

الواقع والطموح للطلب السياحي لدعم التسويق السياحي في قضاء كوية

عفاف يوسف نوري¹ نادية عمر احمد²

¹ قسم ادارة المنشآت السياحية، المعهد التقني الأداري، الجامعة التقنية – اربيل، أقليم كردستان، العراق
² قسم ادارة المنشآت السياحية، المعهد التقني الأداري، الجامعة التقنية – اربيل، أقليم كردستان، العراق

الملخص

يهدف هذا البحث الى التعرف على المقومات الطبيعية والبشرية في قضاء كويسنجق وازر المنشآت السياحية وواقع الخدمات والتسهيلات المتمثلة بالفنادق والمطاعم والمنتجعات السياحية والبنية التحتية والطرق البرية , و معرفة واقع الطلب السياحي وطرق تحفيزه ليكون داعماً للتسويق السياحي , بالتطبيق على الشركات السياحية في اربيل لكونها احدى القنوات المهمة لتوزيع المنتج السياحي وتقوم بمهمة التسويق السياحي ومدى تطبيقه على عينة البحث وبيان السياسات عبر اساليب حديثة منها انتاج الابتكار في التسويق ودعم وتطوير المنتج السياحي الحالي لبشكلان عاملين رئيسيين في تحقيق الطموح لرفع الطلب السياحي وجعل كويسنجق مقصداً سياحياً واعداً . وتتلخص اشكالية هذا البحث بالسؤال الإشكالي الآتي :- هل يمكن النهوض بواقع الطلب السياحي في كويسنجق استناداً على المقومات الطبيعية والبشرية الثرية التي يملكه الى طلب سياحي طموح و داعم للتسويق السياحي ؟ يتحدد الاطار المكاني للدراسة في مركز مدينة اربيل ,

الكلمات : طلب سياحي , كويسنجق , التسويق السياحي. كويه

Abstract:

This research aims at exploring the elements that go into tourism industry including the notable tourism institutions and services such as hotels, restaurants, touristic resorts, infrastructure and roads. The research intends to find out the scale of tourism demand in Koya and how to enhance it as a means to boost the tourism marketing.

The research achieved its goals through conducting a survey on tourism companies in Erbil to find out how the sample responded to the questionnaires, and whether their policies are following modern methods to inflate tourism through innovative marketing and supporting the tourism product, which can make these two the main elements to attain the goal of boosting tourism in Koysinjaq. Research Question: Could we raise the tourism demand for Koya based on its natural physiognomies and its affluent human resources?

Keywords: Demand for Tourism, Koya, Marketing Tourism, Koysinjaq

1. المقدمة

تناول البحث واقع الطلب السياحي في قضاء كويسنجق والسعي الى طموح يدعم التسويق السياحي فيه ، القضاء العريق والذي يستمد عراقتة كونه من اقدم مدن اقليم كوردستان ويتصف بموقع جغرافي مهم محليا ودوليا ويملك اراثاً ثقافياً رصيناً إضافة الى تمتعه بمقومات جذب سياحي على شكل اثار تاريخية و مزارات سياحية وطبيعية ، ان المقومات الطبيعية والبشرية لقضاء كويسنجق توضح ملامح وخصوصية الطلب السياحي فيه على العرض السياحي الذي غالبا ما يتمثل في السياحة الثقافية والسياسية والتعليمية والاقتصادية والعلاجية والدينية ، فاصبح الاهتمام بالتسويق السياحي هدفا رئيساً لكل المنشآت والمؤسسات السياحية ، تنبع اهميته من آثاره المباشرة في التنمية السياحية و ثم رفع المستوى الاقتصادي و لابد من خلق منتج سياحي يؤهل للتسويق وتكون هناك الية ميكانيكية بين العرض السياحي وطلب سياحي فعال ، فلا يمكن ان يستمر بالاعتماد على قوة الجذب السياحي للمقومات السياحية كما هو الحال عليه الان غالبا. ان نجاح التسويق السياحي في كويسنجق يعتمد على مدى تفعيل وتحفيز الطلب السياحي ليكون قادرا على تسويق كويسنجق سياحيا وجعلها تتنافس مع المقاصد السياحية الاخرى بالاقليم مما يتطلب تحقيق الدعم للتنمية السياحية والتي ما تنفذ عادة من قبل القطاع العام او الخاص والاثنين معا حيث تتطلب التخطيط السياحي باعتباره أسلوبا علميا يستهدف تحقيق أكبر معدل ممكن من النمو السياحي بأقل تكلفة ممكنة ، و انتاج سياسات تسعيرية تشجيعية داعمة لتقبلات السوق السياحي . وموجب ماسبق فان البحث يتكون من الاجزاء التالية :

تنقسم الدراسة الى ثلاثة محاور رئيسة بالاضافة الى المقدمة والملخص ومنهجية البحث . يشمل المحور الاول نبذة عن قضاء كويسنجق، والمحور الثاني حول متطلبات تحفيز الطلب السياحي في قضاء كويسنجق . والمحور الثالث عن اتباع سياسة الابتكار لدعم المنتج السياحي في كويسنجق . المحور الرابع يتطرق ميدانيا عن أهم العناصر التسويقية لدعم الطلب السياحي في قضاء كويسنجق شاملا التحليل الاحصائي ومصادر البيانات ثم الاستنتاجات والتوصيات.

الاطار المنهجي للبحث :

أولاً: أهمية البحث

اهمية البحث تكمن في دراسة اهمية الطلب السياحي ودوره الفعال لدعم التسويق السياحي في قضاء كويسنجق ، واهمية توفير البيئة المهنية لتأمين الخدمات والتسهيلات السياحية التي ستؤثر في رفع الطلب السياحي.

ثانياً: أهداف البحث

ان هدف البحث يشمل تشخيص ماهية المنتج السياحي في قضاء كويسنجق وكيف يمكن ان يساهم في تحفيز الطلب السياحي بحيث يُمكن دخول كويسنجق كمقصد سياحي واعد في السوق السياحي بميزة تنافسية ، حيث أن المقومات الطبيعية والبشرية وبالاخص الاخيرة تؤهل كويسنجق على التفرد بالمنتج السياحي الثقافي والعلاجي والترفيهي الذي يميزه عن المقاصد الاخرى في الاقليم في السياحة الخارجية والداخلية .

ثالثاً: مشكلة البحث :

هل يمكن النهوض بواقع الطلب السياحي في كويسنجق استنادا على المقومات الطبيعية والبشرية الثرية التي يملكها الى طلب سياحي طموح و داعم للتسويق السياحي ؟ .

رابعاً - فرضية البحث:

قضاء كويسنجق مقصد سياحي واعد على ضوء المقومات الطبيعية والبشرية التي يمتلكها.

خامساً- مجالات البحث :

- 1-المجال المكاني : مركز مدينة أربيل، و قضاء كويسنجق.
- 2- المجال الزمني : الاطار الزمني للدراسة الفترة (من 1- 5- 2018 حتى 20-12-2018).

سادساً : خطة البحث والوسائل المستخدمة

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي الذي يُسهم في دراسة واقع الطلب السياحي في قضاء كويسنجق والسعي لتحقيق طموح في تفعيل دور الطلب السياحي ليساهم في تنشيط التسويق السياحي في القضاء وتشمل الدراسة جانبين :

الدراسة النظرية: من خلال الإطلاع على الكتب والرسائل العلمية العربية المختلفة والمتخصصة وتقارير و منشورات صادرة من مؤسسات القطاع الحكومي في الإقليم ذات العلاقة بموضوع البحث لتجميع البيانات الثانوية.

الدراسة الميدانية : من خلال تصميم استمارة استقصاء بعدد 40 استمارة، ملحق رقم (1) وتضمنت 41 سؤالاً. وزعت على شريحة عشوائية من الشركات السياحية في مدينة اربيل وقد تم استلامها بصورة كاملة وبالاخص المدرء وموظفي التسويق ، المبيعات ، مسؤول السياحة الداخلية لان مهمة التسويق السياحي تقع على عاتقهم. أما -لمعالجة الاحصائية ، تم اجراء المعالجة الاحصائية لبيانات هذا البحث باستخدام الحاسب الالى وفقا لبرنامج اكسل وهو واحد من مجموعة برامج مايكروسوفت اوفيس يوفر أكثر من طريقة لمتابعة البيانات واجراء العمليات الحسابية عليها.ولقد تم استخدام مقياس ليكرت (Likert) الخماسي التالي في الدراسة وكالاتي:-

ارفض بشدة	ارفض	محايد	اوافق	اوافق بشدة
1	2	3	4	5

سابعاً:الصعوبات والمشاكل :

لقد واجه البحث العديد من المعوقات والتحديات لعل أهمها:-

- 1- صعوبة تفهم اسئلة استمارة الاستقصاء لبعض العاملين في الشركات السياحية مما تتطلب توضيحها بما وضحّ نقصاً في المهارات المهنية اللازمة للعمل وكشف الحاجة لتطوير مهاراتهم بشكل يلائم و حاجة سوق العمل وحجم مسؤولية والنهوض بالطلب السياحي فهم يشكلون احدى قنوات التوزيع والترويج السياحي من خلال احتكاكهم المباشر بالسائح إضافة الى ان العامل البشري يشكل الشريان الرئيس بالعمل السياحي

على انواع متعددة من منتجات سياحية تثيرى العرض السياحي لانواع من السياحة سيتم التطرق اليه في البحث.

ثانياً- الأهمية والدور للموقع الجغرافي على السياحة في قضاء كؤيسنجق:-

للموقع الجغرافي لكؤيسنجق دوران:- الاول ايجاي والثاني اتى بدور سلبى انعكس على التنمية السياحية وكما يلي

1- الموقع الجغرافي لكؤيسنجق ودوره الايجاي على السياحة :-

لعب الموقع الجغرافي لكؤيسنجق دورا ايجاييا ودورا سلبيا انعكس على طبيعة حياة المواطن في كؤيسنجق , وكذلك لسياسات التنمية بكافة جوانبها الصناعية والزراعية والسياحية , يقع قضاء كؤيسنجق في اقليم كوردستان العراق الى الجنوب الشرقي من مدينة اربيل على بعد 76 كم وهو تابع اداريا لمحافظة اربيل , حيث أنه في عام 1919م تحولت اربيل من قضاء تابع الى الموصل الى لواء يتبعه اداريا قضاء كؤيسنجق وراوندوز في عهد الاحتلال البريطاني (رسول , 2005 , البردوستي , 2011) , الدور الايجايي وللموقع الجغرافي تتمثل في :-

- اهمية الموقع الجغرافي داخلها(محلياً) :- منذ القدم لعب الموقع الجغرافي الاستراتيجي لمدينة كؤيسنجق دوراً بارزاً في ازدهار التجارة فيها, حيث تعد جسراً ما بين السليمانية وكركوك واربيل بمسافة تبعد 70 كم جنوب شرق مدينة أربيل و على ارتفاع 625م عن مستوى سطح البحر, وكذلك ازدهرت الزراعة ايضا, لغزارة الامطار ووفرة مياه الانهار والينابيع, ونشطت بها تربية المواشي , مما شكل منذ القدم مركزاً هاماً للتبادل بين عرب البادية والاكرد القاديين من الجبال قديماً ضمت مدينة كؤيسنجق 340 دكاناً , وتعد الاسواق والحانات احد اشكال المنشآت التجارية (البردوستي , 2011).

- اهمية الموقع الجغرافي خارجياً(دولياً):- تطل المدينة من الجنوب على سهل كؤيسنجق وهذا جعلها مزار رئيساً وهاماً لقوافل التجارة العابرة باتجاه المدينة ولاسيا من إيران , والسليمانية , وألتون كؤيري (البردوستي , 2011 ؛ هيئة السياحة , 2018).

