

تفعيل وإدارة سياحة المخيمات ودورها في زيادة إنفاق السائح

دراسة استطلاعية لآراء عينة من السياح وخبراء السياحة في محافظة السليمانية

بإقليم كردستان العراق

م. محمد إبراهيم الزهاوي¹ و م. م. أحمد طه بلال² و م. م. سولاف عزالدين البلوي²

¹ كلية التجارة، جامعة السليمانية، السليمانية، إقليم كردستان، العراق
² كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة السليمانية، السليمانية، إقليم كردستان، العراق

لإقامة المخيمات السياحية فيها، نظراً لما يتمتع به الإقليم من مناطق سياحية جذابة وإقبال المواطنين على ممارسة السياحة الداخلية فيه، فضلاً عن أن الطبيعة والأوضاع في إقليم كردستان بشكل عام ملائمة لتفعيل هذا النوع من السياحة (سياحة المخيمات)، وكذلك تم التوصل إلى أن هنالك علاقات ارتباط وأثر معنوية ذات دلالات إحصائية بين كل من سياحة المخيمات عند تفعيلها وإدارتها بشكل صحيح وزيادة إنفاق السائح، واعتماداً على ذلك فقد قدم الباحثون مجموعة من التوصيات والمقترحات المنسجمة مع تلك الاستنتاجات.

الكلمات البالة- سياحة المخيمات، إدارة المخيمات السياحية، إنفاق السائح.

المقدمة

يعد القطاع السياحي من القطاعات المهمة التي لا يمكن الإستهانة بها أو الإستغناء عنها؛ إذ تعد السياحة من الصناعات المهمة التي تسهم بدعم اقتصاديات الدول في العالم، وذلك للاتفاق الكبير الذي يقوم به المستهلكون في الدول المتقدمة وكذلك النامية على حدٍ سواء، والذي يتمثل في جلب رؤوس الأموال الأجنبية والعملية الصعبة والتي تسهم في تحسين ميزان المدفوعات، وكذلك دورها الرائد في دعم الناتج المحلي والإجمالي، كما وإن للسياحة دور كبير في تشغيل العمالة على مختلف مستوياتها وتوفير فرص العمل لها ومن كلا الجنسين، فضلاً عن تحسين مستوى المعيشة للمجتمعات المحلية في البلد المضيف (البلد السياحي) من خلال تطوير البنى التحتية والفوقية وتوفير الخدمات المتنوعة والتحسين المستمر في مستوى التخطيط العمراني في البلاد.

المستخلص- سعى هذا البحث إلى تبيان علاقات الارتباط والتأثير بين كل من تفعيل وإدارة سياحة المخيمات في زيادة إنفاق السائح القاصد لمحافظة السليمانية بإقليم كردستان العراق، ولتحقيق ذلك تم إعداد مخطط إفتراضي يتضمن متغيرات البحث فضلاً عن صياغة عدد من الفرضيات الرئيسة، وقد استخدم الباحثون الإستبانة لهذا الغرض كأداة رئيسة لجمع البيانات والمعلومات، إذ تم توزيع (76) نسخة، وكان عدد المسترجع منها (60) نسخة صالحة للتحليل الإحصائي، والتي وزعت جميعها على مجموعة من السياح في محافظة السليمانية، فضلاً عن عدد من التدريسيين الخبراء في مجال السياحة ممن أمضوا أعواماً عديدة في إلقاء المحاضرات المتعلقة بموضوع السياحة في كليات جامعة السليمانية، كما وتم استخدام عدد من الأساليب الإحصائية لاختبار الفرضيات الخاصة بالبحث.

ولمحدودية وندرة الدراسات التي تناولت العلاقة والتأثير بين هذه المتغيرات في البيئة العراقية عامةً والبيئة الكوردستانية خاصة ضمن حدود اطلاع الباحثين، لذا فقد تناول مجتمهم الحالي هذه المتغيرات ضمن إطار شمولي، وبشكل عام حاول البحث الإجابة على التساؤل الآتي: ما هي طبيعة علاقات الارتباط والتأثير بين كل من تفعيل وإدارة سياحة المخيمات في زيادة إنفاق السائح؟ وعليه فقد توصل البحث إلى مجموعة من الاستنتاجات أهمها: وجود ضعف إلى حدٍ ما فيما يتعلق بمعرفة أفراد عينة البحث لمفهوم سياحة المخيمات وهذا بالتأكد ينطبق على المجتمع ككل، كما وتبين أن الأماكن والمناطق السياحية في إقليم كردستان بشكل عام ومحافظة السليمانية بالتحديد ملائمة

وعليه فإن اختيارنا لموضوع البحث الحالي جاءت لتسليط الضوء على دور تفعيل وإدارة سياحة المخيمات في زيادة إقبال السائح وتهدبداً في محافظة السلبيانية بإقليم كوردستان العراق، وذلك لأهمية تفعيل نشاط المخيمات السياحية والإستثمار فيها سواءً في المواقع السياحية أو من قبل الوزارات المعنية بهذه الأنشطة كوزارة التخطيط ووزارة السياحة ووزارة التعليم العالي والتربية. إلخ، ممارسة الأنشطة الكشافية وخصوصاً الشبابية والطلابية منها، لأنها تضيف ثقافة وتصميم وإقدام لدى الشباب والطلبة المشاركين فيها، كما وأن موضوع المخيمات السياحية يعتبر مشروع وطني يمكن لأي مواطن الإستثمار فيه، نظراً لما يتمتع به الإقليم من مناطق سياحية جذابة وإقبال المواطنين على السياحة الداخلية، إذ لا يحتاج الأمر إلى خبرة طويلة وعميقة في العمل السياحي لإدارة مثل هذه المخيمات، لنا يرى الباحثون ضرورة إحياء هذه التجربة من جديد لما لها من أهمية اقتصادية وفوائد علمية وثقافية واجتماعية لعموم المشاركين فيها، ونظراً لمحدودية الدراسات التي تناولت متغيرات هذا البحث في العراق عامةً وفي إقليم كوردستان خاصةً (وبالتحديد محافظة السلبيانية) فقد وجدوا أنه من الضروري تناول هذه المتغيرات ضمن إطار شمولي، لذا فقد تضمن البحث كلاً من المباحث الآتية: المبحث الأول/ منهجية البحث، المبحث الثاني/ الجانب النظري، المبحث الثالث/ الجانب الميداني، المبحث الرابع/ الاستنتاجات والمقترحات.

المبحث الأول/ منهجية البحث

تناول هذا البحث المنهجية المستخدمة في البحث وفق المحاور الآتية:

أولاً/ مشكلة البحث: برزت مشكلة البحث نتيجة التماس الباحثين لأهمية قطاع السياحة من خلال عملهم كمدريسين في جامعة السلبيانية لعدة سنوات، وتقديهم لمخاطرات عن السياحة وإدارة المنشآت السياحية وانعكاس هذا القطاع المهم على اقتصاد البلد، لاسيما عند توفر إدارة رشيدة وحكيمة تسعى للإستفادة من هذا القطاع كورد اقتصادي مهم لسكان البلد، وكذلك حاجة القطاع السياحي لإضافة فعالية المخيمات السياحية إلى نشاطها من قبل القطاع الخاص لتسهيل مهمة الحصول على مراكز للإيواء السياحي بسهولة ورخص ثمنها على مستوى العوائل التي تمارس السياحة الداخلية، فضلاً عن ذلك فقد وجد الباحثون أن هنالك ندرة في توفر دراسات أو أبحاث سابقة تناقش أو تستعرض أهمية هذا النوع من السياحة (سياحة المخيمات) وتفعيله وإدارته على الوجه الذي يحقق أعلى منافع إقتصادية للبلد من خلال زيادة إقبال السائح عند ممارسته لهذا النوع من السياحة، ودورها الاقتصادي والاجتماعي في توفير فرص العمل الموسمية التي يحتاجها الناس، لاسيما الشباب العاطلين عن العمل في المدن والمواقع السياحية في إقليم كوردستان العراق وخاصةً في محافظة السلبيانية.

وبالتالي تبرز مشكلة البحث الحالي من خلال عدة تساؤلات صاغها الباحثون لهذا الغرض، وكالاتي:

1- هل لدى مجتمع البحث معرفة وإلمام بمفهوم سياحة المخيمات والمخيمات السياحية؟

فإنسان منذ القدم كان يسعى إلى الاستقرار في المناطق التي هاجر إليها، أخذاً في البحث عن مأوى جديد غير الكهوف التي كان يسكنها من خلال تنقله من مكان إلى آخر، ومن ثم عمل على تربية الحيوانات في الوديان، كما وبدأ ببناء بيته بين فروع الأشجار، ولما كثرت تنقلاته بحثاً عن الغذاء تعلم كيف يقيم نوعاً جديداً من المأوى يسهل عليه حمله وإقامته أينما حل أو ارتحل، إذ كان يتخذ من جلود الأغنام غطاء لهذا المأوى، ثم عرف كيف ينسج النسيج من صوف الإبل والغنم فاستبدل به الجلود لينة وزنه في الحمل.

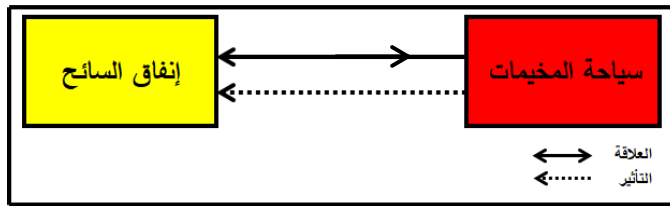
أما حينما ظهرت المدينة الحديثة بدأ الإنسان يغير من عاداته ويبحث عن وسائل أخرى للإقامة والتي تتوفر فيها وسائل الراحة والمتعة، فبدأ باستخدام الأحجار والأخشاب في إقامة المساكن وأخذ يزودها بكافة المستلزمات الضرورية لتسهيل مهمة إقامته وعائلته إلى أن وصل به الحال إلى ما نحن عليه الآن، وعلى الرغم من ذلك فما زال هنالك أقوام يستخدمون الخيام في إقامتهم وترحلمهم وهم يتنقلون في الصحاري والشعاب بحثاً عن الكلال لمواشيمهم، والتي يعتاشون عليها من خلال بيعهم لأصوافها ولحومها وألبانها. إلخ.

إضافة إلى ما تم ذكره؛ فإن الإنسان غالباً ما يجب الخوض في تجربة العيش في الخيام، لاسيما في حال رغبته القيام برحلة صيد بري لبضعة أيام إشباعاً لرغباته وحبه في الإبتعاد عن صخب المدينة وازدحاماتها المرورية وتلوث هوائها، وهذا نسمعه ونلمسه من أشخاص يجوبون ممارسة هواية الصيد في البراري والصحاري، إذ يجتمعون معاً ويقررون التوجه إلى أية منطقة برية (جبلية أو سهلية أو في الصحاري. إلخ) والذين يستخدمون فيها الخيام لإيواءهم.

ومن الجدير بالذكر أنه في الستينيات إلى نهاية السبعينيات من القرن الماضي كانت وزارة التربية تشجع ممارسة الأنشطة الكشافية المدرسية، إذ كانت إدارات المدارس حريصةً على أداء هذه الفعاليات والتدريب على ممارستها من قبل معلمين متخصصين وذوي دراية كافية بهذه الأنشطة، التي من ضمنها استخدام الخيمة وطريقة نصبها لأغراض الراحة والأيواء للمشاركين في العملية الكشافية والتي كانت تنشط خلال فصل الربيع لممارستها من قبل الطلبة، إذ كانت في كل محافظة ساحة مزودة بكافة المستلزمات الكشافية كالخيم وأدوات الطبخ. إلخ، كما وكانت تتم عملية تحديد وتوزيع مساحات توزيع الخيم كجامع مع ملحقاتها من خدمات الحمامات وقاط الحصول على الماء لأغراض الغسل والسقي والرش من قبل المشاركين في العملية الكشافية، وهذا الأماكن كانت تستخدم لاستقبال مجاميع كشافية وافرة من المحافظات الأخرى.

كما وتجدر الإشارة إلى القوانين والتشريعات العراقية تضمنت وبشكل صريح ومفصل على تعليمات خاصة بمجلس الكشافة والمرشدات، والتي قُسمت إلى 17 مادة تم نشرها في جريدة الوقائع العراقية، والتي لا مجال لتعدادها في بحثنا الحالي⁽¹⁾.

رابعاً/ مخطط البحث الافتراضي: يوضح الشكل (1) أدناه مخطط البحث الافتراضي



شكل 1. مخطط البحث الافتراضي

المصدر: من إعداد الباحثين.

خامساً/ فرضيات البحث:

- 1- وجود علاقة ارتباط معنوية موجبة ذات دلالة إحصائية بين سياحة المخيمات وزيادة إنفاق السائح.
- 2- وجود تأثير معنوي ذي دلالة إحصائية لسياحة المخيمات في زيادة إنفاق السائح.

سادساً/ منهج البحث: اعتمد الباحثون على المنهج الوصفي والتحليلي في وصف مجتمع وعينة البحث، فضلاً عن دراسة وتحليل علاقات الارتباط والتأثير بين متغيرات البحث وصولاً إلى الاستنتاجات ومن ثم تقديم المقترحات.

سادساً/ حدود البحث:

- 1- الحدود المكانية: تمثلت الحدود المكانية للبحث بمحافظة السلمانية في إقليم كردستان العراق.
- 2- الحدود الزمنية: والتي حددت بالفترة الزمنية التي تم فيها البدء بإجراءات البحث وتوزيع استارة الإستبانة على الأفراد المستجيبين من السياح في محافظة السلمانية وخبراء السياحة من التدريسيين في جامعة السلمانية واستلامها منهم، والممتدة من 2018/1/10 وانتهاءً في 2018/5/30.

