

## عمل المرأة في القطاع السياحي

### الدور- التحديات والفرص

د. أ. م. هه تاو كركيم خضر، قسم إدارة المنشآت السياحية، معهد التقني الإداري- إربيل، جامعة أربيل التقنية، إقليم كردستان العراق

#### مخلص

هدفت الباحثة إلى التعريف بالدور الذي تقوم به المرأة الكوردية في القطاع السياحي، والوقوف على أسباب تدني مشاركة الإناث في هذا المجال غير التقليدي، وتسلط الضوء على الصعوبات والمعوقات أمام مشاركتهم، خصوصاً وأنّ موضوع المرأة والسياحة يعاني من قلة الدراسات.. كذلك هدفت إلى استكشاف التطلعات والحلول التي قد تسهم في زيادة مشاركة المرأة في قطاع السياحة. تكون مجتمع الدراسة من العاملات (النساء) اللواتي يشتغلن في القطاع السياحي الخاص، والبالغ عددهن (50) سيدة؛ وقد تم اختيارهن بطريقة عشوائية بسيطة تتناسب مع مجتمع الدراسة؛ ولتحقيق أهداف الدراسة تم توزيع مجموعة من الاستبانات المصممة لفحص متغيرات الدراسة.

تم كان استخدام المنهج الوصفي التحليلي، وكذلك أداة استبانة لقياس المتغيرات المتعلقة بمدى فعالية دور المرأة والتحديات والتطلعات المرافقة لعملها في القطاع السياحي، وتم استخدام برنامج التحليل الإحصائي ( SPSS ) لتحليل البيانات، وكذلك استخدام أساليب الإحصاء الوصفي مثل المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والتكرارات والنسب المئوية. وتوصلت الدراسة إلى مجموعة نتائج نذكر من أهمها:

إنّ تدني مشاركة المرأة في القطاع السياحي، وبشكل قوي، يعود بالدرجة الأولى إلى وجود معوقات تعكسها ثقافة المجتمع السائدة مثل: العادات والتقاليد، الأسرة والمجتمع، الحالة الزوجية للمرأة، كذلك عدم توفر دُور الحضنة، عدم توفر المؤهلات العملية والخبرات العملية لما تتطلبه طبيعة العمل، نقص التدريب اللازم، تفضيل الرجال على النساء في بعض الوظائف، عدم كفاية فرص الترقية، انخفاض معدلات الأجور.. هذا فضلاً عما يختص بيئة العمل والاختلاط مع ثقافات ذات عادات وتقاليد مغايرة للمجتمع والأعراف الاجتماعية والثقافية الراضية لاختلاط الفئات بجنسيات مختلفة، كما وتتم وجودها في أماكن تقدم المشروبات الكحولية أو العمل لساعات متأخرة في الليل وغير ذلك مما كما تتطلبه بمن السياحة.. كما قد تعود هذه النسبة المتدنية لوجود العديد من الأسباب الأخرى والتي منها ما يتعلق بالمرأة نفسها، ومنها ما يتعلق بالمجتمع والبيئة المحيطة بالإضافة إلى العامل الديني.

ومن أهم التوصيات:

تقديم المحفزات المغرية للراغبات بالعمل في قطاع السياحة. وتنفيذ حملات توعية مجتمعية تستهدف كافة الجهات المعنية بصنع القرار والمجتمعات المحلية، للتعريف بالأهمية الاجتماعية والاقتصادية لادماج المرأة في سوق العمل السياحي.

**الكلمات الدالة:** السياحة، القطاع السياحي، المرأة، عمل المرأة، عمل المرأة في القطاع السياحي.

#### 1. مقدمة

والتقدم قد أصبح مسؤولية مشتركة تقع على عاتق كل من المرأة والرجل، وذلك من مناحي الحياة ومجالاتها كافة. ( الزعبي و الخاروف، 2015، 67).

إلا أنّه لازالت هنالك نسبة مشاركة متدنية من قبل الإناث اللواتي يعملن في هذا القطاع مقارنة مع ما يمكن أن يوفره من فرص عمل في مختلف فئات هذا القطاع، والذي يضم: الفنادق، مكاتب السفر والسياحة، شركات النقل، الخدمات الجوية و المطاعم السياحية.. وغيرها.

وبناءً عليه، جاءت هذه الدراسة بهدف التعرف على مدى مشاركة المرأة في إقليم كردستان ضمن القطاع السياحي ومدى التحديات التي تعيق عملها، وأسباب تدني مشاركة المرأة في هذا المجال غير التقليدي، هادفة إلى تسليط الضوء على الصعوبات والمعوقات بوجه مشاركتهم فيه، مقابل المحفزات التي تشجع المرأة على العمل في القطاع السياحي، خصوصاً وأنّ موضوع المرأة والسياحة يعاني من قلة الدراسات.

تعتبر السياحة من أكثر الصناعات نمواً في العالم، فقد أصبحت اليوم من أهم القطاعات في التجارة. إنّ السياحة من منظور اقتصادي هي قطاع انتاجي يلعب دوراً مهمّاً في زيادة الدخل القومي وتحسين ميزان المدفوعات، فضلاً عن كونها مصدرًا للعمالات الصعبة، وفرصة لتشغيل الأيدي العاملة، وهدفاً لتحقيق برامج التنمية. أمّا من المنظور الاجتماعي والحضاري، فإنّ السياحة هي حركة ديناميكية ترتبط بالجوانب الثقافية والحضارية للإنسان؛ بمعنى أنها رسالة حضارية وجسر تواصل ما بين الثقافات والمعارف الإنسانية للأمم والشعوب، ومحصلة طبيعية لتطور المجتمعات السياحية وارتفاع مستوى معيشة الفرد. (كافي، 2015، 66).

أوجدت التغيرات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية المتسارعة على الصعيد الوطنية والدولية كافة، واقعاً جديداً يؤكد أنّ متطلبات التنمية المستدامة والتحرك نحو التقدم لا يمكن تحقيقها دون مشاركة فعلية من المرأة، مما يعني أنّ تحقيق التنمية

## 2. المحور الأول: الإطار المنهجي للبحث

### 1.2 إشكالية البحث

لكي نستطيع دراسة إشكالية البحث حول دور المرأة ومستوى مشاركتها كما ونوعاً ضمن سوق العمل السياحي في كردستان، وما تعانیه من تحديات وأسبابها وأهمية مشاركتها كحق من حقوقها في عيش كريم ونوعية حياة لائقة وتمكينها اقتصادياً، علينا أولاً أن نطرح السؤال الإشكالي التالي:

"هل تواجه المرأة الكوردية تحديات تحدّد من مشاركتها العمل في القطاع السياحي؟"

### 2.2 أهمية البحث

تستمد هذه الدراسة أهميتها من الدور الذي لا بدّ وان تقوم به المرأة في مجالات التنمية الاجتماعية والاقتصادية والسياسية، وحيث يعتبر قطاع السياحة أحد أهم مجالاتها:

أ. فمن الناحية العلمية: يكتسب هذه البحث أهميته مما يلي:

- تندرج هذا الموضوع بشكل المباشر، وبهذه المنهجية ضمن نطاق علم الاجتماع السياحي، وعلم الاجتماع المرأة، وعلم الاجتماع الجندر، وعلم السياحة.. لذلك تعتبر من الدراسات النادرة على المستوى المحلي والإقليمي.

- إنها حلقة جديدة في سلسلة من الدراسات الرصينة التي تتناول عمل المرأة في القطاع السياحي من جوانبه المختلفة؛ كما أنّ إجراء هذه الدراسات أمرٌ على درجة عالية من الأهمية، نظراً لأنّ عمل المرأة يسدّ حاجات أسرية، ويمثل مقوماً أساساً من مقومات نهضة المجتمع الكوردي.

ب. أما من الناحية العملية ( الميدانية): فإنّ القيمة الأساسية لأيّ جهد علمي، بغض النظر عن الحقل المعرفي الذي يتحرك فيه، تكمن في قدرة هذا البحث على الكشف عن المشكلات المطروحة. وتبعاً لذلك، فإنّ أهمية هذه الدراسة تنبع من كونها تعالج موضوعاً حيويّاً، ألا وهو معرفة دور المرأة في قطاع السياحي، وما هي التحديات التي تحول دون تطلع المرأة للعمل في هذا القطاع الحيوي، وبالتالي تقديم بعض الحلول والاقتراحات التي قد تستفيد منها الجهات ذات العلاقة بما فيها وزارة البلديات والسياحة

والجامعات ووسائل الإعلام والقطاع الخاص، للعمل على تذليل الصعاب أمام إقبال خريجات السياحة فزيادة التوجه نحو هذا القطاع الحيوي.

### 3.2 أهداف البحث

تهدف الباحثة إلى التعرف على دور المرأة في القطاع السياحي والمهن السياحية والمعوقات ( التحديات) التي تحول دون مشاركتها بشكل أفضل، وتسعى الدراسة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف والتي تتمثل في:

- التعرف على مدى مشاركة المرأة العاملة في القطاع السياحي.
- دراسة الجوانب الإيجابية والسلبية لعمل المرأة في القطاع السياحي (هل تعكس فرص العمل المتاحة للمرأة واقعاً إيجابياً ضمن قوة العمل في مؤسسات القطاع السياحي أم العكس...)
- التعرف على الأسباب والدوافع التي أدت بالمرأة للعمل في القطاع السياحي.
- التعرف على الصعوبات ( التحديات) التي تواجه المرأة العاملة في القطاع السياحي.
- معرفة المحفزات التي قد تسهم في زيادة مشاركة المرأة ضمن القطاع السياحي.