2 - الموقع الجغرافي لكؤيسنجق ودوره السلبى على السياحة:-

كؤيسنجق تقع جغرافيا بموقع يتوسط محافظتي اربيل والسليمانية وهذا ما جعل لهذا الموقع تأثيراً انعكس سلبا على الواقع الاداري والسياسي لها , يعود الى حقبة زمنية قديمة فعلى سبيل المثال لا الحصر, حدثت مشكلة تعود لأكثر من ستين عاماً , ففي عام 1957 كما ذكر رسول (2011) حدثت مشكلة نقص في مياه الشرب بسبب نقل ادارة اربعة مشاريع لاسالة الماء كانت موزعة على مدينة اربيل وكؤيسنجق وراوندوز ورائية الى ادارة تابعة الى لواء السليمانية. مما تسبب في حينها الى نقص حاد في المياه الصالحة للشرب حسب تقارير مديرية البلديات العامة. وهذا يشير الى عمق هذا التأثير لقضاء كؤيسنجق بحكم الموقع الجغرافي ومن الجانب الاخر ان تشاطر اغلب السلطات الادارية والسياسية والحزبية بمختلف ايدولوجيتها بين اربيل والسليمانية فيه منذ حقبة زمنية قديمة اسفرت عن تقاطعات كبيرة انعكست سلبا على المواطن وعلى التنمية بكافة اشكالها سواءا كانت السياحة والزراعية والصناعية (مديرية السياحة في كؤيسنجق , 2018) .

ثالثاً- اهم المقومات الطبيعية والبشرية السياحية في قضاء كؤيسنجق :-

1- المقومات الطبيعية والمنشآت السياحية فيها :-

- الموارد والثروة الطبيعية في قضاء كؤيسنجق :-وتشمل الثروة المائية حيث يقع قضاء كؤيسنجق على نهر جلي و على مسافة 24 كم عن مدينة كؤيسنجق, يمر عبر وادي

2- عدم توفر احصائيات لقياس الطلب السياحي في قضاء كؤيسنجق وهذه مشكلة كبيرة تواجه اغلب المؤسسات السياحية والفندقية للقطاعين (العام والخاص) السياحي في الاقليم .

المحور الاول : نبذة عن قضاء كؤيسنجق :

قضاء كؤيسنجق له تسميتان كؤيسنجق وكؤيه , في المدونات على شبكات النت والنصوص الادبية والرسمية على صعيد القطر العراقي تستخدم كؤيسنجق , والاكثر تداولاً باللغة الكردية وداخل اقليم كوردستان تستخدم تسمية كؤيه , وفي البحث تم استخدام التسميتين , ان تسمية كؤيسنجق جاءت لمدلولات وابعاد تدرج ادناه:-
اولاً: ابعاد تسمية قضاء كؤيسنجق :

ان الابعاد الاساسية عن تسمية قضاء كؤيسنجق تعطي الصورة الذهنية عن عرافة المدينة وثراها الثقافي والاجتماعي والتجاري والسياسي والعسكري, هناك تأويلات مختلفة واستنتاجات ونظريات عديدة حول أصل تسمية كؤيسنجق أهمها كالاتي:-

- البعد التاريخي: أن تسمية كؤيسنجق محوارة عن الكلمة الآشورية (كيروزي), حيث وردت عبارة ((بأمر الإله (أشور سيدي) .. زحفت الى جبال (كيروز) ..)).

- البعد العسكري ان المدينة في العصر السلجوقي كانت ذات اهمية كبيرة من الناحية العسكرية, إذ كان يتمركز فيها (نالا و بلوك) التي تعني (السرية و الفيلق) , وعددها أربع سرايا , لذلك أطلق على المدينة أسم سننجق ؛ أي تجمع السرايا , وكلمة (كو) تعني الجمع , فأصبحت (كؤيسنجق) بمعنى جمع السرايا في المنطقة (البردوستي , 2011 ; بابان , 1989).

- البعد الديني :- هناك من يرجح ان اصل كؤيسنجق مسيحي تاريخياً ترجع الى قرى هيران و نازين الواقعتين في ما تسمى حالياً ب(دولي خوشناوتي) والأكثرية نزحت من قرية (ارموطة) القرية المسيحية المجاورة لكؤيسنجق (قناة عشستار , 2018) , ان المسلمين والعثمانيين رفعوا (آلا- نالا اس سننجق) اي العلم الشريف للنبي على القلعة القديمة المشهورة بقلعة (فوج باشا). لما كانت كلمة سننجق تطلق على الرموز الدينية عند الإزيديين وتستهمل في حفلاتهم ومناسباتهم الدينية , وقد ذهب بعض الباحثين الى أن كلمة سننجق اضيفت الى كؤيه منذ ذلك الحين. واثناء الفتوحات الاسلامية اطلق اسم (كؤيسنجق) الذي يعني (المنطقة الجبلية) لذا أطلق عليها اسم (كؤيسنجق) (البرادوستي , 2011).

- البعد الطبيعي:- يقال أن كؤيسنجق كانت تدعى (كؤى سان) وان (كؤى سان مع كؤسرت) الذي هو جبل في منطقة جناران كانا اخوين وان (سان) هو مختصر لأسم (سلطان) أذ لقب (سان) لايزال شائعاً في منطقة (هورامان) حيث يطلق على الرؤساء العشائريين , كؤي سننجق" مبنية على سفح جبل السلطان أيوب ويقال لهذا الجبل هيبت سلطان , ومجمل المعنى جبل السلطان . والذي يفصل كؤيسنجق عن قضائي رانية (بابان , 1989 ; فرسيس , 2015).

يُستجح أن التسمية ترمز الى الأهمية العسكرية والدينية والطبيعية والتجارية لاقدم مدينة في الاقليم وتملك ارباً ثرياً الذي يُؤهله ان يكون مادة خام للصناعة السياحية والحصول

سنوات مضت (هيئة السياحة في اقليم كوردستان , 2018). ومن المعالم المشهورة أيضاً جامع كرموك وهو قديم في القضاء.

- الموروث الثقافي: تشكل كويسنجق مركز الاشعاع الفكري لرواد التعلم، سكان قضاء كويسنجق كرم منذ القدم (فرنسيس، 2017). تميزوا بالاهتمام بالتعليم حيث ورد في الاحصاء السكاني الرسمي لسنة 1957م ان لكويسنجق حصة الاسد بعدد المتعلمين لمختلف المستويات التعليمية (رسول ، 100). وهو مجتمع سابق عصره ثقافياً فاول فتاة دخلت المسرح خيرية عبد الرحمن من كويسنجق و اول فتاة دخلت مدرسة مختلطة نجبية خان بنت ملاكة ووره (مسعود محمد) (مديرية سياحة كويسنجق، 2018). ومن اهم المدارس مدرسة مولانا عبد الرحمن الجلي وقد سميت (الجامعة العلمية القديمة في كويسنجق) ومن تولى التدريس فيها العلامة محمد افندي بن عبد الله الجلي رئيس العلماء، ومدرسة مسجد بايزاغا اضافة ومدرسة محمود آغا ومدرسة المنارة ومدرسة مولا رسول ، اضافة الى علماء ومفكرى وادباء كويسنجق في مجالات متعددة علمية وادبية وطقية ومن اشهرهم المؤرخ والكتّاب المعروف محمد جميل روزياني (رسول، 2005 ؛ رؤوف، 2008) وان الشاعر دلنار (يونس رؤوف) من اهالي كويسنجق كاتب كلمات الانشودة الوطنية (اي رقيب) والتي تمثل انشودة السلام الوطني لكوردستان و دفن فيها. ومن المعالم المهمة المكتبة التي كان يملكها عضو (حزب الديمقراطي الكوردستاني) البارز في كويسنجق (آصف رؤوف) روجت كثيرا لهذه الكتب ولمثيلاتها التي كانت تجلب من بغداد لتتحول الى مصدر ثقافي وفكري .

- العوائل الاصلية العلمية والدينية :- ادت ظروف اجتماعية وبيئية مختلفة تتصل بموقع البلدة الجغرافي كونها احدى المحطات التجارية المهمة على طريق شهرزور القديم الى ان تحتل مركزا دينيا وعلميا مشهودا اذ نزلتها اسر علمية كثيرة كبيت الخطيب ، بيت الامام ، بيت الداية خه جي ، بيت الخادم (البرادوستي، 2011).

- تعدد الاديان في كويسنجق:- تعدد الديانات في قضاء كويسنجق. فكانت مدينة مهمة، للديانة الزردشتية ، المسيحية (فرنسيس ، 2017). الاسلامية وكان الأيزديين سكنوا في جناروك بالقرب من المدينة ، التي تحتوي على إحدى هياكل (الملك طاروس) (البرادوستي ، 2011). وكذلك اليهود سكنوا محل في كوية (كوي جولةكا) داخل مركز المدينة.

- اهم المزارات الدينية :- يشكل مزار مارينا قديشا اهم المزارات للديانة المسيحية ، يقع مزار مارينا قديشا شمال شرق قرية " هرموطة" على مقربة 3 كم من قضاء كويسنجق، ويطلق عليه " مارينا بهنام" تحظى هذه المنطقة بأهمية كبيرة اذ تحولت الى "سياحية" يقصدها الزوار والسائحون خلال مناسبات شتى)هيئة السياحة في اقليم كوردستان (2018). وكذلك قبر بابير في داخل قلعة قشلة كوية ، وعدد آخر من المزارات كدرويش خدر وشيخ موسوي (هيئة السياحة في اقليم كوردستان ، 2013).

- مراسم (سيزده به دهر):- وهو تقليد يرتكز على معتقدات جماعية، حيث جرت العادة بعد 13 يوماً لعيد نوروز يزور كورد ايران كويسنجق وبمشاركة السكان المحليين في القضاء بالذهاب الى الطبيعة والتنزه ليوم كامل من الصباح وحتى المساء كاعتقد ان جميع الاحزان والمصائب ستزول (مديرية السياحة في كويسنجق ، 2018).

- مركز الاشعاع السياسي ظهور الاحزاب اليسارية في كويسنجق مما منح إظطاعاً مميّزاً ثقافياً واجتماعياً وسياسياً لسكان القضاء، فذكر رسول (2005) العديد منها ، فمثلاً ظهور قيادات فاعلة وكانت من ابرز قيادات الحزب الشيوعي من كويسنجق وهما (عبد الصمد ، وكريم توفيق) . وظهور شخصيات تساعد الزعيم الخالد ملا مصطفى البارزاني في حركته الثورية المتعددة بالمال والرجال وهو في روسيا مجموعة بارزة منهم

ساقولي الذي يقع غرب المدينة وعلى ارتفاع 600م عن مستوى سطح البحر وتمتاز بجمال الطبيعة وكثرة البساتين والاشجار وبشكل وجمه سياحية للاستمتاع بجمال الطبيعة وكذلك كونها تمتلك مياهاً معدنية تشكل علاجاً للأمراض الجلدية (هيئة السياحة في اقليم كوردستان ، 2018) .

- جبل هيبه سلطان:- يقع جبل هيبه سلطان شمال شرق مدينة كويسنجق بمسافة 3 كم، وارتفاع 1260م عن سطح البحر وبشكل معلماً طبيعياً جميلاً ويضفي خصوصية تميز في كويسنجق وخاصة في فصل الربيع. ومن اهم المنشآت التسهيلات والخدمات السياحية في قضاء كويسنجق منتجع كوسارالسيحي الذي يقع عند سلسلة جبال هيبه سلطان على بعد 4 كم من مركز المدينة ، وتضم 20 (شقق مفروشة) ومطاعم وفندق وملاعب متنوعة (هيئة السياحة في اقليم كوردستان ، 2018).

- حماموك يقع شمال كويسنجق بالقرب من مركز المدينة بعد 5 كم شمال شرق مدينة كويسنجق وتكثر فيه العيون والينابيع وتوجد فيه 7 مطاعم ، وفيها عين ماء حلو وعدد من الغابات والبساتين وهو مقصد سياحي يميز بشهرة وشعبيته كبيرة (هيئة السياحة في اقليم كوردستا ، 2018).

- طق طق:- تقع ناحية ططق التابعة الى قضاء كويسنجق على مسافة 90 كلم شرق مدينة اربيل وهي تقع على الساحل الايمن للزاب الصغير احد روافد نهر دجلة وتتصف بجمال الطبيعة والبساتين الوفيرة ومن اهم معالمها جسر كبير بدا العمل لانشائه علم 1945 وانتهى عام 1958، وبشكل مقصداً ووجهة سياحية ذات شهرة وشعبية كبيرة لدى محافظتي كركوك والسليمانية (هيئة السياحة في اقليم كوردستان ، 2018 ؛ المعرفة ، 2018).

