

## اتجاهات السعوديين نحو السياحة الخارجية لإمارة دبي

"دراسة تطبيقية في جغرافية السياحة"

أ.د. محمد إبراهيم رمضان أحمد\*

مشاعل بنت فهد محمد الحارثي\*\*

### الملخص :

أصبحت السياحة صناعة تمثل مصدراً اقتصادياً هاماً تستفيد منه الدول ذات الإمكانيات السياحية، وهذا ما جعل الدراسات الحديثة تركز على دراسة هذه الصناعة الحديثة، وتدرس المتغيرات المتعلقة بها كالسياح والمدن السياحية والمقومات السياحية الجاذبة للسياحة.

وتتناول الدراسة أحد هذه المتغيرات وهو السائح، وتختص الدراسة باتجاهات السياح السعوديين نحو السياحة الخارجية من منظور جغرافي تطبيقي على مدينة دبي، وتركز الدراسة على استطلاع اتجاهات السياح من خلال استبيان وزع على عينة الدراسة لمعرفة خصائصهم الاجتماعية وفئاتهم العمرية وأسباب توجههم نحو السياحة الخارجية دون السياحة الداخلية، وتهدف الدراسة إلى التعرف على أنماط السياحة الخارجية للسائح السعودي، وإلقاء الضوء على اتجاهات حركة السياحة الخارجية الرئيسة للسائح السعودي ونقلها الكمي والنسبي، وأيضاً تهدف إلى تسليط الضوء على الآثار الاقتصادية المترتبة من اتجاه السياح، والتعرف على أسباب عدم تفضيل السعوديين للسياحة الداخلية بدلاً عن السياحة الخارجية، وأسباب تفضيل السعوديين للسياحة بشكل خاص في مدينة دبي، وتتطلع الدراسة لجعل النموذج السياحي في دبي نموذجاً يحتذى به لتطوير خطط التنمية السياحية في المملكة العربية السعودية.

واستعانت الدراسة بالمنهج الحديثة، والأساليب الإحصائية الكمية، وبرامج نظم المعلومات الجغرافية في إعداد الجداول والخرائط والرسوم البيانية، وتسهم هذه الدراسة في زيادة الوعي للسائح السعودي تجاه السياحة الداخلية في وطنه، وتكون عاملاً في ازدهارها، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج والتوصيات ذكرت في الخاتمة.

---

أستاذ الجغرافيا والخرائط\*، ماجستير في الآداب\*\*؛ قسم الجغرافيا ونظم المعلومات الجغرافية، كلية الآداب - جامعة الإمام عبد الرحمن بن فيصل (المملكة العربية السعودية).

**المقدمة :**

تُعد السياحة جزءاً مهماً في دعم مسيرة التنمية الاقتصادية الشاملة التي تمر بها المملكة لما لها من دور بارز في انتعاش المجتمع وتنميته واقتصاده بكل جوانبه، كما أن لها مردوداً إيجابياً على السائح نفسه في تحقيق أهداف ومصالح اجتماعية وثقافية وإعلامية (الغامدي، ١٩٩٦، ص ٥٨). وقد شهدت المملكة العربية السعودية نمواً ملحوظاً في مختلف القطاعات التنموية، وحرصت خطط التنمية على النهوض بكل قطاع من قطاعات الدولة بما فيها قطاع السياحة. ورغم المكانة التي تحتلها السياحة الداخلية في المملكة إلا أنه مازال هناك عدم توازن بينها وبين السياحة الخارجية، حيث وصل الإنفاق السعودي عليها، ٦٠,٩ مليار ريال عام ٢٠١١م، وتزايد الإنفاق حتى بلغ ٧٤,٥ مليار ريال عام ٢٠١٥م مما يجعل المملكة أكبر مصدر للسياحة بمنطقة الخليج العربي. كما بلغ عدد السياح السعوديين الذين غادروا إلى خارج المملكة فقط خلال إجازة منتصف العام الدراسي (١٤٣٩هـ/٢٠١٧م) ٧٦٦,٣ ألف سائح سعودي، إذ احتلت مملكة البحرين المركز الأول في الوجهات السياحية للسائح السعودي بعدد ٢١٠ آلاف سائح، تليها الكويت بـ ٩٤ ألفاً، ثم الإمارات العربية المتحدة بعدد ٨٧ ألف سائح، وبلغ إجمالي إنفاقهم ٢,٨ مليار ريال (مركز ماس، ٢٠١٤م).

**أهداف الدراسة :**

تهدف الدراسة إلى الآتي:

- ١- مقارنة مستوى رضا عينة الدراسة عن الخدمات السياحية في كل من: مدينة دبي، والمملكة العربية السعودية.
- ٢- تفسير آراء العينة حول أسباب تفضيل السعوديين للسياحة في دبي.
- ٣- تحليل اتجاهات خطط الدولة لتنمية السياحة الداخلية.
- ٤- تحديد أولويات تحسين السياحة الداخلية في المملكة العربية السعودية.

**مناهج الدراسة وأساليبها :**

اعتمدت الدراسة بشكل أساسي على المنهج الأصولي لتفسير التباين المكاني لاتجاهات السياحة الخارجية للسائح السعودي وتحليله، ودراسة مقومات السياحة في إمارة دبي والعوامل المؤثرة فيها، والمنهج السلوكي لتفسير اتجاهات السائح السعودي وآرائه عن أسباب رحلته إلى إمارة دبي وتحليلها. واستخدم الأسلوب الإحصائي من خلال تطبيق العديد من المؤشرات والمقاييس الإحصائية بغرض تحليل بيانات الدراسة وتفسيرها باستخدام البرنامج الإحصائي (SPSS)، كما استخدم الأسلوب الكارتوجرافي لتمثيل البيانات ونتائج التحليل على شكل رسوم بيانية.

### إجراءات الدراسة ومصادر البيانات:

- ١- **الجانب النظري** : يتمثل في: الكتب والدوريات التي تناولت موضوع الدراسة؛ مثل الإحصاءات الرسمية: كالتعداد العام للسكان في منطقة الدراسة، وإدارة الجوازات والإحصاءات السياحية ممثلة في النشرات المقدمة من مركز ماس التابع للهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني السعودية لمعرفة أعداد السياح المتجهين سنويا وعدد الرحلات السياحية والوجهات السياحية والإنفاق السياحي، والاستعانة ببعض المصادر الرسمية الصادرة من الجهات الحكومية في إمارة دبي والمملكة العربية السعودية. وما ورد في حقل السياحة حول الموضوعات ذات العلاقة المباشرة أو غير المباشرة بموضوع البحث على المستوى العالمي والإقليمي والمحلي، وأيضاً الموضوعات التي اهتمت بدولة الإمارات بوجه عام، وإمارة دبي بوجه خاص.
- ٢- **الجانب الميداني** : وهو يُعدُّ من الركائز الرئيسية في معظم العلوم الإنسانية، ويتمثل في جمع المعلومات والبيانات اللازمة من مصادرها الأولية داخل حدود الإمارة؛ لتحقيق أهداف الدراسة، وذلك لصعوبة الحصول عليها من المصادر الثانوية (الجانب النظري)، واعتمدت الدراسة خلال هذا الجانب على جمع البيانات بأسلوبين، وهما: عن طريق الاستبانة الالكترونية (موجه للمواطن السعودي) والمقابلة الشخصية. وتشتمل الاستبانة على مجموعة من الأسئلة استخدمت لقياس متغيرات الدراسة وهي:
  - أ- **بيانات أولية** : تضم معلومات خصائص عينة الدراسة كل من؛ الجنس، ومكان الإقامة، والعمر، والحالة الاجتماعية، وعدد أفراد الأسرة، والمستوى التعليمي، وحالة العمل ونوعه، والدخل الشهري.
  - ب- **معلومات النشاط السياحي** : ويشتمل على ثلاثة أسئلة عن كل من؛ أهمية أنشطة السياحة والترويج لشغل وقت الفراغ، وأكثر وجهات السفر خارج المملكة، وعدد مرات السفر بغرض السياحة.
  - ج- **بيانات السياحة لإمارة دبي** : وتضم عدد (١٢) سؤالاً عن السفر إلى دبي وأماكنها السياحية وعدد السفريات إليها، وأفضلية دبي بين المدن السياحية، وخيارات السياحة الأخرى، ووسيلة السفر المستخدمة وأفضل أوقات السفر، وأسباب اختيار دبي كوجهة سياحية.
  - د- **بيانات السفر والإقامة وتكلفتها بمدينة دبي** : يعالج هذا القسم كل من، أماكن ومعدل الإقامة وتكلفتها، وإجمالي الإنفاق على السياحة، وتقييم الخدمات المتاحة وسلوك السكان المحليون تجاه السائح السعودي.

## مجتمع وعينة الدراسة :

- ١- تمثل مجتمع الدراسة في فئة السياح السعوديين المتجهين من المملكة العربية السعودية إلى دبي؛ وبلغ عددهم (٥٥٤٥٦٩) مسافر على الطائرات السعودية من غير حساب المسافرين عن طريق المنفذ البري (البطحاء) (الهيئة العامة للإحصاء عام ٢٠١٨م).
- ٢- تم تحديد عينة الدراسة بتطبيق معادلة ستيفن ثامبسون (احمد، محمد إبراهيم، ٢٠١٤، ص ٤٥) وهي النحو الآتي :

$$n = \frac{N \times p(1-p)}{\left[ \left[ N - 1 \times (d^2 \div z^2) \right] + p(1-p) \right]}$$

حيث:

N حجم المجتمع ٥٥٤٥٦٩ سائح

n حجم العينة

Z الدرجة المعيارية المقابلة لمستوى الدلالة ٠,٩٥ وتساوي ١,٩٦

D نسبة الخطأ وتساوي ٠,٠٥

P نسبة توفر الخاصية والمحايدة = ٠,٥٠

وبالتطبيق على المعادلة يتضح ما يلي:

$$n = \frac{554569 \times 0.5(1-0.5)}{\left[ \left[ 554569 - 1 \times (0.05^2 \div 1.96^2) \right] + 0.5(1-0.5) \right]} = 384 \text{ مفردة}$$

أي أن حجم العينة عن طريق تطبيق معادلة ستيفن ثامبسون، بلغ (٣٨٤) مفردة، وقد استجاب للاستبيان ١٥٠٠ فرد تم استبعاد ٢٠٠ استبيان لعدم استكمال البيانات، أي أن عدد الاستبيانات الصحيحة التي اعتمدت عليها الدراسة ١٣٠٠ استبانة.

٣- اعتمد في اختيار أفراد العينة لملء استمارات الاستبيان على أسلوب العينة العشوائية وهي تعطي فرص متساوية لاختيار أفراد العينة، كما تتميز بانخفاض خطأ المعاينة.

٤- شملت المرحلة الثالثة أعداد وتصميم الاستبيان إلكترونياً عن طريق برنامج قوئل درايف لتصميم الاستبيان الإلكتروني، وتم عرض الاستبيان على نخبة من الأساتذة الجامعيين المتخصصين في الجغرافيا البشرية والسياحية والأساليب الإحصائية بعدد (٩) من مختلف جامعات المملكة كجامعة ام القرى وجامعة الملك عبدالعزيز وجامعة الملك سعود وجامعة الملك فيصل وجامعة الامام عبدالرحمن بن فيصل، وذلك لقياس صدق أداة البحث والتأكد من أن الاستبيان سوف يحقق الهدف منه بمطابقة تساؤلات الدراسة وأهدافها بالأسئلة داخل الاستبيان. وقد تم الأخذ بملاحظاتهم وتعديلها من حذف بعض الأسئلة وتعديل صياغة البعض الآخر وقد تم تنفيذها حسب التوجيهات والملاحظات.

٥- وزعت استمارات الاستبيان في فترة زمنية من تاريخ (١٠-٨-٢٠١٨م) إلى (١٧-٩-٢٠١٨م) بعدة طرق منها الإلكترونية بنشرها في مجموعات التواصل الاجتماعي، وزيارة المجمعات التجارية في مدينة الخبر (مجمع الظهران، مجمع الراشد) وتعبئة الاستبيان عن طريق سؤال المتواجدين هناك من الزوار، وكذلك عند السفر لزيارة دبي، كما تم تعميم الاستبيان على جميع مناطق المملكة لأي سائح سعودي في المملكة بلا تحديد منطقة معينة لمجتمع الدراسة فالهدف دراسة السياح دون تحديد أماكن إقامتهم الدائمة.