### 4.2 أسئلة وفرضيات البحث

#### 1.4.2 أسئلة الدراسة

- السؤال الأول: ما هو دور عمل المرأة في القطاع السياحي؟
- السؤال الثاني: ما هي الجوانب الإيجابية والسلبية لعمل المرأة في القطاع السياحي؟
- السؤال الثالث: ما هي التحديات أو الصعوبات التي تعيق عمل المرأة في القطاع السياحي؟
- ما هي طبيعة ونوع هذه الصعوبات؟
- ما هي العوامل المؤثرة والمحدّدة لهذه الصعوبات؟
- هل تواجه المرأة معارضة من قبل الأهل للعمل في القطاع السياحي؟
- هل تختلف الخصائص الاجتماعية والاقتصادية والتعليمية التالية للمبحوثات ومشاركتهن في العمل باختلاف الصعوبات التي يواجهنها:

من (50) امرأة ذوات تجربة في العمل في القطاع السياحي؛ ولتحقيق أهداف الدراسة: تم توزيع مجموعة من الاستبانات المصممة لفحص متغيرات الدراسة على (60) امرأة من العاملات في القطاع السياحي الخاص. بلغ عدد الاستبانات المترجمة الصالحة للتحليل (50) استبانة، وأخذت العينة بشكل عشوائي من المطاعم والفنادق والشركات السياحية في مدينة أربيل، واستخدمت وسيلة المقابلة، واستمارة الاستبيان المكونة من (80) سؤال، موزعة على مجموعتين اثنتين هما: الأولى وتتضمن البيانات العامة، أما المجموعة الثانية فمكونة من البيانات الخاصة بدور المرأة في القطاع السياحي والتحديات والفرص المتاحة.

## 8.2 التحليل الإحصائي

تمت المعالجة الإحصائية لبيانات الدراسة من خلال استخدام مجموعة من الأساليب الإحصائية التي يشتمل عليها البرنامج الإحصائي ( SPSS ) للعلوم الاجتماعية. حيث تم استخدام اساليب الإحصاء الوصفي لوصف خصائص عينة الدراسة، وذلك من خلال استخدام التكرارات والنسب المئوية. واستخدمت أيضاً المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، والنسب المئوية لإجابات الأفراد المحوئين على الأسئلة الواردة في استبانة الدراسة، وذلك لمعرفة مدى تأثير المتغيرات المستقلة على المتغير التابع.

## 3. المحور الثاني: الخلفية النظرية لعمل المرأة في القطاع السياحي

يُعتبر الانسان أهم مكون من مكونات السياحة البشرية، حيث يسعى من وراء قيامه بالسياحة إلى تحقيق مكاسب سياحية. (كافي وكافي، 2016، 124). ولأنّ للعمل السياحي مواصفات ومتطلبات تختلف عن باقي الأعمال والأنشطة الاقتصادية، فإنّه يتطلب تحديد تعريف دقيقاً وشامل لقوة العمل السياحية.. ولكننا سنحدد ما سنعمده في تعريفنا لقوة العمل السياحية، سواء أكانت لناحية المشتغلين فعلاً أو المتعطلين منهم:

- هناك من يصنّف ب: عمالة (أي الراغب والقادر على العمل السياحي)، كصفة مباشرة وغير مباشرة ويساهمون في تقديم الخدمة أو السلعة السياحية.
- منهم من ذوي التعليم السياحي ومن خارجه مثل (المهندس، والمحاسب، وبرمجة الحاسبات... وغيرها).

- منهم من يؤهل للعمل السياحي عن طريق التدريب. (شبر وعبدالجبار،

(2016، 757)

( العمر، الدين، مستوى الدخل، التعليم، الحالة الاجتماعية والخلفية الاجتماعية).

- السؤال الرابع: ما هي المحفزات التي تدفعنا لتشجيع المرأة على العمل في القطاع السياحي؟

- السؤال الخامس: ما هي الفرص أمام عمل المرأة في القطاع السياحي؟

## 2.4.2 فرضيات الدراسة

- هناك علاقة ما بين العوامل الاجتماعية والثقافية وعزوف المرأة عن العمل.
- هناك علاقة ما بين العوامل الاقتصادية وعزوف المرأة عن العمل.

## 5.2 مجالات البحث

### 1.5.2 المجال المكاني

تم اختيار مدينة أربيل، مؤسسات قطاع السياحي الخاص حقلاً ميدانياً للبحث، كونها تمثل نموذجاً صغيراً للمؤسسات السياحية، وتتميز بتنوع المؤسسات السياحية (من الشركات السياحية والفنادق والمطاعم)، إضافة إلى كونها مؤسسة سياحية تتعامل مع السياح في إقليم كردستان.

### 2.5.2 المجال الزمني

يبرز بين زمن الظاهرة وبين الزمن التنفيذي للدراسة. حيث امتد الزمن التنفيذي للدراسة من تموز 2018 وحتى بداية شباط 2019. أما زمن الظاهرة فقد امتد في المرحلة النظرية للدراسة، وهي ابتداءً من 2018 وحتى نهاية شباط 2019.

### 3.5.2 المجال البشري

تم تحديد عينة من العاملات ( النساء ) اللواتي يشتغلن داخل مؤسسات القطاع السياحي الخاص من الفنادق والمطاعم والشركات السياحية، والبالغ عددهن (50).

## 6.2 منهج البحث

لاشك بأن لكل بحث خصوصية ومنهجية يتم اعتمادها.. وتحقيقاً لهدف الدراسة، استخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي بطريقة المسح الاجتماعي للكشف عن الدور والتحديات والفرص التي تواجهها المرأة خلال عملها في هذا القطاع، فضلاً عن أثر مشاركتها في القطاع السياحي.

## 7.2 مجتمع الدراسة وعينته

تكون مجتمع الدراسة من مؤسسات القطاع السياحي الخاص بما فيه من الشركات السياحية والفنادق والمطاعم، حيث قامت الباحثة باختيار عينة عشوائية منتقاة

إنّ العوامل البشرية المسؤولة عن القيام بالسياحة لها أشكال متعددة كلها من صنع الإنسان، فالحياة الاجتماعية والثقافية والإرث الحضاري وطباع الشعوب وعاداتها حيث الفلكلور والصناعات اليدوية ذات الطابع المحلي والطقوس الدينية وألوان اطعمة واللوان الفن من غناء وموسيقى ورقص ونماذج من السكن البدوي والتمالين: كلها من صنع الإنسان وتطوره الحضاري لهذا النوع البشري المؤثر على السياحة. (كافي وكافي، 2016، 124).

إذًا يمكننا القول بأنّ قوة العمل السياحية هي: " كل الأفراد المهيئون للعمل السياحي فعلاً عند الطلب، سواء المشتغلون منهم والمتعطلون، وبصفة عمالة مباشرة وعمالة غير مباشرة، ومختلف المستويات المهنية، وهم قادرون على تقديم الخدمة والسلعة (المنتج السياحي) للمستهلك (السائح) وفي مختلف المؤسسات والمشاريع السياحية والفندقية. (شبر وعبدالجبار، 2016، 757).

ويمكن القول أيضًا بأنّ الثقافة الاجتماعية المتمثلة في العادات والتقاليد والقيم والأعراف والطقوس التي عُرس في أذهان كل جيل: قد حدت كل ما هو مسموح ومنوع اجتماعياً بما في ذلك حرية العمل واختيار المهنة للرجل والمرأة على حدٍ سواء، مع أرجحية تفضيلية واضحة للعنصر الأول. (جاسم، 2011، 263).

ويلاحظ أيضًا أنّ التغيرات التي طالت المجتمع، وتقصد بها ظروف الحياة والحاجة المتزايدة لتلبية النفقات لاسمًا بعد التوجه نحو آلية السوق التي فرضت مزيداً من المنافسة في سوق العمل، قد دفعت المجتمع إلى التخفيف من قيوده ولو نسبياً لصالح الجوانب المادية والاقتصادية: لم تفجح في دفعه للتخلي كلياً عن قيود العمل الوظيفي وإثنا دفعته للمفاضلة بينها وقبول وتشجيع العمل في أنشطة معينة تأتي التعليمية والصحية والكتابية والمهنية أحياناً في مقدمتها. (جاسم، 2011، 264).

ومع أهمية هذا التطور إلاّ أنّه بقي محدوداً تجاه عمل المرأة في النشاط السياحي ككل، وأنشطة بعينها فيه، وبقي العمل في هذا النشاط أمراً غير مستساغ اجتماعياً. (جاسم، 2011، 265).

#### 4. المحور الثالث: عرض نتائج الدراسة وتحليلها

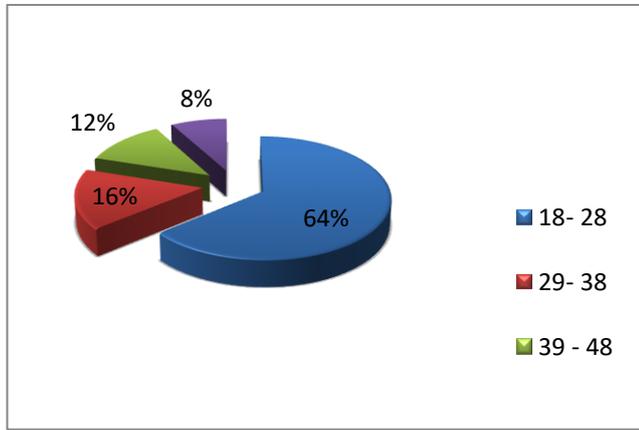
##### 1.4 الخصائص الديمغرافية والاجتماعية والاقتصادية والتعليمية لعينة البحث

إنّ قياس أثر الخصائص الاجتماعية والاقتصادية للمبحوثات يتركز على الصعوبات التي تواجهها المرأة في القطاع السياحي وعلاقتها بأهم المتغيرات (العمر، الدين، مستوى الدخل، المستوى التعليمي، الحالة الاجتماعية... وغيرها، وكما يلي:

##### 1.1.4 العلاقة ما بين عمر المرأة ومشاركتها في القطاع السياحي

يبين الشكل (1) أنّ نسبة (64%) من أفراد عينة البحث تراوح أعمارهن ما بين (18-28)، ونسبة (16%)، وما بين (29-38)؛ أما الفئة العمرية ما بين (39-48) فكانت نسبتها (12%)، مقابل الفئة العمرية (49 فما فوق) ونسبتها (8%) من مجموع افراد عينة البحث.

نستنتج من البيانات الواردة أدناه - الشكل (1) - أنّ أعلى نسبة من أفراد عينة البحث تتراوح أعمارهن ما بين (18-28) سنة، والبالغة (64%) من مجموع أفراد العينة، وهذا ما يشير إلى أنّ هذه الفئة العمرية أكثر عملاً في القطاع السياحي من بقية الفئات العمرية.



