سياحة المُنتزَّهات العامة في الأردن: أنماطها، وخصائصها، وسلوك مُرتاديها

فَيْصَلُ مُحَمَّدُ الْبَجْرَاتُ، نِضَالُ مُحَمَّدُ الزَّبُونُ، حَمْزَةُ عَلِي خَوْلِدَةٌ*

ملخص

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل أنماط التنزه وسلوك مرتادي المنتزهات العامة في الأردن، التعرف دوافع الزوار في أثناء زيارتهم تلك المنتزهات العامة، والكشف عن اتجاهاتهم نحو الممارسات التي تضر البيئة في منطقة الدراسة، وبيان العلاقة بين خصائص عينة الدراسة الاجتماعية والاقتصادية وسلوكهم السياحي، وإبراز أهم سبل معالجة المشكلات الموجودة في المنتزهات أو الحد منها، وأفاق تطوير السياحة فيها من وجهة نظر الزوار. ولتحقيق الأهداف سالفة الذكر، استُخدم المنهج الإحصائي التحليلي لتحليل البيانات التي توصلت إليها الدراسة اعتماداً على أداة الدراسة (الاستبانة) التي وُزعت على (556) شخصاً بطريقة العينة المُتاحة، ثم حُلَّت (540) استبانة كانت صالحة للتحليل باستخدام برمجية التحليل الإحصائي (SPSS). واستُخدمت الأساليب الإحصائية المناسبة للدراسة كالتكرارات، والتباين الأحادي، واختبار (ت). وخُلصت الدراسة إلى وجود تباين في خصائص الزوار في المنتزهات العامة، تمثل في سيادة فئة الشباب، ولاسيما فئة الذكور. وتوصلت الدراسة إلى أن السياحة العائلية هي النمط السائد داخل تلك المنتزهات، وأما بالنسبة إلى الخدمات السياحية المتوفرة فيها، فقد تبين أنها تعاني ضعفاً في البنية التحتية، ولاسيما في دورات المياه وأماكن الشواء، مما انعكس سلباً على سياحة المنتزهات العامة، وأدى ذلك بدوره إلى انخفاض رضا الزوار على نحو عام. وأظهرت الدراسة أن هناك عدة سلوكيات سلبية مارستها بعض الزوار في أثناء ارتدادهم المنتزهات، منها: التدخين ورمي أعقاب السجائر، وترك النفايات داخلها، وأوصت الدراسة بضرورة إجراء حملات إرشادية وتوعوية من خلال وسائل الإعلام المختلفة هدفها المحافظة على بيئة المنتزهات من السلوكيات السلبية، وضرورة تفعيل دور الشرطة البيئية لمراقبة سلوكيات بعض الزوار، وتشريع قوانين رادعة لها في المنتزهات العامة في الأردن.

الكلمات الدالة: المنتزهات العامة، السلوك السياحي، أنماط التنزه، السياحة العائلية، الأردن.

المقدمة

تعد السياحة أحد أهم النشاطات الاقتصادية في الأردن بوصفها دولة محدودة الموارد الطبيعية؛ إذ تساهم السياحة بـ (14%) من الناتج المحلي الإجمالي، كما أنها تساهم في توفير ما يزيد على 50 ألف فرصة عمل مباشرة (وزارة السياحة والآثار، 2017)، مما يؤدي إلى خلق أنشطة اقتصادية ثانوية تعمل على تنمية المجتمعات المحلية، وتساهم في الحد من الفقر ولا سيما في المناطق الهامشية، التي لا تتوفر فيها أنشطة اقتصادية أخرى. وتساهم السياحة الداخلية في الحد من تأثير موسمية السياحة الدولية وتوزيع الأثر السياحي على نحو أكثر عدالة وتوازناً على مناطق التنمية المختلفة، كما أنها تحد من تسرب الدخل السياحي والعملات الصعبة للخارج (مقابلة، 2005). وتشكل المنتزهات والحدائق العامة المحلية أيضاً مقصداً سياحياً أو ترفيهياً مهماً للكثير من الراغبين في قضاء وقت الفراغ، وهي إحدى أنماط السياحة الحديثة نسبياً؛ إذ يقدم هذا النمط للزوار وسائل ترفيه واستجمام خلال عطلة نهاية الأسبوع والإجازات الأخرى القصيرة نسبياً (مقابلة، 2005؛ أبو رية، 2016). ويُعد ارتداد المنتزهات والحدائق العامة مؤشراً من مؤشرات رقي الشعوب ورفاهيتها (الطيب، 2013). كما يُعد سلوك مرتادي المنتزهات وفهم ميولهم أمراً في غاية الأهمية؛ وذلك لغايات استدامة النشاط السياحي، وفي السياق نفسه فإن الاهتمام بدراسة سلوك السياح في الأردن، خاصة في أثناء زيارة المنتزهات والحدائق العامة، يُعد من الأمور المُهمَّشة على الرغم من أثره الكبير في استدامة الموقع السياحي وقدرته على جذب السياحة، الذي ينعكس بدوره على عائد السياحة الاقتصادي في المملكة. وعليه، فقد جاءت هذه الدراسة لتحليل سلوكيات مرتادي المنتزهات العامة والعوامل المؤثرة فيها ومعرفة الاتجاهات وتحديد الأسباب التي تحد من نشاطها السياحي.

مشكلة الدراسة وتساؤلاتها:

لوحظ في السنوات الأخيرة، وخاصةً مع زيادة أعداد زوار المُنتزَّهات العامة في الأردن، الكثير من سلوكيات السيَّاح السلبية التي تُؤذي هذه الثروة الوطنية. ولما كان ذلك، ولم تكن صورة طبيعة السياحة الداخلية في المُنتزَّهات العامة في الأردن واضحةً من حيث حجمها وأنماطها وخصائص مرتاديه؛ فقد جاءت هذه الدراسة للوقوف على واقع سياحة تلك المُنتزَّهات والحدائق العامَّة من حيث خصائصها وخصائص مرتاديه وسلوكياتهم وأهم المشكلات التي تعانها هذه الوجهات السياحية كجزء رئيس مما يُسمَّى بالسياحة القائمة على الطبيعة (Nature-Based Tourism)، وتعتبر هذه العملية خطوةً أساسيةً في عملية التخطيط السياحي لتشخيص المشكلات، والعمل على معالجتها وإبراز الإيجابيات ومحاولة تعزيزها. وعليه، فإنَّ هذه الدراسة تسعى إلى الإجابة عن التساؤلات الآتية:

1. ما خصائص سياحة المُنتزَّهات العامة في الأردن؟
2. ما أهم أنماط سلوكيات السيَّاح في أثناء زيارتهم للمنتزهات العامة في الأردن؟
3. ما دوافع السيَّاح لزيارة المُنتزَّهات العامة في الأردن؟
4. ما اتجاهات السيَّاح نحو الممارسات التي تضرُّ البيئة في منطقة الدراسة؟
5. هل هناك علاقة في منطقة الدراسة بين خصائص عينة الدراسة الاقتصادية والاجتماعية من جهة، وسلوكهم السياحي من جهة ثانية؟

6. ما أهم سبل معالجة المشكلات الموجودة في المُنتزَّهات العامة في الأردن أو الحدِّ منها وأفاق تطوير السياحة فيها؟

أهمية الدراسة

يُعدُّ فهم سلوك السيَّاح الخطوة الأولى لفهم واقع السياحة في أي منطقة، ومن ثمَّ التخطيط لاستدامة النشاط السياحي في المكان، وكذلك الارتقاء بمستوى رضا السائح. ومن أجل الحفاظ على أن تكون العلاقة بين السائح والموقع السياحي سليمة فينبغي الوقوف على أهم سلوكيات السيَّاح وعلاقتهم مع المُنتزَّهات العامة في الأردن، التي تعتبر ثروةً وطنية؛ لذا تهتم هذه الدراسة بنمط سياحي مهم غير مستغل في الأردن، وتركز على إمكانية تطويره ومعالجة مشكلاته، واستثماره كنمط سياحي داخلي، مما يجعل له دوراً كبيراً في تعظيم عوائد السياحة الداخلية، وتسهيل الضوء على ممارسات مرتادي المُنتزَّهات العامة في الأردن وسلوكياتهم السلبية، وتقديم الحلول والاقتراحات للحد منها، وتطوير هذا النمط من السياحة، وتوفير بيانات تمكِّن المخطط وصانع القرار من الرجوع إليها عند إعداد الخطط قصيرة الأجل وطويلة الأجل، وتنفيذها.

أهداف الدراسة

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف الآتية:

1. تحليل خصائص سيَّاح المُنتزَّهات العامة وأنماطهم في الأردن.
2. تعرُّف دوافع السيَّاح عند زيارة المُنتزَّهات العامة في الأردن.
3. تعرُّف أهم الممارسات الضارة في بيئة المُنتزَّهات.
4. دراسة أثر خصائص الزوَّار (عينة الدراسة) الاقتصادية والاجتماعية في سلوكهم السياحي في منطقة الدراسة.
5. إيجاد الحلول المناسبة للحد من المشكلات التي تواجه الزوَّار في المُنتزَّهات العامة في الأردن.

منهجية الدراسة ومصادر البيانات**مصادر البيانات**

جُمِعَت البيانات اللازمة للدراسة من المصادر الآتية:

● **البيانات الأولية:** تتمثل في البيانات والمعلومات التي جُمِعَت من خلال الدراسة الميدانية بالاعتماد على أداة الدراسة "الاستبانة".

● **البيانات الثانوية:** تشمل المعلومات والبيانات الصادرة عن الجهات الرسمية ذات الصلة، مثل: وزارة السياحة والآثار، ودائرة الإحصاءات العامة، والجمعية العلمية الملكية لحماية الطبيعة، وهيئة تنشيط السياحة، كما تشمل المعلومات الواردة في الكتب والأبحاث والمجلات العلمية المتخصصة بالسياحة.

أداة الدراسة (الاستبانة):

لتحقيق أهداف الدراسة وجمع البيانات المطلوبة صُمِّمَت استبانة خاصة تتكون من ثمانية أجزاء، وتشمل: بيانات المُنتزَّهين

الديمغرافية والاقتصادية والاجتماعية، وبيانات ومعلوماتٍ عن أنماط التَّنَزُّه لمرتادي المُتَنَزَّهات العامة في الأردن، ودوافع زيارة المُتَنَزَّهات العامة في الأردن، وتقييم الخدمات السياحية المتوفرة، والسلوكيات السلبية في المُتَنَزَّهات العامة في الأردن، وأسباب سلوكيات مرتادي المُتَنَزَّهات العامة في الأردن السلبية السابقة من وجهة نظر الزوّار، والأضرار الناجمة عن السلوكيات السلبية في المُتَنَزَّهات العامة في الأردن، وسبل الحد من السلوكيات السلبية في المُتَنَزَّهات العامة في الأردن من وجهة نظر الزوّار.

صدق الأداة وثباتها:

عُرِضَت الاستبانة على مجموعة من المُحَكِّمين المتخصصين لإبداء الرأي فيها. وفي ضوء الاقتراحات والملاحظات التي أبداهها المُحَكِّمون أجرى الباحثون التعديلات المطلوبة، وأُخِذَ بملاحظاتهم من تعديل لصياغة بعض الفقرات من حيث البناء واللغة، يضاف إلى ذلك التعديلات التي بُنيت على الملاحظات من تطبيق الاستبانة على عينة استطلاعية مكوّنة من (42 شخصاً) من مرتادي كلِّ من مُتَنَزَّه حداثق الحسين، ومُتَنَزَّه عمدان، ومُتَنَزَّه عمّان القومي في العاصمة عمان، ومُتَنَزَّه ديبين الوطني في محافظة جرش، ومُتَنَزَّه زي الوطني في محافظة البلقاء. تلا ذلك استخراج معامل كرونباخ ألفا (Cronbach's Alpha) للاتساق الداخلي بُغْيَةً تحديد درجة ثبات أداة القياس بعد توزيع الاستبانة بصيغتها النهائية؛ حيث بلغت قيمة كرونباخ ألفا (0.881). ويُعَدُّ معامل ثبات أداة الدراسة مؤشراً قوياً في تطبيقه النهائي؛ فقد بيّن مورجان وآخرون (Morgan et al., 2012) بأنه إذا كان معامل الثبات أكثر من 60% فإنّه يُعَدُّ مرتفعاً.