### صدق وثبات أداة الدراسة :

- ١- صدق الأداة : للتأكد من صلاحية الاستبانة فقد عرضت على مجموعة من المحكمين ذوي الخبرة المنهجية والعلمية، قبل الاعتماد النهائي وتطبيقها ميدانياً، بهدف توجيه الطالبة إلى مواطن القصور والضعف من حيث طبيعة الأسئلة ومنطقيتها وصياغتها، وقد أخذت آرائهم وملاحظاتهم بعين الاعتبار، وأعيد صياغة الاداة بناءً على الملاحظات والمقترحات.
- ٢- ثبات أداة الدراسة : للتأكد من ثبات أداة البحث، تم حساب معامل كرونباخ ألفا ( Cronbach Alpha)، وتبين من نتيجة التحليل أن قيمة معاملات الثبات للاستبيان بمفهوم الاتساق الداخلي باستخدام معامل كرونباخ ألفاً للمحاور بلغت (٠,٧٥)، لجميع فقرات الاستبيان. وتكون أصغر قيمة مقبولة ل ألفا هي (٠,٦) وأفضل قيمة مقبولة ل ألفا تكون بين (٠,٧-٠,٨) وكلما زادت تكون أفضل، وتكون هناك ثقة بالإجابة على أنها صحيحة، وبناءً على النتائج التي تم التوصل إليها، فإنه يمكن القول إن الاستبيان يتمتع بدرجة ثبات عالية تناسب أغراض الدراسة.

### الدراسات السابقة :

لا توجد دراسات جغرافية تناولت موضوع اتجاهات السعوديين نحو السياحة الخارجية وإمارة دبي نطاقاً للدراسة، ولكن توجد بعض الدراسات العامة المتعلقة بجوانب معينة ذات صلة بموضوع البحث نذكر منها ما يأتي:

#### ١- دراسات ترتبط بموضوع الدراسة :

- تناول الغامدي، عبد الرحيم علي، (١٤١٩هـ/١٩٩٦م)، دوافع واتجاهات السائحين نحو خدمات السياحة الداخلية في المملكة العربية السعودية: بهدف تحليل دوافع السياح واتجاهاتهم نحو الخدمات السياحية في المملكة العربية السعودية؛ إذ شملت عينة الدراسة أربع مناطق، هي الباحة وعسير وجدة والشرقية، وخلصت إلى أن هناك اختلافاً في خصائص السياح من منطقة لأخرى، وأن الدافع الترفيهي هو السبب وراء السياحة.

- ودرس التركستاني، حبيب، (١٩٩٨/هـ١٤١٨م)، اتجاهات سلوك السائح السعودي نحو السياحة الداخلية، إذ قامت الدراسة باختبار (٤٠) عاملاً من العوامل التي تؤثر في سلوك السائح الداخلية وذلك بهدف معرفة مدى تأثير هذه العوامل في عملية اتخاذ القرار السياحي للسياحة في الداخل.
- عالج الدغيشم، محمد، (٢٠١٣/هـ١٤٣٤م)، اتجاهات الشباب في المملكة العربية السعودية نحو الوجهات السياحية الداخلية والخارجية، وهدفت الدراسة إلى استقصاء عينة من فئة الشباب في المملكة العربية السعودية نحو تفضيل الوجهات السياحية الداخلية والخارجية.

## ٢- دراسات ذات علاقة بالنشاط السياحي في المملكة بصفة عامة :

- ركزت دراسة الحجي، عبدالمحسن، (٢٠٠٠/هـ١٤٢١م)، على التنظيم الإقليمي لقاعدة التخطيط السياحي في المملكة العربية السعودية، بهدف وضع تنظيمًا إقليمياً سياحياً للمملكة من خلال الشخصية الإقليمية لمناطق المملكة العربية السعودية.
- تناولت الجاسر، لميعة، (٢٠٠٠/هـ١٤٢١م)، السياحة والتتزه في حاضرة الدمام، وهدفت الباحثة إلى دراسة السياحة في حاضرة الدمام، والتعرف على الأماكن السياحية ودرجة رضا الزوار عن الخدمات السياحية المقدمة.
- درس القاضي، سعد، (٢٠٠٤/هـ١٤٢٥م)، الرؤية المستقبلية لنظم ضمان الجودة في السياحة في المملكة العربية السعودية. سعت هذه الورقة إلى التعريف بالنظم التي وضعتها الهيئة العليا للسياحة؛ بهدف تحقيق ميزة تنافسية على مستوى المنتجات السياحية، وإعداد متطلبات حماية المستهلك.
- عالج الزهراني، جمعان، (٢٠٠٥/هـ١٤٢٦م)، موضوع تنمية السياحة في محافظة حقل في المملكة العربية السعودية، تناولت الدراسة التنمية السياحية في محافظة حقل في المملكة العربية السعودية، وتطور الوسائل والخدمات السياحية المقدمة للسائح.
- تناولت الجهني، منى، (٢٠٠٦/هـ١٤٢٧م)، العوامل الاجتماعية المؤثرة في اتجاه الأسرة السعودية نحو السياحة الداخلية في المملكة العربية السعودية بالتطبيق على مدينة جدة، بهدف تحليل الاتجاهات والآراء المختلفة بتوجهها نحو السياحة الداخلية والخارجية.
- درست العريشي، حياة، (٢٠٠٧/هـ١٤٢٨م)، السياحة في منطقة جازان: مقوماتها وسبل تنميتها، وعالجت مقومات السياحة وتطورها بمنطقة جازان بجنوب غربي المملكة العربية السعودية.

- تناول أبوعرّاد، صالح، (١٤٢٩هـ/٢٠٠٨م)، السياحة الداخلية في المملكة العربية السعودية (واقعها، أبعادها التربوية الرئيسة ودور بعض المؤسسات التربوية في تنمية الوعي السياحي)، وتمثلت أهداف البحث في الوقوف على واقع السياحة الداخلية في المملكة، وإبراز دور بعض المؤسسات التربوية في تنمية الوعي السياحي.
- ركزت دراسة الشمري، بشير، (١٤٢٩هـ/٢٠٠٨م)، على التنزه والسياحة البرية عند سكان مدينة حائل، وهدفت الدراسة إلى التعرف إلى مرتادي البر من السياح والمنتزهين من سكان المدينة، وتحليل خصائصهم وتوجهاتهم وانطباعاتهم نحو هذا النمط من السياحة.
- درس الرمضان، سعيد (١٤٣٢هـ/٢٠١١م)، الإعلام السعودي وتأثيره على السياحة الداخلية، وتناول البحث الإعلام السياحي في المملكة العربية السعودية من محاور عدة، بعضها يخص المؤسسات الإعلامية التقليدية كالتلفزيون، وبعضها يخص المؤسسات الإعلامية الحديثة كالهئية العامة للسياحة والآثار.
- عالجت الشيخ، آمال، (١٤٣٣هـ/٢٠١٢م)، إدارة التدهور البيئي لساحل جدة باستخدام الاستشعار عن بعد ونظم المعلومات الجغرافية، بهدف تقديم استراتيجية مقترحة للتنمية السياحية المستدامة، وركزت على مشكلة التدهور البيئي لساحل محافظة جدة.

وفي ضوء ما سبق عرضه من دراسات نلاحظ أن الدراسات في مجال النشاط السياحي في المملكة كثيرة وتناولت السياحة من عدة جوانب أبرزها مناقشة مقومات وإمكاناتها في مختلف مدن المملكة ومناطقها، أو ركزت على السياحة الداخلية بصفتها الهدف من التنمية السياحية، ورغم ذلك نجد ندرة في تناول السياح والسياحة الخارجية مثل الدراسة الحالية، كما يلاحظ ندرة الدراسات السياحية عن منطقة الدراسة، سواء على مستوى دولة الإمارات أو إمارة دبي بشكل خاص، وتعد الدراسة الأولى من نوعها التي تتناول نموذجًا سياحيًا دوليًا يربط بين دولتين. وتم الاستفادة من الدراسات السابقة في وضع الإطار العام للدراسة، والتعرف إلى طريقة وضع المنهجية العلمية لبدء الدراسة والاستفادة من الجانب التطبيقي كوضع الاستبيان بالطريقة الصحيحة.

#### ولتحقيق أهداف الدراسة قسم البحث إلى المحاور الرئيسة التالية:

أولاً: خصائص النشاط السياحي لعينة الدراسة.

ثانياً: خصائص السياحة لإمارة دبي وأسباب اختيارها كوجه للسياحة.

ثالثاً: السفر والإقامة وتكلفتها بمدينة دبي.

رابعاً: مستوى الرضا عن الخدمات السياحية في كل من: مدينة دبي والمملكة العربية السعودية.

خامساً: اتجاهات خطط الدولة والمشروعات الرئيسة لتنمية السياحة الداخلية.

سادساً: النتائج والتوصيات.

**أولاً - خصائص النشاط السياحي لعينة الدراسة :**

يتناول هذا الجزء بالتفسير والتحليل الخصائص الرئيسة للنشاط السياحي لعينة الدراسة.

**(١) أهمية السياحة والترويج لشغل وقت الفراغ :**

أكدت معظم مفردات العينة على أهمية السياحة والترويج لشغل وقت الفراغ، ويمكن تتبع ذلك من نتائج الدراسة الميدانية في الجدول (١).

جدول (١) : توزيع العينة تبعاً لأهمية السياحة والترويج لشغل وقت الفراغ.

النسبة (%)	العدد	ما أهمية السياحة والترويج من بين الأنشطة التي تمارسها في وقت فراغك؟
٣٣,٥	٤٣٦	ضرورية جداً
٤٨,٢	٦٢٦	ضرورية إلى حد ما
١٤	١٨٢	غير ضرورية
٤,٣	٥٦	لا أعلم
١٠٠	١٣٠٠	الإجمالي

المصدر: من نتائج الدراسة الميدانية.

يتضح من جدول (١) أن الفئة الأكثر بين أفراد عينة الدراسة ترى درجة أهمية السياحة والترويج من بين الأنشطة التي تمارسها في وقت فراغها (ضرورية إلى حد ما) بنسبة (٤٨,٢%) من إجمالي العينة، بينما أكد بنسبة (٣٣,٥%) على أنها (ضرورية جداً)، وهو ما يعكس أهمية النشاط السياحي للمجتمع السعودي. فيما شكل الذين يرون أن أهمية السياحة والترويج من بين الأنشطة التي يمارسونها وقت فراغهم (غير ضرورية) نسبتهم (١٤%) فقط من إجمالي العينة.

**(٢) توزيع العينة تبعاً لعدد مرات السفر خارج المملكة بقصد السياحة :**

تبين من جدول (٢) أن الفئة الأكثر بين أفراد عينة الدراسة تقوم بالسفر خارج المملكة بقصد السياحة والترويج (مرة واحدة) بنسبة (٥٧,٢%)، يأتي بعدهم الذين يسافرون خارج المملكة بقصد السياحة والترويج (مرتين) بنسبة (٢١,٧%) من إجمالي العينة، بينما شكل الذين يسافرون خارج المملكة بقصد السياحة والترويج (أكثر من مرتين) بنسبة (٢١,١%) من إجمالي العينة.



جدول (٢) : توزيع العينة تبعاً لعدد مرات السفر خارج المملكة بقصد السياحة.

النسبة	العدد	كم مرة في السنة الواحدة تقوم بالسفر خارج المملكة؛ بقصد السياحة والترويج
٢	٧٤٤	مرة واحدة
٧	٢٨٢	مرتين
١	٢٧٤	أكثر من مرتين
٠	١٣٠٠	الإجمالي

المصدر: من نتائج الدراسة الميدانية.

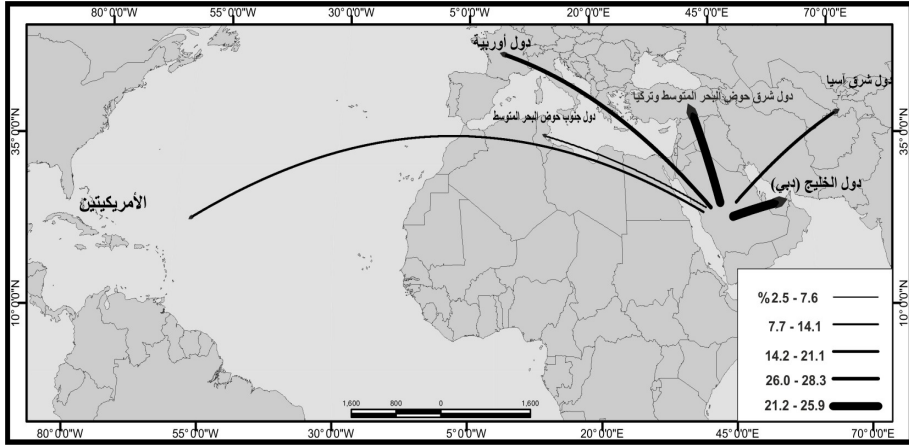
### ٣) توزيع العينة تبعاً لوجهات السفر :

تعكس أرقام الجدول (٣) والشكل (١) أن أكثر الوجهات السياحية خارج المملكة العربية السعودية لأفراد عينة الدراسة هي سياحة عربية في معظمها (دول شرق حوض البحر المتوسط وتركيا) بتكرار نسبته ٢٨,٣٪، وجاءت سياحة دول الخليج (دبي) في المرتبة الثانية بتكرار نسبته ٢٥,٩٪، ثم السياحة الأوربية ٢١,١٪، تليها السياحة في دول شرق آسيا ١٤,١٪، ثم السياحة في الأمريكيتين بنسبة ٧,٦٪، بينما جاءت السياحة العربية لجنوب حوض البحر المتوسط بنسبة ٢,٥٪، وشكلت الوجهات الأخرى تكرار نسبته ٠,٦٪ فقط من إجمالي العينة.