سابعاً/ أساليب جمع البيانات والمعلومات:

- 1- تم الإستعانة بالمصادر والمراجع العربية والأجنبية والمتمثلة بكل من الكتب والرسائل والأطاريح الجامعية والمجلات والدوريات والندوات ذات الصلة بموضوع البحث والتي كانت نادرةً ومحدودةً نوعاً ما، مما دفع بالباحثين إلى الإستعانة بالمنهاج الدراسية التي تم استخدامها من قبلهم مسبقاً في محاضراتهم الأكاديمية المتعلقة بمواضيع السياحة وإدارة المنشآت السياحية والاقتصاد، وكذلك استخدام شبكة الإنترنت بشكل واسع مع الإستفادة من بعض البرامج الوثائقية التي تم عرضها على قنوات التلفاز كقناة (National Geographic Abo Dhabi)، وذلك لتغطية الجانب النظري للبحث ودعم الجانب الميداني له.
- 2- استارة الإستبانة: اعتمد الباحثون على استارة الإستبانة كأداة رئيسة للحصول على البيانات والمعلومات المتعلقة بالجانب الميداني للبحث.

ثامناً/ الوسائل الإحصائية المستعملة: استعمل الباحثون الوسائل الإحصائية الآتية في وصف الأفراد المستجيبين وتحديد علاقات الارتباط والتأثير بين متغيرات البحث بهدف استخلاص النتائج (التوزيعات التكرارية والنسب المئوية والأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية، معامل الارتباط البسيط، الانحدار الخطي البسيط، معامل التحديد R^2 ، اختبار F، واختبار T.

2- مامدى ملائمة الأماكن والمناطق السياحية في إقليم كردستان بشكل عام ومحافظة السلمانية بشكل خاص لإقامة المخيمات السياحية؟

3- مامدى الإهتمام بسياحة المخيمات في إقليم كردستان العراق بشكل عام، وماهي أسباب عدم الإهتمام بهذا النوع من السياحة؟

4- هل إن الطبيعة والأوضاع بشكل عام في إقليم كردستان ملائمة لتفعيل سياحة المخيمات؟

5- هل إن تفعيل سياحة المخيمات سيؤدي بالفعل إلى تحقيق منفعة اقتصادية للإقليم، وهل إن ذلك سيلعب دوراً في جذب السياح إلى الإقليم من خلال تزايد

الطلب على هذا النوع من السياحة؟

6- هل هنالك استعداد لإنفاق الأموال لغرض ممارسة سياحة المخيمات في الإقليم بشكل عام وفي محافظة السلمانية بشكل خاص عند تفعيل هذا النوع من السياحة؟

ثانياً/ أهمية البحث: تنبع أهمية هذا البحث من أهمية المشكلة المدروسة نفسها، إذ يكتسب البحث الحالي أهميته من خلال أهمية المتغيرات التي تناولها كظواهر مهمة في إقليم كردستان العراق لم يسبق أن تم ربطها مع بعض في دراساتٍ سابقةٍ عربيةٍ أو حتى أجنبية على حد علم الباحثين، إذ إنه يتناول سياحة المخيمات كنوع جديد من أنواع السياحة وظاهرة اقتصادية مهمة للبلاد، وكيفية تفعيل هذا النوع من السياحة وإدارته بشكل صحيح لضمان نجاحه ودوره في زيادة إنفاق السائح القاصد للبلاد مما سينعكس بالإيجاب على اقتصاد البلد ككل، وذلك في أحد المحافظات الحيوية والمهمة سياحياً في البلد وهي محافظة السلمانية بإقليم كردستان العراق.

ثالثاً/ أهداف البحث: في ضوء مشكلة البحث وأهميته يسعى البحث الحالي إلى تحقيق الآتي:

- 1- التعرف على متغيرات البحث بشكل عام وخصوصاً سياحة المخيمات وتطور إنشاء المخيمات وأنواعها وطاقاتها وكيفية تفعيلها وإدارتها بالشكل الذي يحقق زيادة إنفاق السائح للأموال بغرض التمتع بهذا النوع من السياحة والذي سينعكس بالإيجاب على اقتصاد البلد وذلك من خلال الإطار النظري والعملي للبحث، والتي أصبحت تحتل مكانة بارزة لدى المعنيين في المجالات السياحية والإدارية والاقتصادية.
- 2- تقديم مجموعة من المقترحات التي تخدم المحافظة التي تم فيها إجراء البحث في ضوء ما سيتوصل إليه البحث من نتائج، فضلاً عن تقديم بعض المقترحات المستقبلية التي تخص الباحثين في هذا المجال لتكملة المشوار العلمي وإحداث التراكم المعرفي المطلوب.

المبحث الثاني / الجانب النظري

يتضمن هذا المبحث كلاً من النقاط الآتية:

أولاً/ تاريخ ونشأة وتطور مفهوم المخيمات:

يعد التخيم من أبرز الفنون الكشفية التي يمارسها الإنسان في حياة الخلاء من خلال المعسكرات والرحلات الخلوية، إذ يعتمد على نفسه في إيقاد ناره وبناء بيته أو إقامة خيمته وطبخ طعامه واثقاء الحر والبرد، ولاشك أن ذلك يعمق في شخصيته اعتماده على نفسه ويغرس فيه العديد من الصفات التربوية (2). فبعد أن استقرت حياة الإنسان في المناطق التي هاجر إليها، أخذ في البحث عن مأوى جديد غير الكهوف التي كان يسكنها أول ما استقر به المقام في الأرض، وعندما استأنس بعض الحيوانات بدأ غذائه في السهول والوديان، فترك حياة الكهوف وانتقل إلى حياة الوديان، وبدأ يتخذ من غصون النخيل وفروع الأشجار بيوتاً له، ولما كثرت تنقلاته بحثاً عن الغذاء تعلم كيف يقيم نوعاً جديداً من المأوى يسهل عليه حمله وإقامته أينما حل أو ارتحل، إذ كان يتخذ من جلود الأغنام غطاء لهذا المأوى، ثم عرف كيف ينسج النسيج من صوف الإبل والغنم فاستبدل به الجلود لخفة وزنه في الحمل.

ثم تطورت صناعة الخيم عندما كثر استعمالها خاصة من قبل التجار الذين تعودوا الانتقال من مكان إلى آخر ومن دولة إلى أخرى على ظهور الخيل والإبل لتبادل السلع التجارية وسعياً وراء المنفعة المادية وقضاء حاجات الناس، وبذلك نشأت أولى مواقع التخيم (Camping site)، والتي كانت تقام عند مرافد المياه وحول الآبار التي كانت تعتمد عليها القوافل لغرض التزود بالمياه واتخاذها كمحطات للراحة، إذ كانت هذه المحطات تقام عند جوانب الطرق التي يسلكها التجار وأصحاب القوافل والتي كانت تشبه إلى حد كبير مواقع التخييم الحالية التي يتم من خلالها التزود بالمياه والخدمات المختلفة تبعاً للتطور والحضارة التي وصل إليها الإنسان اليوم (العاني، 2005، 95).

أما بعد أن ظهرت المدينة الحديثة، بدأ الإنسان يغير من عاداته ويبحث عن وسائل أخرى لإقامته تتوفر فيها وسائل الراحة والمتعة، فبدأ يستخدم الإحجار والأخشاب في إقامة المساكن الحديثة وأخذ يزودها بكافة متسلزمات الحياة إلى أن وصل به الحال إلى ما نحن فيه الآن (الزهاوي، 2010)، وعلى الرغم من ذلك فما زال هنالك أقوام يستخدمون الخيام في إقامتهم وترحالهم، كالبدو في الصحاري وسكان المناطق البدائية في أفريقيا وأمريكا الجنوبية والصحارى بأستراليا (National Geographic, 28/5/2017).

ومن الجدير بالذكر أن التطورات والاكتشافات والحملات العسكرية والكشفية عبر التاريخ كان لها دور كبير في انتشار المخيمات، فلقد كانت الجيوش التي تتكون من هذه الحملات تقيم في المخيمات للإقامة فيها أثناء غزواتها، فكان لذلك أثر كبير في تطور السياحة واكتشاف بلدان أخرى أثناء غزواتها وانتقالها بين الدول والمدن المختلفة (الياسري، 2002، 6)، كما وتجدر الإشارة إلى أن أول من أنشأ المخيمات الكشفية هو لورد في الجيش الإنكليزي يسمى باللورد (روبرت ستيفن سميث) ولقبة (بادن باول) الذي كان يعمل ضابطاً بالجيش البريطاني، والذي شارك في العديد من المعارك

والحروب التي تعد (مافكنج) من أشهرها في جنوب أفريقيا، ففي عام 1899 حوصر بادن باول ورجاله في قلب مافكنج، وعندما طال حصاره فكر بالاستعانة بالشباب لفك الحصار ووزع عليهم أعمال الخدمات العسكرية كالحراسة والطهي ونقل الرسائل، وتمكن على إثر ذلك من فك الحصار بعد 217 يوم، وبعد هذه المعركة عاد بادن باول إلى إنجلترا عام 1901 وأصبح في نظر الجميع بطلاً وطنياً عظيماً، وقد جاءت فكرة إحداث الكشفية بعدما لمس بأن الشباب الإنكليزي أخذ يتفكك وكثرت فيه الأمراض كالإدمان والبطالة، لذا تجمعت لدى باول فكرة التربية الذاتية للشباب والتي تمارس في الهواء الطلق، وكانت لديه الرغبة في التدريب وخدمة الآخرين، إذ كان مرحاً وذو عدة مواهب كالرسم والتمثيل والغناء وتنظيم الحفلات إلخ، كونه عاش الطبيعة فترة طويلة واكتسب منها أشياء كثيرة، وقد كانت لقراءاته المتنوعة ودراساته لكتب التربية وتاريخ الشعوب فائدة كبيرة، وفي يوم من الأيام استدعى باول 20 شاباً من المدينة وذلك لإقامة مخيم لمدة أسبوع على جزيرة براون سي عام 1907، وقد نجح هذا المخيم نجاحاً باهراً، بعدها نشر باول كتاباً بعنوان (الكشفية للفتيان) وقد ترجم هذا الكتاب إلى العديد من اللغات العالمية، وضع فيه خبرته ومبادئه وأفكاره، وكذلك نشر بعض المواضيع والمسابقات في الصحف والمجلات التي عرفت الحركة الكشفية وجعلتها تنتشر سريعاً في العالم، وأصبح باول فيما بعد رئيساً للحركة الكشفية وأخذ ينشر المسابقات الثقافية في الصحف وينظم للفائزين بتلك المسابقات منحيات حتى عام 1910، وحقق باول حلمه حينما جمع في قصر الكريستال في لندن حوالي 11 ألف كشاف وقائد أخذوا يعرضون أمام الجمهور المحتشد كل ما تعلموه من فنون وألعاب، فكان لذلك أثر كبير في تقدم الحركة الكشفية، فقد تطورت سلوكيات الشباب وتحسنت معاملتهم ومساعدتهم للناس، ويذكر أن كشافاً أرشد سائحاً أمريكياً على طريقه في ضباب لندن ثم رفض بكل أدب أن يأخذ من السائح أي مقابل مما دفع الأمريكي عند عودته إلى بلده إلى تأسيس فرع للكشافة هناك، ثم امتدت الحركة إلى كندا وشيلي والعالم العربي سنة 1912 بدخولها إلى لبنان ثم سوريا ومن ثم دخلت إلى المغرب عام 1933 (34).

أما في الوقت الحالي فإن أكبر تجمع تخييمي يحدث في العالم هو التجمع في (عرفة ومنى) من كل عام في المملكة العربية السعودية، إذ يتجمع وفود الحجاج في أعداد تصل إلى الملايين، ففي الأعوام الأخيرة وصل عددهم إلى أكثر من ثلاثة ملايين حاج كلهم يقيمون في خيام في مكان واحد هو وادي عرفة ومنى، وقد تم تزويد هذين المكانين بالمرافق العامة لتسهيل إقامتهم خلال فترة الحج.

وعليه قام الباحثون بتعريف سياحة المخيمات على إنها "نوع مستحدث من أنواع السياحة، والتي فيها يقوم السائح بالانتقال خارج مكان إقامته الأصلي والبقاء في الموقع أو المقصد السياحي من خلال الإستعانة بالحيمة والتي تعد من العناصر الأساسية التي تميز هذا النوع من السياحة عن أنواع السياحة الأخرى، وذلك لأغراض ترويحية أو ترفيهية أو كشفية أو تربوية أو تدريبية.. إلخ".