مجتمع الدراسة وعينتها:

تكوّن مجتمع الدراسة من جميع مرتادي المُتَنَزَّهات العامة في الأردن، وقد اختيرت عينة من خمس منتزهات عامة في الأردن كحالة دراسية، وهي: مُتَنَزَّه حداثق الحسين ومُتَنَزَّه عمدان ومُتَنَزَّه عمان القومي في العاصمة عمان، ومُتَنَزَّه ديبين الوطني في محافظة جرش، ومُتَنَزَّه زي الوطني في محافظة البلقاء. وكان سبب اختيارها أنها أكثر ارتياحاً (انظر: البحرات، 2019). وقد وُزِعَت الاستبانة على عينة عشوائية ممثلة من مرتادي هذه المُتَنَزَّهات بمقدار (42) استبانة؛ وذلك من أجل التعرف على مدى مناسبة الاستبانة وتحقيقها أهداف الدراسة ثمّ تعديلها بُغْيَةً تحديد حجم العينة. وقد اختيرت إجابات أحد الأسئلة في العينة الاستطلاعية التي تتضمن الإجابة بـ (نعم) أو (لا) واحتسب حجم العينة وفق المعادلة الآتية (Kotrlík & Higgins, 2001):

$$N = \left(\frac{ZS}{d} \right)^2$$

ويمكن استخراج قيمة الانحراف المعياري (S) من خلال المعادلة الآتية:

$$S = \sqrt{\frac{PXq \times n_1}{n_1 - 1}}$$

حيث إن:

N: حجم العينة المطلوبة.

S: الانحراف المعياري للعينة الاستطلاعية.

P: النسبة المئوية للإجابات بـ (لا) عن أحد الأسئلة في العينة الاستطلاعية ذات الإجابة بـ (نعم) أو (لا).

q: النسبة المئوية للإجابات بـ (نعم) عن السؤال نفسه في العينة الاستطلاعية.

n1: مجموع مفردات العينة الاستطلاعية (حجم العينة الاستطلاعية).

Z: الدرجة المئوية عند مستوى الثقة 95% وهي (1.96).

D: درجة الخطأ عند مستوى الثقة 95%، وهي (0.05).

وبتطبيق هذه المعادلة بلغ حجم عينة الدراسة (556) زائراً، وذلك على النحو الآتي:

$$\text{الانحراف المعياري} = \frac{\sqrt{0.60 \times 0.60 \times 42}}{1.96} = 0.60$$

$$\text{حجم العينة} = \left(\frac{0.60 \times 1.96}{0.05} \right)^2 = 556$$

وقد خُلِّت (540) استبانة صالحة للتحليل؛ حيث استُبعدت 16 استبانة لعدم استيفائها الشروط اللازمة للتحليل.
فرضيات الدراسة:

بُنيت فرضيات الدراسة الآتية اعتمادًا على مشكلة الدراسة وعناصرها المختلفة لتحقيق الأهداف المرجوة، وهي:
الفرضية الأولى: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($0.05 \geq a$) في دوافع زيارة المُنتزَّه تُعزى لمتغيرات النوع الاجتماعي والعمر ومستوى الدخل.

الفرضية الثانية: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($0.05 \geq a$) في معدل إنفاق زوّار المُنتزَّه تُعزى لمتغيرات النوع الاجتماعي والعمر ومستوى الدخل.

المناهج والأساليب المتبعة في الدراسة:

اعتمدت الدراسة على عدة مناهج وأساليب لتحقيق أهدافها، يمكن إجمالها على النحو الآتي:

- استخدام المنهج الإحصائي الوصفي لدراسة الخصائص الاقتصادية، والاجتماعية لعينة الدراسة.

- الاعتماد على المنهج التحليلي الإحصائي؛ إذ اعتمد على برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) لمعالجة البيانات الذي يركّز على استخراج المتوسطات الحسابية، والنسب المئوية، والانحرافات المعيارية لوصف خصائص عينة الدراسة وتحليلها، والإجابة عن أسئلتها، واختبار فرضياتها.

- اتباع المنهج السلوكي الذي يدرس سلوك المجتمع المدروس ويقف على خصائصه من جميع الجوانب الاجتماعية والاقتصادية، والبيئية، والإدارية التي يتكوّن منها ذلك المجتمع، ويتناول الأبعاد المكانية لسلوك الإنسان، وانعكاساته، وعلاقاته باختيار الأرض والمكان وعلاقة الإنسان بالطبيعة والبيئة، ويعكس هذا الاتجاه الحديث مدى الاعتماد على العلوم الاجتماعية لفهم التركيب النفسي الداخلي والعمليات التي تكمن وراء السلوك الفردي والجماعي في البيئة، وقد اعتمد على هذا المنهج لفهم طبيعة سلوك السياح في المُنتزَّهات العامة، والعوامل المؤثرة فيه.

الإطار النظري والدراسات السابقة

يتناول هذا الجزء من الدراسة تحديد مفهوم المُنتزَّهات العامة وأهميتها، ويعرض السلوك السياحي كمحور رئيس للدراسة الحالية، إضافة إلى الدراسات السابقة كخلفية نظرية لها.

مفهوم المُنتزَّهات العامة وأهميتها

تُعَدُّ سياحة المُنتزَّهات والحدائق العامة من أكثر أنواع السياحة نموًا على المستوى العالمي (Eagles, 2001)، وتعتمد على سمات البيئة الطبيعية من حيث الاستمتاع بالحياة البرية والتمتع بالمناظر الطبيعية الموجودة في المُنتزَّهات والحدائق العامة، والتمتع بالمساحات الخضراء المتوفرة، وغيرها من أنماط التَّنَزُّه. بناءً على ذلك، فإن الهدف الأسمى من سياحة المُنتزَّهات والحدائق العامة هو التمتع بالطبيعة، والتَّنَزُّه لمدة قصيرة تمتد من ساعة إلى أقل من أربعة وعشرين ساعة (أبو ريّة، 2016). وتُعَدُّ المُنتزَّهات والحدائق العامة رابطًا قويًا بين الإنسان وبيئته التي يعيش فيها؛ فمنذ البداية كان الإنسان يبحث عن مكان يوفّر له الاطمئنان والهدوء، ويُمكنه من التمتع بالنظر إلى الجمال (الزعيبي، 2011). ويعود تاريخ المُنتزَّهات والحدائق العامة إلى مدن وادي النيل وبلاد الرافدين ودول العالم القديم، ومع تطور الزمن وتحسّن نوعية الحياة وزيادة الرفاهية ونتيجة لتعايش الإنسان مع بيئته أنشأ أماكن ملائمة تخدم المتنزهين وتوفر لهم أسباب الراحة والهدوء والاستمتاع بالمناظر الطبيعية وتعطي فكرة عن النظم الاجتماعية التي سادت عصرًا معينًا وتدلل على الاتصال الثقافي بين الشعوب (القيعي، 1985). وقد أثبتت الدراسات أن التَّنَزُّه يساهم في رفد الاقتصاد الوطني وتنشيطه؛ إذ إن للترفيه في الإجازات دورًا في رفع الإنتاجية والعودة إلى العمل بحماس ونشاط أكبر (سليمان، 2006). وعليه، فإنّ لسياحة المُنتزَّهات والحدائق العامة منافع اقتصادية واجتماعية عديدة، فعلى الصعيد الاقتصادي تمثل أهمية كبيرة في تشغيل القطاع السياحي، سواء بطريقة مباشرة أو غير مباشرة. وتشكّل كذلك رافدًا يساهم في زيادة الدخل القومي وتحسينه، وإعادة التوازن الاقتصادي للدولة من خلال تحريك عجلة السوق، وتوفير جميع الخدمات السياحية التي يحتاج إليها الزوّار في المُنتزَّهات العامة التي يرتادونها من مطاعم وضيافة وتُشوق؛ لذا فإنّ هذا النوع من السياحة يُعَدُّ من أهم القطاعات السوقية نموًا في الطلب السياحي العالمي (أبو ريّة، 2016). ومن الناحية الاجتماعية، فإن ارتياد الحدائق والمُنتزَّهات العامة يساهم في تعزيز العلاقات الاجتماعية وتحسينها بين الزوّار من خلال توفير فرص للقاء بين الأصدقاء والأقارب والتعرّفُ أصدقاء جُدد، إضافة إلى تعرّف عادات السكان المحليين في المنطقة التي يوجد فيها المُنتزَّه (سماوي، 1994). ومن أجل تحقيق المنافع الاقتصادية والاجتماعية سابقة الذكر والتقليل من الأضرار والانتهاكات التي قد تحدث داخل المُنتزَّهات العامة أو خارجها

في أثناء ارتيادها فيجب وضع برامج وتصميم منشورات خاصة تحتوي على معلومات المنتزه وتوزع على الزوار، ويمكن أن يساهم السكان المحليون في وضع هذه المنشورات؛ لأن لديهم معرفة عن المنتزه أكثر من غيرهم؛ نظراً إلى إقامتهم القريبة منه (الأسطة، 1997).

السلوك السياحي:

عرّف الطائي والعلاق (2000) السلوك السياحي بأنه: "التصرف الذي يقوم به السائح، سواء كان سائحاً محلياً أو أجنبياً بسبب تعرّضه لمنبه داخلي أو خارجي أو كليهما إزاء الخدمات السياحية (Tourism Services)، أو مقومات الجذب السياحي في الدولة الموجودة في السوق السياحية، أو المناطق أو الأماكن السياحية التي يرتادها السائح، التي يتوقع أن تشبع رغباته وحاجاته وفق إمكاناته الشرائية". وأما أهمية دراسة السلوك السياحي، فمُنْبَغَة من ضرورة الاستعداد السياحي لأي رحلة سياحية مخطط لها، الأمر الذي يلبي الحاجة إلى السياحة وزيارة الأماكن اللابته داخل البلد، مما يستلزم تعرّف خصائص السياح لتوفير حاجاتهم ورغباتهم، وتختلف أهمية التخطيط السياحي من منطقة إلى أخرى، فهناك مناطق تحتاج إلى مدة تخطيط أطول من الأخرى، وتتضمن مرحلة التخطيط السياحي توفير حاجات الزوار الأساسية لإشباع رغباتهم ودوافعهم، وتوفير الحاجات النفسية كالترفيه والمتعة، وتعرّف ثقافة السكان المحليين، إضافة إلى توفير البرامج السياحية المختلفة التي توازن بين تلبية رغبة السائح وتقديم مستوى خدمة مميز من جهة، وقدرته المادية من جهة ثانية (مباركة، 2012). ويُعدّ فهم سلوك السياح من الأمور التي تساعد على التخطيط والتطوير للوجهة السياحية، الأمر الذي يؤثر في النهاية في اقتصاديات الدول (Caldito et al., 2015; Chang et al., 2015).

الدراسات السابقة:

تناولت العديد من الدراسات السابقة موضوع الدراسة الخاص بالنتزه في الحدائق والمُنْتَرَهات العامة، إضافة إلى الدراسات التي تناولت سلوك السياح والمُنْتَرَهين، التي راجعها الباحثون، ويمكن استعراضها على النحو الآتي:

وهدفت دراسة (الجاسر، 2017) إلى تعرّف واقع سلوكيات السياحة الأسرية من وجهة نظر عضوات هيئة التدريس والطلبات والإداريات بكلية الآداب في جامعة الملك سعود من حيث تحديد الأماكن والأنشطة السياحية المفضلة وأسباب اختيارها، وتعرّف مستوى إدراك عينة الدراسة للسلوكيات الضارة بالبيئة السياحية، وسلوكيات التعامل مع المخلفات في الأماكن السياحية. وتوصّلت الدراسة إلى وجود اتفاق كبير بين أفراد العينة في إدراكهم لنوعية السلوكيات الضارة بالبيئة، والتعامل السلبي مع المخالفات في الأماكن السياحية، وتوصّلت إلى أهمية الخصائص الشخصية، مثل الجنسية، والحالة الاجتماعية، والمستوى التعليمي، والمستوى الاقتصادي في التمييز إحصائياً بين سلوكيات أفراد العينة في أثناء الرحلة السياحية.

