



# The Peerian Journal

Open Access | Peer Reviewed

Volume 35, October, 2024

ISSN (E): 2788-0303

Website: [www.peerianjournal.com](http://www.peerianjournal.com)

Email: [editor@peerianjournal.com](mailto:editor@peerianjournal.com)

## Features of marketing tourism guidance (guiding children and teenagers) in the treatise on rights by Imam Al-Sajjad, peace be upon him

**Dheyaa Radhi Kadhim**

University of Karbala - College of Tourist Sciences-Iraq  
[dhya.radhi@uokerbala.edu.iq](mailto:dhya.radhi@uokerbala.edu.iq)

### Abstract

Reading is based on the fragrant scientific human biography of Imam Al-Sajjad, peace be upon him. It reveals to everyone that it is one of the pillars of piety, knowledge and Islamic thought. In addition to that journey that he accompanied with his father and grandfather. He spent it in an educational, moral, and scientific manner. Therefore, Imam Al-Sajjad, peace be upon him, placed it in his message about rights. Which we will discuss, which refers to (features of marketing the tourism guidance process). An integrated curriculum for high Islamic life. With the features of morals and rules of society. As his message, may God Almighty's prayers be upon him, occupied an important place in scientific circles for study and explanation. Then it became one of the most important letters and writings dealing with human rights. Tourist guidance is a marketing process of great importance in transferring civilization to the nation and its elevation and its advancement according to a system with moral content based on purposeful foundations and standards. We can say that this process is carried out according to the behavioral path. It will lead to the eminence and elevation of this profession, because it is self-evident that this profession derives those values through what has enriched the Islamic world with thought, science, and morals. The tourist atmosphere is full of human movement, which is interspersed with those humanitarian actions that benefit people. This is what tourism scholars have emphasized in their attempt to market these features for the purpose of reforming those magazines that would regulate the course of the tourism process. Not only that process, but it is also suitable for other fields (political, economic, ethical, educational). Thus, an attempt is made to remove all manifestations of intellectual deviation and behavioral decadence that result from these human interests. The tourism guiding process runs regularly and is free of any obstacles or problems.

**Keywords :-** Marketing , Tour Guiding , Rights

ملاحح تسويق الارشاد السياحي ( إرشاد الاطفال والمراهقين ) في رسالة الحقوق



# The Peerian Journal

Open Access | Peer Reviewed

Volume 35, October, 2024

Website: www.peerianjournal.com

ISSN (E): 2788-0303

Email: editor@peerianjournal.com

للإمام السجاد (عليه السلام)

م.د. ضياء راضي كاظم

جامعة كربلاء - كلية العلوم السياحية

## المستخلص

إن القراءة للسيرة الانسانية العلمية العطرة للإمام السجاد عليه السلام تكشف للجميع بأنه أحد أعمدة التقى والعلم والفكر الاسلامي، فضلاً عن تلك المسيرة التي رافقها مع أبيه وجده، فقد قضاها بأسلوب تربوي أخلاقي علمي.

لذا وضع الامام السجاد عليه السلام في رسالته عن الحقوق، والتي سنتطرق لها والتي تشير الى ( ملامح تسويق عملية الارشاد السياحي) منهاجاً متكاملًا للحياة الاسلامية الرفيعة، وبما حوته من معالم الاخلاق، وقواعد الاجتماع، حيث أن رسالته صلوات الله تعالى عليه احتلت مكانة هامة عند الاوساط العلمية لدارستها وشرحها، ومن ثم أصبحت من الرسائل من أهم الرسائل والمؤلفات التي تناولت حقوق الانسان.

فالارشاد السياحي عملية تسويقية لها شأن كبير، في نقل الحضارة للأمة وسموها ونقل رفعتها وفق نظام مضمون أخلاقي يقوم على أسس ومعايير هادفة، ونستطيع القول أن ممارسة تلك العملية وفق المسار المسلكي، سيؤدي الى سمو هذه المهنة ورفعتها لأنه من البديهي أن تستمد تلك المهنة تلك القيم عن طريق ما أغنى بها العالم الاسلامي بالفكر والعلم والاخلاق، فالأجواء السياحية مليئة بالحركة البشرية والتي يتخللها تلك الاعمال الانسانية التي ينتفع بها البشر، وهذا ما أكد عليه علماء السياحة من محاولة تسويق تلك الملامح لغرض إصلاح تلك المجالات التي من شأنها تنظم سير العملية السياحية ليس فقط تلك العملية بل أنها تصلح المجالات الاخرى ( السياسية، الاقتصادية، الاخلاقية التربوية)، وبذلك محاولة إبعاد كل مظاهر الانحراف الفكري والانحطاط السلوكي مما تترتب تلك المصالح الانسانية، سير العملية الارشادية السياحية وبنظام خال من أي معوق أو مشاكل.

## الكلمات المفتاحية: -

التسويق ، الإرشاد السياحي ، الحقوق

## المقدمة

إن رسالة الحقوق لمولانا الامام السجاد عليه السلام نستطيع أن نستمد منها من تلك السيرة العطرة والتي تكشف لنا أنه عليه السلام هو أحد أعمدة التقى ومن أهل بيت عرفوا بالعلم والفكر الاسلامي وهو ذو أسلوب تربوي وأخلاقي عظيم كسيرة أبيه وأجداده صلوات الله عليهم أجمعين.



# The Peerian Journal

Open Access | Peer Reviewed

Volume 35, October, 2024

Website: www.peerianjournal.com

ISSN (E): 2788-0303

Email: editor@peerianjournal.com

وضع الامام زين العابدين عليه السلام في رسالته للحقوق منهاجا متكامل للحياة الرفيعة التي ملئها تلك المبادئ والقيم السامية المستمدة من تلك المعالم الاخلاقية العظيمة ، فجديرة بالذكر دراسة تلك الرسالة التي احتلت مكانة هامة لدى الاوساط العلمية والاكاديمية لدراستها وشرحها أو الاشارة الى أهم الرسائل التي تناولت طبيعة الانسان وكيفية التعامل معه.

وللعلم أن الارشاد السياحي رسالة ذو شأن كبير في نفوس السياح، لأن المرشد ينقل حضارة الامة وسموها ورفعتها وفق نظام أخلاقي مضمون ومدرس يقوم على أسس وضوابط ومعايير هادفة.

