات والتنظيم، غير أن علاقة الإنتاج بين الناس ووسائل الإنتاج-ولاسيما بين أرباب العمل والعمال-هي الخاصة المميزة الهامة لأي نمط إنتاج.⁽¹⁰⁾
- 6- نمط الحياة: أستعمل هذا النمط في الجغرافية البشرية من خلال أعمال الجغرافيين الفرنسيين في مطلع القرن العشرين إلى مجموعة الأشكال المادية لوجود الجماعات البشرية التي تعيش ضمن اقتصاد مغلق أو شبه مغلق، متميز بموضوع أساسي للنشاط الحيوي، مثل أنماط الحياة الرعوية، أنماط حياة تقوم على الصعيد البري والبحري أو القطاف، أو من خلال العلاقة المحصورة لهذا الاقتصاد مع البيئة الجغرافية المنتجة⁽¹¹⁾ .
- 7- النمط الاجتماعي: أي جزء من السلوك التفاعلي يتكرر بشكل غالب وذلك كتناول أفراد الأسرة ثلاث أكالات كل يوم، أو كقيامهم بأداء صلوات كل صباح، كما يبني النمط الاجتماعي أية مجموعة متناسقة من السلوك التفاعلي الذي يقوم به الأفراد، والسلوك التفاعلي الذي يربط بين الأفراد ويجعلهم يتأثرون بعضهم ببعض أو يوجد فيما بينهم نوع من الاعتماد المتبادل أو التأثير والتأثر المتبادل بين بعضهما البعض، ويتضمن النمط الاجتماعي نوعاً من التنسيق والترابط والتوقيت بين نشاطات فردين أو أكثر من الأفراد المشتركين في النمط⁽¹²⁾ .

ج: التنوع والتنوع.

تعني كلمة (التنوع Diversity) بمعجم الدليل التباين أو التغير أو التحول.⁽¹³⁾، أما قاموس (العصري) فيعبر عنه بأنه إثبات الوجود من ناحية عدم التشابه أو الاختلاف.⁽¹⁴⁾، ويصفه قاموس (لاروس المحيط) بالاختلاف والتباين والتفاوت⁽¹⁵⁾ .

ويشير له قاموس (Oxford) بأنه مجموعة من الناس والأشخاص الذين يكونون مختلفين عن بعضهم.⁽¹⁶⁾ وعليه للتنوع عدة تصنيفات منها (التفاوت الاجتماعي، التنوع العرقي، التعددية والاختلاف، التنوع الثقافي). أما التنوع (Difersification) من الناحية الإدارية يقصد به إنتاج منتجات جديدة وفق الإمكانيات المتاحة للمؤسسة بامتلاكها القدرات الفنية والإدارية والمالية لغرض الانفتاح على الأسواق الكامنة، وبذات الوقت

- (4) محمد يسري إبراهيم ، السياحة مفهوماً وأنماطها وأنواعها المختلفة ، القاهرة ، 2001 ، ص : 4
- (5) الأمانة العامة ، إدارة العمل الاجتماعي ، معجم مصطلحات التنمية الاجتماعية والعلوم المتصلة بها نيسان 1983 ، ص : 20.
- (6) المصدر نفسه ص: 172.
- (7) مجدي وهبة ، معجم مصطلحات الأدب ، مكتبة لبنان ، بيروت ، 1974 ، ص: 393.
- (8) يحيى محمد نبهان ، معجم مصطلحات الجغرافيا الطبيعية والفلكية والسياسية ، دار يافار عمان 2012، ص: 324.
- (9) د. شاكر مصطفى سليم ، قاموس الأنثروبولوجيا ، جامعة الكويت ، 1984 ، ص: 727.
- (10) فرانك بيبي، معجم بلاكويل للعلوم السياسية، ترجمة ونشر مركز الخليج للأبحاث، الطبعة الأولى، 2004، ص: 423
- (11) بيار جورج، معجم المصطلحات الجغرافية، ترجمة د. حمد الطفيلي، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر، الطبعة الثانية، 2002، ص: 868.
- (12) الشعبية القومية للتربية والعلوم والثقافة، معجم العلوم الاجتماعية، تصميم ومراجعة الدكتور، إبراهيم مذكور ، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1975 ، ص: 622.
- (13) محمد عبد الرزاق مناع، معجم الدليل، الطبعة الثانية، منشورات دار لبنان للطباعة والنشر والمنشأة العامة للنشر والتوزيع والاعلان، لبنان، 1984، ص: 253.
- (14) الياس أنطوان الياس، قاموس المصري، الطبعة الثانية، القاهرة، 1997، ص: 211.
- (15) بسام بركة، وآخرون، قاموس لاروس المحيط، أكاديمية انترناشونال، لبنان، 2007، ص: 239 .
- (16) Sally Wehmeier, oxford Advamced Learners Dictionary, 7th ed . Oxford Unidersity Press, New yourk ,2007, :p:486

فأنها تقلل نسبة ضغط التهديدات الخارجية باتجاه المنتج الواحد ، ويزيد ذلك من فرصها بالحفاظ على حصتها السوقية. (17) وهذا ما يهتما في دراستنا لبيان أهمية تنوع المنتج السياحي وخلق أنماط جديدة فضلاً عن الأنماط التقليدية في موقع الدراسة.

د: الأنماط السياحية.

هناك العديد من الدراسات التي تناولت الأنماط السياحية ولم تعط تعريفًا محددًا ودقيقًا وشاملاً لمفهوم الأنماط السياحية(18).

ولو اعتمدنا على أن النمط " مجموعة من الخصائص المتشابهة لا يمكن في الواقع فصلها، وتكون في مجموعها مظاهر ثابتة. (19) أن الأنماط جميعاً على مختلف حقولها واتجاهاتها لا تخرج عن المعنى اللغوي لهذا المصطلح ، فجميعها يدور في فلك المشتركات والتماثل والتشابه. (20)

أما التعريف الاجرائي للنمط السياحي هو (توظيف الطاقات والإمكانات السياحية المتاحة باتجاه دوافع السفر ورغبات السياح المختلفة لزيارة أماكن القصد السياحي ذات مقومات الجذب المختلفة وتقديم الخدمات والتسهيلات المكتملة التي تعرض المنتج السياحي وبشكله النهائي والذي يلبي احتياجات السائح ورضاه في الوقت نفسه).

ثانياً: مقومات العرض السياحي الطبيعية في كربلاء

تشمل المقومات الطبيعية في محافظة كربلاء على ما يأتي :

1- بحيرة الرزازة.

2- عين التمر.

ثالثاً: المقومات البشرية في محافظة كربلاء.

تشمل المقومات البشرية على ما يلي :

أ- المقومات التاريخية والاثريّة.

تمتلك محافظة كربلاء مجموعة من المقومات التاريخية والاثريّة المتميزة والفريدة من نوعها في العالم عربياً

وعالمياً وهذه المقومات هي :

1- حصن الاخضر.

2- كهوف الطار.

3- قلعة الهندية.

4- قصر مقاتل.

5- تلال دلمة والحصانة.

6- قصر شمعون.

7- منارة موقد (موجدة).

8- موقع الاقيصر.

9- آثار خان النخيلة (خان الربع).

10- خان العطيشي.

11- خان العطشان.

12- قصر العوينة.

13- قصور (قرى) شفاثا.

14- منارة العيد.

15- القنطرة البيضاء.

ب- مقومات الجذب الدينية.

1- الروضة الحسينية المقدسة.

2- الروضة العباسية المقدسة.

3- المراقد والمقامات.

ج- مقومات الضيافة.

د - العادات والتقاليد.

هـ- الصناعات التراثية الفلكلورية في كربلاء.

و- الزبي الشعبي.

ح- التعليم السياحي.

ط - المكتبات.

(17) سمراء، عبد الجبار ابراهيم أمين، أثر الفلسفات التسويقية في القرارات المتعلقة بالمنتجات الفندقية، رسالة ماجستير، مقدمة

إلى مجلس كلية الإدارة والاقتصاد، الجامعة المستنصرية، قسم السياحة وإدارة الفنادق، 2001، ص: 56

(18) د.محمود كامل، السياحة الحديثة علماً وتطبيقاً، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1975، ص: 35

(19) عبد الله إسماعيل الصوفي، معجم التقنيات التربوية، الطبعة الثانية، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2000، ص: 255

(20) محمد احمد العمري ، الأمن السياحي ، المفهوم والتطبيق ، دار الراية ، عمان ، 2011 ، ص : 27.

المبحث الثاني

مفهوم وخصائص الطلب السياحي في محافظة كربلاء

أولاً: مفهوم الطلب السياحي.

يعرف الطلب السياحي ((بأنه العدد الإجمالي للسياح الوافدين الذين يستفيدون من الخدمات والتسهيلات السياحية ، فالطلب السياحي هنا هو حركة التدفق السياحي الى المناطق الدولية))⁽²¹⁾ ويعرف الطلب السياحي ((العدد الكلي للأشخاص المسافرين أو الذين تمنوا السفر من أجل استخدام الوسائل والخدمات السياحية في أماكن بعيدة عن أماكن عملهم وسكنهم))⁽²²⁾

وهنا يجمع بين الرغبة في السفر واستخدام الخدمات السياحية في أماكن بعيدة عن مناطق سكنهم. ويعرف الطلب السياحي أيضاً بأنه ((ذلك أطلب الذي ينصب على أجمالي المنتجات السياحية أو مزيج الخدمات السياحية بصورة عامة وبكل تفاصيلها))⁽²³⁾. وهذا التعريف يركز فقط على مزيج الخدمات والمنتجات السياحية ولا يذكر العوامل الأخرى المحددة للطلب ولا سيما الرغبة والقدرة على الشراء.

وعرف الطلب السياحي أيضاً بأنه ((مجموعة من الاتجاهات والأحاسيس وردود الفعل اتجاه منطقة معينة أو إقليم معين تدفع السائح للتحرك والانتقال وتغيير مكان إقامته المعتادة بصفة مؤقتة بغية إشباعها))⁽²⁴⁾. وهنا الطلب على أساس معنوي ثم يتحرك السائح نحو الموقع أو المنطقة السياحية.

وعرف كذلك بأنه ((مدى مشاركة السكان المحليين والأفراد والجماعات من الدول الأخرى في النشاطات السياحية لبلد ما))⁽²⁵⁾. وهنا يركز التعريف على أن السائح المحلي أو الأجنبي هو مصدر الطلب السياحي.

