

## تحليل دوافع ورضا زوار تلفريك عجلون: دراسة ميدانية للخصائص المكانية والخدمية

معتصم أحمد قويدر عليوه

دكتور في الجغرافيا السياحية، وزارة التربية والتعليم العالي القطرية، قطر  
motasemoliwa93@gmail.com

مروة عباس أحمد ابراهيم

محاضر متفرغ، قسم السياحة والفندقة، الكلية الجامعية العربية للتكنولوجيا، الأردن  
MarwaAbbas@auct.edu.jo

### الملخص

هدفت الدراسة إلى تحليل دوافع الزوار ورضاهم عن تجربة تلفريك عجلون، والتعرف إلى الخصائص المكانية والخدمية المؤثرة في جودة التجربة السياحية، إضافة إلى قياس مستوى الرضا العام. واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي بالاعتماد على استبانة ميدانية وُزعت على عينة من زوار تلفريك عجلون خلال موسم الذروة السياحية، وتم تحليل البيانات باستخدام الأساليب الإحصائية الوصفية. وأظهرت النتائج أن غالبية الزوار من السياح المحليين، وأن الدوافع الجمالية الخارجية كانت الأبرز في جذبهم للموقع، حيث حصل جمال المناظر الطبيعية على أعلى تقييم. كما تبين أن مستوى الرضا العام عن الخدمات والخصائص المكانية كان مرتفعاً، مع وجود حاجة لتحسين بعض المرافق كأماكن الجلوس ودورات المياه. وأظهرت النتائج أيضاً أن نسبة كبيرة من الزوار أبدت رغبة في تكرار الزيارة والتوصية بالموقع للآخرين، مما يعكس نجاح المشروع في تعزيز السياحة الجبلية وتطوير تجربة الزائر في الأردن.

**الكلمات المفتاحية:** التلفريك، سياحة التلفريك، دوافع الزوار، الأردن، عجلون.

## Analysis of the Motives and Satisfaction of Visitors to the Ajloun Cable Car: A Field Study of Spatial and Service Characteristics

**Motasem Ahmad Qwider Oliwa**

PhD in Tourism Geography, Ministry of Education and Higher Education, Qatar  
motasemoliwa93@gmail.com

**Marwa Abbas Ahmed Ibrahim**

Lecturer, Department of Tourism and Hospitality, Arab University College of  
Technology, Jordan  
MarwaAbbas@auct.edu.jo

### Abstract

This study aimed to analyze visitor motivations and satisfaction with the Ajloun cable car experience, identify the spatial and service characteristics affecting the quality of the tourist experience, and measure the overall level of satisfaction. The study employed a descriptive-analytical approach, relying on a field questionnaire distributed to a sample of Ajloun cable car visitors during the peak tourist season. Data were analyzed using descriptive statistical methods. The results showed that the majority of visitors were domestic tourists, and that the site's aesthetic appeal was the most prominent factor attracting them, with the beauty of the natural scenery receiving the highest rating. The overall level of satisfaction with the services and spatial features was also found to be high, although some facilities, such as seating areas and restrooms, were identified as needing improvement. Furthermore, the results indicated that a significant percentage of visitors expressed a desire to repeat their visit and recommend the site to others, reflecting the project's success in promoting mountain tourism and enhancing the visitor experience in Jordan.

**Keywords:** Cable Car, Cable Car Tourism, Visitor Motivations, Jordan, Ajloun.

### المقدمة

تعدّ السياحة من أكثر القطاعات ديناميكيةً على مستوى العالم، لما لها من قدرةٍ على دعم الاقتصاد الوطني، وتحقيق التنمية المستدامة، وتعزيز التواصل الثقافي والاجتماعي بين الشعوب (Sharpley, 2018). فقد شهدت العقود الأخيرة تحولاً نوعياً في أنماط السياحة العالمية، مع تزايد الاهتمام بالوجهات التي تجمع بين

العناصر الطبيعية، والتراث الثقافي، والتجارب الترفيهية الفريدة (UNWTO, 2023). وضمن هذا الإطار، أصبحت السياحة المستندة إلى البنية التحتية المبتكرة، مثل مشاريع التلفريك، إحدى الوسائل الفعالة لتشجيع الحركة السياحية نحو المناطق الجبلية والطبيعية، لما توفره من تجربة تفاعلية تجمع بين المغامرة والاستمتاع بالمشهد البيئي في آن واحد (García & López, 2025).

يسعى الأردن إلى تنوع منتجاته السياحية من خلال تطوير مشاريع نوعية في المحافظات المختلفة، تعزز من التوزيع المكاني للحركة السياحية وتحدّ من تركّزها في العاصمة والمناطق التقليدية. ويُعد مشروع تلفريك عجلون أحد أبرز هذه المشاريع الحديثة، إذ يشكل نموذجًا للتنمية السياحية المستدامة في شمال المملكة، لما يمتاز به من موقع طبيعي خلّاب، وإطلالة بيئية متميزة، وقدرة على استقطاب الزوار المحليين والعرب على حد سواء (Jordan Tourism Board, 2024)، إذ يبلغ طول مسار التلفريك حوالي (2.5 كم)، ويضم (40) عربة بسعة (8) أشخاص لكل عربة، ويربط بين منطقتي اشتفينا وقلعة عجلون مرورًا بمشاهد طبيعية خلّابة على ارتفاع يزيد عن (900 متر) فوق سطح البحر (JFDZG, 2023) ومنذ افتتاحه في حزيران /يونيو 2023، استقطب المشروع أكثر من مليون زائر خلال عامه الأول، وأسهم في تنشيط الاقتصاد المحلي وخلق ما يقارب (700) فرصة عمل مباشرة وغير مباشرة (Jordan News, 2023).

إن فهم دوافع الزوار لزيارة هذا المشروع يمثل خطوة أساسية نحو تحسين مستوى الخدمات وتطوير التجربة السياحية. فالدوافع السياحية تُعدّ من العوامل الجوهرية التي تفسّر سلوك السائح واتجاهاته واختياراته، وهي تنقسم عادة إلى دوافع داخلية (Push)، تتعلق بالحاجات النفسية والاجتماعية مثل الراحة والمتعة والهروب من الروتين، ودوافع خارجية (Pull) ترتبط بجاذبية المقصد السياحي ومقوماته الطبيعية والثقافية (Crompton, 1979; Kim & Ritchie, 2022). كما أن دراسة الخصائص الديموغرافية للسياح تتيح فهمًا أعمق للشرائح المستهدفة، وتساعد في توجيه الخطط التسويقية بشكل أكثر كفاءة (Pearce & Packer, 2021).

في المقابل، فإن التحديات والمعوقات التي تواجه الزوار أثناء رحلتهم تمثل بُعدًا آخر لا يقل أهمية، إذ تسهم في تحديد مدى رضاهم واستعدادهم لتكرار الزيارة أو التوصية بالموقع للآخرين. فضعف الخدمات أو الازدحام أو محدودية المعلومات السياحية يمكن أن يؤثر سلبًا على جودة التجربة السياحية (Rahman et al., 2023).

من هنا، تأتي أهمية هذا البحث الذي يسعى إلى تحليل دوافع الزوار وخصائصهم الديموغرافية، واستكشاف التحديات والمعوقات التي قد تؤثر في رضاهم عن تجربة تلفريك عجلون. كما تهدف الدراسة إلى تقديم تصور علمي يساهم في تعزيز الجذب السياحي وتطوير الأداء التشغيلي للموقع، بما يخدم الرؤية الوطنية للسياحة في

الأردن نحو الاستدامة والجودة. ويُتوقع أن تسهم نتائج هذا البحث في سد فجوة معرفية في الأدبيات العربية حول سياحة التلفريك، من خلال تقديم إطار تحليلي يجمع بين الدوافع، والتجربة، والتحديات السياحية في سياق محلي مميز.