وتناولت دراسة (أبو رية، 2016) نمط سياحة الحدائق والمُنْتَرَهات، فتوقفت على الطلب السياحي لهذا النمط في بعض الدول السياحية، واختارت الحديقة الدولية العامة لمحافظة المنيا للتطبيق عليها، وتوصّلت إلى أنها تمتلك مقومات فريدة من نوعها تفوق ما تمتلكه حدائق مدينة دبي وغيرها من الحدائق على مستوى العالم، ويمكن استغلالها في تطوير نمط سياحة الحدائق والمُنْتَرَهات. وهدفت دراسة (شمة وآخرين، 2014) إلى تقييم الأبعاد الخدمية والجمالية والبيئية للحديقة العامة في ضاحية الشام الجديدة، وكذلك بيان دورها في تلبية متطلبات الزوار الخدمية والجمالية والبيئية، وخُلصت إلى عدم كفاية الخدمات (العناصر) الترفيهية المقدمة فيها للمرتادين، كما أثبتت الدراسة وجود نقص في بعض الخدمات الأساسية، مثل انخفاض مستوى العناية بنظافة دورات المياه المتوفرة في الحديقة، وعدم توافر مواقف للسيارات الخاصة بها. وأكدت الدراسة كذلك أن البعد البيئي يعاني تدنياً في الاهتمام متمثلاً في محدودية التنوع النباتي المتوفر في الحديقة، وغياب العناصر الجمالية المهمة كعنصر المياه الذي يعد أحد المصادر الأساسية التي ينبغي توفرها.

وهدفت دراسة (الطيب، 2013) إلى تعرّف دور الحدائق والمُنْتَرَهات والمساحات الخضراء، وتوزيعها في الخرطوم حسب عدد السكان ونسبة المباني السكنية ومدى تأهيلها لأداء دورها الترويحي للفترة الواقعة ما بين 2009-2011 في منطقة بجري أم درمان في الخرطوم، وتوصّلت إلى أنّ الحدائق والمُنْتَرَهات والمساحات الخضراء في منطقة الدراسة تعاني عدة مشكلات، من مثل: النقص في الخدمات الأساسية، ومحدودية الأنشطة الترفيهية للكبار والأطفال.

وأجرى طيوب وآخرون (2009) دراسة هدفت إلى تعرّف السلوك السياحي في سوريا، وأثره في الترويج السياحي ومعرفة درجة رضا السياح عن الخدمات المقدمة لهم، منطلقاً من أنّ السلوك السياحي هو أحد المبادئ الرئيسة في التسويق السياحي الناجح. وفيها درس الباحثون السلوك السياحي لمختلف الشرائح والجنسيات، وتوصلوا في دراستهم إلى عدم رضا السياح عن مستوى

الخدمات المقدمة لهم.

وهدفت دراسة (سالم، 2007) إلى تعرّف سلوك السائح كعاملٍ أساسي في تحديد نمط النشاط السياحي وإبراز أهمية متطلبات السائح وإشباع رغباته وتلبية حاجاته وأذواقه ومعرفة أهم خصائص سلوكه. وقد طُبِّقَت الدراسة على الأردن كحالة دراسية، وتوصّلت إلى وجود عوامل ساهمت في تغيير سلوك السائح، منها: عوامل التقدم التكنولوجي، وزيادة حركة السياحة والسفر العالمي. وتوصلت الدراسة أيضاً إلى أن السياحة على نحوٍ عام تواجه تحدياتٍ عديدةً كمؤثرٍ إيجابي أو سلبي في تغير سلوك السائح، مثل: الحروب والعمليات الإرهابية، كما توصّلت أيضاً إلى أنّ التطور في صناعة السياحة يتبعه تسويق للخدمات السياحية مما يوجب التركيز على سلوكيات السائح بُغْيَةً فهم حاجاته ورغباته وأذواقه.

وأما دراسة (الرحيمي، 2006) فسعت إلى تحليل دوافع السياحة الداخلية ومدى تأثير خصائص السائح المحليين في دوافعهم التي توجه سلوكياتهم السياحية، وخُلصت إلى أنّ تنوّع دوافع السياحة الداخلية يتباين باختلاف خصائص السياح المحليين، كما أكدت على أنّ الدوافع الترفيهية هي الأكثر تأثيراً في السياحة الداخلية.

وركزت دراسة دونجيا وآخرين (Dongxu et al, 2017) على: "سلوكيات السياح البيئية" في سياق السياحة للجميع، إذ تكون على أساس توضيح دلالة تلك السلوكيات المسؤولة عن السياح، والبعد عن عوامل القيادة فيها، ويهدف تحسين مستوى صناعة السياحة في الصين وتبني مفهوم جديد للتنمية المستدامة لصناعة السياحة. وأوصت الدراسة بتعزيز السلوكيات المسؤولة تجاه البيئة من السياح، ووضع نموذج لها، وتعزيز الإشراف عليها وزيادة المسؤولية البيئية للسياح لدى الشعوب.

وتناولت دراسة هان وآخرين (Han et al, 2016) أهمية التصورات تجاه تغيّر المناخ، والخبرات السياحية في تحديد السلوك السياحي في أثناء استمتاع الزوّار بالعطلات في رحلاتهم لمواقع جزيرة جيجو السياحية في دولتي كوريا الجنوبية والصين. وأظهرت الدراسة أن التصورات تجاه تغيّر المناخ والتجارب السياحية تؤثر على نحوٍ واضح في نوايا السلوك السياحي بيئياً للسياح الكوريين، وفي المقابل فإن التجارب السياحية تجاه تغيّر المناخ تؤثر في نية سلوك السياح في الصين. وأكدت الدراسة ضرورة الاهتمام بالمواقع السياحية من خلال الحملات البيئية والبرامج السياحية بُغْيَةً صياغة سلوك سياحي بيئي؛ بهدف التخفيف من الأضرار البيئية في الأنشطة السياحية.

واهتمت دراسة ليونيدو وآخرين (Leonidou et al, 2015) بالعوامل المحركة، ونتائج المواقف، والسلوكيات الصديقة بالبيئة، ودراسة دور علم النفس، وطاعة القانون، وأثر كل ذلك في المواقف الصديقة للبيئة. وأظهرت الدراسة أن لوجود بعض الخصائص الاجتماعية، مثل: العمر، والنوع الاجتماعي، والتعليم، والدخل تأثيراً معتدلاً الصلة بين الوضع القانوني والعمل السياسي وطاعة القانون من ناحية والمواقف الصديقة للبيئة من ناحية أخرى. وتوصلت إلى أن للجنسية تأثيراً مُسيطرًا على المواقف الصديقة للبيئة، وإلى أنّ السلوك الصديق للبيئة يعزز في نهاية المطاف الارتياح السياحي.

واهتمت دراسة علان (Allan, 2014) بتقييم عوامل الجذب والدفع التي تحفز السياح الأردنيين على السفر للخارج وفق نظرية الدفع والسحب كإطار تنظيمي، وبيّنت أن أكثر الدوافع السياحية هي الاستمتاع، والهروب من الروتين اليومي، والاسترخاء، وأثبتت أن الدوافع التي تجذب السياح هي الطبيعة الخلابة، والطقس الجميل، والمعالم التراثية.

وسعت دراسة علان (Allan, 2011) إلى تحليل دوافع السياح عند زيارتهم وادي رم والبحر الميت في الأردن ومنطقة (The Pinnacles) في أستراليا، ومنطقة أخرى هي حديقة وطنية تُسمّى (Yancnep). وهدفت إلى معرفة تجربة السياحة الجيولوجية، والتحقق من نية السياح السلوكية، وتعرّف دوافع السياحة بشقيها الداخلي والخارجي. وخُلصت الدراسة إلى أن الدافع الرئيس للسياح هو الهروب من الروتين اليومي بالدرجة الأولى، ثم اكتساب المعرفة بالدرجة الثانية، ومن ثم الاسترخاء والاستمتاع، وأما الدافع الخارجي للمرتادين فكان اللوائح المحددة. وأكدت الدراسة وجود علاقة بين دوافع السياح وعزمهم السلوكي في زيارة المواقع السياحية.

مناقشة النتائج وتحليلها

أولاً: الخصائص الديمغرافية والاقتصادية لأفراد عينة الدراسة

يتضح من الجدول (1) أنّ غالبية عينة الدراسة هم من الذكور (77.4%)، ويُعزى ذلك إلى أن معظم مرتادي المُنتزَّهات العامة هم من أرباب الأسر مع عائلاتهم، وأنّ المقابلة وتعبئة استبانة هذه الدراسة اقتصرَت على ربّ الأسرة؛ نظراً إلى العادات والتقاليد التي تسود المجتمع الأردني، وكذلك عدم رغبة الإناث في تعبئة الاستبانة. وبذلك تختلف هذه الدراسة عن دراسة أبو ريّة

(2016)، التي أشارت إلى أن نسبة الإناث تفوق نسبة الذكور في ارتياد الحدائق العامة. وأما بالنسبة إلى متغير الحالة الاجتماعية فقد بلغت نسبة فئة المتزوجين نحو (61.7%)، ويعود ذلك من وجهة نظر الباحثين إلى أن طبيعة الزيارة الموجودة في المنتزهات العامة ونمطها يتبعان السياحة العائلية (جماعية)؛ فمعظم الذين يرتادون المنتزهات العامة من المتزوجين الذين يبحثون لأطفالهم عن أماكن للترفيه والهروب من الروتين اليومي وإيجاد فضاء متسع وآمن، ومن ثم فإن على المخططين السياحيين الأخذ بعين النظر ضرورة الاهتمام بهذا الجانب. وتختلف هذه الدراسة مع دراسة الجاسر (2017)، التي أجريت في السعودية، وبيّنت أن أكثر مرتادي الحدائق هم من غير المتزوجين، وقد يعود ذلك إلى اختلاف طبيعة المجتمع وعاداته في كل دولة، ويشير الجدول (1) أيضًا إلى أن معظم الزوّار من الجنسية الأردنية بنسبة (88.9%)، مما يدل على أن سياحة المنتزهات هي النمط السائد في الأردن؛ ويعود ذلك إلى أن المتنزه هو المتنفس الوحيد للزائر والعائلة الأردنية. وفيما يتعلق بمتغير العمر، فإن نسبة من نقل أعمارهم عن 40 سنة بلغت نحو (77.2%)، يليهم الزوّار من فئة 40-49 سنة بنسبة (17%)، مما يدل على أن فئة الشباب هي أكثر الفئات العمرية ارتيادًا للمنتزهات في الأردن؛ نظرًا إلى أن المجتمع الأردني مجتمع فتي (شباب) وفق نتائج التعداد السكاني لدائرة الإحصاءات العامة لعام (2015). ومن هنا، فيجب على متخذي القرار والمخططين الاهتمام بجانب سياحة الشباب، وتوفير الخدمات والأنشطة التي تلبّي رغبة هذه الشريحة الواسعة من المجتمع. وتتفق هذه الدراسة مع دراستي الجاسر (2017)، والطيب (2013)، اللتين توصلتا إلى أن فئة الشباب من أكثر الفئات العمرية ارتيادًا للمنتزهات في السعودية والسودان على التوالي. أما بالنسبة إلى متغير مكان الإقامة، فقد شكّلت العاصمة عمّان أكثر المحافظات الأردنية من حيث عدد الزوّار، بنسبة (48.5%)، ويُعزى ذلك إلى أنها تُعدّ من أكثر المحافظات الأردنية سكانًا حسب إحصائيات التعداد السكاني الأردني لعام (2015)، وتشكّل المنتزهات مناطق ترويحية لسكان العاصمة؛ لما يتوافر في داخلها من مقومات تجذب الزوّار؛ إذ إنهم يبتعدون عن الضوضاء ومناطق الضغط العمراني عندما يرتادونها. ومعظم الزوّار كانوا من محافظات الوسط، وهي: عمّان، ومادبا، والزرقاء، والسلط، ويُعزى ذلك إلى عامل النقل السكاني وقرب المسافة من المنتزهات العامة (عينة الدراسة). وأظهرت الدراسة أن المستوى التعليمي المتمثل في فئة البكالوريوس هم من أكثر الفئات ارتيادًا للمنتزهات العامة؛ حيث بلغت نسبتهم نحو (41.9%)، وللمستوى التعليمي دور كبير ومؤثر في وعي الزائر وتصرفاته في أثناء زيارته للمكان السياحي؛ حيث تبين أنه كلما ازداد المستوى التعليمي ازدادت المعرفة والوعي بخطورة المشكلات البيئية وأثرها في الإنسان وصحته (المعاينة، 2008)، في حين أن فئة الدراسات العليا كانت من أقل الفئات ارتيادًا للمنتزهات العامة، وذلك بنسبة ما يقارب (8.5%)، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (شمة وآخرين، 2014)، التي توصلت إلى أن معظم الذين يرتادون الحدائق العامة هم من الحاصلين على شهادة البكالوريوس. ويُعدّ مستوى الدخل عاملاً مؤثرًا في السياحة بجميع أشكالها، ومنها زيارة المنتزهات؛ حيث تجاوزت نسبة من يقل دخلهم الشهري عن (500 دينار عن النصف (54.4%)، وتلتها فئة من يتقاضون دخلًا شهريًا يتراوح بين (500 - أقل من 1000 دينار) بنسبة (35.7%)، وهذا يشير إلى أن (89.4%) من رواد المنتزهات العامة هم من الفئات ذات الدخل المتدني والمتوسط إلى حد ما، مما يدل على أن هذا النوع من السياحة لا يحتاج إلى تكاليف كثيرة، الأمر الذي يتطلب اهتمام وزارة السياحة بالمنتزهات العامة التي تخدم شريحة كبيرة من المجتمع الأردني لتوفير متنفس قريب ذي تكاليف مقبولة للأسرة الأردنية. في حين كانت فئة ذوي الدخل (الأكثر من 2000 دينار) هي أقل الفئات، وقد يعود سبب ذلك إلى أنهم يفضلون الذهاب إلى مناطق سياحية أخرى سواء داخل البلاد أو خارجها، أو حتى أنهم لا يفضلون الاختلاط مع الفئات الأخرى. أما فيما يتعلق بطبيعة العمل (المهنة)، فقد شكّل القطاع الخاص غالبية الزوّار الذين يرتادون المنتزهات العامة (عينة الدراسة) بنسبة (62.3%) مقارنةً بالقطاعات الأخرى، ويعود ذلك إلى أن الزوّار من القطاع العام يواجهون العديد من الضغوطات أبرزها العمل والضغط النفسي وإنخفاض الأجور، مما يدفعهم إلى الهروب من الضغوطات النفسية التي يواجهونها في أثناء العمل إلى المنتزهات والحدائق العامة، والترفيه عن أنفسهم.