ثانياً/ أسس تصنيف المخيمات وأنواعها:

- مخيمات ذات أهداف خاصة ومنها: (مخيمات ذوي الإحتياجات الخاصة) والتي تهدف إلى إتاحة الفرصة لهم لاكتساب قدرٍ من الخبرات والمهارات التي تناسب ظروفهم، وفي جوٍ إطلاقي بعيد عن الضغوط التي تفرضها نظم المدارس أو المؤسسات التي يعيشون فيها مع محاولة تأهيلهم للحياة العادية بتهيئة الظروف لهم للإختلاط مع غيرهم مع الأصحاء، و(مخيمات المرضى) والتي تقام للمرضى لإتاحة الفرصة لهم للحياة في جوٍ يغير الجو الذي يعالجون فيه وتم هذه المخيمات عادة في ظل رعاية طبية، و(مخيمات الجانحين) والتي تعد لإيواء الجانحين لدراسة أسباب إخرافهم من الناحيتين النفسية والإجتماعية ومحاولة إيجاد علاج لهذه الأسباب، وقد تتخذ هذه المخيمات بعد فترة من العلاج لتأهيل روادها للحياة العامة، و(المخيمات الفنية) والتي تقام لممارسة أنواع مختلفة من الفنون كالفنون الموسيقية أو المسرحية أو التشكيلية، ويمارس الهواة والفنانون هوايتهم في هذه المخيمات بعيداً عن حياة الضوضاء وفي جوٍ يسمح لهم بالإبداع، ويقبل على إقامة هذا النوع من التخيم الدول المتقدمة اجتماعياً وخاصةً في الدول الأوروبية، (المخيمات الصيفية للأيتام) الخ.

2- المخيمات وفقاً لمدة الإقامة: والتي تنقسم إلى:

- أ- مخيم اليوم الواحد (النهار الواحد): وفيه تخرج الجماعة للعيش في الخلاء في مخيم لمدة يوم واحد دون أن يبيتوا فيه، و الهدف من هذا النوع هو الاستكشاف و الخروج إلى الطبيعة والترويح أو الترفيه.
- ب- مخيم الليلة الواحدة: وغالبا ما يتم في عطلة نهاية الأسبوع، ويبدأ هذا المخيم في يوم و ينتهي في اليوم التالي.
- ت- مخيم الإقامة الطويلة: وهو الذي يستمر مدة أطول من ذلك.

3- المخيمات من حيث طاقتها الإستيعابية: تختلف الطاقة الإستيعابية للمخيمات من مكان إلى آخر، كما وتختلف سعة المخيم حسب الغرض الذي خصص من أجله، إذ إن كل غرض يتطلب إعداداً خاصة وبرامج مختلفة عن غيره، وعليه يمكن القول بأن المخيمات تقسم حسب طاقتها الإستيعابية إلى كلٍ من: (دعبس، 2001 ، 115)

- أ- المخيمات المؤقتة: وهي التي لا تحتاج لإقامتها غير مساحة من الأرض تسع لإقامة عدد محدد من الخيام بشرط وجود المخيم بجوار ينابيع المياه ما أمكن ذلك، وأن يكون الطريق الواصل إليها صالحاً للمرور، ويجب على رواد هذا المخيم أن يعيدوا الأرض إلى الحالة التي كانت عليها عند التسلم وذلك بعد الإنتهاء من التخيم.
- ب- المخيمات الدائمة: لما كانت طبيعة هذه المخيمات الدوام لنا يفضل أن تكون منشأتها الدائمة من المباني البسيطة التي يستفاد في بنائها من الخامات الطبيعية الموجودة بالبيئة وذلك لكي يتم الحصول على أكبر فائدة بأقل تكلفة ممكنة، وتقسم هذه المخيمات إلى المخيمات التي تسع 200 شخص أو تلك التي تسع 100 شخص، أو المخيمات التي تسع 50 شخص، أو مخيمات الأطفال التي تسع 100 طفل، كما ويمكن تحديد موقع للتخيم تزيد طاقته عن 5000 شخص، والتي من أمثلتها مخيمات اللاجئين والنازحين (6).

إن الغرض من إقامة المخيمات في العصر الحديث هو الترويح عن النفس والإندماج في الحياة الطبيعية في المناطق الحالية بعيداً عن ضوضاء المدينة وما تسببه الصناعة من أضرار جسمية وعقلية على الناس، إذ أخذت دوراً جديداً في الحياة خصوصاً في الدول الأوروبية، وخاصةً عندما تبلور وازداد الوعي الإجتماعي والشعور بأهمية الاستمتاع وقضاء وقت الفراغ في المتعة والاستجمام، وبالتالي يمكن تصنيف المخيمات وفقاً لعدة أسس (الهدف من إقامتها، الجهة المسؤولة عنها، مدة الإقامة فيها) إلى الأنواع الآتية: (5)

1- تنقسم المخيمات تبعاً للهدف من إقامتها والجهة المسؤولة عنها إلى:

أ- المخيمات الترويحية: تهدف المخيمات الترويحية إلى استغلال وقت الفراغ في الأنشطة الترويحية، والتي من أمثلتها المخيمات الشاطئية والتي تقام على شاطئ البحر وخصوصاً خلال فصل الصيف والتي يكون الهدف منها هو الترويح عن النفس، والتي يتضمن برنامجها عادةً أنشطة رياضية واجتماعية وثقافية وفنية ترويحية، كما يشتمل البرنامج على برامج قومية ليتزود المشاركون بمعلومات مبسطة عن الأمور الاقتصادية والسياسية والصناعية والإجتماعية للبلد الخ، والتي أصبح روادها من جميع فئات الناس.

ب-المخيمات العائلية: تعتبر هذه المخيمات من أصعب أنواع المخيمات السياحية، فهي تحتاج إلى برامج متعددة لتقابل مراحل النمو المختلفة لمراتديها، والتي يجب أن تنسم بشيء غير قليل من المرونة، والهدف من هذه المخيمات هو هدف إجتماعي ترويحي، وقد تقام على الشاطئ أو في أي مكان آخر، وفيها تتجمع بعض العائلات التي يكون بينها في الغالب علاقات إجتماعية جيدة.

ت-المخيمات الكشفية: وهي التي تقبها وزارة التربية والتعليم أو الجمعيات الكشفية وغيرها، ومن أمثلتها:

- المخيمات الدراسية: وهي التي تعقد بدعوة رسمية للدراسات الكشفية للطلبة وتعميق مفهوماً.

- المخيمات التدريبية: وهي التي تعقد بدعوة رسمية أو بدعوة خاصة للتدريب على بعض المهارات الكشفية أو لتعميق مفهوم كشفي محدد، أو قد يكون الهدف منها تدريب مجموعة من الأفراد مهنياً أو رياضياً، كالمسكرات التي تقام للفرق الرياضية قبل الدورات الدولية أو الأولمبية.

- المخيمات العامة (التجمعات): وهذه المخيمات تعقد بدعوة رسمية للتداول والتشاور ويتم في نهايتها إعطاء قرارات عامة.

- مخيمات الخدمة العامة: ويندرج تحت هذا النوع من المخيمات (مخيمات خدمة البيئة) والهدف منها التواصل بين المؤسسة والبيئة المحلية المحيطة بها، فيتم فيها دراسة إحتياجات البيئة. ويقوم المخيمين بمحلات نظافة أو ببرامج اجتماعية أو ثقافية، وكذلك (مخيمات العمل) والهدف منها مساهمة المشاركين في المشاريع الإنمائية والاجتماعية والاقتصادية للمجتمع الذي يعيشون فيه.

قبل الوصول إليه وفي أثناء إقامته عملية مهمة يتوقف عليها إلى حد كبير نجاحه أو فشله، و به يتم تحديد احتياجاته المادية والبشرية، وإعداد برامجه وتقييمها.

2- تحديد الأهداف: إذا كان التخطيط هو الخطوة الأولى فإن خطوة تحديد الأهداف تعد أولى خطوات التخطيط، والمخيمات لها أهداف وغايات عديدة تسعى لتحقيقها، لذا يجب تحديد الأهداف لأن تحديدها يساعد على تحديد المكان المناسب والوسائل والإمكانات، كما يساعد على بناء البرنامج وما إلى ذلك.

3- إختيار مكان المخيم: عند إختيار المكان من الضروري أن يكون مناسباً وأن تتوفر فيه الشروط الآتية :

أ- أن لا يكون في أرض منخفضة كأن يكون في واقعاً في بطن وادي أو قرب برك ومستنقعات، وأن تكون الأرض مستوية قدر الإمكان، وأن تكون ترابية وتمتص الماء بسهولة، إذ لا يجذب أن تكون صخرية أو رملية.

ب- أن يكون في موقع سهل الوصول إليه، محمياً من الرياح ما أمكن، وأن يكون مشمساً.

ت- أن تتوفر فيه الاحتياجات الضرورية كالماء النقي الصالح للشرب والاعتسال والمواد التجمينية والأخشاب. إلخ.

ث- أن يكون بعيداً عن المساكن والضوضاء والأماكن الخطرة أو ذات الروائح الكريهة والأثرية.

ج- أن يكون قريباً من مراكز الخدمات الضرورية المختلفة كالخدمات الصحية مثلاً.

ح- أن يكون قريباً من أرض واسعة لاستعمالها كملعب.

خ- أن يكون في مكان به مناظر طبيعية جميلة أو بالقرب من منطقة تاريخية ذات قيمة ممتازة.

4- الحصول على التصاريح: إذ لا بد من مخاطبة الجهات المعنية للحصول على التصاريح اللازمة لإقامة المخيم وكذلك الحصول على موافقة من أولياء الأمور في حالة إقامة مخيم مدرسي.

5- تحديد عدد المشاركين: إن تحديد عدد المشاركين يساعد على وضع البرنامج بطريقة مناسبة، كما أنه يساعد على حصر الإمكانيات اللازمة والمطلوبة لإقامة المخيم.

6- تحديد لوازم المخيم: هنالك عدة احتياجات يجب توافرها للفرد والطلبة والفرقة والتي منها المواد الغذائية، والقرطاسية، والإسعافات الأولية، وغيرها كأدوات الطبخ، الحبال، الأخشاب. إلخ، ويمكن تحديد الأدوات الشخصية للكشاف بالآتي: (7)

أ- المعدات الشخصية: زي رسمي كامل - بطارية جيب (كشاف) - حبل بطول 3 م - عصا كشاف - مطارة ماء - دفتر وقلم - بعض الكتب أو المجلات الكشافية والحرائط.

4- المخيمات من حيث الفئة العمرية: والتي قسمها الباحثون إلى:

أ- مخيمات الاطفال: تعد هذه المخيمات للأطفال التي أعمارهم (أقل من 14 سنة)، وهي السن التي يبدأ فيها الصغير في التخلص من الفردية والميل إلى حياة الجماعة التي يتعاون فيها لتحقيق أهداف يعجز عن تحقيقها بمفرده.

ب- مخيمات الفتيان: وهي مخيمات مخصصة للفتيان والذين تتراوح أعمارهم من (15- 18) عام، وهي مرحلة المراهقة التي تنتاب فيها الفتيان والفتيات نوبات من الصراع النفسي نتيجة للتغيرات الجسمية والفسولوجية التي يحسب أزماءها أنه لم يعد طفلاً يعتمد على أسرته اعتماداً كلياً، وإنما أصبح إنساناً آخر يسعى إلى إثبات ذاته في حياة استقلالية على أن الأسرة لاتعترف له بما يريد، وإنما تعامله كطفل كبير فتعرض الكثير من رغباته كتمارسه ألوان من النشاط العنيف مخافة أن يؤذي نفسه.

ت- مخيمات الشباب: الشباب هي مرحلة البلوغ المتأخر (19- 29) عاماً، وهي مرحلة يتم فيها الفرد بذاته ومظهره ويطمع في إن أمعنت إليه النظر فيها بما يمارسه من ألوان النشاط العنيف مع ميل إلى حياة الجماعة على أن يكون له رأي في اختيار أعضائها، فهو ينفرد من الجماعة التي يرى فيها حاجزاً يمنعه من تحقيق رغباته وتطلعاته إلى بناء مستقبله، أو الرغبة في المناقشة أو التطرف في إبداء الآراء.

ث- مخيمات الناشئين: هذا النوع يتضمن المرحلة العمرية من (30- 62) عام، والهدف من إقامة هذا النوع من المخيمات لغرض الإسترخاء والمتعة والهروب من جو العمل الروتيني والإرهاق من العمل، ويغلب طابع الراحة والإستجمام والترفيه، وتكون رحلات التخييم عادةً إلى الأماكن الهادئة والدافئة والجبال والريف.

ج- مخيمات المتقاعدين: هذا النوع يتضمن المرحلة العمرية (63 عام فأكثر) أي فئة المتقاعدين، فغالباً ما يشارك بها المتقاعدين وكبار السن، حيث تصرف الكثير من المنظمات والشركات في العالم مكافأة قيمة للمتقاعدين، والتي يستغلونها بالذهاب في مثل هذه الرحلات الممتعة، والتي غالباً ماتكون إلى الأماكن الهادئة والدافئة.

ثالثاً/ إدارة المخيمات السياحية:

يرى الباحثون إن المقصود بإدارة المخيمات السياحية هي عبارة عن كافة التدابير الأساسية الواجب إتخاذها قبل وأثناء وبعد الشروع بعملية التخييم، والتي يمكن تلخيصها بالآتي:

❖ قبل التخييم: أي مرحلة التخطيط والإعداد والتنظيم وتشمل:

1- التخطيط: إن التخطيط المسبق للمخيم يعد من الوظائف الإدارية، لأنه الخطوة الأولى التي تسبق أي عمل، و تسبق جميع الوظائف الأخرى، فالإعداد للمخيم

- يقوم بتنمية القدرة على التعبير عن الخبرات والآراء والاقتراحات داخل المخيم.
- يقدم القدوة الصالحة في ممارساته وعلاقاته.
- يوضح الرؤية المشتركة للقيادات المساعدة، ويعززها ويروج لها بالتحفيز والالتزام بها.
- يعمل على إبقاء روح الجماعة في المخيم فاعلة في علاقاتها ونشاطاتها وتصرفاتها وما يحفظ التوازن داخل المخيم.
- يعمل على تحسين البيئة الداخلية التي تساعد على تنمية قيادات جديدة بين المشاركين.
- ب- مهام قائد المخيم:
 - الإشراف التربوي والإداري للمخيم وبشكل أساسي الجوانب المتعلقة بالرعاية صحية والغذائية للمشاركين في المخيم.
 - المشاركة في اختيار القيادات المساعدة في تدير شؤون المخيم وقيادتهم وتوجيههم وتقييم عملهم داخل المخيم.
 - الإشراف المالي والموافقة على المصاريف اليومية والنفقات والمشتريات.
 - الإشراف على التجهيزات المسلمة من طرف الإدارة المركزية للمخيم وممتلكات الفرع المستخدمة في المخيم.
 - إعداد ميزانية المخيم بمعية أمين المال الفرعي قبل التخييم.
 - مراقبة النظافة العامة للمشاركين في عملية التخييم والمخيم بشكل عام.
 - مراقبة المطبخ والمرافق الصحية.
 - تنمية العلاقات الإنسانية بين كل مكونات المخيم.
 - خلق علاقة طيبة مع الإدارة المركزية للمخيم.