جدول (٣) : توزيع العينة تبعاً لوجهات السفر .

النسبة المئوية (%)	العدد	ما هي أكثر وجهاتك السياحية خارج المملكة العربية السعودية؟
٢٨,٣	٣٦٨	سياحة عربية (دول شرق حوض البحر المتوسط وتركيا)
٢٥,٩	٣٣٧	سياحة دول الخليج (دبي)
٢١,١	٢٧٤	سياحة أوربية
١٤,١	١٨٣	سياحة في دول شرق آسيا
٧,٦	٩٨	سياحة في الأمريكيتين
٢,٥	٣٣	سياحة عربية (دول جنوب حوض البحر المتوسط)
٠,٦	٧	أخرى
١٠٠	١٣٠٠	الإجمالي

المصدر: من نتائج الدراسة الميدانية.



شكل (١) : التوزيع النسبي لعينة الدراسة تبعاً لوجهات السفر .

المصدر: من تنفيذ الباحثين اعتماداً على جدول (٣).

### ثانياً - خصائص السياحة لإمارة دبي وأسباب اختيارها كوجه للسياحة :

#### (١) توزيع العينة تبعاً لطريقة التعرف على إمكانات السياحة في دبي :

أكدت نتيجة استطلاع آراء العينة حول طريقة التعرف على إمكانات السياحة في دبي، على أن الفئة الأكثر بين أفراد عينة الدراسة قد عرفوها من أشخاص زاروها من قبل بما يقابل نسبة ٥٣,١% من إجمالي عينة الدراسة، بينما عرفها البعض من خلال إعلانات إذاعة وتلفزيون وصحف وإنترنت بنسبة ٣٠,٨% من إجمالي العينة، والذين عرفوها من خلال نشرات إعلانية نسبتهم ٦,٥%، بينما الذين عرفوها من خلال شركات السياحة بلغت نسبتهم ٢,٣%، وحوالي ٧,٤% من إجمالي عينة الدراسة عرفوا السياحة إلى دبي بطرق أخرى خلاف المذكورة بالجدول (٤).

جدول (٤) : توزيع العينة تبعاً لطريقة التعرف على إمكانات السياحة في دبي.

النسبة المئوية (%)	العدد	كيف عرفت عن السياحة في دبي؟
٥٣,١	٦٩٠	من شخص سبق له زيارة دبي
٣٠,٨	٤٠٠	إعلانات إذاعة وتلفزيون وصحف وإنترنت
٦,٥	٨٤	نشرات إعلانية
٢,٣	٣٠	شركات سياحية
٧,٤	٩٦	أخرى
١٠٠	١٣٠٠	الإجمالي

المصدر: من نتائج الدراسة الميدانية.

**٢) توزيع العينة تبعاً لعدد مرات السفر إلى دبي :**

يتضح من الجدول (٥) أن الفئة الأكثر بين أفراد عينة الدراسة بعدد (١١٥٦) من أصل (١٣٠٠) قاموا بالسفر إلى دبي (من مرة إلى ١٠ مرات) وهو ما يوازي نسبة ٨٨,٩٪ من إجمالي عينة الدراسة، ونحو (١٠٨) من أفراد العينة سافروا إلى دبي (من ١١ إلى ٢٠ مرة) بما نسبته ٨,٣٪ من إجمالي العينة، بينما بلغت نسبة من سافر إلى دبي أكثر من ٢٠ مرة حوالي ٢,٨٪ من إجمالي عينة الدراسة.

**جدول (٥) : توزيع العينة تبعاً لعدد مرات السفر إلى دبي.**

النسبة المئوية (%)	العدد	ما عدد مرات زيارتك السابقة إلى دبي؟
٨٨,٩	١١٥٦	من مرة إلى ١٠ مرات
٨,٣	١٠٨	من ١١ إلى ٢٠ مرة
٢,٨	٣٦	أكثر من ٢٠ مرة
١٠٠	١٣٠٠	الإجمالي

المصدر: من نتائج الدراسة الميدانية.

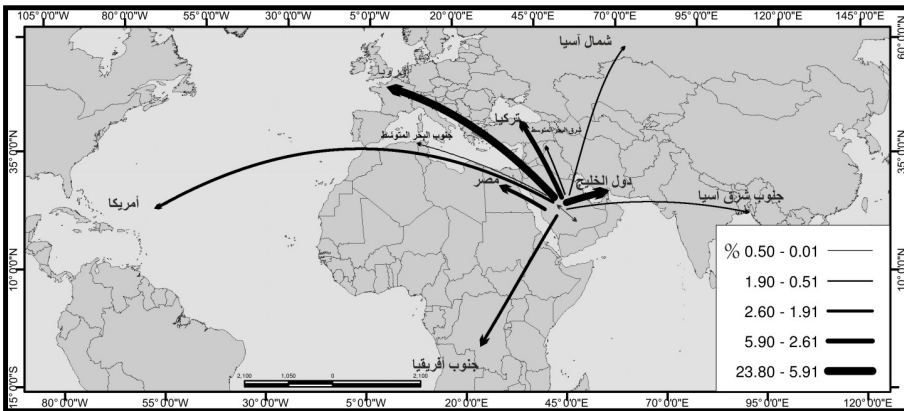
**٣) توزيع العينة تبعاً للخيار الأخر للسياحة :**

تعكس نتائج الدراسة الميدانية المشار إليها بالجدول (٦) والشكل (٢) أن أكثر الجهات خياراً للسياحة هي دول قارة أوروبا بنسبة ٢٣,٨٪، وجاءت دول الخليج العربي في المرتبة الثانية بنسبة ١٨,٦٪ من إجمالي العينة، ثم دول جنوب شرق آسيا بنسبة ٦,٧٪، بينما جاءت تركيا ومصر في المكانة الرابعة والخامسة بنسبة ٥,٩٪ و ٤,٥٪ على نفس الترتيب، واستأثرت دولة جنوب إفريقيا بنسبة ٢,٥٪. بينما شكلت السياحة داخل المملكة العربية السعودية نسبة ١,٥٪ فقط من إجمالي الوجهات السياحية الأخرى لعينة الدراسة. ومما لاشك فيه أنه بعد تأسيس الهيئة العامة للترفيه (مايو ٢٠١٦م)، وزيادة فعاليتها سيكون له بالغ الأثر في جذب نسبة كبيرة من السياحة الخارجية ومن ثم يتزايد التوجه نحو السياحة الداخلية وهو ما تسعى إليه خطط الدولة لتنمية السياحة الوطنية.

جدول (٦) : توزيع العينة تبعاً للخيار الأخر للسياحة.

النسبة	ما خيارك الأخر للسياحة بالإضافة إلى دبي؟	النسبة	ما خيارك الأخر للسياحة بالإضافة إلى دبي؟
١,٥	تركيا - دول جنوب شرق آسيا	٢٣,٨	أوروبا
١,٥	داخل السعودية	١٨,٦	دول الخليج
١,٢	مصر - أوروبا	١٤,٧	جهات متعددة
٠,٩	دول الخليج - أوروبا	٦,٧	دول جنوب شرق آسيا
٠,٥	أمريكا	٥,٩	تركيا
٠,٥	مصر - دول الخليج	٤,٥	مصر
٠,٥	مصر - دول عربية	٣,١	تركيا - مصر
٠,٣	دول الخليج - دول عربية	٢,٦	أوروبا - أمريكا
٠,٢	أمريكا - دول عربية شرق البحر المتوسط	٢,٦	جنوب أفريقيا
٠,٢	جنوب أفريقيا - دول جنوب شرق آسيا	٢	دول الخليج - دول جنوب شرق آسيا
٠,٢	دول عربية - دول جنوب شرق آسيا	١,٩	دول عربية شرق البحر المتوسط
٠,٢	كوريا - أمريكا	١,٧	أوروبا - دول جنوب شرق آسيا
٢,٢	لا شيء	١,٧	شمال آسيا
١٠٠	الإجمالي	٠,٥	دول عربية جنوب البحر المتوسط - أوروبا

المصدر: من نتائج الدراسة الميدانية.



شكل (٢) : التوزيع النسبي للعينة تبعاً للخيار الأخر للسياحة.

المصدر: من تنفيذ الباحثين اعتماداً على جدول (٦).

وعلى الرغم من تعدد خيارات السياحة الخارجية للسائح السعودي، إلا أن نتائج الدراسة الميدانية أكدت على أن أكثر من ٨٠% من إجمالي العينة يرون أن مدينة دبي هي المدينة المفضلة لديهم للسياحة الخارجية.

#### ٤) توزيع العينة تبعاً للأماكن المفضلة للزيارة في دبي :

أظهرت نتائج استطلاع آراء عينة الدراسة عن الأماكن المفضلة للزيارة في دبي (جدول ٧) أن أعلى نسبة (٣٥,٢%) كانت من نصيب المجمعات التجارية، واحتلت المدن الترفيهية المرتبة الثانية بنسبة ٣٠,٧%، وجاءت السينما في الترتيب الثالث بين الأماكن المفضلة للزيارة في دبي، وهو ما يعكس أن هذه الأماكن الثلاثة هي الأكثر تفضيلاً وجذباً للسائح السعودي إذ شكلت مجتمعة نسبة ٨٣,٥% من الإجمالي، يليها الأماكن الأخرى؛ المطاعم العالمية والمهرجانات والشواطئ والحدائق، بينما جاءت زيارة الآثار في ذيل القائمة.

#### جدول (٧) : توزيع العينة تبعاً للأماكن المفضلة للزيارة في دبي.

النسبة %	الأماكن السياحية التي تزورها في دبي؟
٣٥,٢	المجمعات التجارية
٣٠,٧	المدن الترفيهية
١٧,٦	السينما
٧,٥	المطاعم العالمية
٤,٣	المهرجانات
٤,٣	الشواطئ والحدائق
٠,٤	الآثار
١٠٠	الإجمالي

المصدر: من نتائج الدراسة الميدانية.

#### ٥) توزيع العينة تبعاً لأسباب اختيار مدينة دبي كوجهة سياحة :

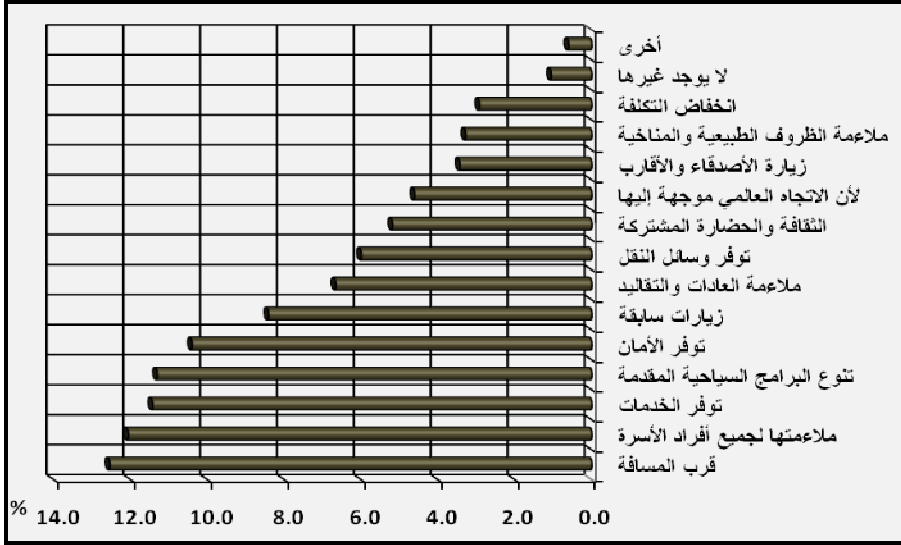
تبين من تحليل نتائج الدراسة الميدانية (جدول ٨ وشكل ٣) أن أهم خمس أسباب لاختيار دبي وجهة سياحية من وجهة نظر المستجيبين كانت على النحو الآتي:

جدول (٨) : توزيع آراء العينة تبعاً لأسباب اختيار مدينة دبي كوجهة سياحة.