ونستطيع القول أن ممارسة تلك العملية وفق المسار المسلكي، سيؤدي الى سمو هذه المهنة ورفعتها لأنه من البديهي أن تستمد تلك المهنة تلك القيم عن طريق ما أغنى بها العالم الاسلامي بالفكر والعلم والاخلاق، فالأجواء السياحية مليئة بالحركة البشرية والتي يتخللها تلك الاعمال الانسانية التي ينتفع بها البشر، وهذا ما أكد عليه علماء السياحة من محاولة تسويق تلك الملامح لغرض إصلاح تلك المجالات التي من شأنها تنظم سير العملية السياحية ليس فقط تلك العملية بل أنها تصلح المجالات الاخرى ( السياسية، الاقتصادية، الاخلاقية التربوية)، وبذلك محاولة إبعاد كل مظاهر الانحراف الفكري والانحطاط السلوكي مما تترتب تلك المصالح الانسانية، سير العملية الارشادية السياحية وبانتظام خال من أي معوق أو مشاكل.

المبحث الاول: منهجية البحث

أولاً/ مشكلة البحث

من الملاحظ أن هناك الكثير من المظاهر السلبية التي تصدر من السياح أثناء الرحلات السياحية، وعدم توافر المنهاج للعملية التسويقية للارشاد السياحي، يؤدي بالتالي لعدم إفادة السياح في الحركة السياحية ومما يؤدي نسيان تلك المبادئ القيمية، وتترك أثراً هاماً على العملية السياحية، وخاصة أن السياح ترى منهم التعامل للأخلاقي، فالباحث يحاول عن طريق هذه الدراسة الاجابة على التساؤل الرئيس الآتي:  
ما أثر العملية التسويقية الارشادية على الاطفال والمراهقين في الحركة السياحية؟.

ويتفرع من هذا السؤال الاسئلة الفرعية الآتية:

- 1- ماهية العملية التسويقية الارشادية السياحية؟.
- 2- ما أثر العملية التسويقية الارشادية على الاطفال والمراهقين السياح؟.
- 3- ما أثر المنهاج العملي القيمي في رسالة الحقوق على السياح؟.

ثانياً/ أهداف البحث

يهدف البحث إلى أمور منها:



# The Peerian Journal

Open Access | Peer Reviewed

Volume 35, October, 2024

Website: www.peerianjournal.com

ISSN (E): 2788-0303

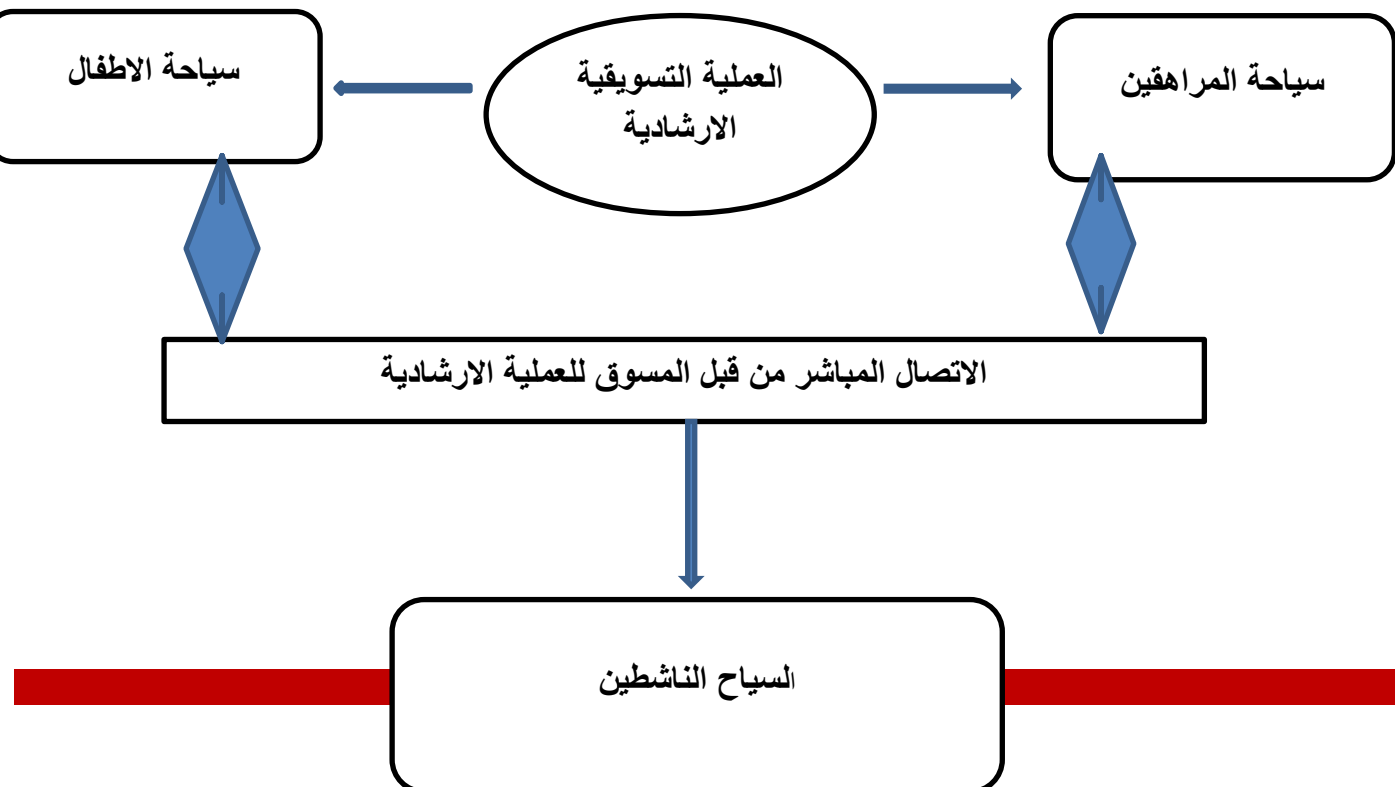
Email: editor@peerianjournal.com

- 1- تبيان العملية التسويقية الإرشادية والتي لها تأثيرها على سياحة الاطفال والمراهقين.
- 2- معرفة المبادئ القيمة في رسالة الحقوق لمولانا الامام السجاد عليه السلام.
- 3- توضيح الحركة السياحية للأطفال والمراهقين .

ثالثاً: أهمية البحث:

يتبع البحث أهميته من الدور الكبير للعملية التسويقية الإرشادية السياحية بصورة عامة وما للدور الأكبر للسياح الاطفال والمراهقين، وما للرسالة الحقوقية لمولانا الامام السجاد عليه من أهمية كبرى في وضع المنهاج المتكامل القيمي لسيرة العملية السياحية بنجاح ووفق نظام مضمون سليم.