2- المقومات البشرية :

- المواقع الاثرية :- تقع ضمن جغرافية قضاء كويسنجق 65 موقعا اثريا ومن ضمنها آثار "جوار تاقان" جنوب مدينة كويسنجق حيث كانت تستخدم كمحطة لاستراحة قوافل التجار)هيئة السياحة في اقليم كوردستان، 2018).

- الحان : ان للحان وظيفة رئيسة واحدة وهي استقبال المسافرين وتأمين راحتهم وحماية بضائعهم وكانت تستعمل ثكنات عسكرية في اثناء الازمات والحروب وتكون مأوى للجنود المسافرين الغرباء ونلاحظ ايضا ان المساجد تتحول الى ثكنات اثناء الحروب. وكذلك كان للحانات وظيفة اخرى وهي مراكز لتبادل الافكار ونشر العقائد الدينية (البرادوستي، 2011). من اشهرها خان محمود آغافي محلة بايزاغا سمي بهذا الاسم نسبة الى السيد (محمود آغا الغفوري). ابن آغا الغفوري أحد الآغاوات والأشخاص البارزين في مدينة كويسنجق وكبير عشيرة الغفوريين ، كما سمي بالحان الكبير وله تسمية اخرى شائعة هو (خاني كه ران) أي (خان الحمير) لكثرة الحمير التي كانت تستخدم لنقل البضائع والحمولات المختلفة (البرادوستي، 2011 ؛ هيئة السياحة في اقليم كوردستان ، 2018).

- القيصرية (سوق كوية):- تقع في مركز مدينة كويسنجق تسمى بسوق قيصرية حاجي بكرآغا حوزي تأسست عام 1840م بنيت بشكل رواق تسويقي مسقف وتضم العديد من المحلات في القيصرية وهناك سوق قيصرية ثاني تأسس عام 1905م تقع بالقرب من القيصرية الاولى (هيئة السياحة في اقليم كوردستان ، 2018).

- قشلة كويسنجق: والتي تعني " مركز الإدارة الحكومية لكويسنجق" تقع القشلة في الجانب الغربي من قضاء كويسنجق وتقع على تل صغير تتوسط القشلة ساحة كبيرة تحيط بها وقاعات و غرف و مرآت اضافة الى متحف وقاعة فنون وتم تعبيرها قبل

السياسى. منها تنشيط السياحة الداخلية واستغلال المناسبات والاحتفالات الدينية والقومية والوطنية وتدرج ادناه المتطلبات الثلاث الاساسية :-

أولاً:- واقع التنمية السياحية الحالي في قضاء كويسنجق :-

من اجل تحقيق التنمية السياحية لابد من انتاج استراتيجية تسويق سياحي ناجحة تضم عرض الخطط التنموية والمشاريع الاستثمارية لتشجيع رؤوس الاموال , وتطوير عناصر الجذب السياحي الطبيعية والبشرية كالنقل و اماكن النوم والتسهيلات المساندة , وخدمات البنية التحتية , (الزهراء , 2016, الجلال , 2002, عثمان , 2004, أبراهيم , 2006). ان للتنمية السياسية علاقة مباشرة بالتنمية السياحية تتحقق من قبل اجهزة الدولة المختلفة لتوفير الظروف لتطوير السياحة الداخلية والخارجية (كافي , 2015). ولهذا يلاحظ ان قضاء كويسنجق يعاني من تعثر في تحقيق التنمية السياحية فلا تتوفر اماكن ايواء داخل مركز المدينة ولا تزال الطرق البرية غير ملائمة للرحلات السياحية وتفتقر الطرق لشروط ومعايير الطرق السياحية الامنة التي تختزل الجهد والوقت كما ان اغلب القرى السياحية تعاني من عدم توفر الطاقة الكهربائية بالشكل الذي يتناسب وتشغيل المجمع السياحي وبهذا ستتعرض مجالات تحقيق فرص العمل امام مختلف التخصصات لاعتماد السياحة على العامل الانساني (مديرية السياحة في قضاء كويسنجق , 2018).

ثانياً: واقع الاعلام السياحي في كويسنجق :-

وجد ان واقع الاعلام السياحي في كويسنجق لا يحظى بنصيب واف إعلامياً , بل تكاد تكون مغمشة ولا يلاحظ اعلانات ودعايات تنسجم مع اهميتها. ونظرا لعدم توفر قناة فضائية وطنية في الاقليم تأخذ على عاتقها ابراز عناصر الجذب المتعددة في المناطق السياحية , ونشر التوعية السياحية بحيث تحقق ثقافة سياحية للسكان المحليين في الاقليم ولا سيما المقاصد السياحية فيها وكذلك تؤثر على اصحاب اتخاذ القرار في الاقليم وتهدف الى الوصول الى السائح الأجنبي باستخدام وسائل الإعلام الثقيلة , و الجهود التنشيطية المختلفة . وتعرض في بعض الفضائيات الافلام التي تعرض مواد اعلامية واعلانية يغلب عليها صفة النقد عن الخدمات والبرامج السياحية فهي تسلط الضوء على هذا الجانب مما يعطي انطباعاً ويرسخ الصورة الذهنية السلبية لدى المتلقي مما تدفعه الى القيام برحلات وزيارات الى مقاصد سياحية اخرى في الاقليم والتي هي تنافس كوية ولا سيما ان نوع السائح الداخلي الذي يأتي الى الاقليم يرغب بزيارة الاماكن الترفيهية التي تتصف بالمناظر الطبيعية الخلابة مثل شقلاوة ومنتجع كورك في اربيل ومنتجع جاني لاند في السليمانية ومنتجعات سولاف و سرسنك وغيرها في دهوك ومنتجعات احمد اوه في حلبجة وهذا الوضع يؤثر في خفض الطلب السياحي على قضاء كويسنجق. مثلاً في مجمع كوسار يلاحظ قلة الرسالة الاعلامية التي تهدف الى الترويج عنه , او عرض فيديو يشير الى جمال الطبيعة في حماموك ويعطي انطباعاً بصورة ذهنية للسائح والمستثمر لدعم التنمية السياحية وتم سحب الطلب السياحي (مديرية السياحة في قضاء كويسنجق , 2018).

ثالثاً: واقع الثقافة السياحية في قضاء كويسنجق:

ان نمو النشاط السياحي لا يأتي إلا وفق تخطيط دقيق عن طريق أسس علمية سليمة ترعاه قيادة واعية على دراية وثقافة سياحية مؤهلة لتحقيق التنمية السياحية وتحقق طلباً سياحياً على الصعيد المحلي والقومي والعالمي. أداة تثقيفية وتكون قدوة لتثقيف السكان المحليين من خلال الاعلام و لإعلان. ان الواقع الثقافي السياحي بحاجة الى

آصف رؤوف وشخصيات وطنية مثل (عثمان مصطفى ومجيد رؤوف) ؛ في عام 1953 كويسنجق كانت واحدة من المناطق التي شهدت اول ممارسة انتخابية وشكل اول انتصار برلماني اثناء الانتخابات النيابية وفاز فيها مرشح كويسنجق مسعود محمد وكانت اول انتخابات مباشرة تجري على صعيد العراق .

- العناصر الصناعية : تمثل كل ما صنعه الإنسان وأصبح له قيمة تاريخية وحضارية كبيرة , يمكن الاعتماد عليها بشكل رئيس كمصدر جذب سياحي للاقليم بصورة عامة ولكويسنجق بصورة خاصة من خلال مقدره هذه المؤسسات على خلق المناسبات والمؤتمرات ودورات التدريب واحتاجها الدائم للمنشآت السياحية منها :
- مصافي النفط في كويسنجق يمتلك القضاء مصفين كبيرين للنفط لها: مصفى (شيواشوك وطق طوق) , بطاقة انتاجية تصل الى أكثر من 120000 برميل نفط يوميا وتم استثمار الثروة النفطية الموجودة فيها.(حكومة اقليم كردستان , 2018 ؛ هيئة السياحة في اقليم كردستان , 2018) . حيث يتوقع ان يكون حقل طقطق النفطي من الحقول ذات الانتاج العالمي حيث تبلغ مساحة منطقة العمل 2ك951 شال شرق السليمانية (2018,dwarozh) ومن المحتمل ايضا كما شرمليا وكان بدء تشغيل الحقل في شهر ايار 2009 والطاقة الانتاجية المتوقعة 20000-40000 برميل نفط يوميا (حكومة اقليم كردستان , 2018).

ان وجود طاقة نفطية تشكل دعماً للوضع الاقتصادي في كويسنجق ومن جهة اخرى ان منتسبي مصافي النفط لديهم اجازات متعددة مما يتيح فرصة لغرض التنسيق وترتيب البرامج السياحية المناسبة للمنتسبين اضافة الى السعي لعقد المؤتمرات والاجتماعات في المرافق السياحية حيث يشكلون مورداً للضيوف (السائحين) لاقامتهم وارتياهم الفنادق والمطاعم .

- المؤسسات التعليمية (المعاهد وجامعة كوية):- يمتلك القضاء عددا من المؤسسات التعليمية المتمثلة بالاعداديات المهنية والمعاهد الفنية والادارية , ولعل جامعة كوية تعتبر احدى المعالم الرصينة العلمية حيث انشئت جامعة كوية في مدينة كويسنجق في محافظة اسست في العام 2003 وتضم الكليات التالية : كلية الهندسة , كلية الزراعة , كلية القانون , كلية التربية , كلية العلوم (جامعة كوية , 2018).

المحور الثاني:- متطلبات تحفيز الطلب السياحي في قضاء كويسنجق :-

لغرف الاطلاع على مفهوم الطلب السياحي يُدرج تعريف الطلب السياحي, "هو تعبير عن اتجاهات السائح لشراء منتج معين او زيادة منطقة اودولة سياحية بذاتها , قوامه مزيج مركب من عناصر مختلفة تمثل الدوافع والرغبات والقدرات والحاجات الشخصية التي يتاثر بها المستهلكون السياحيون من حيث اتجاهات الطلب على منطقة معينة" (السعيدى , 2009: 117). الطلب السياحي تحكمه عوامل متعددة تؤثر عليه وهي السعر, نوعية السوق السياحي (المصدر والمستقبل للسائحين) , دخل السائح , اسعارالرحلات البديلة التي تدفع السائح لاختيار الافضل له. الخطة الاستراتيجية القومية ومقدارالاستثمارات المخصصة للسياحة , الدخل القومي ونمط توزيعه , عدد السكان ومعدل نموهم واتجاهات السكان وفقا للمستوى العلمي والاجتماعي والمادي , جودة السلعة او الخدمة (السعيدى , 2009). لغرض نجاح أي إستراتيجية تسويقية في جذب السياح وتحقيق العوائد المرجوة من قطاع السياحة لابد من تحفيز الطلب السياحي. وهذا يتطلب القيام بمتطلبات اساسية منها (التنمية السياحية والاعلام السياحي والثقافة السياحية)(صحراوي , 2012) اضافة جوانب اخرى لتحفيزالطلب

ذكارا كل من ابو رمانة والديوه جي (2000) ان هناك ست خطوات رئيسية لابتكار الخدمة الجديدة أي الخدمة السياحية وهي ولادة الفكرة ، استخلاص الافكار ، التحليل الاقتصادي ، تنفيذ الفكرة ، اختبار الفكرة ، المتاجرة بها . يستنتج ان الابتكار يحتاج الى اختيار الفكرة واجراء بحوث السوق وتقدير للربحية اي غالباً ما يكون دراسة جدوى اقتصادية اولية ثم التنفيذ وطرح تجربي للخدمة والسلعة السياحية للتجربة واذا تكلت بالنجاح يتم ترويجها وتسويقها و ثم بيعها . قسم دراکر استراتيجياته في التسويق المنهجي الريادي الى اربعة اساليب على النحو الاتي :

- 1- السيطرة على سوق او قطاع جديد .
- 2- تطوير سوق لا يتلقى الخدمة في الوقت الحاضر
- 3- البحث عن "مكانة بيئية" خاصة ، وشغلها .
- 4- تغيير الخصائص الاقتصادية لاحد المنتجات او الاسواق او القطاعات (مكتبة جرير ، 2014) . ومن اجل تطبيق هذه الاساليب بما يناسب السوق السياحي في كؤسنجق لا بد من السيطرة على سوق سياحي جديد تستهدف الاسواق الخارجية والداخلية سوف تدرج بعض المقترحات لابتكار ودعم التسويق في كؤسنجق في الفقرة التالية .