الشكل: من إعداد الباحثة

##### شكل (1) يوضح الفئة العمرية لوحدة عينة البحث

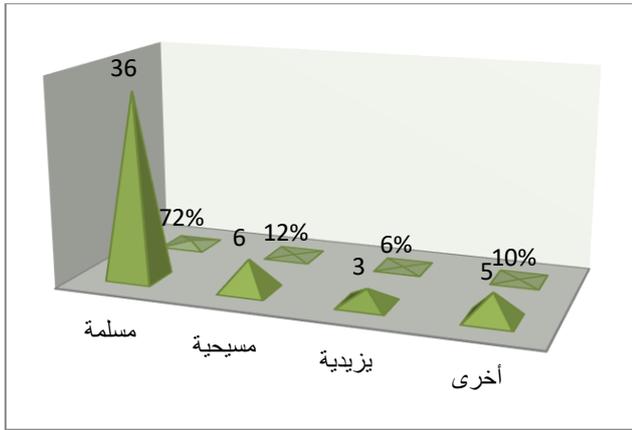
##### 2.1.4 العلاقة ما بين العوامل الاجتماعية ومشاركة المرأة في القطاع السياحي

###### 1.2.1.4 الحالة الاجتماعية

إنّ للحالة الاجتماعية دوراً كبيراً بعمل المرأة في هذا القطاع الاقتصادي، لذلك يتبين من البيانات الواردة في الشكل (2) أنّ نسبة (70%) من مجموع أفراد عينة البحث عازبات، مقابل نسبة (22%) للمتزوجات؛ أما نسبة المطلقات والأرامل فهي (8%) من مجموع أفراد عينة البحث.

نستنتج من البيانات الواردة في الشكل أدناه- الشكل (2) - أنّ أعلى نسبة من أفراد عينة البحث، أي (70%) هي من العازبات، مقابل (30%) للمتزوجات والمطلقات والأرامل، وهذا ما يثبت فرضيتنا القائلة بأنّ المرأة المتزوجة مقيدة أكثر بسبب الظروف الاجتماعية ومسؤوليات الأسرة والعادات والتقاليد الاجتماعية التي قد تمنعها من العمل في هذا المجال.

النسبة العالية مؤشر على أن الأغلبية الساحقة هي للمسلمين، رغم تنوع الديانات، في لمجمع الكوردي ومدينة أربيل خاصة.



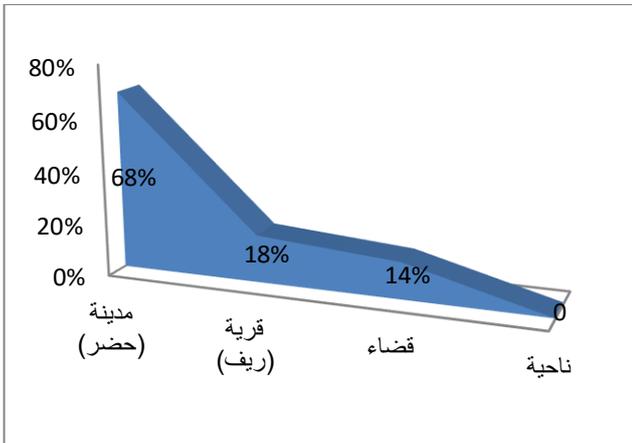
الشكل: من إعداد الباحثة

شكل (4) يوضح الخلفية الدينية لوحدة عينة البحث

#### 4.2.1.4 مكان الإقامة الحالية (السكن)

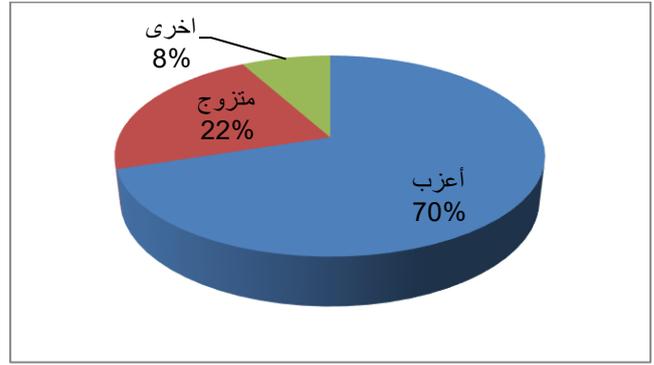
يتضح من البيانات الواردة في الشكل (5) أن نسبة (68%) من وحدات عينة البحث، يعيشون في قلب المدينة، مقابل نسبة (32%) من مجموع وحدات عينة البحث يعيشون في القرى والاقضية.

نستنتج من البيانات الواردة أن النسبة الأعلى تعيش في الحضر، والأقل في لأرياف. هذا التفاوت يشير إلى أن النساء اللواتي يعشن في المدينة لديهن فرصة العمل ضمن المجال السياحي أكثر ممن يعشن في الأرياف حيث تعاني القرى في مستواها المعيشي والاقتصادي والتعليمي.. وهذا ما يؤثر إلى معارضة عدم تشجيع المرأة على العمل في هذا القطاع.



الشكل: من إعداد الباحثة

شكل (5) يوضح مكان الإقامة الحالية لوحدة عينة البحث



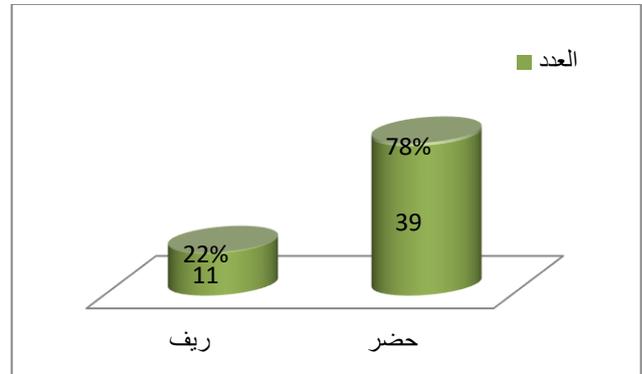
الشكل: من إعداد الباحثة

شكل (2) يوضح الحالة الاجتماعية لوحدة عينة البحث

#### 2.2.1.4 الخلفية الاجتماعية

تُظهر البيانات الواردة في الشكل (3) أن نسبة (78%) من أفراد عينة الدراسة خليفتهن الاجتماعية مدنية، مقابل (22%) من الريف.

نستنتج من البيانات الواردة في الميداني أن أغلبية النساء العاملات في القطاع السياحي من الخلفية الحضرية و النسبة القليلة من الريف.. وهذا ما يؤكد أيضًا على أن المجمع والعادات والتقاليد الاجتماعية تعيق عمل المرأة في هذا القطاع.



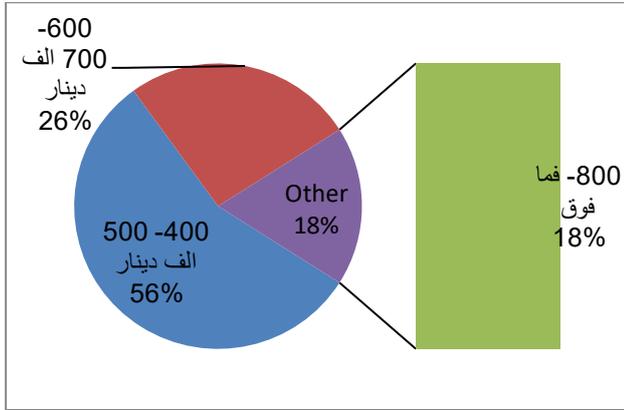
الشكل: من إعداد الباحثة

شكل (3) يوضح الخلفية الاجتماعية لوحدة عينة البحث

#### 3.2.1.4 الديانة

تشير البيانات الواردة في الميداني إلى أن نسبة (72%) من أفراد عينة الدراسة هن مسلمات، مقابل نسبة (12%) مسيحيات، و (16%) من مجموع عينة البحث موزعة على الديانات الأخرى. ويشير ذلك إلى أن أعلى نسبة من النساء العاملات في القطاع السياحي هن مسلمات بينما توزعت النسبة المتبقية من عينة البحث (28%) على الديانات الأخرى: المسيحية واليزيدية.. وغيرها. هذه

باعتباره من ضمن التحديات التي تعيق عمل المرأة في هذا المجال، وهذا ما يؤكد صحة فرضية البحث القائلة: ( هناك علاقة ما بين العوامل الاقتصادية وعزوف المرأة عن العمل).



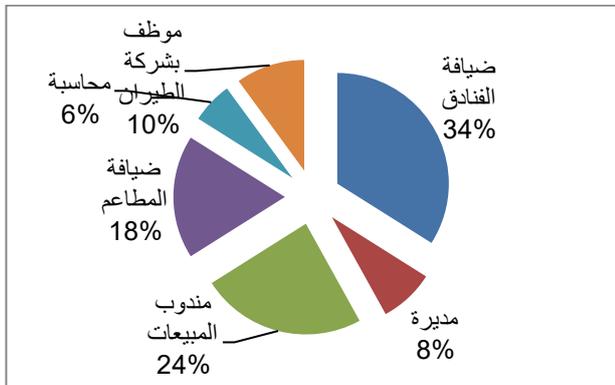
الشكل: من إعداد الباحثة

شكل (7) يوضح الدخل الشهري لوحدة عينة البحث

#### 3.3.1.4 المهنة التي تشغلها المرأة في القطاع السياحي

يتبين من البيانات الواردة في الشكل (8) أنّ نسبة (34%) من أفراد عينة البحث يقمن بالخدمات الفندقية، بينما يشغل (8%) منهن المناصب الإدارية كمديرات في المؤسسات السياحية أي في القطاع الخاص؛ أما مندوبات المبيعات فيشكلن نسبة (24%)، مقابل (18%) لضيافة المطاعم، و(6%) محاسبات؛ أما الموظفات في الشركات السفر والطيران فقد شكلن نسبة (10%) من أفراد عينة البحث.

نستنتج من البيانات الإحصائية أنّ النساء يقمن بأشغال الضيافة والخدمات الفندقية بالدرجة الأولى في مؤسسات القطاع السياحي الخاص، وتأتي مندوبات المبيعات في الدرجة الثانية، ثم تحتل ضيافة والخدمات في مجال الاطعمة والمشروبات الدرجة الثالثة.