- ❖ أثناء التخييم: وهي مرحلة التنفيذ والتي فيها يتم تقسيم المشاركين إلى طلائع وتوزيع الأعمال فيما بينهم بعد استكمال وصولهم إلى مكان المخيم، وتحديد مختلف النشاطات والأعمال التي يتطلبها المخيم والتي منها لجنة البرنامج واللجنة الإدارية ولجنة اللوازم واللجنة الطبية. إلخ، ومن ثم توزيع بعض الأعمال أعلاه على الطلائع بالتناوب حتى تتاح للجميع فرصة ممارسة خبرات متعددة توفرها هذه الأعمال، وكذلك تحديد الفترات الزمنية لتنفيذ أنشطة البرنامج الذي تم إعداده سابقاً، ولكي يتم تنفيذ أنشطة المخيم بسلاسة يتطلب ذلك اتخاذ التدابير الآتية:
 - 1- استغلال أحسن الظروف الجوية.
 - 2- العمل على الاستفادة من الإمكانيات المتاحة.
 - 3- الاستعداد الدائم لمواجهة المواقف غير المتوقعة.
 - 4- تحسين العلاقة مع الأطراف كافة والتي لها علاقة بالمخيم.
 - 5- توفر الموضوعية والبساطة والمرونة الواقعية في هذه الرحلة وعدم تداول المسؤوليات.
 - 6- توفير النظام والرقابة المالية والإدارية.
 - 7- حسن الاستفادة من الإعلام والاتصالات.

❖ بعد التخييم: أي مرحلة المتابعة والتنفيذ والتي فيها يتم:

- 1- مراجعة اللوازم التي تم استخدامها وإعداد قوائم بالتالف والمفقود.

- ب- ربطه الملابس: غيار داخلي - سترة صوف - ملابس نوم - جورب احتياطي - لباس بحر - منديل - حذاء خفيف للرياضة.
 - ت- ربطه أدوات المطبخ: صحون عدد 2 - كأس - سكين - شوكة - ملعقة طعام.
 - ث- ربطه أدوات النظافة: صابون - فرشاة أسنان مع معجون أسنان - مشط ومراة.
 - ج- ربطه الإصلاحات: إبرة خياطة - دبابيس مشبك - خيوط ألوان.
 - ح- أدوات النوم: بطانية أو كيس نوم - فرشاة أرضية.
- 7- إعداد البرنامج: يمثل برنامج المخيم ونشاطاته حجر الزاوية في إكساب المخيم صفته التربوية الهادفة وأكساب المشاركين المهارات النافعة وتحقيق النمو الشامل لهم، وبناء على ذلك فمن الضروري تنظيم برنامج المخيم بما يتماشى مع أهدافه ومكانه ومدته والميزانية المقترحة له، وفي العادة يتضمن برنامج المخيم العديد من الأنشطة الترويجية منها الرياضية والكشفية والفنية والثقافية والاجتماعية. إلخ، كما وأنه من الشروط الواجب توافرها في البرنامج التخييم ما يأتي:
- أ- أن يلبي احتياجات المشاركين وفق خصائصهم الذاتية، وذلك عن طريق إقامة الأنشطة الكشفية أو الفنية أو الرياضية أو الألعاب أو إكتشاف التراث المحلي والبيئة المحيطة بالمخيم. إلخ.
 - ب- أن يتناسب مع احتياجات البيئة وظروفها.
 - ت- أن يلبي احتياجات المجتمع المحلي.
 - ث- أن يكون مرناً قابلاً للتعديل حسب ما تقتضيه الظروف ويستجد من مواقف.
 - ج- أن يكون مثيراً للاهتمام، جذاباً ومتوازناً.
- 8- هيئة الإشراف والتدريب: فمن العناصر الأساسية للتنظيم (القيادة) أو ما يسمى هيئة الإشراف والتدريب، والهدف منها بيان النشاطات والأعمال المنوطة بالمراكز والمناصب ثم العلاقات القائمة بينها وكيفية انسياب العمل من خلال مهام ومسؤوليات يتم تطبيقها بالرجوع إلى إدارة المخيم، ومن الجدير بالذكر أن هذا العمل التنظيمي هو خطوة ضرورية في أي عمل جماعي، وبالتالي فإن قائد المخيم هو العنصر الأساسي الذي يتحمل مسؤولية ضمان سير الأنشطة المسطرة في البرنامج العام للمخيم، ويعد محركاً أساسياً لها بحكم تجربته في التنسيق بين مختلف الوحدات الكشفية والتعرف على احتياجاتهم وتوفيرها، والذي يجب أن تتوفر فيه عدة مواصفات منها خفة الروح وقوة الشخصية وتوازنها والقدرة على التحكم في مسار التنشيط الداخلي للمخيم، والحضور الفعلي له والقدرة على التواصل، وأن يكون ديمقراطياً ومحاوراً، وأن يكون دائماً ضد الفوضى والعبث، وعليه يمكن تلخيص أدوار ومهام قائد المخيم بالآتي: (8)

أ- أدوار قائد المخيم:

- قائد المخيم يخطط وينظم ويوظف ويشرف وينفذ ويراقب ويقوم الأداء.
- يحل المشكلات ويحدد البدائل ويطبقها ويصنع القرارات المناسبة.

سواء كانوا أجانب مقيمين أو سعوديين، وساهم قرب المخيم من الأماكن التراثية كدائن صالح التي لا تبعد أكثر من 10 كيلو مترات، بالإضافة إلى ما يقدم من وجبات شعبية وفعاليات أخرى سياحية كزيارة بعض الأماكن التراثية بواسطة الجمال، مع العلم أن قضاء وقت ممتع في خيام مجهزة وفي مناطق ذات مناظر خلابة يعتبر عنصر جذب كبير في حد ذاته.

وأعتبر أن الإقبال الذي شهده المخيم حثاً على المضي قدماً في توسعته خلال الفترة المقبلة بعد انتهاء فصل الشتاء لهذا العام، وبنسبة الضعف، فسعة المخيم التي تستوعب 50 شخصاً للإيواء و200 شخص للاستقبال ستصل الطاقة الاستيعابية له بعد التوسعة إلى 100 نزيل مع 400 شخص للاستقبال إضافة 24 خيمة مختلفة المقاسات والتجهيزات لضيوف المخيم، مؤكداً بأن نجاح مشروع المخيم الصحراوي السياحي جعله يفكر في إنشاء مخيم آخر بصيغة ريفية زراعية والتي هي أيضاً من طبيعة المنطقة لتوفير خيارات أوسع لضيوف المنطقة.

2- تجربة (قطر) في مجال المخيمات السياحية:

يقع مخيم ريجنسي الرائع في قلب الصحراء، على بعد 40 دقيقة من قلب الدوحة، في الخط البحري في منطقة سيلين وسط الكتيان الرملية للصحراء المحاذية لشاطئ الخليج العربي، ويتميز بكونه يشكل أحدث فنون الضيافة القطرية، وذلك عبر تصاميم هندسية عربية تقليدية مزوجة بوسائل الراحة العصرية، ويأتي إطلاق "مخيم ريجنسي الصحراوي" كأحد خدمات شركة "ريجنسي للعطلات" التي تحمل شعار "الإطلاق والمتعة.."

إن يقدم هذا المخيم يقدم ترفيهية مختلفة كونه يقع وسط رمال الصحراء (ريجنسي الصحراوي) أحد أبرز آليات تنشيط وتشجيع السياحة الداخلية (مجموعة ريجنسي القابضة) والتي هدفها إثراء صناعة السياحة الداخلية وردها بالمنتجات العصرية.

فجربة مخيم ريجنسي الصحراوي للعطلات تعد جديدة ومثيرة، الهدف منها إثراء مفردات صناعة السياحة المحلية وتعزيز مكانتها على الخريطة العالمية، والهدف من إطلاق المخيم في سوق الدوحة السياحي، ليس الريح، إنما تحقيق إضافة جديدة ومودجية للسوق السياحي المحلي وتوفير متنفس عصري يتيح للعائلات والأفراد قضاء أوقات مفعمة بالاسترخاء والفضامة والرفاهية المطلقة، وذلك كله بفضل ما يقدمه المخيم من مكونات خدمة عالية المستوى تواكب متطلبات صناعة الضيافة الدولية.

ولأن مخيم ريجنسي للعطلات يتبنى فكرة الهيئة العامة للسياحة بتطوير وتنمية المخيمات السياحية، فإن القائمين عليه حريصون على تقديم خدمات عالية الجودة، تناسب طموحات زائريه، فالمخيم يحوي 15 خيمة، تتسع كل منها خمسة أشخاص متضمنة ثلاثة أسرة وتلفازاً، فضلاً عن مكيفين وخزانتين وخزنتين، هذا إلى جانب وجود 15 جلسة على البحر، يتسع كل منها لـ 10 أشخاص، ولا ننسى بالطبع خيمة المطعم ذات الرفاهية العالية التي تتسع لأكثر من 60 شخصاً، متضمنة قائمة بمختلف أنواع الأطعمة والمشروبات

وللولوج إلى هذه التجربة الرائعة؛ لا بد لك من اختيار سيارة دفع رباعي كي تجتاز الكتيان الرملية المتميزة التي تحاذي البحر للوصول إلى المخيم الفاخر المكيف من فئة

- 2- تنظيم مكان التخييم.
- 3- تأمين عودة المشاركين إلى أماكن سكنهم في الوقت المحدد.
- 4- توجيه كتاب شكر إلى صاحب الأرض التي تم التخييم عليها.
- 5- تقييم الأداء وإصدار الأحكام بمقارنة النتائج التي تم التوصل إليها بالأهداف التي حددت، ثم اتخاذ القرارات وإعداد التقارير التقييمية.

رابعاً/ العوامل المؤدية إلى نجاح المخيم أو فشله:

يمكن تحديد أهم العوامل المؤدية إلى نجاح أو فشل المخيمات بالآتي:

العوامل المؤدية إلى فشل المخيم	العوامل المؤدية إلى نجاح المخيم
<ul style="list-style-type: none"> ● الإرتجال والعشوائية. ● عدم الانضباط والانحراف عن الأهداف. ● غياب التخطيط المحكم والذي من خلاله تحدد الأهداف والأدوار والأنشطة. 	<ul style="list-style-type: none"> ● التخطيط والتنظيم: التخطيط هو أساس أي مخيم، وكذلك فإن تنظيم الأدوار والمهام والأنشطة داخل المخيم يمكن من تحقيق الأهداف التي تم التخطيط لها. ● الإلتزام بالتعليمات والمواعيد من طرف جميع مكونات المخيم قيادات وأفراد. ● الإلتزام بالأهداف والبرنامج إلا في الحالات الملحة والخارجة عن السيطرة. ● الإلتزام بعملية التقييم اليومي من الفريق القيادي للمخيم والوحدات الكشفية وتصحيح الأخطاء. ● تقديم الحوافز خلال المخيم وفي نهايته وتشجيع الأفراد والقيادات مادياً ومعنوياً.

خامساً/ بعض التجارب الدولية في إنشاء المخيمات السياحية:

1- تجربة المملكة العربية السعودية:

شهد الاستثمار السياحي في المملكة خلال الأشهر الأخيرة ظهور نمط جديد من الاستثمار السياحي والمتمثل في مشاريع المخيمات الصحراوية السياحية، وذلك بعد افتتاح عدد من هذه المشاريع وخاصة في محافظة العلا التي افتتح فيها العام الماضي ثلاثة مخيمات صحراوية سياحية بمواصفات متقدمة.