### مشكلة الدراسة وتساؤلاتها

تُعَدُّ السياحة من القطاعات المحورية في تحقيق التنمية المكانية المستدامة، لما تسهم به من إعادة توزيع للأنشطة الاقتصادية والبشرية وخلق فرص عمل وتحسين جودة الحياة في المجتمعات المحلية وقد أولت المملكة الأردنية الهاشمية اهتماماً متزايداً بتنمية السياحة في أقاليمها الشمالية، ولا سيما في محافظة عجلون، لما تمتلكه من خصائص طبيعية وبيئية فريدة جعلتها مؤهلة لتكون مركز جذب سياحي بيئي وثقافي على المستوى الوطني والإقليمي (MOTA, 2023)، وفي هذا السياق، جاء مشروع تلفريك عجلون الذي أُطلق عام 2023 بوصفه نموذجاً جديداً للتنمية السياحية، يهدف إلى ربط المناطق الطبيعية والتاريخية ببنية تحتية حديثة تتيح تجربة سياحية فريدة وتعزز من استقطاب الزوار إلى المنطقة، ورغم ما حققه المشروع من نجاحات أولية تمثلت في زيادة أعداد الزائرين وتنشيط الحركة الاقتصادية المحلي (Jordan News, 2023)، إلا أن ذلك يثير في المقابل عدداً من الإشكالات البحثية ذات الطابع الجغرافي، تتصل بتأثيره على البيئة الطبيعية، وطبيعة التجربة السياحية المقدمّة في منطقة ذات حساسية بيئية عالية مثل عجلون، ومن هنا تنبع مشكلة الدراسة من غياب الدراسات الجغرافية التحليلية التي تتناول مشروع تلفريك عجلون من منظور السائح بوصفه فاعلاً يسهم في تشكيل صورة المكان وإعادة إنتاجه عبر تجربته الحسية والإدراكية (Prayag et al., 2020). وعليه، جاءت هذه الدراسة للإجابة عن التساؤلات التالية:

1. ما خصائص الزوار في تلفريك عجلون؟
2. ما خصائص وأنماط الزيارة في تلفريك عجلون؟
3. ما الدوافع التي تؤثر في قرار الزوار لزيارة تلفريك عجلون؟
4. ما الخصائص المكانية المدركة، وجودة الخدمات المقدمّة في موقع تلفريك عجلون؟
5. ما أهم التحديات التي تواجه زوار موقع تلفريك عجلون؟

### أهداف الدراسة

تسعى الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

1. التعرف على الخصائص الشخصية لزوار تلفريك عجلون.
2. تحليل خصائص وأنماط سياح تلفريك عجلون.

3. التعرف إلى دوافع السياح عند زيارة موقع تلفريك عجلون.
4. إبراز الخصائص المكانية المدركة والتحديات الميدانية في تشكيل التجربة السياحية وجودة الخدمات المقدمة في موقع تلفريك عجلون.
5. الكشف عن أهم التحديات التي تواجه السياح في موقع تلفريك عجلون.

### أهمية الدراسة

تكتسب هذه الدراسة أهميتها من تركيزها على تحليل دوافع الزوار وخصائصهم عن تجربة تلفريك عجلون بوصفه مشروعًا سياحيًا رائدًا في الأردن يهدف إلى تعزيز سياحة التلفريك وتنويع المنتج السياحي الوطني، ويسهم فهم دوافع الزوار وخصائصهم في تحسين تصميم البرامج السياحية وتطوير الخدمات وزيادة جودة التجربة السياحية، بما يدعم التوجه نحو رفع القدرة التنافسية للوجهة السياحية المحلية (Hibner, et al., 2018)، كما تُعدّ دراسة الخصائص المكانية المدركة من وجهة نظر الزوار مدخلًا أساسيًا لتحسين إدارة المواقع السياحية وتعزيز الاستدامة وإشباع توقعات السياح خاصة في المشاريع الجديدة التي تعتمد على تقديم تجربة مبتكرة كالتلفريك، وأخيرًا تعد هذه الدراسة مرجعًا أكاديميًا مهمًا لسد الفجوة البحثية في الأدبيات الجغرافية والسياحية المتعلقة بالمشاريع السياحية التنموية في الأردن، وتمثل قاعدة للبحوث المستقبلية في تحليل العلاقة بين المكان والتجربة السياحية واتجاهات وخصائص الزوار (Kim & Lee, 2012).

### منهجية الدراسة ومصادر البيانات

#### مصادر البيانات:

تم جمع البيانات اللازمة للدراسة من المصادر التالية:

- **البيانات الأولية:** والتي تتمثل بالبيانات والمعلومات التي يتم جمعها من خلال الدراسة الميدانية بالاعتماد على أداة الدراسة "الاستبانة".
- **البيانات الثانوية:** وتشمل المعلومات والبيانات الصادرة عن الجهات الرسمية ذات الصلة مثل: وزارة السياحة والآثار، وهيئة تنشيط السياحة، كما تشمل المعلومات الواردة في الكتب والأبحاث والمجلات العلمية المتخصصة بالسياحة.

#### أداة الدراسة (الاستبانة):

لتحقيق أهداف الدراسة وجمع البيانات المطلوبة تم تصميم استبانة تتكون من خمسة أجزاء وتشمل: البيانات الديمغرافية للزوار، وبيانات ومعلومات عن أنماط وخصائص زيارة التلفريك، وإبراز الخصائص المكانية المدركة، ودوافع زيارة تلفريك عجلون، وأهم التحديات التي تواجه الزوار.

### صدق الأداة وثباتها:

عرضت الاستبانة على عدد من المحكمين المختصين لإبداء الرأي فيها، وبناءً على الاقتراحات والملاحظات الواردة من المحكمون قام الباحثان بإجراء التعديلات المطلوبة، ويضاف إلى ذلك التعديلات التي بنيت على الملاحظات من تطبيق الاستبانة على عينة استطلاعية من (30 شخص) من مرتادي تلفريك عجلون، إذ تم استخراج معامل كرونباخ ألفا (Cronpach's Alpha) للاتساق الداخلي لتحديد درجة ثبات أداة القياس بعد توزيع الاستبانة بصيغتها النهائية. وقد بلغت قيمة كرونباخ ألفا (0.861). ويعد معامل ثبات أداة الدراسة مؤشراً قوياً في تطبيقه، فقد أشار ميلر (Miller, 2010) بأنه إذا كان معامل الثبات أكثر من 60%، فإنه يعتبر معامل ثبات مرتفع.

### مجتمع الدراسة وعينتها

تكون مجتمع الدراسة من جميع مرتادي تلفريك عجلون، وقد تم توزيع استبانة على عينة عشوائية ممثلة لمرتادي التلفريك، وتم تحديد حجم عينة الدراسة، وتم توزيع الاستبانة على عينة استطلاعية بمقدار (30) استبانة، وذلك من أجل التعرف على مدى تناسب الاستبانة وتحقيقها لأهداف الدراسة، وتم اختيار إجابات أحد الأسئلة في العينة الاستطلاعية التي تتضمن الإجابة بنعم أو لا واحتساب حجم العينة وفق المعادلة التالية: (Bartett et al.2001):

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

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

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

حيث أن:

N: حجم العينة المطلوبة.

S: الانحراف المعياري للعينة الاستطلاعية.