الجدول (1): الخصائص الشخصية لأفراد عينة الدراسة

المتغير	الفئات	العدد	النسبة المئوية
الجنس	ذكور	418	77.4
	إناث	122	22.6
الحالة الاجتماعية	أعزب	193	35.7
	متزوج	333	61.7

المتغير	الفئات	العدد	النسبة المئوية
الجنسية	أخرى	14	2.6
	الأردنية	480	88.9
	غير الأردنية	60	11.1
العمر	أقل من 30 سنة	211	39.1
	30 - 39 سنة	206	38.1
	40 - 49 سنة	92	17
	50 - 59 سنة	24	4.4
	أكثر من 60 سنة	7	1.3
مكان الإقامة	عمّان	262	48.5
	مأدبا	60	11.1
	السلط	69	12.8
	جرش	87	16.1
	الكرك	7	1.3
	عجلون	5	0.9
	معان	4	0.7
	الزرقاء	25	4.6
	إربد	10	1.9
	المفرق	5	0.9
	العقبة	2	0.4
	الطفيلة	4	0.7
	المستوى التعليمي	دون الثانوية العامة	83
الثانوية العامة		126	23.3
الشهادة الجامعية المتوسطة		59	10.9
بكالوريوس		226	41.9
دراسات عليا		46	8.5
الدخل الشهري	أقل من 500	294	54.4
	500-999	193	35.7
	1000-1499	41	7.6
	1999-5000	4	0.7
	2000 فأكثر	8	1.5
المهنة	القطاع العام	450	63.3
	القطاع الخاص	90	37.7

ثانياً: أنماط التّنزه في المُنتزَّهات العامة في الأردن

يتضح من الجدول (2) أن غالبية أفراد عينة الدراسة يزورون المُنتزَّهات العامة برفقة العائلة (62.8%) والأصدقاء (20.2%)، ويمكن تفسير ذلك بأن العائلة الأردنية تعتبر المُنتزَّهات المكان الأنسب للترفيه والاستجمام؛ لذا نجد العائلات تتراد المُنتزَّهات على نحوٍ مستمر، وتقضي فيها وقتاً طويلاً، ممّا يدلّ على أن طبيعة السياحة السائدة ونمطها في المُنتزَّهات العامة في الأردن هو نمط السياحة العائلية. وتتفق هذه النتيجة مع ما جاءت به دراسة (شمّه وآخرين، 2014) في أنّ أغلبية الزوّار الذين يرتادون الحديقة العامة في ضاحية الشام يكونون برفقة العائلة. أمّا فيما يتعلق بترتيب الزيارة إلى المُنتزَّهات العامة في الأردن، فإن غالبية عينة الدراسة يرتادون المُنتزَّهات على نحوٍ شخصي، بنسبة بلغت (90.2%)؛ ويعود ذلك إلى أن زيارة المُنتزَّهات العامة لا تحتاج إلى مكاتب سياحية، ولا برامج سياحية، وليست بحاجة إلى مبيت ويكون التنزه فيها شخصياً من غير ترتيب مسبق وبشكل مفاجئ (عشوائي)؛ فالمُنتزَّهات تختلف عن الأماكن السياحية الأخرى التي تحتاج إلى برامج سياحية. وأمّا بالنسبة لمصدر المعلومات عن

المنتزهات في الأردن، فقد كان من خلال الأصدقاء والأقارب بما نسبته (57.6%)، تليها وسائل التواصل الاجتماعي بما نسبته (21.3%)؛ وذلك لأن الزوّار يرتادون المنتزهات العامة بحيث تكون مكاناً للقاء الأصدقاء والأقارب للترفيه عن أنفسهم. ويرى الباحثون أنّ الزوّار يرتادون المنتزهات العامة أحياناً لحل بعض المشكلات العائلية، ولتقوية العلاقات بين الأقارب والأصدقاء. وتتفق هذه الدراسة مع نتائج دراسة (Allan, 2015)، والتي جاء فيها بأن أكبر مصدر للمعلومات عن للمواقع السياحية هو الأقارب والأصدقاء. وتستخدم المركبات الخاصة في الزيارة بما نسبته (80.6%)، أما استخدام النقل العام فكان بنسبة ضئيلة بلغت (5.2%)؛ نظراً إلى سهولة الذهاب للمنتزهات العامة بواسطة المركبة الخاصة، وعدم الحاجة إلى وسائل النقل العام. كما يرى الباحثون أنّ ارتياد المنتزهات العامة تنزه لا يحتاج إلى المبيت، ومن ثمّ فمن السهل زيارة المنتزه بواسطة المركبة الخاصة. وقد اتفقت هذه النتيجة مع دراسة (شمة وآخرين، 2014) من حيث إنّ أكثر وسيلة يستخدمها الزوّار بسهولة إلى الحدائق هي المركبة الخاصة. أمّا فيما يتعلق بمعدل إنفاق زوّار المنتزهات العامة، فيلاحظ من الجدول أن الفئة التي تتفق أقل من (50) ديناراً هي الأكبر نسبةً (80.9%)، ولعلّ سبب ذلك راجع إلى أنّ طبيعة معظم الزوّار الذين يرتادون المنتزهات العامة من الطبقتين الوسطى والدنيا، وأنّ عدداً قليلاً هو من الطبقة العليا، إضافةً إلى أنّ الزوّار ليسوا بحاجة إلى تكاليف كبيرة لأنه لا يترتب على زيارة المنتزهات العامة تكاليف باهظة يتكبدها الزائر. وبالنسبة إلى المدة المفضلة لزيارة المنتزهات العامة في الأردن، فقد اتضح أنّ الزوّار الذين يرتادون المنتزهات في فترة عطلة نهاية الأسبوع هم الأكثر نسبةً (67.6%)، ويُعزى ذلك إلى أنّ الزوّار ليس لديهم الوقت الكافي خلال الأسبوع لالتزامهم بالعمل أو الدراسة؛ لذا يرتادونها في هذا الوقت لتُخفّف عنهم ما يواجهونه من ضغوطات ومتاعب طوال الأسبوع. وبالنسبة إلى الفصول المفضلة لدى عينة الدراسة لزيارة المنتزهات في الأردن، فقد كانت في فصلي الربيع والصيف، بنسبة بلغت (80.2%)، ويُعزى ذلك إلى أنّ الحركة السياحية تكون نشيطةً في هذين الفصلين؛ نظراً إلى أنّ الطقس في المنتزهات العامة في الأردن يكون جميلاً ومعتدلاً ومناسباً لقضاء أوقات راحة واستجمام، إضافةً إلى العطل الصيفية وكثرة الإجازات التي تشكّل دافعاً مهماً ومؤثراً في ذهاب الزوّار إلى المنتزهات. ويمكن أن نستنتج من ذلك وجود نمط سياحي جديد داخل المنتزهات العامة، وهو السياحة الموسمية، ومن ثمّ فإنّ هذا الأمر يتيح للمخططين فرصة التخطيط للمنتزهات العامة بوضع أنشطة سياحية تجذب إليها الزوّار في الفصول الأخرى. أما فيما يتعلق بعدد مرات زيارة المنتزهات العامة في الأردن في العام الماضي، فقد شكّلت أعلى نسبة للارتياد أربع مرات بنسبة (40.9%) من الزوّار، ويُعزى ذلك إلى أنّ المنتزهات العامة مرتع للأردنيين يقضون فيها يوماً جميلاً، ويخرجون من ضغوطات العمل اليومية، وأيضاً لقربها من أماكن إقامتهم، فيسهل عليهم الذهاب إليها. وبالنسبة إلى المدة الزمنية التي يستغرقها الزوّار في المنتزهات العامة في الأردن، فقد كانت أكبرها ما بين (2-4 ساعات)، ويُعزى ذلك إلى أنّ زيارة المنتزهات العامة لا تحتاج إلى وقتٍ طويلٍ مثل باقي المواقع السياحية الأخرى، فدافع الزائر يكون التنزه والترفيه عن النفس، وقضاء بعض الساعات في داخل المنتزه. ويرى الباحثون أنّه يجب على المخطط السياحي الاهتمام بعامل الزمن الذي يعاني منه الزائر لعدم إطالته في داخل المنتزه بسبب عدم وجود عوامل تدفّعه لذلك؛ لذا يجب الاهتمام بهذا الأمر عند التخطيط؛ حيث تطرقت الدراسة إلى ذلك لما تحدّثت عن الخطط السياحية لموضوع سياحة التنزه، علماً أنّها لم تؤخذ بعين النظر بعد. أما فيما يتعلق بالمنتزهات الأكثر تفضيلاً للزيارة، فقد كان منتزهها (حدائق الحسين، وغمدان) هما الأكثر تفضيلاً، بنسبة بلغت (60.6%)، ويمكن تفسير زيادة الإقبال على ارتياد هذين المنتزهين لاتساعهما وكثرة الأشجار فيهما وجودة تنظيمها وتخطيطها، مما جعلهما أكثر جذباً للسياحة المحلية (Domestic Tourism)، إضافةً إلى توافر العديد من الخدمات السياحية فيهما. أمّا فيما يتعلق بنية تكرار الزيارة إلى المنتزهات العامة مرة أخرى، فقد أشار غالبية أفراد عينة الدراسة إلى نيتهم ذلك مرة أخرى وبنسبة (86.6%)، ويُعزى ذلك إلى أنّ الزائر الأردني يزور المنتزهات العامة للترفيه عن نفسه، وقضاء وقت فراغه، ولتتمتع بالمناظر الطبيعية الموجودة في المنتزهات القريبة من مكان إقامته، وكذلك بسبب أنّ الذهاب إلى المنتزهات العامة لا يحتاج إلى تكاليف عالية إنّما إلى مبالغ رمزية. وقد اتفقت هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (Allan, 2015).

