

اتجاهات سلوك السائح السعودي نحو السياحة الداخلية

د. حبيب الله محمد رحيم التركستاني*

المقدمة:

ساهم الارتفاع في مستوى دخل الأسرة والفرد بالإضافة إلى التطور في وسائل النقل والمواصلات بين المدن والقرى إلى زيادة الطلب على خدمات السياحة . وأدى ذلك تباعاً إلى ظهور بعض التطورات في المفاهيم السياحية حتى أصبحت السياحة من إحدى الأدوات التي تحقق الانتعاش الاقتصادي وتساعد الدول في الخروج من أزماتها الاقتصادية التي قد تعترض برامج التنمية وذلك من منطلق أن السياحة أحد مصادر الدخل القومي وأحد الموارد المالية الهامة للدولة حيث يساهم الإنفاق الداخلي على زيادة الانتعاش وسرعة تدوير رؤوس الأموال وتشغيل المشاريع الداخلية التجارية بالإضافة إلى توظيف العمالة الوطنية ، كما يؤدي الاهتمام بالسياحة الداخلية إلى الحد من تدفق رؤوس الأموال إلى الخارج وتوظيف تلك الأموال وتشغيلها بالداخل مما يحقق الفوائد الاقتصادية والاجتماعية والصحية . وقد ساهمت المملكة العربية السعودية في تشجيع السياحة الداخلية عن طريق تقديم التسهيلات الضرورية لرجال الأعمال مثل توفير المواقع السياحية والاستراتيجية بأجور رمزية لتشجيعهم على القيام بإنشاء المشاريع الترفيهية عليها وتوفير البنية الأساسية في المناطق السياحية مثل بناء المطارات وتعميد الطرق وشق الأنفاق وتوفير الخدمات الضرورية مثل الكهرباء والاتصالات إلى جانب الاهتمام بالمنشآت الترفيهية مثل المرافق الرياضية وبيوت الشباب والحدائق العامة بالإضافة إلى الاهتمام بالآثار التاريخية وتنشيط الملتقيات الفكرية والثقافية والتراثية التي تعمل على جذب السواح من الداخل ومن الدول المجاورة . وقد لوحظ في الآونة الأخيرة زيادة الإقبال على السياحة الداخلية من قبل الأسر السعودية مما ساهم في ارتفاع عدد المصطافين السعوديين في المناطق السياحية الداخلية وترتب على ذلك ظهور نوع من الاختلاف في سلوك السائحين نحو السياحة الداخلية حيث يرى

* استاذ إدارة الأعمال والتسويق الدولي المشارك - كلية الاقتصاد والإدارة - قسم إدارة الأعمال - جامعة الملك عبدالعزيز .

البعض أن الخدمات السياحية الموجودة الحالية لا تتماشى ومتطلبات السائح المحلي وغير قادرة على المنافسة الخارجية ، ويرى البعض الآخر وجود قصور في بعض الخدمات التي تقدم للسائح المحلي والمرتبطة بنوعية الخدمة وأسعارها . وهذه الدراسة محاولة لاختبار اتجاهات سلوك المستهلك السعودي نحو السياحة الداخلية ومحاولة للقيام باختبار العوامل المؤثرة في قرار السائح المحلي التي تدفعه للقيام بالسياحة بدلا من السفر إلى الخارج ، بالإضافة إلى معرفة موقف رجال الأعمال من السياحة المحلية ومدى استعدادهم للمساهمة في تطوير السياحة الداخلية وإقامة المشاريع السياحية المختلفة والاستفادة من الفرص الاستثمارية المتاحة .

الفصل الأول: الإطار النظري للدراسة

أصبحت السياحة صناعة لها قواعدها الخاصة في الدول المتقدمة حيث بدأت الجامعات والمعاهد العلمية المتخصصة منح الدرجات العلمية في مجال السياحة وفي حقل تسويق الخدمات السياحية وذلك بنفس الكيفية التي تمنح بها الدرجات العلمية المختلفة في شتى العلوم الأخرى ، وأصبح للسياحة أكثر من مفهوم حيث ينظر البعض إلى السياحة من المنظور الاجتماعي والبعض من المنظور الثقافي بالإضافة إلى أن البعض الآخر ينظر إلى السياحة من المنظور الاقتصادي والصناعي . ويرى أصحاب النظرة الاقتصادية أن السياحة عبارة عن مجموعة الظواهر ذات الطبيعة الاقتصادية التي تترتب على وصول السائحين إلى منطقة أو دولة معينة وإقامتهم فيها ورحيلهم عنها . كما ينظر البعض إلى السياحة على أنها الصناعة التي تشكل جزءا من الاقتصاد الوطني والذي يعنى باستضافة المسافرين الذين يزورون أماكن خارج المكان الذي يقيمون أو يعملون فيه . وقد ورد تعريف السياحة من الناحية الاجتماعية حسب ما تراه الأكاديمية الدولية بأنها «مجموعة من التنقلات البشرية والأنشطة المترتبة عليها والناجمة من ابتعاد الإنسان عن موطنه تحقيقا لرغبة الانطلاق والتغيير»^(١) . وعموما يمكن اعتبار السياحة أنها عملية الانتقال المؤقت للأفراد خلال أوقات الاجازات السنوية بهدف تغيير نمط العيش وتعظيم المنافع الناجمة عن القيام بمجموعة من الأنشطة . وبدون شك يتخلل نشاط السياحة السفر والإقامة ومقابلة الآخرين وزيارة الأماكن الترفيهية والأثرية والتاريخية والتعرف على العادات والتقاليد للمجتمعات المختلفة .

١ - صبري عبد السمیع حسین (١٩٩٢) ، أصول التسويق السياحي ، القاهرة ، مطبعة الطويخي ، ص ٢٢٠ .

١.١- أهمية السياحة:

لقد تميز العصر الحديث بالاهتمام المتزايد بالسياحة حيث أصبحت السياحة مطلباً وحققاً مكتسباً وحاجة اجتماعية حيوية للإنسان فهي صناعة بضاعتها الخدمات الفندقية والترفيهية والثقافية والفكرية وأسواقها الناس الذين يمثلون الأسرة المكونة من الوالدين والأبناء ، وتأتي أهمية السياحة من منطلق أنها من الأنشطة التي تساهم في تحقيق أهداف علمية اجتماعية وثقافية وإعلامية فهي تتيح فرصة التعرف على الفنون وتقوية أو أصر الصداقة وتكوين علاقات دولية ، وأما جانبها الإعلامي فيتركز في التعريف بقضايا البلد بكل الوسائل والأساليب من واقع التجربة المباشرة في مواقف الإقناع والتأثيرات المباشرة وغير المباشرة^(٢) . وعموماً فإن أهمية السياحة الداخلية يمكن أن ينظر إليها من عدة مستويات حيث إنها تشكل أهمية للفرد والمجتمع بالإضافة إلى المستوى الاقتصادي ، وأما على مستوى الأفراد فإن السياحة تساعد الفرد على الابتعاد عن ضغوط العمل وتغيير نمط الحياة وتوسيع آفاق وإدراك الشخص والتعرف على ثقافات وحضارات وتقاليد جديدة ، وأما على مستوى المجتمع فالسياحة تؤدي إلى زيادة إنتاجية الأفراد وزيادة ترابط العلاقات الاجتماعية وزيادة الوعي الثقافي والاجتماعي وأما الأهمية الاقتصادية فتتمثل في تحقيق أقصى درجة ممكنة من التشغيل للمواد في الدولة وتوزيع نتائج عمليات التنمية على رقعة أكبر من البلد ودفع عجلة التنمية في الأقاليم المختلفة وزيادة الفرص الاستثمارية المتاحة أمام القطاع الخارجي وزيادة القيمة المضافة والناتج الوطني نتيجة زيادة فرص العمل بالإضافة إلى تكوين علاقات عمل جديدة .

١.٢- أنواع الأنشطة السياحية:

هناك العديد من أنواع النشاطات السياحية والتي يمارسها الأفراد في المجتمع ويمكن تقسيم الأنشطة السياحية إلى عدة أنواع حيث تمثل هذه الأنواع الأسباب والبواعث التي تدفع السائح إلى ممارسة أنشطته السياحية والتي تنبثق عن رغبات ومواقف متعددة وهي على النحو التالي :

١ - ٢ - ١ - السياحة الدينية :

ويقصد بالسياحة الدينية قيام البعض بزيارة المناطق الدينية مثل مكة المكرمة والمدينة المنورة بالإضافة إلى شد الرحال إلى الحج في نهاية كل عام هجري ، ولا تقتصر السياحة الدينية على

٢ - عبدالرحمن أبو رياح (١٩٨٧) ، السياحة العربية سياسة واستراتيجية ، القاهرة : مطابع الدستور التجارية ، ص ٣٧ .

الأفراد بالداخل ولكن تشمل المسلمين في البلاد الإسلامية وغير الإسلامية والذين يقصدون السياحة الدينية كل عام ، وتمتلك المملكة مقومات السياحة الدينية بحكم وجود الحرمين الشريفين فيها حيث يقصدهما الألوف من الحجاج والمعتمرين في كل عام (٣) .

١- ٢- ٢- السياحة الثقافية :

ويقصد بذلك القيام بالسفر بهدف التعرف على الآثار التاريخية والعادات والتقاليد التي تمارسها بعض المجتمعات كما يدخل في هذا المفهوم المشاركة في المؤتمرات والندوات الثقافية ، وقد تشمل السياحة الثقافية الرحلات التي تستهدف الاشتراك في المناسبات الفنية كالمهرجانات والرحلات لأسباب ثقافية أو دينية مختلفة .