النسبة المئوية (%)	العدد	ما هي أسباب اختيارك دبي كوجهة سياحية؟
١٢,٦	١٦٣	قرب المسافة
١٢,١	١٥٧	ملائمتها لجميع أفراد الأسرة
١١,٤	١٤٩	توافر الخدمات
١١,٣	١٤٧	تنوع البرامج السياحية المقدمة
١٠,٤	١٣٥	توافر الأمان
٨,٤	١٠٩	زيارات سابقة
٦,٧	٨٧	ملائمة العادات والتقاليد
٦,٠	٧٨	توافر وسائل النقل
٥,٢	٦٧	الثقافة والحضارة المشتركة
٤,٦	٦٠	لأن الاتجاه العالمي موجهة إليها
٣,٤	٤٥	زيارة الأصدقاء والأقارب
٣,٣	٤٣	ملائمة الظروف الطبيعية والمناخية
٢,٩	٣٨	انخفاض التكلفة
١,١	١٤	لا يوجد غيرها
٠,٦	٨	أخرى
١٠٠	١٣٠٠	الإجمالي

المصدر: من نتائج الدراسة الميدانية.

أكد نحو ١٢,٦% من إجمالي العينة على أن (قرب المسافة) بين مقر إقامة السائح السعودي ودبي هو السبب الأول في اختيارها كوجه للسياحة. ويُعد ملائمة دبي كوجه سياحية لجميع أفراد الأسرة السبب الرئيس الثاني بنسبة ١٢,١%، بينما جاء توافر الخدمات وتنوع البرامج السياحية المقدمة في المرتبة الثالثة والرابعة وبنسبة ١١,٤%، و ١١,٣% على نفس الترتيب، وجاء توافر الأمان في الترتيب الخامس وبنسبة ١٠,٤% من إجمالي العينة، وشكلت الأسباب الرئيسة الخمس نسبة ٥٧,٨% من الإجمالي.



شكل (٣) : التوزيع النسبي للعينة تبعاً لأسباب اختيار مدينة دبي كوجهة سياحة.

المصدر: من تنفيذ الباحثين اعتماداً على جدول (٨).

## ٦) توزيع العينة تبعاً لتأثير عامل الموقع في اختيار مدينة دبي كوجهة للسياحة :

أكد نحو (١١٨٨ مفردة) أي ما يوازي ٩١,٤% من إجمالي عدد العينة على أن قرب موقع دبي من المملكة العربية السعودية له أثر في زيادة إقبال السياح السعوديين على زيارتها. بينما (١١٢) فقط لا يعتقدون ذلك (بنسبة ٨,٦% من إجمالي العينة). وهو ما يؤكد أن لعامل الموقع الجغرافي دور كبير في الحركة السياحية بين الدول (جدول ٩).

جدول (٩) : توزيع آراء العينة حول تأثير عامل الموقع في اختيار مدينة دبي كوجهة للسياحة.

النسبة (%)	العدد	هل تعتقد أن قرب موقع دبي من المملكة العربية السعودية له أثر في زيادة إقبال السياح السعوديين على زيارتها؟
٩١,٤	١١٨٨	نعم
٨,٦	١١٢	لا
١٠٠	١٣٠٠	الإجمالي

المصدر: من نتائج الدراسة الميدانية.

٧) توزيع العينة تبعاً لتأثير عامل المناخ في اختيار مدينة دبي كوجهة سياحة : يتضح من جدول (١٠) أن الفئة الأكثر بين أفراد عينة الدراسة (٩١٦) بما يوازي ٧٠,٥% من إجمالي أفراد العينة لا يعتقدون أن هناك علاقة بين المناخ (حالة الجو) في دبي والإقبال السياحي عليها. بينما (٣٨٤) من أفراد العينة يعتقدون ذلك بنسبة ٢٩,٥% من إجمالي العينة.

جدول (١٠) : توزيع آراء العينة حول تأثير عامل المناخ في اختيار مدينة دبي كوجهة سياحة.

النسبة (%)	العدد	هل تعتقد أن هناك علاقة بين المناخ (حالة الجو) في دبي والإقبال السياحي عليها
٢٩,٥	٣٨٤	نعم
٧٠,٥	٩١٦	لا
١٠٠	١٣٠٠	الإجمالي

المصدر: من نتائج الدراسة الميدانية.

#### ٨) توزيع العينة تبعاً للفترة المفضلة للسفر إلى مدينة دبي :

أظهرت نتائج الدراسة الميدانية أن نحو نصف أفراد العينة لا يفضلون وقت محدد للسفر إلى دبي، بينما يفضل ما يوازي (٣٣,٦%) السفر إلى دبي في إجازة الربيع، ونحو (٩,٨%) يفضلون السفر إلى دبي في إجازة الصيف وحوالي (٤,٦%) يفضلون السفر في إجازة الحج، في حين يفضل ما يوازي (٣,٨%) السفر إلى دبي في نهاية الأسبوع (جدول ١١).

جدول (١١) : توزيع العينة تبعاً للفترة المفضلة للسفر إلى مدينة دبي.

النسبة المئوية (%)	العدد	الفترة التي تفضل فيها السفر إلى دبي؟
٤٨,٣	٦٢٨	بدون وقت محدد
٣٣,٦	٤٣٤	إجازة الربيع (منتصف العام)
٩,٨	١٢٨	إجازة الصيف
٤,٦	٦٠	إجازة الحج
٣,٨	٥٠	نهاية الأسبوع
١٠٠	١٣٠٠	الإجمالي

المصدر: من نتائج الدراسة الميدانية.



**ثالثاً - السفر والإقامة وتكلفتها بمدينة دبي :**

يناقش هذا القسم كل من؛ أماكن ومعدل الإقامة وتكلفتها، وإجمالي الإنفاق على السياحة، وتقييم الخدمات المتاحة وسلوك السكان المحليون تجاه السائح السعودي.

**(١) توزيع العينة تبعاً لوسيلة السفر :**

تعكس أرقام جدول (١٢) أن أكثر من ثلثي حجم عينة الدراسة يسافرون إلى دبي عن طريق الطيران بما يعادل (٦٨,٣٪ من إجمالي أفراد العينة)، ونسبة (٣٠,٣٪) من الإجمالي يفضلون السفر إلى دبي بسيارات خاصة، وتجدر الإشارة إلى أن معظم هذه الفئة من قاطني المنطقة الشرقية والوسطى (الرياض)، بينما يفضل نحو (١,٤٪ من إجمالي أفراد العينة) استخدام النقل العام البري للسفر إلى دبي، وساعد على ذلك توافر شبكة الطرق البرية عالية الجودة التي تربط شرقي المملكة السعودية بدول الخليج العربية وبخاصة دولة الإمارات.

جدول (١٢) : توزيع العينة تبعاً لوسيلة السفر .

النسبة المئوية (%)	العدد	ما وسيلة المواصلات المستخدمة للوصول إلى دبي؟
٦٨,٣	٨٨٨	طيران
٣٠,٣	٣٩٤	سيارة خاصة
١,٤	١٨	نقل بري عام
١٠٠	١٣٠٠	الإجمالي

المصدر: من نتائج الدراسة الميدانية.

**(٢) توزيع العينة تبعاً لمكان الإقامة :**

يوضح جدول (١٣) توزيع أماكن إقامة أفراد عينة الدراسة في دبي أثناء زيارتهم لها، وجاءت القرية السياحية (منتجع - شاليه) في المركز الأول بنسبة (٣٩٪ من أفراد العينة)، وفي المركز الثاني من يقيمون في شقة مفروشة بنسبة ٣١٪، وهو ما يعكس خصائص السائح السعودي الذي يفضل قسط من الخصوصية له ولأسرته خلال إقامته خارج مقر سكنه، ثم جاء من يسكن في فندق بالمركز الثالث بنسبة ٢٢٪، ثم أماكن إقامة أخرى بنسبة (٨٪) مثل بيوت الشباب وبيوت الأصدقاء وشقق يمتلكها المستجيب وغير ذلك.

جدول (١٣) : توزيع العينة تبعاً لمكان الإقامة.

النسبة المئوية (%)	العدد	أين تقيم أثناء زيارتك لدبي؟
٣٩	٥٠٧	قرية سياحية (منتجع - شاليه)
٣١	٤٠٣	شقة مفروشة
٢٢	٢٨٦	فندق
٨	١٠٤	أخرى
١٠٠	١٣٠٠	الإجمالي

المصدر: من نتائج الدراسة الميدانية.

## ٣) توزيع العينة تبعاً لمعدل الإقامة :

اتضح من الدراسة الميدانية أن معدل إقامة الفئة الأكثر بين أفراد عينة الدراسة في دبي يتراوح بين ٥ إلى ١٠ أيام ونسبة ٤٧,٧٪، ثم الذين معدل إقامتهم ٤ أيام فأقل (بنسبة ٤٤,٩٪) من إجمالي العينة، بينما شكل الذين يقيمون في دبي بمعدل أكثر من ١٠ أيام نسبة ٧,٤٪ من إجمالي العينة، راجع الجدول (١٤).

جدول (١٤) : توزيع العينة تبعاً لمعدل الإقامة.

النسبة المئوية (%)	العدد	كم معدل إقامتك في دبي؟
٤٤,٩	٥٨٤	٤ أيام فأقل
٤٧,٧	٦٢٠	من ٥ أيام إلى ١٠ أيام
٧,٤	٩٦	أكثر من ١٠ أيام
١٠٠	١٣٠٠	الإجمالي

المصدر: من نتائج الدراسة الميدانية.

## ٤) توزيع العينة تبعاً لتكلفة الإقامة خلال الزيارة الأخيرة لمدينة دبي :

يتضح من جدول (١٥) أن الفئة الأكثر بين أفراد عينة الدراسة (٣٤,٨٪) أنفقوا في دبي طيلة فترة إقامتهم في زيارتهم الأخيرة (من ١٠٠٠١ إلى ٢٠٠٠٠ ريالاً)، بينما انفق نحو ٢٤,٨٪ من إجمالي أفراد العينة أكثر من ٢٠٠٠١ ريالاً، يليهم نسبة ٢٣,٢٪ أنفقوا في (من ٥٠٠١ إلى ١٠٠٠٠ ريالاً)، فيما كانت أقل فئة هم الذين أنفقوا (من ١٠٠٠ على ٥٠٠٠ ريالاً) بما نسبته ١٧,٢٪ من إجمالي العينة.

جدول (١٥) : توزيع العينة تبعاً لتكلفة الإقامة خلال الزيارة الأخيرة لمدينة دبي.

النسبة المئوية (%)	العدد	ما مقدار ما تنفقه بالريال السعودي في دبي طيلة فترة إقامتك في زيارتك الأخيرة؟
١٧,٢	٢٢٤	من ١٠٠٠ إلى ٥٠٠٠ ريالاً
٢٣,٢	٣٠٢	من ٥٠٠١ إلى ١٠٠٠٠ ريالاً
٣٤,٨	٤٥٢	من ١٠٠٠١ إلى ٢٠٠٠٠ ريالاً
٢٤,٨	٣٢٢	٢٠٠٠١ ريالاً فأكثر
١٠٠	١٣٠٠	الإجمالي

المصدر: من نتائج الدراسة الميدانية.

متوسط أوجه الإنفاق على السياحة في مدينة دبي :

أظهرت الدراسة الميدانية بالجدول (١٦) أن متوسط نفقات عينة الدراسة المتنوعة في دبي طيلة فترة إقامتهم بلغت ١٣٩٢ ريالاً للمواصلات، بينما كانت أعلى قيمة لمتوسط الإنفاق على التسوق بحوالي ٤٧٦٠ ريالاً، ثم الإنفاق على السكن بمتوسط ٤٤٧٩ ريالاً، في حين جاء الإنفاق على المصروفات الأخرى كالهدايا والعلاج وغير ذلك في المرتبة الرابعة بمتوسط ٣٦٢٦ ريالاً، يليه الإنفاق على الترفيه بمتوسط (٢٩١٠ ريالاً)، وفي المرتبة الأخيرة الإنفاق على الطعام بمتوسط (٢٢٦٣ ريالاً).

جدول (١٦) : متوسط أوجه الإنفاق على السياحة في مدينة دبي.

المتوسط / ريال سعودي	ما مقدار ما تنفقه في دبي طيلة فترة إقامتك في زيارتك الأخيرة، تقريباً؟ بالريال السعودي
٤٤٧٩	السكن
١٣٩٢	المواصلات
٢٩١٠	الترفيه
٢٢٦٣	الطعام
٤٧٦٠	التسوق
٣٦٢٦	مصروفات أخرى

المصدر: من نتائج الدراسة الميدانية.