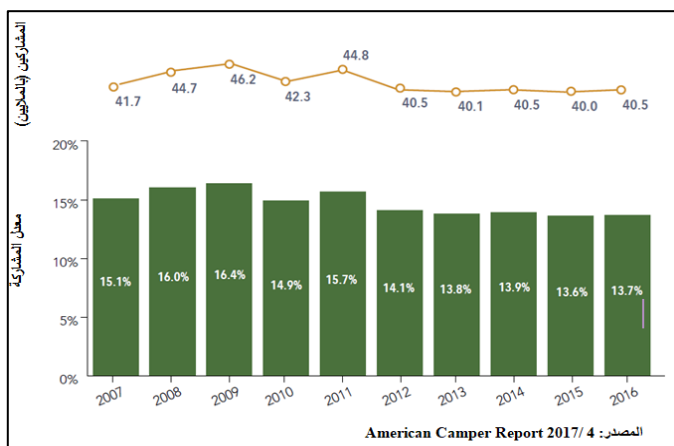
وتتميز هذه المخيمات الصحراوية بتقديم خدمات فندقية في هذه المخيمات إضافة إلى أنشطة السفاري والفعاليات التراثية وغيرها، ويتوقع نجاح هذا النوع من الاستثمارات قياساً إلى ما تتميز به المملكة من مناطق صحراوية جذابة، وإقبال المواطنين على السياحة الصحراوية، ففي هذا الصدد يشير فهد المغير وهو أحد المستثمرين في مجال المخيمات البيئية بأن استناره في مجال المخيمات البيئية من خلال إنشاء مخيم صحراوي في مدينة العلا بدأ بعد دراسة لحاجات السوق وحجم الطلب وأيضاً توفر البيئة المساعدة لنجاح المشروع ما بين التضاريس والتراث والمعلم التاريخية التي تدر بها مدينة العلا، وأضاف بأن هذه الفكرة الجديدة لتطاع الإيواء شهدت طلباً متزايداً من قبل الزوار

خاصة أنها تقدم من خلال آلية متطورة في أحضان الطبيعة، مشيراً إلى أن كل الخيم بالخيم مجهزة وفق أعلى التقنيات والمستويات، منوهاً إلى أن تجهيزات الخيم تضاهي بكل المعطيات المنتجعات والفنادق ذات الخمس نجوم لافتاً إلى أن الخيم تتوفر فيها إمكانيات الغسيل الجاف وماء ساخن وبارد وتكييف يمكن التحكم فيه عن بعد علاوة على تلفزيون يحتوي على عدد كبير من القنوات فضلاً عن وجود الإنترنت لمدة 24 ساعة متواصلة، مشيراً إلى أن كل هذه الخدمات تتواجد مجتمعة في أحضان الصحراء برماله الناعمة الجميلة المحاذية لمياه الخليج العربي، مؤكداً أن تواجد كل هذه الخدمات في الصحراء ليس بالأمر السهل وإنما تتواجد فقط في الخيمات السياحية التي تتميز بالفخامة والرفاهية والاسترخاء والتي يؤمها النخبة من المهتمين بمكونات صناعة السياحة الفاخرة.

3- تجربة الولايات المتحدة الأمريكية: (American Camper Report 2017)

تمتلك الولايات المتحدة الأمريكية مناطق طبيعية من الأرض ومياهاً مناسبة يمكن الإستثمار فيها، فالإستثمارات في هذه المناطق تكسب عوائد أكثر وخاصة أولئك الذين يكونون على شكل تجمعات والتي تكون بالنسبة لهم أكثر صحية واستقراراً، فقبل أكثر من 100 عام ذكر الرئيس (ثيودور روزفلت) بأنه "إذا تصرف الأمة بشكل جيد مع الموارد الطبيعية كأصول فيجب عليها أن تتحول إلى الأجيال التي تليها، ويجب عدم إضعاف قيمتها"، لذا فقد أولى هذا البلد اهتماماً كبيراً بهذا القطاع، وبالتالي تم تحقيق عوائد ضخمة منه، وعليه ستركز هنا على الجانب الاقتصادي لسياحة الخيمات في هذا البلد.

يتمتع الأمريكيون بمشاركة كبيرة في التخييم أو سياحة الخيمات، وفقاً لتقرير الكامبرات الأمريكي (American Camper Report 2017)، يظهر هذا التقرير أن 40.5 مليون أمريكي أو 13.7٪ من سكان الولايات المتحدة شاركوا في التخييم على الأقل مرة واحدة في عام 2016، كما ويظهر أن التخييم أصبح جزءاً هاماً من الثقافة السياحية لدى الأمريكيين.



وفقاً للتقرير السنوي الذي أعدته (Outdoor Industry Association)، في عام 2017 أكثر من 800 مليار ينفقها الأمريكيون للسياحة في الهواء الطلق كالتخييم والتسلق والصيد البري وصيد الأسماك... إلخ، من هذا المبلغ حوالي 167 مليار جاء من

خمس نجوم بتصاميم مفعمة بالحياة، توفر كل سبل الراحة والرفاهية وتضم كل خدمات الضيافة، كما يضم الخيم خيمة الطعام العربية وعدداً من المطاعم التي تناسب كافة الأذواق.

ويوفر الخيم تجربة استرخاء واستجمام حيث الهدوء التام، فتحتضنه الصحراء برمها الذهبية المواجهة لمياه الخليج العربي الزرقاء؛ ليعكس لوحة جالية تبعث على الارتياح والاستجمام والاسترخاء.

وفي هذا السياق قال السيد مدير فندق ويندام جراند ريجنسي: إن مخيم ريجنسي للعلطات يقدم تجربة ترفيهية مختلفة؛ كونه مخيماً يقع وسط الرمال، الأمر الذي يجعله قبلة كبار زوار الدولة، إضافة إلى كونه أحد أبرز آليات تنشيط وتشجيع معطيات السياحة الداخلية الزاهرة بالمعايير الموائمة لمكونات المنتج السياحي العالمي، مبيناً أن توجيهات السيد رئيس مجموعة ريجنسي القابضة بإنشاء الخيم هدفها إثراء صناعة السياحة الداخلية ورفعها بسلسلة من المنتجات العصرية وبمكونات خدمة مختلفة وغير مسبوقه، الأمر الذي ينطبق تماماً مع مخيم ريجنسي الصحراوي للعلطات الذي أضفى قبلة زوار الدولة ومحل اهتمام السياحة الداخلية والإقليمية، مبيناً أن المنتجع ومنذ انطلاقة صيف الموسم الماضي يؤمه عدد كبير من السياح للاستمتاع بفرض الخدمة المتميزة والنوعية التي قدمها لزياره بمختلف قدراتهم وإمكاناتهم المادية.

وأضاف أن الهدف من إنشاء مشروع ريجنسي للعلطات ليس تحقيق العائد المادي بقدر ما هو توفير منتج سياحي جديد وعصري تتماشى مكونات خدمته مع المواصفات الدولية المعنية بصناعة الضيافة، مبيناً أن إدارة المنتج تتبع فندق ويندام جراند ريجنسي الذي ذاع صيته على الأصعدة المحلية والإقليمية والعالمية بجودة خدمته وطاقمه الخدمي المدرب وفق أعلى المعايير من خلال حصص تدريبية تلقاها عبر خبراء ومتخصصين في صناعة الفندقية، الأمر الذي جعلهم الأكتفاً والأقدر في تقديم خدمة مثالية ترضي رغبات وطموحات مرطادي المنتجع.

أما من ناحية تسويق المنتج فقال إن الخيم يتم تسويق وترويج مفردات خدمته المالية عبر الجولات الترويجية بالأسواق السياحية الإقليمية والعالمية والالتقاء بالشركاء الفاعلين وتزويدهم بموقع الخيم الاستراتيجي وخدمات ضيافة النوعية، كاشفاً في هذا السياق أن الإقبال على الخيم يشهد نمواً مطرداً في عدد الزوار اليوم تلو الآخر، وخاصة من قبل كبار الشخصيات الذين يزورون الدولة مشيراً إلى أن أبرز ما يميز مخيم ريجنسي الصحراوي هو توفر معدلات ومعايير السلامة فيه، إضافة إلى تميزه بالخدمات التي تتفوق بكل المقاييس خدمات مؤسسات الضيافة المحلية بمختلف تصنيفاتها وفئاتها. وتجدر الإشارة إلى أن أبرز ما يميز الخيم توافر معايير السلامة والخدمات ذات الخمس نجوم، وأن الهدف من إطلاق الخيم ليس ربحياً إنما تحقيق إضافة نموذجية للسوق السياحي المحلي، فالخيم يقدم خدماته المتكاملة بألية متطورة في أحضان الطبيعة الصحراوية.

ووصف المدير مخيم ريجنسي الصحراوي بأنه موقع سياحي غير اعتيادي، علماً بأنه ليس فندقاً ولا منتجاً إنما مخيم من فئة الخمس نجوم يدعو دائماً ضيوفه للاستمتاع بالخدمات العالية المستوى التي تتفق مع المواصفات الدولية المعنية بصناعة الضيافة

السياحة المخيمات، ويقدم الجدول التالي مزيداً من المعلومات حول الإنفاق السنوي من جانب الأمريكيين للأنشطة المختلفة في الهواء الطلق مقارنة بـسياحة مخيمات.

أنواع سياحة مخيمات	الوظائف	الرواتب والأجور	ضريبة فيدرالية	ضريبة الولاية والمحلية
سياحة مخيمات	1,442,578	\$50,684,882,121	\$12,354,788,124	\$11,183,227,292
صيد السمك	287,554	\$10,395,326,785	\$2,540,632,232	\$2,360,293,823
الصيد	194,973	\$7,415,898,807	\$1,807,179,525	\$1,689,967,918
ركوب الدراجات النارية	480,182	\$18,370,693,658	\$4,549,055,289	\$4,013,340,008
خارج الطرق OFF ROADING	386,439	\$15,498,769,234	\$3,789,720,978	\$3,338,430,860
الرياضة على الثلج	694,918	\$24,188,497,260	\$5,813,068,034	\$5,296,608,281
رياضة المشي TRAIL SPORTS	1,762,665	\$60,719,155,234	\$14,832,760,478	\$13,505,790,914
الرياضة المائية	1,234,876	\$43,893,049,709	\$10,618,742,884	\$9,601,521,150
رياضة العجلات	847,559	\$28,543,151,818	\$7,000,352,726	\$6,270,032,370
مشاهدة الحياة البرية	235,825	\$8,206,004,990	\$2,006,001,464	\$1,953,449,823
المجموع	7,567,569	\$267,915,429,616	\$65,312,301,734	\$59,212,662,439

أنواع السياحة	الإكسسوارات والتنقلات	رحلة ذات صلة	المجموع
سياحة المخيمات	\$31,271,155,486	\$135,591,624,999	\$166,862,780,485
صيد السمك	\$11,867,666,850	\$23,908,160,290	\$35,775,827,140
الصيد	\$16,059,527,274	\$11,318,772,808	\$27,378,300,082
ركوب الدراجات النارية	\$16,726,560,701	\$47,428,610,964	\$64,155,171,665
خارج الطرق OFF ROADING	\$15,520,574,134	\$35,996,107,969	\$51,516,682,103
الرياضة على الثلج	\$12,530,315,740	\$60,190,242,316	\$72,720,558,056
رياضة المشي TRAIL SPORTS	\$25,342,546,672	\$176,144,141,213	\$201,486,687,885
الرياضة المائية	\$29,059,965,205	\$110,911,844,967	\$139,971,810,172
رياضة العجلات	\$13,857,894,195	\$82,864,146,456	\$96,722,040,651
مشاهدة الحياة البرية	\$12,272,757,581	\$17,947,854,866	\$30,220,612,447
المجموع	\$184,508,963,838	\$702,301,506,848	\$886,810,470,686

وتظهر هذه البيانات أن سياحة المخيمات تلعب دوراً كبيراً في الإقتصاد الأمريكي في جوانب مختلفة كخلق فرص العمل، وزيادة إيرادات الضرائب للحكومة وزيادة إنفاق السياح، وعليه فإنه دليل جيد يمكن الإستفادة منه لتشجيع بلدنا لخلق وتطوير هذا النوع من السياحة لأجل زيادة دور قطاع السياحة و تنوع إيرادات الحكومة.

سادساً/ مفهوم الإنفاق وبعض من تعريفاته:

هنالك من يشير إلى مفهوم (الإنفاق السياحي) Tourism Expenditure على أنه " الإنفاق الذي يقوم به السائحون على مختلف السلع والخدمات، السياحية منها وغير السياحية، خلال إقامتهم في الدولة المضيقة " (الدباغ، 2010: 105) عن (الروبي، 1989: 14)، وبالتالي يشير إلى ما يسمى بعناصر الإنفاق السياحي والمؤلفة من:

- 1- إنفاق سياحي عام، كالمبيت والمأكل والمشرب والنقل والمصاريف الترفيهية.
 - 2- إنفاق سياحي خاص، كشرء الهدايا والتذكارات والملابس والتحف وغيرها .
- وهناك من يختار زاوية أخرى للدخول بالموضوع من خلال مفهوم (الدخل السياحي) Tourism Income إذ يعرف على إنه " الدخل المتحقق من الإنفاق الذي يقوم به السياح على مختلف السلع والخدمات السياحية وغير السياحية خلال إقامتهم في الدول المضيقة، كما وأن للسائح أوجه إنفاقات عامة تشمل (الدباغ، 2010: 106) عن (خربوطلي، 2000: 63) :

- 1- نفقات الإقامة وتشمل المبيت والطعام وتوابعها.

بالإضافة إلى ذلك، تلعب الصناعات الخارجية دوراً كبيراً في توفير فرص العمل وتوفير قدر كبير من الضرائب للحكومة الأمريكية، فعلى سبيل المثال في عام 2017، بلغت الضرائب الفيدرالية 65 مليار دولار تقريباً وكانت ضريبة الولاية تقارب 59 مليار.

أما إذا تحدثنا عن سياحة المخيمات في الولايات المتحدة الأمريكية، ففي عام 2017 خلقت هذه السياحة مبالغ كبيرة من الإيرادات الضريبية للحكومة وعدد كبير من فرص العمل مقارنة مع غيرها من الصناعات الخارجية، ووفقاً للجدول التالي فإن هذا النوع من السياحة يخلق 1,442,578 فرصة عمل ويوفر أكثر من 5.5 مليار دولار من الأجور والمرتبات لهؤلاء الموظفين لسنة 2017، بالإضافة إلى ذلك، فقد قدمت سياحة المخيمات حوالي 23.5 مليار دولار ضريبة للحكومة الأمريكية.