الشكل: من إعداد الباحثة

شكل (8) يوضح المهنة لوحدة عينة البحث في مؤسسات القطاع السياحي

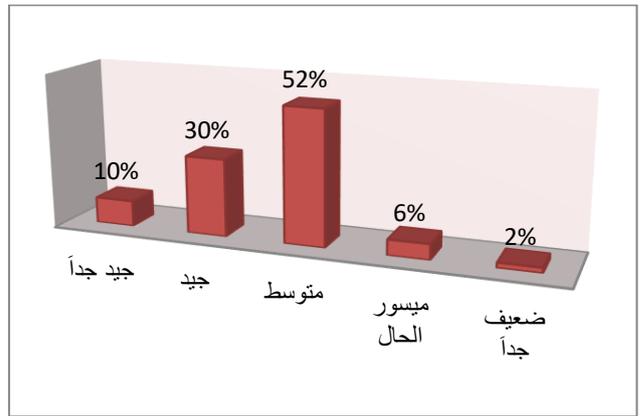
#### 3.1.4 العلاقة ما بين العوامل الاقتصادية ومشاركة المرأة في القطاع السياحي

تقصد بالعوامل أو الخصائص الاقتصادية: المستوى الاقتصادي لنساء يعملن في القطاع السياحي، المهنة، المناصب التي يشغلنها في هذا القطاع، والمهن المفضلة لديهن. اعتمدت الباحثة على هذه الخصائص لما لهذه المؤشرات من تأثير كبير في تشجيع أو إعاقة عمل المرأة في القطاع السياحي، ومن هذه المؤشرات، نذكر:

##### 1.3.1.4 المستوى الاقتصادي للمرأة العاملة في القطاع السياحي

يتضح من البيانات الواردة في الشكل (6) أنّ نسبة (10%) من أفراد عينة البحث مستواهن الاقتصادي جيدة جداً، أما المستوى الجيد فنسبته (30%)، مقابل المتوسط (52%) ثم ميسوري الحال (6%) وانتهاءً بالمستوى ضعيف جداً ونسبته (2%) من أراء عينة البحث.

نستنتج من البيانات الإحصائية أنّ المستوى الاقتصادي المتوسط يشكل النسبة الأعلى والتي وصلت الى (52%) من مجموع عينة البحث.



الشكل: من إعداد الباحثة

شكل (6) يوضح المستوى الاقتصادي لوحدة عينة البحث

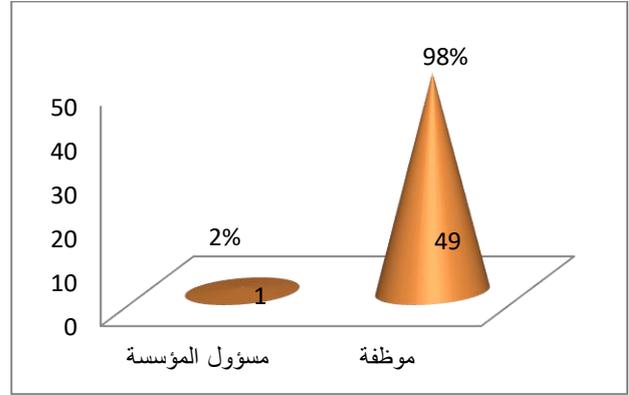
##### 2.3.1.4 مستوى الدخل الشهري للمرأة العاملة في القطاع السياحي

يتضح من البيانات الواردة في الشكل (7) أنّ نسبة (56%) من أفراد عينة البحث دخلهن الشهري يتراوح ما بين (400-500) ألف دينار العراقي، أما اللواتي يتراوح دخلهن الشهري بين (600 - 700) ألف دينار العراقي فنسبتهن (26%)، مقابل (800) ألف دينار العراقي فما فوق بنسبة (18%) من مجموع أفراد عينة البحث.

نستنتج من البيانات الإحصائية أنّ النساء ذوات الدخل المنخفض جداً، ما بين (400 - 500) ألف دينار العراقي، قد شكلت أعلى نسبة، مقابل (800) ألف دينار العراقي فما فوق للنسبة الأقل. وهذا يشير إلى أنّ المدخول الشهري للنساء اللواتي يشتغلن في القطاع السياحي منخفض جداً، الأمر الذي يعيق عملهن

#### 4.3.1.4 المناصب التي تشغلها المرأة في القطاع السياحي

أما لجهة المناصب التي تشغلها النساء فإن البيانات الواردة في الميداني، الشكل (9)، تُظهر نسبة (2%) من وحدات عينة البحث كمسؤولات عن المؤسسة، مقابل الأغلبية الساحقة كوظفات في مؤسسات القطاع السياحي.



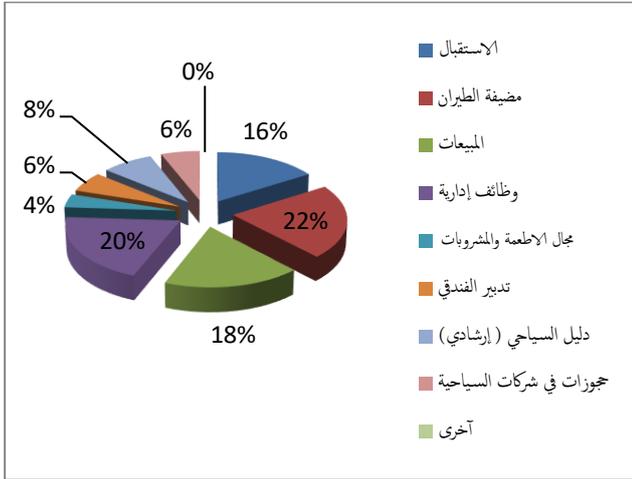
الشكل: من إعداد الباحثة

#### شكل (9) يوضح المناصب التي تشغلها المرأة في المؤسسات القطاع السياحي

#### 5.3.1.4 المهن المفضلة للمرأة في القطاع السياحي

وحول المهن التي تفضلها وحدات عينة الدراسة في القطاع السياحي، وعند توجيه السؤال، كانت الاجابات كالآتي: الاستقبال في المؤسسات السياحية سواء في الفنادق أو المطاعم بنسبة (16%)، مضيقة الطيران (22%) من إجابات وحدات عينة الدراسة، المبيعات (18%) من مجموع إجابات وحدات عينة الدراسة؛ أما الوظائف فنسبتها (20%)، مقابل (4%) للوظائف في مجال الاطعمة والمشروبات، و (6%) لوظيفة التدبير الفندقي والحجوزات في الشركات السياحية، مقابل (8%) لوظيفة دليل السياحي من مجموع افراد عينة الدراسة.. ووظائف أخرى لم تسجل أية نتيجة.

نستنتج من البيانات الواردة في الميداني والذي يوضحه الشكل (10) أنّ وظيفة مضيقة الطيران سجلت اعلى نسبة من إجابات وحدات عينة الدراسة، وكذلك الوظائف الإدارية والتي جاءت في المرتبة الثانية، وتلتها المبيعات في المرتبة الثالثة، والاستقبال في المرتبة الرابعة. هذا ما يؤكد لنا أنّ المرأة تفضل الوظائف الادارية والمكتبية أكثر من الوظائف الخدمية في القطاع السياحي.



الشكل: من إعداد الباحثة

#### شكل (10) يوضح آراء عينة البحث حول المهن التي يفضلها في القطاع السياحي

#### 4.1.4 العلاقة ما بين المستوى التعليمي ومشاركة المرأة في القطاع السياحي

##### 1.4.1.4 المستوى التعليمي

إن للمستوى التعليمي دوره في عمل المرأة ضمن القطاع السياحي وكذلك بتشجيعها على العمل في هذا القطاع؛ وتُظهر من البيانات الواردة في الشكل (11) أنّ نسبة (2%) من أفراد عينة البحث أمميات، مقابل (4%) من اللواتي يقرآن ويكتبن؛ أما مستوى مرحلة الابتدائية فقد سجل نسبة (16%) من مجموع وحدات عينة الدراسة، مقابل (24%) للمرحلة المتوسطة، و (32%) للمرحلة الاعدادية ضمن مجموع وحدات عينة الدراسة؛ أما المستوى المعاهد وشهادات الدبلوم فقد جاءت بنسبة (16%) مقابل (6%) للبكالوريوس، ولم تسجل مرحلة الماجستير والدكتوراه أية نسبة تذكر.

نستنتج من البيانات الواردة في الميداني، الشكل (11)، أنّ المستوى التعليمي لدى أغلبية العاملات في القطاع السياحي هو في حدود المرحلة المتوسطة والاعدادية والتي شكلت أغلبية أفراد عينة البحث، أي (56%).



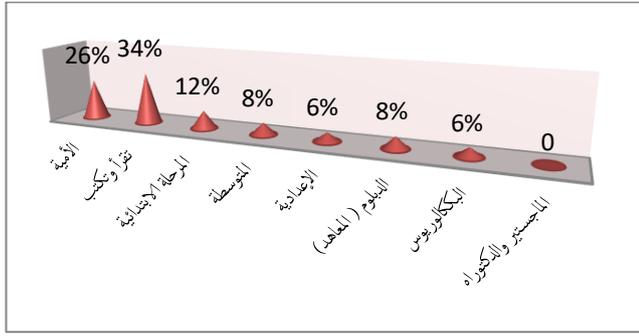
الشكل: من إعداد الباحثة

#### شكل (11) يوضح تميز المستوى التعليمي لوحدة عينة البحث

#### 2.4.1.4 المستوى التعليمي للأب

أما بالنسبة للمستوى التعليمي للآباء في وحدات عينة البحث، فقد كانت النتيجة كالآتي:

تُظهر البيانات الواردة في الشكل (12) أن نسبة (15%)، أي غالبية آباء وحدات عينة الدراسة، كانوا أميين، مقابل نسبة (18%) للمرحلة المتوسطة والاعدادية لدى آباء عينة الدراسة؛ أما المستوى الجامعي فقد سجل أقل وهي (14%) من مجموع أفراد عينة الدراسة.