ويعرف الطلب السياحي بأنه ((مجموع الاتجاهات والرغبات وردود الفعل اتجاه منطقة معينة. وطالما أن هذه الرغبة في السفر هي دافع مكتسب ومتأخر نوعاً ما في سلم الدوافع النفسية ، إذ يأتي دوره بعد الدوافع الأصلية التي تقوم على أساسيات بيولوجية متعلقة بحياة الإنسان ، مثل الجوع والعطش والملبس والسكن ، فإن الدافع إلى السفر يخضع لمؤشرات متنوعة تؤدي إلى وجود متغيرات متعددة في آراء الناس))⁽²⁶⁾. وهنا يجمع بين اتجاهات السياح ودوافعهم نحو منطقة معينة أو منطقة قصد سياحي.

وعرف أيضاً بأنه ((المجموع الإجمالي لأعداد السياح الوافدين الى المنطقة السياحية سواء منهم المواطنين أو الأجانب))⁽²⁷⁾. وهنا يجمع التعريف بين السياح المواطنين (المحليين) والأجانب.

ويشير الطلب السياحي إلى ((المجموع الإجمالي لأعداد السائحين الذين يستخدمون العرض أو المنشآت والخدمات السياحية سواء كانوا من المواطنين أو كانوا زواراً قادمين من البلدان المجاورة أو البلدان البعيدة))⁽²⁸⁾. وهنا فضلاً عن التعريف السابق فإن استخدام المنشآت والخدمات السياحية يمثل الطلب السياحي.

ثانياً: خصائص الطلب السياحي في كربلاء

1- أحادية النمط السياحي المتاح في كربلاء (نمط السياحة الدينية) الذي ينعكس بشكل واضح على مؤشرات الطلب الفندقية في كربلاء لان الدافع والغرض الاساس للسياح الوافدين الى كربلاء هو (الغرض الديني) والذي يعكس أن الخدمات السياحية والفندقية وجدت لمواجهة احتياجات السائح الديني فقط مما وضع الطلب السياحي في كربلاء في إطار محدد وضيق بسبب عدم التوجه نحو تنوع الانماط السياحية في كربلاء على الرغم من توفر كل مقوماتها المميزة ثقافياً وطبيعياً على سبيل المثال وإهمال الميزات النسبية والتنافسية التي تتمتع بها كربلاء سياحياً .

2- حساسية الطلب السياحي والفندقية في كربلاء من الوضع الامني والسياسي خلال مدة الدراسة الا انه لم يتأثر بشكل كبير بالعامل الامني الذي مرت بها البلاد مقارنة بباقي المحافظات العراقية وذلك بسبب طلب السياحة الدينية والذي كان له الاثر الايجابي كما في السنة (2003) (2004) بينما كان اثره السلبي واضح في عام

(21) د. محمد صالح ربيع العجيلي ، معجم المصطلحات والمفاهيم الجغرافية ، الجزء الثاني الطبعة الأولى ، دار صفاء للنشر والتوزيع ، عمان ، 2012 ، ص : 152.

(22) Stephenj . Page , tourism management , second edition , New Yourk , 2007 , P : 67

(23) محمد زكي عبد الرزاق ، محددات الطلب السياحي وأثرها في فنادق الدرجة الممتازة في بغداد ، رسالة ماجستير مقدمة إلى كلية الإدارة والاقتصاد ، الجامعة المستنصرية ، قسم السياحة ، 1999 ، ص : 11.

(24) مجلة السياحة العربية ، العدد ، 29 ، عمان ، 1972 ، ص : 3

(25) د. عثمان محمد غنيم، وآخرون ، التخطيط السياحي في سبيل تخطيط مكاني شامل ومتكامل ، الطبعة الأولى ، دار صفاء للنشر والتوزيع ، عمان ، 2003 ، ص : 26.

(26) محمد يسرى دعبس ، التربية السياحية والتنمية الشاملة ، القاهرة ، دار المعارف ، 1993 ، ص : 5

(27) صلاح الدين خربوطلي ، الاقتصاد السياحي ، دمشق ، المعهد المتوسط السياحي والفندقية ، بدون سنة نشر ، ص : 43 .

(28) رمزي بدر عاتي ، العوامل المؤثرة في الطلب السياحي في العراق ، رسالة ماجستير مقدمة إلى كلية الإدارة والاقتصاد ، الجامعة المستنصرية ، قسم الاقتصاد ، 1984 ، ص : 13

2005 على سبيل المثال مما عكس صفة التذبذب على المؤشرات الكمية والنوعية للطلب الفندقي وعلى الحصة السوقية لمحافظة كربلاء بالرغم من تفوقها على مثيلتها في محافظات القطر لبعض سنوات الدراسة.

3- قلة المرونة لمؤشرات الطلب السياحي (ليالي المبيت ومدة البقاء) باتجاه أسعار الخدمات السياحية رغم انخفاض تكلفة الإقامة في كربلاء وهذا عكس المنطق الاقتصادي مما يلاحظ انخفاض اعداد ليالي المبيت على الرغم من انخفاض تكلفة الإقامة وهذا واقع مرير يعيشه أصحاب الفنادق في كربلاء في ظل الاتفاقية مع الجانب الإيراني بشكل خاص او بعض الشركات الخليجية والتي تحتاج الى اعادة النظر بالتفاوض من أجل تحسين وتحقيق تبادل سياحي متكافئ مع الجانب الاخر ومن الضروري نذكر هنا فكرة بسيطة ومختصرة عن الاتفاقية (العراق وأيران) .

إذ تم بتاريخ 5/10/2005 التعاقد بين العراق ممثلاً بوزارة الدولة لشؤون السياحة والآثار، وإيران ممثلاً بشركة شمس التابعة لمنظمة الحج والزيارة الدينية على السماح لدخول العراق (1500) سائح إيراني يوميا (قابلة للزيادة إلى 2500 سائح يوميا في المستقبل) ولمدة ثلاثة أيام في النجف وأربعة أيام في كربلاء والسعر دولار لليوم الواحد مع ثلاث وجبات طعام في فنادق الدرجة الثالثة عدا التكاليف الأخرى .

وان التعاقد مع شركة شمس الإيرانية يتم من قبل كل الشركات السياحية العراقية بموجب الاتفاقية نفسها وبشكل غير مركزي والأسعار للسائح الإيراني الواحد لمدة (7) ليالي و (8) أيام كالاتي:

40 دولار — تأشيرة دخول تمنح للسفارة العراقية في إيران / 18 دولار — نقل

88 دولار — إيواء وطعام / 25 دولار — حماية السياح (شركات خاصة مثل شركة الإحسان).

32 دولار — تستقطع من قبل هيئة السياحة.

وبالنسبة لمبلغ (32) دولار المستقطعة من قبل هيئة السياحة توزع كالاتي :

8 دولار — هيئة السياحة.

5 دولار — وزارة الصحة.

3 دولار — الوقف الشيعي .

11 دولار — مجالس المحافظات (النجف، كربلاء).

5 دولار — المنافذ الحدودية مع إيران (زرباطية ، الشلامجة ، المنذرية) (29)

4- انخفاض الطلب السياحي المحلي (العراقي) لعدم تنوع البرامج السياحية المتاحة في كربلاء وضعف الوعي السياحي للمواطن العراقي لأهمية السياحة الداخلية

5- ضعف معدل الاتفاقي الفندقي اليومي للسائح في كربلاء حيث بلغ أعلى معدل له عام 2009 (18) الف دينار عراقي يوميا.

6- الطلب السياحي والفندقي في كربلاء غير موسمي لان الطلب على السياحة الدينية لا يتأثر بالموسمية وانما يتميز بالاستمرارية طول ايام السنة ويزداد في ايام المناسبات الدينية ونهاية الاسبوع، وقد تم التوصل الى هذه الخصائص من خلال الجدول (1)

مجموع اعداد الفنادق ومعدل التطور وعدد ليالي المبيت ونسبة التغير ومعدل البقاء ومعدل الاتفاقي اليومي للسائح في محافظة كربلاء للفترة من 2002-2010

جدول (1)

السنة	مجموع اعداد الفنادق	معدل التطور	عدد ليالي المبيت	نسبة التغير	معدل البقاء	معدل الاتفاقي اليومي للسائح
2002	156	-	1110345	-	2.50	12.55
2003	169	8.3	5318047	378.9	3.74	9.36
2004	151	-10.6	1027193	-80.68	5.74	8.67
2005	45	-70.1	90283	-91.21	1	6.73
2006	65	44.4	484868	437.05	3.68	13.40
2007	59	-9.2	480667	-0.86	0.48	15.83
2009	100	69.5	1263676	162.9	2.98	17.00
2010	100	-	1544125	22.19	2.97	13.94

المصدر: من اعداد الباحثين ، بالاعتماد على وزارة التخطيط، الجهاز المركزي للإحصاء وتكنولوجيا المعلومات.

(29) ماجد حميد ناصر العوادي، قياس وتحليل الآثار الاقتصادية للتنمية السياحية ودورها في دعم الاقتصاد العراقي، رسالة ماجستير، مقدمة الى كلية الادارة والاقتصاد، الجامعة المستنصرية، قسم السياحة وادارة الفنادق، 2011، ص: 154-155.

المبحث الثالث "تحليل نتائج الدراسة الميدانية"

أولاً: فرضيات الدراسة الرئيسية.
فضلاً عن الفرضيتين الرئيسيتين التي ذكرت في مقدمة البحث تم صياغة فرضيات الدراسة الفرعية التي تتعلق بكل محور والمتغيرات الفرعية للدراسة الميدانية وسنذكر خلال تحليل النتائج كل فقرة.

ثانياً: أدوات جمع البيانات .
استعملت الباحثة الاستبانة كأداة للدراسة الميدانية في الحصول على البيانات والمعلومات التي يمكن من خلالها قياس العلاقة بين متغيرات البحث الرئيسية والفرعية ومدى الارتباط والتأثير بينهما.

ثالثاً: وصف عينة الدراسة.
أن العينة المعتمدة ليست عشوائية بل هي (عينة قصدية)، بمعنى أن استمارات الاستبانة لا توزع إلى كل عراقي أو أجنبي قادم إلى كربلاء المقدسة بل وفق الضوابط الآتية:
1- إن يكون الهدف من سفر المبحوث إلى محافظة كربلاء لممارسة السياحة الدينية.
2- إن يكون قد مارس الطلب على السياحة الدينية خلال مدة البحث 2002-2010.
3- لا مانع من الجمع بين السياحة الدينية وأنماط السياحة الأخرى.

لقد قامت الباحثتين بتوزيع 90 استمارة على السياح العراقيين والسياح الأجانب وقد تم استبعاد أربع استمارات في النموذج الرياضي كونها استمارات غير مكتملة.

رابعاً: الصدق والثبات.
1- الصدق: يقصد بالصدق ان الاستبيان يقيس ما وضع لقياسه، ولمعرفه ذلك يتم عرض الاستبيان على مجموعه من المحكمين ويعرف بالصدق الظاهري أو صدق المحكمين.
2- الثبات: يعني استقرار المقياس (أي الاستبيان) وعدم تناقضه مع نفسه، أي أنه سيعطي النتائج نفسها إذ أعيد التطبيق على نفس العينة وقد تم اعتماده في الدراسة.
ويتم عرضها في الجدول الآتي:

جدول (2)

قيمة المعامل	معامل الثبات
0.833	الفكر ونباخ
0.909	التجزئة النصفية سبيرمان براون

المصدر: من إعداد الباحثتين بالاعتماد على نتائج الاستبانة.