ثالثاً : مقترحات لرفع الطلب السياحي في قضاء كؤسنجق :

1- احياء الموروث الثقافي وجعله منتجاً سياحياً :

ورد في المحور الاول ان قضاء كؤسنجق يمتلك ارثاً ثرياً جداً ذا خصوصية ثقافية واجتماعية وسياسية واقتصادية يدعم المنتج السياحي الثقافي فيها لكونه يشكل المادة الخام لصناعة منتج ثقافي يدعم السياحة الثقافية والسياسية والاجتماعية والتعليمية وسياحة المناسبات وهذا يقترح ان يصاغ بمدونات ادبية لحياء هذا الارث الكبير ويكون مادة نصية لمسرحيات ، وعروض فنية ادبية تحاكي قصص وحكايات ، وكالاتي :-

- عروض مسرحية :- يمكن ان تستنبط القصة التي تحاكي القصة والاساطير الخصوصية الارث الثقافي الممثل مثلا في دخول اول فناة للمدرسة ، المسرح ، او خصوصية العوائل الدينية والعلمية والسياسية في كؤبة ، او وقائع مميزة وسيرة ذاتية للعلماء والمفكرين الذين درسوا في مدارس كؤبة . ادبيات للمآثر البطولية لاهالي كؤسنجق في التصدي للازمات العسكرية والسياسية ، مآثر بطولية لقادة سياسيين و يشمركة لامين ، خصوصية اجتماعية وقومية مثلا احتفالية (سيزده به دقر) ، بحيث يقام عرض مسرحي بطريقتين : الاولى التقليدية والثانية ليست تقليدية باستخدام عروض الصوت والضوء (Wikipedia) ، (2018) ، في و بانوراما ، ومن الممكن أن تعرض داخل ابنية بعض المدارس أو القشلة التي عمرت في السنوات الاخيرة ويحدد وقت معين مثلا كل اول عطلة اسبوع من الشهر او كل اول ووسط الشهر وايام العطل والاعياد والمناسبات ، بحيث يكون وقت معلن واضح مثبت مرة ام مرتين في الشهر ويتم تسويق هذا المنتج عن طريق قنوات تسويقية تؤدي الى السوق المستهدف من سواح ، طلبة ، مثقفين ، جمعيات ، نقابات وغيرها . تعرض باكثر من لغة وان ترافق العرض الاغاني في كؤسنجق التي تتصف بالبناء اللحني حاله حال العديد من المدن الكوردية يتصف بانه يمثل الموسيقى للموروث او التراث الموسيقي الكوردستاني وهو احد العناصر الاساسية في الموسيقى ، ويتوفر فيه الجوالعاطفي والنفسي (محمد ، 2000) .

- إنشاء مطاعم ومقاهي فلكلورية :- السعي الجاد للبحث عن ادبيات القصص والحكايات التي تروي دور (جوار ناغان) كؤنها محطة استراحة قوافل التجار المتنقلين بين اربيل

دعم القطاع الحكومي في الاقليم ومؤسساته ومشاركة الهيئات والمؤسسات في تنفيذ برامج الثقافة السياحية ، مع المؤسسات واماكن السياحة والسياح و اشراك افراد المجتمع والمثقفين في إعداد برامج تنمية الثقافة السياحية و الإستفادة منها بما يؤدي إلى النهوض بالسياحة (صحراوي ، 2012) .

المحور الثالث : اتباع سياسة الابتكار لدعم المنتج السياحي في كؤسنجق :

اصبح من الضروري ان يتبع التسويق العديد من السياسات والتقنيات في تسويق المنتج السياحي ومنها ان سياسات يراعى بها الابتكار في طرق واساليب التسويق فلقد كتب داکر "ان المشروعات التجارية تقوم على وظيفتين اساسيتين هما التسويق والابتكار واللذان يحققان اهداف المشروع" (مكتبة جرير ، 2014: 35) . ولجل دعم الطلب على المنتج السياحي في كؤسنجق لا بد في هذا المحور من التطرق الى مايلي :-

أولاً: العناصر الداعمة للمنتج السياحي لرفع الطلب السياحي :-

ان المنتج السياحي يعتبر منتجاً مركباً ويشمل المقومات الطبيعية كالموقع الجغرافي والجبال والشواطئ والمناخ وغيرها . المقومات البشرية المتمثلة بالآثار التاريخية (عائشة ، 2015) ، والمعالم الحضارية العصرية والمقومات الحديثة الصناعية ، ويشمل المنتج السياحي ايضا المرافق العامة لان السائح بحاجة الى الاتصالات وشبكات الصرف الصحي والكهرباء وشبكات طرق ملائمة للوصول الى المقاصد السياحية (السعيد ، 2009) وللمنتج السياحي عناصر عديدة لا بد من اخذها بنظر الاعتبار لدعمه ومن اهمها تسعير المنتج السياحي حيث يحتاج الى سياسة يدخل فيها احتساب عوامل عديدة منها الكلفة والمنافسون والطلب السياحي وحجمه وخصائص السائح ، وعنصر التوزيع حيث يحتاج المنتج السياحي الى التوزيع السياحي الذي يتكون من نوعين : التوزيع المباشر ويكون بالاتصال المباشر مابين مقدم الخدمة أما التوزيع غير المباشر (السعيد ، 2009 ؛ ابو رحمة و بلبل و الحناوي والحسن ، 2001) . حيث توزيع الخدمات السياحية عن طريق بضع مكاتب سياحية صغيرة ومنظمي الرحلات السياحية ووكالات شركات النقل البري والجوي (ابو رحمة واخرون ، 2001 ؛ السعيد ، 2009) ، أما عنصر الترويج ، فهو كل الجهود المباشرة وغير المباشرة المبذولة من قبل البيع الشخصي السياحي ، التي تستعمل وسائل الإعلام والاتصال المختلفة الموجهة إلى مختلف الأسواق المصدرة للسائح من خلال إيضاح الصورة الواقعية للمنطقة والمنشآت السياحية وإيراز المغريات المتعددة ، ويتحلى الترويج السياحي بالتجديد والابتكار ولهذا السبب يسمى الترويج السياح "الترويج الابتكاري" ويكون ذلك من خلال مختلف التقنيات (السعيد ، 2009) ، وهما النشرت والمطبوعات السياحية والمواد الدعائية وسياحة المعارض والمؤتمرات السياحية واقامة الحفلات بالمناسبات الوطنية والقومية والدينية (ابو رحمة واخرون ، 2001؛ عائشة ، 2015) . مثلا في قيصرية وخانات كؤسنجق واقامة سفرات (رحلات) لزيارة الآثار السياحية ومقومات الجذب السياحي في المدينة (مثلا زيارة مزار (مارمارينا قديشا) والجمع السياحي جناروك وسري كوسار) . والعنصر الحيوي الاخر هو العنصر البشري (مقدموا الخدمة) ، حيث يمثل العصب الفعال في المؤسسات السياحية التي تسعى على استمرارية تأهيل وتدريب الكوادر العاملة في المجال السياحي بكافة المستويات (ابو رمانة والديوه جي ، 2000) لكي يتم تأمين منتج سياحي ذي جودة ملائمة للطلب السياحي . ومن خلال تطبيق كل العناصر الاساسية السابقة الذكر اعلاه سيتم الحصول على منتج سياحي يحظى بطلب سياحي عال ويكون بالامكان المحافظة عليه رغم تقلبات السوق ثانياً : اتباع سياسات الابتكار في التسويق السياحي :

في كؤيسنجق يرفد القضاء بخريجي القسم السياحي منذ سنوات مضت الا ان فرص للتعين متوقفة منذ سنوات مضت كما هي في عموم الاقليم . اما العاملون في القطاع الخاص فهم بحاجة الى دورات مهنية بشكل مستمر بحيث تغطي الاختصاصات والمستويات المهنية التي يطلبها سوق العمل , وان روح العمل التطوعي الطاغية على اغلب السكان في كؤيسنجق تشجع بان تنظم كؤادر تعمل تطوعاً بشكل افرادي او جاعي على حسب نوعية الاعمال المطلوبة وخصوصيتها (مديرية سياحة كؤيسنجق , 2018). ومن اهم انواع العمل المطلوب هم فئة المرشدين السياحيين ومن اهم انواع المرشدين الذي تناسب السياحة في كؤيسنجق هي كما ذكرها مقابلة (2003):-

1- المرشد المحلي :- وهو مرشد يفضل ان يكون من اهل كؤية ممن يجدون متعة كبيرة في تداول حكاية او قصة مدينتهم وتختلف مؤهلات ونوعية الوظيفة في بعض البلاد تنظم دورات تدريبية , ويمكن ان اداء العمل بشكل تطوعي او عقود من قبل الشركات السياحية على حسب الساعات وظروف كل رحلة او اجور يومية حسب الايام او الساعات. وكؤية بحاجة الى مرشد سياحي لسياحة تسلق الجبال ولاسيا (هييت سلطان) حيث العديد من السائحين يرغبون في تسلقه (مديرية مكتب سياحة كؤيسنجق , 2018).

2- المرشد الذي يعمل لدى الحكومة :- تولى الحكومة هذا العمل للمرشدين , لمصاحبة الزوار وسرد الشرح الوافي لعناصر الجذب التاريخية أو الثقافية أو السياسية للزوار والضيوف الرسميين للدولة كما في أغلب المؤسسات الحكومية الحساسة في الولايات المتحدة الامريكية. وهذا ما يناسب جامعة كؤية والمعاهد المهمة فيها والمؤسسات الرسمية (مقابلة , 2003).

مرشد العمل او الصناعة:- حيث ان العديد من المؤسسات في كؤية مثل مصافي النفط, وغيرها من المؤسسات سواء كانت صغيرة او كبيرة تقوم بتوظيف مرشدين خاصين لها للقيام بجولات ارشادية ومرافقة الزوار للتعريف بالمؤسسة وفروعها والتسويق لمنتجاتها او خدماتها. وهؤلاء المرشدون يتم تدريبهم من قبل الهيئة التي يعملون لديها (مقابلة , 2003).

- نهج سياسات الاسعار التشجيعية:- تهدف الى خفض تكاليف الرحلات الى كؤيسنجق, ولاسيا الرحلات الداخلية التي تضم برنامجاً سياحياً يضم زيارة الى كؤيسنجق وتدعم هذه الرحلات لنسبة 50% او ما شابه في بداية سياسة الترويج لرحلات كؤية مشروطة بعدد محدد للرحلات حتى تشمل بالدعم خلال فترة زمنية معينة ويحتوي البرنامج على زيارة للمعالم المهمة في كؤيسنجق من اجل ترويجها للتسويق والتعرف على معالم كؤيسنجق والسعي لاطهار كؤيسنجق وتثبيتها على خارطة التسويق السياحي في الاقليم ولاسيا ان كؤيسنجق تتمتع بموقع جغرافي يتوسط 3 محافظات وهي اربيل والسليمانية وكركوك , ولعل الفئة المستهدفة هي الجامعات والطلبة والجمعيات الادبية والثقافية داخليا والجاليات الخارجية , والمحافظات القريبة من كؤيسنجق , اضافة الى محافظات العراق الاخرى , أن الفئات السابقة الذكر تشكل اسواقاً مستهدفاً للتسويق السياحي لكؤيسنجق .