١- ٢- ٣- السياحة الترفيهية :

ويقصد بها قيام الأفراد أو الأسر بالسفر إلى مدينة أخرى غير مدينتهم طلبا للاستجمام والراحة وقد يكون هذا السفر إلى خارج الوطن أو داخل الوطن ويتطلب في هذا النوع من السياحة الترفيهية توافر الخدمات التي تجذب الأسر وتدفعهم للقيام بممارسة هذا النوع من السياحة وتتسابق الدول التي تقع في مناطق معتدلة المناخ والتي تشرف على المناطق الجذابة في توفير سبل الراحة وتوفير الخدمات المناسبة لقاصدي هذا النوع من السياحة الترفيهية .

١- ٢- ٤- السياحة العلاجية :

وهي السفر إلى مناطق معروفة باستعدادها وخدماتها الطبية المتميزة ودور العلاج لأنواع من الأمراض ، وقد ينتقل الأفراد إلى بعض المناطق التي تتوفر فيها المستشفيات المتخصصة لعلاج بعض الأمراض بشرط أن تتميز تلك المستشفيات بموقعها المتميز والذي يمكن أن يكون في منطقة معتدلة المناخ وتوافر فيها الطبيعة الخلابة بالإضافة إلى الشهرة الطبية ، وعموما فإن حديثنا عن السياحة في هذه الدراسة سوف يتركز حول السياحة الترفيهية والتي عادة ما يمارسها قطاع كبير من المجتمع خاصة في الإجازات الصيفية وإجازة العمل مع التركيز على السياحة الداخلية .

٣.١- السياحة الداخلية:

لم تعد السياحة الداخلية عملا موسميا فقط ولكن أصبح واقعا وطنيا يستلزم قيام جميع الجهات المسؤولة بالتخطيط لتطويره وتنميته ، كما يبرز دور المواطن في مساندة تلك الجهات

٣ - إبراهيم محمد أفندي (١٩٩٦) ، «تكامل السياحة بين العمرة والقطاعات الأخرى» ، ورقة مقدمة إلى ندوة مقومات التنمية الاقتصادية بمنطقة مكة المكرمة في الفترة ٢٩ - ٣٠ شوال (١٤١٦) ، ص ص ٨١ .

لتطوير وتنمية السياحة الداخلية من خلال التفاعل مع برامجها والمساهمة في إقامة المشاريع السياحية التي تخدم السياحة . ويمكن تعريف السياحة الداخلية بأنها : «عملية انتقال المواطن من مكان إلى آخر انتقالاتاً مؤقتة بهدف الاستجمام والراحة» (٤) . وتطور هذا المفهوم لكي تشمل السياحة الأنشطة الأخرى مثل السياحة بهدف العلاج أو زيارة الأصدقاء أو حضور المؤتمرات . ولاشك أن السياحة الداخلية تتيح الفرصة إلى المواطنين للتعرف على بلادهم وجمالها والاستمتاع بخصائصها وتعريفهم بتراتها الحضارية . وللسياحة عدة فوائد ومنافع منها اجتماعية وثقافية واقتصادية وعلى سبيل المثال فمن المنافع الاجتماعية تساهم السياحة الداخلية في التخفيف من الشعور بالغربة والاعتراب والبعد عن الوطن خاصة بالنسبة للأشخاص الذين لم يعتادوا السفر كما أنها تجنب السائح التعرض إلى المضايقات والحوادث عند الابتعاد عن الوطن . وأما ثقافياً فإن السياحة الداخلية تساهم في تعريف المواطن ببلاده في كافة مناطقها وعلى تاريخها من خلال المآثر التاريخية التي تشهد بحضارة البلاد بالإضافة إلى تكوين شخصية الفرد حتى يكون فرداً صالحاً . وأما اقتصادياً فإن السياحة الداخلية تمنع تسرب العملات أو النقد إلى الخارج وتعمل على تنشيط قطاعات صناعية أخرى بالإضافة إلى تنشيط المرافق الخدمية مثل الفنادق والمطابخ والاستراحات ، وإجمالاً فإن المنافع الاقتصادية تنشيط قطاعات صناعية قادرة على خدمة البلاد بكفاءة واقتدار مثل إقامة صناعات تقليدية خفيفة والاهتمام بالمنتجات الزراعية وتسويقها .

وعموماً فإنه وعلى الرغم من توفر مزايا عديدة للسياحة الداخلية والعديد من مقومات السياحة الداخلية في المملكة العربية السعودية إلا أن ذلك لا يخلو من وجود العديد من المعوقات التي تعوق تطور نمو السياحة الداخلية . ويمكن لنا أن نذكر بعضاً من هذه المعوقات بهدف اختبارها ميدانياً لدراسة مدى قدرتها في التأثير على قرار السائح المحلي في التعامل مع السياحة المحلية ومن هذه المعوقات :

١- عدم توفر عناصر الجذب السياحي بصورة متكاملة بحيث يساهم في جذب السائح المحلي الذي تعود على مستوى معين من الخدمة السياحية في الخارج حيث لا تتوفر في الداخل مناطق متكاملة تتوفر فيها خدمة السياحة بمفهومها الشامل .

٢- القصور الإعلامي في إظهار مقومات السياحة في المناطق الداخلية وإقناع السائح بأهمية

٤- عبدالعزيز عبدالله كامل ، (١٩٩٦) ، «جدوى حسن استغلال الإمكانيات الطبيعية في السياحة في منطقة مكة المكرمة» ، ورقة مقدمة إلى ندوة مقومات التنمية الاقتصادية بمنطقة مكة المكرمة في الفترة ٢٩ - ٣٠ شوال (١٤١٦) ، ص ١ - ١٠ .

السياحة المحلية لقضاء بعض الوقت ويدخل في هذا الإطار المطبوعات الإعلامية والإعلانات التجارية والندوات السياحية والمؤتمرات وغيرها من الأنشطة الإعلامية .

٣- القصور في النظرة الاقتصادية «لصناعة السياحة الداخلية» وضعف التخطيط السياحي للاستفادة من الفرص المتاحة أمام المستثمرين من رجال الأعمال في تنمية النشاط السياحي عن طريق توفير مقومات السياحة . وقد أدى هذا الأمر إلى تشتت وضباع الجهود من ناحية وزيادة تكاليف المرافق السياحة المتاحة من ناحية أخرى الأمر الذي أدى إلى اقتصار معظم المرافق السياحية على شريحة معينة من المجتمع .

٤.١- تسويق السياحة الداخلية:

يتطلب تسويق أنشطة السياحة الداخلية القيام بالعديد من الجهود التي تساهم في تحقيق أهداف ذلك النشاط ومن أبرز هذه الجهود إعداد الدراسات المتخصصة وعقد ندوات للتعريف بأهمية السياحة وإجراء الحملات التسويقية المشتركة بالتعاون مع وكالات السياحة وشركات الطيران ثم إعداد برامج سياحية إعلامية مع رجال الإعلام والأدباء وكبار الشخصيات على أن تكون تظاهرة إعلامية ذات طابع تسويقي مشترك . والجدير بالذكر أن آلية تنشيط السياحة الداخلية لا بد وأن تراعى بعض المحددات الرئيسية حتى يمكن أن تحقق أهدافها ومن أهم هذه المحددات :

- ١- عدم تعارض نشاط السياحة مع مبادئ الشريعة الإسلامية .
- ٢- احترام العادات والتقاليد الاجتماعية والخصوصية العائلية التي يتصف بها المجتمع السعودي المسلم .

٥.١- أهداف التسويق السياحي:

من المعروف أن للتسويق أهدافا لا بد من الوصول إليها لتطوير السياحة ، حيث إن تسويق السياحة بصورة جيدة يساهم في خلق الطلب المستمر لخدمة السياحة ويأتي ذلك عن طريق كشف رغبات المستهلكين ودراسة احتياجاتهم السياحية ومحاولة إيجاد المعالجة السليمة للمشكلات التي تواجه هذا النشاط . فمن أهداف التسويق السياحي تحويل طاقة المستهلك إلى طلب حقيقي للخدمة السياحية عن طريق دراسة السائح من حيث حاجاته ودوافعه ودراسة الخدمات التي تقدم للسائح من ناحية صورتها وأسعارها وأماكن توافرها والتي نعبر عنها

(بالمقومات السياحية) ، وعموماً يمكن تلخيص أهداف تسويق السياحة الداخلية في النقاط التالية :

- ١- تسهيل الحصول على خدمة السياحة في مناطق السياحة المحلية .
 - ٢- الترويج للسياحة الداخلية عن طريق تنفيذ الحملات الإعلانية مثل الإعلان في الصحف والتلفزيون ومحاولة تحويل سلوك السائح من السفر للخارج إلى البقاء في الداخل .
 - ٣- دراسة الأسواق واتجاهات السائح المحلي ومحاولة معالجة أسلوب تقديم الخدمة .
 - ٤- نشر الوعي السياحي لدى السائح المحلي واعتبار ذلك من المسؤولية الاجتماعية .
 - ٥- حث الجهات الرسمية على الاهتمام بالسياحة وتقديم الخدمات المجانية والترخيص لإقامة مشاريع استثمارية .
- ولاشك أن هذه الأهداف التسويقية لا يمكن تحقيقها إلا من خلال المزيج التسويقي المرتبط بالسياحة الداخلية ، لذلك يتطلب الأمر تقييم ودراسة هذا المزيج حتى يمكن الوصول إلى أفضل العناصر المكونة «للمزيج التسويقي السياحي» .