من خلال الجدول في أعلاه تبين أن معامل الثبات وفق طريقتي الفكر ونباخ وطريقة التجزئة النصفية مرتفع وبالتالي فإن الاستبانة تتمتع بثبات عالية. وقد بلغ الفكر ونباخ (0.833) و معامل سبيرمان براون (0.909).

خامساً: وصف الاستبانة.
تضمنت الاستبانة مجموعتين من الأسئلة:
المجموعة الأولى: تتعلق بالموصفات الديموغرافية والاجتماعية (الجنس، العمر، الحالة الاجتماعية، المهنة، التحصيل الدراسي، مستوى الدخل، الجنسية (عراقي وأجنبي).
المجموعة الثانية: تتعلق بمتغيرات الدراسة وتتضمن:

- 1- المتغيرات الرئيسية.
أ- تنوع الأنماط السياحية (X)
ب- مستقبل الطلب السياحي المحلي والأجنبي (Y)
2- متغيرات البحث الفرعية للمتغير الرئيسي تنوع الأنماط السياحية وتتضمن:
أ- تطور مستقبل العرض السياحي وتضمن (10) فقرات على شكل اسئلة توضح العلاقة بين تنوع الأنماط السياحية وتطور مستقبل العرض السياحي.
ب- تنمية المجتمع والاقتصاد المحلي وتضمن (7) فقرات على شكل اسئلة توضح العلاقة بين تنوع الأنماط السياحية وتنمية المجتمع والاقتصاد المحلي.
ج- المتغيرات الفرعية لمستقبل الطلب السياحي المحلي والأجنبي وعددها (8) وتمثل مؤشرات كمية ونوعية.

سادسا: تحليل المواصفات الديموغرافية والاجتماعية والعلمية لأفراد العينة.
لإعطاء فكرة ميسرة عن المواصفات الديموغرافية والاجتماعية والعلمية لأفراد العينة. وقد تضمنت سبعة جداول متخصصة بالأسئلة من السؤال (1) إلى السؤال السابع، ولغرض عدم إرباك القارئ الكريم بكثرة وتعداد الجداول سوف نجمع هذه الجداول السبعة بجدول واحد مركب يضم جميع البيانات وكما في الجدول (3) الآتي:

جدول (3)
المواصفات الديموغرافية والاجتماعية والعلمية لإفراد العينة

الجنس	التكرار	%	العمر	التكرار	%	الحالة الاجتماعية	التكرار	%	المهنة	التكرار	%	التحصيل الدراسي	التكرار	%	مستوى الدخل	التكرار	%	الجنسية العراقية	التكرار	%	التكرار	%
ذكور	54	62.8	20-29	16	18.6	متزوج	55	64.0	طالب	5	5.8	يقرأ ويكتب	2	2.3	عالي	9	10.5	بغداد	8	9.3	7	8.1
																		واسط	6	7.0		
إناث	32	37.2	30-39	30	34.9	أعزب	27	31.4	موظف	36	41.9	ابتدائي	2	2.3	متوسط	72	83.7	ميسان	2	2.3	9	10.5
																		بابل	4	4.7		
			40-49	29	33.7	مطلق	3	3.5	عامل	3	3.5	متوسطة	3	3.5	ضعيف	5	5.8	البصرة	4	4.7	3	3.5
																		ذي قار	3	3.5		
			50 فأكثر	11	12.8	أرمل	1	1.2	ربة بيت	10	11.6	إعدادية	13	15.1				كربلاء	6	7.0	5	5.8
																		ديالى	2	2.3		
									عسكري	2	2.3	دبلوم	29	33.7				المتنى	2	2.3	8	9.3
																		الديوانية	2	2.3		
									كاسب	16	18.6	بكالوريوس	30	34.9				النجف	3	3.5	3	3.5
									رجل أعمال	7	8.1	ماجستير	7	8.1							2	2.3
									متقاعد	7	8.1										7	8.1
المجموع	86	100	المجموع	86	100	المجموع	86	100	المجموع	86	100	المجموع	86	100	المجموع	86	100	المجموع	42	100	44	100

المصدر : من إعداد الباحثين بالاعتماد على استمارة الاستبانة .

ومن خلال الجدول السابق يمكن تثبيت الاستنتاجات الآتية:

- 1- الجنس: غالبية المشاركين بالطلب على السياحة الدينية هم من الذكور وبنسبة (62.8%)، وهذه النسبة تتماشى مع المنطق إذ إن الذكور في المجتمعات الشرقية يتمتعون بحرية أكثر (30).
- 2- العمر: أكثر فئة عمرية شاركت بالطلب على السياحة الدينية هي التي تتراوح أعمارهم ما بين (30-39) وبنسبة (34.9%)، والمرتبة الثانية التي تتراوح أعمارهم ما بين (40-49) وبنسبة (33.7%)، والمرتبة الثالثة التي تتراوح أعمارهم ما بين (9-20) وبنسبة (18.6%)، والمرتبة الرابعة التي تتراوح أعمارهم ما بين (50- فأكثر) وبنسبة (12.8%).
- 3- الحالة الاجتماعية: إذ احتل المتزوجون المرتبة الأولى وبنسبة (64.0%) ثم المرتبة الثانية العزاب وبنسبة (31.4%) ثم المرتبة الثالثة المطلق وبنسبة (3.5%) ثم المرتبة الرابعة الأرملة وبنسبة (1.2%).
- 4- المهنة: أكثر فئة شاركت بالطلب على السياحة الدينية هم من فئة الموظفين حيث احتلوا المرتبة الأولى وبنسبة (41.9%) ثم احتل المرتبة الثانية الكاسب وبنسبة (18.6%)، ثم ربة البيت المرتبة الثالثة وبنسبة (11.6%)، ثم المرتبة الرابعة رجال أعمال ومتقاعد وبنسبة (8.1%)، ثم المرتبة الخامسة الطلاب وبنسبة (5.8%).
- 5- التحصيل الدراسي: يلاحظ أن حملة الشهادات من البكالوريوس احتلوا المرتبة الأولى وبنسبة (34.9%)، إما الدبلوم فقد احتلوا المرتبة الثانية وبنسبة (33.7%) إما الإعدادية فقد احتلت المرتبة الثالثة وبنسبة (15.1%)، إما الماجستير فقد احتلوا المرتبة الرابعة وبنسبة (8.1%)، إما المتوسطة احتلت المرتبة الخامسة وبنسبة (3.5%)، إما المرتبة السادسة يقرأ ويكتب وابتدائي وبنسبة (2.3%).
- 6- مستوى الدخل: احتل نسبة متوسط الدخل المرتبة الأولى وبنسبة (83.7%) ثم احتل عالي الدخل المرتبة الثانية وبنسبة (10.5%) ثم احتل ضعيف الدخل المرتبة الثالثة وبنسبة (5.8%).
- 7- الجنسية عراقي: احتلت بغداد المرتبة الأولى وبنسبة (9.3%) ثم واسط وكربلاء المرتبة الثانية وبنسبة (7.0%)، ثم بابل والبصرة المرتبة الثالثة وبنسبة (4.7%)، ثم المرتبة الرابعة ذي قار والنجف وبنسبة (3.5%)، ثم الديوانية والمثنى وديالى وميسان المرتبة الخامسة وبنسبة (2.3%).
- 8- الجنسية أجنبي: أكثر فئة شاركت بالطلب على السياحة الدينية هم السعودية وقد احتلوا المرتبة الأولى وبنسبة (10.5%)، ثم الكويت بالمرتبة الثانية وبنسبة (9.3%)، ثم إيران والبحرين المرتبة الثالثة وبنسبة (8.1%)، ثم لبنان احتلت المرتبة الرابعة وبنسبة (5.8%)، ثم احتلت تركيا وأذربيجان المرتبة الخامسة وبنسبة (3.5%)، ثم الهند احتلت المرتبة السادسة وبنسبة (2.3%).

سابعاً: تحليل إبعاد وتنويع الأنماط السياحية (المتغيرات الفرعية).

المحور الأول: تطور مستقبل العرض السياحي.

الفرضيات المطلوب اختبارها.

1- تنويع الأنماط السياحية في كربلاء يؤثر على مستقبل العرض السياحي في المحافظة H_1 .

2- تنويع الأنماط السياحية في كربلاء لا يؤثر على تطور مستقبل العرض السياحي في المحافظة H_0 .

والفقرات التي تشكل إبعاد هذا المحور والتي تضمنت (10) اسئلة عن مدى علاقة تنويع الأنماط السياحية على :

- 1- توسيع الرقعة الجغرافية للتنمية السياحية في كربلاء.
 - 2- ينعكس ايجابيا على تطوير العرض السياحي الخاص بالسياحة الدينية مستقبلا.
 - 3- يضيف ميزة نسبية وتنافسية للمنتج السياحي في المحافظة.
 - 4- ينعكس ايجابيا على تطور العرض السياحي الخاص بالسياحة الطبيعية مستقبلا.
 - 5- ينعكس ايجابيا على تطور العرض السياحي الخاص بالسياحة التاريخية والأثرية مستقبلا.
 - 6- ينعكس ايجابيا على تطور العرض السياحي الخاص بالسياحة العلاجية مستقبلا.
 - 7- ينعكس ايجابيا على تطور العرض السياحي الخاص بسياحة الصيد وركوب الخيل (سياحة الصحاري) مستقبلا.
 - 8- ينعكس ايجابيا على تطور العرض السياحي الخاص بالسياحة المائية وبحيرة الرزازة مستقبلا.
 - 9- ينعكس ايجابيا على تطور العرض السياحي الخاص بسياحة المؤتمرات والمعارض مستقبلا.
 - 10- ينعكس ايجابيا على تطور العرض السياحي الخاص بسياحة الصناعات الشعبية والفلكلورية مستقبلا.
- وكانت النتائج لتحليل اجابات العينة في المحور الاول كما في الجدول (4) .

(30) د. مثنى طه الحوري، إسماعيل محمد علي الدباغ، اقتصاديات السفر والسياحة، الطبعة الأولى، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، 2005، ص: 28 .