رابعاً: المخطط الفرضي للبحث





# The Peerian Journal

Open Access | Peer Reviewed

Volume 35, October, 2024

Website: [www.peerianjournal.com](http://www.peerianjournal.com)

ISSN (E): 2788-0303

Email: [editor@peerianjournal.com](mailto:editor@peerianjournal.com)

إعداد الباحث

خامساً/ فرضية البحث:

يتناول البحث مجموعة من الفرضيات الآتية:

- 1- توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية معنوية بين المسوق للعملية الإرشادية السياحية وسياحة الاطفال.
- 2- توجد علاقة تأثير ذو دلالة إحصائية معنوية بين المسوق للعملية الإرشادية وسياحة المراهقين.

سادساً/ منهج البحث

يقوم البحث على المنهج العلمي الاستقرائي الاستنباطي، فقد عنيت فيه ببيان مفهوم (تسويق الارشاد السياحي) في العلم الحديث، مقارنة مع المفهوم الاسلامي الذي تم استنباطه عن طريق رسالة الحقوق للإمام السجاد (عليه السلام)، ولغرض تحقيق ومعرفة الاهداف التي يطمح الباحث الوصول إليها في جمع المعلومات وما يتطلبه البحث بصورة دقيقة تم استخدام تعبيرات لفظية علمية وتعبيرات كمية غايتها الوصول الى المعرفة الدقيقة والتفصيلية لمتغيرات البحث.

سابعاً/ مجتمع وعينة البحث



# The Peerian Journal

Open Access | Peer Reviewed

Volume 35, October, 2024

ISSN (E): 2788-0303

Website: www.peerianjournal.com

Email: editor@peerianjournal.com

تم اختيار عينة قصدية من السياح وذلك لطبيعة البحث التي تتطلب مستوى جيد من الفهم والاستيعاب والتي تمثلت بالأطفال البالغين السنة السابعة والتاسعة والشباب البالغين سن المراهقة والطامحين بالحركة السياحية. وتم توزيع استمارة إستبيان على السياح والباغ عددها (150)، أي يكون العدد الفعلي لإفراد العينة (150) فقط

ثامناً/ حدود البحث

- 1- الحدود المكانية: أجري البحث في مدينة كربلاء المقدسة حصراً.
- 2- الحدود البشرية: طبقت الدراسة على عينة من سياح مدينة كربلاء المقدسة.

## المبحث الثاني: الجانب النظري

أولاً/ مفهوم تسويق الارشاد السياحي:

أن معنى تسويق الارشاد السياحي هو عمليات متعلقة بتخطيط وتنفيذ المفاهيم المتعلقة بالإنسان بهدف الوصول الى الاهداف المنشودة بيسر وبدون أي مشاكل وبأقل الكلف وبوقت محدد سالكاً فيه أيسر الطرق وأسهلها وأقصرها موفراً له أثناء الجهد ما يساعده على تحقيق الاهداف (الهوري، 2013: 81)، وعليه فالتسويق: عملية تقنية إدارية اجتماعية يستطيع الفرد عن طريقها أو مجموعة الافراد الحصول على ما يحتاجونه ويرغبون به من أفكار متبادلة لسير سلوكياتهم وقيمهم فيما بينهم أثناء ممارسة المهنة. (البكري، 2015: 25).

وهذا ما أنطوى عليه الارشاد في معانيه اللغوية والذي تضمن النصح والارشاد، ففي اللغة العربية كلمة (رشد) تعني الهداية أو اهتدى، وأرشده بمعنى هداه ودله، ويقال أرشده الله (الوسيط، 2004: 346). وبناء على ما جاء في اللغة والاصطلاح يمكن لنا أن نحدد الارشاد بالتنظيم والادارة والتوجيه (الهوري، 2013: 117)، فالملاحظ أن الراشد والمرشد والمرشد هي إحدى أسماء الله الحسنى وتعني: هو الذي أرشد الخلق الى مصالحهم وهداهم ودلهم عليها (القرطبي، 1995: 472)، ويتبن لنا وفق ما طرح فإن تسويق الارشاد السياحي: هو قيادة وتنظيم وإدارة الرحلات السياحية وتنفيذ البرامج السياحية للمجاميع، ومرافقتهم ورعايتهم منذ وصولهم حتى مغادرتهم البلد المضيف (السعيد، 2011: 168).

ثانياً/ ملامح الارشاد السياحي (إرشاد الاطفال والمراهقين) في رسالة الحقوق للامام السجاد عليه السلام. قال الامام السجاد عليه اسلام: (وأما حق الصغير فرحمته وتثقيفه وتعليمه، والعفو عنه والستر عليه، والرفق به والمعونة له، والستر على جرائمه فإنه سبب للتوبة والمداراة له، ترك مباحته فإن ذلك أدنى لرشده). (الساعدي، 2005: 763) وعليه فإن تلك الرحلات السياحية تتعلق بالمرحلة العمرية (4- 18) وتنشط تلك العمليات السياحية في مدة الاجازات للمدارس وفي غالب الاحيان تحدث على شكل رحلات علمية كشفية غايتها التعرف على الطبيعة. (العقيد، 2011: 50).



# The Peerian Journal

Open Access | Peer Reviewed

Volume 35, October, 2024

Website: www.peerianjournal.com

ISSN (E): 2788-0303

Email: editor@peerianjournal.com

وهذا مما أكد عليه علماء النفس والاجتماع والتربية في البحث والاستكشاف والملاحظة واستخدام الحواس للتعرف على البيئة السياحية والتعامل مع تلك البيئة بمكوناتها، ونجد (الغزالي وابن خلدون) الذان بينا لنا فائدة الرحلة لطلب العلم والافادة منها، وعليه فإن ابن خلدون عقد فصلاً في كتاب مقدمته وغيرهم من علماء التربية كانوا كذلك، ونجد بنفس الاهتمام بالرحلات السياحية وكأسلوب التربية في عصر التقدم والنهضة أمثال رابليه ومونتيني وكومينوس وغيرهم من أصحاب الفكر بدراسة الذات البشرية، وأيضاً في القرن السابع عشر نجد جان جاك روسو يؤكد على أهمية الرحلات وما يتصل بها من استخدام الخبرة المباشرة والاتصال المباشر بالبيئة في تربية الطفل من خلال رحلات وجولات ميدانية للحدائق والمزارع التي تهيء لهم الفرصة للملاحظة والمشاهدة عن قرب، ومحاولة جمع العينات فيكتشفون بأنفسهم العلاقات المختلفة بين عناصر البيئة ويجدون إجابات عن أسئلتهم واستفساراتهم، والطفل عندما يحاول ممارسة التجوال أو عملية الرحلات السياحية يستفيد منها بالاستزادة من القيم التعبيرية والإبداعية والخلقية والاجتماعية، ويستطيع عن طريقها أن يحقق ذاته ويجد قيمته وينمي مواهبه ويعرف قدراته وإمكانياته ويكتسب العديد من المفاهيم والعادات والمهارات. (جاد، 2007: 215).