يعرض الخصائص الشخصية لأفراد عينة البحث والتي تعد من ضرورات البحث وكالاتي:

الجدول (1)

الخصائص الشخصية والوظيفية لأفراد عينة البحث

توزيع أفراد عينة البحث حسب الجنس		
النسبة المئوية	العدد	الجنس
51.7	31	الذكور
48.3	29	الإناث
توزيع أفراد عينة البحث حسب الفئات العمرية		
النسبة المئوية	العدد	الفئات العمرية
0	0	18 سنة فأقل
55	33	19 – 29
45	27	30 – 62
0	0	63 سنة فأكثر
توزيع أفراد عينة البحث حسب الشهادة		
النسبة المئوية	العدد	الشهادة
15	9	دبلوم
65	39	بكالوريوس
13.3	8	ماجستير
6.7	4	دكتوراه
توزيع أفراد عينة البحث حسب الدخل الشهري		
النسبة المئوية	العدد	الدخل
18.3	11	75000 - 150000 ألف
0	0	151000 – 300000
11.7	7	301000 - 500000 ألف
36.7	22	501000 - 750000 ألف
20	12	751000 - 1000000
13.3	8	أكثر من 1000000
100%	60	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج الجانب الميداني.

توضح النسب في الجدول (1) أن غالبية أفراد عينة البحث هم من الذكور بنسبة (51.7%) مقارنةً بما نسبته (48.3%) من الإناث، كما يوضح الجدول أن نسبة أفراد عينة البحث من الفئة العمرية (19 - 29) بلغت أعلى نسبة من بين الفئات العمرية الأخرى، إذ بلغت (55%)، وهذا يشير إلى أن معظم أفراد عينة البحث هم من الشباب، وتأتي الفئة العمرية (30 - 62) في المرتبة الثانية، إذ بلغت نسبتها (45%)، أما الفئة العمرية (18 سنة فأقل) وكذلك (أكبر من 63 سنة) فقد كانت نسبتها (صفر)، وهذا دليل على أن أغلب من يمارسون النشاط السياحي هم من الشباب والناضجين، كما يوضح الجدول كذلك أن ما نسبته (65%) من أفراد عينة البحث هم من حملة شهادة البكالوريوس، تلتها حملة شهادة الدبلوم بنسبة (15%)، في حين جاءت نسبة حملة الماجستير بالمرتبة الثالثة بنسبة (13.3%) وأخيراً حملة الدكتوراه بنسبة (6.7%)، كذلك يوضح الجدول أيضاً أن أغلب نسبة أفراد عينة البحث

2- نفقات النقل وتشمل نفقات الوصول إلى البلد المضيف ودخله.

3- نفقات المشتريات من لوازم وهدايا وملابس وتخف.. إلخ.

4- نفقات أثرية كنفقات التسلية والمتعة، المنح والهدايا.. إلخ.

ويمكن ملاحظة تزايد حركة الاستثمارات في القطاع السياحي باتجاه الاستثمار في مشاريع الخيمات السياحية التي تتميز بتقديم خدمات فندقية خارج المألوف في الفنادق الاعتيادية، كتنظيم رحلات صحراوية تتخللها تقديم فعاليات تراثية.. إلخ، وعليه فإن الاستثمار في مجال الخيمات السياحية لا يمكن أن يكتب له النجاح ما لم يسبقه إجراء دراسات للتعرف على حاجة السوق وحجم الطلب السياحي، إضافة إلى اختيار الموقع السياحي المفضل من حيث التضاريس ومدى توفر المعالم التاريخية أو الدينية.. إلخ. (9) ولقد ذكر (Thano & Kote , 2015 , Without number) أن الإستهلاك السياحي يمثل الإنفاق الناجم عن الطلب على السياحة، والذي يهدف إلى الحصول على عدد من السلع والخدمات، ونتيجة لعدم التجانس الذي يميز قطاع السياحة لذا فإن السلع أو الخدمات تكسب "السياحة" صفة مميزة من خلال استخدامها من قبل المستهلك النهائي (السائح)، لذا فإن الإنتاج السياحي والإستهلاك السياحي محدود بمفهوم السائح.

وأضاف (Tan , 2016 , 241) أن خصائص الطلب على الإستهلاك السياحي، أو بمعنى آخر العوامل الرئيسة التي تؤثر على استهلاك السياحة تتمثل بمستوى دخل المستهلكين (السواح)، وسعر المنتجات السياحية ونوعيتها فضلاً عن الإزادة السياحية.

كما وأشار (Laimer & Weiß , 2006 , 4) أن نفقات استهلاك الزائرين (VCE) هي المكون الأساسي لمجموع الطلب على السياحة، والتي تم تعريفها على أنها "إجمالي الإنفاق الاستهلاكي الذي قام به الزائر أو بالنيابة عن أحد الزائرين أثناء رحلته وأثناء البقاء في الوجهة السياحية".

وفي ضوء ما تقدم، يرى الباحثون أن الإنفاق السياحي يمثل "بكافة المبالغ التي يتم صرفها من قبل السائح أثناء قيامه بجولته السياحية منذ خروجه من بلده أو مكان إقامته الأصلي ووصوله إلى البلد أو المقصد السياحي وبقائه فيه وحتى خروجه منه وعودته إلى موطنه".

المبحث الثالث/ الجانب الميداني

ويتضمن هذا المبحث المحاور الآتية:

أولاً/ وصف الأفراد المستجيبين (عينة البحث):

اشتمل المجتمع الإحصائي للبحث على مجموعة من السياح في محافظة السلبيانية والبالغ عددهم (63) سائح، فضلاً عن عدد من التدريسيين الخبراء في مجال السياحة من قضاة أعماراً عديدة في إلقاء المحاضرات المتعلقة بمواضيع السياحة وإدارة المنشآت السياحية في كليات جامعة السلبيانية والبالغ عددهم (13)، إذ قام الباحثون باختيار عينة عشوائية منهم وتم توزيع الاستمارات عليهم والبالغ عددها (76) استمارة، وكان المسترجع منها والصالح للتحليل الإحصائي (60) استمارة فقط (48) سائح و12 تدريسي، أي إن نسبة الاستمارات المسترجعة بلغت (78.9%)، والجدول (1)

أما بالنسبة لكل فقرة (سؤال) على حدة ضمن هذا المتغير فيمكن عرضها على النحو الآتي:

جاءت الفقرة (X1) والتي تشير إلى مدى معرفة أفراد عينة البحث والمهام بمفهوم سياحة الخيمات والخيمات السياحية بوسط حسابي قدره (2.05) وهو أعلى بقليل من الوسط الحسابي الفرضي البالغ (2) وانحراف معياري بلغ (0.74)، إذ كانت نسبة الأفراد المستجيبين عند مستوى (إلى حدٍ ما) هي الأعلى وبنسبة (45%)، تلتها نسبة الأفراد الذين أجابوا بـ (نعم) والتي بلغت (30%)، في حين أن ما نسبته (25%) أجابوا بـ (كلا)، وهذا دليل على وجود ضعف إلى حدٍ ما فيما يتعلق بمعرفة أفراد عينة البحث لمفهوم سياحة الخيمات وهذا بالتأكد يطبق على المجتمع ككل، وكانت الأهمية النسبية لإجابات أفراد عينة البحث فيما يخص هذه الفقرة (مرتفعة إلى حدٍ ما).

أما بالنسبة للفقرة (X2) فلقد جاءت بوسط حسابي بلغ (2.41) وانحراف معياري قدره (0.56)، إذ أشارت إلى مدى ملائمة الأماكن والمناطق السياحية في إقليم كردستان بشكل عام لإقامة الخيمات السياحية، وكانت نسبة الأفراد المستجيبين بـ (إلى حدٍ ما) هي الأعلى إذ بلغت (51.7%)، تلتها نسبة الأفراد الذين أجابوا بـ (ملائمة جداً) والتي بلغت (45%)، في حين أن ما نسبته (3.3%) أجابوا بـ (غير ملائمة)، وهذا دليل على ملائمة الأماكن والمناطق السياحية في إقليم كردستان بشكل عام لإقامة الخيمات السياحية فيها، كما وكانت الأهمية النسبية بما يخص هذه الفقرة (مرتفعة).

هذا وجاءت الفقرة (X3) بوسط حسابي بلغ (2.45) وانحراف معياري قدره (0.56)، والتي أشارت إلى مدى ملائمة الأماكن والمناطق السياحية في محافظة السليمانية بالتحديد لإقامة الخيمات السياحية، وحيث كانت نسبة الأفراد المستجيبين بـ (ملائمة جداً) و(إلى حدٍ ما) (48.3%) لكلٍ منها، في حين أن ما نسبته (3.3%) أجابوا بـ (غير ملائمة)، وهذا دليل على ملائمة الأماكن والمناطق السياحية في محافظة السليمانية لإقامة الخيمات السياحية فيها، كما وكانت الأهمية النسبية بما يخص هذه الفقرة (مرتفعة)، كما وأشار أفراد عينة البحث إلى عدد من المناطق السياحية (معداً محافظة جنديان، رواندوز، ميركسور، هورمان وبياره وتوبلة وخورمال، بينجون، أحمد آوا، سولاف وسرسنك، كلي علي بك، جبل برادوست، جبل كورك، زاخو) والعديد العديد من المناطق السياحية الأخرى في إقليم كردستان العراق، وبالتالي استطاع الباحثون من خلال الفقرتين (X2) و(X3) أن يجيبوا عن التساؤل الثاني للبحث.

ومن جهة أخرى؛ ذكر أغلب الأفراد المستجيبين أن المتطلبات والخدمات الضرورية الواجب توفرها في الخيمات السياحية والتي أشارت إليها الفقرة (X5) تتمثل بكلٍ من:

- توفر الأمن في الموقع السياحي، بغية شعور السياح والخميين بالأمان واطمئنانهم لعدم تعرضهم للمخاطر التي قد تهدد حياتهم في الخيم.
- توفر المغاسل والحمامات والمرافق الصحية.
- توفر مصدر للطاقة الكهربائية ومصباح للإضاءة ليلاً (البلاستيكورات).

يتراوح دخلهم بين (501000-750000 ألف) وبنسبة (36.7%)، تلتها نسبة (20%) ممن يتراوح دخلهم ما بين (75000-150000 ألف) فلقد بلغت النسبة المئوية لهم (18.3%)، كما وجاءت فئة (أكثر من 1000000 مليون) بنسبة (13.3%) بالمرتبة الرابعة، وأخيراً فئة (500000-301000 ألف) بنسبة (11.7%)، وهذه النسب مقبولة بشكل عام، إذ إنها ستمكن الباحثين من الحصول على إجابات جيدة في استمارة الاستبيان.

ثانياً/ وصف وتشخيص متغيرات البحث:

1- سياحة الخيمات: يوضح الجدول (4) التوزيعات التكرارية والنسب المئوية والأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية للفقرات (1-6) والمتعلقة بالمتغير المستقل (سياحة الخيمات)، حيث بلغ الوسط الحسابي على المستوى العام لهذا المتغير (2.3) وانحراف معياري قدره (0.61)، كما وكانت الأهمية النسبية لهذا المتغير ككل (مرتفعة)، حيث تبين أن الوسط الحسابي على المستوى العام في هذا المتغير أكبر من الوسط الحسابي الفرضي (المعياري) للمقياس والبالغ (2) من خلال المعادلة $6=1+2+3$ ومن ثم $2=3/6$ ، وهذا يدل على موافقة أفراد عينة البحث على أن سياحة الخيمات لها أهمية نسبية كبيرة وكما هو موضح في الجدول (2) أدناه:

الجدول (2)

التوزيعات التكرارية والنسب المئوية والأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية لفقرات المتغير المستقل (سياحة الخيمات)

المتغيرات	التوزيعات التكرارية والنسب المئوية								
	الأهمية النسبية	انحراف المعياري	الوسط الحسابي	كلا (1)		إلى حدٍ ما (2)		نعم (3)	
				%	ت	%	ت	%	ت
X ₁	مرتفعة	.74	2.05	25	15	45	27	30	18
X ₆	مرتفعة	.60	2.73	8.3	5	10	6	81.7	49
X ₈	متوسطة	.72	1.45	68.3	41	18.3	11	13.3	8
المتغيرات	الأهمية النسبية	انحراف المعياري	الوسط الحسابي	غير ملائم (1)		إلى حدٍ ما (2)		ملائم جداً (3)	
				%	ت	%	ت	%	ت
X ₂	مرتفعة	.56	2.41	3.3	2	51.7	31	45	27
X ₃	مرتفعة	.56	2.45	3.3	2	48.3	29	48.3	29
X ₁₀	مرتفعة	.48	2.63	0	0	36.7	22	63.3	38
X ₉	مرتفعة	.61	2.3	18	65	35	126	46.9	169

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج الحاسبة الإلكترونية.