الجدول (2): أنماط التَّنَزُّه للمنتزَّهات العامة في الأردن

النسبة المئوية	التكرار	الفئات	المتغير
17.0	92	منفردًا	طبيعة زيارة المُنتزَّهات العامة في الأردن
62.8	339	مع العائلة	
20.2	109	مع الأصدقاء	
90.7	490	بشكل شخصي	ترتيب زيارة المُنتزَّهات العامة في الأردن
9.3	50	مجموعات سياحية	
6.9	37	وسائل الإعلام	
5.4	29	الإنترنت	مصدر المعلومات عن المُنتزَّهات العامة في الأردن
21.3	115	وسائل التواصل الاجتماعي	
8.9	48	الصحف	
57.6	311	الأصدقاء والأقارب	
80.6	435	مركبة خاصة	
14.3	77	سيارة نقل بالأجرة	وسيلة النقل المستخدمة في الزيارة
5.2	28	نقل عام	
64.3	437	أقل من 50 دينارًا	معدل الإنفاق في الزيارة
15.7	85	50-99 دينارًا	
1.1	6	100-149 دينار	
0.6	3	150-199 دينارًا	
1.7	9	200 دينار فأكثر	
9.8	53	خلال الأسبوع	المفضلة لزيارة المُنتزَّهات العامة في الأردن
67.6	365	عطلة نهاية الأسبوع	
17.2	93	العطل الرسمية	
5.4	29	العطلة الصيفية	الأوقات المفضلة لزيارة المُنتزَّهات العامة في الأردن
42.8	231	فصل الصيف	
37.4	202	فصل الربيع	
5.0	27	فصل الشتاء	
2.2	12	فصل الخريف	
12.6	68	على مدار السنة	عدد مرات زيارة المُنتزَّهات العامة في الأردن في العام الماضي
7.4	40	مرة	
23.3	126	مرتان	
28.3	153	ثلاث مرات	
40.9	221	أربع مرات فأكثر	
11.3	61	أقل من ساعتين	المدة الزمنية التي تستغرقها زيارة المُنتزَّهات العامة في الأردن
50.9	275	2-4 ساعات	
31.1	168	5-8 ساعات	
6.7	36	أكثر من 8 ساعات	المُنتزَّهات العامة الأكثر تفضيلاً للزيارة
22.0	119	دبين	
9.8	53	زي	
28.5	154	غمدان	
31.9	172	حدائق الحسين	
6.7	36	عمَّان القومي	
1.1	6	غير ذلك	
90.2	487	نعم	هل تكرر زيارة المُنتزَّهات العامة نفسها
89.8	485	نعم	هل تنصح الآخرين بزيارة المُنتزَّهات العامة في الأردن

ثالثاً: دوافع السياح أو الزوار لزيارة المُنتزَّهات العامة في الأردن

يوضِّح الجدول (3) أن جميع الدوافع المشار إليها قد حصلت على درجات موافقة مرتفعة تراوحت ما بين (3.8-4.38) عدا دافعي "الدوافع الشخصية"، و "التسوق" الذين حصلوا على درجتين متوسطتين بلغتا (3.49، 2.95) على التوالي. وقد حصلت دوافع "قضاء وقت الفراغ، والهروب من الروتين اليومي" على أعلى المتوسطات؛ ويُعزى ذلك إلى أن المُنتزَّهات العامة في الأردن هي مكان للترفيه عن النفس، وطلب الهدوء؛ فالزائر يرتادها لقضاء ساعات أو ربما يوم كامل لما يتوفر فيها من هدوء ونشاطات للتسلية والترفيه عن النفس، وكذلك نظراً إلى الضغوطات النفسية وضغوطات العمل التي يواجهها الزائر فيلجأ إليها هروباً من الروتين اليومي والمشكلات الاجتماعية. ويرى الباحثون أن دافعية الزوار تتباين من زائر لآخر، وقد جاءت النتيجة متفقة مع نتائج دراسة (Allan, 2011)، التي توصلت إلى أن دوافع الزيارة والنية السلوكية التي تدفع الزائر إلى ارتياد المواقع السياحية هي الهروب من الروتين اليومي والاسترخاء، وانتفتت هذه النتيجة أيضاً مع دراسة (مقابلة، 2005) التي أظهرت أن السياح يرتادون مدينة البترا بهدف قضاء وقت الفراغ.

الجدول (3): دوافع السياح لزيارة المُنتزَّهات العامة في الأردن

الدرجة	%	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الفقرات
مرتفعة	87.6	0.941	4.38	قضاء وقت الفراغ
مرتفعة	86	1.056	4.3	الهروب من الروتين اليومي
مرتفعة	83.2	1.029	4.16	الاستمتاع بالمناظر الطبيعية الخلابة
مرتفعة	83	1.056	4.15	التمتع بجمال الطقس
مرتفعة	81.8	1.066	4.09	الاسترخاء والاستجمام والنقاهاة
مرتفعة	81.6	1.043	4.08	الالتقاء بالأصدقاء والأقارب
مرتفعة	76	1.285	3.8	تعرف أماكن جديدة
متوسطة	69.8	1.4	3.49	الدوافع الشخصية
متوسطة	59	1.466	2.95	التسوق
مرتفعة	78.6	0.687	3.93	الدوافع ككل

رابعاً: تقييم الخدمات السياحية المتوفرة في المُنتزَّهات العامة في الأردن من وجهة نظر المُنتزَّهين

يبين الجدول (4) تقييم الزوار للخدمات السياحية المقدمة داخل المُنتزَّهات العامة في الأردن. ويتضح منه أن أكثر مؤشرين فيهما ضعف، هما: "عدم وجود عدد كافٍ من دورات المياه" و "عدم وجود أماكن خاصة بالشواء"؛ وهذان المؤشران يُعدَّان من أهم الركائز التي يركز عليها الزائر في زيارته إلى المُنتزَّهات العامة في الأردن، ويُعزى ذلك إلى أن هذين العاملين هما من أهم العوامل التي تجذب الزوار لارتياح المُنتزَّهات العامة في الأردن، فغياب أحدهما يؤثر على تكرار الزيارة أو عدم تشجيع الزوار الآخرين على ارتياح المُنتزَّه. ويؤكد الباحثون أهمية هاتين الركيزتين الأساسيتين لكل رحلة سياحية داخل المُنتزَّه، مما يؤثر في الصورة السياحية (Destination Image) للمُنتزَّهات العامة على نحو عام، بحيث تصبح صورة المُنتزَّه سلبية من خلال السمعة التي أخذت عنه، مما يترتب عليه عدم وجود جذب سياحي لذلك المُنتزَّه. وعليه، فينبغي أن يركِّز المخططون على تحسين الخدمات السياحية المتعلقة بخدمة دورات المياه من حيث نظافتها وتزويدها بالمياه على نحو مستمر، على عكس ما تعانيه معظم المواقع السياحية في الأردن خاصة المُنتزَّهات العامة. كما ينبغي للمخططين الاهتمام بمؤشر توفير أماكن للشواء؛ نظراً إلى أنه يؤثر في بيئة المكان السياحي من خلال الآثار البيئية السلبية المترتبة من جراء إشعال النيران في الأماكن غير المخصصة للشواء، وترك النفايات، وغير ذلك من آثار بيئية سلبية تؤثر في نظافة المكان. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (أبو رية، 2016)، التي جاء فيها أن عدم توافر دورات المياه داخل حديقة المنيا أدى إلى وجود ضعف في مستوى الخدمات السياحية المتوفرة داخلها من وجهة نظر عينة الدراسة، وبدرجة مرتفعة.

الجدول (4): تقييم الخدمات السياحية في المُنتزَّهات العامة في الأردن

الدرجة	%	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الفقرات
مرتفعة	88.6	0.998	4.43	عدم وجود عدد كافٍ من دورات المياه
مرتفعة	81.4	1.132	4.07	عدم وجود أماكن خاصة بالشواء
مرتفعة	81.2	1.033	4.06	عدم وجود تعليمات خاصة بالسلوك الذي يجب اتباعه
مرتفعة	81	1.146	4.05	عدم وجود عدد كافٍ من سلات المهملات
مرتفعة	81	1.151	4.05	عدم وجود عدد كافٍ من المقاعد والطاولات
مرتفعة	79.8	1.224	3.99	عدم وجود أماكن خاصة بالصلاة
مرتفعة	79.6	1.292	3.98	عدم وجود ملاعب وساحات كافية للترفيه
مرتفعة	78.6	1.203	3.93	عدم وجود لافتات إرشادية للوصول إلى المُنتزَّهات العامة في الأردن
مرتفعة	77.6	1.295	3.88	عدم وجود مواقف خاصة لذوي الاحتياجات الخاصة
مرتفعة	77	1.208	3.85	عدم وجود عدد كافٍ من كاميرات المراقبة
مرتفعة	76	1.302	3.8	عدم وجود عدد كافٍ من مواقف السيارات
مرتفعة	75.4	1.259	3.77	عدم وجود رقابة أمنية داخل المُنتزَّهات العامة وخارجها
مرتفعة	79	0.728	3.95	المجال ككل

خامساً: أهم سلوكيات السياح السلبية في أثناء زيارتهم للمُنتزَّهات العامة في الأردن

يلاحظ من الجدول (5) وجود الكثير من سلوكيات الزوّار السلبية داخل المُنتزَّه، كما يلاحظ أن أكثر السلوكيات السلبية انتشاراً هي "التدخين، ورمي أعقاب السجائر داخل المُنتزَّه" بنسبة بلغت (91.3%)، ثم "تدخين الأرجيلة ورمي مخلفاتها داخل المنتزه" بنسبة بلغت (82.6%)، ثم "إشعال النيران وعدم إطفائها عند المغادرة" بنسبة (70.2%)، ثم "رمي المخلفات الصلبة داخل المُنتزَّه" بنسبة بلغت (69.3%)، تلتها فقرة "إزعاج الآخرين وعدم احترام خصوصيتهم" بنسبة (66.7%)، وكذلك "وجود سلوكيات منافية للحياة والأخلاق العامة داخل المُنتزَّه" بنسبة (66.3%)، و"إتلاف النباتات الطبيعية" بنسبة (63.5%)، ثم "التحرش بالزوّار الآخرين" بنسبة (62.2%)، وأخيراً "المشاجرات" بنسبة بلغت (59.3%)، وذلك من وجهة نظر الزوار عينة الدراسة. وتُعزى النتائج التي يُشير إليها الجدول (5) إلى أن هذه السلوكيات السلبية التي يشاهدها الزائر في أثناء زيارته للمُنتزَّه تؤثر بالدرجة الأولى في بيئة المُنتزَّه من خلال عدم استدامة السياحة داخله متمثلة في عدم نظافة المكان السياحي (المُنتزَّه)، وهذا سلوك سلبي ينتج من الزائر نفسه، مما يجعل بعض الزوّار الآخرين أقل اكتراثاً بنظافة المكان السياحي فيصبح ملوثاً. ويؤثر هذا السلوك في عدم استمرارية واستدامة المكان السياحي في جذب الزوّار سياحياً وعدم نية الزوّار تكرار الزيارة. وتتفق هذه النتيجة مع ما جاءت به دراسة (الجاسر، 2017) من حيث إن السلوكيات الضارة في المُنتزَّهات، والمتمثلة بالتدخين ورمي المُخلفات، تساهم في عدم تكرار الزيارة وضعف جذب المكان سياحياً.

الجدول (5): أهم سلوكيات الزوّار السلبية في أثناء زيارتهم للمُنتزَّهات العامة

نعم		لا		الفقرات
التكرار	%	التكرار	%	
493	91.30	47	8.70	التدخين، ورمي أعقاب السجائر داخل المُنتزَّه
446	82.60	94	17.40	تدخين الأرجيلة، ورمي مخلفاتها داخل المُنتزَّه
379	70.20	161	29.80	إشعال النيران داخل المُنتزَّه، وعدم إطفائها عند مغادرته
343	63.50	197	36.50	إتلاف النباتات الطبيعية داخل المُنتزَّه
360	66.70	180	33.30	إزعاج الآخرين، وعدم احترام خصوصيتهم داخل المُنتزَّه
336	62.20	204	37.80	التحرش بالزوّار الآخرين داخل المُنتزَّه
320	59.30	220	40.70	المشاجرات داخل المُنتزَّه
374	69.30	166	30.70	رمي المخلفات الصلبة داخل المُنتزَّه
358	66.30	182	33.70	وجود سلوكيات منافية للحياة والأخلاق العامة داخل المُنتزَّه

سادساً: أسباب سلوكيات مرتادي المُنتزَّهات السلبية السابقة من وجهة نظر الزوّار

يوضح الجدول (6) أن جميع أسباب السلوكيات السلبية قد حصلت على متوسطات حسابية بدرجات مرتفعة تراوحت ما بين (3.94-4.38)؛ إذ جاء في مقدمة الأسباب: "عدم وجود وعي بيئي لدى الزوّار" بمتوسط حسابي بلغ (4.38)، ثم "عدم وجود أماكن مخصصة للشواء وإشعال النيران" بمتوسط حسابي (4.27)، ثم "عدم وجود قوانين رادعة للزوّار" في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي (4.18)، بينما جاء عامل "عدم تجهيز المُنتزَّهات بسلال النفايات" في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي بلغ (3.94)، وبلغ المتوسط الحسابي الكلي لأسباب سلوكيات مرتادي المُنتزَّهات السلبية السابقة من وجهة نظر الزوّار ككل (4.12)، وهو متوسط ذو درجة مرتفعة. ويعزو الباحثون ذلك إلى انخفاض مستوى الوعي البيئي لدى الزوّار، ممّا يؤثر في الحركة السياحية داخل المُنتزَّه وقوة جذبه. ويرى الباحثون ضرورة تفعيل وسائل الإعلام ووسائل التواصل الاجتماعي لزيادة الوعي لدى مرتادي المُنتزَّهات العامة في الأردن.