- اعداد منتج سياحي ذي هوية واضحة :-ان هناك العديد من النشاطات السياحية التي تحتاج الى دعم مالي ومعنوي وانشاء البنية التحتية المناسبة لكل منها لكي تتبلور الى منتج سياحي ذي هوية واضحة حيث ورد في التقرير السنوي لمديرية السياحة في كؤيسنجق (2018) ومن اهمها ما يلي:-

وكؤيسنجق ومحاولة انشاء مطعم يقدم الاطعمة لتلك الفترة الزمنية مع احياء كل خصوصية للموقع من خلال ملابس العاملين في المطعم والموسيقى والديكورات .
- خلق ميزة تنافسية للتسويق السياحي :- يمكن ان تكون الميزة التنافسية السياحية تؤهله دخول السوق السياحية هي ارثه الثقافي والسياسي والاجتماعي الذي تم التطرق اليه اعلاه وان يجول الى منتج مسرحي تقليدي او عروض حديثة تخضع لبرامج الكترونية , والى توفير اعمال يدوية بصنع محلي من خلال دعم الصناعات اليدوية الكوردستانية الفلكلورية وان تحمل رموزاً لكل الخصائص الطبيعية والبشرية المدرجة اعلاه.

- تفعيل دور المؤسسات التعليمية وبالاخض جامعة كؤية والمعاهد لدعم التسويق السياحي:- حيث ان هذه المؤسسات الرصينة قادرة ان تلعب دوراً مهماً في السياحة الثقافية , وبهذا يوصى بعقد العديد من المؤتمرات وورش العمل والحلقات الدراسية والمهرجانات العلمية لدعم السياحة التعليمية والثقافية في المنشآت السياحية والاشريية , وسوف تكون مورداً مهماً لدعم الطلب الفندقى لمؤسسات الايواء والاطعمة والاشريية بشكل مستمر وجعل كؤية مستقبلاً مقصداً سياحياً ثقافياً تعليمياً لتعلم اللغة الكوردية وخاصة للطلبة الاجانب وبالاخض للمهتمين بالدراسات الكوردستانية. ويمكن التنسيق بين منتسبي الجامعات والمعاهد والمؤسسات الحكومية الاخرى وكذلك مؤسسات القطاع الخاص , والمنشآت السياحية مثلاً مجمع كؤسار لغرض اعداد برامج سياحية تؤمن حجز خلال السنة لهؤلاء المنتسبين ضمن اسعار مناسبة ويمكن ان يتم الدفع بالاقساط وبهذا يضمن الحجز لهذه المنشآت السياحية من جهة ومن جهة اخرى تضمن التشغيل لهذه المنشآت السياحية ويمكن ان يتم اعداد برامج تناسب طبيعة المؤسسات ورغبات منتسبيها.

3- فتح اسواق جديدة للطلب السياحي:- ان السوق السياحي الحالي في كؤيسنجق يتأثر بعوامل متعددة منها , بحكم الموقع الجغرافي له يلاحظ ان اغلب القادمين اليها يحمل صفة زائر أكثر من صفة سائح والطلب السياحي يمثل طلباً داخلياً وغالباً ما يكون داخل الاقليم , او من محافظات العراق الاخرى ولاسيا كركوك لزيارة منطقة طققق ماعدا السياحة الدينية لمزار (مارينا قديشا) حيث كانت تحظى بزيارة من دول خارجية الا ان ظروف الحرب عام 2014 ضد الارهاب (داعش) ادى الى توقف الرحلات (مديرية سياحة كؤيسنجق , 2018). وهذا يتطلب السعي لاستئناف النشاط السياحي الخارجي للسياحة الدينية ولاسيا لمزار (مارينا قديشا) وان يكون برنامج لمنتج سياحي ذي هوية واضحة مثلاً منتج ديني او ثقافي لتحويل الزائر الى سائح والا ثم دعم السياحة الداخلية.

- تفعيل دور قنوات التوزيع السياحية والذي يتكون كما ذكر سابقاً عن طريق التوزيع المباشر بين السائح والمنشآت السياحية مثلاً البيع في مجمع سياحي وغيره , اما التوزيع غير المباشر فيتم عن طريق المكاتب السياحية في القضاء او عن طريق القطاع العام السياحي والمتمثل في مديرية السياحة في كؤيسنجق وهذه منافذ محدودة , فلاجل تحفيز الطلب السياحي لا بد من تنفيذ منافذ اخرى غير تقليدية مثلاً الجمعيات والقبائل اي منظمات المجتمع المدني ومقرات الاحزاب والجامعة والمعاهد كلها ومن المفضل ان تعمل بنوع من التنسيق لغرض تفعيل دورهم في الترويج والعمل على توزيع المنتجات السياحية المتمثلة يتزويدهم بطرق وتسهيلات للحجز والاشتراك بالتنظيم والتمويل المالي والمعنوي بالانشطة والفعاليات السياحية في القضاء.

- تأهيل الكادر السياحي:-ان المنشآت السياحية بكافة انواعها ومستوياتها في قضاء كؤيسنجق تعاني من ندرة الكادر السياحي المتخصص والمؤهل للعمل فيها مما ينعكس على جودة الخدمات, وعلى الرغم من وجود قسم سياحة ضمن اقسام المعهد الاداري

طريق وسائل التواصل الاجتماعي والسفارات والقنصليات العراقية ولاسيما قسم من الدول تملك مكاتب تمثل اقليم كردستان , اضافة الى العديد من الجمعيات والمنظمات الرسمية وغير الرسمية والجامعات والمعاهد ويمكن استهداف هذه الفئات لتشكيل سوقاً سياحياً تستقبل منه كويسنجق نخبة من السائحين وتوفر لهم المنتج السياحي الثقافي , السياسي , الاجتماعي , الترفيهي وبرامج لرحلات متفاوتة السعر والهدف والنوع لتلبي حاجات ورغبات السائحين لدوافع دينية او ثقافية او اجتماعية وعلى المؤسسات السياحية الرائدة تقديم وابتكار منتجات سياحية جديدة (السراي وحضر والحجي 2011), عندها سنحقق طفرة نوعية في التسويق السياحي مما يؤدي الى خلق الطلب السياحي المنشود.

- خلق وابتكار سياسات ترويجية للسياحة الداخلية :- سبق لهيئة السياحة في الاقليم عقد العديد من ورش عمل ومؤتمرات ولقاءات عمل مدعومة من قبل الحكومة لاجل تعريف اصحاب الشركات ومنظمي الرحلات حيث يتم دعوة اصحاب الشركات السياحية الداخلية اي من داخل العراق والاقليم في منتجج دوكان ولقاءات متعددة في محافظات اخرى كان لها اثر كبير في النهوض وتنشيط السياحة الداخلية (هيئة السياحة في اقليم كردستان , 2018). ومن الضروري عقد نفس هذه الفعاليات في كوية لاجل النهوض بالطلب السياحي.

- السعي لاستحداث موقع الكتروني يرمي ويتابع التواصل الداخلي مع السائحين والخارجي وبالاصح مع الجالية الكوردية في الخارج والتواصل معهم وتشجيعهم لزيارة كويسنجق واعطائهم كل المعلومات والتسهيلات لغرض الترويج والدعاية السياحية التي تؤدي الى قرار زيارة كويسنجق ضمن برامج خاصة وتكون داعمة لسياحة الجذور()

المحور الرابع : أهم العناصر التسويقية لدعم الطلب السياحي في قضاء كويسنجق تحليل استازات الاستقصاء ملحق (رقم 1)

- 1- سياحة تسلق الجبال في كوية وكما ذكر على جبل هيت سلطان لكنها بحاجة الى مكاتب متخصصة وكان محني ورسمي يؤمن الخدمات والتسهيلات للمشاركين من السائحين المشاركين والمشاهدين .
- 2- سياحة العاب الطيران الجوي و الهبوط بالمظلات التي يقدمها نادي الطيران الجوي في اربيل التابع الى مديرية اندية الشباب التابع الى وزارة الثقافة في الاقليم , يوجد بالقرب من مدخل مجمع كوسار بمحط طائرات مخصص لهذه الفعاليات وتقام سنويا مهرجانات ومن المقترح ان يعقد مهرجان على صعيد العراق لعام 2019(وزارة الثقافة والشباب في الاقليم , 2018).
- 3- مسابقات السباحة في الزاب الصغير حيث تقام مسابقات سباحة في طق طق الذي ضم 50 متسابقاً وهذا رفع مقترح لتنظيم بطولة على صعيد القطر لعام 2019 لان طبيعة الزاب الصغير تصلح للسباحة .
- 4- اضافة الى الفعاليات والانشطة الثقافية السابقة الذكر في المحاور السابقة المتضمنة اقامة المسرحيات والفعاليات الثقافية والاجتماعية والسياسية.
- 5- جرت العادة باقامة احتفالية (يوم كوية) وهو تقليد خاص بكويسنجق قام باستحداثه المحامي (ابراهيم صابروني) منذ سنوات السبعينات من القرن الماضي متاثراً بثقافة اوربية من بعض المدن اليونانية. حيث يقوم سكان كوية بجمع كل طلباتهم من الحكومة والتجمع بيوم معين حيث كان في 1_8_2018 , ويتم عرض الطلبات بأسلوب مسرحي فني بحضور سلطة عليا في حكومة الاقليم , ثم يقدم قائم مقام القضاء الطلبات بشكل رسمي للتوثيق ويعد برنامج فني فلكلوري يغطي ساعات الاحتفال.
- خلق وابتكار سياسات ترويجية للسياحة الخارجية :- العمل على استهداف الاسواق الخارجية في البلدان الاوربية والتي تضم جاليات كوردستانية في العديد من البلدان الاوربية (المانيا, بريطانيا, فرنسا وغيرها), استراليا, امريكا من الممكن استهدافهم عن

جدول رقم (1) من أهم (عناصر الجذب السياحي) مقومات العرض السياحي في قضاء كويسنجق

الترتيب	معامل الاختلاف	مجموع النسب	الانحراف المعياري	المتوسط		ارفض بشدة		ارفض		محايد		اوافق		اوافق بشدة		العناصر الاساسية
				المتوسط	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	
6	15.65	100.0	0.642	4.10	0.0	0	5.0	2	12.5	5	50.0	20	32.5	13	ارى ان مجمع كوسار منتجج سياحي جذير بالتسويق السياحي	
5	15.61	100.0	0.636	4.08	0.0	0	5.0	2	10.0	4	57.5	23	27.5	11	ارى ان دير بشكل منتججاً سياحياً دينياً للسياحة الداخلية	
3	15.42	100.0	0.605	3.93	0.0	0	7.5	3	20.0	8	45.0	18	27.5	11	ارى ان مزار مارينا قديماً بشكل منتججاً سياحياً دينياً للسياحة الخارجية	
6	15.65	100.0	0.642	4.10	0.0	0	5.0	2	15.0	6	45.0	18	35.0	14	ارى ان كويسنجق تملك مياه يستفاد منها في معالجة الامراض الجلدية.	
5	15.61	100.0	0.636	4.08	0.0	0	5.0	2	15.0	6	47.5	19	32.5	13	ارى ان كويسنجق تمتلك مواقع أثرية جذيرة ان تكون منتججاً سياحياً	
1	15.28	100.0	0.569	3.73	0.0	0	10.0	4	25.0	10	47.5	19	17.5	7	ارى ان قيصرية سوق كويسنجق صالحة لعقد مهرجانات تسوق	
4	15.54	100.0	0.625	4.03	0.0	0	7.5	3	15.0	6	45.0	18	32.5	13	ارى ان جامعة كويسنجق تشكل احد مقومات السياحة الثقافية	
7	16.19	100.0	0.713	4.40	0.0	0	2.5	1	2.5	1	47.5	19	47.5	19	ان الموقع الجغرافي لكويسنجق الذي يتوسط محافظات الاقليم يساعد ضمها للبرامج السياحية ولاسيما للمجاميع السياحية	
2	15.37	100.0	0.595	3.88	0.0	0	5.0	2	22.5	9	52.5	21	20.0	8	ارى ان الموروث الثقافي لكويسنجق يدعم السياحة الثقافية	

*الترتيب حسب معامل الاختلاف

في الجدول رقم (1) وردت في المرتبة الاولى بمعامل اختلاف 15.28 عبارة " ارى ان قيصرية سوق كويسنجق صالحة لعقد مهرجانات تسوق " نظرا لاهمية القيصرية وكونها حية حتى يومنا هذا تستخدم تجاريا وتعتبر معلما مميذا لكويسنجق (هيئة السياحة، 2018) كما ورد في المحور الاول من البحث. وبهذا يمكن ان توظف لبرامج سياحية ومهرجانات تسوق.