٦.١- المزيج التسويقي للسياحة الداخلية:

تتركز مكونات المزيج التسويقي الخاصة بالسياحة الداخلية في ثلاثة جوانب رئيسية تتمثل في توفر الخدمة السياحية المتكاملة والأسعار المناسبة المعتدلة ثم المناخ المعتدل . والمقصود بالخدمة السياحية الجيدة هي الخدمات التي تقدم للسائح والتي لها علاقة باحتياجاته وتعمل على إشباع حاجاته السياحية ويمكن أن تتركز الخدمة في كل من خدمة الطيران السياحي أو الخدمة الفندقية والمدن الترفيهية مثل مدينة الألعاب وأماكن التنزه في الحدائق العامة ويتطلب الأمر دراسة احتياجات السائح المحلي من هذه الخدمات بما يتلاءم وعاداته وتقاليد المرمية وأن تكون قادرة على منافسة غيرها من الخدمات السياحية التي تقدم في مدن أخرى مختلفة . وأما الأسعار المعتدلة فتعتبر من أهم العوامل التي تؤثر في سياسة تسويق الخدمات السياحية حيث يتم تركيز السائح على هذا الجانب من خلال رغبته في الحصول على أفضل الأسعار لجميع عناصر الخدمة مثل أجور النقل وأسعار المساكن وأسعار المأكولات والمشروبات ، ويتطلب هذا الأمر وضع مستويات مناسبة للأسعار بصورة تتفق مع قدرة السائح على الإنفاق وتشكل أسعار المساكن بصفة عامة عقبة رئيسية أمام السائح حيث يؤدي ارتفاع الفنادق والشقق المفروشة والشاليهات في مواسم السياحة إلى عزوف السائح عن ممارسة

السياحة ، وأما المناخ المعتدل فيتوقف على موقع المدينة السياحية حيث تعتبر المواقع من أهم العناصر التي تشكل المزيج التسويقي في السياحة الداخلية بالإضافة إلى ذلك فإن سهولة الوصول إلى الموقع وتوفر المقومات السياحية في المواقع السياحية يعتبر من الأمور التي تساهم في تحقيق التأثير على سلوك السائح المحلي نحو السياحة الداخلية وهذا يتطلب الاهتمام بالمناطق السياحية المتوفرة في الداخل والمعروفة مسبقاً أو اكتشاف مناطق سياحية جديدة يتوفر فيها عنصر المناخ المعتدل ومحاولة توفير الخدمات المتكاملة وبالأسعار المعتدلة حتى يمكن تحقيق أهداف السياحة المحلية . وعموماً فإن هذه الدراسة ستقوم باختبار سلوك السائح المحلي نحو السياحة المحلية ومحاولة التعرف على العوامل التي تؤثر في سلوك المستهلك المحلي والتي تساهم في اتخاذها لقرار ممارسة نشاط السياحة الداخلية .

الفصل الثاني: الإطار التطبيقي للدراسة

١-٢- أهمية الدراسة:

تأتي أهمية الدراسة من منطلق زيادة الحاجة إلى الاهتمام بصناعة السياحة نظراً للفوائد المتعددة التي تعود على الاقتصاد الوطني بصفة عامة والمجتمع المحلي بصفة خاصة . ومن الطبيعي أن التقليل من الانفاق الخارجي من قبل السائح المحلي والاتجاه إلى الانفاق الداخلي سوف ينعكس إيجابياً على الاستثمار الداخلي حيث يشجع رؤوس الأموال على المشاركة في توفير الخدمات السياحية في ظل الطلب المتزايد ويحرك العملية الاقتصادية .

كما تؤدي السياحة الداخلية إلى زيادة توفير فرص العمل من خلال زيادة الحاجة إلى الكوادر الإدارية المتخصصة ، وأما الفائدة الاجتماعية فتتركز حول المنفعة السياحية التي يكتسبها أفراد المجتمع من خلال التعرف على المناطق الداخلية للمملكة وزيادة روابط العلاقة الاجتماعية وزيادة الوعي الثقافي والاجتماعي من ناحية أخرى .

٢-٢- أهداف الدراسة:

- تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق العديد من الأهداف والتي تتمثل في النقاط التالية :
- ١- اختبار العوامل التي تساهم في اتخاذ السائح السعودي قرار السياحة الداخلية .

- ٢- اختبار مدى أهمية تلك العوامل السياحية من بين العوامل الأخرى المبينة في (١) عند اتخاذ قرار السائح المحلي للسياحة الداخلية .
- ٣- إيجاد العلاقة بين العوامل السياحية وخصائص السائح المحلي .

٢-٣. الفروض:

- تعتمد هذه الدراسة على بعض الفرضيات التي تساهم في تحقيق أهداف الدراسة ومن أهم فرضيات البحث ما يلي :
- ١- يفترض الباحث أن هناك اختلافا في أهمية الدوافع التي تؤثر في اتخاذ قرار السياحة الداخلية بحيث إن بعضها مرتفعة الأهمية وبعضها قليل الأهمية .
 - ٢- يفترض الباحث أن هناك علاقة بين خصائص السائح المحلي وطبيعة سلوكه وبين العوامل السياحية بحيث إنه كلما ارتفع مستوى دخل الأسرة زاد الإقبال على السياحة الداخلية .

٢-٤. مجتمع البحث وعينته:

يمثل مجتمع البحث بعض المواطنين والمقيمين في المملكة العربية السعودية في المناطق المختلفة الذين يتعرضون للسياحة وقد اختار الباحث عينة تمثل مختلف فئات المجتمع في العديد من مناطق المملكة وتم تصنيفهم حسب درجة التعليم ومستوى دخل الفرد ونوع الوظيفة والحالة الاجتماعية . وتم تحديد مجتمع البحث على أساس الشريحة التي تقع في منطقة الدخل المتوسط وأعلى بحيث لا يدخل في الدراسة أصحاب الدخول التي تقل عن ٥٠٠٠ ريال ، وتم توزيع ٤٥٠ استمارة استبيان في المناطق المختلفة . وبعد توزيع استمارات الاستبيان حصلت الدراسة على استجابة عدد (٣٥٠) مفردة يمثلون مجموع المشاركين في الدراسة ، وبعد استبعاد الاستمارات غير مكتملة البيانات تم اعتماد عدد (٢٢٢) استمارة تمثل مجموع أفراد العينة المشاركين في الدراسة كما يوضحه الجدول رقم (١) موزعين حسب المناطق :

جدول رقم (١)
توزيع أفراد العينة المشاركين في الدراسة حسب المناطق

النسبة	التكرار	المناطق
٧٢,١	١٦٠	المنطقة الغربية
٢,٧	٦	المنطقة الشرقية
٤,١	٩	المنطقة الشمالية
١٢,٢	٢٧	المنطقة الجنوبية
٧,٧	١٧	المنطقة الوسطى
١,٤	٣	لا إجابة
%١٠٠	٢٢٢	المجموع

كما يوضح الجدول رقم (٢) أهم خصائص العينة التي شاركت في الإجابة على استمارات الاستبيان ومن الجدول اتضح أن ٨, ٦٥٪ من المشاركين هم من المتزوجين وتراوح عدد أفراد الأسرة من (١-٣) لدى معظم المشاركين في الدراسة وتراوحت الأعمار بين (٢١-٣٠) سنة حيث بلغت نسبة ذلك حوالي ٧, ٤٧٪ من مجموع المشاركين بالدراسة ، وأما بالنسبة للدخول فقد مثل حوالي ٤٥٪ من أفراد العينة أصحاب الدخل التي تتراوح بين (٥٠٠٠-١٠٠٠٠) ريال سعودي وأما بالنسبة للجنسية فقد مثل ٨٥٪ تقريبا من أفراد العينة من السعوديين .

جدول رقم (٢)
خصائص العينة المشاركة في الدراسة

النسبة	العدد	خصائص العينة
		المؤهل التعليمي :
٢,٧	٦	أقل من ابتدائي
٦,٣	١٤	ابتدائي
٢٣	٥١	متوسط
٩,٣	٢١	ثانوي
٤١,٩	٩٣	دبلوم
٥	١١	جامعي
٩	٢٠	ماجستير
٢,٧	٦	دكتوراه
		أخرى
		الحالة الاجتماعية :
٦٥,٨	١٤٦	متزوج
٣٤,٢	٧٦	غير متزوج
		عدد أفراد الأسرة :
٣٨,٣	٨٥	من ١-٣
٣٦	٨٠	من ٤-٨
١١,٣	٢٥	أكثر من ٨
١٣,٩	٣١	لا إجابة
		العمر :
٨,٦	١٩	أقل من ٢١
٤٧,٧	١٠٦	من ٢١-٣٠
٢٧	٦٠	من ٣١-٤٠
١٤,٤	٣٢	٤١ فأكثر

تابع جدول رقم (٢)
خصائص العينة المشاركة في الدراسة

النسبة	العدد	خصائص العينة
		طبيعة العمل :
٥٠,٣	١١٢	موظف حكومي
١٦,٧	٣٧	موظف قطاع خاص
١١,٧	٢٥	رجل أعمال - صناعي - تاجر
٥	١١	متسبب
١١,٧	٢٦	طالب
٣,٦	٨	أخرى
		مستوى الدخل الشهري :
٣٢,٤	٧٢	أقل من ٥٠٠٠ ريال
٤٥,٩	١٠٢	من ٥٠٠١ - ١٠٠٠٠ ريال
١١,٧	٢٦	من ١٠٠٠١ - ١٥٠٠٠ ريال
٨,٦	١٩	أكثر من ١٥٠٠٠
١,٤	٣	أخرى
		الجنسية :
٨٥,٦	١٩٠	سعودي
١٣,٤	٣٠	غير سعودي
١	٢	لا إجابة