الجدول (6): أسباب سلوكيات مرتادي المُنتزَّهات السلبية من وجهة نظر الزوّار

الدرجة	%	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الفقرات
مرتفعة	87.6	0.995	4.38	عدم وجود وعي بيئي لدى الزوّار
مرتفعة	85.4	1.035	4.27	عدم وجود أماكن مخصصة للشواء وإشعال النيران
مرتفعة	83.6	1.021	4.18	عدم وجود قوانين رادعة للزوّار
مرتفعة	81.2	1.112	4.06	عدم الاكتراث بالمحافظة على البيئة
مرتفعة	81	1.071	4.05	دخول أعداد كبيرة من المُنتزَّهين
مرتفعة	79.2	1.204	3.96	عدم وجود جهات رقابية على المُنتزَّهات العامة
مرتفعة	78.8	1.219	3.94	عدم تجهيز المُنتزَّهات العامة بسلال النفايات
مرتفعة	82.4	0.726	4.12	المجال ككل

سابعاً: الأضرار الناجمة عن السلوكيات السلبية في المُنتزَّهات العامة في الأردن

يشير الجدول (7) إلى أنّ جميع الأضرار الناجمة عن السلوكيات السلبية في المُنتزَّهات قد حصلت على متوسطات حسابية بدرجات مرتفعة تراوحت ما بين (3.80-4.30)؛ إذ جاء في مقدمتها "الأضرار الاقتصادية"، وتشمل: "كلفة الصيانة وإعادة تطوير المُنتزَّه" بمتوسط حسابي بلغ (4.30)، يليها "الأضرار البيئية"، وتشمل "تدمير النباتات والتربة" في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي (4.14)، ثم "تشويه منظر المُنتزَّه الطبيعي"، و "إعطاء صورة سلبية عن المجتمع الأردني" على الترتيب في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي (4.06)، بينما جاء: "تدمير المرافق الخدمية المتوفرة" في المرتبة الأخيرة، و بمتوسط حسابي بلغ (3.80)، وبلغ المتوسط الحسابي للأضرار الناجمة عن السلوكيات السلبية في المُنتزَّهات العامة في الأردن ككل (4.06)، وبدرجة مرتفعة، وفقاً لإجابات الزوّار عينة الدراسة، ويعزو الباحثون هذه النتائج للسلوكيات السلبية التي تصدر عن بعض الزوّار، وتكون لها أضرار اقتصادية بالدرجة الأولى، من خلال إتلاف المقومات السياحية كالمسطحات الخضراء المتوفرة في داخل المُنتزَّه ومقاعد الجلوس، وفي هذه الحالة فإن هناك حاجة إلى إعادة تأهيل المُنتزَّه وتنميته وتطويره، ممّا يترتب عليه إنفاق أموال كثيرة، الأمر الذي يؤدي إلى خسائر مالية، وسوف يؤثر ذلك في أداء القطاع السياحي وانخفاض مساهمته في الناتج المحلي الإجمالي، وهذه النتيجة تختلف مع دراسة (الجاشر، 2017) التي توصلت إلى أن أكثر الأضرار صحية.

الجدول (7): الأضرار الناجمة عن السلوكيات السلبية في المُنتزَّهات العامة في الأردن

الدرجة	%	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الفقرات
مرتفعة	86	0.962	4.3	أضرار اقتصادية (تشمل كلفة صيانة المُنتزَّه، وإعادة تطويره)
مرتفعة	82.8	1.035	4.14	أضرار بيئية (تدمير النباتات، والتربة داخل المُنتزَّه)
مرتفعة	81.2	1.114	4.06	تشويه منظر المُنتزَّه الطبيعي

الدرجة	%	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الفقرات
مرتفعة	81.2	1.214	4.06	إعطاء صورة سلبية عن المجتمع الأردني
مرتفعة	81	1.144	4.05	أضرار صحية (انتشار الحشرات والقوارض والروائح الكريهة داخل المُنتزَّه)
مرتفعة	80.6	1.146	4.03	إعطاء صورة سلبية عن سياحة المُنتزَّهات مما يقلل الرغبة في تكرار الزيارة
مرتفعة	76	1.284	3.8	تدمير المرافق الخدمية المتوفرة داخل المُنتزَّه
مرتفعة	81.2	0.843	4.06	المجال ككل

ثامناً: سبل الحد من السلوكيات السلبية في المُنتزَّهات العامة في الأردن من وجهة نظر الزوار

يُبين الجدول (8) أنَّ المتوسطات الحسابية للسبل التي يمكن من خلالها الحد من السلوكيات السلبية في المُنتزَّهات العامة قد تراوحت متوسطات إجابات عينة الدراسة عليها ما بين (3.60-4.19)؛ إذ جاءت "تقديم النصائح للزوار الآخرين بضرورة المحافظة على البيئة" في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (4.19)، تلتها الفقرة التي تنص على "المساهمة في تنظيف المُنتزَّهات وإطفاء النيران المشتعلة خلف المُنتزَّهين" في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي (4.03)، ثم الفقرة التي تنص على "إبلاغ الجهات المسؤولة عن السلوكيات السلبية داخل المُنتزَّهات العامة في الأردن" في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي (3.91)، بينما جاءت الفقرة "تقديم دعم مادي للجهات المسؤولة عن المُنتزَّهات أو للمتطوعين في تلك الأنشطة" في المرتبة الأخيرة، وبمتوسط حسابي بلغ (3.60) وهي الفقرة الوحيدة التي حصلت على درجة متوسطة، وبلغ المتوسط الحسابي لسبل الحد من السلوكيات السلبية في المُنتزَّهات العامة في الأردن من وجهة نظر الزوار ككل (3.88) وبدرجة مرتفعة. ويرى الباحثون أنه من الضروري لاستدامة السياحة في المُنتزَّهات العامة في الأردن المحافظة على البيئة من خلال تقديم الإرشادات وتوعية الزوار الآخرين بشأن الأضرار الناجمة عن الآثار السلبية المترتبة على السلوكيات الضارة للمُنتزَّهات العامة. وعليه، فمن الضروري اتباع التعليمات للمحافظة على المُنتزَّه.

الجدول (8): سبل الحد من السلوكيات السلبية في المُنتزَّهات العامة في الأردن من وجهة نظر الزوار

الدرجة	%	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الفقرات
مرتفعة	83.8	1.242	4.19	تقديم النصائح للزوار الآخرين بضرورة المحافظة على البيئة
مرتفعة	80.6	1.226	4.03	المساهمة في تنظيف المُنتزَّهات، وإطفاء النيران المشتعلة خلف المُنتزَّهين
مرتفعة	78.2	1.384	3.91	إبلاغ الجهات المسؤولة عن السلوكيات السلبية داخل المُنتزَّهات العامة في الأردن
مرتفعة	76	1.369	3.8	القيام بعمليات تطوعية لتعزيز الوعي بضرورة المحافظة على البيئة
مرتفعة	75.2	1.337	3.76	عدم الاكتراث بسلوكيات الآخرين
متوسطة	72	1.416	3.6	تقديم دعم مادي للجهات المسؤولة عن المُنتزَّهات أو للمتطوعين في تلك الأنشطة

تاسعاً: اختبار فرضيات الدراسة

فرضية الدراسة الرئيسية الأولى: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في دوافع زيارة المُنتزَّه تُعزى لمتغيرات الجنس، والعمر، ومستوى الدخل، ويتفرع منها:

الفرضية الفرعية الأولى: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في دوافع زيارة المُنتزَّه تُعزى لمتغير الجنس. واختبار هذه الفرضية استخدم اختبار ت للعينات المستقلة، والجدول (9) يوضح ذلك.

الجدول (9): نتائج (ت) للعينات المستقلة لاختبار تأثير متغير الجنس في دوافع زيارة المُنتزَّه

الجنس	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت	مستوى الدلالة
ذكور	418	3.95	0.680.	1.232	0.305
إناث	122	3.87	0.712		

ويلاحظ من الجدول (9) أن قيمة (ت) لم تكن ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة أقل من (0.05)، مما يؤدي بنا إلى القبول بالفرضية التي تنص على أنه: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في دوافع زيارة المُنتزَّه تُعزى لمتغير الجنس؛ وذلك لأن دوافع الزائر لارتياح المُنتزَّهات العامة لا تختلف بين الذكور والإناث؛ حيث إن دافع زيارة المُنتزَّه ليس له علاقة بمتغير الجنس، وإنما هي رغبات الزوار وميولهم للترفيه وقضاء وقت للاستجمام والراحة. الفرضية الفرعية الثانية: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في دوافع زيارة المُنتزَّه تُعزى لمتغير العمر. ولاختبار هذه الفرضية استُخدم اختبار تحليل التباين الأحادي، أنظر الجدول (10).

الجدول (10): نتائج تحليل التباين الأحادي لاختبار تأثير العمر في دوافع زيارة المُنتزَّه

العمر	أقل من 30 سنة	30 - 39 سنة	40 - 49 سنة	50 - 59 سنة	أكثر من 60 سنة
المتوسط الحسابي	3.98	3.89	3.95	3.75	3.65
الانحراف المعياري	0.663	0.705	0.702	0.624	0.809
درجة الحرية	4				
قيمة ف	1.217				
مستوى الدلالة	0.302				

ويلاحظ من الجدول أن قيمة (ف) لم تكن ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة أقل من 0.05، مما يؤدي بنا إلى القبول بالفرضية التي تنص على أنه: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في دوافع زيارة المُنتزَّه تُعزى لمتغير العمر. الفرضية الفرعية الثالثة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في دوافع زيارة المُنتزَّه تُعزى لمتغير الدخل. ولاختبار هذه الفرضية استُخدم اختبار تحليل التباين الأحادي، والجدول (11) يوضح ذلك.

الجدول (11): نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي لاختبار تأثير الدخل في دوافع زيارة المُنتزَّه

الدخل (دينار)	أقل من 500	500 - 999	1000 - 1499	1500 - 1999	2000 فأكثر
المتوسط الحسابي	3.91	3.97	3.97	3.92	3.65
الانحراف المعياري	0.71	0.66	0.65	0.85	0.76
درجة الحرية	4				
قيمة ف	0.564				
مستوى الدلالة	0.689				

ويلاحظ من الجدول (11) أن قيمة (ف) لم تكن ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة أقل من (0.05)، مما يؤدي بنا إلى القبول بالفرضية التي تنص على أنه: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في دوافع زيارة المُنتزَّه تُعزى لمتغير الدخل. ويفسر الباحثون ذلك بأن دوافع الزوار كثيرة ومتنوعة، فكل زائر لديه دوافع ومستوى دخل يختلف عن غيره

من الزوّار، وبسبب أنّ أغلب زوّار المُنتزَّهات العامة في الأردن من ذوي الدخل المحدود، فليس له تأثير في دوافع الزوار. ولكن اتضح للباحثين وجود فروق ذات دلالة إحصائية في دافع الهروب من الروتين اليومي تُعزى لمستوى الدخل؛ ويفسر الباحثون ذلك بأن معظم أفراد عينة الدراسة دافعهم الهروب من الروتين اليومي، والخروج من الملل الذي يعيشون فيه، فينفقون بعض الأموال من أجل الترفيه عن أنفسهم وزيارة المُنتزَّهات.

فرضية الدراسة الرئيسية الثانية: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في معدل الإنفاق لزوار المُنتزَّه تُعزى لمتغيرات الجنس، والعمر، والدخل. ويتفرع عنها:
الفرضية الفرعية الأولى: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في معدل الإنفاق لزوار المُنتزَّه تُعزى لمتغير الجنس. ولاختبار هذه الفرضية استخدم اختبار (ت) للعينات المستقلة، أنظر الجدول (12).