وعادة ما يتعاطى الكبار بتسرع أو لا مبالاة أو بقسوة مع الصغار، وهم لا يلاحظون أهمية وطبيعة ومتطلبات المراحل العمرية للأطفال المختلفة فيتسببون بأزمات وعقد نفسية وآثار تربوية خاطئة، وعليه فإن الامام السجاد عليه السلام لخص حق الصغير بكلمات معدودة مليئة بالمضامين التربوية العميقة، والتي تمثل أسس وقواعد العلاقة بين الكبار والصغار في إطار التوازن والتوجيه السليم، ومحاولة إعطاء الفرص للنمو الطبيعي الهادف، واستثمار إمكانات وطاقت الصغار، وأما بالنسبة الى قواعد علاقة المرشد السياحي مع الصغير لأداء حقه فهي الاتي: (قاسم، 2004: 93-97)

1- الرحمة: تعني العطاء من دون أي مقابل، بمنتهى الروحية الانسانية فالرأفة بالصغير، لضعفه، وحاجته للرعاية الاجتماعية دائمة وفي مرحلته العمرية، فلا ينتظر المرشد السياحي أن يأخذ منه، ما لم يقدر على عطاءه، فهو ليس له القدرة على تبادل العطاء، والمرشد السياحي لا بد له من معرفة تلك القدرة، ومدرك بكل تصرفاته ومهمته بعواطفه ومشاعره .

2- التنقيف والتعليم: المعلوم والواضح لدى الجميع بأن الصغير هو الصفحة البيضاء الناصعة والقابلة للتلقي كل ما يكتب عليها، فإذا تعلم تعليماً سليماً وثقافة تحمل معلومات و في مقدماتها صحيحة، يكون بناؤه العلمي مستقيماً، فيتراكم علمه وينمو عقله ثم ينتقل نحو الافضل، وعليه فإن مهمة المرشد السياحي لتعليم وإرشاد تلك الفئات من المجتمع هي الرصيد المعرفي الالهم الذي سيكون لدى الصغار، والبوابة الاولى في بقية العلوم ، لذا قيل التعلم في الصغر كالنقش على الحجر، وبمعنى آخر صعب إزالته وتغييره، لأن الصغير بتلك المرحلة العمرية وعيه يستقبل ومتفتح وذكرته قوية وانشغالاته وهمومه قليلة ولديه القدرة السريعة على الاستيعاب والفهم، وعليه فإن المهمة للمرشد السياحي مهمة تكليفية وليست وظيفية في تثبيت تلك المضامين لدى السياح الصغار .

3- العفو عنه: المعروف بالشكل العام المرتكب للأخطاء أثناء مسيرته الاجتماعية يجد السبيل الامثل هو العفو فالطرف الاخر يحاول إعطاء الفرصة للمخطئ العودة والمراجعة ومع الاصرار على عدم العودة، فالمرشد السياحي يتوقع أثناء الرحلة السياحية



# The Peerian Journal

Open Access | Peer Reviewed

Volume 35, October, 2024

ISSN (E): 2788-0303

Website: www.peerianjournal.com

Email: editor@peerianjournal.com

أن يخطيء الصغير ، فلا يعقل أن يلاحقه على كل خطأ ويحاسبه عليه، لابد له من العفو عن مقدار من الاخطاء، وهذا مما يساعد المرشد على الاخذ بيده.

4- الستر عليه: موضوع أهم للمرشد السياحي فيعدم كشف أخطائه وعدم فضح عيوبه، وعدم محاسبته أمام الناس، ستبقي فرصة للصغير المراجعة والعودة عن تلك الاخطاء وعدم الاصرار عليها، وبعد ذاته يعطي إنطباع للاخرين الملاحظة، وهو أيضا يبقي سر الامل أعلى لديه.

5- الرفق به: ويكون ذلك بلين الجانب، والرأفة، وترك الغلظة في الافعال والاقوال، سواء أصدر عنه خلاف الادب أم لم يصدر.

6- المعونة له: يحتاج من المرشد السياحي أن يقف ويقدم المساعدة للصغير، فتجربته حديثه، ووعيه محدود، ولابد أنت نمد له يد العون.

7- الستر على جرائمه فإنه سبب للتوبة: إن أخطاء الصغير تترك آثاراً واضحة، ولايمكن التقدير عما يمكن أن تؤدي بعض تصرفاته من إساءة أو ضرر أو أذية أو إرباك، وهذه كلها جرائم أعماله الناتجة عن حادثة سنه، وعليه فالستر من المرشد السياحي حافظ له على التوبة، وتعزيز فهم الرقابة الالهية في نفسه، ومحاولة منه عدم تكرار الاخطاء.

8- المداراة له: ممكن القول أن الصغير وضمن القواعد العرفية أن لا نتوقع منه توقيير الكبير ويلتزم بتلك القواعد والآداب، بل على الكبير أن يداري مشاعره، ويساير متطلباته، ليشده الى التصرف اللائق والاداء السليم، وهذا دور يمارسه المرشد السياحي بما يفهمه ويعرف مرحلته فهو أقدر على مداراته للتأثير عليه.

9- ترك مباحته: فلا تدخل معه في جدل، وهو يقول وأنت تقول، لأن مبانك تختلف عن مبانيه، ووعيك عن وعيه، فهل تتصور وجود قواسم مشتركة لتصل إلى نتيجة في الحوار؟.

يصمم الصغير أحياناً على رأي، ويحمل قناعته راسخة به، ولا تزیده المماحكة إلا تصميماً وعزيمة، وتزيدك إحراجاً وغضباً، ولا فائدة من هذا الاسلوب. بل ترك المماحكة تقربه من المرشد السياحي، ولربما يخوض تجربة معه ويكشف بنفسه، أو يتأمل بينه وبين نفسه بما سمع من إرشادات وأفكار لربما تؤثر عليه وعلى موقعه.

فالاطفال الصغار والمراهقين يخضعون لتلك المتغيرات الثابتة في قدراتهم الجسمانية والمعرفية والنفسية والاجتماعية، لذا من المهم والاهم العمل مع الاطفال من منظور نمائي (سعد، 2015: 374).

علماً أن الاطفال يواجهون مشكلات عديدة منها : مشكلات صحية (سوء التغذية، التبول اللاإرادي، فقدان الشهية) ومشكلات نفسية انفعالية (الغيرة، الخوف، الغضب، الحزن، الاحباط)، ومشكلات اجتماعية (سوء العلاقة مع الآخرين، الخجل، قلة الكلام، العزلة، الكذب، الغش، فقدان أحد الوالدين، إساءة المعاملة)، ومشكلات تعليمية (التأخر الدراسي، صعوبات الكلام، صعوبة القراءة، الانقطاع الدراسي) كل هذه المشكلات تستدعي الانتباه والمواجهة من المرشد السياحي (الفرخ، 1999: 174).