٥.٢- طريقة جمع المعلومات وتحليل البيانات

تم جمع البيانات باستخدام قائمة الاستبيان المصممة لهذا الغرض حيث تم توزيع الاستمارات لجميع أفراد العينة وقد روعي في تصميم استمارة الاستبيان سهولة العبارات وفهمها وعلاقتها بموضوع الدراسة . وبعد إتمام عملية جمع الاستمارات ومراجعتها قام الباحث بتصنيف

- هذه البيانات تمهيدا لتحليلها وذلك باستخدام برامج التحليل بواسطة الحاسب الآلي وتم عرضها بطريقة يمكن فهمها والاستفادة منها وقد تضمنت إجراءات تحليل البيانات الخطوات التالية :
- ١- وزن البيانات بدقة وتقييمها لمعرفة درجة موضوعيتها وثباتها وقد تم استبعاد البيانات الناقصة كالاستمارات التي لم يتم استكمالها أو المقابلات التي لم يتم فيها طرح جميع الأسئلة .
 - ٢- وضع نظام واضح لتصنيف البيانات وبعد ذلك ترتيب البيانات وتقسيمها إلى فئات بحيث كانت جميع المفردات المتشابهة في فئة واحدة .
 - ٣- استخراج معدل التكرار (Frequency) واستخراج المتوسط الحسابي (Mean Re-sponses) مع قياس أهمية مقومات السياحة الداخلية باستخدام مقياس ليكرت الخماسي (A Five point scale) الذي يبدأ من غير هام على الإطلاق إلى هام جدا حيث اعتبرت الدراسة الإجابات التي تحصل على رقم (١) بأنها معوقات غير هامة اطلاقا ، والرقم (٢) معوقات غير هامة ، والرقم (٣) معوقات هامة بدرجة منخفضة ، والرقم (٤) معوقات هامة بدرجة متوسطة ، والرقم (٥) معوقات هامة بدرجة كبيرة جدا .
 - ٤- استخدام التحليل العاملي Factorial Analysis وذلك بهدف الوصول إلى العوامل المترابطة وإدراجها في مجموعات حسب أهميتها وتأثيرها على سلوك السائح المحلي .
 - ٥- تم استخدام تحليل التباين وذلك بهدف إيجاد مقدار التباين بين العوامل السياحية وكل من الفئات العمرية والحالة الاجتماعية والجنسية .

الفصل الثالث: نتائج الدراسة الميدانية

من خلال تحليل المعلومات التي وردت في استمارة الاستبيان توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج الهامة التي أجابت على تساؤلات الباحث وحقت أهداف الدراسة ويمكن استعراض تلك النتائج على النحو التالي .

١-٣. مدى ممارسة المشاركين في الدراسة للسياحة الخارجية:

قامت الدراسة بمحاولة التعرف على مدى قيام المشاركين في الدراسة بممارسة نشاط السياحة الخارجية والدول التي يقصدون زيارتها للسياحة خلال السنوات الثلاث الماضية حيث أشارت

النتائج إلى أن حوالي ٢٥٪ من أفراد العينة يقضون إجازاتهم في دول أوروبا بهدف السياحة ثم تأتي الدول العربية في نفس المستوى حيث أشار حوالي ٢٥٪ من أفراد العينة إلى أنهم يقضون إجازاتهم في الدول العربية ثم يأتي بقية الدول في الترتيب مثل أمريكا ودول آسيا والدول الإسلامية كما يشير إلى ذلك الجدول رقم (٣) . ومن الملاحظ أن الدول الأقل زيارة من قبل السواح هي الدول الإسلامية غير العربية وربما يعود السبب في ذلك إلى عدم توفر البنية الأساسية في تلك الدول بالإضافة إلى عدم وجود مقومات السياحة المحلية . كما لا يمكن استبعاد احتمال عدم معرفة السائح بتلك الدول والمناطق الموجودة فيها .

جدول رقم (٣)

الدول التي قام بزيارتها أفراد العينة خارج المملكة خلال السنوات الثلاث الماضية

النسبة	التكرار	الدول
٢٥,٧	٥٧	الدول الأوروبية
٨,٦	١٩	أمريكا
٦,٣	١٤	آسيا
٧,٧	١٧	دول أفريقية
٢٥,٧	٥٧	دول عربية
٣,٦	٨	دول إسلامية غير عربية
٨,٦	١٩	دول أخرى
١٣,٥	٣٠	لا إجابة
٪١٠٠	٢٢٢	المجموع

ولمعرفة معدل الوقت الذي يقضيه السائح خارج المملكة خلال السنوات الثلاثة الماضية فقد تم توجيه السؤال الخاص بذلك . وتوصلت الدراسة إلى أن معدل المدة التي يقضيها السائح السعودي في السياحة الخارجية تتراوح بين أسبوع وشهر حيث أشار إلى ذلك ١١٠ من أفراد العينة ويشكل ذلك ٤٩٪ من أفراد العينة ، بينما أجاب حوالي ٢٠٪ من أفراد العينة بأن المدة التي يقضونها تتجاوز الشهر الواحد وأجاب حوالي ١٩٪ من أفراد العينة بأن المدة التي يقضونها في السياحة الخارجية أقل من أسبوع كما يشير إلى ذلك الجدول رقم (٤) . وهذا يعني أن متوسط المدة التي يقضيها السائح في الخارج أسبوعان تقريبا الأمر الذي يشير إلى زيادة احتمال الانفاق على السياحة في الخارج كما يؤكد ضرورة توفر المغريات التي تجذب هذا العدد من الأفراد للسياحة الداخلية .

جدول رقم (٤)
معدل الفترة التي يقضيها أفراد العينة في السياحة الخارجية

النسبة	التكرار	الفترة
٨,٦	١٩	أقل من أسبوع
٤٩,٥	١١٠	من أسبوع إلى شهر
٢٠,٣	٤٥	أكثر من شهر
٢١,٦	٤٨	لا إجابة
١٠٠٪	٢٢٢	المجموع

٢.٣. السياحة الداخلية:

وللتعرف على عدد الأفراد الذين مارسوا السياحة فعلا من مجموع الذين أجابوا على أسئلة الدراسة ، توصلت الدراسة إلى أن نسبة حوالي ٨٢٪ من أفراد العينة قد مارسوا السياحة الداخلية وذلك خلال السنوات الثلاث الماضية كما يوضحه الجدول رقم (٥) .

جدول رقم (٥)

عدد الأفراد المشاركين في الدراسة والذين مارسوا السياحة الداخلية

النسبة	التكرار	الفترة
٨٢,٤	١٨٣	نعم
١٦,٢	٣٦	لا
١,٤	٣	لا إجابة
%١٠٠	٢٢٢	المجموع

بينما أشار حوالي ١٦٪ من أفراد العينة إلى أنهم لم يمارسوا السياحة الداخلية وهذا لا يعني أنهم لا يمارسون السياحة الداخلية حيث من المحتمل أنهم سيمارسون السياحة الداخلية ولكن في فترة لاحقة .

وللتعرف على المناطق التي قام أفراد العينة بزيارتها بهدف السياحة خلال فترة السنوات الثلاث التي حددتها الدراسة توصلت الدراسة إلى أن اتجاه معظم أفراد العينة للسياحة الداخلية كان إلى مدينة (الطائف) وقد بلغ نسبة الذين أشاروا إلى ذلك حوالي ٥٧٪ ، ويأتي ذلك في الترتيب منطقة (أبها) حيث أشار حوالي ١٥٪ من أفراد العينة أنهم مارسوا النشاط السياحي في مدينة (أبها) بالمنطقة الجنوبية ، وحظيت مدينة (جدة) بنسبة ١١٪ من إجمالي أفراد العينة الذين يمارسون نشاط السياحة الداخلية فيها كما يشير ذلك الجدول رقم (٦) . ويمكن الإشارة هنا إلى أن المقصود بممارسة نشاط السياحة الداخلية في الفترة الواقعة في أشهر الصيف وعند بدء إجازات المدارس السنوية ولا يقصد بذلك الفترة الخاصة بإجازة الربيع . وهذه النتيجة تشير إلى مدى أهمية مدينة الطائف كموقع للسياحة الداخلية حيث إن أكثر من نصف العينة أشاروا إلى اختيارهم مدينة الطائف للسياحة وكان السبب في ذلك يعود إلى بعض العوامل التي ذكرها أفراد العينة والتي منها على سبيل المثال : قرب المسافة بين مدينة الطائف والمناطق الأخرى شديدة الحرارة في الصيف مثل مكة المكرمة وجدة والمدينة المنورة وسهولة الوصول إليها ، وتركز عدد كبير من أقارب المصطفين في مدينة الطائف الأمر الذي يشجع على زيارة تلك المدينة .

وبسؤال جميع أفراد العينة الذين مارسوا السياحة الداخلية خلال السنوات الثلاثة أو خلال

جدول رقم (٦)

المدن السياحية التي يقوم بزيارتها أفراد العينة بهدف السياحة الداخلية

النسبة	التكرار	المدن
٥٧,٧	١٠٥	الطائف
١٤,٩	٢٧	أبها
١٠,٨	٢٠	جدة
٢,٧	٥	الباحة
٢,٧	٥	أخرى
١١,٢	٢١	لا إجابة
١٠٠٪	١٨٣	المجموع

فترة أخرى سابقة عن معدل الوقت الذي يمكن أن يقضيه السائح المحلي في مناطق السياحة التي يختارها للسياحة الداخلية أشار حوالي ٤٠٪ من أفراد العينة إلى أن المدة يمكن أن تمتد من أسبوع إلى شهر ، كما أجاب حوالي ٣٦٪ من أفراد العينة أن المدة التي يمكن أن يقضوها في السياحة الداخلية لا تتجاوز الأسبوع الواحد كما يشير إلى ذلك الجدول رقم (٧) . وعموما فإن هذه النتيجة تتفق إلى حد ما مع الفترة التي يقضيها السائح السعودي خارج المملكة وربما كان السبب في ذلك هو ارتباط السائح السعودي بمواعيد الإجازات وعدم رغبته في تجاوز فترة الإجازة النظامية والرغبة في البقاء في منطقة واحدة لمدة محددة حتى يستفيد من الإجازة في السياحة .