الشكل: من إعداد الباحثة

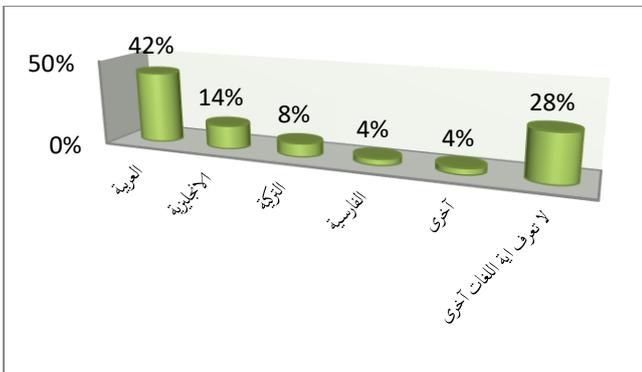
#### شكل (13) يوضح المستوى التعليمي للأهات في وحدات عينة البحث

#### 5.1.4 العلاقة ما بين المستوى الثقافي ومشاركة المرأة في القطاع السياحي

ما تقصده بالمستوى الثقافي في هذا البحث هو؛ اتقان أفراد عينة الدراسة للغات الأخرى إضافة إلى اللغة الكوردية، معرفة استعمال الحاسب الآلي والشهادات الخاصة بهذا المجال، دخول الدورات التدريبية في مجال السياحة، ومدى الوعي لدى المرأة نفسها حول أهمية تشجيع المرأة على العمل في المجال السياحي.

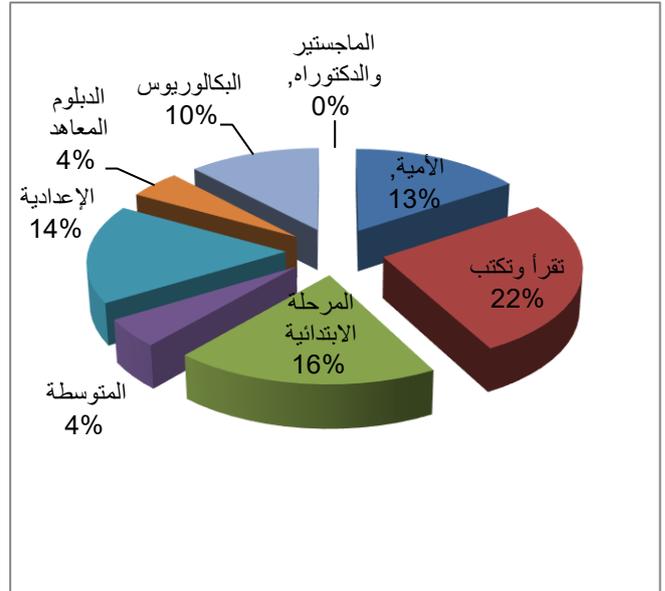
#### 1.5.1.4 اتقان اللغات أخرى

يتبين من البيانات الواردة في الشكل (14) أن نسبة (42%) من أفراد عينة الدراسة يتقن اللغة العربية، مقابل (1%) ممن يعرف اللغة الانجليزية، ونسبة (8%) للغة التركية من مجموع عينة البحث، و(4%) من مجموع أفراد عينة البحث يتقن اللغة الفارسية مقابل (28%) لا يعرف سوى اللغة الكوردية أو اللغة الأم. من خلال ذلك نستنتج بأن أغلبية وحدات عينة البحث، أي نسبة (42%) كن يعرف اللغة العربية، و (28%) لا يعرف غير اللغة الأم. وهذا ما يؤكد صحة فرضية البحث القائلة بأن ( هناك علاقة ما بين العوامل الثقافية وعزوف المرأة عن العمل في القطاع السياحي) لاسيما وأن اللغة مؤشر وعامل أساسي في تكوين فرصة العمل ضمن المجال السياحي.



الشكل: من إعداد الباحثة

#### شكل (14) يوضح معرفة اللغات الأخرى لوححدات عينة الدراسة



الشكل: من إعداد الباحثة

#### شكل (12) يوضح المستوى التعليمي للآباء وحدات عينة البحث

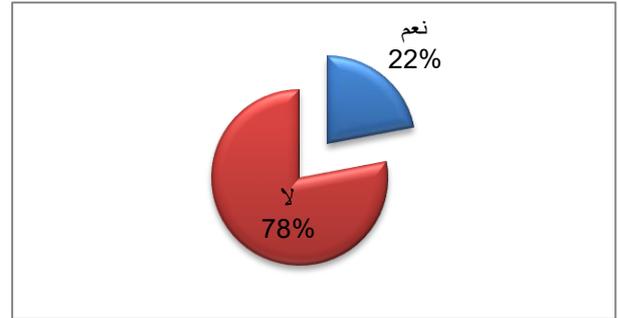
#### 3.4.1.4 المستوى التعليمي للأب

أما بالنسبة للمستوى التعليمي لدى الأهات في وحدات عينة الدراسة، فقد أظهرت نتائج الدراسة الميدانية كما هو موضح في الشكل (13) أن نسبة الأمية (26%) مقابل (34%) يقرآن ويكتبن من مجموع أفراد عينة الدراسة، و (12%) لمستوى المرحلة الابتدائية؛ ونسبة (14%) للمرحلة المتوسطة والاعدادية من مجموع أفراد عينة البحث، و(14%) لمرحلة المعاهد والكليات من مجموع أفراد عينة الدراسة.

نستنتج من البيانات الواردة في الميداني الشكل (13) أن أغلبية أهات وحدات عينة الدراسة يعرف القراءة، وأن المستوى التعليمي الجامعي هو قل نسبة تذكر.

#### 2.5.1.4 شهادت استعمال الحاسب الآلي

يتضح من البيانات الواردة في الشكل (15) أنّ نسبة كبيرة من وحدات عينة الدراسة لا يعرف استعمال الحاسب الآلي، أي نسبة (78%) من مجموع عينة الدراسة، مقابل نسبة قليلة جداً أي (22%) كن يعرف استعمال الحاسب الآلي. وهذا ما يشير إلى أنّ أغلبية عينة الدراسة لا يُتَقَرُّ استعمال التكنولوجيا الإلكترونية في عملية تسهيل مهماتهم، وهذا ما يعتبر من المعوقات أمام حصول المرأة على مهنة وعمل أفضل ولائق بها.

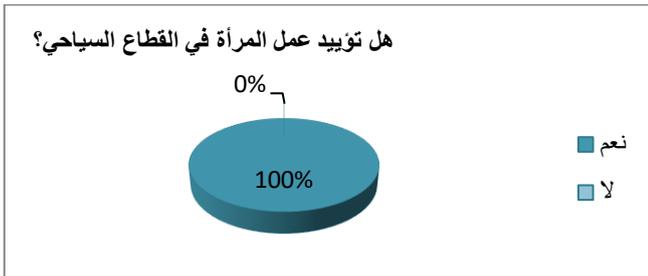


الشكل: من إعداد الباحثة

شكل (15) يوضح نسب شهادت الحاسب الآلي لدى وحدات عينة البحث

#### 4.5.1.4 تأييد عمل المرأة في القطاع السياحي

بعد طرحنا لسؤال: هل تؤيد عمل المرأة في القطاع السياحي؟ كانت الإجابة حاسمة كما يوضحها الشكل (17): (100%) بنعم، أي يؤيد عمل المرأة في القطاع السياحي. وهذا ما يؤكد على ضرورة وعي المرأة بضرورة وتشجيع النساء الأخريات للعمل في هذا المجال، إضافة إلى أنّ القطاع السياحي هو قطاع اقتصادي ويوفر الدخل وفرص العمل الكثيرة للمرأة، فضلاً عن كونه ممتعاً غير متعب.. ولذلك ينبغي على المرأة نفسها تشجيع مثيلاتها من النساء الأخريات للعمل في هذا المجال.

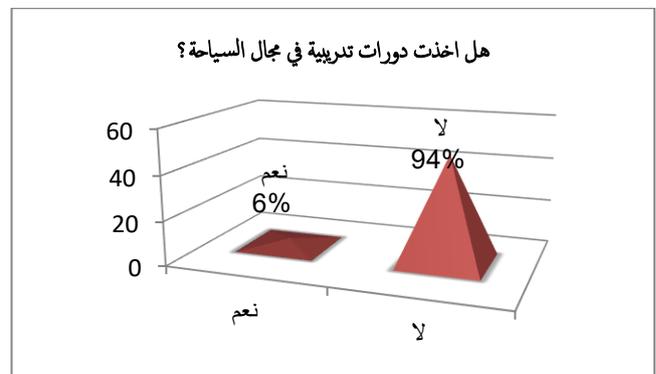


الشكل: من إعداد الباحثة

شكل (17) يوضح آراء عينة البحث حول تأييد عمل المرأة في القطاع السياحي

#### 3.5.1.4 دورات تدريبية في مجالات السياحة

بعد توجيه السؤال حول الدورات التدريبية في مجال السياحة، كانت النتائج التي يوضحها الشكل (16) كالآتي: إنّ غالبية افراد عينة البحث لم تتلقى أية دورات تدريبية في مجال السياحة، ونسبتين (94%) من مجموع أفراد عينة البحث، مقابل النسبة القليلة جداً (6%) ممن تلقين دورات تدريبية في مجال السياحة؛ هذا ما يؤكد على صحة فرضية البحث القائلة بأن: (هناك علاقة ما بين العوامل الثقافية وعزوف المرأة عن العمل في القطاع السياحي) لاسيّما وأنّ الخبرات العملية والنظرية مؤشر وعامل أساسي في تكوين فرصة العمل ضمن المجال السياحي.



الشكل: من إعداد الباحثة

شكل (16) يوضح نسبة الدورات التدريبية لوحدة عينة البحث في المجال السياحي

#### 2.4 التحديات التي تواجه عمل المرأة في القطاع السياحي

##### 1.2.4 البيانات المتعلقة بالتحديات المجتمعية والثقافية والأسرية والدينية للمرأة في

##### القطاع السياحي

نالت عبارة " إنّ العادات والتقاليد تمنع الإناث من العمل لساعات طويلة" من الجدول (1) المرتبة الأولى بمعامل الاختلاف (36)، وحلت كلّ من عبارتي " إنّ عمل المرأة في قطاع السياحة قد يؤخر فرصة الزواج للمرأة أو عدم الزواج" و " نظرة المجتمع الدونية للمرأة" في المرتبة الثانية بمعامل الاختلاف (43)؛ تلاها في المرتبة الثالثة ومعامل الاختلاف (45)، كل من العبارات " لا يزال الرجل يقوم باختيار العمل للمرأة إلى الحد الذي يدفعها - أحياناً - للقبول برأي الرجل والابتعاد عن سوق العمل" و " التأثير على استقرار المرأة الاجتماعي والعائلي والعائلي".