جدول (4)

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	لا اتفق تماما	لا اتفق	محايد	اتفق	اتفق تماما	اسئلة المحور	العامل الرئيس
0.66709	4.3605	0	2	3	43	38	تكرار	تطور مستقبل العرض السياحي
		%0	%2.3	%3.5	%50.0	%44.2	نسبة	
0.62385	4.5698	0	1	3	28	54	تكرار	
		%0	%1.2	%3.5	%32.6	%62.8	نسبة	
0.64657	4.3488	0	0	8	40	38	تكرار	
		%0	%0	%9.3	%46.5	%44.2	نسبة	
0.65842	4.2674	0	1	7	46	32	تكرار	
		%0	%1.2	%8.1	%53.5	%37.2	نسبة	
0.65383	4.3837	0	2	2	43	39	تكرار	
		%0	%2.3	%2.3	%50.0	%45.3	نسبة	

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	لا اتفق تماما	لا اتفق	محايد	اتفق	اتفق تماما	اسئلة المحور	العامل الرئيس
0.70604	4.2558	0	1	10	41	34	تكرار	تطوير مستقبل العرض السياحي
		%0	1.2	%11.6	%47.7	%39.5	نسبة	
1.00512	3.7558	3	4	26	31	22	تكرار	تطوير مستقبل العرض السياحي
		%3.5	%4.7	%30.2	%36.0	%25.6	نسبة	
0.74819	4.0698	0	0	21	38	27	تكرار	تطوير مستقبل العرض السياحي
		%0	%0	%24.4	%44.2	%31.4	نسبة	
0.86456	3.6512	0	4	40	24	18	تكرار	تطوير مستقبل العرض السياحي
		%0	%4.7	%46.5	%27.9	%20.9	نسبة	
1.00123	3.5581	0	13	31	23	19	تكرار	تطوير مستقبل العرض السياحي
		%0	%15.1	%36.0	%26.7	%22.1	نسبة	
0.43640	4.1221						إجمالي المحور	

وخلال الجدول (4) نلاحظ ما يأتي:

- 1- أن تنوع الأنماط السياحية في محافظة كربلاء يؤدي إلى توسيع الرقعة الجغرافية للتنمية السياحية في المحافظة بحيث يشمل كل الأفضية والنواحي مما يؤدي إلى تطور العرض السياحي مستقبلا. من حيث (اتفق تماما) فقد كان التكرار (38) أما النسبة (44.2%)، وكان تكرر اتفق (43) ونسبة (50.0%)، وكان تكرر محايد (3) ونسبة (3.5%)، وتكرر (لا اتفق) (2) ونسبة (2.3%)، إما تكرر (لا اتفق تماما) فقد كان (0) ونسبة (0%)، إما من حيث الوسط الحسابي فقد بلغ (4.3605) والانحراف المعياري فقد بلغ (0.66709)، أي العينة المبحوثة تميل نحو الاتفاق على أن تنوع الأنماط السياحية في كربلاء تؤدي إلى توسيع الرقعة الجغرافية للتنمية السياحية في المحافظة.
- 2- أن تنوع الأنماط السياحية في محافظة كربلاء ينعكس ايجابيا على تطور العرض السياحي الخاص بالسياحة الدينية مستقبلا. من حيث (اتفق تماما) فقد كان التكرار (54) أما النسبة (62.8%)، وكان تكرر اتفق (28) ونسبة (32.6%)، وكان تكرر محايد (3) ونسبة (3.5%)، وتكرر (لا اتفق) (1) ونسبة (1.2%)، إما تكرر (لا اتفق تماما) فقد كان (0) ونسبة (0%)، إما من حيث الوسط الحسابي فقد بلغ (4.5698) والانحراف المعياري فقد بلغ (0.62385)، أي أن إجابات العينة تتفق نحو أهمية تنوع الأنماط السياحية مما ينعكس ايجابيا على تطور العرض السياحي الخاص بالسياحة الدينية مستقبلا.
- 3- أن تنوع الأنماط السياحية في محافظة كربلاء يضيف ميزة نسبية وتنافسية للمنتج السياحي في المحافظة مما يؤدي إلى تطور العرض السياحي مستقبلا. من حيث (اتفق تماما) فقد كان التكرار (38) أما النسبة (44.2%)، وكان تكرر اتفق (40) ونسبة (46.5%)، وكان تكرر محايد (8) ونسبة (9.3%)، وتكرر (لا اتفق) (0) ونسبة (0%)، إما تكرر (لا اتفق تماما) فقد كان (0) ونسبة (0%)، إما من حيث الوسط الحسابي فقد بلغ (4.3488) والانحراف المعياري فقد بلغ (0.64657)، أي أن إجابات العينة تتفق نحو أهمية تنوع الأنماط السياحية مما يضيف ميزة نسبية وتنافسية للمجتمع السياحي في المحافظة.
- 4- أن تنوع الأنماط السياحية في محافظة كربلاء ينعكس ايجابيا على تطور العرض السياحي الخاص بالسياحة الطبيعية مستقبلا. من حيث (اتفق تماما) فقد كان التكرار (32) أما النسبة (37.2%)، وكان تكرر اتفق (46) ونسبة (53.5%)، وكان تكرر محايد (7) ونسبة (8.1%)، وتكرر (لا اتفق) (1) ونسبة (1.2%)، إما تكرر (لا اتفق تماما) فقد كان (0) ونسبة (0%)، إما من حيث الوسط الحسابي فقد بلغ (4.2674) والانحراف المعياري فقد بلغ (0.65842)، أي أن إجابات العينة تتفق نحو أهمية تنوع الأنماط السياحية مما ينعكس ايجابيا على تطور العرض السياحي الخاص بالسياحة الطبيعية مستقبلا.
- 5- أن تنوع الأنماط السياحية في محافظة كربلاء ينعكس ايجابيا على تطور العرض السياحي الخاص بالسياحة التاريخية والأثرية مستقبلا. من حيث (اتفق تماما) فقد كان التكرار (39) أما النسبة (45.3%)، وكان تكرر اتفق (43) ونسبة (50.0%)، وكان تكرر محايد (2) ونسبة (2.3%)، وتكرر (لا اتفق) (2) ونسبة (2.3%)، إما من حيث الوسط الحسابي فقد بلغ (4.3837) والانحراف المعياري فقد بلغ (0.65383)، أي أن إجابات العينة تتفق نحو أهمية تنوع الأنماط السياحية مما ينعكس ايجابيا على تطور العرض السياحي الخاص بالسياحة التاريخية والأثرية مستقبلا.
- 6- أن تنوع الأنماط السياحية في محافظة كربلاء ينعكس ايجابيا على تطور العرض السياحي الخاص بالسياحة العلاجية مستقبلا. من حيث (اتفق تماما) فقد كان التكرار (34) أما النسبة (39.5%)، فكان تكرر اتفق (41) ونسبة (47.7%)، وكان تكرر محايد (10) ونسبة (11.6%)، وتكرر (لا اتفق) (1) ونسبة (1.2%)، إما تكرر (لا اتفق تماما) فقد كان (0) ونسبة (0%)، إما من حيث الوسط الحسابي فقد بلغ (4.2558) والانحراف المعياري فقد بلغ (0.70604)، أي أن إجابات العينة تتفق نحو أهمية تنوع الأنماط السياحية مما ينعكس ايجابيا على تطور العرض السياحي الخاص بالسياحة العلاجية مستقبلا.
- 7- أن تنوع الأنماط السياحية في محافظة كربلاء ينعكس ايجابيا على تطور العرض السياحي الخاص بـ سياحة الصيد وركوب الخيل (سياحة الصحاري) مستقبلا. من حيث (اتفق تماما) فقد كان التكرار (22) أما النسبة (25.6%)، وكان تكرر اتفق (31) ونسبة (36.0%)، فكان تكرر محايد (26) ونسبة (30.2%)، وتكرر (لا اتفق) (4) ونسبة (4.7%)، إما تكرر (لا اتفق تماما) فقد كان (3) ونسبة (3.5%)، إما من حيث الوسط الحسابي فقد بلغ (3.7558) والانحراف المعياري فقد بلغ (1.00512)، أي أن إجابات العينة تتفق نحو أهمية تنوع الأنماط السياحية مما ينعكس ايجابيا على تطور العرض السياحي الخاص بـ سياحة الصيد وركوب الخيل (سياحة الصحاري) مستقبلا.
- 8- أن تنوع الأنماط السياحية في محافظة كربلاء ينعكس ايجابيا على تطور العرض السياحي الخاص بالسياحة المائية وبحيرة الرزازة مستقبلا. من حيث (اتفق تماما) فقد كان التكرار (27) أما النسبة (31.4%)، فكان تكرر اتفق (38) ونسبة (44.2%)، وكان تكرر محايد (21) ونسبة (24.4%)، وتكرر (لا اتفق) (0) ونسبة (0%)، إما تكرر (لا اتفق تماما) فقد كان (0) ونسبة (0%)، إما من حيث الوسط الحسابي فقد بلغ

(4.0698) والانحراف المعياري فقد بلغ (0.74819). أي أن إجابات العينة تتفق نحو أهمية تنوع الأنماط السياحية مما ينعكس ايجابيا على تطور العرض السياحي الخاص بالسياحة المائية وبحيرة الرزازة مستقبلا. 9- أن تنوع الأنماط السياحية في محافظة كربلاء ينعكس ايجابيا على تطور العرض السياحي الخاص بسياحة المؤتمرات والمعارض مستقبلا. من حيث (اتفق تماما) فقد كان التكرار (18) أما النسبة (20.9%) فكان تكرر اتفق (24) وبنسبة (27.9%). وكان تكرر محايد (40) وبنسبة (46.5%). وتكرر (لا اتفق) (4) وبنسبة (4.7%). إما تكرر (لا اتفق تماما) فقد كان (0) وبنسبة (0%). إما من حيث الوسط الحسابي فقد بلغ (3.6512) والانحراف المعياري فقد بلغ (0.86456). أي أن إجابات العينة تتفق نحو أهمية تنوع الأنماط السياحية مما ينعكس ايجابيا على تطور العرض السياحي الخاص بسياحة المؤتمرات والمعارض مستقبلا.

10- أن تنوع الأنماط السياحية في محافظة كربلاء ينعكس ايجابيا على تطور العرض السياحي الخاص بسياحة الصناعات الشعبية والفلكلورية مستقبلا. من حيث (اتفق تماما) فقد كان التكرار (19) أما النسبة (22.1%) وكان تكرر اتفق (23) وبنسبة (26.7%). فكان تكرر محايد (31) وبنسبة (36.0%). وتكرر (لا اتفق) (13) وبنسبة (15.1%). إما تكرر (لا اتفق تماما) فقد كان (0) وبنسبة (0%). إما من حيث الوسط الحسابي فقد بلغ (3.5581) والانحراف المعياري فقد بلغ (1.00123). أي أن إجابات العينة تتفق نحو أهمية تنوع الأنماط السياحية مما ينعكس ايجابيا على تطور العرض السياحي الخاص بسياحة الصناعات الشعبية والفلكلورية مستقبلا.