## رابعاً - مستوى الرضا عن الخدمات السياحية في كل من : مدينة دبي والمملكة العربية السعودية

(١) مستوى الرضا عن الخدمات السياحية وسلوك السكان المحليين بمدينة دبي :  
يوضح جدول (١٧) تقييم أفراد عينة الدراسة لمستوى الخدمة في دبي أثناء زيارتهم لها في ست مجالات رئيسية، إذ جاءت (نظافة البيئة) في المرتبة الأولى بمستوى ممتاز بنسبة ٨٨,٩٪ من أفراد عينة الدراسة. وأكد نسبة ٨٥,٥٪ من أفراد العينة على أن مستوى تقييم السكن في دبي ممتاز. وبنسبة ٨٠,٨٪ من أفراد العينة يرون أن مستوى المطاعم في دبي ممتاز، يليه ٧٦,٨٪ من أفراد العينة يرون مستوى المواصلات إلى دبي ممتاز. وجاء تقييم الخدمات الصحية في الترتيب الخامس بنسبة ٦٧,٨٪، وفي آخر القائمة يأتي تقييم مكاتب الحجز بنسبة ٥٥,٢٪. وهو ما يعكس ارتفاع مستوى رضا عينة الدراسة عن الخدمات كافة بمدينة دبي بمتوسط عام بلغ ٧٥,٨٪.

جدول (١٧) : تقييم مستوى أداء الخدمة في دبي.

تقييم مستوى أداء الخدمة في دبي	ممتاز	متوسط	جيد	ضعيف
السكن	٨٥,٤	١٢,٢	٢,٣	٠,٢
المطاعم	٨٠,٨	١٦,٣	٢,٥	٠,٥
مكاتب الحجز	٥٥,٢	٣٣,٢	١٠,٦	٠,٩
نظافة البيئة	٨٨,٩	٨,٥	٢,٣	٠,٣
وسائل المواصلات	٧٦,٨	١٨	٤,٣	٠,٩
الخدمات الصحية	٦٧,٨	٢٤,٩	٦,٨	٠,٥

المصدر: من نتائج الدراسة الميدانية.

وعن آراء عينة الدراسة عن سلوك السكان المحليين نحوهم أثناء فترة السياحة تبين انه في معظمه يتراوح بين جيد وممتاز، فقد أظهرت نتائج الدراسة الميدانية جدول (١٨) أن الفئة الأكثر بين أفراد عينة الدراسة بما يوازي ٦٩,٤٪ من إجمالي أفراد العينة يرون أن سلوك السكان المحليين في دبي تجاههم ممتاز. بينما أكد نحو ٢٨,٦٪ من الإجمالي أن سلوك السكان المحليين في دبي تجاههم جيد. وهو ما يؤكد جودة استقبال السكان المحليين للزائرين من المملكة بصفة خاصة ودول مجلس التعاون بصفة عامة.

## جدول (١٨) : رأي السائح في سلوك السكان المحليين.

النسبة المئوية (%)	العدد	ما رأيك في سلوك السكان المحليين تجاهك؟
٦٩,٤	٩٠٢	ممتاز
٢٨,٦	٣٧٢	جيد
٢	٢٦	مقبول
١٠٠	١٣٠٠	الإجمالي

المصدر: من نتائج الدراسة الميدانية.

## ٢) مستوى الرضا عن الخدمات السياحية بالمملكة العربية السعودية :

أظهرت نتائج الدراسة الميدانية المشار إليها بالجدول (١٩) أن ما يشكل نحو ٥٩,٥% من أفراد عينة الدراسة يرون أن الخدمات السياحية المقدمة في المملكة غير مناسبة مع إمكانيات السائح المالية، بينما أكد نسبة ٣٠,٨% من الإجمالي على أن الخدمات السياحية المقدمة في المملكة مناسبة مع إمكانيات السائح المالية، بينما رأى نحو ٩,٧% من إجمالي العينة أن الخدمات السياحية المقدمة في المملكة مناسبة إلى حد ما مع إمكانيات السائح المالية.

## جدول (١٩) : مناسبة إمكانيات السائح المالية مع الخدمات المقدمة في المملكة.

النسبة (%)	التكرار	هل الخدمات السياحية المقدمة في المملكة مناسبة مع إمكانيات السائح المالية؟
٥٩,٥	٧٧٤	لا
٣٠,٨	٤٠٠	نعم
٩,٧	١٢٦	إلى حد ما
١٠٠	١٣٠٠	الإجمالي

المصدر: من نتائج الدراسة الميدانية.

## ٣) أسباب توجه السعوديين للسياحة الخارجية :

يعالج هذا الجزء مدى رضا السائح السعودي عن السياحة الداخلية مقارنة بغيرها من مناطق الجذب السياحي، للتعرف على أسباب توجههم للسياحة الخارجية كبديل للسياحة الداخلية أو المحلية.

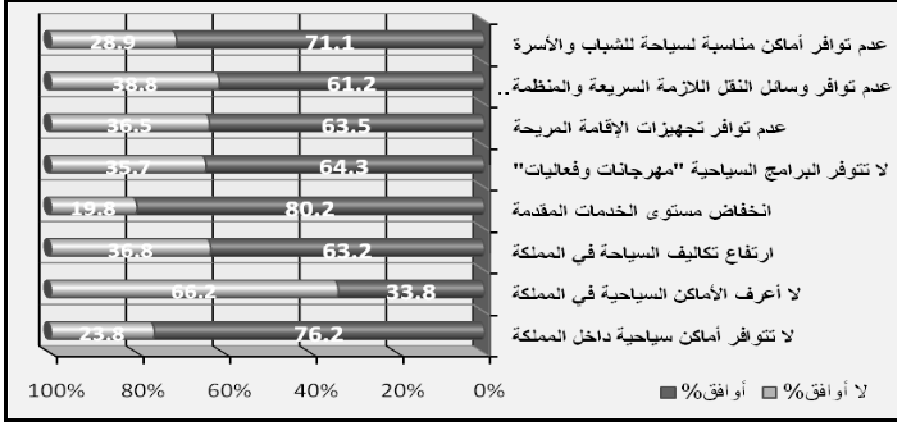
وبسؤال أفراد العينة عن الأسباب التي تجعل السائح السعودي يتجه إلى السياحة الخارجية كبديل عن السياحة في وطنه، كانت الاستجابات كما هي موضحة بالجدول (٢٠) والشكل (٤).

جدول (٢٠) : أسباب التوجه للسياحة الخارجية.

لماذا يتجه السائح السعودي إلى السياحة الخارجية كبديل عن السياحة في وطنه؟				
الترتيب	الإجمالي	لا أوافق %	أوافق %	السبب
٢	١٠٠	٢٣,٨	٧٦,٢	لا تتوفر أماكن سياحية داخل المملكة
٨	١٠٠	٦٦,٢	٣٣,٨	لا أعرف الأماكن السياحية في المملكة
٦	١٠٠	٣٦,٨	٦٣,٢	ارتفاع تكاليف السياحة في المملكة
١	١٠٠	١٩,٨	٨٠,٢	انخفاض مستوى الخدمات المقدمة
٤	١٠٠	٣٥,٧	٦٤,٣	لا تتوفر البرامج السياحية "مهرجانات وفعاليات"
٥	١٠٠	٣٦,٥	٦٣,٥	عدم توفر تجهيزات الإقامة المريحة
٧	١٠٠	٣٨,٨	٦١,٢	عدم توفر وسائل النقل اللازمة السريعة والمنظمة (المترو، القطار، التاكسي)
٣	١٠٠	٢٨,٩	٧١,١	عدم توفر أماكن مناسبة لسياحة للشباب والأسرة

المصدر: من نتائج الدراسة الميدانية.

تعكس الأرقام المذكورة بالجدول (٢٠) الأسباب التي تجعل السائح السعودي يتجه إلى السياحة الخارجية كبديل عن السياحة في وطنه وهي على النحو الآتي؛ جاء (انخفاض مستوى الخدمات) في مقدمة الأسباب بنسبة موافقة ٨٠,٢% من إجمالي أفراد العينة، ثم في المركز الثاني (عدم توافر أماكن سياحية داخل المملكة) بنسبة موافقة بلغت ٧٦,٢%، وجاء في المركز الثالث (عدم توافر أماكن مناسبة لسياحة للشباب والأسرة) بنسبة موافقة ٧١,١%، وفي الترتيب الرابع جاء (عدم توافر البرامج السياحية "مهرجانات وفعاليات") بنسبة موافقة ٦٤,٣%. أما عن (عدم توافر تجهيزات الإقامة المريحة) فجاءت بالمركز الخامس بنسبة موافقة ٦٣,٥%، بينما جاء سبب (ارتفاع تكاليف السياحة في المملكة) بنسبة موافقة ٦٣,٢%، و (عدم توفر وسائل النقل اللازمة السريعة والمنظمة "المترو، القطار، التاكسي") بنسبة موافقة ٦١,٢%. بينما جاء عدم معرفة الأماكن السياحية في المملكة آخر الأسباب وأقلها موافقةً من أفراد عينة الدراسة، بنسبة ٣٣,٨% من إجمالي أفراد العينة، وهو ما يؤكد معرفة السائح السعودي بالأماكن السياحية بالمملكة ولكن الأسباب الأخرى هي الدافع الرئيس لحركة السياحة الخارجية.



شكل (٤) : أسباب التوجه للسياحة الخارجية.

المصدر: تنفيذ الباحثين اعتماداً على جدول (٢٠).

وأظهرت الدراسة الميدانية (جدول ٢١) أن الفئة الأكثر بين أفراد عينة الدراسة بما نسبته ٩٠,٥% غير راضين عن السياحة داخل المملكة مقارنةً بغيرها، بينما أكد نحو ٩,٥% فقط من إجمالي العينة على رضاهم عن السياحة داخل المملكة مقارنةً بغيرها.

جدول (٢١) : رضا السائح عن السياحة في المملكة.

النسبة (%)	العدد	هل أنت راضٍ عن السياحة داخل المملكة مقارنةً بغيرها؟
٩٠,٥	١١٧٦	لا
٩,٥	١٢٤	نعم
١٠٠	١٣٠٠	الإجمالي

المصدر: من نتائج الدراسة الميدانية.

ينضح مما سبق عدم رضا غالبية أفراد الدراسة عن مستوى السياحة في المملكة العربية السعودية مقارنةً بغيرها، وبحثاً عن الأسباب فقد أفردت الدراسة سؤالاً لتعبير المستجيبين بحرية الرأي عن تلك الأسباب التي يرونها سبباً في انخفاض مستوى السياحة الداخلية بالمملكة مقارنةً بغيرها، أو سبباً في رضاهم عنها (جدول ٢٢) وقد استجاب لهذا السؤال غالبية العينة نسبة ٨٦% من إجمالي العينة البالغة (١٣٠٠) حيث أجاب بالرضا عن مستوى السياحة في المملكة العربية السعودية مقارنةً بغيرها عدد (١٨٢) مفردة) وانحصرت أسباب عدد (٦١) منهم في حب المواطنة وجمال الوطن،

ووجود الأماكن المقدسة بالمملكة العربية السعودية (مكة المكرمة والمدينة المنورة) والتي يجعل منها منطقة جذب لجميع الأفتدة من شتى أنحاء العالم المختلفة، وتوفر الأمن والأمان، وكذلك وجود أماكن سياحية متميزة بالمملكة العربية السعودية.

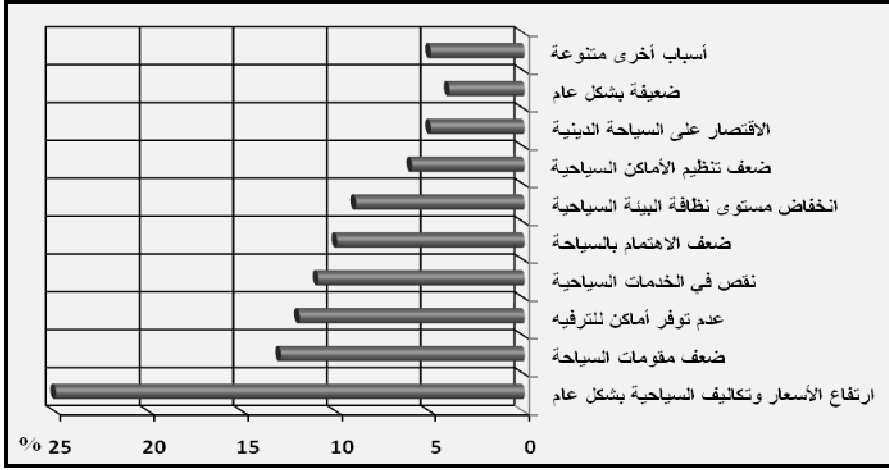
وتعكس نتائج الدراسة الميدانية جدول (٢٢) والشكل (٥) أسباب عدم رضا المستجيبين عن السياحة في المملكة العربية السعودية، حيث احتل ارتفاع الأسعار المرتبة الأولى بنسبة ٢٥% من الإجمالي. بينما أكد نسبة ١٣% على ضعف مقومات السياحة بالمملكة، وأشار عدد (١٣٤)، بنسبة ١٢% في تعليقاتهم إلى نقص وعدم توفر أماكن الترفيه، بينما أشار (١١%) إلى نقص الخدمات السياحية، كما أكد نسبة ١٠% على عدم ضعف الاهتمام بالسياحة، ونسبة ٩% على انخفاض مستوى نظافة البيئة بالمناطق السياحية، يليها ضعف التنظيم بنسبة ٦% من الإجمالي، ورأى ٥% أن السياحة في المملكة تقتصر على السياحة الدينية فقط، في حين رأى ٤% من المستجيبين أن السياحة في المملكة ضعيفة بشكل عام، فيما أكد نسبة ٥% على وجود أسباب متنوعة أخرى ومتداخلة.