ونالت المرتبة 3 بمعامل اختلاف 15.4 العبارة " ارى ان مزار مارينا قديشا يشكل منتجا سياحيا دينيا للسياحة الخارجية والداخلية مما يعطي مؤشرا على اهمية المزار للسياحة الخارجية ويمكن ان يحفز الطلب عليه بتبني سياسية تسويقية يتم فيها طمأنة السوق السياحي الخارجي للسياحة الدينية بتوفير الامن وتوفير الخدمات والتسهيلات للوصول والاقامة في الاقليم وقضاء كوية عن طريق الترويج بوسائل الاعلام والاعلان ومكاتب السياحة وقنوات التواصل الاجتماعي .

ومن الملفت للانتباه ان العناصر المهمة جاذبة سياحيا مثلا توفر المياه المعدنية , وجمع سرى كوسار قد نالت مرتبة 6 لكل منها وهي مرتبة متأخرة في الجدول بمعامل اختلاف 15.65 ومن اهم الاسباب هو ان مجمع كوسار لا يحظى بتغطية للطاقة الكهربائية بشكل جيد فغالبا ما تتوفر الطاقة الكهربائية ليلا فقط, وضعف التغطية الاعلامية الجيدة وعدم ملائمة الطريق البرية المؤدية الى كويسنجق من باقي المحافظات

جدول رقم (2) أسعار أهم الخدمات والتسهيلات السياحية في كويسنجق

الترتيب	معامل الاختلاف	مجموع النسب	الانحراف المعياري	المتوسط		ارفض بشدة		ارفض		محايد		اوافق		اوافق بشدة		الاسئلة
				%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد			
2	15.63	100.0	0.520	3.33	7.5	3	17.5	7	20.0	8	45.0	18	10.0	4	قلة توفر برامج رحلات سياحية الى كويسنجق	
4	15.90	100.0	0.676	4.25	0.0	0	0.0	0	10.0	4	55.0	22	35.0	14	اسعار الاطعمة والاشربة تلائم السائحين في كويسنجق	
3	15.73	100.0	0.653	4.15	2.5	1	2.5	1	7.5	3	52.5	21	35.0	14	اسعار وسائل النقل التي تربط كويسنجق بالاقليم والعراق تلائم السائحين	
1	15.32	100.0	0.540	3.53	12.5	5	0.0	0	22.5	9	52.5	21	12.5	5	اسعار وسائل الاقامة تلائم السائحين في كويسنجق	

في الوقت مشكلة اساسية تواجه التنمية السياحية وتنعكس على الطلب السياحي سلباً، لوحظ من التقرير السنوي لمديرية سياحة كوية (2018) العديد من الانشطة السياحية والتي يمكن ان يكون كل نشاط منها منتجاً سياحياً في حالة تنفيذ سياسة تنمية سياحية جادة. فورد في الملحق رقم (2) وهي الاستارة المقدمة من الهيئة العامة للسياحة في الاقليم بانها موحدة لكل المقاصد السياحية في الاقليم مع العلم ان كل مقصد سياحي يتميز بمنهج سياحي يميزه عن الاخر فيلاحظ عدم الاشارة للسياحة الثقافية، وسياحة تسلق الجبال، وسياحة الانشطة الشبابية مثل السباحة في النهر والتي تتميز بها كوية وايضا يلاحظ ان الاستارة تخير السائح بانواع من السياحة تارة وسبب الزيارة وكأن سبب الزيارة ونوع السياحة سيان وهذا يتم عن عدم القدرة على تفهم الفرق بينها لانه لحد الان لا يوجد كيان واضح لسياحة الاعمال او السياحة الصحية وهذا ما ينعكس على عدم التفهم لخصوصية المنتج السياحي وكيفية انتاجه (اللباس، الرفاعي، عطر، و الديماسي) (2002).

جدول رقم (3) النشاط التسويقي الحالي للسياحة في قضاء كويسنجق

يظهر في الجدول رقم (2) اراء تشير الى ملائمة الاسعار للسائحين في قضاء كويسنجق فالاتجاهات متقاربة فيما يخص اسعار الاقامة والنقل والطعام والشراب . فالمرتبة الاولى لاسعار وسائل الاقامة بمعامل اختلاف 15.32 على الرغم من عدم توفر الفنادق واي نوع من الاقامة في مركز كويسنجق، وجمع كوسار هو المكان الذي يوفر خدمة الايواء ويلاحظ من نموذج استارة الاستبيان في الملحق رقم (4) ان مديرية السياحة في القضاء حريصة على متابعة رضا السائحين بالاسعار ونقاط مهمة أخرى.

اما المرتبة 2 فازت عليها العبارة " قلة توفر برامج رحلات سياحية الى كويسنجق " بمعامل اختلاف 15.63 , ومن الطبيعي ان يكون الطلب السياحي لكويسنجق منخفضاً لعدم يوجد عرض سياحي يقدم حتى يلاقي الطلب. ان غياب هوية منتج سياحي خاص بكويسنجق كاهو موجود في المقاصد السياحية الاخرى في الاقليم

الاسئلة	اوافق بشدة		اوافق		محايد		ارفض		ارفض بشدة		الانحراف المعياري	مجموع النسب	معامل الاختلاف	الترتيب
	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%				
اروج لرحلات سياحية الى كويسنجق في حال توفرها	5	12.5	24	60.0	7	17.5	3	7.5	1	2.5	3.73	100.0	15.28	1
احد تحديات التسويق السياحي ندرة توفر منتج سياحي مؤهل للتسويق في كويسنجق	10	25.0	16	40.0	9	22.5	4	10.0	1	2.5	3.75	100.0	15.28	1
يتعذر القيام برحلات الى كويسنجق لعدم ملائمة الطرق الخارجية	13	32.5	18	45.0	4	10.0	3	7.5	2	5.0	3.93	100.0	15.42	3
يتعذر القيام برحلات الى كويسنجق لعدم توفر اماكن سياحي	10	25.0	16	40.0	9	22.5	5	12.5	0	0.0	3.78	100.0	15.30	2
يتعذر القيام برحلات الى كويسنجق لوجود مقاصد سياحي في الاقليم تشكل منافس قوي الى كويسنجق	23	57.5	6	15.0	4	10.0	6	15.0	1	2.5	4.10	100.0	15.65	4
تتوفر وكالات سياحية في كويسنجق	1	2.5	18	45.0	12	30.0	2	5.0	7	17.5	3.10	100.0	16.38	5

بينما يلاحظ ان المراتب الاخيرة بالجدول اتت لعبارة " يتعذر القيام برحلات الى كويسنجق لوجود مقاصد سياحية في الاقليم تشكل منافساً قوياً الى كويسنجق " حيث نالت المرتبة 4 بمعامل اختلاف 15.65 وهذا يؤكد ان كويسنجق تمتلك الخصوصية في مقوماتها الطبيعية والبشرية يؤهلها لتكون منتجاً سياحياً تتنافس به مع المقاصد السياحية الاخرى بالاقليم في حالة اتباع سياسة تنمية تقضي بها على كل التحديات التي تواجه التسويق السياحي لها ثم ستحصل على طلب سياحي يدعم ميكانيكية انشطة التسويق السياحي.

والمرتبة الاخيرة 5 جاءت لعبارة " تتوفر وكالات سياحية في كويسنجق " بمعامل اختلاف 16.38 وهذا سيؤدي الى عدم تفعيل احد اركان التسويق السياحي الا وهو التوزيع السياحي الذي اشير اليه في المحور الثاني، نتيجة لقلّة توفر منتج سياحي ذي كيان ملموس يتم تسويقه بشكل مستمر اقتصرت المكاتب السياحية على عدد بسيط ويقتصر عملها على اصدار تذاكر سفر كوكيل للشركات السياحية والوكالات الكبيرة في اربيل ومحافظات الاقليم الاخرى (مديرية سياحة كويسنجق ، 2018).

في الجدول رقم (3) نالت المرتبة 1 عبارتان وهما "اروج لرحلات سياحية الى كويسنجق في حال توفرها" و " احد تحديات التسويق السياحي ندرة توفر منتج سياحي مؤهل للتسويق في كويسنجق " بمعامل اختلاف 15.28 وهذا المؤشر يتطابق تماما مع واقع الحال حيث ان عدم توفر منتج سياحي سوف يتعذر ان يكون هناك ترويج للمنتج السياحي لان عنصر الرحلات السياحية هي وجود منتج سياحي (كافي، 2014) كما ذكر سابقاً.

المرتبة 3 بمعامل اختلاف 15.42 حول عدم ملائمة الطرق الخارجية، إن صعوبة الوصول الى المقاصد السياحية في كويسنجق بسبب عاملين الاول :-عدم ملائمة الطرق فهي غير مريحة وتفتقد لشروط ومعايير السلامة حيث الطريق اليها مبلط الا انه جبلي وعرقانة عشتار (2018) ، بينما يفترض لغرض السياحة ان تكون متعة الوصول جزءاً من متعة الرحلة. العامل الثاني:- انشاء طرق جديدة ما بين محافظة السليمانية وكويسنجق لآتمر بمقاصد سياحية مثل جناروك والتي اصبحت المنطقة لا تحظ بطلب عليها وادى الى تراجعها سياحياً. بينما الطرق القديمة كانت تمر بجناروك . وهذا لا بد ان تكون هناك رحلات سياحية تغطي المناطق السياحية ذات المناظر الطبيعية الخلابة ضمن برامج سياحية جاذبة للسائحين.

جدول رقم (4) دور القطاع العام لدعم السياحة في كويسنجق

الاسئلة	اوافق بشدة		اوافق		محايد		ارفض		ارفض بشدة		الانحراف المعياري	مجموع النسب	معامل الاختلاف	الترتيب
	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%				
ضرورة دعم البرنامج السياحي الذي تضم زيارة لكويسنجق	14	35.0	19	47.5	2	5.0	0	0.0	5	12.5	3.93	100.0	15.42	1
ضرورة تقديم تسهيلات ضريبية لاصحاب المهن السياحية والفندقية في كويسنجق	14	35.0	22	55.0	2	5.0	0	0.0	2	5.0	4.15	100.0	15.73	2
ضرورة تقديم تسهيلات القروض لاصحاب المهن السياحية والفندقية في كويسنجق	18	45.0	18	45.0	2	5.0	0	0.0	2	5.0	4.25	100.0	15.90	4
ضرورة تقديم تسهيلات جمارك لاصحاب المهن السياحية والفندقية في كويسنجق	16	40.0	21	52.5	0	0.0	1	2.5	2	5.0	4.20	100.0	15.81	3
ضرورة تقديم تسهيلات استيراد الاجهزة لاصحاب المهن السياحية و الفندقية في كويسنجق	18	45.0	18	45.0	2	5.0	0	0.0	2	5.0	4.25	100.0	15.90	4

2	15.73	100.0	0.653	4.15	2.5	1	5.0	2	7.5	3	45.0	18	40.0	16	ضرورة تقديم تسهيلات المساطحة لاصحاب المهن السياحية والفندقية في كويسنجق
---	-------	-------	-------	------	-----	---	-----	---	-----	---	------	----	------	----	---

ويتم الاعلان عن مستثمر منذ فترة زمنية طويلة , ولم يتم الحصول على مستثمر لاقامة منتجعات سياحية فيه بسبب المخاوف لاحتمال عدم تحقيق الربح الكافي لاسباب عديدة تحول دون تحقيق الاستثمار (مديرية السياحة في كويسنجق , 2018) .

وجاءت مباشرة بالمرتبة 2 عبارة " ضرورة تقديم تسهيلات المساطحة لاصحاب المهن السياحية والفندقية في كويسنجق " ومعامل اختلاف 15.73. ان الاشارة الى المساطحة توضح دور القطاع العام لدعم التنمية السياحية ومنح الاجراءات القانونية والتسهيلات لمنح المساطحة للراغبين ومن الجانب الاخر المحافظة على البيئية وهذه العوامل كلها تحت مظلة السياسة السياحية (كافي , 2015).