جدول رقم (٧)
معدل الوقت الذي يقضيه السائح المحلي في مناطق السياحة الداخلية

النسبة	التكرار	الوقت
٣٦,٥	٨١	أقل من أسبوع
٤٠,٥	٩٠	من أسبوع إلى شهر
٩,٩	٢٢	أكثر من شهر
١٢,٢	٢٧	لا إجابة
%١٠٠	٢٢٢	المجموع

ورغبة في التعرف على نوع السكن الذي يرغب السائح السعودي أن يحصل عليه في حالة قيامه بممارسة نشاط السياحة الداخلية فقد توصلت الدراسة إلى أن أكبر نسبة من أفراد العينة يفضلون البقاء في شقق مفروشة حيث أشار إلى ذلك حوالي ٣٢٪ من أفراد العينة ثم يأتي بعد ذلك في الترتيب الفنادق حيث أشار إلى ذلك حوالي ٣٠٪ من أفراد العينة والحقيقة أن هذا الأمر يتماشى مع العادات والتقاليد التي يتصف بها السائح المحلي حيث يميل السائح المحلي إلى التمتع بخصوصية في السكن في شقق مفروشة مع أفراد عائلته ويشعر بالراحة في البقاء في سكن خاص . وأخيرا أشار حوالي ١٣٪ من أفراد العينة إلى أنهم في حالة ممارسة السياحة الداخلية يفضلون البقاء مع الأقرباء والأصدقاء ويسكنون في منازلهم عند القيام بالسياحة الداخلية كما يشير إلى ذلك الجدول رقم (٨) .

جدول رقم (٨)

نوع السكن الذي يفضل أن يستخدمه السائح المحلي

النسبة	التكرار	نوع السكن
٣٠,٢	٦٧	فندق
٣٢,٠	٧١	شقق مفروشة
٦,٨	١٥	منزل خاص ملك
٤,١	٩	خيام برية
١٣,١	٢٩	منزل الأقرباء أو الأصدقاء
٢,٣	٥	أخرى
١١,٣	٢٥	لا إجابة
٪١٠٠	٢٢٢	المجموع

٣.٢. العوامل التي تساهم في اتخاذ السائح المحلي قرار السياحة الداخلية:

وبعد التعرف على خصائص أفراد العينة المشاركة في الدراسة وسلوك السائح السعودي نحو السياحة المحلية ، قامت الدراسة باختبار العوامل التي تؤثر في سلوك السائح المحلي بحيث تجعله يفضل أو لا يفضل السياحة المحلية . وقد تم تعريض العوامل السياحية إلى اختبار تحليل العوامل Factor Analysis وذلك بهدف الوصول إلى العوامل المترابطة وإدراجها في مجموعات حسب أهميتها وتأثيرها على سلوك السائح المحلي . وأشارت نتائج التحليل كما هو في الجدول رقم (٩) إلى أن هناك ستة عوامل لها ارتباط بسلوك المستهلك ولها تأثير على ذلك السلوك حيث أشار العامل الأول إلى أن هناك ارتباطا بين العوامل الخاصة بمدى توفر المساكن النظيفة مثل الفنادق والشاليهات الخاصة والشقق المفروشة بأسعار معقولة ، كما أشار نفس العامل الأول إلى أهمية توفر الاستراحات ووسائل النقل مثل الحافلات وانخفاض تكاليفها السياحية وتوفر الأندية الصحية والعلاجية وتوفر برامج سياحية متنوعة تستقطب جميع أفراد العائلة وتم تصنيف هذه المتغيرات من ضمن العوامل الاقتصادية .

وأما العامل الثاني فقد أوجد الترابط بين العديد من المتغيرات الخاصة بالسياحة الداخلية حيث أشار إلى أن هناك دوافع تؤثر في اتخاذ قرار السياحة الداخلية وهذه الدوافع مثل توفر الأندية الرياضية والمعالم السياحية والحدائق المائية وحديقة الحيوانات التي تجذب الكبار والصغار وتوفر الألعاب والبرامج الترفيهية الأخرى ، وتم تصنيف هذه المتغيرات ضمن العوامل الترفيهية .

وأما العامل الثالث فقد أوجد الترابط بين العديد من العوامل التي يمكن تصنيفها تحت عنوان العوامل الاجتماعية حيث أشارت نتائج الدراسة إلى أن الدوافع التي تساعد على اتخاذ قرار السياحة الداخلية تواجد الأهل والأقارب والأصدقاء في المنطقة السياحية وتلبية الدعوة للمشاركة في بعض المناسبات والاحتفالات بالإضافة إلى وجود معرفة وخبرة سابقة بالمنطقة السياحية .

وأما العامل الرابع فقد ساهم في الربط بين ثلاثة متغيرات أو دوافع تساعد على اتخاذ قرار السياحة الداخلية وهذه الدوافع تمثلت في اعتدال الطقس في المنطقة السياحية وتوفر المناظر الطبيعية الجميلة بالإضافة إلى قرب المدينة السياحية من المدينة التي يسكنها السائح المحلي ، وتم تصنيف هذه الدوافع والمتغيرات ضمن العوامل الجغرافية كما هو في الجدول رقم (٩) .

وأما العامل الخامس فقد أشار إلى وجود ترابط بين ثلاثة متغيرات تساعد في اتخاذ قرار السياحة الداخلية وهذه المتغيرات هي سهولة اللغة والتعامل مع الآخرين وملاءمة العادات والتقاليد والرغبة في تقليد الغير من الذين قاموا بالسياحة الداخلية ، وتم تصنيف هذه العوامل من ضمن العوامل الثقافية .

وأخيرا أشارت الدراسات إلى أن هناك ارتباطا كبيرا بين الدوافع الأسرية في التأثير على قرار القيام بالسياحة الداخلية وهذه الدوافع تمثلت في رغبة السائح في تحقيق طلب الأبناء في زيارة المناطق السياحية ، وكذلك تحقيق رغبة العائلة والزوجة بالإضافة إلى توفر الخصوصية التي يسعى إليها أفراد العائلة عند ممارسة نشاط السياحة الداخلية وتم تصنيف هذه الدوافع أو المتغيرات ضمن العوامل الأسرية كما هو في الجدول رقم (٩) .

جدول رقم (٩)
اختبار العوامل التي تؤثر في سلوك السائح المحلي (تحليل العوامل)

العوامل	F1	F2	F3	F4	F5	F6
العوامل الاقتصادية :						
توفر مساكن نظيفة مثل الفنادق والشاليهات والشقق المفروشة وبأسعار معقولة .	٠,٧٧٢					
انخفاض تكلفة الأسعار للسلع والخدمات السياحية .	٠,٧٦٠					
العروض المغرية على أسعار الفنادق والشقق .	٠,٧٥٢					
كثافة الجهود التسويقية المتبعة لتنشيط السياحة .	٠,٦٩١					
توفر الاستراحات السياحية العامة والمجانية .	٠,٦٧٣					
معقولة ايجار المساكن .	٠,٦٦٧					
توفر وسائل النقل مثل الحافلات السياحية .	٠,٦٥٤					
انخفاض تكاليف السفر إلى المدن السياحية .	٠,٦٤٣					
كثافة الجهود التي تبذلها وكالات السياحة المحلية .	٠,٦١٨					
كثافة الإعلانات الترويجية عن المدن السياحية .	٠,٥٦٠					
توفر الأندية الصحية والعلاجية .	٠,٥٣٨					
توفر برامج سياحية متنوعة معلن عنها مسبقا .	٠,٥١٦					
انخفاض تكلفة المواصلات الداخلية .	٠,٥٠١					
الرغبة في مشاهدة الخط الكهربائي المعلق (تلفريك) في المناطق الجبلية .	٠,٤١٧					
العوامل الترفيهية :						
الرغبة في زيارة معرض الكتاب أو معرض الصناعات السعودية أو معرض اللوحات الفنية .	٠,٧٩١					
الرغبة في مشاهدة المتاحف والآثار .	٠,٦٧٦					
توفر أندية علمية وأدبية وثقافية .	٠,٦٦٦					
توفر معالم سياحية معروفة تاريخيا .	٠,٦٥١					
توفر أندية رياضية مختلفة .	٠,٥٤٩					
توفر المعلومات المطبوعة الكافية عن المدن السياحية .	٠,٥٣١					

تابع جدول رقم (٩)
اختبار العوامل التي تؤثر في سلوك السائح المحلي (تحليل العوامل)

F 6	F 5	F 4	F 3	F 2	F 1	العوامل
			٠,٥٠١			توفر حدائق للحيوانات وحدائق للأحياء المائية .
			٠,٤٩٩			الرغبة في ممارسة هواية الصيد البري .
			٠,٤٩٠			توفر الألعاب والبرامج الترفيهية .
			٠,٤٢١			الرغبة في زيادة المعرفة عن مناطق المملكة .
						العوامل الاجتماعية :
			٠,٧٣٢			تواجد الأهل والأقارب في المنطقة السياحية .
			٠,٦٦٠			تواجد الأصدقاء في المدينة السياحية .
			٠,٦٣٤			تلبية الدعوة للمشاركة في بعض المناسبات والاحتفالات .
			٠,٦٠٨			إمكانية القيام بأعمال خاصة بالإضافة إلى السياحة .
			٠,٤٥٩			معرفة سابقة بالمنطقة السياحية .
						العوامل الطبيعية والجغرافية :
		٠,٧١٤				اعتدال الطقس في الصيف .
		٠,٦٣٧				توفر المناظر الطبيعية الجميلة .
		٠,٥٠٢				قرب المدينة السياحية في المدينة التي أسكنها .
						العوامل الثقافية :
	٠,٧٠٨					سهولة اللغة والتعامل مع الآخرين .
	٠,٦٩٤					ملاءمة العادات والتقاليد .
	٠,٣٩٨					الرغبة في تقليد الغير من الذين قاموا بالسياحة المحلية .
						العوامل الأسرية :
٠,٥٨٥						تحقيق رغبة الأبناء المتكررة لزيارة المنطقة .
٠,٥٧٦						تحقيق رغبة العائلة .
٠,٥٠٦						التأثر برأي الأصدقاء عن اختيار منطقة السياحة .
٠,٤٦٩						تحقيق رغبة الزوجة الملحة للسياحة .
٠,٣٨٣						توفر الخصوصية للعائلات في المناطق السياحية .