جدول (٢٢) : آراء عينة الدراسة عن أسباب عدم الرضا عن السياحة في المملكة العربية السعودية.

النسبة المئوية	العدد	لماذا أنت غير راضٍ عن السياحة داخل المملكة مقارنةً بغيرها؟
٢٥	٢٨٠	ارتفاع الأسعار وتكاليف السياحة بشكل عام
١٣	١٤٥	ضعف مقومات السياحة
١٢	١٣٤	عدم توفر أماكن للترفيه
١١	١٢٣	نقص في الخدمات السياحية
١٠	١١٢	ضعف الاهتمام بالسياحة
٩	١٠١	انخفاض مستوى نظافة البيئة السياحية
٦	٦٧	ضعف تنظيم الأماكن السياحية
٥	٥٦	الافتقار على السياحة الدينية
٤	٤٥	ضعيفة بشكل عام
٥	٥٦	أسباب أخرى متنوعة
١٠٠	١١١٨	مجموع الاستجابات للسؤال

المصدر: من نتائج الدراسة الميدانية.





شكل (٥) : آراء عينة الدراسة عن أسباب عدم الرضا عن السياحة في المملكة العربية السعودية.  
المصدر: تنفيذ الباحثين اعتماداً على جدول (٢٢).

#### خامساً - اتجاهات خطط الدولة والمشروعات الرئيسية لتنمية السياحة الداخلية :

حققت المملكة العربية السعودية طوال العقود الماضية قفزات تنموية واسعة، تتابعت على امتداد الخطط الخمسية المتتالية منذ عام (١٣٩٠هـ/١٩٧٠م) واستقرت مع نهاية أعمال خطة التنمية التاسعة عام (١٤٣٦هـ/٢٠١٤م) على منجز تنموي كبير. بات من اللازم استثماره من خلال الدفع بخطة تنموية تستجيب لمتطلبات مرحلة مختلفة، وواقع أكثر طموحاً وتحديات. تتطلب خطة التنمية العاشرة الدفع بالتنمية والاقتصاد والمجتمع عموماً إلى آفاق أرحب تناسب ومكانة المملكة على كافة الأصعدة، ويؤمل أن يتحقق ذلك لمشينة الله من خلال ٢٤ هدفاً تنموياً تتصافر فيما بينها على امتداد خمس سنوات بغية الوصول إلى رؤية طموحة شاملة تتعكس على المملكة (موجز خطة التنمية العاشرة وأولوياتها، وزارة الاقتصاد والتخطيط، ص ٧).

ظهرت ملامح تنمية قطاع السياحة في المملكة العربية السعودية في خطة التنمية الخامسة الممتدة من عام (١٤١٠-١٤١٥هـ). ولا يعني ذلك عدم اهتمام المملكة بقطاع السياحة في خططها الأربع السابقة بل حرصت على تكوين الأركان الرئيسية للقطاع. بدأ اهتمامها بالفنادق والمطاعم كجزء يمثل الخدمات التجارية فحسب ما جاء في الخطة الثالثة أن أعداد الفنادق تزايدت من (١١٨) فندقاً إلى (٢٣٩) فندق مما أوجد انخفاضاً في معدلات الأشغال وبناء عليه تم إغلاق بعض الفنادق وتناقص الاهتمام بالاستثمار في الفنادق بشكل كبير وكإجراء اتخذته المملكة قلصت عدد التراخيص الخاصة بافتتاح فنادق جديدة فيما عدا المدن التي لا يتوفر بها أعداد كافية. في الخطة الرابعة

عملت المملكة على مراجعة الهيكل الموجود للتأكد من أن صناعة الفنادق والاستراحات تنمو وتتطور حسب احتياجات الاقتصاد، كما وصلت دعم برامج تدريب المواطنين السعوديين على إدارة الفنادق، وشجعت القطاع الخاص على إقامة الفنادق في المناطق التي لا تتوافر بها خدمات فندقية كافية، ورصدت لذلك ميزانية قدرها ١٢ مليون ريال سعودي.

ورد في خطة التنمية الخامسة ظهور مشكلة عدم وجود جهة إشرافية وجهاز إداري يتولى مسؤولية القطاع، لذلك استوجب الأمر دراسة جدوى إنشاء مجلس وطني للسياحة مخولاً بصلاحيات تنفيذية لجميع الخدمات السياحية، وبمسؤولية كاملة عن تنشيط السياحة وتطويرها على الصعيد الوطني. وتم ادراج تكاليف تدريب المواطنين لشغل الفرص الوظيفية في القطاع إلى قطاع التدريب متمثل في المؤسسة العامة للتعليم الفني والتدريب المهني (خطة التنمية الخامسة، ١٤١٠هـ، ص ٢٩٠). استمرت مشكلتي عدم وجود جهة رئيسية تقود القطاع وقلة نسبة السعودة في وظائفه في خطة التنمية السادسة، لكن الأمر الإيجابي هو المساهمة الفعالة لدور القطاع الخاص المتمثل في الشركة السعودية للفنادق والمناطق السياحية وعشرة شركات أخرى ساهموا بإنشاء فنادق وقرى سياحية وأندية رياضية ومعارض تجارية وبفضلهم شهدت المملكة النشاط الاستثماري الدؤوب في مجال الخدمات السياحية، كما شملت الخطة نهضة سياحية مثل إنشاء الواجهة البحرية في الخبر ومشروع السودة والحبلبة السياحي والعربات المعلقة وغيرها من مشاريع وحدت سكنية على شواطئ الخليج والبحر الأحمر (خطة التنمية السادسة، ١٤٢٠هـ، ص ٢٧٨).

في نهاية الخطة السادسة عقدت العديد من الندوات عن السياحة الوطنية شملت عدة مناطق الرياض عام ١٤١٥هـ، وفي أبها عام ١٤١٧م، وفي الدمام ١٤١٩هـ، كذلك في مكة وتبوك. كما تم تأسيس كلية الأمير سلطان الأهلية لعلوم السياحة والفندقة في أبها وتم إدخال العديد من برامج التدريب السياحي في الكليات والمعاهد ومؤسسات التعليم الفني. كما توقع انتهاء دراسة مشروع إنشاء هيئة علي تسمى (الهيئة العليا للسياحة) يكون غرضها الأساسي الاهتمام بالتخطيط للسياحة في المملكة وتنميتها وتطويرها وإبراز التراث العربي والإسلامي وتذليل معوقات نموه لكونه رافداً من روافد اقتصاد الوطن. تحسن القطاع بشكل لافت في خطة التنمية السابعة وأولت عناية خاصة لإيجاد قاعدة بيانات سياحية لاستكمال التطور السياحي مع تيسيرها للقروض للمشاريع السياحية وتنظيم مهرجان الجنادرية والمهرجانات الرياضية برعاية الرئاسة العامة للشباب (خطة التنمية السابعة، ١٤٢٠هـ، ص ٨-١٠).

صدر قرار مجلس الوزراء رقم (٩) وتاريخ ١٤٢١/١/١٢هـ (٢٠٠٠/٤/١٧م) الذي ينص على إنشاء الدولة لجهاز رسمي يعرف (الهيئة العليا للسياحة) للاهتمام بقطاع السياحة وشؤونه وفي وقت لاحق صدر قرار مجلس الوزراء رقم (٢/أ) وتاريخ ١٤٢٤/٢/٢٨هـ (٢٠٠٣/٤/٣٠م) بضم

قطاع الآثار والمتاحف إليها للمحافظة عليه وتنميته وتوسيع إقبال الزوار عليه العناية بالمتاحف. وكان هذا الانجاز من أكبر الانجازات في الخطة الثامنة. كما تم الانتهاء من العمل على مرحلتين من مراحل مشروع تطور السياحة مداها عشرون عاماً، وتأسيس مركز المعلومات السياحية (ماس) وتشغيله عام ١٤٢٢/١٤٢٣ هـ (٢٠٠٠م) وتدشين موقع إلكتروني له على الشبكة العنكبوتية (الإنترنت) ليصبح المرجع الأساس في توفير المعلومات السياحية بالمملكة، إضافة إلى بناء نظام المعلومات الجغرافية السياحية الإلكترونية. كذلك تم إعداد استراتيجية لتطوير قطاع الآثار والمتاحف والبدء بالمشروع الوطني لتطوير الحرف والصناعات التقليدية عام ١٤٢٥ هـ (٢٠٠٤م) بوصفه أحد الموارد المهمة لصناعة السياحة (خطة التنمية الثامنة، ١٤٣٠هـ، ص ص ٢٦٥-٢٦٦).

تبين من خلال تتبع الخطط السابقة خطوات إرساء قطاع السياحة وهيكلته بشكل منظم ومدروس وتدرجي، وكيف أن الهيئة شملت معظم الجوانب التطويرية واستمرت في الخطة التاسعة بالتوسعة في الفعاليات والأنشطة والمهرجانات الموسمية مثل؛ مهرجان الزهور ومهرجان بريدة للتمور والمناسبات الإعلامية، حيث التوعية بنشر الأدلة والكتيبات المصورة والحرائط والاهتمام بإحياء المناطق التاريخية في المدن مثل؛ جدة التاريخية وتطوير سوق الاجتماعات والمؤتمرات والمعارض. بالإضافة لمشاريع تطوير مثل العقير وجزر فرسان والمنتره الصحراوي في حائل (خطة التنمية التاسعة، ١٤٣٥هـ، ص ٢٤٠).

تميزت خطة التنمية العاشرة بأهداف وطموحات ذات سقف مرتفع تختلف عما قبلها من الخطط، بمجموعة من الأولويات الرئيسية التي تعمل عليها في كافة المجالات الحيوية بالمملكة. تتفرد الملكة برؤية خاصة في هذه الخطة في اهتمامها ومبادراتها في تحسين التنمية بشكل مجمل وتطوير القطاع السياحي بشكل أخص ليكون مصدر ثنائي لدخل الدولة، فبعد قطع المملكة الشوط الأكبر في تحقيق نمو متوازن في مجال السياحة على المستوى المحلي والعربي، اصرت على أن تكون في مصاف الدول السياحية جعلها تقفز بمبادرات عالمية أطلقها ولي العهد صاحب السمو الملكي الأمير الشاب الطموح (محمد بن سلمان آل سعود) ضمن رؤيته التحولية للملكة ٢٠٣٠، وأوكل مهامها إلى صندوق الاستثمارات العامة والتي منها أكبر مبادرتين سياحيتين هما مشروع القدية، ومشروع البحر الأحمر وكذلك انشاء شركة للاستثمار في الترفيه وكذلك تفعيل الجزر ودورها السياحي كجزر فرسان وغيرها.

يضاف إلى ما سبق؛ أصدرت الدولة خلال السنوات القليلة الماضية عدداً من القرارات المهمة الهادفة لدعم السياحة والتراث الوطني، تبلغ في مجملها (٢٨) قراراً مهماً، ويصب معظمها في تحفيز الاستثمارات السياحية، وزيادة وتنويع البرامج والفعاليات السياحية ورفع جودتها وتطوير قطاعات مقدمي الخدمات وتطوير قدراتهم، وإعادة هيكلة عدد من القطاعات ويؤكد تتابع صدور القرارات

حرصت الدولة على تعزيز دور السياحة في الاقتصاد الوطني، وتحويلها إلى قطاع اقتصادي منتج، يسهم في توفير فرص العمل والاستثمار للمواطنين. وقد أصدرت الدولة قراراً مهماً أقره مجلس الوزراء الموقر، في جلسته التي عقدها يوم (الاثنين) ١٢ ربيع الآخر ١٤٣٦ هـ الموافق ٢ فبراير ٢٠١٥ م، برئاسة خادم الحرمين الشريفين الملك سلمان بن عبد العزيز آل سعود حفظه الله بالموافقة على برنامج إقراض المشاريع السياحية والفندقية ليساهم خلال السنوات المقبلة في دعم إقامة المشاريع السياحية (الهيئة العامة للسياحة والآثار، ص ص ١٦-١٧).