الجدول (12): نتائج ت للعينات المستقلة لاختبار تأثير متغير الجنس في معدل الإنفاق

الجنس	العدد	الوسط الحسابي	الانحراف	قيمة ت	مستوى الدلالة
ذكور	418	1.24	0.654	1.369	*0.043
إناث	122	1.34	0.723		

ويلاحظ من الجدول (12) أن قيمة (ت) كانت ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة أقل من (0.05)، ممّا يؤدي بنا إلى القبول بالفرضية التي تنص على: توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$) في دوافع زيارة المُنتزَّه تُعزى لمتغير الجنس؛ إذ كان معدل الإنفاق أعلى لدى الإناث. ويفسر الباحثون ذلك بأن أغلب مرتادي المُنتزَّهات العامة على نحو عام عائلات، فالإناث جزء من العائلة ولديهن أطفال، ويحتجن إلى الترفيه عن أنفسهن وعن أطفالهن باستخدام الألعاب الترفيهية بأشكالها المختلفة، فينفقن أموالاً أكثر من الذكور. كما أن إقامة الإناث في المنزل وفي أماكن مغلقة تساهم في زيادة إنفاقهن لزيارة المُنتزَّه والرغبة في استخدام جميع وسائل الترفيه والشراء من المحلات التجارية وغيرها؛ لذا يكون إنفاقهن أكثر من الذكور.
الفرضية الفرعية الثانية: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في معدل الإنفاق لزوار المُنتزَّه تُعزى لمتغير العمر. ولاختبار هذه الفرضية استخدم اختبار تحليل التباين الأحادي، والجدول (13) يبيّن ذلك.

الجدول (13): نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي لاختبار تأثير العمر في معدل الإنفاق

العمر	أقل من 30 سنة*	*39 - 30	*49 - 40	*59 - 50**	أكثر من 60 سنة
الوسط الحسابي	1.25	1.19	1.34	1.67	1.57
الانحراف المعياري	0.58	0.62	0.79	1.05	0.79
درجة الحرية	4				
قيمة ف	3.539				
مستوى الدلالة	*0.007				

ويلاحظ من الجدول أن قيمة (ف) كانت ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة أقل من (0.05)، ممّا يؤدي بنا إلى القبول بالفرضية التي تنص على: توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$) في دوافع زيارة المُنتزَّه تُعزى لمتغير العمر؛ إذ كان معدل الإنفاق أعلى لدى من تتراوح أعمارهم ما بين 59-50 سنة مقارنةً بالفئات العمرية الأقل. ويفسر الباحثون ذلك بأن الزوّار من الفئة العمرية 59-50 سنة ملزمون بالإنفاق بسبب عائلاتهم وأطفالهم بُغية ترفيههم، ولأن إحدى دوافع زيارة المُنتزَّهات العامة هي الترفيه والاستجمام في المُنتزَّه؛ لذا ينفقون الأموال.
الفرضية الفرعية الثالثة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في معدل الإنفاق لزوار المُنتزَّه تُعزى لمتغير مستوى الدخل. ولاختبار هذه الفرضية استخدم اختبار تحليل التباين الأحادي، والجدول (14) يوضح ذلك.

الجدول (14): نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي لاختبار تأثير الدخل في معدل الإنفاق

الدخل (دينار)	أقل من 500*	500 - 999	1000 - 1499**	1500 - 1999**	2000 فأكثر**
الوسط الحسابي	1.22	1.18	1.76	2.25	1.75
الانحراف المعياري	0.62	0.46	1.2	1.89	0.71
درجة الحرية	4				
قيمة ف	10.438				
مستوى الدلالة	*0.000				

ويلاحظ من الجدول أن قيمة (ف) كانت ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة أقل من (0.05)، مما يؤدي بنا إلى القبول بالفرضية التي تنص على: توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$) في دوافع زيارة المُنتزَّه تُعزى لمتغير الدخل، حيث إن معدل الإنفاق يكون أعلى كلما زاد الدخل. ويفسر الباحثون ذلك بأنه كلما زاد الدخل زاد إنفاق الزائر في رحلته السياحية، فقد كانت درجة الإنفاق لهذه الفئة أكثر بسبب زيادة القدرة على الإنفاق مع زيادة الدخل.

النتائج والتوصيات:

بناءً على التحليل السابق، يمكن تلخيص أهم نتائج الدراسة فيما يأتي:

1- تبين من تحليل الخصائص الشخصية لعينة الدراسة سيادة فئة الشباب على مرتادي المُنتزَّهات العامة في الأردن، وخاصةً فئة الذكور، مما يدل على وجود نمط سياحي هو سياحة الشباب داخل المُنتزَّهات العامة، كما تبين أن السياحة العائلية (Family Tourism) هي النمط السائد داخل المُنتزَّهات العامة؛ حيث تتميز المُنتزَّهات العامة بعدة مميزات تشجع الزوار للذهاب إليها، منها: قرب المكان، وأن متوسط مدة التنتزه لا تزيد في الزيارة الواحدة على أربع ساعات، وأن أغلبية مرتادي المُنتزَّهات العامة هم من الطبقتين الوسطى والفقيرة ذات الدخل المتدنية، التي تقل عن (500) دينار أردني؛ لذا كان معدل الإنفاق في الزيارة الواحدة أقل من (50) ديناراً في الغالب، وأن وسيلة النقل التي يُعتمد عليها في التنتزه من قبل هاتين الطبقتين هي المركبات الخاصة. وبيّنت الدراسة وجود نية لتكرار زيارة المُنتزَّهات لما يتوفر فيها من عوامل جذب، وأن مصدر المعلومات لتعرف المُنتزَّهات العامة في الأردن هو عن طريق الأقارب والأصدقاء بالدرجة الأولى وفقاً لإجابات أفراد عينة الدراسة.

2- تبين من الدراسة أن للمناخ أهمية كبيرة من حيث إنه أحد العناصر الساهمة في زيادة نشاط الحركة السياحية للمُنتزَّهات العامة في الأردن حينما يكون لطيفاً وخاصة في الربيع، ومن ثم فإن ذلك يعزز من زيادة الحركة السياحية في فصلي الربيع والصيف أكثر من الفصول الأخرى لوجود العطل الصيفية، وهذا يؤدي إلى ظهور نمط سياحة موسمية في المُنتزَّهات العامة في الأردن.

3- فيما يتعلق بدوافع الزوار لزيارة المُنتزَّهات العامة في الأردن، أظهرت نتائج الدراسة أن أهم دوافع المُنتزَّهين لزيارة تلك المُنتزَّهات هي قضاء وقت الفراغ، والهروب من الروتين اليومي.

4- أظهرت نتائج الدراسة أن هناك عدة ممارسات سلبية من زوار المُنتزَّهات العامة تمثلت في سلوكهم في أثناء زيارتهم للمُنتزَّهات، ومنها: التدخين ورمي أعقاب السجائر داخل المُنتزَّه، ثم تدخين الأرجيلة ورمي مخلفاتها داخل المُنتزَّه، التي تدل على قلة الوعي (Awareness) والإدراك لدى الزائر في المحافظة على الجانب البيئي، مما يؤكد عدم وجود دورات توعوية من الجهات المختصة وقوانين رادعة لمنع هذا السلوك السلبي في أثناء زيارة المُنتزَّهات.

5- بيّنت نتائج التحليل أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$) في دوافع زيارة المُنتزَّهات تُعزى لمتغيرات الجنس والعمر والدخل.

6- بيّنت نتائج الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$) في معدل الإنفاق تُعزى لمتغير الجنس، ولصالح الإناث. وأظهرت النتائج كذلك وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$) في معدل الإنفاق تُعزى لمتغير العمر، وكان معدل الإنفاق أعلى لدى من تتراوح أعمارهم ما بين (50-59) سنة مقارنةً بالفئات العمرية الأقل. كما أظهرت النتائج كذلك وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$) في معدل الإنفاق تُعزى لمتغير الدخل، وكان معدل الإنفاق أعلى كلما زاد الدخل.

بناء على ما سلف من نتائج، فإن الدراسة توصي بما يأتي:

- 1- التعاون بين القطاعين العام والخاص من أجل تنمية السياحة وتطويرها في المُنتزَّهات العامة داخل الأردن.
- 2- ضرورة القيام بحملات إرشادية وتوعوية للمحافظة على بيئة المُنتزَّهات العامة في الأردن، وذلك من خلال وسائل الإعلام المختلفة للحد من السلوكيات السلبية، وضرورة تفعيل دور الشرطة البيئية لمراقبة السلوكيات السلبية التي تصدر عن بعض الزوار، والرقابة الشديدة عليها من خلال وضع غرامات مالية على كل من يتصرف داخلها بشكلٍ سلبي.
- 3- ضرورة التخطيط السليم عند اختيار المواقع المناسبة لإنشاء المُنتزَّهات العامة في الأردن.
- 4- ضرورة العمل على إنشاء قاعدة بيانات تتمثل في (عدد الزوار، وخصائصهم، ومواقع المُنتزَّهات، وأوقات الزيارة خلال السنة)؛ وذلك من أجل إيجاد طريقة مناسبة للمحافظة على المُنتزَّهات العامة، وتطويرها على نحوٍ مستمر.
- 5- تنمية السياحة المستدامة وتطويرها من خلال مشاركة المجتمع المحلي، وذلك من خلال تفعيل الأنشطة السياحية المختلفة، وإتاحة فرص العمل للمحافظة على المُنتزَّهات العامة واستدامتها من أجل استقطاب الزوار وزيادة عددهم على نحوٍ أكبر، سواء أكانوا من داخل المجتمع المحلي أم من الخارج، والعمل على استمرارية السياحة المستدامة داخل المُنتزَّهات العامة في الأردن من جميع الجوانب الاقتصادية، الأمر الذي يؤدي إلى تحسين الناتج المحلي الإجمالي وزيادته، ودعم الجوانب الاجتماعية من خلال تقوية العلاقات والروابط الاجتماعية وتحسينها، والتركيز على الجوانب البيئية للمحافظة على البيئة.
- 6- ضرورة نشر اللوحات الإرشادية وتعليقها في المُنتزَّهات العامة في الأردن.
- 7- إجراء مزيد من الدراسات التي تتناول موضوع السياحة العائلية وسياحة الشباب.

المصادر والمراجع

- الأسطة، رشا، (1997)، السياحة البيئية في الأردن: حالة دراسية في منطقتي ضانا والبترا، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الأردنية، عمّان، الأردن.
- أبو رية، محمد عنتر، (2016)، إمكانية تطوير سياحة الحدائق والمُنتزَّهات بالتطبيق على الحدائق الدولية العامة بمحافظة المنيا: دراسة حالة حدائق مدينة دبي، مجلة المنيا لبحوث السياحة والضيافة، مج2، ع(1)، ص1-ص25، جامعة المنيا.
- أمانة عمّان الكبرى، (2018)، بيانات غير منشورة عن الحدائق والمُنتزَّهات العامة، عمّان، الأردن.
- بلدية إربد الكبرى، (2018)، بيانات غير منشورة عن الحدائق والمُنتزَّهات العامة، محافظة إربد، الأردن.
- بلدية الزرقاء الكبرى، (2018)، بيانات غير منشورة عن الحدائق والمُنتزَّهات العامة، محافظة الزرقاء، الأردن.
- بلدية السلط الكبرى، (2018)، بيانات غير منشورة عن الحدائق والمُنتزَّهات العامة، محافظة البلقاء، الأردن.
- بلدية الطفيلة الكبرى، (2018)، بيانات غير منشورة عن الحدائق والمُنتزَّهات العامة، محافظة الطفيلة، الأردن.
- بلدية الكرك الكبرى، (2018)، بيانات غير منشورة عن الحدائق والمُنتزَّهات العامة، محافظة الكرك، الأردن.
- بلدية المفرق، (2018)، بيانات غير منشورة عن الحدائق والمُنتزَّهات العامة، محافظة المفرق، الأردن.
- بلدية جرش الكبرى، (2018)، بيانات غير منشورة عن الحدائق والمُنتزَّهات العامة، محافظة جرش، الأردن.
- بلدية عجلون الكبرى، (2018)، بيانات غير منشورة عن الحدائق والمُنتزَّهات العامة، محافظة عجلون، الأردن.
- بلدية مادبا الكبرى، (2018)، بيانات غير منشورة عن الحدائق والمُنتزَّهات العامة، محافظة مادبا، الأردن.
- بلدية معان الكبرى، (2018)، بيانات غير منشورة عن الحدائق والمُنتزَّهات العامة، محافظة معان، الأردن.
- الجابري، لميعة، (2017)، سلوكيات السياحة الأسرية من منظور عضوات هيئة التدريس وإداريات وطالبات كلية الآداب بجامعة الملك سعود، مجلة دراسات: العلوم الإنسانية والاجتماعية، الجامعة الأردنية، عمّان، مج44، ع(1)، ص127-151.
- دائرة الإحصاءات العامة، (2015)، التعداد العام للسكان والمساكن، عمّان، الأردن.
- ذيب، مي، (2011)، تحليل نمط توزيع الحدائق العامة في مدينة عمّان باستخدام تقنية نظم المعلومات الجغرافية، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الأردنية، عمّان، الأردن.
- الرحيمي، سالم، (2006)، أثر خصائص السائح المحليين على دوافعهم نحو السياحة الداخلية في الأردن، مجلة مؤتة للبحوث والدراسات: مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، الكرك، مج21، ع(5)، ص253-271.
- سالم، سالم، (2007)، سلوك السائح ودوره في تحديد النمط السياحي، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية، جامعة بغداد، العراق، مج13، ع(48)، ص63-ص80.
- سلطة منطقة العقبة الاقتصادية، (2018)، بيانات غير منشورة عن الحدائق والمُنتزَّهات العامة محافظة العقبة، الأردن.
- سليمان، داليا، (2006)، تطوير الحدائق والمُنتزَّهات العامة في مصر، ط(1)، القاهرة: الإدارة للنشر والتوزيع.