# The Peerian Journal

Open Access | Peer Reviewed

Volume 35, October, 2024

Website: www.peerianjournal.com

ISSN (E): 2788-0303

Email: editor@peerianjournal.com

إرشاد الاطفال الصغار يعطي أثراً إيجابياً، وينقل الصغير الى عالم جديد مليء بالحلم والخيال فيتصور الطفل نفسه بطلاً لهذه المواقف أو لهذه القصص، ومن هنا يكمن أهمية الارشاد السياحي ولربما يساعده في اكتشاف موضوعات هامة يختص بها وشخصيات مألوفة، وهي الآتي (الشيخ، 2011: 20)

- 1- الشخصيات من الحيوانية والنباتية والبشرية كالأمهات والاخوان سهلة الادراك، تجذب الاطفال في هذه المرحلة، وهذا يعني أن الاطفال في هذه المرحلة ميالون الى القصص الواقعية الممزوجة بشيء من الخيال لأن تخيلاتهم محدودة بالبيئة.
- 2- يعجب الطفل بالقصص المرحية إن قدمت له، فهي تلعب دوراً في إذابة التوتر الذي قد يشعر به، وفي زيارة مرونة عقله، فتكون علاجاً ناجحاً في المواقف الصعبة.
- 3- للمرشد السياحي حجرة يتحكم بها في التعامل مع الطرف السياحي فهو لكل مرحلة أسلوبه الخاص فلا بد له من أن يعي ذلك.

## المبحث الثالث : الجانب العملي

**التحليل الوصفي لبيانات الاستبانة:** اعتمد الباحث على استمارة الاستبانة بصورة اساسية في البحث الحالي والموضحة في الملحق (1) بعد عرضها على مجموعة من المختصين من اجل تقويمها وقد استخدم مقياس ليكرت الخماسي لقياس فقرات المقياس الموزع على خمس فقرات ولكل فقرة وزن اتفق بشدة

(5 درجات)، اتفق (4 درجات) ، محايد (3 درجات) ، لا اتفق (2 درجتان) ، ولا اتفق بشدة (1 درجة واحدة) ، وفيما يلي تحليل لمحاوير الاستبانة :-

- 1- نتائج التحليل الاحصائي الوصفي لخصائص مفردات عينة البحث :-  
سيتم في هذا القسم عرض خصائص العينة حسب خصائصها الديموغرافية على النحو الآتي :



# The Peerian Journal

Open Access | Peer Reviewed

Volume 35, October, 2024

Website: [www.peerianjournal.com](http://www.peerianjournal.com)

ISSN (E): 2788-0303

Email: [editor@peerianjournal.com](mailto:editor@peerianjournal.com)



# The Peerian Journal

ت	الفقرات	حجم البيانات	الوسط	الانحراف	معامل التباين	الأهمية النسبية	T.Test	اتجاه التباين	الترتيب
1	يهتم القطاع السياحي بالعملية الإرشادية بأن يكون	150	4.4	0.59	13.52	87.33	17.940	اتفق	3
2	يهتم القطاع السياحي بإستحصل معلومات العملية	150	4.3	0.97	22.33	86.53	10.644	اتفق	4
3	يهتم القطاع السياحي بتطوير أداء العاملين المرشدين	150	4.1	0.91	22.12	82.00	9.401	اتفق	9
4	يعمل القطاع السياحي على إكتشاف مجالات جديدة	150	4.2	1.26	30.06	83.60	7.278	اتفق	8
5	يعمل القطاع السياحي على توظيف مهارات للعاملين	150	4.2	0.45	10.74	84.67	21.016	اتفق	7
6	يركز القطاع السياحي على سياسة التوجه نحو العمل	150	4.1	1.90	46.40	81.73	4.441	اتفق	10
7	يوظف القطاع السياحي المعارف والمهارات في بناء	150	4.3	0.80	18.80	85.33	12.236	اتفق	6
8	يتطلع القطاع السياحي في استقطاب المسوقين للعملية	150	4.4	2.50	57.02	87.87	4.311	اتفق	2
9	ينتهز القطاع السياحي فرص السبق للدخول بأسواق	150	4.3	0.67	15.78	85.47	14.631	اتفق	5
10	لدى القطاع السياحي رؤى في إقامة العلاقات	150	4.5	1.41	31.66	89.07	7.990	اتفق	1
11	يهتم العاملون في القطاع السياحي بحاجات ورغبات	150	4.1	1.85	45.57	81.33	4.461	اتفق	9
12	يعتمد السائح (المراهقين والاطفال) على الارشاد	150	4.3	1.35	31.65	85.47	7.297	اتفق	3
13	يعتمد السائح (المراهقين والاطفال) على العملية	150	4.2	1.12	26.58	84.53	8.461	اتفق	4
14	تهتم العملية التسويقية للإرشاد بنشر الأداء الإيجابي	150	4.3	0.78	18.31	85.60	12.657	اتفق	2
15	تعد العملية التسويقية الإرشادية السياح كأفراد العائلة	150	4.1	1.30	31.46	82.53	6.726	اتفق	7
16	تهتم العملية التسويقية الإرشادية للقطاع السياحي	150	4.5	0.97	21.38	90.80	12.298	اتفق	1
17	تسعى العملية التسويقية الإرشادية الى سد الفجوة بين	150	4.2	1.28	30.80	83.07	6.987	اتفق	5
18	تحرص العملية التسويقية الإرشادية على تضمين	150	4.1	0.54	13.22	81.73	15.589	اتفق	8
19	تهتم العملية التسويقية الإرشادية بطرح فرضيات	150	4.1	1.34	32.53	82.67	6.532	اتفق	6
20	يستعين السائح (المراهقين والاطفال) بالعملية	150	3.8	2.84	75.44	75.20	2.076	اتفق	10
	معدل الوسط الحسابي المحور الاول	4.3	4.2	1.2	29.8	84.3	9.60		
	معدل الوسط الحسابي المحور الثاني	4.2	4.2	1.2	29.8	84.3	9.60		
	ارتباط PEARSON المحسوب	0.811							
	ارتباط PEARSON الجدولية	0.423							
	معدل الأهمية النسبية للمتغيرين	84.3							
	T.Test المحسوبة للمحورين	9.60							
	T.Test الجدولية للمحورين	1.98							