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

q: النسبة المئوية للإجابات ب (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 (620) زائراً، وذلك على النحو التالي:

$$0.60 = \text{الانحراف المعياري} = \frac{\sqrt{0.50 \times 0.50 \times 30}}{1-30}$$

$$\text{حجم العينة} = \left( \frac{0.60 \times 1.96}{0.05} \right)^2 = 620$$

وقد تم إجراء التحليل على (620) استبانة صالحة للتحليل.

### حدود الدراسة

- الحد المكاني: محافظة عجلون في شمال الأردن، وبشكل خاص منطقة مشروع تلفريك عجلون والمواقع السياحية المحيطة به.
- الحد الزمني: الفترة من آذار حتى أيلول 2025 لتمثيل موسم السياحة النشط.
- الحد البشري: جميع الزوار الذين استخدموا تلفريك عجلون فعلياً خلال فترة الدراسة.

### فرضية الدراسة

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في دوافع زيارة تلفريك عجلون عند مستوى دلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) تُعزى للمتغيرات الشخصية للزوار (الجنس، والعمر، ومستوى الدخل الشهري).

### المناهج والأساليب المتبعة في الدراسة

اعتمدت الدراسة على عدة مناهج وأساليب لتحقيق أهداف الدراسة، ويمكن إجمالها على النحو التالي:

- تم استخدام المنهج الإحصائي الوصفي، لدراسة الخصائص الاقتصادية والاجتماعية لعينة الدراسة.
- تم الاعتماد على المنهج التحليلي الإحصائي، حيث تم الاعتماد على برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) لمعالجة البيانات والذي يركز على استخراج المتوسطات الحسابية والنسب المئوية والانحرافات المعيارية لوصف وتحليل خصائص عينة الدراسة، والإجابة عن أسئلة الدراسة واختبار الفرضيات.

### الإطار النظري

#### أولاً: مفهوم سياحة التلفريك:

سياحة التلفريك هي شكل من أشكال السياحة الحديثة التي تعتمد على نظم النقل الجوي المعلق (مثل التلفريك، الكابل كار، الجندولات) ليس فقط كوسيلة للوصول إلى وجهة، بل كجزء من التجربة السياحية

نفسها، حيث يُتاح للزوار مشاهدة المشاهد الطبيعية أو الحضريّة من منظور مرتفع، والتمتع بالعامل المرتبط بالارتفاع والتنقل والتجربة البصرية، مما يعزز جاذبية الوجهة ويثري تجربة الزائر (Zhang, et al., 2009).

ويعرفها الباحث: هي شكل من أشكال السياحة تعتمد على استخدام أنظمة النقل الهوائي (الكابلات)، لنقل الزوار بين نقاط ذات ارتفاعات مختلفة، تكون في مناطق طبيعية تمتاز بالمشاهد البانورامية والتجارب الترفيهية الفريدة، حيث تمثل سياحة التلفريك تجربة سياحية تجمع بين والترفيه والمغامرة، وتساهم في تعزيز الجاذبية السياحية للمناطق الجبلية والغابات.

### ثانياً: أهمية سياحة التلفريك:

تُعد سياحة التلفريك من أبرز أشكال السياحة الحديثة التي تجمع بين الترفيه من جهة وتعزيز الاقتصاد المحلي والوعي البيئي من جهة أخرى، وعليه يمكن القول بأن الأهمية تتمحور في ما يلي (Lutz, et al., 2025): (Vujanović, et al., 2024)

1. **تعزيز التجربة السياحية:** توفر أنظمة التلفريك للزوار تجربة فريدة من نوعها، حيث يمكنهم الاستمتاع بمناظر بانورامية خلابة أثناء التنقل، مما يُضيف بُعداً سياحياً مميّزاً للوجهات.

2. **دعم الاقتصاد المحلي:** تُسهم مشاريع التلفريك في جذب السياح، مما يؤدي إلى زيادة الطلب على الخدمات المحلية مثل الاستراحات، والمطاعم، وبالتالي دعم الاقتصاد المحلي، بالإضافة إلى خلق فرص عمل جديدة في مجالات البناء، التشغيل، والصيانة، مما يُساهم في تقليل معدلات البطالة.

3. **الحفاظ على البيئة:** تُساهم مشاريع التلفريك في الحفاظ على البيئة الطبيعية من خلال توفير وسائل نقل تحترم البيئة وتقلل من التلوث.

4. **تحسين الوصول إلى المناطق الجبلية:** تُسهل أنظمة التلفريك الوصول إلى المناطق الجبلية الوعرة، مما يُتيح للزوار استكشاف مناطق طبيعية قد تكون صعبة المنال بوسائل النقل التقليدية.

### الدراسات السابقة

1. هدفت دراسة (Al Tobaishat & Ibrahim, 2025)، إلى فهم تصورات المجتمع المحلي لمشروع التلفريك ومستوى رضاهم عنه في محافظة عجلون، ولتحقيق أهداف الدراسة اعتمدت الدراسة على منهجية وصفية لقياس تصورات المجتمع المحلي لدور مشروع التلفريك في التنمية السياحية في عجلون. ووُزِعَ ما مجموعه 247 استبياناً، وأخذت عينة من المجتمع المحلي في منطقة التلفريك. وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن هناك دعم قوي من السكان المحليين للمشاريع السياحية، ومؤشر على عدم تأثرهم بشكل

كبير بالجوانب الاجتماعية والثقافية للسياحة. وهذا يدل إلى أن مشروع التلفريك ذو أهمية كبيرة لتنمية المحافظة، ودعم الاقتصاد، وتوفير فرص العمل. وتوصي الدراسة على التركيز على الفوائد المحتملة لمشروع التلفريك، وتهيئة أفراد المجتمع المحلي لتطوير السياحة في عجلون.

2. كما سعت دراسة (Utama., et al., 2022) إلى دراسة سلوك المستهلك والمستثمر من خلال دراسة جدوى لمناطق الجذب السياحي بالتلفريك في السياحة الزراعية في قرية بيلاجا في إندونيسيا، مع التركيز على دراسة الجوانب التسويقية. ولتحقيق أهداف الدراسة اعتمدت الدراسة على منهج Mixed Method، وهو المنهج الذي يجمع بين المنهج الكمي والنوعي. وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن هناك طلبًا مرتفعًا وإقبالًا كبيرًا من السياح على فكرة إنشاء تلفريك في قرية بيلاجا، لما يوفره من تجربة فريدة تجمع بين الجمال الطبيعي والأنشطة البيئية والزراعية ومراكز لتسويق المنتجات الزراعية، بالإضافة إلى توفر الخدمات والمطاعم والمرافق العامة، وقربه من مركز المدينة الذي يمتاز بسهولة الوصول، كما يوفر المجتمع المحلي علاقة ودية مع السياح، أما الجانب الاقتصادي، فقد تبين أن المشروع يمثل فرصة استثمارية مستدامة قادرة على تعزيز التنمية السياحية في شمال بالي وخلق فرص عمل جديدة للمجتمع المحلي. وبناء على ما تقدم توصي الدراسة بضرورة التعاون بين القطاعين العام والخاص، ومراعاة البعد البيئي والاجتماعي لضمان استدامة المشروع، وتطوير البيئة التحتية (المطاعم، والأسواق، ومراكز الترفيهية).