في الجدول رقم (4) وردت المرتبة 1 الى عبارة " ضرورة دعم البرنامج السياحي الذي تضم زيارة لكويسنجق " فلايد للقطاع العام ان يدعم هذا البرنامج (السراي واخرون , 2011). كما لايد من هيئة السياحة في الاقليم والتي تمثل القطاع الحكومي أن تدعم البرنامج السياحي فمثلا البرنامج السياحي في كويسنجق يتصف بانه يملك منتجاً سياحياً ثقافياً واجتماعياً وترفيهياً وعلاجياً ولهذا لايد من اشراك السكان المحليين في الانشطة الثقافية والاجتماعية والسياسية ودعمهم ماليا ومعنويا ووضع الاسس وآلية تراخيص المهن السياحية وتصنيفها وادارة الجودة فيها (كافي , 2015) وتقديم التسهيلات اسوة بالمقاصد السياحية الاخرى بالاقليم والسعي الجاد للمساهمة لاجراء الصيانة اللازمة للطرق البرية الخارجية وتقديم الدعم من كافة النواحي للاستثمار. ففي المقصد السياحي حماموك ب (مساحة 850 دونم) مملوكة للدولة

جدول رقم (5) وسائل الاعلام والاعلان المستخدمة للترويج السياحي في قضاء كويسنجق

الترتيب	معامل الاختلاف	مجموع النسب	الانحراف المعياري	ارفض بشدة		ارفض		محايد		اوافق		اوافق بشدة		الاسئلة	
				المتوسط	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%		
2	15.28	100.0	0.569	3.73	5.0	2	12.5	5	10.0	4	50.0	20	22.5	9	قلة استخدام وسائل الاعلام والاعلان التقليدية للترويج السياحي عن كويسنجق
1	15.27	100.0	0.565	3.70	5.0	2	10.0	4	15.0	6	50.0	20	20.0	8	قلة استخدام وسائل الاعلام والاعلان الالكترونية للترويج السياحي عن كويسنجق
3	15.37	100.0	0.534	3.48	12.5	5	12.5	5	10.0	4	45.0	18	20.0	8	قلة توظيف وسائل الاعلام والاعلان لدعم حملات التوعية السياحية في كويسنجق

السياحي عن كويسنجق " بمعامل اختلاف 15.28, وهنا تظهر الحاجة الماسة الى قناة فضائية وطنية في الاقليم التي تتولى مهمة الاعلام السياحي محققة العديد من الاهداف التنموية اجتماعياً واقتصادياً وسياحياً اضافة الى مهمة التوعية الجماهيرية والتي تهدف اليها القنوات الوطنية بشكل اساس والى دعم الاستثمارات السياحية في كويسنجق وغيرها من المقاصد السياحية المهمة في الاقليم (مديرية السياحة في كويسنجق, 2018). فالعديد لا يعرف عن منتج كوسار السياحي ومناطق عديدة في كويسنجق لان النشاط الاعلامي والاعلانات قليلة جدا

ورد في الجدول رقم (5) المرتبة 1 عبارة " قلة استخدام وسائل الاعلام والاعلان الالكترونية للترويج السياحي عن كويسنجق " بمعامل الاختلاف 15.27. لما لها اهمية في عصرنا الحالي ولايتمك لأية صناعة ان تستمر دون ان تروج وتسوق بضاعتها الكترونياً. ان الرحلة السياحية ليست منتجاً ملموساً ولهذا اصبحت صفحات الانترنت بديلاً منطقياً لتسويق الرحلات عبر الملفات الورقية (كافي, 2015). كما انها الطريقة الاسرع والاخرس وتحقق اتصالاً تفاعلياً بين الشركات السياحية والسائح او من يرغب بالسفر والسياحة .

ونالت عبارة " قلة استخدام وسائل الاعلام والاعلان التقليدية للترويج

جدول رقم (6) واقع الطلب السياحي الحالي في كويسنجق

الترتيب	معامل الاختلاف	مجموع النسب	الانحراف لمعياري	ارفض بشدة		ارفض		محايد		اوافق		اوافق بشدة		الاسئلة	
				المتوسط	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%		
4	16.07	100.0	0.510	3.18	10.0	4	12.5	5	35.0	14	35.0	14	7.5	3	الطلب السياحي في كويسنجق (السياحة الداخلية بين محافظات الاقليم) عالي.
2	15.31	100.0	0.582	3.80	5.0	2	5.0	2	15.0	6	55.0	22	20.0	8	الطلب السياحي في كويسنجق (السياحة الخارجية) منخفض
1	15.28	100.0	0.550	3.60	2.5	1	10.0	4	27.5	11	45.0	18	15.0	6	قلة عقد مؤتمرات ورك شوب توضح ماهية الطلب السياحي في كويسنجق
3	15.69	100.0	0.518	3.30	10.0	4	12.5	5	22.5	9	47.5	19	7.5	3	لاتحظى السياحة في كويه بطلب سياحي عالي (السياحة الداخلية من محافظات العراق)

الطلب الحالي , ويمكن فتح اسواق جديدة مبتكرة ايضا ليتحول الطلب السياحي المحتمل والكامن الى طلب فعلي واهم هذه الاسواق الجاليات الكوردستانية التي تقيم في اغلب الدول الاوربية والامريكية واستراليا .

ونالت المرتبة 3 عبارة "لا تحظى السياحة في كويه بطلب سياحي عالي (السياحة الداخلية من محافظات العراق)" بمعامل اختلاف 15.69 وهذا يشير الى قلة الرحلات المروج عنها الى كويه وان الطلب السياحي يتجه الى المقاصد الاخرى في الاقليم حيث تشكل منافساً قوياً للطلب السياحي على كويه.

واشارت المرتبة الاخيرة لعبارة "الطلب السياحي في كويسنجق (السياحة الداخلية بين محافظات الاقليم عالٍ". بمعامل اختلاف 16.07 وان النسبة المئوية عالية تدعم ان الطلب السياحي لهذا النوع منخفض, لان الطلب السياحي ينحصر موسمياً وخاصة للقادمين من محافظة كركوك بالدرجة الاساسية وكذلك من محافظة السليمانية وغالبا ما يكون بصفة زائر لقضاء ساعات محددة في موسم الربيع وخاصة طق طق حيث السباحة في الزاب كما ذكر سابقا .

ورد في الجدول رقم (6) المرتبة 1 عبارة "الطلب السياحي في كويسنجق (السياحة الخارجية) منخفض" بمعامل اختلاف 15.28 مما يشير الى الحاجة الفعلية لاقامة هذه الانشطة والفعاليات لدعم الطلب السياحي كما ذكرت سابقاً. إن المعالجات الناجمة التي قامت بها هيئة السياحة في الاقليم ورفعة من الطلب السياحي بعد ان انحدر في عام 2014 واخذ بالارتفاع ما بين الاعوام 2015 و عام 2018 , ومباشرة وردت بالمرتبة 2 عبارة "الطلب السياحي في كويسنجق (السياحة الخارجية) منخفض" بمعامل اختلاف 15.31, ذلك ان هناك طلباً سياحياً خارجياً لكنه متذبذب وغير واضح المعالم يمثل زيارة مزار مارينا قديشا فان العالم المسيحي حريص بزيارة هذا الدير الا انه توقف أثناء الحرب 2014 مع التنظيم الارهابي (داعش) (مديرية سياحة كويسنجق, 2018), وكذلك الزيارة التي يقوم بها كرد ايران مع اهالي كويه (سه يزه به در) حيث ان بعد 13 يوماً من عيد نوروز يقومون بالتنزه ليوم كامل ورمي نبتة كانوا قد غرسوا بذرتها في يوم نوروز واصبحت برعماً صغيراً اعتقاداً منهم بان كل الاحزان والكتابة ستذهب عنهم جميعاً كما ذكرت في المحور الثالث, هؤلاء يشكلون

جدول رقم (7) التحديات والمعوقات التي تواجه القطاع السياحي في كويسنجق

الترتيب	مجموع التقييم	معدل الاختلاف	متوسط		ارفض بشدة		ارفض		محايد		وافق		وافق بشدة		الاسئلة
			العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	
1	100.0	15.57	4.05	2.5	1	2.5	1	12.5	5	52.5	21	30.0	12	غياب نظرة واضحة للمنتجات السياحية (أنواع السياحة) في كويسنجق	
7	100.0	16.30	4.45	0.0	0	0.0	0	7.5	3	40.0	16	52.5	21	ضعف نوعية الخدمات السياحية في كويسنجق	
6	100.0	16.25	4.43	0.0	0	0.0	0	5.0	2	47.5	19	47.5	19	عجز كمي و نوعي في القدرات الفندقية و الإيواء في كويسنجق	
3	100.0	15.81	4.20	0.0	0	0.0	0	15.0	6	50.0	20	35.0	14	ندرة أداء وكالات ومنظمي الأسفار السياحية المعترف إلى الأساليب الحديثة في التنقيب عن التسويق السياحي	
2	100.0	15.73	4.15	5.0	2	0.0	0	12.5	5	40.0	16	42.5	17	نقص في تأهيل و أداء العاملين في المجال السياحي في كويسنجق	
2	100.0	15.73	4.15	2.5	1	2.5	1	15.0	6	37.5	15	42.5	17	ضعف تغلغل تكنولوجيا الإعلام و الإتصال في القطاع السياحي	
2	100.0	15.73	4.15	5.0	2	2.5	1	10.0	4	37.5	15	45.0	18	الحاجة الى تفعيل بنك الاستثمار السياحي وتقديم خدمات مالية داعمة للتنمية السياحية	
5	100.0	16.14	4.38	0.0	0	0.0	0	7.5	3	47.5	19	45.0	18	العجز الكبير في تسويق صورة كويسنجق كوجهة سياحية	
4	100.0	15.95	4.28	0.0	0	0.0	0	15.0	6	42.5	17	42.5	17	العجز في خدمات البنية التحتية (الكهرباء) في المنشآت السياحية	

القطاع السياحي " و " الحاجة الى تفعيل بنك الاستثمار السياحي وتقديم خدمات مالية داعمة للتنمية السياحية" بمعامل اختلاف 15.73, وهذا يشكل المراتب المتقدمة للتحديات والمعوقات التي تواجه التسويق السياحي في كويسنجق فكما ذكر سابقاً هناك نقص بالكادر السياحي المؤهل وبهذا لا بد من تفعيل دور خريجي قسم السياحة في المعهد الاداري في كويسنجق , واعداد برامج تدريبية للعاملين في المنشآت السياحية , اما بالنسبة الى ضعف استخدام تكنولوجيا الاعلام وكما ذكر سابقاً لا بد من تفعيل قنوات التواصل الاجتماعي بان تكتب بلغات اخرى على ضوء احتياجات سوق العمل وتقوم المديرية بالعديد من الفعاليات الترويجية كاقامة المعارض والحفلات وتنظيم العديد من المناسبات (ابو رحمة واخرون, 2001).

ورد في الجدول رقم (7) المرتبة 1 للعبارة "غياب نظرة واضحة للمنتجات السياحية (أنواع السياحة) في كويسنجق" بمعامل اختلاف 15.57 وهذه تعتبر من اهم التحديات والمعوقات التي تحتاج الى اتباع اساليب مبتكرة للحصول على المنتج السياحي (الباس واخرون , 2002), المستند على المقومات السياحية الاساسية الطبيعية والبشرية في كويسنجق وتحسين البنية التحتية وبالاخص الطرق البرية وتوفير خدمات الايواء للحصول على المنتج الحالي ووضع كويسنجق على الخريطة السياحية بالشكل الذي يليق بها وهذا سوف يؤدي الى زيادة حجم الطلب والمبيعات على المنتجات السياحية (انواع السياحة).