إعداد الباحث

من الجدول اعلاه والذي يوضح التوزيعات التكرارية والاوساط الحسابية والانحراف المعياري والاهمية النسبية لفقرات مقياس البحث نجد ان الوسط الحسابي العام بلغ 4.2 ( وهو اعلى من الوسط الفرضي البالغ (3) بنسبة اتفاق (84.30%) بين افراد العينة، ونلاحظ ان T المحتسبة البالغة (9.60) هي اكبر من (T) الجدولية البالغة (1.98) وهذا يدل على ان ملامح تسويق الارشاد السياحي بدت واضحة لدى الاطفال والمراهقين بانحراف معياري (1.2) وهذا يعني أن هناك انسجام في اجابات افراد العينة، ويوضح الجدول (1) ان اعلى إجابة بين فقرات كانت للمحور الثاني والتي نصت على انها اهتمام العملية التسويقية الإرشادية للقطاع السياحي



# The Peerian Journal

Open Access | Peer Reviewed

Volume 35, October, 2024

Website: [www.peerianjournal.com](http://www.peerianjournal.com)

ISSN (E): 2788-0303

Email: [editor@peerianjournal.com](mailto:editor@peerianjournal.com)

تقديم ما هو جديد الى السياح المراهقين والاطفال حيث بلغت أهميتها النسبية من بين الفقرات (90.80%) اذ نجد ان الوسط الحسابي قد بلغ (4.5) وهو اعلى من  
الوسط الفرضي البالغ (3) بانحراف معياري بلغ (0.97) مما يدل أن هناك انسجام في اجابات افراد العينة، اما المحور الأول نال احدى فقراته اعلى نسبة والتا  
صت على لدى القطاع السياحي رؤى في إقامة العلاقات التسويقية الارشادية اقليمية وعربية حيث بلغت أهميتها النسبية (89.07%) اذ نجد ان الوسط الحسابي قد  
بلغ (4.5) وهو اعلى من الوسط الفرضي البالغ (3) بانحراف معياري بلغ (1.41) مما يدل أن هناك انسجام في اجابات افراد العينة، اما اقل إجابة بين الفقرات كانت  
في المحور الثاني فقد نالت الفقرة عشرون والمتضمنة يستعين السائح (المراهقين والاطفال) بالعملية الارشادية في مجال التعرف على الخدمات السياحية الت  
قدمها الفندق بنسبة أهمية (75.20) بوسط حسابي قد بلغ (3.8) وبانحراف معياري (2.84) وهذا يدل على أن الاجابات غير متجانسة ومشتتة، وجاءت احدى  
فقرات المحور الأول اقل أهمية بنسبة اتفاق (81.73%) بوسط حسابي (4.1) وبانحراف معياري (1.90) وهذا يدل على انسجام متوسط في إجابات العينة.  
يوضح الجدول (1) بوجود علاقة ارتباط قوية بين ملامح تسويق الارشاد السياحي وإرشاد الاطفال والمراهقين اذ بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.81) عند  
مستوى معنوية (0.05) أي بدرجة ثقة (95%)، وبما ان قيمة (T) المحسوبة فقد بلغت (9.60) وهذا اعلى من قيمتها المجدولة البالغة (1.98) بمستوى معنوي  
(0.05) أي بدرجة 95% وهذا يشير الى وجود اثر لملامح تسويق الارشاد السياحي وإرشاد الاطفال والمراهقين.



# The Peerian Journal

Volume 35, October, 20  
Website: www.peerianjournal.com

ISSN (E): 2788-0303  
Email: editor@peerianjournal.com

النسبة المئوية %		البيانات الشخصية	
76.67	115	ذكر	الجنس
23.33	35	انثى	
51.33	77	20 سنة فأقل	العمر
26.67	40	21-30	
17.33	26	40-31	
4.67	7	41 سنة فأكثر	
30.00	45	اعزب	الحالة الاجتماعية
70.00	105	متزوج	
8.67	13	اعدادية فما دون	التحصيل الدراسي
64.00	96	بكالوريوس	
17.33	26	ماجستير	
10.00	15	دكتوراه	
31.33	47	اقل من 5 سنوات	عدد سنوات الخدمة
68.67	103	اكثر من 5 سنوات	
3.33	5	غير مشارك في دوره	عدد الدورات التدريبية داخل العراق في مجال التخصص
42.67	64	دوره ( 1 - 4 )	
32.67	49	دوره ( 5 - 8 )	
14.00	21	دوره ( 9 - 12 )	
7.33	11	اكثر من 12 دوره	عدد الدورات التدريبية خارج العراق في مجال التخصص
2.00	3	غير مشارك في دوره	
45.33	68	دوره ( 1 - 4 )	
10.67	16	دوره ( 5 - 8 )	
8.67	13	دوره ( 9 - 12 )	

إعداد الباحث

من الجدول ( 2 ) والذي يوضح نوع الجنس الذي يشير الى ان اكثر الإجابات كانت من حصت الذكور والبالغة (76.67%) والاناث (23.33%)، اما الفئة العمرية للعينة المجبية كان (20 سنة فأقل) هي اعلى نسبة في الإجابات حيث بلغت (51%) لدى المجتمع المبحوث ، اما الحالة الاجتماعية فقد كانت الإجابات الأعلى بينهما للمتزوجين حيث بلغت نسبتهم (70%) اما التحصيل الدراسي فقد كانت الإجابات الأعلى بينهما لشهادة البكالوريوس والبالغة (64%)، وهذا يدل على ان وعي العينة للمتغيرات المبحوثة وأهدافها عالية القياس بالأنشطة الأخرى ، اما مدة خدمة المجبيين للعينة المبحوثة فقد إشارة النتائج الى ان الإجابات كانت اكثر دقة من حيث ان نسبة مدة خدمة المجبيين كانت نوعا ما تعطي انطبعا جيدا حيث بلغت اعلى نسبة للإجابات من لديهم خدمة اكثر من 5 سنوات اعلى نسبة والبالغ (68.67%) وهذا يعني أن هناك انسجام في اجابات افراد العينة اجمالا، اما المشاركين في



# The Peerian Journal

Open Access | Peer Reviewed

Volume 35, October, 2024

Website: www.peerianjournal.com

ISSN (E): 2788-0303

Email: editor@peerianjournal.com

الدورات التدريبية داخل العراق في مجال التخصص كانت عدد دوراتهم تتراوح ( 1 - 4 ) دوره حيث بلغت نسبة دوراتهم (42.67%) في حين المشاركين في دورات خارج العراق في مجال التخصص بلغت عدد دوراتهم تتراوح ( 1 - 4 ) دوره حيث بلغت نسبة دوراتهم (45.33%) وهذا يشير الى أهمية استخدام التكنولوجيا الرقمية في جميع مفاصل التسويق الارشادي، وبناءً على ما ذكر يبين الشكل (2) الأهمية النسبية لجميع البيانات الشخصية لأفراد العينة.