3. هدفت دراسة (Martinez, et al., 2018)، إلى تحليل الآثار الاقتصادية والاجتماعية والحضرية لنظام التلفريك في مدينتي لاباز وإل ألتو في بوليفيا، والذي يُعد أول نظام نقل حضري وسياحي جوي واسع النطاق في العالم. ولتحقيق أهداف الدراسة اعتمد الباحثون على المنهج الكمي التحليلي القائم على بيانات ميدانية. وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن المناطق الواقعة بالقرب من المحطات شهدت زيادة في النشاط الاقتصادي بنسبة 12-15% نتيجة لتحسين إمكانية الوصول، بالإضافة إلى ذلك تحسنت فرص العمل والدخل للسكان المحليين، خصوصًا في الأحياء ذات الدخل المحدود، كما بيّن التحليل أن نظام التلفريك ساعد في دمج المناطق الفقيرة المرتفعة في إل ألتو مع مراكز الأعمال في لاباز، وعليه يمكن القول بأن مشاريع التلفريك تعد أداة لتحقيق التنمية الحضرية، كما ساهم المشروع في تحسين جودة الحياة من خلال تقليل الازدحام والتلوث وزيادة كفاءة التنقل. وتوصي الدراسة بتعميم التجربة في مدن نامية أخرى تواجه تحديات مشابهة في التنمية الحضرية.

4. كما حاولت دراسة (Medina, & Osorio, 2024)، إلى الكشف عن العلاقة بين الاستثمار الرأسمالي في البنى التحتية السياحية خاصة نظام التلفريك في بيرو، وتحسين الخدمات السياحية، وتحليل دور التلفريك في تسهيل الوصول إلى الموقع الأثري، وزيادة أعداد الزوار، وتحسين رضا الزوار والخدمات المحلية. تم

الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي. وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن تنفيذ مشروع التلفريك أدى إلى تضاعف أعداد الزوار، ومن منظور مقدمي الخدمات فقد أشاروا إلى ارتفاع المبيعات بنسبة 54%، وزاد التوظيف والدخل المحلي نتيجة زيادة أعداد الزوار، كما بينت الدراسة تسارع التحسن في رضا الزوار وجودة الخدمات السياحية، مع تحسينات في سهولة الوصول، والنقل، والخدمات السياحية.

5. كما تناولت دراسة (Hibner, et al., 2018)، تحليل خصائص ودوافع زوار وجهات التلفريك للمناطق الجبلية في بولندا وسلوفاكيا في موسم الصيف. استخدمت الدراسة منهج المسح الميداني عبر مقابلات مباشرة مع مجموعة من الزوار بلغت 3304 زائراً، واعتمدت على تحليل التجميع (K-means) لبناء ملفات تعريفية للزوار وفق دوافعهم السياحية. وتوصلت النتائج إلى تحديد أربع شرائح رئيسية من الزوار: شريحة موجهة نحو الطبيعة، وأخرى تركز على الترفيه والعائلة، وثالثة رياضية، ورابعة ذات دوافع مختلطة، مع وجود اختلافات بين الموقعين في توزيع هذه الشرائح وخصائصها الديموغرافية وأنماط الزيارة. كما أظهرت الدراسة أن جزءاً كبيراً من الزوار لا يزور المناطق السياحية لأغراض بيئية بحتة، وتوصي الدراسة ضرورة توجيه برامج إدارة الزوار والتوعية البيئية حسب خصائص ودوافع كل فئة، وتعزيز التخطيط المستدام للبنية السياحية في المناطق السياحية.

6. في حين هدفت دراسة (Zhang, et al., 2009)، إلى استكشاف تصوّرات الزوّار تجاه استخدام التلفريك والمصاعد الجبلية. ولتحقيق أهداف الدراسة تم إجراء مقابلات شبه مُنظمة مع 45 زائراً. وتوصلت الدراسة إلى أن دوافع استخدام هذه الوسائل تشمل: ضيق جدول الرحلة الذي تنظّمه وكالات السفر، ضعف القدرة الجسدية على الصعود سيراً، التأثير بمجموعتهم السياحية، قلة المعلومات عن المسارات البديلة، وجاذبية التجربة الجديدة مثل المناظر الطبيعية أو جودة الخدمة، كما وتشير النتائج إلى أن البناء المسبق لتلك الوسائل تساعد على تحسين رضا الزوار.

### تحليل ومناقشة النتائج

يناقش هذا الجزء من الدراسة تحليل إجابات عيّنة الدّراسة والبالغ عددهم (620) شخصاً من زوار تلفريك عجلون، من حيث خصائصهم الشخصية، وخصائص الزيارة، وكذلك دوافع زيارة التلفريك، والخصائص المكانية المدركة، وجودة الخدمات المقدمة، وكذلك التحديات والمعوقات التي تواجه الزوار، وفيما يلي تحليل لإجابات أفراد عيّنة الدّراسة على محاور الاستبانة:

الجدول (1): الخصائص الشخصية لأفراد عينة الدراسة

المتغير	الفئات	العدد	النسبة المئوية
الجنس	ذكور	383	5.45%
	إناث	282	4.45%
الحالة الاجتماعية	أعزب	260	41.9%
	متزوج	330	53.2%
	أخرى	30	4.8%
الجنسية	الأردنية	500	6.80%
	غير الأردنية	120	3.19%
العمر	أقل من 30 سنة	318	52.9%
	30-39 سنة	671	9.26%
	40-49 سنة	713	1.22%
	50-59 سنة	82	2.13%
	أكثر من 60 سنة	49	9.7%
مكان الإقامة	عمّان	215	34.7%
	مأدبا	27	3.4%
	السلط	39	3.6%
	جرش	35	5.6%
	الكرك	34	5.5%
	عجلون	30	4.8%
	معان	10	1.6%
	الزرقاء	40	4.6%
	اربد	85	5.6%
	المفرق	35	5.6%
	العقبة	15	2.4%
	الطفيلة	25	4.0%
	خارج الأردن	30	4.8%
	المستوى التعليمي	دون الثانوية العامة	15
الثانوية العامة		34	5.4%
الشهادة الجامعية المتوسطة		35	5.6%
بكالوريوس		391	63.0%
دراسات عليا		145	23.3%
الدخل الشهري	أقل من 500 دينار	123	19.8%
	500-999 دينار	198	9.13%
	1000-1499 دينار	156	2.52%
	1500-1999 دينار	87	14.0%
	2000 دينار فأكثر	56	9.0%

يوضح الجدول (1) الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة البالغ عددها (620) زائراً لتلفريك عجلون، والتي توزعت حسب الجنس، الحالة الاجتماعية، الجنسية، العمر، مكان الإقامة، المستوى التعليمي، والدخل الشهري. إذ أظهرت نتائج الدراسة أن غالبية الزوار من الذكور بنسبة (54.5%) مقابل (45.4%) من الإناث، وهو ما يشير إلى تقارب نسبي بين الجنسين في الإقبال على زيارة تلفريك عجلون، مع ميل بسيط لصالح الذكور، الأمر الذي يعكس طبيعة الرحلات العائلية أو الجماعية التي يقودها الذكور عادة في المجتمع الأردني. كما تبين أن أكثر من نصف العينة من فئة المتزوجين بنسبة (53.2%)، في حين بلغت نسبة العزاب (41.9%)، مما يدل على أن الموقع يُعد وجهة مفضلة للعائلات لما يوفره من أجواء ترفيهية مناسبة لجميع أفراد الأسرة، مع وجود نسبة جيدة من الأفراد الشباب الباحثين عن المتعة والمغامرة. أما من حيث الجنسية، فقد أظهرت النتائج أن (80.6%) من الزوار أردنيون، مقابل (19.3%) من جنسيات عربية أخرى، مما يدل اعتماد التلفريك بشكل رئيسي على السياحة المحلية، مع وجود مؤشرات على بدء انتشاره في المحيط العربي، خصوصاً بين الزوار القادمين من الدول المجاورة.