الفقرة (متوسطة)، وأوعز أفراد عينة البحث عدم الإهتمام بهذا النوع من السياحة في الإقليم إلى عدة أسباب، والتي تم تجميعها بالإعتماد على الفقرة (X9)، إذ أشاروا إلى أن من الأسباب التي أدت إلى عدم الإهتمام بسياحة المخيمات في الإقليم هي إهمال قطاع السياحة بشكل عام وضعف التخطيط السياحي من قبل الحكومة، حتى وإن كان هنالك القليل من الإهتمام به إلا أنه ليس بالدرجة والمستوى المطلوبين، فضلاً عن ضعف الوعي السياحي والمقام أفراد المجتمع الكوردستاني بشكل عام لما تعنيه سياحة المخيمات، ولما لها من أهمية كبيرة وتأثير مباشر على اقتصاد البلد، والذي انعكس بالتالي على سياحة المخيمات وأدى إلى ضعف إهتمامهم بها، فضلاً عن تدهور الأوضاع الإقتصادية والمعيشية لسكان الإقليم بشكل عام نتيجة للأزمة المالية التي تعيشها البلاد جزاء انخفاض أسعار النفط، وغيرها من العوامل والأسباب الأخرى التي أدت إلى ضعف الإهتمام بقطاع السياحة بشكل عام وسياحة المخيمات بشكل خاص، وبالتالي استطاع الباحثون من خلال الفقرات (X8) و(X9) أن يجيبوا عن التساؤل الثالث للبحث.

أما بالنسبة للفقرة (X10) والتي أشارت إلى مدى ملائمة الطبيعة والأوضاع في إقليم كوردستان بشكل عام لتفعيل هذا النوع من السياحة (سياحة المخيمات)، فقد جاءت بوسط حسابي بلغ (2.63) وهي كذلك أعلى من الوسط الحسابي الفرضي البالغ (2) وبانحراف معياري قدره (0.48)، وكانت نسبة الأفراد المستجيبين بـ (ملائمة جداً) هي الأعلى إذ بلغت (63.3%)، تلتها نسبة الأفراد الذين أجابوا بـ (إلى حد ما) والتي بلغت (36.7%)، في حين أن ما نسبته (0%) أجابوا بـ (غير ملائمة)، كما وكانت الأهمية النسبية بما يخص هذه الفقرة (مرتفعة)، وبالتالي استطاع الباحثون من خلال الفقرة (X10) أن يجيبوا عن التساؤل الرابع للبحث.

2- إنفاق السائحين: يوضح الجدول (6) التوزيعات التكرارية والنسب المئوية والأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية للفقرات (1-6) والمتعلقة بالمتغير التابع (الإنفاق)، حيث بلغ الوسط الحسابي على المستوى العام لهذا المتغير (2.28) بانحراف معياري قدره (0.60)، كما وكانت الأهمية النسبية لهذا المتغير ككل (مرتفعة)، حيث تبين أن الوسط الحسابي على المستوى العام في هذا المتغير أكبر من الوسط الحسابي الفرضي (المعياري) للمقياس والبالغ (2) من خلال المعادلة $6=1+2+3$ ومن ثم $2=3/6$ ، وهذا يدل على موافقة أفراد عينة البحث على أن الإنفاق له أهمية نسبية كبيرة وكما هو موضح في الجدول (4) أدناه:

الجدول (4)

- توفر أماكن خاصة لإعداد وتحضير وجبات الطعام، وتوفر مكبات للنفايات.
- توفر مركز لتقديم الخدمات الصحية والإسعافات الأولية.
- توفر خدمات الاتصالات والإنترنت.
- توفر أماكن خاصة لألعاب الأطفال.
- توفر أماكن خاصة لقراءة الكتب والمطالعة..إلخ.

أما بالنسبة للفقرة (X6) والتي تشير إلى مدى استعداد أفراد عينة البحث للقيام بهذا النوع من السياحة (سياحة المخيمات)، فقد جاءت بوسط حسابي قدره (2.73) وهو الأعلى من بين الفقرات الأخرى وبانحراف معياري بلغ (0.60)، إذ كانت نسبة الأفراد المستجيبين عند مستوى (نعم) (81.7%)، تلتها نسبة الأفراد الذين أجابوا بـ (إلى حد ما) والتي بلغت (10%)، في حين أن ما نسبته (8.3%) أجابوا بـ (كلا)، وهذا دليل على استعداد ورغبة كبيرة من قبل أفراد عينة البحث لممارسة سياحة المخيمات، إذ كانت الأهمية النسبية لإجابات أفراد عينة البحث فيما يخص هذه الفقرة (مرتفعة جداً).

كما وأشار الأفراد المستجيبين من خلال الفقرة (X7) إلى أكثر الأعمار ملائمة للقيام بسياحة المخيمات تمثل بالفئة العمرية (19-29 سنة) ونسبة (50%)، تلتها الفئة العمرية (30-62 سنة) بنسبة (28%)، في حين جاءت الفئة العمرية (15-18 سنة) بنسبة (3.3%)، أم الفئتين (أقل من 14 سنة) و (63 سنة فأكثر) فلم تحققا أي نتيجة، وهذا دليل على أن أغلب الفئات التي من المحتمل أن تقوم بهذا النوع من السياحة هم من فئة الشباب يتلها فئة الناضجين ومن ثم فئة الفتيان، مع إهمال فئتي الأطفال والمتقاعدين، وذلك من وجهة نظر الأفراد المستجيبين.

الجدول (3)

التوزيعات التكرارية والنسب المئوية للفقرة (X7)

التوزيعات التكرارية والنسب المئوية										العبارات
أقل من 14 سنة		14 - 18 سنة		18 - 19 سنة		19 - 29 سنة		30 - 63 سنة		
ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	
0	0	2	3.3	30	50	28	46.7	0	0	X7

المصدر: من إعداد الباحثين بالإعتماد على نتائج الحاسبة الإلكترونية.

هذا وجاءت الفقرة (X8) بأقل وسط حسابي مقارنةً بالفقرات الأخرى، والذي بلغ (1.45)، وهو أقل من الوسط الحسابي الفرضي البالغ (2) وبانحراف معياري بلغ (0.72)، والتي كانت تشير إلى مدى الإهتمام بهذا النوع من السياحة (سياحة المخيمات) في إقليم كوردستان العراق بشكل عام، إذ كانت نسبة الأفراد المستجيبين عند مستوى (كلا) هي الأعلى بنسبة (68.3%)، تلتها نسبة الأفراد الذين أجابوا بـ (إلى حد ما) والتي بلغت (18.3%)، في حين أن ما نسبته (13.3%) فقط أجابوا بـ (نعم)، وهذا دليل واضح على ضعف الإهتمام بسياحة المخيمات في إقليم كوردستان العراق بشكل عام، وكانت الأهمية النسبية لإجابات أفراد عينة البحث فيما يخص هذه

نظر أفراد عينة البحث، وكانت الأهمية النسبية لإجابات أفراد عينة البحث فيما يخص هذه الفقرة (مرتفعة).

كما وجاءت الفقرة (Y2) والتي أشارت إلى مدى أو مستوى الطلب المتوقع أو الذي من المحتمل حصوله على هذا النوع من السياحة من وجهة نظر الأفراد المستجيبين بوسط حسابي قدره (2.28) وهو أعلى من الوسط الحسابي الفرضي البالغ (2) وبانحراف معياري بلغ (58)، إذ كانت نسبة الأفراد المستجيبين عند مستوى (إلى حدٍ ما) هي الأعلى وبنسبة (58.3%)، تلتها نسبة الأفراد الذين أجابوا بـ (كثيراً) والتي بلغت (35%)، في حين أن ما نسبته (6.7%) أجابوا بـ (قليلاً)، وهذا يدل على احتمالية نشوء طلب كبير على سياحة الخيمات في الإقليم بشكل عام وفي محافظة السلمانية عند تفعيل هذا النوع من السياحة وذلك من وجهة نظر أفراد عينة البحث، وكانت الأهمية النسبية لإجابات أفراد عينة البحث فيما يخص هذه الفقرة (مرتفعة)، وبالتالي استطاع الباحثون من خلال الفقرة (Y1) و (Y2) أن يجيبوا عن التساؤل الخامس للبحث.

أما بالنسبة للفقرة (Y3) والتي أشارت إلى مدى استعداد الأفراد المستجيبين لإفناق الأموال في سبيل القيام بهذا النوع من السياحة عند تفعيلها، فقد جاءت بوسط حسابي قدره (2.61) وهو الأعلى من بين الفقرات الأخرى لهذا المتغير، وبانحراف معياري بلغ (64)، إذ كانت نسبة الأفراد المستجيبين عند مستوى (نعم) هي الأعلى وبنسبة (70%)، تلتها نسبة الأفراد الذين أجابوا بـ (إلى حدٍ ما) والتي بلغت (21.7%)، في حين أن ما نسبته (8.3%) أجابوا بـ (كلا)، وهذا يدل على وجود استعداد كبير من قبل أفراد عينة البحث لإفناق الأموال لغرض القيام بسياحة الخيمات في الإقليم بشكل عام وفي محافظة السلمانية بشكل خاص عند تفعيل هذا النوع من السياحة، وكانت الأهمية النسبية لإجابات أفراد عينة البحث فيما يخص هذه الفقرة (مرتفعة جداً)، وبالتالي استطاع الباحثون من خلال الفقرة (Y3) أن يجيبوا عن التساؤل السادس والأخير للبحث.

كما وأشار الأفراد المستجيبين كذلك إلى طبيعة ومع من يفضلون القيام بسياحة الخيمات عند تفعيلها، حيث خصصت الفقرة (Y4) لهذا الغرض، والتي جاءت بوسط حسابي قدره (2.53) وبانحراف معياري بلغ (53)، حيث أشار أغلب الأفراد المستجيبين إلى أنهم يفضلون القيام بهذا النوع من السياحة (مع المجموعة) والذين كانت نسبتهم (55%)، في حين أشار آخرون إلى أنهم يفضلون القيام بسياحة الخيمات (مع العائلة) والذين كانت نسبتهم (43.3%)، كما وأشار شخص واحد فقط إلى أنه يفضل القيام بسياحة الخيمات بمفرده وبنسبة (1.7%)، وكانت الأهمية النسبية لإجابات أفراد عينة البحث فيما يخص هذه الفقرة (مرتفعة).

أما فيما يتعلق بعدد المرات التي من المحتمل أن يقوم أفراد عينة البحث بأداء هذا النوع من السياحة عند تفعيلها والتي أشارت إليها الفقرة (Y5) فلقد جاءت بوسط حسابي قدره (1.86) وبانحراف معياري بلغ (59)، وحيث أشارت إجاباتهم إلى أن أغلب الأفراد المسجيبين أبدوا استعدادهم لأداء هذا النوع من السياحة (مرتين في السنة) والذين كانت نسبتهم (63.3%)، تلتها نسبة (25%) من الأفراد الذين أجابوا

التوزيعات التكرارية والنسب المتوية والأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية لفقرات المتغير التابع (الإفناق)

الاهمية النسبية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	التوزيعات التكرارية والنسب المتوية						العبارة
			قليلاً (1)		إلى حدٍ ما (2)		كثيراً (3)		
			%	ت	%	ت	%	ت	
مرتفعة	.56	2.58	3.3	2	35	21	61.7	37	Y1
مرتفعة	.58	2.28	6.7	4	58.3	35	35	21	Y2
الاهمية النسبية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	كلا (1)		إلى حدٍ ما (2)		نعم (3)		العبارة
			%	ت	%	ت	%	ت	
			مرتفعة	.64	2.61	8.3	5	21.7	
الاهمية النسبية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	بمفرد (1)		مع العائلة (2)		مع المجموعة (3)		العبارة
			%	ت	%	ت	%	ت	
			مرتفعة	.53	2.53	1.7	1	43.3	
الاهمية النسبية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	مرة واحدة (1)		مرتان (2)		ثلاث مرات أو أكثر (3)		العبارة
			%	ت	%	ت	%	ت	
			متوسطة	.59	1.86	25	15	63.3	
الاهمية النسبية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	ليلة واحدة (1)		ليلتان (2)		ثلاث ليالي أو أكثر (3)		العبارة
			%	ت	%	ت	%	ت	
			متوسطة	.73	1.80	38.3	23	43.3	
مرتفعة	.60	2.28	13.9	50	44.15	159	41.95	151	المتغير

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج الحاسبة الإلكترونية.

أما بالنسبة لكل فقرة (سؤال) على حدة ضمن هذا المتغير فيمكن عرضها على النحو الآتي:

جاءت الفقرة (Y1) والتي تشير إلى مدى تحقيق المنفعة الاقتصادية من جراء تفعيل سياحة الخيمات والدور الذي تؤديه لجذب السياح إلى الإقليم بوسط حسابي قدره (2.58) وهو أعلى من الوسط الحسابي الفرضي البالغ (2) وبانحراف معياري بلغ (56)، إذ كانت نسبة الأفراد المستجيبين عند مستوى (كثيراً) هي الأعلى وبنسبة (61.7%)، تلتها نسبة الأفراد الذين أجابوا بـ (إلى حدٍ ما) والتي بلغت (35%)، في حين أن ما نسبته (3.3%) أجابوا بـ (قليلاً)، وهذا دليل على أن تفعيل سياحة الخيمات في الإقليم بشكل عام وفي محافظة السلمانية بشكل خاص سيؤدي زيادة عدد السياح الوافدين إلى الإقليم وهذا بدوره سينعكس إيجاباً على زيادة المنافع الاقتصادية لهذا النوع من السياحة نتيجة الإفناق الذي سيقوم به هؤلاء السياح وذلك من وجهة

تحديد (R^2) بلغ (67%)، أي إن ما قيمته (67%) من التغيرات الحاصلة في إيفاق السائحين ناتجة عن التغير في سياحة المخيمات، وذلك حسب آراء المستجيبين في عينة البحث، ويمثل الباقي الذي نسبته (33%) متغيرات عشوائية لم تدخل النموذج، وتؤكد معنوية هذا التأثير قيمة F المحسوبة والتي بلغت (121.7)، حيث بلغ مستوى المعنوية (P-value) لهذا الاختبار (0.000) وهو أصغر من قيمة الدلالة الإحصائية التي تم اعتمادها لغايات هذا البحث والبالغة قيمتها (0.05)، وهذا يؤكد قبول الفرضية الثانية والتي تشير إلى أن النموذج معنوي وذو دلالة إحصائية، كما واستخدم اختبار t لتقييم معنوية تأثير سياحة المخيمات على إيفاق السياح، فمن خلال مقارنة قيمة مستوى المعنوية (P-value) مع قيمة الدلالة الإحصائية المعتمدة نلاحظ أن قيمة t المحسوبة للمتغير المذكور بلغت (11.03) وبمستوى معنوية قدره (0.000) وهو كذلك أصغر من قيمة الدلالة الإحصائية المعتمدة، وهذا يعني وجود تأثير معنوي لمغزير سياحة المخيمات على زيادة إيفاق السياح، حيث بلغت درجة هذا التأثير (0.86)، وهذا يشير إلى أنه كلما زاد توافر سياحة المخيمات بوحدة واحدة زاد إيفاق السياح بمقدار (86%).