## المبحث الرابع: الاستنتاجات والتوصيات

### أولاً: الاستنتاجات

توصل الباحث الى مجموعة من الاستنتاجات وفقاً للاستقراء النظري والتحقيق العملي وبالآتي:

- 1- لوحظ أن العملية التسويقية للمرشد السياحي من أكثر العناصر الاساسية خدمة وتواصل مع السائحين. لذا فالمجموعة لها قواعدها الاخلاقية فيجب على المسوق للعملية الارشادية السياحية العمل بمقتضاها، لإنجاح تلك المهنة مما يحصل على ثقة المتعاملين معه من شركات مجاميع سياحية.
- 2- إن رسالة الحقوق للأمام السجاد عليه السلام غطت جميع جوانب الحياة الاجتماعية فهي دستور منهاجي معتدل.
- 3- تحدث الامام السجاد عليه السلام في رسالته عن حقوق الصغير بشكل مفصل بإعتباره الجزء المهم لبناء المستقبل.
- 4- سعى الامام السجاد عليه السلام أن يجعل العلاقة بين الكبير والصغير أكثر متانة عبر وسائل متنوعة إحداهما التوازن والارشاد السليم.
- 5- إن ممارسة العملية التسويقية الارشادية السياحية هدف رئيس لتحقيق النجاح في الرحلات.
- 6- إن السعي في تحقيق رغبات السياح ليس نتيجة سليمة في استخدام الطرق التي تؤدي الى الظلم والتعسف.



# The Peerian Journal

Open Access | Peer Reviewed

Volume 35, October, 2024

Website: www.peerianjournal.com

ISSN (E): 2788-0303

Email: editor@peerianjournal.com

## ثانياً: التوصيات

في ضوء ما تم التوصل إليه من استنتاجات ووفقاً للجانب النظري العلمي، ساعد ذلك الباحث في وضع توصيات يأمل الباحث أن تكون تحت أنظار الجهات ذات العلاقة في النشاط السياحي في العراق:

- 1- ضرورة تنظيم دورات تدريبية وورش عمل للمرشدين السياحيين العراقيين تحت إشراف مدربين مؤهلين وتدريبهم على العملية التسويقية الإرشادية لإخراج كادر متخصص ومؤهل قادر على العمل في مجال الإرشاد السياحي.
- 2- تضمين الرحلات السياحية عبر الشركات والمكاتب الخاصة رحلات لصغار السن وتنشيط نمط العملية السياحية كونه ذات مردود إنساني، واقتصادي.
- 3- نشر ثقافة العملية التسويقية الإرشادية السياحية في مختلف وسائل الاعلام، كما لا بد من تربية الاطفال من دراستهم الاولى وتعريفه بحقوقه وتعليمه واجباته.
- 4- ضرورة وضع خطط وسياسات تتبناها الدولة، إضافة للقوانين والتشريعات بشأن صغار السن، وعن طريق توفير الدعم المعنوي والمادي، التعليمي، العلاجي، والترفيهي لهم كأفراد في المجتمع لهم الحق في الحياة.
- 5- تنظيم دورات للمنظمات المتخصصة في العملية التسويقية الإرشادية، من أجل إذكاء الوعي المجتمعي المدني والمؤسسي والتعليمي والصحي والسياحي لصغار السن.
- 6- ضرورة تبني برامج سياحية خاصة للأطفال والمراهقين، وتوفير الكادر الإرشادي المناسب لإجادة التعامل معهم، ومساعدتهم على ممارسة حقهم السياحي.

## المراجع والمصادر:-

- 1- مجمع اللغة العربية، المعجم الوسيط، مكتبة الشروق الدولية، مصر، الطبعة الرابعة، 2004.



# The Peerian Journal

Open Access | Peer Reviewed

Volume 35, October, 2024

Website: www.peerianjournal.com

ISSN (E): 2788-0303

Email: editor@peerianjournal.com

- 2- الحوري، مثنى طه، الإرشاد السياحي، مؤسسة الوراق، عمان، الطبعة الثانية، 2013.
- 3- البكري، ثامر ياسر، إدارة التسويق، الطبعة الخامسة، إثراء للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، 2015.
- 4- السعيد، عصام حسن، نظم المعلومات السياحية، دار الرؤية، عمان، الطبعة الاولى، 2011.
- 5- الساعدي، صالح بن الشيخ مهدي، شرح رسالة الحقوق، دار المرتضى، بيروت، لبنان، الطبعة الاولى، 2005.
- 6- العقيد، مرزوق عايد، وآخرون، مبادئ السياحة، دار إثراء، عمان، الطبعة الاولى، 2011.
- 7- البكري، ثامر، قضايا معاصرة في التسويق، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان، 2014.
- 8- البكري، ثامر، إدارة التسويق، الطبعة السادسة (مزيدة ومنقحة)، عمان، الاردن، 2020.
- 9- جاد، مثنى محمد علي، التربية البيئية في الطفولة المبكرة وتطبيقاتها، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2007.
- 10- قاسم، نعيم، شرح رسالة الحقوق للإمام زين العابدين عليه السلام، حقوق الانسان، دار الهادي للطباعة والنشر والتوزيع، لبنان، الجزء السابع، الطبعة الثانية، 2004.
- 11- سعد، مراد علي، الشريفيين، أحمد عبد الله، المدخل إلى الإرشاد النفسي من منظور فني وعملي، دار الفكر ناشرون ومزوعون، عمان الطبعة الاولى، 2015.
- 12- الشيخ، غريد، كيف نحكي حكاية الاطفال، دار التأليف والترجمة والنشر، لبنان، الطبعة الثانية، 2011.
- 13- البرواري، نزار عبد المجيد والبرزنجي، أحمد محمد فهمي، استراتيجيات التسويق، المفاهيم، الاسس والوظائف، الطبعة الاولى، دار وائل للنشر، عمان، الاردن، 2004.
- 14- بريسم، مها عارف، جمال، دينا حامد، وآخرون، القيادة الاستراتيجية: مفاهيم فكرية وتسويقية معاصرة، الطبعة الاولى، دار الايام للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، 2009.
- 15- براق، محمد والحرش، الطاهر، الاتجاهات الحديثة والابتكار التسويقي، المدرسة العليا، الجزائر، 2015.