وفيما يتعلق بالفئة العمرية، فقد كانت النسبة الأكبر من الزوار ممن تقل أعمارهم عن (30) سنة بنسبة (29.5%)، تليها الفئة من (30-39) سنة بنسبة (26.9%)، ما يشير إلى أن تلفريك عجلون يجذب فئة الشباب بالدرجة الأولى لما يقدمه من طابع ترفيهي ومغامرة وتجديد. أما الفئات العمرية الأكبر فقد سجلت نسباً أقل، مما قد يُفسّر بحاجة الموقع إلى توفير أنشطة وخدمات تتناسب مع احتياجات كبار السن والعائلات الهادئة. وفيما يتعلق بمكان الإقامة، تبين أن النسبة الأكبر من الزوار جاءت من العاصمة عمان (34.7%)، تليها محافظات الشمال مثل إربد (13.7%) والزرقاء (6.4%)، وهو ما يعكس أن أغلب الزوار يأتون من المناطق الحضرية القريبة التي يسهل منها الوصول إلى تلفريك عجلون، في حين جاءت نسب الزوار من المحافظات البعيدة أقل، مما يشير إلى ضرورة تعزيز خدمات النقل السياحي من تلك المناطق. أما من حيث المستوى التعليمي، فقد تبين أن أغلب الزوار يحملون درجة البكالوريوس بنسبة (63%)، تليها الدراسات العليا بنسبة (23.3%)، ما يدل على أن غالبية مرتادي تلفريك عجلون من الفئات المتعلمة والمثقفة ذات الوعي السياحي العالي، وهو ما يفرض أهمية تحسين جودة المعلومات والخدمات المقدمة لهم بما يتناسب مع مستوى توقعاتهم. وفيما يتعلق بالدخل الشهري، أظهرت النتائج أن غالبية الزوار من فئة الدخل المتوسط، حيث بلغت نسبة من يتقاضون (500-999) ديناراً شهرياً (31.9%)، يليهم فئة (1000-1499) ديناراً بنسبة (25.2%)، مما يشير إلى أن الموقع يجذب الطبقة الوسطى بالدرجة الأولى. وبذلك، فإن المحافظة على توازن الأسعار وجودة الخدمات تعدّ عنصراً مهماً في استمرار الجذب السياحي لهذه الفئة.

الجدول (2): خصائص وأنماط الزيارة في تلفريك عجلون

النسبة المئوية	التكرار	الفئات	المتغير
13.4%	83	منفرداً	طبيعة الزيارة إلى تلفريك عجلون
57.6%	357	مع العائلة	
29.0%	180	مع الأصدقاء	
10.8%	67	وسائل الإعلام	مصدر المعلومات عن تلفريك عجلون
23.1%	143	الإنترنت	
41.8%	259	وسائل التواصل الاجتماعي	
4.7%	29	الصحف	
19.6%	122	الأصدقاء والأقارب	وسيلة النقل المستخدمة في الزيارة
67.3%	417	مركبة خاصة	
24.4%	151	سيارة نقل بالأجرة	
8.3%	52	نقل عام	معدل الإنفاق في الزيارة
31.8%	197	أقل من 50 دينار	
36.0%	223	50-99 دينار	
18.2%	113	100-149 دينار	
9.3%	58	150-199 دينار	
4.7%	29	200 دينار فأكثر	
18.9%	117	خلال الأسبوع	الفترة المفضلة لزيارة تلفريك عجلون
55.1%	342	عطلة نهاية الأسبوع	
16.3%	101	العطل الرسمية	
9.7%	60	العطلة الصيفية	الأوقات المفضلة لديك لزيارة تلفريك عجلون
32.7%	203	فصل الصيف	
28.5%	177	فصل الربيع	
13.1%	81	فصل الشتاء	
14.7%	91	فصل الخريف	
11.0%	68	على مدار السنة	كم مرة زرت تلفريك عجلون في العام الماضي
48.1%	298	مرة	
29.5%	183	مرتان	
14.7%	91	ثلاث مرات	
7.7%	48	أربع مرات فأكثر	الفترة الزمنية التي تستغرقها زيارتك لتلفريك عجلون
24.0%	149	أقل من ساعتين	
52.0%	322	2-4 ساعات	
19.2%	119	5-8 ساعات	
4.8%	30	أكثر من 8 ساعات	هل ستقوم بتكرار الزيارة إلى تلفريك عجلون
58.2%	361	نعم	
41.8%	259	لا	هل تنصح الآخرين بزيارة تلفريك عجلون
77.1%	478	نعم	
22.9%	142	لا	

يتضح من الجدول رقم (2) إلى أن أغلب الزوار يفضلون زيارة تلفريك عجلون برفقة العائلة بنسبة (57.6%)، مما يؤكد أن الموقع يُعد وجهة سياحية عائلية بامتياز تجمع بين الترفيه والاستجمام، وأقلها كانت المنفردين بنسبة (13.4%)، وهذا ما يعكس الطابع العائلي الغالب على التجربة السياحية. كما تبين أن وسائل التواصل الاجتماعي تُعد المصدر الرئيسي للمعلومات عن التلفريك بنسبة (41.8%)، في حين تراجعت أهمية وسائل الإعلام التقليدية (الصحف)، مما يشير إلى التحول نحو التسويق الرقمي ودوره الكبير في تشكيل قرارات السياح. أما من حيث وسيلة النقل، فقد استخدم معظم الزوار المركبات الخاصة (67.3%)، وأقلها كانت النقل العام بنسبة (8.3%)، ما يبرز الحاجة إلى تطوير خدمات النقل السياحي المنظم لتسهيل الوصول إلى الموقع. وفيما يتعلق بمعدل الإنفاق، أظهرت النتائج أن غالبية الزوار أنفقوا ما بين (50-99) دينارًا وبنسبة (36%)، مما يعكس أن التجربة تندرج ضمن السياحة المتوسطة الكلفة، وهي في متناول فئات واسعة من المجتمع. كما أظهرت النتائج أن معظم الزوار يفضلون زيارة التلفريك خلال عطلة نهاية الأسبوع (55.1%)، ما يشير إلى ارتباط التجربة بالأنشطة الترفيهية القصيرة في نهاية الأسبوع. أما من حيث الفصول، فقد تصدّر الصيف والربيع قائمة المواسم المفضلة بنسبة (61.2%)، ويرتبط ذلك بجاذبية المناخ والطبيعة الخضراء في المنطقة خلال هذه الفترات. وبالنسبة لتكرار الزيارة، فإن (48.1%) من الزوار زاروا التلفريك مرة واحدة فقط خلال العام. كما بينت النتائج أن أغلب الزوار يقضون من (2-4) ساعات في الموقع (52%)، وهي مدة تعكس طابع الزيارات اليومية القصيرة مع إمكانية تطوير مزيد من الأنشطة لزيادة مدة البقاء. وأفاد (58.2%) من المشاركين بنيتهم تكرار الزيارة مستقبلاً، مما يشير إلى رضا جيد عن التجربة، بينما أبدى (77.1%) استعدادهم للتوصية بالزيارة للآخرين، وهو مؤشر إيجابي على جودة التجربة السياحية وسمعة تلفريك عجلون كمقصد سياحي مميز.