أمّا في المرتبة الرابعة ومعامل الاختلاف (47)، فقد حلت عبارات " التحرش الجنسي للمرأة في مكان العمل" و " وجود المشروبات الروحية في مؤسسات السياحة: وهي تخالف التعاليم الدينية والتقاليد" و " تفضيل الرجال على النساء في بعض المهن السياحية".

جدول 1: التحديات المجتمعية والثقافية والأسرية والدينية للمرأة في إقليم كردستان

عصر التقييم	مناطق التقييم											
	البلد			الريف			الحضر			الوسط		
	النسبة المئوية											
تحفظ الأسرة على سفر المرأة لأغراض العمل	12	24	36	11	22	33	4	8	12	1.12	2.38	
تحفظ الأسرة على خروج المرأة في وقت متأخر لأغراض العمل	17	34	51	7	14	21	0	0	0	0.54	1.88	
لا يزال الرجل يقيم بأخبار العمل للمرأة إلى الحد الذي يدفعها - أحياناً - لقبول ربي الرجل والأبعاد عن سوق العمل	15	30	45	6	12	18	2	4	6	0.87	1.96	
صعوبة القيام بالواجبات المنزلية للمرأة العاملة	12	24	36	7	14	21	6	12	18	1.23	2.34	
صعوبة تأمين الأطفال خلال وقت العمل	15	30	45	10	20	30	2	4	6	0.93	2.08	
الإلزام ببعض التعليم الدينية التي تفرض على النساء توأماً من العزلة والابتعاد عن العالم الخارجي	12	24	36	5	10	15	8	16	24	1.21	2.32	
تعرض بعض المراتب، في القطاعات السياحية، مع مضطبات البيئة	16	32	48	6	12	18	0	0	0	1.27	2.12	
صعوبة تأدية الواجبات الاجتماعية للمرأة العاملة	13	26	39	8	16	24	5	10	15	1.24	2.38	
إزدواجية دور المرأة في المجتمع	16	32	48	8	16	24	0	0	0	0.85	1.96	
تحفظ المجتمع على عمل المرأة في الأماكن الخطرة	14	28	42	6	12	18	4	8	12	1.26	2.28	
أن عمل المرأة في قطاع السياحة قد يؤثر فوضاً على الزواج للمرأة أو عدم الزواج	13	26	39	9	18	27	3	6	9	1.14	2.30	
انتشار ثقافة العيب في المجتمع	17	34	51	9	18	27	2	4	6	1.08	2.14	
التعرض للنسب للمرأة في مكان العمل	18	36	54	8	16	24	6	12	18	0.97	1.98	
السيطرة الذكورية في اختيار المنصب لعمل المرأة	13	26	39	6	12	18	4	8	12	1.17	2.26	
نظرة المجتمع البوذية للمرأة	16	32	48	6	12	18	3	6	9	1.07	2.06	
أن العادات والتقاليد تمنع الإناث من العمل لساعات طويلة	8	16	24	6	12	18	2	4	6	1.53	2.82	
وجود المبررات الروحية في مناسبات السياحة وهي تحث على التعليم الدينية والتأديب	12	24	36	10	20	30	4	8	12	1.12	2.28	
تفضيل الرجال على النساء في بعض المهن السياحية	15	30	45	7	14	21	4	8	12	0.98	2.04	
نظرة المجتمع غير العادلة للمرأة العاملة في القطاع السياحي	14	28	42	6	12	18	4	8	12	1.16	2.20	
التأثير على استقرار المرأة الاجتماعي والعائلي والمهني	12	24	36	9	18	27	3	6	9	1.13	2.32	

الجدول: من إعداد الباحثة

\* الترتيب حسب معامل الاختلاف في كل من الجداول (6-1).

وفي المرتبة الرابعة ومعامل اختلاف (35) العبارة "عدم الكفاية/ التوفر في فرص الترقية"

أما المرتبة الخامسة ومعامل الاختلاف (36) فكانت عبارة "ضعف الإستقرار الوظيفي والاقتصادي للعاملات في المهن السياحية".

وفي المرتبة الأخيرة استقرت عبارة "إنخفاض معدلات الأجور" ومعامل الاختلاف (70).

نشنتج من البيانات الاحصائية أن هنالك الكثير من التحديات الاقتصادية التي تعيق عمل المرأة في القطاع السياحي، ومن أهمها تذبذب الدخل السياحي وارتباطه بالموسمية (موسمية العمل) والصناعة السياحية وقلة مجالات العمل المتاحة. بالتالي، ورغم (تطور فرص العمل المتاحة للمرأة ونسبتها لاجبالي العاملين في القطاع الفندقي العراقي، يتوضح لنا أن هناك تذبذباً في تطور أعداد الإناث مقارنة بالذكر في الفنادق العراقية للفترة (2002-2013)، ولكن تعتبر النسبة ضئيلة حيث كانت أعلى نسبة في عام 2002 (12.9%) وأصبحت متدنية جداً عام 2013 حيث بلغت (5.0%) مما لا يتناسب مع أعداد الفنادق وتصنيفاتها في مختلف محافظات العراق وخاصة (بغداد - النجف - كربلاء). (شبر و عبدالجبار، 2016، 760-761). وقلة الفرص المتاحة أمامها لشغل المناصب الإدارية الكبرى لاستئثار الرجال دائماً بها، وعدم رغبة العاملين من النساء والرجال

تلاها في المرتبة الخامسة ومعامل الاختلاف (53) عبارة "تحفظ الأسرة على سفر المرأة لأغراض العمل"; وفي المرتبة السادسة ومعامل الاختلاف (54) العبارات التالية "تحفظ الأسرة على خروج المرأة في وقت متأخر لأغراض العمل" و "الإلتزام ببعض التعليم الدينية التي تفرض على النساء نوعاً من العزلة والابتعاد عن العالم الخارجي" و "تعارض بعض الممارسات، في القطاعات السياحية، مع معتقدات الدينية".

أما المرتبة السابعة ومعامل الاختلاف (56) فقد نالتها كل من العبارات التالية "صعوبة القيام بالواجبات المنزلية للمرأة العاملة"، "صعوبة تأمين الأطفال خلال وقت العمل"، "إزدواجية دور المرأة في المجتمع". وتلاها في المرتبة الثامنة ومعامل الاختلاف (57) عبارة "تحفظ المجتمع على عمل المرأة في الأماكن المحتلطة"، ثم في المرتبة التاسعة ومعامل الاختلاف (58) حلت عبارة "انتشار ثقافة العيب في المجتمع".

أما المرتبة الأخيرة بمعامل الاختلاف (59) فقد نالتها العبارة التالية "السيطرة الذكورية في اختيار التخصص والمكان المناسب لعمل المرأة".

ونستنتج أن: العادات والتقاليد الاجتماعية لها الأثر الكبير في توجيهه أو تجميد الرغبة لدى أفراد المجتمع نحو العمل السياحي. وكذلك أن السبب الرئيسي لمحدودية النشاط الاقتصادي للإناث في إقليم كردستان هو الأعراف الاجتماعية والثقافية التي ترفض اختلاط الفئات بجنسيات مختلفة، كما وتمنع وجودها في أماكن تقدم المشروبات الكحولية أو العمل لساعات متأخرة في الليل وغيرها مما تتطلبه مهن السياحة. بالإضافة إلى قسوة الظروف الاجتماعية والقهر الاجتماعي، نقص الخدمات رعاية الاطفال... وغيرها. لقد أكدت نتائج الدراسة أن المرأة لا تزال تعاني من انماط القهر الاجتماعي، و في مقدمتها قيود اختيار العمل، إلى الحد الذي يدفعها أحياناً لقبول برأي الرجل والابتعاد عن سوق العمل. (جاسم، 2011، 269).

#### 2.2.4 التحديات الاقتصادية والمتعلقة بطبيعة العمل السياحي

حلت في المرتبة الأولى من الجدول (2) ومعامل إختلاف (22) العبارة "تذبذب الدخل السياحي وارتباطه بالموسمية (موسمية العمل) والصناعة السياحية". أما في المرتبة الثانية ومعامل الاختلاف (32) فقد نالتها عبارة "الفجوة الواسعة ما بين دخل المرأة والرجل في الوظيفة نفسها والوقت نفسه". وتلاها في المرتبة الثالثة عبارة "ضعف المصادر المالية سواء أكانت ذاتية أم من مؤسسات تمويلية تساعد المرأة على إقامة مشاريع سياحية"

أما في المرتبة الثالثة و بمعامل اختلاف ( 64)، فكانت عبارة " قلة المنشورات الإعلامية التي تسلط الضوء على قصص نساء نجحن في القطاع السياحي".  
تلاها في المرتبة الرابعة و بمعامل اختلاف ( 75)، اتجاه المؤيد لضعف الجهد الحكومي- ممثلا بوزارة السياحة - بترويج الصناعة السياحية وأهمية عمل المرأة فيها.. وحلت في المرتبة الاخيرة و بمعامل اختلاف ( 87)، عبارة " عدم وجود الحملات التثقيفية من خلال الاحزاب والمنظمات بهذا الشأن".

نستنتج من الوارد في الميداني أن هنالك الكثير من التحديات التي تعيق عمل المرأة في القطاع السياحي و خاصة ما يتعلق منها بالوسائل الإعلامية لناعية قلة البرامج التي تسلط الضوء على أهمية عمل المرأة في القطاع السياحي، وعدم وجود حملات التوعية الاعلامية.

#### 4.2.4 التحديات المتعلقة بالتعليم السياحي

وفقاً للبيانات الواردة في الجدول (4) نالت المرتبة الأولى و بمعامل الاختلاف عبارة "عدم توفر المؤهلات العلمية والخبرات العملية ( نقص التدريب)"; وحلت في المرتبة الثانية العبارات التالية " قلة المدارس التي توفر التعليم الثانوي الفندقية" و " حداثة التخصصات السياحية والفندقية في الجامعات (حداثة التعليم)" بمعامل اختلاف ( 39).

أما عبارة "ضعف توجه التربية المدرسية" فنالت المرتبة الثالثة و بمعامل اختلاف ( 53)، مما يعزز أهمية مشاركة المرأة في القطاعات الاقتصادية غير التقليدية، وعلى رأسها العمل في قطاع السياحة.