- إما بالنسبة إلى إجمالي المحور فقد بلغ الوسط الحسابي (4.1221) والانحراف المعياري (0.43640). والذي يفسر أن إجابات العينة المبحوثة تتفق على أن تنوع الأنماط السياحية في كربلاء ينعكس ايجابيا على تطور مستقبل العرض السياحي وتنوعه. والذي يثبت صحة الفرضية الفرعية الأولى H_1 وترفض فرضية العدم H_0 .

المحور الثاني: تنمية المجتمع والاقتصاد المحلي:

الفرضيات المطلوب اختبارها.

- 1- أن تنوع الأنماط السياحية في محافظة كربلاء له الأثر في تنمية المجتمع والاقتصاد المحلي للمحافظة H_1 .
 - 2- أن تنوع الأنماط السياحية في محافظة كربلاء ليس له الأثر في تنمية المجتمع والاقتصاد المحلي للمحافظة H_0 .
- والفقرات التي تشكل إبعاد هذا المحور تضمنت (7) اسئلة وكما يأتي:
- 1- ينعكس ايجابيا على تطور خدمات البنية التحتية مستقبلا للمحافظة.
 - 2- ينعكس ايجابيا على تطور خدمات البنية الفوقية مستقبلا (وسائل الإيواء، شركات سفر و سياحة، وسائل ترفية.....الخ)
 - 3- ينعكس ايجابيا على تنامي الدخل السياحي للمجتمع والاقتصاد المحلي.
 - 4- يشكل عامل جذب للاستثمار في المحافظة.
 - 5- ينعكس ايجابيا على توسيع المؤسسات التعليمية السياحية.
 - 6- عامل محفز لتوفير فرص العمل وتقليل البطالة.
 - 7- ينعكس ايجابيا على تنمية المناطق البعيدة والمناطق الريفية التي لم تصلها التنمية.
- وكانت النتائج لتحليل إجابات العينة في المحور الثاني كما يأتي في جدول (5).

جدول (5)

الاحتراف المعياري	الوسط الحسابي	لا اتفق تماما	لا اتفق	محايد	اتفق	اتفق تماما	أسئلة المحور		العامل الرئيس
							تكرار	نسبة	
0.4971	4.7791	0	0	3	13	70	تكرار	إن تنوع الأنماط السياحية في محافظة كربلاء ينعكس ايجابيا على تطور خدمات البنية التحتية مستقبلا مثل (طرق، كهرباء، ماء، صرف صحي، نقل،... الخ.	تنمية المجتمع والاقتصاد المحلي
		%0	%0	%3.5	%15.1	%81.4	نسبة		
0.68199	4.3488	0	1	7	39	39	تكرار	إن تنوع الأنماط السياحية في محافظة كربلاء ينعكس ايجابيا على تطوير مشاريع البنية الفوقية مستقبلا مثل (وسائل الإيواء، شركات سفر وسياحة، وسائل ترفيهية... الخ.	
		%0	%1.2	%8.1	%45.3	%45.3	نسبة		
0.70342	3.8953	0	0	26	43	17	تكرار	إن تنوع الأنماط السياحية في محافظة كربلاء ينعكس ايجابيا على تنامي الدخل السياحي مما ينعكس ايجابيا على المجتمع والاقتصاد المحلي.	
		%0	%0	%30.2	%50.0	%19.8	نسبة		
0.77627	3.6628	0	3	36	34	13	تكرار	إن تنوع الأنماط السياحية في محافظة كربلاء سيشكل عامل جذب للاستثمار و ينعكس ايجابيا على المجتمع والاقتصاد المحلي.	
		%0	%3.5	%41.9	%39.5	%15.1	نسبة		
0.84114	3.6977	0	6	29	36	15	تكرار	إن تنوع الأنماط السياحية في محافظة كربلاء ينعكس ايجابيا على توسيع المؤسسات التعليمية الخاصة بالسياحة.	
		%0	%7.0	%33.7	%41.9	%17.4	نسبة		
الاحتراف المعياري	الوسط الحسابي	لا اتفق تماما	لا اتفق	محايد	اتفق	اتفق تماما	أسئلة المحور		العامل الرئيس
0.78075	4.0465	0	1	21	37	27	تكرار	إن تنوع الأنماط السياحية في محافظة كربلاء يشكل عامل محفز لتوفير فرص عمل وتقليص البطالة.	تنمية المجتمع والاقتصاد المحلي
		%0	%1.2	24.4	%43.0	%31.4	نسبة		
0.83330	4.1860	0	3	14	33	36	تكرار	إن تنوع الأنماط السياحية في محافظة كربلاء ينعكس ايجابيا على تنمية المناطق البعيدة والمناطق الريفية التي لم تصلها التنمية.	
		%0	%3.5	%16.3	%38.4	%41.9	نسبة		
0.44864	4.0880						إجمالي المحور		

- ومن خلال الجدول (5) نلاحظ ما يأتي.
- 1- أن تنوع الأنماط السياحية في محافظة كربلاء يعكس ايجابيا على تطور خدمات البنية التحتية مستقبلا. من حيث (اتفق تماما) فقد كان التكرار (70) أما النسبة (81.4%). وكان تكرار اتفق (13) ونسبة (15.1%). وكان تكرار محايد (3) ونسبة (3.5%). وتكرار (لا اتفق) (0) ونسبة (0%). إما تكرار (لا اتفق تماما) فقد كان (0) ونسبة (0%). إما من حيث الوسط الحسابي فقد بلغ (4.7791) والانحراف المعياري فقد بلغ (0.4971). والذي يفسر ميل المبحوثين إلى الاتفاق على أن تنوع الأنماط السياحية في كربلاء له الأثر الإيجابي لتطوير خدمات البنية التحتية مستقبلا في كربلاء.
 - 2- أن تنوع الأنماط السياحية في محافظة كربلاء يعكس ايجابيا على تطور مشاريع البنية التحتية مستقبلا مثل (وسائل الإيواء، شركات السفر والسياحة، وسائل ترفيهية... الخ). من حيث (اتفق تماما) فقد كان التكرار (39) أما النسبة (45.3%). وكان تكرار اتفق (39) ونسبة (45.3%). وكان تكرار محايد (7) ونسبة (8.1%). وتكرار (لا اتفق) (1) ونسبة (1.2%). إما تكرار (لا اتفق تماما) فقد كان (0) ونسبة (0%). إما من حيث الوسط الحسابي فقد بلغ (4.3488) والانحراف المعياري فقد بلغ (0.68199). والذي يفسر ميل المبحوثين إلى الاتفاق على أن تنوع الأنماط السياحية في كربلاء له الأثر الإيجابي لتطوير خدمات البنية التحتية مستقبلا في كربلاء. مثل (وسائل الإيواء، شركات سفر وسياحة، وسائل ترفيه..... الخ)
 - 3- أن تنوع الأنماط السياحية في محافظة كربلاء يعكس ايجابيا على تنامي الدخل السياحي مما يعكس ايجابيا على المجتمع والاقتصاد المحلي. من حيث (اتفق تماما) فقد كان التكرار (17) أما النسبة (19.8%). وكان تكرار اتفق (43) ونسبة (50.0%). وكان تكرار محايد (26) ونسبة (30.2%). وتكرار (لا اتفق) (0) ونسبة (0%). إما تكرار (لا اتفق تماما) فقد كان (0) ونسبة (0%). إما من حيث الوسط الحسابي فقد بلغ (3.8953) والانحراف المعياري فقد بلغ (0.70342). والذي يفسر ميل المبحوثين إلى الاتفاق على أن تنوع الأنماط السياحية في كربلاء له الأثر الإيجابي على تنامي الدخل السياحي للمجتمع والاقتصاد المحلي مستقبلا.
 - 4- أن تنوع الأنماط السياحية في محافظة كربلاء سيشكل عامل جذب للاستثمار ويعكس ايجابيا على المجتمع والاقتصاد المحلي من حيث (اتفق تماما) فقد كان التكرار (13) أما النسبة (15.1%). وكان تكرار اتفق (34) ونسبة (39.5%). وكان تكرار محايد (36) ونسبة (41.9%). وتكرار (لا اتفق) (3) ونسبة (3.5%). إما تكرار (لا اتفق تماما) فقد كان (0) ونسبة (0%). إما من حيث الوسط الحسابي فقد بلغ (3.6628) والانحراف المعياري فقد بلغ (0.77627). وهذا يعني ميل المبحوثين إلى الاتفاق على أن تنوع الأنماط السياحية في كربلاء يشكل عاملا محفزا وجذبا للاستثمار في المحافظة مما ينمي المجتمع والاقتصاد المحلي.
 - 5- أن تنوع الأنماط السياحية في محافظة كربلاء يعكس ايجابيا على توسيع المؤسسات التعليمية الخاصة بالسياحة. من حيث (اتفق تماما) فقد كان التكرار (15) أما النسبة (17.4%). وكان تكرار اتفق (36) ونسبة (41.9%). وكان تكرار محايد (29) ونسبة (33.7%). وتكرار (لا اتفق) (6) ونسبة (7.0%). إما تكرار (لا اتفق تماما) فقد كان (0) ونسبة (0%). إما من حيث الوسط الحسابي فقد بلغ (3.6977) والانحراف المعياري فقد بلغ (0.84114). وهذا يعني ميل المبحوثين إلى الاتفاق على أن تنوع الأنماط السياحية في كربلاء يعكس ايجابيا على توسيع المؤسسات التعليمية السياحية.
 - 6- أن تنوع الأنماط السياحية في محافظة كربلاء يشكل عاملا محفزا لتوفير فرص العمل وتقليل البطالة. من حيث (اتفق تماما) فقد كان التكرار (27) أما النسبة (31.4%). وكان تكرار اتفق (37) ونسبة (43.0%). وكان تكرار محايد (21) ونسبة (24.4%). وتكرار (لا اتفق) (1) ونسبة (1.2%). إما تكرار (لا اتفق تماما) فقد كان (0) ونسبة (0%). إما من حيث الوسط الحسابي فقد بلغ (4.0465) والانحراف المعياري فقد بلغ (0.78075). وهذا يعني ميل المبحوثين إلى الاتفاق على أن تنوع الأنماط السياحية في كربلاء الذي يمثل عاملا محفزا لتوفير فرص العمل وتقليل البطالة.
 - 7- أن تنوع الأنماط السياحية في محافظة كربلاء يعكس ايجابيا على تنمية المناطق البعيدة والمناطق الريفية التي لم تصلها التنمية. من حيث (اتفق تماما) فقد كان التكرار (36) أما النسبة (41.9%). فكان تكرار اتفق (33) ونسبة (38.4%). وكان تكرار محايد (14) ونسبة (16.3%). وتكرار (لا اتفق) (3) ونسبة (3.5%). إما تكرار (لا اتفق تماما) فقد كان (0) ونسبة (0%). إما من حيث الوسط الحسابي فقد بلغ (4.1860) والانحراف المعياري فقد بلغ (0.83330). وهذا يعني ميل المبحوثين إلى الاتفاق على أن تنوع الأنماط السياحية في كربلاء والذي يعكس ايجابيا على تنمية المناطق البعيدة والمناطق الريفية التي لم تصلها التنمية.
- إما بالنسبة إلى إجمالي المحور فقد بلغ الوسط الحسابي (4.0880) والانحراف المعياري (0.44864). والذي يفسر إجابات العينة تتفق على أن تنوع الأنماط السياحية في كربلاء يعكس ايجابيا على تنمية المجتمع والاقتصاد المحلي والذي يثبت صحة الفرضية الفرعية الأولى H_1 وترفض فرضية العدم H_0 .