الجدول (3): دوافع السياح لزيارة موقع تلفريك عجلون

الدرجة	%	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الفقرات	
مرتفعة	84.2%	0.72	4.21	أشعر بأن زيارة تلفريك عجلون تمنحني فرصة للاسترخاء والابتعاد عن ضغوط الحياة اليومية.	الدوافع الداخلية Push
مرتفعة	83.0%	0.76	4.15	أنتيتُ بحثاً عن الراحة النفسية وتغيير الجو.	
مرتفعة	82.4%	0.79	4.12	أزور الموقع لتعزيز الشعور بالمتعة الشخصية والراحة الذاتية.	
مرتفعة	81.6%	0.81	4.08	تلي الزيارة حاجتي للهروب المؤقت من الروتين اليومي.	الدوافع الخارجية Pull
مرتفعة	87.0%	0.65	4.35	أثر جمال الطبيعة المحيطة بالموقع في قراري بزيارة التلفريك.	
مرتفعة	84.0%	0.72	4.2	جذبني الموقع لأنه يوفر تجربة سياحية جديدة ومختلفة.	
مرتفعة	85.6%	0.69	4.28	ساهمت البيئة الطبيعية والهواء النقي في رغبتني بالزيارة.	الدوافع المعرفية
مرتفعة	82.0%	0.78	4.1	توفر المنطقة تجربة سياحية نادرة مقارنة بالمواقع الأخرى.	
مرتفعة	79.0%	0.85	3.95	جئت بدافع التعرف أكثر على الموقع ومميزاته السياحية.	
مرتفعة	77.6%	0.89	3.88	أهدف إلى استكشاف البعد الثقافي والترائي المرتبط بالمكان.	

مرتفعة	78.4%	0.83	3.92	زيارتي ناتجة عن رغبة في اكتساب معرفة جديدة عن المنطقة.	الدوافع الشعورية
مرتفعة	81.0%	0.78	4.05	أشعر بالارتباط الوجداني مع المكان عند تجربة التلفريك.	
مرتفعة	82.4%	0.74	4.12	تولّد الزيارة لدي مشاعر إيجابية تعزّز انطباعي عن الموقع.	
مرتفعة	83.6%	0.71	4.18	التجربة تمنحني إحساساً بالبهجة والمتعة.	
مرتفعة	82.4%	0.74	4.12	الدوافع ككل	

يُظهر تحليل الجدول (3) المتعلق بدوافع السياح لزيارة تلفريك عجلون أن متوسطات الاستجابات جاءت مرتفعة بشكل عام، وبلغت بنسبة (82.4%)، ما يعكس مستوى عالي من التحفيز والدافعية لدى الزوار نحو تجربة التلفريك. كما وتُشير النتائج إلى أن الدوافع الخارجية (Pull factors) جاءت في مقدمة المحفزات، إذ سجّلت أعلى القيم بمتوسطات تراوحت بين (4.1-4.35)، وهو ما يدل على أن جمال الطبيعة، ونقاء الهواء، والتجربة السياحية الجديدة تمثل عناصر جذب أساسية تُسهّم في اتخاذ قرار الزيارة، وهو ما يتوافق مع ما أكدته دراسة سابقة حول تأثير العوامل البيئية والجمالية في تعزيز الطلب السياحي نحو الوجهات الطبيعية (Hibner, et al., 2018)، كما بينت الدوافع الداخلية (Push factors) مستوى مرتفعاً كذلك، بمتوسطات بين (4.08-4.21)، مما يعكس رغبة الأفراد في الهروب من الضغوط اليومية والاسترخاء، والابتعاد عن الروتين اليومي واستعادة التوازن النفسي، وهو ما يشير إلى أن التجربة تؤدي دوراً علاجياً ونفسياً للزوار. أما الدوافع المعرفية فجاءت بدرجة أقل نسبياً (متوسط 3.9، بنسبة 78%)، مما يعني أن الزوار لا ينظرون إلى الزيارة بوصفها نشاطاً تعليمياً أو ثقافياً بقدر ما يرونها تجربة ترفيهية وجمالية بالدرجة الأولى. وفي المقابل، سجلت الدوافع الشعورية مستوى مرتفعاً وبنسبة (82.3%)، مؤكدة أن تجربة التلفريك تولّد مشاعر إيجابية وانطباعات وجدانية قوية. وعليه يمكن القول تلفريك عجلون يجمع بين الجاذبية البيئية والعاطفية والنفسية، مما يجعله مقصداً سياحياً متكاملًا قادرًا على تلبية مختلف احتياجات الزوار المحليين والعرب.

الجدول (4): الخصائص المكانية المدركة

الدرجة	%	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الفقرات
مرتفع	92%	0.5	4.6	جمال المناظر الطبيعية حول التلفريك
مرتفع	84%	0.7	4.2	ترتيب المحطات وتنظيم الوصول
مرتفع	80%	0.8	4.0	وجود إشارات إرشادية واضحة
مرتفع	72%	0.9	83.	سهولة الحركة والتنقل داخل الموقع
مرتفع	76%	0.8	73.	النظافة العامة للمكان
متوسط	68%	1.0	3.4	توفر أماكن جلوس واستراحة مناسبة
مرتفع	80%	0.6	4.0	الخصائص المكانية ككل

يشير تحليل الخصائص المكانية المدركة في موقع تلفريك عجلون إلى أن تقييم الزوار جاء إيجابيًا بشكل عام بنسبة 80% ويصنّف كمرتفع، مما يعكس رضا الزوار عن البيئة المكانية للموقع، وقد سجل جمال المناظر الطبيعي أعلى تقييم بنسبة (92%)، ما يدل على توافق كبير بين الزوار حول أهمية المناظر الطبيعية كعامل

جذب رئيسي، وهو ما يتوافق مع ما أكدته دراسة سابقة حول تأثير الخصائص المكانية في جذب الزوار (Utama, et al., 2022)، تلتها ترتيب المحطات وتنظيم الوصول بنسبة (84%)، وفي المقابل جاء توفر أماكن جلوس واستراحة مناسبة جاء بأدنى تقييم نسبي بلغ (68%) وصنّف متوسطًا، مما يشير إلى الحاجة لتحسين هذه المرافق لتوفير راحة أكبر للزوار.

الجدول (5): جودة الخدمات المقدمة في موقع تلفريك عجلون

الدرجة	%	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الفقرات
مرتفع	90%	0.5	4.5	السلامة والأمان في التلفريك
مرتفع	84%	0.6	4.2	وضوح التعليمات والإرشادات
مرتفع	82%	0.7	4.1	تعامل الموظفين وسرعة الخدمة
مرتفع	76%	0.8	3.8	توفر الطعام والشراب
مرتفع	74%	0.8	3.7	نظافة المحطات والمرافق العامة
متوسط	70%	0.9	3.5	توفر المرافق الأساسية مثل دورات المياه ومواقف السيارات
مرتفع	80%	0.6	4.0	جودة الخدمات ككل

يشير الجدول (5) تحليل جودة الخدمات المقدمة في موقع تلفريك عجلون إلى أن تقييم الزوار جاء إيجابيًا بشكل عام وبنسبة (80%)، مما يعكس رضا الزوار عن مستوى الخدمات المقدمة، وهذا يتوافق مع دراسة كل من (Medina & Osorio 2024)، ودراسة (Zhang, et al., 2009)، التي أكدت على ارتفاع نسبة رضا الزوار في استخدام التلفريك، وقد سجلت السلامة والأمان في التلفريك أعلى تقييم بنسبة (90%)، مما يدل على شعور الزوار بالأمان والثقة في تشغيل التلفريك، تلتها وضوح التعليمات والإرشادات بنسبة (84%)، مما يدل على سهولة الحركة والتنقل داخل موقع التلفريك، وفي المقابل حصل توفر المرافق الأساسية مثل دورات المياه ومواقف السيارات على أدنى تقييم بنسبة (70%)، مما يشير إلى ضرورة تعزيز هذه الخدمات لضمان راحة أكبر للزوار.