المبحث الرابع/ الاستنتاجات والمقترحات

أولاً/ الاستنتاجات:

- 1- استنتج الباحثون أن هنالك ضعفاً إلى حد ما فيما يتعلق بمعرفة أفراد عينة البحث لمفهوم سياحة المخيمات وهذا بالتأكد ينطبق على المجتمع ككل.
- 2- تبين أن الأماكن والمناطق السياحية في إقليم كردستان بشكل عام ومحافظته السلمانية بالتحديد ملائمة لإقامة المخيمات السياحية فيها، نظراً لما يتمتع به الإقليم من مناطق سياحية جذابة وإقبال المواطنين على ممارسة السياحة الداخلية فيه، كما وتم التوصل إلى أن الطبيعة والأوضاع في إقليم كردستان بشكل عام ملائمة لتفعيل هذا النوع من السياحة (سياحة المخيمات).
- 3- أفصحت النتائج عن أن أهم المتطلبات والخدمات الضرورية الواجب توفرها في المخيمات السياحية تتمثل بتوفر الأمن في الموقع السياحي أولاً، وذلك بغية شعور السياح والمخيمين بالأمان واطمئنانهم لعدم تعرضهم للمخاطر التي قد تهدد حياتهم في الخيم، وكذلك توفر المغاسل والحمامات والمرافق الصحية ومصدر للطاقة الكهربائية وأماكن خاصة لإعداد وجبات الطعام، وتوفير مكبات خاصة للنفايات، ومراكز لتقديم الخدمات الصحية والإسعافات الأولية في المخيمات أو بالقرب منها، فضلاً عن توفر خدمات الاتصالات والإنترنت وأماكن خاصة لألعاب الأطفال ولقراءة الكتب والمطالعة. إلخ.
- 4- تبين أن هنالك استعداد ورغبة كبيرتين من قبل أفراد عينة البحث لممارسة سياحة المخيمات، وهذا أمر إيجابي يدفع بالراغبين بالاستثمار في هذا المجال على بذل الجهود للإستثمار في وإنشاء المخيمات السياحية، مع الإستفادة من التجارب السابقة التي كانت ولا زالت تمارس في الدول الأوروبية والعربية على حد سواء.

ب (مرة واحدة)، أما الأفراد الذين أجابوا ب (ثلاث مرات أو أكثر) فلقد كانت نسبتهم (11.7%)، ومن جهة أخرى أشار الأفراد المستجيبين إلى عدد الليالي التي من المحتمل أن يقضونها في المخيمات السياحية، حيث خصصت الفقرة (Y6) لهذا الغرض، والتي جاءت بوسط حسابي بلغ (1.80) وبانحراف معياري بلغ (0.73)، إذا أشار أغلبهم إلى أنه من المحتمل أن يقضون (لبلتان) في الخيم السياحي والذين كانت نسبتهم (43.3%)، تلتها نسبة (38.3) للذين أجابوا ب (ليلة واحدة)، في حين كانت نسبة أولئك الذين أجابوا ب (ثلاث ليالي أو أكثر) هي الأقل ونسبة (18.3)، كما وكانت الأهمية النسبية لإجابات أفراد عينة البحث فيما يخص هاتين الفقرتين (Y5) و (Y6) (متوسطة).

ثانياً/ اختبار فرضيات البحث وتحليل علاقات الارتباط والتأثير لمغزيراتها:

1- اختبار الفرضية الأولى (الارتباط): وجود علاقة ارتباط معنوية موجبة ذات دلالة إحصائية بين سياحة المخيمات وزيادة إيفاق السائح.

الجدول (5)

نتائج اختبار الفرضية الأولى للبحث

المتغيرات		الإيفاق
سياحة المخيمات	معامل الارتباط	.701
	مستوى	.000

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج الحاسبة الإلكترونية.

يتضح من الجدول (5) مقدار علاقة الارتباط بين سياحة المخيمات وزيادة الإيفاق من قبل السائحين وكذلك مستوى المعنوية المتعلقة بهذا المحور، وبما أن مستوى المعنوية (0.000) أقل من الدلالة الإحصائية التي تم اعتمادها لغايات هذا البحث والبالغة قيمتها (0.05)، لذا تقبل الفرضية الأولى والتي نصت على وجود علاقة ارتباط معنوية موجبة ذات دلالة إحصائية بين سياحة المخيمات وزيادة إيفاق السائح، حيث بلغ مقدار هذه العلاقة (0.701).

2- اختبار الفرضية الثانية (الأثر): وجود تأثير معنوي ذي دلالة إحصائية لسياحة المخيمات في زيادة إيفاق السائح.

الجدول (6)

نتائج اختبار الفرضية الثانية للبحث

R ²	t		F		سياحة المخيمات	المتغير المستقل
	مستوى المعنوية	المحسوبة	مستوى المعنوية	المحسوبة	معامل الاختبار	
	.000	11.03	.000	121.7	0.86	المتغير التابع
						الإيفاق

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج الحاسبة الإلكترونية.

يمكن من خلال الجدول (6) تحديد التغيرات في مقدار (إيفاق السائحين) كدالة لتأثير متغير (سياحة المخيمات)، حيث أظهرت نتائج التحليل الإحصائي وجود تأثير معنوي ذي دلالة إحصائية لسياحة المخيمات على زيادة إيفاق السائحين وذلك بمعامل

3- زيادة الإهتمام بسياسة الخيمات في إقليم كردستان العراق بشكل عام، ومعالجة الأسباب والمعوقات التي أدت إلى عدم الإهتمام بهذا النوع من السياحة في الإقليم، والتي منها إهمال قطاع السياحة بشكل عام وضعف التخطيط السياحي من قبل الحكومة، والعمل على زيادة الوعي السياحي والمأم أفراد المجتمع الكوردستاني بشكل عام لما تعنيه سياسة الخيمات، ولما لها من أهمية كبيرة وتأثير مباشر على اقتصاد البلد.

الإشارات:

1. متاح على الرابط الإلكتروني الآتي:
<http://wiki.dorar-aliraq.net/iraquilaws/law/16457.html>
2. متاح على الرابط الإلكتروني الآتي:
<http://tv-scout.mam9.com>
3. متاح على الرابط الإلكتروني الآتي:
<https://www.scout.org/ar/node/9418>
4. متاح على الرابط الإلكتروني الآتي:
<https://pasha-cool.blogspot.com/p/blog-page.html?m=1>
5. متاح على الرابط الإلكتروني الآتي:
https://pash-cool.blogspot.com/p/blogpage_9307.html?m=1
6. متاح على الرابط الإلكتروني الآتي:
<http://www.alquds.co.uk/?p=854531>
7. متاح على الرابط الإلكتروني الآتي:
http://physical.uobabylon.edu.iq/lecture_view.aspx?fid=14&depid=1&lcid=4680
8. متاح على الرابط الإلكتروني الآتي:
<https://issuu.com/chahid/docs/ae436febe6c2e4>
9. متاح على الرابط الإلكتروني الآتي:
www.scta.gov.sa/toursinvestment/turism

المصادر:

أولاً/ المصادر العربية:

الكتب:

- 1، العاني، رعد، (2005)، الوجيز في الجغرافية السياحة وسياسة الخيمات، ط 1، الأردن.
- دعبس، يسرى، (2001)، السياحة.. مفهومها وأنماطها وأنوعها المختلفة، ط 1، الملتقى المصري للإبداع والتنمية، مصر.

الرسائل والأطاريح:

- اليسري، أنصاف جعفر، (2002)، أثر نماذج المسؤولية في التخطيط للتنمية السياحية في العراق، رسالة ماجستير، الجامعة المستنصرية، بغداد، العراق.

5- أفصح البحث عن أن أغلب الفئات التي من المحتمل أن تقوم بهذا النوع من السياحة هم من فئة الشباب تلتها فئة الناشئين ومن ثم فئة الفتيان، مع إهمال فئتي الأطفال والمتقاعدين.

6- تبين أن هناك ضعفاً كبيراً فيما يتعلق بالإهتمام بسياسة الخيمات في إقليم كردستان العراق بشكل عام، كما وتم التوصل إلى أن من الأسباب التي أدت إلى عدم الإهتمام بها في الإقليم إهمال قطاع السياحة بشكل عام وضعف التخطيط السياحي من قبل الحكومة، حتى وإن كان هنالك القليل من الإهتمام به إلا أنه ليس بالدرجة والمستوى المطلوبين، فضلاً عن ضعف الوعي السياحي لدى أفراد المجتمع الكوردستاني بشكل عام والمأمهم بما تعنيه سياسة الخيمات، ولما لها من أهمية كبيرة وتأثير مباشر على اقتصاد البلد، والذي انعكس بالتالي على سياسة الخيمات وأدى إلى ضعف إهتمامهم بها، فضلاً عن تدهور الأوضاع الاقتصادية والمعيشية لسكان الإقليم بشكل عام نتيجةً للأزمة المالية التي تعيشها البلاد جزاء انخفاض أسعار النفط، وغيرها من العوامل والأسباب الأخرى التي أدت إلى ضعف الإهتمام بقطاع السياحة بشكل عام وسياسة الخيمات بشكل خاص.

7- أما بالنسبة للمتغير الثاني للبحث، فقد تم التوصل إلى أن تفعيل سياسة الخيمات في الإقليم بشكل عام وفي محافظة السلمانية بشكل خاص سيؤدي زيادة عدد السياح الوافدين إلى الإقليم وهذا بدوره سينعكس إيجاباً على زيادة المنافع الاقتصادية لهذا النوع من السياحة نتيجة الإنفاق الذي سيقوم به هؤلاء السياح، وكذلك إحتالية نشوء طلب كبير على سياسة الخيمات في الإقليم بشكل عام وفي محافظة السلمانية خصوصاً عند تفعيل هذا النوع من السياحة.

8- أفصت نتائج البحث عن وجود استعداد كبير من قبل الأفراد المستجيبين لإنفاق الأموال لغرض القيام بسياسة الخيمات في الإقليم بشكل عام وفي محافظة السلمانية بشكل خاص عند تفعيل هذا النوع من السياحة.

9- وأخيراً تم التوصل إلى أن هنالك علاقات ارتباط وأثر معنوية ذات دلائل إحصائية بين كلٍ من سياسة الخيمات عند تفعيلها وإدارتها بشكل صحيح وزيادة إنفاق السائح.

ثانياً/ التوصيات والمقترحات:

- 1- يوصي الباحثون بزيادة توعية أفراد المجتمع بأهمية السياحة بشكل عام وسياسة الخيمات خصوصاً لما لهذه التجربة من أهمية اقتصادية وفوائد علمية وثقافية واجتماعية لعموم المشاركين فيها.
- 2- التأكيد على ضرورة مشاركة أغلب الفئات العمرية بهذا النوع من السياحة، وليس فقط فئة الشباب والناشئين والفتيان، بل ومن الضروري مشاركة فئتي الأطفال والمتقاعدين كذلك، وهذا بالتأكد من مسؤوليات إدارات المدارس والجهات المعنية بإقامة الفعاليات التي تتضمنها سياسة الخيمات والتي من الضروري أن تتلائم مع هاتين الفئتين من العمر.

السامرائي، مها عبدالستار عبدالجبار، (2010)، أسس علمية مقترحة لحساب الدخل السياحي وأثره في الدخل القومي العراقي، رسالة ماجستير، الجامعة المستنصرية، بغداد، العراق.

المحاضرات:

الزهاوي، محمد، مقتبس من محاضرات الأستاذ محمد الزهاوي "Social Planning" التي أقيمت على طلبة المرحلة الثالثة لقسم هندسة التخطيط العام في الكلية التقنية للعام الدراسي 2010-2011.

البرامج التلفزيونية:

برنامج خاص عن الأقوام الرحل في دول آسيا الوسطى في القناة الفضائية "National Geographic Abo Dhabi" بتاريخ 2017/05/28.

ثانياً/ المصادر الأجنبية:

Periodicals & journals:

- Thano, Rakela & Kote, Dhonat, (2015) , The tourism consumption, a special economic category of the final demand in Albania and in the countries of the region, EuroEconomica, Vol 34, No 1.
- Tan, Qihong, (2016) , Research on the Characteristics of Tourism Consumption Based on Network Data: A Urban-rural Perspective, International Journal of Smart Home, Vol. 10, No. 5.

Seminars & Workshops:

- Laimer, Peter, Weiß, Jürgen, (2006) , Data Sources on Tourism Expenditure. The Austrian Experiences Taking into Account The TBoP Requirements, International Workshop on Tourism Statistics.