ثامنا: مستقبل الطلب السياحي (المحلي والأجنبي) المتغير الرئيس والتابع.

الفرضيات المطلوب اختبارها.

1- أن تنوع الأنماط السياحية في كربلاء له الأثر الايجابي على مستقبل الطلب السياحي (المحلي والأجنبي) في المحافظة H_1 .

2- أن تنوع الأنماط السياحية في كربلاء ليس له أثر ايجابي على مستقبل الطلب السياحي (المحلي والأجنبي) في المحافظة H_0 .

والفقرات التي تشكل متغيرات فرعية للطلب السياحي (المحلي والأجنبي) على شكل (8) اسنله وكما يأتي:

1- أثره في استقطاب عدد أكبر من السياح الوافدين (المحليين والأجانب).

2- يفعل التسويق السياحي وينشط عمل الشركات السياحية.

3- يزيد من معدل بقاء السياح في المحافظة.

4- يزيد من معدل الإنفاق اليومي للسياح.

5- يؤدي إلى زيادة الحصة السوقية للمحافظة.

6- يحفز على زيادة عدد (مراكز التوزيع السلعي- المولات) وينشط الأسواق المحلية.

7- تنوع الأنماط السياحية يتطلب دعما وتفهما من قبل الحكومة المحلية في توفير تسهيلات لدخول المجاميع السياحية إلى المحافظة.

8- عندما لا تتقاطع الأنماط السياحية مع تعاليم الدين الإسلامي والعرف السائد في المحافظة ينعكس ايجابيا على مستقبل الطلب السياحي في المحافظة.

وكانت نتائج تحليل إجابات العينة كما يأتي في جدول (6) الآتي:

جدول (6)

العامل الرئيس	أسئلة المحور	اتفق تماما	اتفق	محايد	لا اتفق	لا اتفق تماما	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري
العامل الرئيس (المحلي والأجنبي) مستقبل الطلب السياحي	إن تنوع الأماط السياحية في محافظة كربلاء يؤدي إلى استقطاب عدد أكبر من السياح الوافدين (المحليين والأجانب) إلى المحافظة.	تكرار	49	30	7	0	4.4884	0.64615
		نسبة	%57.0	%34.9	%8.1	%0		
	إن تنوع الأماط السياحية في محافظة كربلاء يفعل التسويق السياحي وينشط عمل الشركات السياحية.	تكرار	16	52	18	0	3.9767	0.63202
		نسبة	%18.6	%60.5	%20.9	%0		
	إن تنوع الأماط السياحية في محافظة كربلاء يزيد من معدل بقاء السياح في المحافظة.	تكرار	39	39	8	0	4.3605	0.64921
	نسبة	%45.3	%45.3	%9.3	%0			
العامل الرئيس (المحلي والأجنبي) مستقبل الطلب السياحي	إن تنوع الأماط السياحية في محافظة كربلاء يزيد من معدل الإثاق اليومي للسياح.	تكرار	40	40	5	1	4.3837	0.65383
		نسبة	%46.5	%46.5	%5.8	%1.2		
	إن تنوع الأماط السياحية في محافظة كربلاء يؤدي إلى زيادة الحصة السوقية للمحافظة.	تكرار	26	40	19	1	4.0581	0.75700
		نسبة	%30.2	%46.5	%22.1	%1.2		
	إجمالي المحور							
العامل الرئيس	أسئلة المحور	اتفق تماما	اتفق	محايد	لا اتفق	لا اتفق تماما	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري
العامل الرئيس (المحلي والأجنبي) مستقبل الطلب السياحي	إن تنوع الأماط السياحية في المحافظة يحفز زيادة عدد مراكز التوزيع السعي-المولات) مما ينشط الأسواق المحلية وإطالة بقاء السائح في المحافظة.	تكرار	37	40	7	0	4.2791	0.80661
		نسبة	%43.0	%46.5	%8.1	%0		
	تنوع الأماط السياحية يتطلب دعما وتفهما من قبل الحكومة المحلية (المحافظة ومجلس المحافظة) في توفير تسهيلات لدخول المجاميع السياحية إلى المحافظة.	تكرار	33	41	12	0	4.2442	0.68490
		نسبة	%38.4	%47.7	%14.0	%0		
	عندما لا تتقاطع الأماط السياحية مع تعاليم الدين الإسلامي والعرف السائد في المحافظة. ينعكس ايجابيا على مستقبل الطلب السياحي.	تكرار	59	24	3	0	4.6512	0.54810
	نسبة	%68.6	%27.9	%3.5	%0			
إجمالي المحور								

المصدر : من أعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج الاستبانة .

- ومن خلال الجدول (6) نلاحظ ما يلي.
- 1- أن تنوع الأنماط السياحية في محافظة كربلاء يؤدي إلى استقطاب عدد أكبر من السياح الوافدين (المحليين والأجانب) إلى المحافظة. من حيث (اتفق تماما) فقد كان التكرار (49) أما النسبة (57.0%) وكان تكرار اتفق (30) ونسبة (34.9%) . وكان تكرار محايد (7) ونسبة (8.1%) . وتكرر (لا اتفق) (0) ونسبة (0%) . إما تكرار (لا اتفق تماما) فقد كان (0) ونسبة (0%) . إما من حيث الوسط الحسابي فقد بلغ (4.4884) والانحراف المعياري فقد بلغ (0.64615). والذي يفسر اتفاق العينة على أن تنوع الأنماط السياحية في كربلاء يستقطب عدد أكبر من السياح الوافدين (المحليين والأجانب). أي يحقق تطورا كميا للطلب السياحي (المحلي والأجنبي) في المحافظة.
 - 2- أن تنوع الأنماط السياحية في محافظة كربلاء يفعل التسويق السياحي وينشط عمل الشركات السياحية. من حيث (اتفق تماما) فقد كان التكرار (16) أما النسبة (18.6%) . وكان تكرار اتفق (52) ونسبة (60.5%) . وكان تكرار محايد (18) ونسبة (20.9%) . وتكرر (لا اتفق) (0) ونسبة (0%) . إما تكرار (لا اتفق تماما) فقد كان (0) ونسبة (0%) . إما من حيث الوسط الحسابي فقد بلغ (3.9767) والانحراف المعياري فقد بلغ (0.63202). والذي يفسر اتفاق العينة على أن تنوع الأنماط السياحية في كربلاء والذي يفعل التسويق السياحي وينشط عمل الشركات السياحية.
 - 3- أن تنوع الأنماط السياحية في محافظة كربلاء يزيد من معدل بقاء السياح في المحافظة. من حيث (اتفق تماما) فقد كان التكرار (39) أما النسبة (45.3%) . وكان تكرار اتفق (39) ونسبة (45.3%) . وكان تكرار محايد (8) ونسبة (9.3%) . وتكرر (لا اتفق) (0) ونسبة (0%) . إما تكرار (لا اتفق تماما) فقد كان (0) ونسبة (0%) . إما من حيث الوسط الحسابي فقد بلغ (4.3605) والانحراف المعياري فقد بلغ (0.64921). والذي يفسر اتفاق العينة على أن تنوع الأنماط السياحية في كربلاء والذي يزيد من معدل بقاء السياح في المحافظة.
 - 4- أن تنوع الأنماط السياحية في محافظة كربلاء يزيد من معدل الإنفاق اليومي للسياح. من حيث (اتفق تماما) فقد كان التكرار (40) أما النسبة (46.5%) . وكان تكرار اتفق (40) ونسبة (46.5%) . وكان تكرار محايد (5) ونسبة (5.8%) . وتكرر (لا اتفق) (1) ونسبة (1.2%) . إما تكرار (لا اتفق تماما) فقد كان (0) ونسبة (0%) . إما من حيث الوسط الحسابي فقد بلغ (4.3837) والانحراف المعياري فقد بلغ (0.65383). والذي يفسر اتفاق العينة على أن تنوع الأنماط السياحية في كربلاء والذي يزيد من معدل الإنفاق اليومي للسياح.
 - 5- أن تنوع الأنماط السياحية في محافظة كربلاء يؤدي إلى زيادة الحصة السوقية للمحافظة. من حيث (اتفق تماما) فقد كان التكرار (26) أما النسبة (30.2%) . وكان تكرار اتفق (40) ونسبة (46.5%) . وكان تكرار محايد (19) ونسبة (22.1%) . وتكرر (لا اتفق) (1) ونسبة (1.2%) . إما تكرار (لا اتفق تماما) فقد كان (0) ونسبة (0%) . إما من حيث الوسط الحسابي فقد بلغ (4.0581) والانحراف المعياري فقد بلغ (0.75700). والذي يفسر اتفاق العينة على أن تنوع الأنماط السياحية في كربلاء والذي يؤدي إلى زيادة الحصة السوقية للمحافظة.
 - 6- أن تنوع الأنماط السياحية في المحافظة يحفز زيادة عدد (مراكز التوزيع السلمي - المولات) مما ينشط الأسواق المحلية وإطالة بقاء السائح في المحافظة. من حيث (اتفق تماما) فقد كان التكرار (37) أما النسبة (43.0%) . وكان تكرار اتفق (40) ونسبة (46.5%) . وكان تكرار محايد (7) ونسبة (8.1%) . وتكرر (لا اتفق) (0) ونسبة (0%) . إما تكرار (لا اتفق تماما) فقد كان (2) ونسبة (3.2%) . إما من حيث الوسط الحسابي فقد بلغ (4.2791) والانحراف المعياري فقد بلغ (0.80661). والذي يفسر اتفاق العينة على أن تنوع الأنماط السياحية في كربلاء والذي يحفز على زيادة عدد (مراكز التوزيع السلمي - المولات) وينشط الأسواق المحلية.
 - 7- تنوع الأنماط السياحية يتطلب دعما وتفهما من قبل الحكومة المحلية (المحافظة ومجلس المحافظة) في توفير تسهيلات لدخول المجاميع السياحية إلى المحافظة. من حيث (اتفق تماما) فقد كان التكرار (33) أما النسبة (38.4%) . وكان تكرار اتفق (41) ونسبة (47.7%) . وكان تكرار محايد (12) ونسبة (14.0%) . وتكرر (لا اتفق) (0) ونسبة (0%) . إما تكرار (لا اتفق تماما) فقد كان (0) ونسبة (0%) . إما من حيث الوسط الحسابي فقد بلغ (4.2442) والانحراف المعياري فقد بلغ (0.68490). والذي يفسر اتفاق العينة على أن تنوع الأنماط السياحية في كربلاء والذي يتطلب دعما وتفهما من قبل الحكومة المحلية في توفير تسهيلات لدخول المجاميع السياحية إلى المحافظة.
 - 8- عندما لا تتقاطع الأنماط السياحية مع تعاليم الدين الإسلامي والعرف السائد في المحافظة. ينعكس ايجابيا على مستقبل الطلب السياحي. من حيث (اتفق تماما) فقد كان التكرار (59) أما النسبة (68.6%) . وكان تكرار اتفق (24) ونسبة (27.9%) . وكان تكرار محايد (3) ونسبة (3.5%) . وتكرر (لا اتفق) (0) ونسبة (0%) . إما تكرار (لا اتفق تماما) فقد كان (0) ونسبة (0%) . إما من حيث الوسط الحسابي فقد بلغ (4.6512) والانحراف المعياري فقد بلغ (0.54810). والذي يفسر اتفاق العينة على أن تنوع الأنماط السياحية في كربلاء عندما لا تتقاطع الأنماط السياحية مع تعاليم الدين الإسلامي والعرف السائد في المحافظة ينعكس ايجابيا على مستقبل الطلب السياحي في المحافظة.