الملاحق

الاستبانة

السلام عليكم ورحمة الله وبركته

يود الباحث ان يضع بين ايديكم الكريمة استبانة البحث الموسوم بـ (ملاحح تسويق الارشاد السياحي إرشاد الاطفال والمراهقين في رسالة الحقوق للإمام السجاد (عليه السلام) ) ، لذا نرجو من جنابكم الاجابة على جميع فقرات الاستبانة لضمان صحة ودقة النتائج التي يهدف الباحث الوصول إليها خدمة لمسيرة البحث العلمي في بلدنا الحبيب، وهو بحث مشارك في المؤتمر العلمي الدولي الثالث ودوره في تنمية المجتمعات بماليزيا ، وانطلاقاً من ثقتنا بكم في انجاز هذا الجهد من خلال اسهامكم بملى استمارة الاستبانة وفقاً للفقرات المثبتة فيها إذ ان الدراسة الحالية ستستخدم لأغراض البحث العلمي حصراً ، لذا يرجى اعتماد الدقة الموضوعية المعبرة فعلاً عن قناعتكم في الاجابة . شاكرين تعاونكم.





# The Peerian Journal

Open Access | Peer Reviewed

Volume 35, October, 2024

Website: www.peerianjournal.com

ISSN (E): 2788-0303

Email: editor@peerianjournal.com

مع فائق الاحترام والتقدير

ملاحظة :

1. إن المعلومات الواردة ستعتمد لأغراض الدراسة العلمية حصراً ودون الضرورة لذكر الأسم وستحاط جميع البيانات بسرية تامة .
2. يرجى الأجابة عن جميع فقرات الاستبانة وعدم ترك اي فقرة لأن ذلك يعني عدم صلاحية أستمارة الاستبانة للتحليل والقياس .
3. يرجى وضع علامة ( ✓ ) في الحقل الذي تراه مناسباً .
4. الباحثة مستعد للإجابة عن أي تساؤلات تواجهكم .

الباحث

م.د ضياء راضي الصافي

اولاً : المعلومات الديمغرافية والوظيفية

1. النوع الاجتماعي : ذكر  أنثى

2. العمر : 20 سنة فأقل  25 سنة إلى اقل من 35 سنة

35 سنة إلى اقل من 45 سنة  45 سنة أكثر

3. الحالة الاجتماعية : اعزب  متزوج

4. التحصيل الدراسي : دبلوم  بكالوريوس  دبلوم عالي

ماجستير  دكتوراه

5. عدد سنوات الخدمة : اقل من 5 سنوات  5 سنوات الى اقل من 10 سنوات

6. عدد الدورات التدريبية داخل العراق في مجال التخصص :  
غير مشارك في دوره  ( 1 - 4 ) دوره  ( 5 - 8 ) دوره



# The Peerian Journal

Open Access | Peer Reviewed

Volume 35, October, 2024

Website: www.peerianjournal.com

ISSN (E): 2788-0303

Email: editor@peerianjournal.com

اكثر من 12 دوره  (9-12) دوره

7. عدد الدورات التدريبية خارج العراق في مجال التخصص :

غير مشارك في دوره  (1-4) دوره  (5-8) دوره  اكثر من 12 دوره  (9-12) دوره

ثانياً :- ملامح الارشاد السياحي نظراً لأهمية الارشاد في العمل السياحي ولما له من الأثر البالغ في نفوس السياح واستقطابهم والارتقاء بهم ضمن استراتيجيات معينة .

ت	الفقرات	اتفق بشدة	اتفق	محايد	لا اتفق	لا اتفق بشدة
1	2	3	4	5	6	7
1	يهتم القطاع السياحي بالعملية الارشادية بأن يكون كل جزء من عملها مرتبط بعلاقة تكاملية					
2	يهتم القطاع السياحي باستحصال معلومات العملية الارشادية لتلبية احتياجات السياح الحالية والمستقبلية					
3	يهتم القطاع السياحي بتطوير أداء العاملين المرشدين لديها لتقديم خدمات متميزة الى السياح					
4	يعمل القطاع السياحي على إكتشاف مجالات جديدة للعملية الارشادية تسهم في تفوقها على منافسيها					
5	يعمل القطاع السياحي على توظيف مهارات للعاملين بالعملية الارشادية لتحقيق استراتيجياتها					
6	يركز القطاع السياحي على سياسة التوجه نحو العمل على إرضاء السائح في ضوء رسالتها ورؤيتها للعملية الارشادية					
7	يوظف القطاع السياحي المعارف والمهارات في بناء الاستراتيجية الارشادية					



# The Peerian Journal

Open Access | Peer Reviewed

Volume 35, October, 2024

Website: www.peerianjournal.com

ISSN (E): 2788-0303

Email: editor@peerianjournal.com

					يتطلع القطاع السياحي في استقطاب المسوقين للعملية الارشادية ذو الخبرات الجيدة لتحقيق النتائج المنافسة	8
					ينتهاز القطاع السياحي فرص السبق للدخول بأسواق العملية التسويقية الارشادية	9
					لدى القطاع السياحي رؤى في إقامة العلاقات التسويقية الارشادية اقليمية وعربية	10

ثالثاً تسويق العملية الارشادية السياحية للمراهقين والاطفال: هؤلاء الاشخاص هم الذين يتعرضون لمنبه داخلي أو خارجي تجاه الخدمة السياحية مما يؤثر على سلوكياتهم

ت	الفقرات	اتفق بشدة 5	اتفق 4	محايد 3	لا اتفق 2	لا اتفق بشدة 1
1	يهتم العاملون في القطاع السياحي بحاجات ورغبات السياح الاطفال					
2	يعتمد السائح (المراهقين والاطفال) على الارشاد للخدمات السياحية					
3	يعتمد السائح (المراهقين والاطفال) على العملية الارشادية كمصدر مهم في الحصول على المعلومات					
4	يستعين السائح (المراهقين والاطفال) بالعملية الارشادية في مجال التعرف على الخدمات السياحية التي تقدمها الفندقة					



# The Peerian Journal

Open Access | Peer Reviewed

Volume 35, October, 2024

Website: [www.peerianjournal.com](http://www.peerianjournal.com)

ISSN (E): 2788-0303

Email: [editor@peerianjournal.com](mailto:editor@peerianjournal.com)

					تهتم العملية التسويقية للإرشاد بنشر الأداء الإيجابي للسياح حول تجربتهم السابقة لخدمات السياحة	5
					تعد العملية التسويقية الإرشادية السياح كأفراد العائلة الموثوقة للحصول على الخدمات المتعلقة بالخدمة السياحية	6
					تهتم العملية التسويقية الإرشادية للقطاع السياحي بتقديم ما هو جديد الى السياح المراهقين والاطفال	7
					تسعى العملية التسويقية الإرشادية الى سد الفجوة بين واقع السياح والسياح المراهقين والاطفال	8
					تحرص العملية التسويقية الإرشادية على تضمين الخطة ببرامج سياحية متميزة للسياح المراهقين والاطفال	9
					تهتم العملية التسويقية الإرشادية بطرح فرضيات تكشف عن أساليب تسويقية إرشادية للسياح المراهقين والاطفال	10