٣-٤. أهمية العوامل السياحية:

بعد اختيار العوامل الرئيسية التي تساهم في اتخاذ قرار السياحة الداخلية قامت الدراسة بمحاولة معرفة مدى أهمية العوامل التي تحددت بموجب اختبار تحليل العوامل للسياحة الداخلية كما هو في الجدول رقم (١٠)، وتوصلت الدراسة إلى أهم العوامل السياحية التي تساهم في اتخاذ قرار السياحة الداخلية هي العوامل الطبيعية حيث بلغ متوسطها الحسابي (١٤، ٣) والمقصود بذلك توفر الطقس المناسب وتوفر أماكن الاصطياف الجميلة بالإضافة إلى قربها من المدينة التي يسكنها السائح. ويأتي بعد ذلك في الترتيب العوامل الاقتصادية حيث بلغ المتوسط الحسابي (٧، ٣) ويعتبر هذا الأمر من أهم المتغيرات التي تساهم في قرار السياحة الداخلية حيث تعاني السياحة الداخلية من ارتفاع أجور الخدمات، ويدخل في هذا الإطار مدى توفر الأماكن النظيفة وتكلفة المساكن والشقق المفروشة والعروض على أسعار الفنادق والشقق وكثافة الجهود التسويقية لنشاط السياحة وتوفر الاستراحات المجانية ومعقولة إيجار المساكن وتوفر وسائل النقل وانخفاض تكاليف السفر وكثافة الجهود الترويجية وتوفر البرامج السياحية وغيرها من الخدمات الأخرى.

ويأتي في الترتيب الثالث من الأهمية العوامل الترفيهية حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذا العامل (٧٧، ٢) وتساوي هذا العامل مع العوامل الأسرية وبذلك يمكن القول إن العوامل الترفيهية والعوامل الأسرية يقعان في نفس المستوى من الأهمية، وهذا ليس بغريب حيث إن هناك ترابطاً بين الدوافع التي تشمل كل عامل من هذه العوامل وتتكامل مع بعضها وتساهم في التأثير على قرار السياحة الداخلية. ومن أهم العوامل الترفيهية التي تندرج تحت هذا العنوان: الرغبة في زيارة معرض الكتاب أو معرض الصناعات السعودية أو معرض اللوحات الفنية، الرغبة في مشاهدة المتاحف والأثار، توفر أندية علمية وأدبية وثقافية، توفر معالم سياحة معروفة تاريخياً، توفر أندية رياضية مختلفة، توفر المعلومات المطبوعة الكافية عن المدن السياحية، توفر حدائق للحيوانات وحدائق للأحياء المائية، الرغبة في ممارسة هواية الصيد البري، توفر الألعاب والبرامج الترفيهية، الرغبة في زيادة المعرفة عن مناطق المملكة.

وأما العوامل الأسرية فهي تمثل تحقيق رغبة الأبناء المتكررة لزيارة المنطقة، تحقيق رغبة العائلة، التأثير برأي الأصدقاء عند اختيار المنطقة السياحية، وتوفر الخصوصية للعائلات في المناطق السياحية، ويأتي في الترتيب الخامس والسادس العوامل الثقافية والاجتماعية حيث بلغ

متوسط العوامل الثقافية (٧٣, ٢) بينما بلغ المتوسط الحسابي للعوامل الاجتماعية (٣٦, ٢) ، وقد جاء من أهم العوامل الاجتماعية : تواجد الأهل والأقارب في المنطقة السياحية ، تواجد الأصدقاء في المدينة السياحية ، تلبية الدعوة للمشاركة في بعض المناسبات والاحتفالات ، إمكانية القيام بأعمال خاصة بالإضافة إلى السياحة ، معرفة سابقة بالمنطقة السياحية . كما جاء أن من أهم العوامل الثقافية : سهولة اللغة والتعامل مع الآخرين ، ملاءمة العادات والتقاليد والرغبة في تقليد الغير من الذين قاموا بالسياحة المحلية .

جدول رقم (١٠) مدى أهمية العوامل السياحية حسب الترتيب

الترتيب حسب الأهمية	المتوسط	العوامل السياحية
١	٣, ١٤	العوامل الطبيعية والجغرافية
٢	٣, ٠٧	العوامل الاقتصادية
٣	٢, ٧٧	العوامل الترفيهية
٤	٢, ٧٧	العوامل الأسرية
٥	٢, ٧٣	العوامل الثقافية
٦	٢, ٣٦	العوامل الاجتماعية

٣-٥. مدى العلاقة بين العوامل السياحية وخصائص السائح المحلي:

قامت الدراسة بمحاولة التعرف على مدى العلاقة بين العوامل السياحية الستة والتي توصلت إليها الدراسة والتي تم تحديدها عن طريق اختبار تحليل العوامل وبين مستوى دخول الأسر ، وتوصل الباحث إلى عدم وجود علاقة قوية تربط بين السياحة الداخلية ومستوى دخل الأسرة ، أي لا توجد علاقة بين تكرار مستوى دخل الأفراد المشاركين في الدراسة وبين سلوكهم السياحي ، ومن المعروف أن الدراسة توصلت إلى أن حوالي ٤٥٪ من أفراد العينة يمثلون أصحاب الدخل التي تقع بين (٥٠٠٠) إلى (١٠٠٠٠) ريال سعودي شهريا ، وهذا يشير إلى أن الدخل لا يشكل أي عائق لدى السائح المحلي للقيام بالسياحة الداخلية .

ومن ناحية أخرى أجرى الباحث اختبار التباين وذلك لإيجاد العلاقة بين الفئات العمرية والعوامل السياحية وذلك بهدف التعرف على مدى تأثير المستويات العمرية على العوامل السياحية وقد وجدت الدراسة أن الفئة العمرية من (٣١ - ٤٠) تختلف عن الفئة العمرية أقل من (٢١) سنة وذلك عند العامل الخاص بالجانب الاقتصادي ، كما وجدت الدراسة أن الفئة العمرية أقل من (٢١) سنة تختلف عن الفئة العمرية من (٣١ - ٤٠) سنة وذلك عند العامل الخاص بالعوامل الاجتماعية كما يوضحه الجدول رقم (١١) .

جدول يوضح التباين بين العوامل السياحية والفئات العمرية
جدول رقم (١١)

العوامل	الفئات العمرية					قيمة (F)	درجة المعنوية
	أقل من ٢١ (n=19)	٢١ - ٣٠ (n=103)	٣١ - ٤٠ (n=58)	٤١ فأكثر (n=30)			
الاقتصادية	٣,٧٧	٣,٤٧	٢,٩٠	٣,٣٨	٦,٩٥	٠,٠٠٠٢	
			*				
الترفيهية	٣,٥٩	٣,٣٣	٢,٩٧	٣,٣٤	٣,٧٥	٠,٠١٤٩	
الاجتماعية	٣,٧٠	٣,٢٧	٣,٠٦	٣,١١	٣,١١	٠,٠٢٧١	
		**					
الجغرافية	٤,١٠	٣,٨٧	٣,٨٧	٤,٠٠	٠,٥٥٢	٠,٧٠١	
الثقافية	٣,٧٢	٣,٤٤	٣,٣٥	٣,٥٣	٠,٣٨٠	١,٠٣٠	
الأسرية	٣,٤٥	٣,٤٤	٣,٥٥	٣,٦٧	٠,٤٣٥	٠,٩١٢	

* الفئة العمرية ٣١ - ٤٠ تختلف عن الفئة العمرية أقل من ٢١ والفئة العمرية ٢١ - ٣٠ .

** الفئة العمرية أقل من ٢١ تختلف عن الفئة العمرية ٣١ - ٤٠ .

وقامت الدراسة أيضا باختبار العلاقة بين العوامل السياحية والحالة الاجتماعية لأفراد العينة المشاركين في الدراسة وقد توصل الباحث إلى أن هناك علاقة أكبر بين العوامل الاقتصادية وبين السائحين غير المتزوجين ، بمعنى أن غير المتزوجين يركزون على الجانب الاقتصادي عند قيامهم بالسياحة الداخلية كما يوضحه الجدول رقم (١٢) ، وينطبق الأمر على بقية العوامل الأخرى الترفيهية والاجتماعية والطبيعية والثقافية . وتختلف العلاقة عند العامل الخاص بالناحية الأسرية حيث أشارت نتائج الدراسة إلى أن هناك علاقة أكبر بين العوامل الأسرية وبين السواح المتزوجين حيث بلغ المتوسط الحسابي للإجابة (٣,٧٥) كما هو في الجدول (١٢) .