- إما بالنسبة إلى إجمالي المحور فقد بلغ الوسط الحسابي (4.3052) والانحراف المعياري (0.37798). والذي يفسر إجابات العينة تتفق على أن تنوع الأنماط السياحية في كربلاء له الأثر الإيجابي على مستقبل الطلب السياحي (المحلي والأجنبي) في المحافظة. والذي يثبت صحة الفرضية الفرعية الأولى H_1 وترفض فرضية العدم H_0 .

تاسعا: علاقات الارتباط (سبيرمان براون للرتب).

يتم تحليل الارتباط وفق المخطط الآتي :

علما إن معامل الارتباط يقع بين (1, -1)

ارتباط طردي قوي جدا	ارتباط طردي قوي	ارتباط طردي متوسط	ارتباط عكسي ضعيف	ارتباط عكسي متوسط	لا يوجد ارتباط	ارتباط طردي متوسط	ارتباط طردي قوي	ارتباط طردي قوي جدا	ارتباط عكسي قوي جدا	ارتباط عكسي قوي
1	0.9	0.7	0.5	0.3	0	-0.3	-0.5	-0.7	-0.9	-1

- الإشارة السالبة تعني إن الارتباط عكسي.

- الإشارة الموجبة تعني أن الارتباط طردي.

الفرضيات المطلوب اختبارها.

1- توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين تنوع الأنماط السياحية وإبعادها مع مستقبل الطلب السياحي (المحلي والأجنبي) H_1 .

2- لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين تنوع الأنماط السياحية وإبعادها مع مستقبل الطلب السياحي (المحلي والأجنبي) H_0 .

وسوف نأخذ الارتباط بين تنوع الأنماط السياحية وإبعادها مع مستقبل الطلب السياحي (المحلي والأجنبي) كما في الجدول (7).

جدول (7)

مستقبل الطلب السياحي	قيمة معامل الارتباط	P-value
تطور مستقبل العرض السياحي	0.438**	0.000
تنمية المجتمع والاقتصاد المحلي	0.372**	0.000
إجمالي تنوع الأنماط السياحية	0.48**	0.000

**الارتباط معنوي تحت مستوى معنوية (0.01)

من خلال الجدول في أعلاه تبين أن معاملات الارتباط بين تنوع الأنماط السياحية وإبعادها مع مستقبل الطلب السياحي المحلي والأجنبي طردية وذات دلالة معنوية تحت مستوى معنوية (0.01) حيث بلغ قيمة معامل الارتباط معنوي عام بين تنوع الأنماط السياحية ومستقبل الطلب السياحي (0.48) وهو معامل ارتباط طردي وقريب من المتوسط.

في حين بلغ معامل الارتباط بين تنمية المجتمع والاقتصاد المحلي مع مستقبل الطلب السياحي المحلي والأجنبي طردي وذات دلالة معنوية تحت مستوى معنوية (0.01) حيث بلغت معامل الارتباط (0.372) وهو ارتباط طردي ضعيف وقريب من المتوسط.

في حين بلغ معامل الارتباط بين تطور مستقبل العرض السياحي مع مستقبل الطلب السياحي المحلي والأجنبي طردي وذات دلالة معنوية تحت مستوى معنوية (0.01) حيث بلغ معامل الارتباط (0.438) وهو ارتباط متوسط طردي.

مما تقدم يثبت صحة الفرضية H_1 وترفض الفرضية H_0 .

عاشرا: الانحدار (اتجاهات التأثير).

لغرض تحديد اتجاهات التأثير بين متغيرات الدراسة والتي تمثلت بتنوع الأنماط السياحية وإبعادها على مستقبل الطلب السياحي المحلي والأجنبي.

باستعمال معامل الانحدار الخطي البسيط كمعادلة إحصائية للبيانات المتوافرة ولغرض التحقق من صحة الفرضيات الآتية:

- 1- تنوع الأنماط السياحية في كربلاء أثر ذو دلالة معنوية على تطور مستقبل العرض السياحي وتنمية المجتمع والاقتصاد المحلي في المحافظة H1 والذي ينعكس ايجابيا على تطور مستقبل الطلب السياحي المحلي والأجنبي.
- 2- ليس لتنوع الأنماط السياحية في كربلاء أثر ذو دلالة معنوية على تطور مستقبل العرض السياحي وتنمية المجتمع والاقتصاد المحلي ومن ثم ليس له أثر على تطور مستقبل الطلب السياحي المحلي والأجنبي H0.
- أحد عشر: الانحدار الخطي المتعدد.
- يتم تحليل الانحدار المتعدد كما في الجدول (8).

جدول (8)

المتغيرات المستقلة الداخلة في النموذج	معامل الانحدار	قيمة F المحتسبة	R ²
تطور مستقبل العرض السياحي X1	0.289	19.180	0.186
تنمية المجتمع والاقتصاد المحلي X2	0.223	13.579	0.247
قيمة ثابت الانحدار بلغت (2.201)		حجم العينة 86	

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج الاستبانة.

تبين من خلال إجراء الانحدار المتعدد دخول المتغيرين (تطور مستقبل العرض السياحي X₁) و (تنمية المجتمع والاقتصاد المحلي X₂) في نموذج الانحدار وعلى التوالي وكانت (R²) معامل التحديد عند دخول المتغير الأول مساوية إلى (0.186) وهذا يشير إلى أن المتغير الأول وحده يفسر حوالي (19%) من التغيرات التي تحصل في مستقبل الطلب السياحي وأن معامل التحديد قد ارتفع إلى حوالي (0.25) وهذا يشير إلى أن المتغيرين معا يفسران حوالي (25%) من التغيرات التي تحصل في مستقبل الطلب السياحي وتتوافق هذه النتيجة إلى ما تم إيجاده سابقا حيث أن تنوع الأنماط السياحية أيضا فسرت (25%) من التغيرات التي تحدث في مستقبل الطلب السياحي، ولقد تم إجراء الانحدار المتعدد للمتغيرات الفرعية (X₂, X₁). وذلك لغرض معرفة إسهام كل متغير في معادلة انحدار مستقبل الطلب السياحي وكانت معادلة الانحدار المقدر كالتالي:

$$Y = 2.201 + 0.289 (X_1) + 0.223 (X_2)$$

تنمية المجتمع والاقتصاد المحلي Y

مستقبل الطلب السياحي ينطور مستقبل العرض السياحي

وقد تم إجراء اختبار T لثابت الانحدار ومعاملات بيتا لكل من X₁, X₂ وتبين أنها معنوية وستبقى في

النموذج وكما في الجدول (9)

جدول (9)

معاملات الانحدار	قيمة المعامل	T	P-value
ثابت الانحدار	2.201	5.422	0.000
معامل بيتا X ₁	0.289	3.262	0.002
معامل بيتا X ₂	0.223	2.585	0.011

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج الاستبانة.

وننتائج الأنموذج تثبت وتؤكد الفرضية H₁ وترفض الفرضية H₀.

الاستنتاجات والنوصيات.

الاستنتاجات الخاصة بالجانب النظري والتحليلي:

- 1- توصلنا إلى أن مقومات وشروط النمط السياحي تتضمن تحديد نوع ومقومات الجذب المتاحة في المنطقة أو الاقليم والذي يمثل القيمة الاصلية للعرض السياحي وكذلك دراسة الدوافع والرغبات للسائحين والتي تمثل اتجاهات الطلب السياحي وعلى أساسها يتحدد نوع وشكل السياحة المطلوبة.
- 2- أحادية النمط السياحي المتاح في كربلاء والمتمثل بالسياحة الدينية وأهمال باقي الانماط السياحية المتنوعة.
- 3- تنوع الموارد السياحية الدينية والتاريخية والطبيعية والتجارية التي تملكها محافظة كربلاء بحيث تمنحها ميزة نسبية وتنافسية مقارنة بمحافظات القطر ودول الجوار.
- 4- ضعف معدل الانفاق الفندقي اليومي للسائح في كربلاء حيث بلغ أعلى معدل له في عام (2009) (18 ألف) دينار عراق يوميا.

- 5- ضعف أجهزة الاعلام الداخلي في المحافظة بشكل عام والاعلام السياحي بشكل خاص للتعريف بإمكانيات موارد كربلاء السياحية بل ليس لها دور في تعريف الزائر وأهالي المدينة بتراث المدينة وما تتمتع به من كنوز وثروات سياحية عديدة.
- 6- عدم استغلال المواقع الاثرية والتاريخية في محافظة كربلاء للأغراض السياحية.
- 7- تعد محافظة كربلاء من أكثر المحافظات تميزا بالصناعات الفلكلورية والشعبية لكتها مهمة.