بينما جاء " ارتباط التحاق الطالبات بالتخصصات السياحية بأتماط القبول عوضاً عن الرغبة الحقيقية بالعمل السياحي" في المرتبة الرابعة و بمعامل اختلاف ( 64). نستنتج من البيانات الواردة في الجدول (4) أن من أهم التحديات التي تواجه المرأة في مجال السياحي: عدم تأهيلها بالخبرات السياحية، مع ضعف المدارس والإعداديات السياحية.

#### جدول 4: التحديات المتعلقة بالتعليم السياحي للمرأة في إقليم كردستان

عصر التقييم	متوسط التقييم						المتوسط الإجمالي	معدل الترتيب
	المرتبة الأولى	المرتبة الثانية	المرتبة الثالثة	المرتبة الرابعة	المرتبة الخامسة	المتوسط الإجمالي		
ارتباط المتاح الطالبات بالتخصصات السياحية بأتماط القبول عوضاً عن الرغبة الحقيقية بالعمل السياحي	4	4	4	4	4	4	4	64
حداثة التخصصات السياحية والفندقية في الجامعات (حداثة التعليم)	2	2	2	2	2	2	2	39
ضعف توجه التربية المدرسية بما يبرز مشاركة المرأة في القطاعات الاقتصادية غير التقليدية، وعلى رأسها العمل في قطاع السياحة	3	3	3	3	3	3	3	53
قلة المدارس التي توفر التعليم الثانوي الفندقية	2	2	2	2	2	2	2	39
عدم توفر المؤهلات العلمية والخبرات العملية (نقص التدريب)	1	1	1	1	1	1	1	35

الجدول: من إعداد الباحثة

في العمل تحت رئاستها. والتفاوت في الأجور والرواتب والساعات العمل، أما فيما يخص الأجور والمزايا المدفوعة للمرأة العاملة في الفنادق العراقية لعام 2013، أن نسبة الإناث بلغت (5.16%) للقطاعات العام والخاص والمختلط، وهي نسبة ضئيلة جداً مقارنةً بنسبة الأجور والمزايا المدفوعة للذكور لعام 2013، سواء في العمل الإداري أو الحدي. ( شبر و عبدالجبار، 2016، 765).

هذا إضافة إلى وجود فجوة واسعة ما بين دخلها ودخل الرجل الذي يعمل ضمن الوظيفة نفسها والوقت نفسه، بحيث تحصل هي على راتب أقل من راتبه.

#### جدول 2: التحديات الاقتصادية والمتعلقة بطبيعة العمل السياحي للمرأة في إقليم كردستان

عصر التقييم	متوسط التقييم						المتوسط الإجمالي	معدل الترتيب
	المرتبة الأولى	المرتبة الثانية	المرتبة الثالثة	المرتبة الرابعة	المرتبة الخامسة	المتوسط الإجمالي		
تذبذب الدخل السياحي وارتباطه بالموسمية والصناعة السياحية	1	1	1	1	1	1	1	22
ضعف الاستقرار الوظيفي والاقتصادي للحملات في المدن السياحية	5	5	5	5	5	5	5	36
عقل المرزوق الذي في بعض المدن السياحية	9	9	9	9	9	9	9	140
ضعف المصادر المالية سواء أكانت ذاتية أم من مؤسسات تمويل تساهل	3	3	3	3	3	3	3	34
المرأة على إقامة مشاريع سياحية	4	4	4	4	4	4	4	35
عدم الكفاءة/ الفوق في وقت الترقية	12	12	12	12	12	12	12	61
عدم وجود وصف وظيفي واضح لعمل المرأة	14	14	14	14	14	14	14	70
انخفاض معدلات الأجور	13	13	13	13	13	13	13	68
عدم انتظام ساعات العمل وطولها	7	7	7	7	7	7	7	52
المعاملة غير العادلة من قبل الإدارة والموظفين والرواد للمرأة العاملة	11	11	11	11	11	11	11	59
تأخر قطاع السياحة بالأحداث السلبية العجيبة التي تؤدي إلى قلة العمل أو تغير الرواتب	6	6	6	6	6	6	6	50
محدودية عمل المرأة في القطاع السياحي، مع نظرة من عدم الرضا على الأقل بالنسبة للبريد وفي مجالات معينة	12	12	12	12	12	12	12	61
غير المرأة من العمل في قطاع السياحة بما يتفوقه العمل من السفر المسافر	10	10	10	10	10	10	10	58
فرض الجمع على المرأة مجلات أو مجالات معينة للعمل بها	2	2	2	2	2	2	2	32
الفتوة الواسعة ما بين دخل المرأة والرجل في الوظيفة نفسها والوقت نفسه	13	13	13	13	13	13	13	68
إعدام الفترات المقررة لعمل المرأة في القطاع السياحي (سفر الزواج - غير)	11	11	11	11	11	11	11	59
قلة الفرص المتاحة أمام المرأة لتفعل المناصب الإدارية الكبرى	8	8	8	8	8	8	8	53

الجدول: من إعداد الباحثة

#### جدول 3: التحديات المتعلقة بوسائل الإعلام السياحي للمرأة في إقليم كردستان

عصر التقييم	متوسط التقييم						المتوسط الإجمالي	معدل الترتيب
	المرتبة الأولى	المرتبة الثانية	المرتبة الثالثة	المرتبة الرابعة	المرتبة الخامسة	المتوسط الإجمالي		
قلة المنشورات الإعلامية التي تسلط الضوء على قصص نساء نجحن في القطاع السياحي	3	3	3	3	3	3	3	64
ضعف الجهد الحكومي- ممثلا بوزارة السياحة- بترويج الصناعة السياحية	4	4	4	4	4	4	4	75
وأهمية عمل المرأة فيها	2	2	2	2	2	2	2	63
وجود بعض الصور النمطية السلبية عن عمل المرأة في القطاع السياحي، خصوصا في بعض وسائل الاعلام	1	1	1	1	1	1	1	25
قلة البرامج التي تسلط الضوء على أهمية عمل المرأة في قطاع السياحة	5	5	5	5	5	5	5	87
عدم وجود الحملات التثقيفية من خلال الاحزاب والمنظمات بهذا الشأن	3	3	3	3	3	3	3	34

الجدول: من إعداد الباحثة

#### 3.2.4 التحديات المتعلقة بوسائل الإعلام

انتضح من الجدول (3) أن: المرتبة الأولى و بمعامل اختلاف (25)، هي عبارة " قلة البرامج التي تسلط الضوء على أهمية عمل المرأة في قطاع السياحة". و المرتبة الثانية بمعامل اختلاف (63)، عبارة " وجود بعض الصور النمطية السلبية عن عمل المرأة في القطاع السياحي، خصوصا في بعض وسائل الاعلام".

جدول 5: التحديات المتعلقة بالعوامل التشريعية (القانونية) للمرأة في إقليم كردستان

عصر التقييم	مؤشرات التقييم					
	الرائحة		الرائحة		الرائحة	
عند	%	عند	%	عند	%	عند

الجدول: من إعداد الباحثة

ثم في المرتبة السابعة عبارة " عمل المرأة " في قطاع السياحة يزيد من مهارات التواصل لديها والتفاعل مع الآخرين".

وفي المرتبة العاشرة جاءت عبارة " إن عمل المرأة في قطاع السياحة يساعدها على الاستقلال الاقتصادي مما يزيد من قدرتها على اتخاذ القرارات المتعلقة بطبيعة الحياة التي ترغب".

جدول 6: المحفزات التي تزيد من مشاركة المرأة في القطاع السياحي في إقليم كردستان

عصر التقييم	مؤشرات التقييم					
	الرائحة		الرائحة		الرائحة	
عند	%	عند	%	عند	%	عند

الجدول: من إعداد الباحثة

5.2.4 التحديات المتعلقة بالعوامل التشريعية (القانونية)

فيما يتعلق بالتحديات القانونية والتي يوضحها الجدول (5) فقد جاءت في المرتبة الأولى و بمعامل اختلاف عبارة (28)، " عدم تحديث المدراء للأظمة والتعليقات لتسهيل عمل المرأة في القطاع السياحي".  
و حلت عبارة " عدم وجود تشريعات خاصة بالقطاع السياحي لتشجيع إقبال المرأة على العمل في القطاع السياحي" في المرتبة الثانية و بمعامل اختلاف (47).

3.4 الفرص التي تزيد من مشاركة المرأة في القطاع السياحي

تقصد بالفرص المتاحة للمرأة للمشاركة في العمل في القطاع السياحي الدوافع التي تحفز المرأة للمشاركة في هذا المجال، وهي كما أوضحتها البيانات الواردة في الميداني ضمن الجدول (6): " إن عمل المرأة في قطاع السياحة يكسر الصورة النمطية عنها" جاءت في المرتبة الأولى و بمعامل اختلاف (34)، قبالها في المرتبة الثانية و بمعامل اختلاف (37)، عبارتها " إن عمل المرأة في قطاع السياحة يقلل من نسبة البطالة لدى الإناث" و " إن عمل المرأة في قطاع السياحة يزيد من نسبة مساهمة الإناث في سوق العمل، وخاصة في القطاعات غير التقليدية".

تلاها في المرتبة الثالثة بمعامل اختلاف (46)، وبموافقة شديدة، العبارات التالية " عمل المرأة في قطاع السياحة يبرز الجانب الجمالي للمجتمع الكوردي" و " إن عمل المرأة في قطاع السياحة يسهم بتوفير الدخل الجيد لها".

بينما حظيت آراء عينة الدراسة حول ما إذا كان " عمل المرأة في قطاع السياحة يزيد من ثقمتها بنفسها بحكم طبيعة العمل" - (أي بناء الشخصية) - بالمرتبة الرابعة و بموافقة كبيرة أيضاً.

أما " عمل المرأة في مجال السياحة يزيد بها افتتاحتها أكثر مع الثقافات الأخرى" فجاءت في المرتبة الخامسة.

وتلاها في المرتبة السادسة " عمل المرأة في قطاع السياحة يتيح لها الفرصة لتعلم اللغات المختلفة".