الجدول (6): التحديات والمعوقات التي تواجه السياح في موقع تلفريك عجلون

الدرجة	%	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الفقرات
مرتفعة	76.8	0.77	3.84	يؤثر الازدحام في بعض الفترات على جودة تجرّبي السياحية.
مرتفعة	76.6	0.92	3.83	أرى أن مستوى الخدمات المساندة في الموقع أقل من المتوقع.
مرتفعة	76.6	0.872	3.83	أجد أن توفر المرافق والخدمات العامة محدود مقارنة بحاجات الزوار.
مرتفعة	76.4	0.04	3.82	واجهت صعوبة في الوصول إلى موقع التلفريك بسبب حالة الطرق أو ضعف الإرشاد السياحي.
مرتفعة	75.2	0.90	3.76	قلة المعلومات الإرشادية تؤثر سلباً على وضوح التجربة السياحية داخل الموقع.
مرتفعة	76.3	0.70	3.81	التحديات ككل

يُتضح من الجدول (6) أنّ الزوار يرون وجود تحديات أو معوقات تواجه السياحة في تجربة تلفريك عجلون، وذلك بنسبة مرتفعة بلغت (76.3%)، مما يدل على أن درجة التحديات التي يواجهها الزوار مرتفعة نسبياً، ويعكس هذا أن هناك مجموعة من الجوانب التشغيلية والتنظيمية التي قد تؤثر في جودة التجربة السياحية. فقد أظهرت النتائج أن الازدحام في بعض الفترات يمثل أبرز التحديات وبنسبة (76.8%)، وهو ما يشير إلى الحاجة لتنظيم تدفق الزوار بشكل أفضل خلال أوقات الذروة. كما تبين أن مستوى الخدمات المساندة والمرافق العامة لا يزال دون توقعات الزوار وبنسبة (76.6%)، وهو مؤشر على ضرورة تطوير البنية التحتية والخدمات التكميلية كالمطاعم، والمرافق الصحية، ومناطق الجلوس. وأخيراً جاءت قلة المعلومات الإرشادية داخل الموقع أقل التحديات وبنسبة (75.2%)، فتعكس تحديات تتعلق بجودة التخطيط السياحي والإدارة المعلوماتية للموقع، ما يؤثر سلباً في وضوح التجربة وتكاملها. وبصورة عامة، توحى هذه النتائج بأن تجربة الزائر في تلفريك عجلون، رغم تميزها من حيث الجذب الطبيعي، تتأثر بمجموعة من المعوقات التي يمكن معالجتها من خلال تحسين إدارة الزوار، ورفع كفاءة الخدمات، وتعزيز التوجيه والإرشاد السياحي بما يضمن تحسين التجربة السياحية ويزيد من رضا الزوار.

### اختبار فرضيات الدراسة

**فرضية الدراسة الرئيسية:** لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في دوافع زيارة تلفريك عجلون عند مستوى دلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) تُعزى للمتغيرات الشخصية للزوار (الجنس، والعمر، ومستوى الدخل)، ويتفرع منها:

- **الفرضية الفرعية الأولى:** لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في دوافع زيارة تلفريك عجلون عند مستوى الدلالة ( $\alpha \geq 0.05$ ) تُعزى لمتغير الجنس. ولاختبار هذه الفرضية تم استخدام اختبارات للعينات المستقلة، والجدول (7) يوضح ذلك.

الجدول (7): نتائج (ت) للعينات المستقلة لاختبار تأثير متغير الجنس في دوافع زيارة تلفريك عجلون

الجنس	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت	مستوى الدلالة
ذكور	338	4.09	0.67	1.84	0.066
إناث	282	4.00	0.71		

يلاحظ من الجدول (7) 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 ( $\alpha \geq 0.05$ ) في دوافع زيارة تلفريك عجلون تُعزى لمتغير الجنس، ويُفسر الباحث ذلك بأن كلا الجنسين يتشاركان دوافع متشابهة تتعلق بممارسة تجربة جديدة، والاستمتاع بالمنظر الطبيعية، والبحث عن تجربة ترفيهية مميزة، وهو ما يعكس الطابع العام لتجربة تلفريك عجلون بوصفها نشاطاً سياحياً عائلياً لا

يرتبط بنوع الزائر بقدر ما يرتبط بخصائص التجربة ذاتها من حيث الجذب والمناظر الطبيعية والبنية السياحية.

- **الفرضية الفرعية الثانية:** لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في دوافع زيارة تلفريك عجلون عند مستوى الدلالة ( $\alpha \geq 0.05$ ) تُعزى لمتغير العمر. ولاختبار هذه الفرضية تم استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي، والجدول (8) يوضح ذلك.

الجدول (8): نتائج تحليل التباين الأحادي لاختبار تأثير العمر في دوافع زيارة تلفريك عجلون

العمر	أقل من 30 سنة	30- 39 سنة	40- 49 سنة	50- 59 سنة	أكثر من 60 سنة
المتوسط الحسابي	4.18	4.10	3.95	3.88	3.75
الانحراف المعياري	0.69	0.73	0.76	0.80	0.85
درجة الحرية	4				
قيمة ف	0.563				
مستوى الدلالة	**0.001				

تشير نتائج تحليل التباين الأحادي إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) بين فئات العمر المختلفة في دوافع زيارة تلفريك عجلون، مما يعني أن العمر يؤثر بشكل ملموس في مستوى الدوافع السياحية، ويمكن تفسير ذلك بأن الفئات الشابة تميل أكثر إلى الأنشطة الترفيهية والتجارب الجديدة التي توفرها الوجهات الحديثة مثل تلفريك عجلون، في حين تميل الفئات الأكبر سنًا إلى أنماط سياحة أكثر هدوءًا واستقرارًا.

- **الفرضية الفرعية الثالثة:** لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في دوافع زيارة تلفريك عجلون عند مستوى الدلالة ( $\alpha \geq 0.05$ ) تُعزى لمتغير العمر. ولاختبار هذه الفرضية تم استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي، والجدول (9) يوضح ذلك.

الجدول (9): نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي لاختبار تأثير الدخل دوافع زيارة تلفريك عجلون

الدخل (دينار)	أقل من 500*	500- 999	1000- 1499**	1500- 1999**	2000 فأكثر**
الوسط الحسابي	3.51	3.49	3.69	3.60	3.34
الانحراف المعياري	0.51	0.53	0.42	0.45	0.62
درجة الحرية	4				
قيمة ف	1.778				
مستوى الدلالة	0.132				

يلاحظ من الجدول (9) 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 ( $\alpha \geq 0.05$ ) في دوافع زيارة تلفريك عجلون تُعزى لمتغير الدخل الشهري للأسرة، أي أن مستوى الدخل لا يُعد عاملاً مؤثراً بشكل جوهري في تحديد دوافع الأفراد نحو زيارة تلفريك عجلون، كون التجربة متاحة لجميع الفئات.