وفي ٣٠ رجب ١٤٣٧ هـ الموافق ٧ مايو ٢٠١٦ م، صدر القرار السامي بتأسيس الهيئة العامة للترفيه، وهي إحدى المبادرات المنبثقة من رؤية المملكة العربية السعودية ٢٠٣٠، بهدف تطوير وتنظيم قطاع الترفيه ودعم البنية التحتية في المملكة، ولتقوم على تنظيم وتنمية قطاع الترفيه في الدولة وتوفير الخيارات والفرص الترفيهية لكافة شرائح المجتمع في كل مناطق المملكة، لإثراء الحياة ورسم البهجة، ولتقوم على تحفيز دور القطاع الخاص في بناء وتنمية نشاطات الترفيه وذلك بالتعاون مع مختلف الجهات الحكومية والقطاع الخاص، وفق إستراتيجيتها المعتمدة، الهادفة إلى المساهمة في تحسين جودة الحياة في مملكتنا الحبيبة.

وفيما يلي عرض للمشروعات الرئيسية لتنمية السياحة الداخلية بالمملكة العربية

السعودية :

#### ١. مبادرة مشروع القدية :

تحتل القدية موقعاً استراتيجياً في منطقة الرياض وتبلغ مساحتها (٣٣٤) كيلو متر مربع، وتقع على بعد (٤٠) كيلومتر جنوب غربي مدينة الرياض (شكل ٦). وتتمثل رؤية المشروع بأن يجعل القدية وجهة الترفيه في المملكة من منتزهات، حدائق وأنشطة مغامرات ومدينة رياضية ومجموعة من مراكز التسوق العالمية والمطاعم والمقاهي والفنادق العالمية. ويهدف إلى تغيير مفهوم الترفيه في المملكة ويطمح لتعزيز التنوع الاقتصادي واستقطاب الفرص الواعدة والاستفادة مما ينفقه السائح السعودي من أموال على السياحة في الوجهات الإقليمية والعالمية. ويتيح المشروع امتلاك المنازل ويوفر ٤ آلاف وحدة سكنية بحلول عام ٢٠٢٥ م وتزداد لتصل إلى ١١ ألف وحدة في عام ٢٠٣٠ م. ويتوقع أن يصل عدد زوار القدية بحلول عام ٢٠٣٠ م إلى (١٧) مليون زائر سنوياً لقطاع الترفيه و(١٢) مليون زائر لقطاع التسوق، ومليون زائر لقطاع الضيافة، كما يساهم المشروع بحدود (١٧) مليار ريال من الناتج المحلي بحلول ٢٠٣٠ م، ويوفر (٥٧) ألف وظيفة، ولصندوق الاستثمارات العامة دور أساسي في تأمين التمويل اللازم للمشروع (برنامج صندوق الاستثمارات العامة ٢٠١٨-٢٠٢٠، ص ٧٧).



شكل (٦) : المشروعات الرئيسة لتنمية السياحة الداخلية بالمملكة العربية السعودية.

المصدر: تنفيذ الباحثين اعتماداً على (Google Maps) باستخدام (GIS.10.2).

## ٢. مبادرة مشروع البحر الأحمر :

يقع مشروع البحر الأحمر على طول الساحل الشمالي الغربي للمملكة العربية السعودية، بين مدينتي أملج والوجه (شكل ٦)، بمساحة تبلغ (٣٤) ألف كيلومتر مربع وسيكون وجهة سياحية عالية الجودة، فريدة من نوعها تتألف من جزر طبيعية ومعالم ثقافية مميزة تضع المملكة على خارطة السياحة العالمية وتؤسس معايير جديدة للتنمية المستدامة. ويهدف المشروع إلى تنويع العروض السياحية في المملكة وتنشيطها على مدار العام، ويتوقع أن يصل عدد زائريه إلى مليون شخص سنوياً بحلول عام ٢٠٣٥م، ويوفر المشروع أكثر من (١٣٠) نشاطاً مقسمة إلى (٨) فئات هي الاسترخاء، والبيئة، والرياضة المائية والبرية، والترفيه، والثقافة، والتعليم، والصحة والاستجمام. مع كونه سوقاً للمعارض والمؤتمرات كما سيتمح المشروع شروطاً ميسرة للتأشيرات. ويتوقع أن ينطلق المشروع في الربع الثالث من العام (٢٠١٩م) وينتهي من المرحلة الأولى في الربع الأخير من عام (٢٠٢٢م)، إضافة إلى أنه من المتوقع أن يساهم المشروع بحوالي (١٥) مليار ريال سنوياً من إجمالي الناتج المحلي للمملكة وتوفير نحو (٣٥) ألف وظيفة بعد إطلاقه بالكامل (برنامج صندوق الاستثمارات العامة ٢٠١٨-٢٠٢٠، ص ٧٥).

نستطيع اعتبار المبادرتان السابقتان هي مصداق مقولة ولي العهد عند إطلاقه للرؤية "سنبدأ بتأسيس مناطق خاصة في مواقع منافسة وذات مقومات استثنائية. وسنعمد على المزايا التنافسية لكل منطقة للنظر في جدوى تأسيس مناطق خاصة لقطاعات واعدة، ومنها المناطق اللوجستية والسياحية والصناعية والمالية وغيرها من أولوياتنا وستتمتع هذه المناطق بأنظمة ولوائح تجارية خاصة وسيكون من شأن ذلك تعزيز الاستثمارات النوعية" (وثيقة رؤية المملكة ٢٠٣٠، ص ٤٩).

لا تقتصر أهداف السياحة في المملكة على الجانب الترفيهي مع أنه يشكل أحد الأهداف المهمة، وإنما يتجه مفهوم السياحة الحديث الذي ترعاه الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني وتقوده الدولة إلى أن للسياحة جانب تراثي، يبرز فيه التراث الوطني المتنوع الروافد الذي يعبر عن العمق التاريخي والحضاري للمملكة، التي كانت ممراً مشرعاً لقوافل التجارة العالمية ورحلات الحج والعمرة، مما سهل مرور الثقافات والحضارات المختلفة عليها واستوطنت ونقلت إليها. لذلك تعمل الهيئة على إبراز هذا الجانب بما تشمله المملكة من مواقع أثرية وتراثية تعزز البعد الحضاري والتاريخي (الهيئة العامة للسياحة والآثار، ص ٨).

هذا ومع كل العرض السابق لتطور القطاع السياحي خلال خطط التنمية فإنه وما زال هناك الكثير من خطوات التقدم التي تعمل عليها الهيئة العامة للسياحة والآثار بدعم الحكومة ومشاركة القطاع الخاص لتصل المملكة لمصاف الدول السياحية العالمية.

### سادساً - النتائج والتوصيات :

جاءت هذه الدراسة تزامناً مع انطلاق رؤية المملكة العربية السعودية ٢٠٣٠ للتنمية المستدامة، وارتباطاً بوثيقة برنامج جودة الحياة ٢٠٢٠، ومساهمة من الباحثين في إلقاء الضوء على تحليل وتفسير اتجاهات السعوديين نحو السياحة الخارجية لإمارة دبي. وقد توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج، وحددت بعض المشكلات، واقترحت عدد من التوصيات لعلاجها، ويمكن إيجازها في المحاور التالية:

#### (١) النتائج :

- اتضح من تحليل آراء عينة الدراسة أن الفئة الأكثر بين أفراد عينة الدراسة ترى أن أنشطة السياحة والترويج من بين الأنشطة الضرورية التي تمارسها في وقت فراغها وهو ما يعكس أهمية النشاط السياحي للمجتمع السعودي.
- تبين أن معظم أفراد عينة الدراسة تقوم بالسفر خارج المملكة بقصد السياحة والترويج مرة واحدة على الأقل في العام.

- أظهرت نتائج الدراسة الميدانية أن السياحة لدول شرق البحر المتوسط هي أكثر الوجهات السياحية خارج المملكة العربية السعودية لأفراد عينة الدراسة (بنسبة ٢٨,٣% من إجمالي العينة)، وجاءت سياحة دول الخليج (دبي) في المرتبة الثانية (بنسبة ٢٥,٩%)، ثم السياحة الأوروبية، تليها السياحة في دول شرق آسيا ١٤,١%.
- أكدت نتيجة استطلاع آراء العينة حول طريقة التعرف على إمكانات السياحة في دبي، على أن معظم أفراد عينة الدراسة قد عرفوها من أشخاص زاروها من قبل أو من خلال إعلانات إذاعة وتلفزيون وصحف وانترنت.
- تبين أن معظم أفراد عينة الدراسة بعدد (١١٥٦) من أصل (١٣٠٠) قاموا بالسفر إلى دبي (من مرة إلى ١٠ مرات) وهو ما يوازي نسبة ٨٨,٩% من إجمالي عينة الدراسة، وهو ما يعكس تفضيل السائح السعودي لإمارة دبي.
- أظهرت النتائج أن أكثر الجهات خيارًا للسياحة هي دول قارة أوروبا وجاءت دول الخليج العربي في المرتبة الثانية، ثم دول جنوب شرق آسيا، بينما جاءت تركيا ومصر في المكانة الرابعة والخامسة وبنسبة ٥,٩% و ٤,٥% على نفس الترتيب.
- اتضح من نتائج استطلاع آراء عينة الدراسة أن المجمعات التجارية، و المدن الترفيهية هي في مقدمة الأماكن المفضلة للزيارة في دبي.
- أكد نحو ١٢,٦% من إجمالي العينة على أن (قرب المسافة) بين مقر إقامة السائح السعودي ودبي هو السبب الأول في اختيارها كوجه للسياحة. ويُعد ملائمة دبي كوجه سياحية لجميع أفراد الأسرة السبب الرئيس الثاني بنسبة ١٢,١%، بينما جاء توافر الخدمات وتنوع البرامج السياحية المقدمة في المرتبة الثالثة والرابعة نفس الترتيب. وأكد نحو ما يوازي ٩١,٤% من إجمالي العينة على أن قرب موقع دبي من المملكة العربية السعودية له أثر في زيادة إقبال السياح السعوديين على زيارتها. بينما أكد ما يزيد على ٧٠% من حجم العينة على عدم تأثير عامل المناخ في اختيار مدينة دبي كوجه سياحة، وبالرغم من ذلك فإن نحو ثلث العينة يفضلوا السفر إلى دبي في إجازة الربيع.
- تبين أن أكثر من ثلثي حجم عينة الدراسة يسافرون إلى دبي عن طريق الطيران، أما الثلث الأخير فيفضلون السفر إلى دبي بسيارات خاصة أو باستخدام النقل العام البري، وتجدر الإشارة إلى أن معظم هذه الفئة من قاطني المنطقة الشرقية والوسطى (الرياض).
- أكد نحو ثلثي حجم العينة على تفضيل القرى السياحية (منتجع أو شاليه) والشقق المفروشة كمقر للإقامة، وهو ما يعكس خصائص السائح السعودي الذي يفضل قسط من الخصوصية له ولأسرته خلال إقامته خارج مقر سكنه.

- اتضح من الدراسة الميدانية أن معدل إقامة الفئة الأكثر بين أفراد عينة الدراسة في دبي يتراوح بين ٥ إلى ١٠ أيام وبنسبة ٤٧,٧٪، بينما شكل الذين يقيمون في دبي بمعدل أكثر من ١٠ أيام نسبة ٧,٤٪ من إجمالي العينة.
- أظهرت الدراسة الميدانية أن أكثر من نصف حجم العينة ينفقون ما يزيد على عشرة الآلاف ريالاً أثناء فترة إقامتهم بدبي، ويرتبط تزايد الإنفاق بشكل أساسي بتزايد فترة الإقامة ونمط مكان الإقامة. كما تبين أن أعلى متوسط للإنفاق كان على التسوق والسكن.
- تبين من الدراسة الميدانية ارتفاع مستوى رضا عينة الدراسة عن الخدمات كافة بمدينة دبي بمتوسط عام بلغ ٧٥,٨٪، كما تبين من تحليل آراء عينة الدراسة عن سلوك السكان المحليين نحوهم أثناء فترة السياحة تبين انه في معظمه يتراوح بين جيد وممتاز، هو ما يعكس بصورة أخرى أسباب تفضيل مدينة دبي عن غيرها كوجه خارجية للسائح السعودي.
- أظهرت نتائج الدراسة الميدانية أن ما يشكل نحو ٥٩,٥٪ من أفراد عينة الدراسة يرون أن الخدمات السياحية المقدمة في المملكة غير مناسبة مع إمكانيات السائح المالية.
- أمكن حصر أهم الأسباب التي تجعل السائح السعودي يتجه إلى السياحة الخارجية كبديل عن السياحة في وطنه في الآتي: انخفاض مستوى الخدمات، وعدم توفر أماكن مناسبة لسياحة للشباب والأسرة، وعدم توافر البرامج السياحية "مهرجانات وفعاليات"، بالإضافة إلى ارتفاع تكاليف السياحة في المملكة. وهو ما يؤكد عدم رضا غالبية أفراد الدراسة عن مستوى السياحة في المملكة العربية السعودية مقارنةً بغيرها.