5. المحور الرابع: الإستنتاجات والتوصيات

1.5 الإستنتاجات

بناء على بيانات الدراسة ونتائج التحليل الخاصة بهذا البحث، وبعد الإجابة عن أسئلة الدراسة واختبار فرضياتها، تم توصل إلى النتائج الآتية:

- إن تدني مشاركة المرأة في القطاع السياحي وبشكل قوي يعود إلى وجود معوقات اجتماعية والثقافية تعكسها ثقافة المجتمع السائدة والاتجاهات السلبية نحو طبيعة هذا العمل، والتي تؤدي إلى الحد والتأثير على مشاركة المرأة في هذا القطاع من حيث طول ساعات العمل فيه ودوام التنقل والسفر والمبيت خارج المنزل والاختلاط مع ثقافات ذات عادات وتقاليد مغايرة للمجتمع بالنسبة إلى نظرة المجتمع غير العادلة للمرأة العاملة في القطاع السياحي.
- إن هذه النسبة المتدنية قد تعود إلى وجود العديد من الأسباب الأخرى، منها ما يتعلق بالمرأة نفسها، ومنها ما يتعلق بالمجتمع، ومنها ما يختص ببيئة العمل والعوامل الاجتماعية والبيئة المحيطة.
- إن هنالك الكثير من التحديات الاقتصادية التي تعيق عمل المرأة في القطاع السياحي، ومنها: تذبذب الدخل السياحي وارتباطه بالموسمية (موسمية

- العمل) والصناعة السياحية، انخفاض معدلات الأجور؛ الفجوة الواسعة ما بين دخل المرأة والرجل في الوظيفة نفسها والوقت نفسه، وضعف المصادر المالية سواء أكانت ذاتية أم من مؤسسات تمويلية تساعد المرأة على إقامة مشاريع سياحية.
  - إن قلة المنشورات الإعلامية التي تسلط الضوء على قصص نساء نجحن في القطاع السياحي ووجود بعض الصور النمطية السلبية عن عمل المرأة في القطاع السياحي، خصوصا في بعض وسائل الاعلام وقلة البرامج التي تسلط الضوء على أهمية عمل المرأة في قطاع السياحة.. تنعكس مجموعها سلبا على توجه المرأة نحو العمل في القطاع السياحي.
  - إن ضعف توجه التربية المدرسية بما يعزز مشاركة المرأة في القطاعات الاقتصادية غير التقليدية، وعلى رأسها العمل في قطاع السياحة و عدم توفر المؤهلات العلمية والخبرات العملية (نقص التدريب)، يؤخر من تقدم المرأة إلى العمل في القطاع السياحي.
  - إن عدم وجود تشريعات خاصة بالقطاع السياحي لا يشجع إقبال المرأة على العمل في القطاع السياحي.
  - إن عمل المرأة في قطاع السياحة يتيح لها فرصة الانفتاح على الثقافات الأخرى، و تعلم اللغات المختلفة؛ إن عمل المرأة في قطاع السياحة يزيد من نسبة مساهمة الإناث في سوق العمل، وخاصة في القطاعات غير التقليدية؛ إن عمل المرأة في قطاع السياحة يزيد من ثقها بنفسها بحكم طبيعة العمل؛ إن عمل المرأة في قطاع السياحة يكسر الصورة النمطية عنها..
- 2.5 التوصيات**
- بناء على نتائج الدراسة وعلى المعلومات التي تم جمعها من خلال شقي الدراسة النظرية والميدانية، فإن الدراسة الحالية توصي بما يلي:
  - سنّ التشريعات التي من شأنها تشجيع المرأة للإقبال على العمل في القطاع السياحي، ومتابعة تنفيذ هذه التشريعات خاصة من حيث الاستقرار الوظيفي وتذبذب الأجور، إعطاء المحفزات المغرية للراغبات بالعمل في قطاع السياحة.
  - التأكيد على أهمية دور القيادات العليا في إحداث التغيير بالنسبة لوضع المرأة في مكان عملها المناسب ضمن القطاعات السياحية.
  - منح سلف زواج للعاملين في القطاع السياحي وذلك لمعالجة النظرة الاجتماعية والتخوف من عدم الحصول على فرص زواج للعاملات.
  - زيادة الإهتمام بموضوع عمل المرأة في القطاع السياحي، مع التأكيد وبشكل الخاص على العدالة في الترقيات والحوافز والمعاملة.
  - التوسع في طلبات توظيف المرأة في القطاعات السياحية بما في ذلك الفنادق والمرافق السياحية
  - إلزام المؤسسات السياحية بتوظيف نسبة معقولة من الإناث.
  - تأسيس دار حضانة في الفنادق الكبيرة والمنتجعات السياحية، على أن تكون بمستوى صحي جيد.
  - وجوب التأكيد على الحاجة الماسة إلى رسم سياسة تعليمية مشجعة لمؤسسات التعليم السياحي بكافة مستوياته الجامعية والوسط والأساس، بما يتناسب مع متطلبات سوق العمل السياحي والاهتمام به بالتزامن مع نشر الوعي المجتمعي.
  - إنشاء مراكز متقدمة متخصصة في مهن القطاع السياحي لتأهيل أعدادا كبيرة من النساء للدخول في سوق العمل السياحي.
  - تنفيذ حملات توعية مجتمعية للتعريف بالأهمية الاقتصادية والاجتماعية لإدماج المرأة في سوق العمل السياحي والفندقي، والتي تستهدف كافة الجهات المعنية بصنع القرار والمجتمعات المحلية، ولبيان المهن السياحية والفندقية الأكثر مناسبة لعمل المرأة وتمكينها اقتصاديا، واثبات كفاءتها وقدرتها على تحمل المسؤولية كقوة عمل محممة تلعب دورا إيجابيا في تنمية المجتمع عموما، وفي تنمية القطاع السياحي خصوصا.
  - القيام بحملات التوعية في المؤسسات التعليمية للتعريف بصناعة السياحة من حيث طبيعتها وأهميتها ودور المرأة في المساهمة بتنمية و تطوير هذا القطاع الاقتصادي الهام.
  - تشجيع العنصر النسوي للعمل في القطاع السياحي بتكثيف البرامج الإعلامية التي توضح للمرأة إيجابيات العمل في هذا القطاع.
  - القيام بحملات توعية إعلامية منظمة لزيادة تقبل المجتمع لعمل المرأة في القطاع السياحي، مع التركيز على إيجابيات مشاركة المرأة في سوق العمل وخاصة القطاعات غير التقليدية وعلى رأسها العمل في قطاع السياحة.

14. العمر، معن خليل، (2006)، معجم علم الاجتماع المعاصر، دار الشروق للنشر والتوزيع، الأردن.
15. فوراستيه، جان، (1977)، السياحة وأوقات الفراغ، ترجمة: احمد الأورفلي، مطابع الأهرام، القاهرة- مصر.
16. كافي وكافي، مصطفى يوسف و هبة، (2016)، جغرافية السياحة وإدارة المقاصد والمخيمات السياحية، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان- الأردن.
17. كافي وكافي، مصطفى يوسف و هبة مصطفى، (2017)، الاتصال والعلاقات العامة في المؤسسات السياحية وتطبيقاتها، ألفا للوثائق، نشر- استيراد وتوزيع كنب، الجزائر.
18. كافي، مصطفى يوسف، (2015)، الإعلام والإعلان السياحي، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان - الأردن.
19. وزارة التخطيط، حكومة اقليم كردستان، (2014)، خطة التنمية لإقليم كردستان العراق 2015-2019.

- بناء وتطوير ثقافة سياحية وطنية تعتمد حزمة معلومات وافية عن النشاط السياحي وطبيعة وفرص العمل لتغير بعض الجوانب السلبية للصورة الذهنية للمجتمع عنه، والتي تسهم بإزالة تحفظاته وعدم مقبوليته وتؤكد أهميته، لاستيآ الاقتصادية منها والثقافية.
- تسليط وسائل الإعلام الضوء على قصص نجاح لنساء بمهمن في القطاع السياحي.
- إنجاز دراسات مشابهة لتقصي الصعوبات التي تواجه المرأة العاملة في القطاع السياحي مع الاستعانة بنسب وأرقام حديثة ودقيقة. وتقوية الدراسة الحالية بإجراء المزيد من البحوث والدراسات المتعلقة بعمل المرأة في القطاع السياحي.

## 6. المصادر

1. أبو صلح، عدنان، (2006)، معجم علم الاجتماع، دار اسامة للنشر والتوزيع و دار المشرق الثقافي، عمان- الاردن.
2. بن غضبان، فؤاد، (2013)، السياحة البيئية المستدامة بين النظرية والتطبيق، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان- الاردن.
3. تعريف المرأة، متاح على الموقع الإلكتروني التالي - بتاريخ 28 / 4 / 2018.  
<https://ar.wikipedia.org/wiki> 4
5. جاسم، إبراهيم عباس، (2011)، دور المرأة في النشاط السياحي في العراق، مجلة الإدارة و الاقتصاد، السنة الرابعة والثلاثون، العدد 89.
6. خضرة وآخرون، جلال بدر ( 2017)، السياحة الريفية، ألفا للوثائق، نشر- استيراد وتوزيع كنب، الجزائر.
7. الزعبي والشارف، رزان فلاح و أمل محمد علي، (2015)، موقف الشباب من عمل المرأة في القطاع السياحي: دراسة حالة الطلبة في الجامعة الأردنية، مجلة الأردنية للعلوم الاجتماعية، المجلد 8، العدد 1.
8. السبيعي، هدى محمد (2010)، المشكلات الاجتماعية التي تواجه المرأة العاملة في بيئة العمل المختلط \_ رسالة ماجستير منشورة مقدمة لتقسم علم الاجتماع و الخدمة الاجتماعية، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، كلية العلوم الاجتماعية.
9. السمعان، ربي فكتور جميل، (2002)، الصعوبات التي تواجه الإناث العاملات في القطاع السياحي، رسالة ماجستير منشورة، الجامعة الأردنية، عمان- الأردن.
10. شبر و عبدالجبار، إلهام خضير و مها عبدالستار، (2016)، مؤشرات عن واقع تشغيل المرأة في القطاع السياحي العراقي (دراسة تحليلية)، وقائع المؤتمر العلمي الدولي الأول لكلية الدراسات الإنسانية الجامعة..... 19-20 نيسان / 2016، متاح على الموقع الإلكتروني في 2018/12/25.
11. الطائي، حميد عبد النبي (2001)، أصول صناعة السياحة، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان- الاردن.
12. الظاهر، إسلام، (2017) واقع المرأة في مهنة السياحة، متاح على الموقع الإلكتروني التالي في 2017/5/11.
13. <http://www.jordanzad.com/index.php?page=article&id=1414>