## النتائج والتوصيات

بناءً على التحليل السابق، يمكن تلخيص أهم نتائج الدراسة بما يلي:

1. أظهرت النتائج أن غالبية زوار تلفريك عجلون من الذكور والمتزوجين ومن الفئة العمرية أقل من 40 سنة، ومعظمهم من العاصمة عمان ومحافظات الشمال، ما يشير إلى أن المشروع يعتمد بدرجة كبيرة على السياحة المحلية العائلية.
2. تبين أن أغلب الزوار يحملون شهادات جامعية وينتمون إلى الطبقة المتوسطة من حيث الدخل، مما يدل على أن فئة الجمهور المستهدف تتميز بوعي سياحي مرتفع وتوقعات عالية تجاه جودة الخدمات.
3. أظهرت النتائج أن وسائل التواصل الاجتماعي كانت المصدر الرئيسي للمعلومات عن التلفريك بنسبة (41.8%)، مما يؤكد أهمية التسويق الرقمي في جذب الزوار والتأثير في قراراتهم السياحية.
4. بينت الدراسة أن الدوافع الخارجية المرتبطة بجمال الطبيعة والتجربة الجديدة كانت الأعلى تأثيراً (87%)، تلتها الدوافع الداخلية والشعورية، ما يعكس أن التجربة تمزج بين الجاذبية البيئية والنفسية للزوار.
5. أشارت النتائج إلى أن الخصائص المكانية المدركة جاءت بتقييم مرتفع بنسبة (80%)، وكان جمال المناظر الطبيعية العنصر الأبرز في رضا الزوار، في حين برز ضعف نسبي في توفر أماكن الجلوس والاستراحة.
6. كما أظهرت النتائج أن جودة الخدمات المقدمة كانت مرتفعة بنسبة (80%)، وتركزت نقاط القوة في السلامة والأمان ووضوح التعليمات، مقابل تدنٍ نسبي في تقييم المرافق الأساسية مثل دورات المياه ومواقف السيارات.
7. توصلت الدراسة إلى أن أبرز التحديات التي تواجه الزوار تمثلت في الازدحام خلال أوقات الذروة وضعف الخدمات المساندة وقلة المعلومات الإرشادية.
8. بينت اختبارات الفرضيات أن العمر يؤثر في دوافع الزيارة، إذ تميل الفئات الشابة إلى التجارب الترفيهية والمغامرة، بينما لم يظهر كل من الجنس والدخل تأثيراً دالاً إحصائياً، مما يشير إلى تشابه دوافع الزوار بغض النظر عن خصائصهم الديموغرافية.

وبناء على ما تقدم من نتائج، فإن الدراسة توصي بما يلي:

1. ضرورة الاهتمام بتحسين جودة الخدمات والمرافق الأساسية في موقع تلفريك عجلون، مثل دورات المياه ومواقف السيارات وأماكن الجلوس، لما لذلك من أثر مباشر في رفع رضا الزوار وتعزيز تجربتهم السياحية.
2. أهمية تنظيم حركة الزوار خلال أوقات الذروة وتطبيق أنظمة حجز إلكترونية مسبقة لتقليل الازدحام وضمان تجربة أكثر راحة وسلاسة لجميع الفئات السياحية.
3. يُوصى بتطوير أنشطة ترفيهية وخدمات مساندة حول موقع التلفريك مثل المقاهي والمطاعم والمسارات الطبيعية، بهدف زيادة مدة بقاء الزائر وتحقيق عائد اقتصادي أكبر للمنطقة المحلية.
4. ضرورة تعزيز الترويج السياحي الرقمي عبر وسائل التواصل الاجتماعي والمنصات السياحية الإلكترونية لتسويق تجربة تلفريك عجلون بشكل فعال واستقطاب مزيد من الزوار المحليين والعرب والأجانب.
5. يُنصح بإجراء دراسات مستقبلية مقارنة بين تلفريك عجلون ومشاريع مشابهة في الأردن وخارجها لقياس مستوى الرضا وتحليل العوامل المؤثرة في تجربة السياحة الجبلية، بما يدعم التخطيط السياحي المستدام.
6. توصي الدراسة بدمج مشروع تلفريك عجلون ضمن منظومة السياحة البيئية والثقافية في المنطقة، وربطه بالمواقع الطبيعية والتراثية القريبة، إضافة إلى تشجيع البحوث التطبيقية التي تقيّم أثر المشروع على التنمية المحلية وجودة الخدمات السياحية في الأردن.

### المصادر والمراجع

- Hall, C. M., & Page, S. J. (2019). The geography of tourism and recreation: Environment, place and space (5th ed.). Routledge.
- Jordan Free and Development Zones Group (JFDZG). (2023). Ajloun Cable Car Project Overview. <https://telefericajloun.jo/en/about-us>.
- Jordan News. (2023, December 14). Ajloun cable car attracts around one million visitors since its launch. <https://www.jordannews.jo>.
- Ministry of Tourism and Antiquities (MOTA). (2023). National Tourism Strategy 2021–2025. Amman: Government of Jordan.
- Prayag, G., Hosany, S., & Odeh, K. (2020). The role of tourists' perceptions in sustainable tourism planning. *Journal of Sustainable Tourism*, 28(6), 875–893. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1713171>.
- Sharpley, R. (2018). *Tourism, tourists and society* (6th ed.). Channel View Publications.
- World Tourism Organization (UNWTO). (2023). *Tourism and sustainability report 2023*. Madrid: UNWTO.

- 
- Al Tobaishat, M., Ibrahim, M., (2025). The Local Community's Perception of the Cable Car Project and its Role in Tourism Development in Ajloun. *Journal of Information Systems Engineering and Management*. e-ISSN: 2468- 437 <https://www.jisem-journal.com>.
  - Utama, I. G. B. R., Susanto, P. C., Trimurti, C. P., & Krismawintari, N. P. D. (2022). The market potential and financial feasibility of cable car tourist attraction development in Pelaga, Bali, Indonesia. *International Journal of Advances in Applied Sciences (IJAAS)*, 11(4), 373-382.
  - Martinez, S., Sanchez, R., & Yañez-Pagans, P. (2018). Getting a lift: The impact of aerial cable cars in La Paz, Bolivia (No. IDB-WP-00956). IDB Working Paper Series.
  - Medina, C. R., & Osorio, S. C. (2024). Impacts of Capital Investment in Tourism Infrastructure: The Case of the Kuélap's Cable Car System. *Tourism Cases*, (2024), tourism202400015.
  - Zhang, C. Z., Xu, H. G., Su, B. T., & Ryan, C. (2009). Visitors' perceptions of the use of cable cars and lifts in Wulingyuan World Heritage Site, China. *Journal of Sustainable Tourism*, 17(5), 551-566.
  - Lutz, E., Heroy, S., Kaufmann, D., & O'Clery, N. (2025). A causal evaluation of Bogota's cable car illustrates the transformative potential of mobile phone data for policy analysis. arXiv preprint arXiv:2506.09311.
  - Vujanovi, A., Mio, A., Blasuttigh, N., Krajnc, D., & Fermeglia, M. (2024). The environmental and biodiversity impacts of a new cableway system: A comprehensive life cycle assessment. *Journal of Cleaner Production*, 482, 144201.
  - Miller, D., (2010), *Measurement by the physical educator: why and How*, 6th edition, McGraw – Higher Education pp304.
  - Bartlett, J., Kotrlik, J., Higgins, C., (2001), *Organizational Research: Determining Appropriate Sample Size in Survey Research*, *Information Technology, Learning and Performance Journal*, pp43-50.
  - Hibner, J., Taczanowska, K., Ziba, A., Brandenburg, C., Muhar, A., & Balon, J. (2018). Visitor profiling for cable car mountain destinations as a basis for protected area management: a case study of the summer season in the Tatra Mountains at Kasprowy Wierch (Poland) and Skalnaté Pleso (Slovakia).
  - Kim, S. O. (2011). Visitors' perceptions and attitudes about establishing a cable car in Mudeungsan Provincial Park. *Korean Journal of Environment and Ecology*, 25(3), 421-431.