الاستنتاجات الخاصة بالجانب الميداني:

- 1- أن تنوع الاماظ السياحية يؤثر في تطور العرض السياحي وبالتالي يؤثر على:
أ- تطور العرض السياحي الخاص بالسياحة الدينية مستقبلا حيث بلغت الاهمية النسبية لأجابات العينة (أتفق تماما) أعلى نسبة (54).
ب- تطور العرض السياحي الخاص بالسياحة الطبيعية مستقبلا حيث بلغت الاهمية النسبية لأجابات العينة (أتفق) أعلى نسبة (46).
ج- توسيع الرقعة الجغرافية للتنمية السياحية في المحافظة بحيث يشمل كل الاقضية والنواحي حيث بلغت الاهمية النسبية لأجابات العين (أتفق) أعلى نسبة (43).
د- يضيف ميزة نسبية وتنافسية للمنتج السياحي في المحافظة حيث بلغت الاهمية النسبية لأجابات العينة (أتفق) أعلى نسبة (40).
- 2- أن تنوع الاماظ السياحية يؤثر في تنمية المجتمع والاقتصاد المحلي وبالتالي يؤثر على :
أ- تطور خدمات البنية التحتية مستقبلا مثل (طرق، كهرباء، ماء، صرف صحي، نقل).
حيث بلغت الاهمية النسبية لأجابات العينة (أتفق تماما) أعلى نسبة (70).
ب- تنامي الدخل السياحي مما ينعكس ايجابيا على المجتمع والاقتصاد المحلي حيث بلغت الاهمية النسبية لأجابات العينة (أتفق) أعلى نسبة (43).
- 3- أن تنوع الاماظ السياحية يؤثر على مستقبل الطلب السياحي (المحلي والاجنبي) وينعكس ايجابيا:
أ- عندما لا تتقاطع الاماظ السياحية مع تعاليم الدين الاسلامي والعرف السائد في المحافظة حيث بلغت الاهمية النسبية لأجابات العينة (أتفق تماما) أعلى نسبة (59).
ب- التسويق السياحي وينشط عمل الشركات السياحية حيث بلغت الاهمية النسبية لأجابات العينة (أتفق) أعلى نسبة (52).

التوصيات :

- 1- توجيه شركات السفر والسياحة في المحافظة بتقديم برامج متنوعة للسائحين لزيارة المقاصد السياحية المتنوعة في كربلاء وبالالتفاق مع وزارة السياحة ومنافذ الحدود .
- 2- الاهتمام بالتخطيط العلمي المدروس للتوسع في انشاء مؤسسات التعليم السياحي المتخصص وبمستوياته المختلفة في كربلاء بما يتلائم مع احتياجات سوق العمل السياحي فيها . بحيث يكون خريجها لهم الافضلية في المؤسسات السياحية والفندقية في المحافظة .
- 3- الاهتمام بمهنة الارشاد السياحي والمرشدين السياحيين كونهم يمثلون سفراء لبلدهم خلال الرحلة وكذلك على الجهات المعنية بالسياحة في محافظة كربلاء ان تستحدث دائرة خاصة بالارشاد السياحي تستقطب خريجي كلية السياحة وكلية الآثار والترجمة للعمل ضمن هذه الدائرة وزجهم في دورات تدريبية لتأهيلهم بالعمل كمرشدين سياحيين في المحافظة .
- 4- تخصيص جزء من ايرادات السواح لتنمية الموارد السياحية بحيث تساعد على تطويرها في تقديم خدمات متطورة وحديثة للسواح بصورة مستمرة مستفيدين من تجربة الاستثمار من ايرادات العتبة الحسينية والعباسية المقدسة .
- 5- انشاء مراكز سياحية وطنية تساعد على تقديم خدمات سياحية للسواح وتتضمن مايلي :
أ-الكتيبات والمنشورات السياحية التي توزع مجانا والتي تعلن فيها الفنادق والشركات السياحية والمطاعم عن خدماتها في هذه المنشورات .
ب- تقديم خدمات الحجز المركز للفنادق والمطاعم والنقل والخدمات السياحية الاخرى .
ت- توفير النصح والاستشارة للسواح في كافة مجالاتها
- 6- نوصي باقامة شركات متخصصة تقوم بتقديم خدمة النقل السياحي تتولى تقديم خدمة تسيير للسائحين التنقل من مكان الى مكان داخل او خارج العراق .
- 7- نوصي بالتوجه نحو استثمار بعض الفنادق الدرجة الاولى والثانية على الاقل في كربلاء ومكاتب الاستعلامات السياحية الرسمية التابعة للمحافظة بتقديم خدمة المعلومات السياحية تتضمن على ما يحتاجه الوافد الى كربلاء من داخل او خارج العراق من معلومات سياحية عن كربلاء .
- 8- نوصي بقيام معارض محلية او مشاركة مجموعة محلات لبيع الصناعات الفلكلورية والازياء الشعبية والنحاسيات والمنوجات التي تعكس التراث الشعبي لكربلاء ومن الممكن ان تكون هذه مشاريع صغيرة يقوم بها مستثمرين صغار تتضمن اماكن انتاج وعرض وبيع في نفس الوقت .

- 9- نوصي بالاهتمام بخدمات الترفيه والتسليّة السياحية لانها تفيد المواطن المحلي والسائح (الزائر) في نفس الوقت مثل المنتزهات والكافيتريات السياحية ومدن الالعاب الحديثة لما لها من اثر على نفسية وصحة المواطن المحلي والسائح الوافد .
- 10- خلق موسم سياحي لزيارة حصن الاخضر للتعريف بأهمية هذا البناء التاريخي العريق من خلال المنشورات والكتيبات التي تعطي صورة كاملة عن اهمية هذا الحصن تاريخيا وحضاريا واثريا واقامة مهرجان أدبي وشعري تطرح فيه اعمال الابداء والشعراء والمهتمين بالثقافة الشعبية .
- 11- أعطاء الفرصة للقطاع الخاص والمختلط للمساهمة بالنهوض بالحركة السياحية داخل المحافظة سواء عن طريق الاستثمارات او اقامة المشاريع السياحية لخلق الانماط الجديدة المقترحة من السياحة مع تقديم كل الدعم والحوافز من الدولة للارتقاء بهذه الصناعة المهمة
- 12- الاسراع بإنشاء مطار كربلاء والاستفادة من خدماته في السفر للأفواج السياحية القادمة مستقبلاً .
- 13- تقديم تسهيلات للأفواج السياحية القادمة من الاسواق المستهدفة مثلاً دول الخليج ودول الجوار لمنحهم تأشيرة الدخول السياحية وكذلك تحديد سعر صرف سياحي أو تشجيعي .

هوامش البحث:

- (1) ابن منظور، لسان العرب، دار لسان العرب، بيروت، د.ت مادة (نمط) .
- (2) التوحيدى، الامتناع والموانسة، دار مكتبة الحياة، بيروت، بدون سنة.
- (3) عبد القادر الجرجاني، دلائل الإعجاز، الطبعة الخامسة، القاهرة، 1372 هـ،
- (4) محمد يسري إبراهيم ، السياحة مفهوماً وأنماطها وأنواعها المختلفة ، القاهرة ، 2001 .
- (5) الأمانة العامة ، إدارة العمل الاجتماعي ، معجم مصطلحات التنمية الاجتماعية والعلوم المتصلة بها نيسان 1983 .
- (6) مجدي وهبة ، معجم مصطلحات الأدب ، مكتبة لبنان ، بيروت 1974 .
- (7) يحيى محمد نيهان ، معجم مصطلحات الجغرافيا الطبيعية والفلكية والسياسية ، دار يافار عمان 2012 .
- (8) د. شاكور مصطفى سليم ، قاموس الانثروبولوجيا ، جامعة الكويت ، 1984
- (9) فرانك بيلي، معجم بلاكويل للعلوم السياسية، ترجمة ونشر مركز الخليج للأبحاث، الطبعة الأولى، 2004
- (10) بيار جورج، معجم المصطلحات الجغرافية، ترجمة د. حمد الطفيلي، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر، الطبعة الثانية، 2002 .
- (11) الشعبة القومية للتربية والعلوم والثقافة، معجم العلوم الاجتماعية، تصميم ومراجعة الدكتور، إبراهيم مذكور ، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1975
- (12) محمد عبد الرزاق مناع، معجم الدليل، الطبعة الثانية، منشورات دار لبنان للطباعة والنشر والمنشأة العامة للنشر والتوزيع والاعلان، لبنان، 1984
- (13) الياس أنطوان الياس، القاموس العصري، الطبعة الثانية، القاهرة، 1997 .
- (14) بسام بركة، وآخرون، قاموس لاروس المحيط، أكاديمية انترناشونال، لبنان، 2007 .
- (15) Sally Wehmeier, oxford Advanced Learners Dictionary, 7th ed . Oxford University Press, New yourk ,2007
- (16) سمراء، عبد الجبار ابراهيم أمين، أثر الفلسفات التسويقية في القرارات المتعلقة بالمنتجات الفندقية، رسالة ماجستير، مقدمة الى مجلس كلية الادارة والاقتصاد، الجامعة المستنصرية، قسم السياحة وادارة الفنادق، 2001
- (17) د. محمود كامل، السياحة الحديثة علماً وتطبيقاً، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1975
- (18) عبد الله إسماعيل الصوفي، معجم التقنيات التربوية، الطبعة الثانية، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2000
- (19) محمد احمد العمري ، الأمن السياحي ، المفهوم والتطبيق ، دار الراية ، عمان 2011
- (20) د. محمد صالح ربيع العجيلي ، معجم المصطلحات والمفاهيم الجغرافية ، الجزء الثاني الطبعة الأولى ، دار صفاء للنشر والتوزيع ، عمان ، 2012
- (21) Stephen j . Page , tourism management , second edition , New Yourk , 2007
- (22) محمد زكي عبد الرزاق ، محددات الطلب السياحي وأثرها في فنادق الدرجة الممتازة في بغداد ، رسالة ماجستير مقدمة إلى كلية الإدارة والاقتصاد ، الجامعة المستنصرية ، قسم السياحة ، 1999
- (23) مجلة السياحة العربية ، العدد ، 29 ، عمان ، 1972
- (24) د.عثمان محمد غنيم، وآخرون ، التخطيط السياحي في سبيل تخطيط مكاني شامل ومتكامل ، الطبعة الأولى ، دار صفاء للنشر والتوزيع ، عمان ، 2003
- (25) محمد يسري دعيس ، التربية السياحية والتنمية الشاملة ، القاهرة ، دار المعارف ، 1993
- (26) صلاح الدين خربوطلي ، الاقتصاد السياحي ، دمشق ، المعهد المتوسط السياحي والفندقي ، بدون سنة نشر
- (27) رمزي بدر عاتي ، العوامل المؤثرة في الطلب السياحي في العراق ، رسالة ماجستير مقدمة إلى كلية الإدارة والاقتصاد ، الجامعة المستنصرية ، قسم الاقتصاد ، 1984
- (28) ماجد حميد ناصر العوادي، قياس وتحليل الآثار الاقتصادية للتنمية السياحية ودورها في دعم الاقتصاد العراقي، رسالة ماجستير، مقدمة الى كلية الادارة والاقتصاد، الجامعة المستنصرية، قسم السياحة وادارة الفنادق، 2011
- (29) د.مثنى طه الحوري، إسماعيل محمد علي الدباغ، اقتصاديات السفر والسياحة، الطبعة الأولى، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، 2005.