## (٢) التوصيات :

- وبناءً على ما سبق عرضه يمكن تحديد أولويات تحسين السياحة الداخلية في المملكة العربية السعودية في النقاط الآتية:
- ١- ضرورة الاهتمام بالترفيه والفعاليات والمهرجانات والسينما على مستوى مدن المملكة كافة، بما يتوافق مع عادات وتقاليد المجتمع السعودي، والتزاماً بمبادئ الدين الإسلامي وتعاليمه، وذلك تحقيقاً لرؤية المملكة ٢٠٣٠، من أجل سياحة مستدامة ويهدف تحسن جودة الحياة للمواطن السعودي والمقيم.
  - ٢- ضرورة العمل على إصدار التشريعات والقوانين الملائمة والتي من شأنها تيسر حركة السياحة لتعزيز موقع المملكة على خريطة العالم السياحية.
  - ٣- التنمية المستدامة لقطاع السياحة وزيادة معدلات تطوير المناطق والمزارات السياحية، والتركيز على إقامة مدن ترفيهية تستوعب حركة السياحة، مع مراعاة مبادئ الاستدامة عند التخطيط لتلك المدن، وتشجيع التنمية التي تعني بالأنشطة السياحية والترفيهية.



- ٤- ضرورة العمل على خفض الأسعار ومراقبتها، وبخاصة فيما يتعلق بالإقامة في الفنادق والشقق المفروشة بالمناطق السياحية.
- ٥- ضرورة الاهتمام بالبنية الأساسية لصناعة السياحة؛ بتطبيق معايير الجودة والمحافظة على نظافة البيئة بالمنتزهات والحدائق العامة والمزارع والمناطق السياحية، وحث الزائرين على ذلك، من أجل تحسن جودة الحياة في المدن السعودية.
- ٦- تعزيز دور الإعلام الوطني في تحقيق تنمية سياحية مستدامة، والنظر إلى المستقبل والاستفادة القصوى من كافة الإمكانيات السياحية المعطلة، ومواجهة التحديات والمعوقات التي تعطل الاستغلال الأمثل للسياحة، وتوجيه برامج إعلامية خاصة بالمعالم السياحية الداخلية.
- ٧- عمل دراسات شاملة واستطلاعات للرأي للوقوف على أسباب العزوف عن السياحة الداخلية.

كما توصي الدراسة بعقد شراكات بين الجهات المعنية وأقسام الجغرافيا بالمملكة لتقديم الاستشارات والدراسات العلمية الموجهة لكل من القطاع السياحي والترفيهي. وتشجيع الباحثين والمهتمين من أعضاء هيئة التدريس نحو دراسات السياحة والترفيه، على مستوى مدن المملكة حتى تتوافر المؤشرات لصانعي القرار التي يمكن الاستفادة منها في الارتقاء بجودة القطاع السياحي والترفيهي بالمدن السعودية.

ومما لاشك فيه أنه بعد تأسيس الهيئة العامة للترفيه (مايو ٢٠١٦م)، وزيادة فعاليتها سيكون له بالغ الأثر في جذب نسبة كبيرة من السياحة الخارجية ومن ثم يتزايد التوجه نحو السياحة الداخلية وهو ما تسعى إليه خطط الدولة لتنمية السياحة الوطنية. لذا نأمل إعداد دراسة مقارنة عن اتجاهات السياحة الداخلية قبل وبعد إنشاء هيئة الترفيه.

## المصادر والمراجع

## أولاً : المصادر والمراجع العربية.

١. الأحيديب، إبراهيم سليمان، (٢٠٠٤م). السياحة والتنزه البيئي في المملكة العربية السعودية، ط١، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض.
٢. التركستاني، حبيب، (١٩٩٨م). اتجاهات سلوك السائح السعودي نحو السياحة الداخلية، مجلة دراسات الخليج والجزيرة العربية، العدد ٩١، المجلد ٢٣، ١٩٩٨م.
٣. الجاسر، لميعة، (٢٠٠٠م). السياحة والتنزه في حاضرة الدمام - دراسة جغرافية لواقع النشاط السياحي ولخصائص السياح وسلوكياتهم -، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم الجغرافيا، كلية الآداب.
٤. الجهني، منى سعيد، (٢٠٠٦م). العوامل الاجتماعية المؤثرة في اتجاه الأسرة السعودية نحو السياحة الداخلية في المملكة العربية السعودية - دراسة تطبيقية على مدينة جدة -، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم علم الاجتماع، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، جامعة الملك عبد العزيز، جدة.
٥. الحجي، عبد المحسن، (٢٠٠٠م). التنظيم الإقليمي لقاعدة التخطيط السياحي في المملكة العربية السعودية، دورية العقيق، العددان ٣١، ٣٢، المجلد ١٦، جمادى الثاني ١٤٢١هـ.
٦. الدغيشم، محمد، (٢٠١٣م). اتجاهات الشباب في المملكة العربية السعودية نحو الوجهات السياحية الداخلية والخارجية، الجمعية السعودية للدراسات الأثرية، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض.
٧. الرمضان، سعيد، (٢٠١١م). الإعلام السعودي وتأثيره على السياحة الداخلية، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الإعلام والاتصال، كلية الآداب والتربية، الأكاديمية العربية المفتوحة في الدنمرك.
٨. الزهراني، جمعان، (٢٠٠٥م). تنمية السياحة في محافظة حقل في المملكة العربية السعودية، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الجغرافيا، كلية الدراسات العليا، الجامعة الأردنية، د ن.
٩. الزوكة، محمد خميس، (٢٠٠٦م). صناعة السياحة من المنظور الجغرافي، ط١، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، الطبعة الأولى.
١٠. الشمري، بشير، (٢٠٠٨م). التنزه والسياحة البرية عند سكان مدينة حائل دراسة في جغرافية السياحة والترفيه، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الجغرافيا، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة الإمام محمد بن سعود، الرياض.
١١. الشمري، بشير، (٢٠٠٨م). التنزه والسياحة البرية عند سكان مدينة حائل دراسة في جغرافية السياحة والترفيه، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الجغرافيا، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة الإمام محمد بن سعود، الرياض.

١٢. الشيخ، آمال يحيى، (٢٠١٢م). إدارة التدهور البيئي لساحل جدة باستخدام الاستشعار عن بعد ونظم المعلومات الجغرافية - إستراتيجية مقترحة للتنمية السياحية المستدامة -، المجلة الأردنية للعلوم الاجتماعية، العدد الثالث، المجلد الخامس.
١٣. العريشي، حياة، (٢٠٠٧م). السياحة في منطقة جازان: مقوماتها وسبل تنميتها، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الجغرافيا، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، جامعة الملك عبد العزيز، جدة.
١٤. الغامدي، عبد الرحيم علي، (١٩٩٦م). دوافع واتجاهات السائحين نحو خدمات السياحة الداخلية في المملكة العربية، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم التسويق، كلية الاقتصاد والإدارة، جامعة الملك عبد العزيز، السعودية.
١٥. القاضي، سعد، (٢٠٠٤م). الرؤية المستقبلية لنظم ضمان الجودة في السياحة في المملكة العربية السعودية، ورقة عمل مقدمة من الهيئة العليا للسياحة إلى ملتقى الجودة الأول بمنطقة عسير، الهيئة العليا للسياحة، أبها.
١٦. الهيئة العامة للسياحة والآثار، (مركز ماس)، الإحصاءات السياحية (سنوات متعددة)، مكتبة الملك فهد الوطنية.
١٧. الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني (٢٠١٥)، ملخص إحصائي للحركة السياحية بين المملكة والإمارات العربية المتحدة ٢٠١٢-٢٠١٣ بمناسبة الاجتماع الثامن عشر للمجلس الوزاري العربي للسياحة.
١٨. الهيئة العامة للمساحة، (٢٠١٣م). خريطة المملكة العربية السعودية (المناطق الإدارية)، الرياض.
١٩. الهيئة العليا للسياحة، (٢٠١٢). مشروع تنمية السياحة الوطنية للمملكة العربية السعودية (١٤٢٢-١٤٤١هـ)، الهيئة العليا للسياحة.
٢٠. أبو عراد، صالح، (١٤٢٩هـ). السياحة الداخلية في المملكة العربية السعودية (واقعها، أبعادها التربوية الرئيسية، ودور بعض المؤسسات التربوية في تنمية الوعي السياحي)، ملتقى تبوك الثقافي الأول تحت عنوان الثقافة والتنمية النادي الأدبي بتبوك - السعودية، تبوك، السعودية، اللجنة العلمية للملتقى، النادي الأدبي، تبوك.
٢١. أحمد، محمد إبراهيم (٢٠١٤). الإحصاء والأساليب الكمية في العلوم الإنسانية. دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية.
٢٢. بلدية دبي، بدون تاريخ، دبي بين الماضي والحاضر، بلدية دبي.
٢٣. بلدية دبي، ١٩٩٩م، مدينة دبي تستقبل القرن الحادي والعشرين، بلدية دبي.
٢٤. صندوق الاستثمارات العامة، (٢٠١٧م)، برنامج صندوق الاستثمارات العامة، الإصدار الأول - عام ٢٠١٧م.

٢٥. عبد الحكيم، محمد، والديب، حمدي، (٢٠١٢م). جغرافية السياحة، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة.
٢٦. مصلحة الإحصاءات العامة والمعلومات، (٢٠١٨م). الكتاب الإحصائي السنوي، الرياض.
٢٧. وثيقة رؤية المملكة العربية السعودية للتنمية المستدامة ٢٠٣٠.
٢٨. وزارة الاقتصاد والتخطيط، (٢٠١٦م). منجزات خطط التنمية، الرياض.
٢٩. وزارة الاقتصاد والتخطيط، (سنوات متعددة). خطط التنمية من الأولى إلى العاشرة، الرياض.

#### ثانياً : المراجع غير العربية.

1. Ramesh, M. (2012). Impact of Dubai tourism on UAE economy and the neighboring Gulf states, Lambert, U.S.A.
2. Saudi commission for Tourism and Antiquities, Main Tourism Indicators (2004-2007), (2008).
3. Sharpley, R. (2009), Tourism Development and the Environment Beyond Sustainability, earth scan, UK, London.
4. World Travel & Tourism Council, Above and below: what will tourism look like in 2024? The travel industry is constantly in a state of flux.

#### ثالثاً : المواقع الإلكترونية.

١. البنك الدولي (<https://www.albankaldawl.org>).
٢. الجمعية الجغرافية السعودية (<http://www.saudigs.org>).
٣. الجمعية الجغرافية الكويتية (<http://www.kwtgs.org>).
٤. الجمعية الجغرافية بمعهد الجغرافيين البريطانيين (<http://www.rgs.org>).
٥. برنامج الأمم المتحدة الإنمائي (<http://hdr.undp.org/en>).
٦. صندوق الاستثمارات العامة السعودية (<http://www.pif.gov.sa/en/Pages/default.aspx>).
٧. مركز المعلومات والأبحاث السياحية السعودية (<http://www.mas.gov.sa>).
٨. منظمة اليونسكو (<http://www.data.uis.unesco.org>).
٩. مواقع الهيئات والمنظمات والمؤسسات الدولية، الأمم المتحدة (<http://www.un.org>).
١٠. مؤسسة النقد السعودي أغسطس عام ٢٠١٨م (<http://www.sama.gov.sa>).
١١. وثيقة رؤية المملكة العربية السعودية (<http://vision 2030.gov.sa>).

## **Saudi Attitudes Towards The Foreign Tourism To The Emirate Of Dubai “An Applied Study in The Geography of Tourism”**

### **ABSTRACT**

Tourism as industry became an important economy resource which countries with tourism potentials gets benefits of and that made the new studies focus on this industry and study. The variables that relate to it such as tourists, tourism cities, and the attractant tourism potentials and this study addresses one of those variables which is how Saudi tourists trend to travel to outside the country instead of inside especially travelling to Dubai whereas the study focus on reconnaissance tourists bearings out of questionnaire distributed on the tourists to know their social characteristics and their age groups and the reasons they travel outside the country for tourism and this study aims to know the foreign tourism patterns for the Saudi tourists and highlight the foreign tourism movements and also aims to shed the light on how it effects the economic and identify why Saudis does not prefer domestic tourism and the reasons Saudis especially likes Dubai.

This study looks to make the tourism exemplar in Saudi Arabia. This study uses the modern methods, statistical methods and Geographic Information System (GIS) program in making tables, maps and graphs. This study help in increasing the Saudi tourist's awareness towards the domestic tourism and being a factor in its growth. The study reached a number of conclusions and recommendations mentioned in the conclusion.