- سماوي، حابس، (1994)، السياحة والتتزه في محافظة البلقاء الأردن: خصائصها واتجاهاتها، مجلة دراسات: العلوم الإنسانية والاجتماعية، الجامعة الأردنية، عمّان، مج121، ع(6)، ص291-225.
- شمة، نور؛ شوري، غسان؛ البطل، نبيل، (2014)، تقييم الأبعاد الخدمية والبيئية والجمالية للحديقة العامة في ضاحية الشام الجديدة، مجلة جامعة دمشق للعلوم الزراعية، دمشق، مج30، ع(1)، ص9-28.
- الطائي، حميد؛ العلاق، بشير، (2000)، سلوكيات السائح والطلب السياحي، ط(1)، عمّان: ماسة للثقافة العربية.
- الطبيب، أبو القاسم، (2013)، دور الحدائق والمتنزهات في الخرطوم الكبرى 2009-2011، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة النيلين، السودان.
- طيوب، محمود؛ صقر، محمد؛ مهنا، وائل، (2009)، أثر الترويج السياحي في سلوك السياح ورضاهم: دراسة ميدانية في سوريا 2007-2008، مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية- سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية، جامعة تشرين، دمشق، مج1، ع(4)، ص183-203.
- القيعي، حيدر، (1985)، تصميم وتنسيق الحدائق، ط(1)، الاسكندرية: منشأة المعارف.
- مباركة، مساوي، (2012) الخدمات السياحية والفندقية وتأثيرها على سلوك المستهلك دراسة حالة مجموعة من الفنادق لولاية "مستغانم"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة أوبكر بلقايد، تلمسان، الجزائر.
- المعاطبة، إلهام، (2008)، الوعي البيئي تجاه المشتركات: دراسة حالة الطرق والمتنزهات، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة مؤتة، الكرك، الأردن.
- مقابلة، خالد، (2003)، التتزه في الأردن: دراسة استطلاعية لزوار بعض المواقع السياحية في إقليم الشمال، مجلة دراسات: العلوم الإنسانية والاجتماعية، الجامعة الأردنية، عمّان، مج30، ع(2)، ص358-373.
- مقابلة، خالد، (2005)، ترويج السياحة الداخلية في الدول النامية: دراسة تحليلية للتجربة الأردنية من وجهة نظر مجموعة من السياح الأردنيين في البتراء، مجلة دراسات: العلوم الإنسانية والاجتماعية، الجامعة الأردنية، عمّان، مج32، ع(3)، ص475-486.
- وزارة السياحة والآثار، (2017)، بيانات ونشرات إحصائية غير منشورة، عمّان، الأردن.
- Allan, M., (2011), Toward a better understanding of motivations for a geotourism experience: A self-determination theory perspective, Unpublished Doctorates Thesis, Edith Cowan University, Western Australia.
- Allan, M., (2014), Why Do Jordanian Tourists Push and Pull Theory Perspective? Dirasat: Human and Social Sciences. V. 41, Supplement.1: 662-770.
- Kotrlík, J. W. K. J. W., & Higgins, C. C. H. C. C. (2001). Organizational research: Determining appropriate sample size in survey research appropriate sample size in survey research. Information Technology, Learning, and Performance Journal, 19(1): 43.
- Caldito, L., Dimanche, F., Ilkevich, S., (2015), Tourist Behavior and Trends, in book: Tourism in Russia: A Management Handbook. pp102-129.
- Chang, L., Stylos, N., Yeh, S., & Tung, Y. (2015). How do motivation, pre-visit information search and destination image affect post-visit behavioral intention? The case of an island destination. European Journal of Tourism Research, 9(1): 8-23.
- Dongxu, Y., Feiqin, L., Yongde, Z., & Wenming, L. (2017). Strengthening mechanisms to promote tourists' environmental responsible behaviors in the context of all-for-one tourism. Journal of Landscape Research, 9(6): 106-110.
- Eagles, P., (2001), International trends in parks tourism, University of Waterloo, Switzerland. pp1-43.
- Han, J., Lee, M., & Hwang, Y. S. (2016). Tourists' environmentally responsible behavior in response to climate change and tourist experiences in nature-based tourism. Sustainability, 8(7), 644: 1-14.
- Leonidou, L. C., Coudounaris, D. N., Kvasova, O., & Christodoulides, P. (2015). Drivers and outcomes of green tourist attitudes and behavior: sociodemographic moderating effects. Psychology & Marketing, 32(6): 635-650.
- Morgan, G. A., Leech, N. L., Gloeckner, G. W., & Barrett, K. C. (2012). IBM SPSS for introductory statistics: Use and interpretation. Routledge.

المراجع العربية مترجمة إلى اللغة الإنجليزية

- Al-Usta, Rasha, (1997). Eco Tourism in Jordan: Case Study of Petra and Dhana Regions. Unpublished Master Thesis, The University of Jordan, Amman, Jordan.
- Abu Raya, Mohammad, (2016). Possibility of Developing Public Parks Tourism with Application on the Minia International Public Parks: case Study of Dubai City Parks. Minia Journal of Tourism and Hospitality Research, Vol. 1, Issue 2: 1-25.

- University of Minia, Egypt.
- Greater Amman Municipality, (2018). Unpublished Data of Public Parks, Amman, Jordan.
- Greater Irbid Municipality, (2018). Unpublished Data of Public Parks, Irbid, Jordan.
- Greater Zarqa Municipality, (2018). Unpublished Data of Public Parks, Zarqa, Jordan.
- Greater Salt Municipality, (2018). Unpublished Data of Public Parks, Salt, Jordan.
- Tafila Municipality, (2018). Unpublished Data of Public Parks, Tafila, Jordan.
- Karak Municipality, (2018). Unpublished Data of Public Parks, Karak, Jordan.
- Mafraq Municipality, (2018). Unpublished Data of Public Parks, Mafraq, Jordan.
- Jerash Municipality, (2018). Unpublished Data of Public Parks, Jerash, Jordan.
- Ajloun Municipality, (2018). Unpublished Data of Public Parks, Ajloun, Jordan.
- Madaba Municipality, (2018). Unpublished Data of Public Parks, Madaba, Jordan.
- Ma'an Municipality, (2018). Unpublished Data of Public Parks, Ma'an, Jordan.
- Al-Jaser, Lami'a, (2017). Family Tourism Behaviors from Lecturers, Employees and Students of Faculty of Arts at King Saud University Point of View. *Dirasat: Human and Social Sciences*. V. 44, Issue. 1: 127-151.
- Department of Statistics, (2015). Population and Housing Census, Amman, Jordan.
- Deeb Mai, (2011). Analysis of Public Parks Distribution Patterns in Amman City Using Geographic Information Systems. Unpublished Master Thesis, The University of Jordan, Amman, Jordan.
- Al-Rehimi, Salem, (2006). Impact of Local Tourists' Characteristics on their Motives Toward Domestic Tourism in Jordan. *Mu'tah Lil-Buhut Wad-Dirasat: Humanities and Social Sciences Series*. V. 21, Issue. 5: 253-271.
- Salem, Salem, (2007). Tourist Behavior and Its Role in Defining Tourism Pattern. *Journal of Economics and Administrative Sciences*. University of Baghdad. V. 13, Issue. 48: 63-80.
- Aqaba Special Economic Zone Authority, (2018). Unpublished Data of Public Parks, Aqaba, Jordan.
- Suleiman, Dalia, (2006). Development of Public Parks in Egypt. Edition 1, Management for Publishing, Cairo, Egypt.
- Samawi, Habis, (1994). Tourism and Excursion in Balqa Governorate, Jordan: Their Characteristics and Trends. *Dirasat: Human and Social Sciences*. V. 21, Issue. 6: 191-225.
- Shamma, N.; Shoura, G.; Al-Batal, N., (2014). Assessment the Aspects of Service, Environment and Aesthetics of the Public Garden at New Sham Suburb. *Damascus University Journal for Agricultural Sciences*. Damascus. V. 30, Issue. 1: 9-28.
- Ta'ie, Hameed; Al-Alaq, Basheer, (2000). Tourist Behaviors and Tourism Demand. Edition 1. Masa for Arabic Culture for Publishing. Amman, Jordan.
- Al-Taib, Abu AlQasim, (2013). The Role of Public Parks in Greater Khartoum (2009-2011). Unpublished Master Thesis, Neelain University, Sudan.
- Tayoob, M.; Saqar, M.; Mohanna, W., (2009). Impacts of Tourist Promotion on Tourists' Behavior and Satisfaction Filed Study in Syria 2007,2008. *Tishreen University Journal for Research and Scientific Studies: Economics and Law Sciences series*. V. 1, Issue. 4: 183-203. Tishreen University, Damascus.
- Al-Qaei, H., (1985). Design and Coordination Gardens. Edition 1. Al-Ma'aref, Alexandria, Egypt.
- Mubaraka, M., (2012). Hospitality and Tourism Services and its Impact on Consumer Behavior: Case Study on a Group of Hotels in Mastaganem Area. Unpublished Master Thesis, The University of Abou Bakr Belkaïd, Tlmeccen, Algeria.
- Maiteh, Elham, (2008). Environmental Awareness Toward Common Areas: Case Study of Roads and Public Parks. Unpublished Master Thesis. Mu'tah University, Karak, Jordan.
- Maqabla, Khalid, (2003). Excursion in Jordan: An Exploration of Visitors of Some Tourist Attractions in the Northern Region. *Dirasat: Human and Social Sciences*. V. 30, Issue. 2: 358-373.
- Maqabla, Khalid, (2005). Promoting Domestic Tourism in Developing Countries: An Analytical Study of Jordan's Experiment from the Point of View of a Group of Jordanian Tourists in Petra. *Dirasat: Human and Social Sciences*. V. 32, Issue. 3: 475-486.
- Ministry of Tourism and Antiques, (2017). Unpublished statistics and Data. Amman, Jordan.

Public Parks Tourism in Jordan: Patterns, Characteristics, and Visitors' Behavior

*Faisal Albahrat, Nidal Alzboun, and Hamzah Khawaldah**

ABSTRACT

The study aims at examining excursion patterns and behavior of public parks visitors in Jordan. It also aims to identify the motivations of visitors to visit public parks in Jordan to reveal their attitudes towards harmful practices on the parks environment in the study area, and to find out the relationship between the social and economic characteristics of the study sample and their behaviors. In addition, it sought to providing possible suggestions to address problems in these parks from visitors' perspective. To achieve these objectives, the analytical statistical approach was used to analyze obtained data which was collected from the questionnaire that was distributed to a convenience sample of (556) visitors. Of them, 540 were suitable for analysis. The analysis was, however, performed on (540) proper questionnaires and the appropriate statistical methods were used to analyse the data including frequencies, One-way ANOVA, and (T) test. The study concluded that there was a variance in visitor's characteristics in public parks in Jordan were youth age group and males represented the highest percentage among study sample. It also revealed that family tourism is the dominant pattern in public parks. Regarding tourism services, respondents indicated that there is a lack of infrastructure especially toilets, and barbeque places which negatively affected visitors' satisfaction. In addition, negative behaviors were noticed by the study sample including smoking and leaving litters inside public parks. Thus, the study recommended conducting awareness campaigns to the local community to preserve parks' environment from these negative behaviors. In addition, the study recommended to impose fines by environmental police, and to legislate needed laws to prevent these behaviors in public parks in Jordan.

Keywords: Public Parks, Tourist Behavior, Excursion Patterns, Family Tourism, Jordan.

* Faculty of Arts, The University of Jordan.

Received on 10/9/2019 and Accepted for Publication on 10/12/2019.