جدول رقم (١٢)

العلاقة بين الحالة الاجتماعية والعوامل السياحية

العامل	الحالة الاجتماعية		قيمة (t)	درجة المنوية
	متزوج (n=14)	غير متزوج (n=57)		
العوامل الاقتصادية	٣,٢١	٣,٥٤	٢,٥٢ -	* ٠,٠١٣
العوامل الترويحية	٣,١٧	٣,٤٢	٢,٠٥ -	* ٠,٠٤١
العوامل الاجتماعية	٣,١١	٣,٤٤	٢,٧٥ -	٠,٠٠٦
العوامل الطبيعية	٣,٩٠	٣,٩٥	٠,٠٤١ -	٠,٦٨٢
العوامل الثقافية	٣,٤٢	٣,٥٠	٠,٧١ -	٠,٤٧٦
العوامل الأسرية	٣,٧٥	٣,٣٥	٢,٢٢	٠,٠٢٨

* درجة المنوية Sigt أكبر من أو تساوي ٠,٠٥

وأخيرا فإن الدراسة قامت باختبار العلاقة بين العوامل السياحية وجنسية السائح وقد توصل الباحث إلى أن هناك ارتباطا بين العوامل الاقتصادية والترفيهية وبين السائح غير السعودي وبلغ متوسط الإجابة (٣, ٥٥) و (٣, ٤٠) بالترتيب ، ويعتبر هذا أمرا طبيعيا حيث إن السائح غير السعودي غالبا ما يركز على الناحية الاقتصادية ويعتبرها على درجة كبيرة من الأهمية خاصة إذا انخفض دخله الشهري ، كما أن عدم اتخاذها لقرار السياحة الداخلية إلا في حالة توفر المناطق الترفيهية يعتبر أمرا مقبولا ومنطقيا نظرا للحاجة إلى الرغبة في قضاء الوقت مع الأسرة في تلك الأماكن الترفيهية المتميزة .

وأما العوامل السياحية الأخرى فإنها مرتبطة بالسائح السعودي أكثر من ارتباطها بالسائح غير السعودي حيث تشير نتائج الجدول رقم (١٣) أن السائح السعودي يهتم بالعوامل الاجتماعية والطبيعية والثقافية بدرجة أكبر من السائح غير السعودي .

جدول رقم (١٣)
العلاقة بين الجنسية والعوامل السياحية

العامل	الجنسية		قيمة (t)	درجة المنوعية
	سعودي	غير سعودي		
العوامل الاقتصادية	٣,٣٠	٣,٥٥	١,٣٢ -	٠,١٨٧
العوامل الترفيهية	٣,٢٤	٣,٤٠	٠,٩٥ -	٠,٣٤١
العوامل الاجتماعية	٣,٢٧	٣,٠٢	١,٤٦	٠,١٤٦
العوامل الطبيعية	٣,٩١	٣,٩٠	٠,٠٨	٠,٩٣٥
العوامل الثقافية	٣,٤٦	٣,٣٢	٠,٨٥	٠,٣٩٥
العوامل الأسرية	٣,٥٤	٣,١٨٨	٢,٣٩	٠,٠١٨

وهذا يعني أن العلاقة بين العوامل السياحية ومستوى الدخل يعتبر محدوداً أي ليس هناك علاقة قوية بينهما بالرغم من أن هذا العامل مهم في اتخاذ قرار السياحة ، ولعل التفسير لذلك هو أن السائح يفكر في قضاء وقت الإجازة مع الأسرة ولو أدى ذلك إلى توفير بعض المبالغ طوال العام وادخاره لهذا الوقت للإنفاق ، كما أن النتائج أكدت على وجود علاقة بين العوامل السياحية والحالة الاجتماعية حيث وجد أن الأسرة تركز في اتخاذ قرار السياحة على مدى توفر المناطق الترفيهية ، بينما الأفراد الأقل فئة في الأعمار فهم يركزون على الجانب الاقتصادي .

الخلاصة والتوصيات:

قامت هذه الدراسة باختبار ٤٠ عاملاً من العوامل التي تؤثر في سلوك السائح المحلي نحو السياحة الداخلية وذلك بهدف معرفة مدى تأثير هذه العوامل في عملية اتخاذ القرار السياحي للسياحة في الداخل ، وتم تطبيق الدراسة على عينة بلغ مجموعها ٢٢٢ مفردة تم اختيارهم عشوائياً في عدة مناطق سياحية بالملكة ، وباختبار هذه العوامل باستخدام أسلوب تحليل العوامل Factor Analysis توصل الباحث إلى وجود ترابط كبير بين ٦ مجموعات تشكل العوامل المؤثرة على قرار السياحة الداخلية وهذه المجموعات تم تحديدها في إطار العوامل الاقتصادية والترفيهية والاجتماعية والطبيعية والثقافية والأسرية .

وباختبار مدى أهمية هذه العوامل وجدت الدراسة أن أهم هذه العوامل والتي تؤثر في اتجاهات السائح المحلي نحو السياحة الداخلية هي العوامل الطبيعية والجغرافية ويأتي بعد هذا الترتيب العوامل الاقتصادية ثم العوامل الترفيهية فالعوامل الأسرية ثم العوامل الثقافية وأخيراً العوامل الاجتماعية ، كما توصلت الدراسة إلى أن هناك تبايناً بين خصائص السواح المحليين والعوامل السياحية خاصة في مجال المستويات العمرية حيث وجدت الدراسة أن العوامل السياحية تتأثر باختلاف الأعمار ، كما وجدت الدراسة أن هناك علاقة بين العوامل السياحية وبين الحالة الاجتماعية حيث يفضل السواح غير المتزوجين الأماكن غير المكلفة مادياً ، واختلفت العلاقة بين العوامل السياحية وبين السواح غير المتزوجين حيث يفضل المتزوجون توفر المناطق الترفيهية .

وأخيراً وجدت الدراسة أن هناك علاقة بين السائح غير السعودي والعوامل الاقتصادية والترفيهية حيث إن زيادة تكاليف السياحة المحلية تؤدي إلى عدم قيام السائح غير السعودي

بممارسة نشاط السياحة الداخلية . وتستطيع الدراسة من خلال ما توصلت إليه من معلومات قبول الفرض الأول والثاني للدراسة حيث دلت نتائج الدراسة على أن هناك اختلافا في درجة أهمية العوامل التي تساعد في اتخاذ قرار السياحة الداخلية حيث إن بعضها هام جدا والبعض أقل أهمية كما جاء في نتائج الدراسة ، وتقبل الدراسة الفرض الثاني حيث وجدت أن هناك علاقة بين سلوك السائح المحلي وغير المحلي والعوامل الاقتصادية والترفيهية بمعنى أن اعتدال الأسعار وتوفر المناطق الجميلة والجذابة تساعد في اتخاذ قرار السياحة الداخلية .

وأخيرا ترفض الدراسة الفرض الثالث حيث لم تجد الدراسة أي علاقة بين مستوى الدخل وبين قرار السياحة حيث لم يؤثر ارتفاع مستوى الدخل في قرار السياحة الخارجية وتفضيلها على السياحة الداخلية . بمعنى أنه ليس بالضرورة أن تكون الدوافع السياحية الخارجية بسبب وجود القدرة المالية لدى الأسرة حيث تؤثر العوامل الأخرى في اتخاذ قرار السياحة الخارجية وتفضيلها عن السياحة الداخلية . وبناء على النتائج التي توصلت إليها الدراسة فإنه يمكن أن تقدم بعض التوصيات التي تساعد في تطوير السياحة المحلية ويمكن تلخيص هذه التوصيات في النقاط التالية :

- ١- الاهتمام بالمناطق الطبيعية والتي تتميز بجمال طبيعتها ومناخها المعتدل ومحاولة الكشف عن المزيد من تلك المناطق الباردة صيفا وتسهيل الوصول إلى تلك المناطق وتوفير الخدمات التي يحتاجها السائح المحلي .
- ٢- تشجيع رجال الأعمال والمستثمرين على المساهمة في تطوير وتنمية السياحة الداخلية عن طريق تقديم المعونات اللازمة والإعفاءات لإقامة المشاريع السياحية .
- ٣- إقامة مصانع صغيرة لإنتاج الصناعات الحرفية والأشغال اليدوية والصناعات التكميلية التي تروج للسياحة الداخلية .
- ٤- الاهتمام بالناحية الإعلامية في الصحف والمجلات والتلفزيون بالإضافة إلى إقامة الندوات العلمية التي تتحدث عن السياحة الداخلية ويمكن أن يكون من خلال غرف التجارة السعودية .
- ٥- العناية والاهتمام بالأماكن السياحية وتوصيل الخدمات إليها ومحاولة تعريف السواح بالمناطق السياحية بفترة كافية وبصورة مستمرة ومتكررة .
- ٦- حث وكالات الطيران ومكاتب الخطوط على تنظيم رحلات سياحية في الداخل وتقديم

- بعض الحوافز التشجيعية وتوفير النشرات والكتيبات الخاصة بأماكن السياحة الداخلية .
- ٧- تشجيع الباحثين والدارسين للقيام بإجراء المزيد من الدراسات حول تطوير تنمية السياحة الداخلية وتنشيط دور مراكز البحوث والدراسات المتخصصة في مجال مواقف السائح المحلي وسلوكه تجاه السياحة الداخلية .
- ٨- المساهمة في توفير الكوادر البشرية الوطنية المتخصصة للعمل في مجال السياحة الداخلية وإثراء الجانب العلمي والتطبيقي عن طريق تنشيط مراكز التدريب المختلفة .
- ٩- العمل على توفير الخدمات السياحية بالأسعار المعقولة عن طريق تحديد جهة سياحية مسؤولة عن مراقبة الأسعار وفتح باب المنافسة في تقديم الخدمات بأسعار معقولة .
- ١٠- إيجاد شركة مساهمة تقوم بالاهتمام بالسياحة المحلية وتنظيم الاستثمار في هذا المجال للتنمية وتنشيط السياحة المحلية وإزالة جميع ما يعوق تطور صناعة السياحة .
- ١١- البحث عن الوسائل التي تساعد في تخفيض تكاليف أسعار الخدمات السياحية في الداخل حيث إن قرار السياحة الداخلية يعتمد بدرجة كبيرة على الناحية الاقتصادية حيث جاء في المرتبة الثانية من الأهمية .
- ١٢- إنشاء هيئة عليا تعنى بالسياحة على مستوى المملكة بحيث تكون قادرة على اتخاذ القرارات اللازمة للرفع من مستوى السياحة الداخلية واتخاذ الإجراءات الكفيلة بتطوير السياحة الداخلية وأن يוכל إليها تنمية واستثمار وتنشيط السياحة الداخلية إلى جانب حماية هذا النشاط والعمل على الترويج له وتمكينه من تحقيق أهدافه بالصورة السليمة .