وجاءت المرتبة 2 لثلاث عبارات "نقص في تأهيل و أداء العاملين في المجال السياحي في كويسنجق" و "ضعف تغلغل تكنولوجيا الإعلام و الإتصال في

11. اسعار الخدمات والتسهيلات السياحية في قضاء كويسنجق ملائمة للسائحين
12. عدم ملائمة الطرق البرية للرحلات السياحية وتعتبر احد المعوقات الرئيسية التي تواجه التنمية السياحية والتي تحد من الطلب السياحي وكذلك ازمة الطاقة الكهربائية المخصصة للمنشآت والمنتجات السياحية

التوصيات :

1. تحديد وسائل تنمية الطلب السياحي وتحسين مستوى العرض السياحي استنادا لخصائص السياحة في كوية من حيث انها تنتم بما يلي : - سياحة ثقافية - سياحة اثرية - سياحة دينية - سياحة ترفيهية (استجمام) - سياحة سياسية - سياحة تعليمية - سياحة اجتماعية - سياحة مناسبات (مؤتمرات . محرجانات وغيرها) - سياحة داخلية.
2. ضرورة مساندة القطاع الحكومي وتحسين البنية التحتية للانشطة المميزة لكوية مثل تسلق الجبال، السباحة في نهر الزاب الصغير، انشطة النادي الجوي في اربيل ، مسرحيات محلية كل حسب نوعها ليتم تسويقها محليا وقوميا واقليميا و ثم دوليا لتكون سياسات مبتكرة في التسويق.
3. دعم السكان المحليين ومساندتهم لانشاء مكاتب سياحية متخصصة بتسليق الجبال ، سباحة في النهر، واعداد دورات لتدريب المرشدين السياحيين على العمل كمرشد في اماكن العمل المهمة و مايناسب جامعة كوية ومصنفى النفط مع مراعاة الخصوصية لهذه الاماكن.
4. ضرورة استحداث وحدات ادارية تعني بتنظيم وجمع الاحصائيات السياحية تكون شاملة لجميع الجوانب التي تساعد في التخطيط ورسم سياسات التنمية والتسويق السياحي وتنظيم قاعدة بيانات تكون اسساً حديثة داعماً للعمل محققة خطوات تقدم.
5. ضرورة استحداث قناة فضائية وطنية حكومية في الاقليم تضم البرامج التي تراعى فيه كافة الاعتبارات الإعلامية، وتستخدم من خلاله كافة الأنشطة الاتصالية و لأساليب الإقناعية، واستغلال المناسبات الثقافية ، القومية ، الدينية ، الاعياد، الرياضة في الجذب السياحي والمشاركة في المؤتمرات والمعارض السياحية المحلية والدولية.
6. السعي لتحويل الزائر الى سائح حسب مايطبق من معايير لاحتسابه وفتح اسواق جديدة وتوسيع النشاطات وتحويلها من محلية الى اقليمية او عالمية مستقبلا مثلا سياحة الشباب المتضمنة السباحة في الزاب الصغير.
7. تفعيل واستحداث دعم مالي للقطاع العام لدعم القطاع الخاص و تشجيع تنظيم الرحلات السياحية وتخفض تكاليف التشغيل لفترة زمنية حتى ترفع من الطلب السياحي
8. السعي الى السياحة الالكترونية وتفعيل المواقع الالكترونية وتطوير البنى التحتية لها . واعتماد اللغات المتعددة على حسب اولوية اهميتها في سوق

ان الحاجة لبنية تحتية لتفعيل الاستخدامات التكنولوجية بكافة جوانبها ومن ضمنها الاعلام فان المشكلة الاقتصادية التي تواجه الاقليم منذ 2014 أدى الى تراجع في البنى التحتية والاقليم كان سائراً باتجاه التفعيل الالكتروني ليصل الى طموح الحكومة الالكترونية وايضا حصلت هيئة السياحة على قرار تاسيس البنك السياحي ليقدم القروض ومساندة القطاع الخاص لكن الازمة الاقتصادية ادت أيضاً الى توقف التنفيذ .

الاستنتاجات :

1. قصور في السياسة السياحية في القطاعين العام والخاص التي تهدف الى تحديد نوع وحجم الطلب السياحي الحالي والمحتمل في كوية .
2. يمتلك قضاء كوية موقعا جغرافياً مهماً وكذلك العديد من المقومات الطبيعية والبشرية والمؤسسات التعليمية والصناعية المؤهلة لتشكيل مقومات عرض سياحي رصين.
3. يتميز القضاء بامتلاكه للعديد من النشاطات السياحية الخاصة به الا وهي تسلق الجبال، انشطة العاب الطيران الجوي، السباحة في النهر ، عرض المسرحيات ولاسيما في احتفالية يوم كويه، وتمتلك هذه الانشطة المقومات الطبيعية والبشرية لان تكون منتجاً سياحياً مبرزاً لكوية .
4. نقص في الكادر السياحي المؤهل مهنياً و أكاديمياً للعمل في القطاع العام والخاص السياحي في كويسنجق وغياب دور منظمي السفر والوكالات السياحية المتخصصة مما انعكس في عمليات التسويق والترويج والاعلام السياحي .
5. اغلب الزائرين لكويسنجق ينطبق عليهم صفة الزائر وليس السائح، فالطلب يقتصر لبعض الرحلات لمنتجع سة زي كرسار ومنتزه طق طق واغلب الاحيان بشكل متنزهين ليوم واحد.
6. تعتمد قنوات التواصل الاجتماعي الخاصة بمديرية سياحة كوية على التواصل باللغة الكورية.
7. يواجه التسويق السياحي في كويسنجق منافسة قوية ، حيث تشكل المقاصد السياحية في محافظات الاقليم منافساً قوياً لها.
8. تداعيات الازمات السياسية في كويسنجق ادى الى صراعات و ضغوط كبيرة على كويسنجق وكان نصيب كويسنجق من تداعيات هذه الازمات انعكست على واقع التنمية الزراعية والصناعية من مختلف جوانبها ومن ثم التنمية السياحية .
9. نقص في الدراسات وبحوث التسويق السياحي بشكل عام وعن كويسنجق بشكل خاص
10. ندرة الاحصائيات السياحية عن كويسنجق ولاسيما الخاصة بالطلب السياحي وكذلك نسب الاشغال وغيرها من الاحصائيات التي تعزز اتخاذ القرارات التسويقية المهمة

- السراىى ع , خنفرم والحج ع (2011), التسوق والمبيعات السياحية والفندقية, دار جرير, عمان
- السعيدى, ع (2009), التسوق والترويج السياحى والفندقى, دار الراية للنشر والتوزيع, الرياض
- صحراوي م, (2012), التسوق السياحى واثره على الطلب السياحى, رسالة ماجستير غير منشورة, كلية العلوم الاقتصادية, التجارية وعلوم التسيير, جامعة ابى بكر بلقايد, الجزائر
- عائشة, ش (2015), السياحة الجزائرية بين متطلبات الاقتصاد الوطنى والمتغيرات الاقتصادية الدولية, رسالة دكتوراه, غير منشورة, كلية العلوم الاقتصادية, التجارية وعلوم التسيير قسم علوم التسيير, جامعة الجزائر, الجزائر
- عثمان ع (2004), التخطيط السياحى و التنمية, دار صفاء للطباعة والنشر والتوزيع, عمان
- فرنسيس, ب (2017), منشورات, الناشرأى كنب شركة بريطانية, متاح فى <https://books.google.iq/books> تاريخ الدخول 2018-12-21
- فندى ر, (2008), الفكر القومى الكوردى بين خانى وحاجى قادر الكوبى, دار سبيريز للطباعة والنشر, دهوك
- قناة عشتر الفضائية, منشورات, متاح فى <http://www.ishtartv.com> تاريخ الدخول 2018-12-21
- كافى م, (2014), مدخل الى العلوم السياحية والفندقية, دار الحامد للنشر والتوزيع, عمان
- كافى م, (2015), فلسفة اقتصاد السياحة والسفر, دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع, عمان
- كوبى ن (2014), دروس دراك فى التسوق, ترجمة مكتبة جرير للترجمة العربية والنشر والتوزيع, السعودية
- محمد أ (2000), البناء اللحنى والايقاعى للاغانى الشعبية فى عدد من النواحي والقربى التابعة لقضاء رواندوز, شقلاوة, كوية, رسالة ماجستير, غير منشورة, أكاديمية فنون جميلة, جامعة صلاح الدين - اربيل
- المعرفة, منشورات, متاح فى <http://www.marefa.org>, تاريخ الدخول 2018-12-23
- المعرفة, منشورات حقل نطقى طق, متاح فى <https://www.marefa.org>
- مقابلة خ (2003), فن الدلالة السياحية, دار وائل للنشر والتوزيع, عمان
- هيئة السياحة فى اقليم كردستان, منشورات, متاح فى <http://bot.gov.krd/arabic/erbil> تاريخ الدخول 2018-11-9
- وزارة الثقافة والشباب فى اقليم كردستان, مديرية الاندية الشبابية, منشورات متاح فى www.mocul.gov.iq تاريخ الدخول 2018-12-29
- ويكيبيديا, منشورات عن عرض الصوت والضوء, متاح فى <http://wikiraq.org> تاريخ الدخول 2018-12-8
- الياس, س, الرفاعى ح, عطير ح والديبامى, م (2002), كتاب تسويق الخدمات السياحية, دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة, عمان

- العمل السياحى على صفحات الفيس بوك والتويتز وغيرها من وسائل التواصل الاجتماعى ولبس حكرها على اللغة الكوردية.
9. انشاء فنادق موسمية بحيث تستخدم اثناء الموسم السياحى وبعدها يتم الاتفاق مع منتسبى شركة أو كلية او معهد يؤجر كقسم داخلى. او سياسات تسعيرية اخرى تضمن التشغيل خارج موسم الطلب السياحى.
10. احتواء وحل المشكلات والأزمات التى تواجه قطاع السياحة.
11. ضرورة استحداث وحدة ضمن تشكيلات هيئة السياحة تعمل بتنسيق مع مديرياتها ومكاتبها السياحية تعنى باجراء الدراسات والبحوث التسويقية والتركيز على محوئ التسوق لكافة المقاصد السياحية فى الاقليم وبالاخص ذات الطلب السياحى المنخفض مثل قضاء كويسنجق.
12. انتهاج سياسة التنمية المستدامة السياحية عند رسم الاستراتيجيات فى قضاء كويسنجق.

المراجع:

- ابراهيم و, (2006), دور السياحة فى التنمية الاجتماعية دراسة تقييمية للقربى السياحية, دار النشر والتوزيع المكتب الجامعى الحديث, الاسكندرية.
- ابو رحمة م. م. لبل, أ. الخناوى والحسن ه (2001), تسويق الخدمات السياحية, دار البركة للنشر والتوزيع, عمان
- ابورمانة ح والديوه جى, أ (2000), التسوق السياحى والفندقى, دار الحامد للنشر والتوزيع عمان
- بابان ح (1989), اصول المدن والمواقع العراقية, الجزء الاول, الامانة العامة للثقافة والشباب فى منطقة كردستان للحكم الذاتى, بغداد.
- البرادوستى ز (2011), الحانات والقيساريات فى كويسنجق فى العصر العثمانى "دراسة آثارية, مقارنة, رسالة دكتوراه غير منشورة, جامعة دمشق, كلية الآداب والعلوم الإنسانية / قسم الآثار.
- تاريخ الدخول 2018-12-8
- جامعة كوية, منشورات, متاح فى <http://www.koyauniversity.org> تاريخ الدخول 2018-12-8
- الجلاد أ (2002), السياحة المتواصلة البيئية, عالم الكتاب للطباعة والنشر, مصر.
- حكومة اقليم كردستان, منشورات حقل منطقة شيواشوك, متاح فى <http://www.gov.krd> تاريخ الدخول 2018-12-8
- راديو dwarzoh فى متاح <https://www.dwarzoh.net> تاريخ الدخول 2018-12-8
- مصافى النفط فى قضاء كويسنجق.
- رسول أ (2005), أربيل دراسة تاريخية فى دورها الفكرى والسياسى 1939-1958, مطبعة بينابى, اربيل.
- رؤوف ع (2008), مراكز ثقافية مغمورة فى كردستان, مطبعة خانى, دهوك .
- الزهراء أ (2016), إشكالية التسوق السياحى فى الجنوب دراسة حالة ولاية بشار أنموذجا, رسالة ماجستير غير منشورة, كلية العلوم الاقتصادية التجارية وعلوم التسيير, جامعة وهران, جزائر.