المصادر والمراجع العربية:

- إبراهيم محمد أفندي ، (١٩٩٦) ، «تكامُل السياحة بين العمرة والقطاعات الأخرى» ، ورقة مقدمة إلى ندوة مقومات التنمية الاقتصادية بمنطقة مكة المكرمة في الفترة ٢٩ - ٣٠ شوال ، (١٤١٦هـ) ، ص ٨-١ .
- حسن حمزة حجرة ، (١٩٩٦) ، «مقومات السياحة والاصطياف في محافظة الطائف» ، ورقة مقدمة إلى ندوة مقومات التنمية الاقتصادية بمنطقة مكة المكرمة في الفترة ٢٩ - ٣٠ شوال (١٤١٦هـ) ، ص ١ - ١٢ .
- حسين كفافي ، (١٩٩١) ، رؤية عصرية للتنمية السياحية في الدول النامية ، القاهرة ، الهيئة المصرية للكتاب .
- صبري عبدالسميع حسين ، (١٩٩٢) ، أصول التسويق السياحي ، القاهرة مطبعة الطويخي .
- صلاح الدين عبدالوهاب ، (١٤١٥هـ) ، فن التخطيط السياحي ، القاهرة : الدار القومية للطباعة والنشر .
- عامر محمد فهد العبود ، (١٩٩٦) ، «السياحة والاصطياف . . . مقومات السياحة في محافظة جدة : الواقع والطموح» ورقة مقدمة إلى ندوة مقومات التنمية الاقتصادية بمنطقة مكة المكرمة في الفترة ٢٩ - ٣٠ شوال (١٤١٦هـ) ص ١-٧ .
- عبدالرحمن أبو رباح ، (١٩٨٧) ، السياحة العربية سياسة واستراتيجية ، القاهرة : مطابع الدستور التجارية .
- عبدالعزيز عبدالله كامل ، (١٩٩٦) «جدوى حسن استغلال الإمكانيات الطبيعية في السياحة في منطقة مكة المكرمة» ، ورقة مقدمة إلى ندوة مقومات التنمية الاقتصادية بمنطقة مكة المكرمة في الفترة ٢٩ - ٣٠ شوال (١٤١٦هـ) ، ص ١-١٠ .
- عبدالله علي إبراهيم ، (١٤٠٢هـ) ، هل يمكن قيام قطاع سياحي نشط في المملكة؟ ، مجلة الاقتصاد ، عدد (٢٢) .
- عبدالوهاب صلاح الدين ، (١٩٨٦) ، السياحة الدولية ، دار الهنا للطباعة والنشر .
- كايد أبو صبحه ، ونسيم إبراهيم ، (١٤٠٨هـ) ، العوامل المؤثرة على السياحة الداخلية والتتزه ، مجلة دراسات ، المجلد الخامس عشر ، العدد الثاني .
- مسعود مصطفى الكنعاني ، (١٩٩٠) علم السياحة والمتنزهات ، جامعة الموصل .

- محمود كامل ، (١٩٧٥) ، السياحة الحديثة علما وتطبيقا ، القاهرة : مطابع الهيئة المصرية العامة للكتاب .
- نبيل الروبي ، (١٩٨٥) ، اقتصاديات السياحة ، الإسكندرية : مؤسسة الثقافة الجامعية .

المراجع غير العربية:

- 1 - Engel, J. and Blank Wily, (1992), *Consumer Behavior* Chicago Press.
- 2 - James M. Poynton, (1993), *Tour design Marketing and Management*, New Jersey, Reg. Press Hall.
- 3 - Menta C. Loh James, (1991), *International Travel Marketing*.
- 4 - William L, (1987), *Consumer Behavior*, Sohn-wily and son, second ed. New york.
- 5 - William L, Wikle, (1982), *Consumer Behavior*, Drydon press, Newyork.

الملاحق

معلومات عامة

المؤهل العلمي:

- () أقل من الابتدائي () ابتدائي () متوسط () ثانوي
() دبلوم () جامعي () ماجستير () دكتوراه
() أخرى

الحالة الاجتماعية:

- () متزوج () أعزب

عدد أفراد الأسرة:

- () ٣ - ١ () ٤ - ٨ () أكثر من ٨

العمر:

- () أقل من ٢١ () ٢١ - ٣٠ () ٣١ - ٤٠ () ٤١ فأكثر

طبيعة العمل / الوظيفة أو المهنة:

- () موظف حكومي () موظف قطاع خاص () رجل أعمال/ صناعي/ تاجر
() متسبب () طالب () أخرى

مستوى الدخل الشهري:

- () أقل من ٥٠٠٠ ريال () من ٥٠٠١ - ١٠٠٠٠ ريال
() من ١٠٠٠١ - ١٥٠٠٠ ريال () أكثر من ١٥٠٠٠

الجنسية:

- () سعودي () غير سعودي

المنطقة التي تسكنها في المملكة:

- () المنطقة الغربية () المنطقة الشرقية
() المنطقة الشمالية () المنطقة الجنوبية
() المنطقة الوسطى

السؤال الأول : ما هي الدول التي قمتم بزيارتها بهدف السياحة خلال السنوات الثلاث الماضية خارج المملكة؟

- () دول أوروبية () أمريكا () آسيا
() دول أفريقية () دول عربية () دول إسلامية غير عربية
() أخرى (اذكرها)

السؤال الثاني : ما هي الفترة الزمنية التي قضيتها في الخارج بهدف السياحة خلال السنوات الثلاث الماضية؟

- () أقل من أسبوع () من أسبوع إلى شهر () أكثر من شهر

السؤال الثالث : هل سبق لك أن قمت بالسياحة داخل مناطق المملكة العربية السعودية خلال السنوات الثلاث الماضية؟

- () نعم () لا

السؤال الرابع : إذا كان الجواب بنعم ، ما هي المدينة التي قمتم بزيارتها داخل المملكة بهدف السياحة؟

- () الطائف (الشفا ، الهدا) () أبها (السودة - القرعة)
() جدة (أبهر ، الكورنيش) () الباحة
() أخرى ، ما هي

السؤال الخامس : ما هي المدة الزمنية التي قضيتها في تلك المدينة أو المدن بهدف السياحة داخل المملكة؟

- () أقل من أسبوع () من أسبوع إلى شهر () أكثر من شهر

السؤال السادس : ما نوع السكن الذي كنت تسكنه في تلك المدينة أو المدن السياحية داخل المملكة؟

- () فندق () شقة مفروشة
() منزل ملك خاص () خيام برية أو سيارة فان مجهزة
() منزل الأقرباء أو الأصدقاء () أخرى

السؤال السابع : هناك بعض الدوافع التي لها تأثير في عملية اتخاذ قرار القيام بالسياحة الداخلية ، ما هي درجة موافقتك على تأثير تلك الدوافع في اتخاذ قرار القيام بالسياحة داخل المملكة؟

الدوافع السياحية	غير موافق إطلاقاً	غير موافق	محايد	موفق	موافق جداً
تحقيق رغبة العائلة					
توفر المناظر الطبيعية الجميلة					
اعتدال الطقس في الصيف					
توفر الألعاب والبرامج الترفيهية					
قرب المدينة السياحية من المدينة التي أسكنها					
توفر أندية رياضية مختلفة					
معقولة إيجار المساكن					
توفر معالم سياحية معروفة تاريخياً					
معرفة سابقة بالمنطقة السياحية					
توفر المعلومات المطبوعة الكافية عن المدن السياحية					
تواجد الأصدقاء في المدينة السياحية					
توفر برامج سياحية متنوعة معلن عنها مسبقاً					
التأثر برأي الأصدقاء عن اختيار منطقة السياحة					
إمكانية القيام بأعمال خاصة بالإضافة إلى السياحة					
توفر حدائق للحيوانات وحديقة أحياء مائية					
ملاءمة العادات والتقاليد					
توفر أندية علمية وأدبية وثقافية					
انخفاض تكلفة المواصلات الداخلية					
توفر الاستراحات السياحية العامة والمحلية					
انخفاض تكلفة الأسعار للسلع والخدمات السياحية					

الدوافع السياحية	غير موافق إطلاقاً	غير موافق	محايد	موافق جداً
تلبية الدعوة للمشاركة في بعض المناسبات والاحتفالات				
تواجد الأهل والأقارب في المنطقة السياحية				
توفر الخصوصية للعائلات في المناطق السياحية				
توفر مساكن نظيفة مثل الفنادق والشاليهات والشقق المفروشة وبأسعار معقولة				
توفر وسائل النقل مثل الحافلات السياحية				
سهولة اللغة والتعامل مع الآخرين				
الرغبة في تقليد الغير من الذين قاموا بالسياحة المحلية				
توفر الأندية الصحية والعلاجية				
تحقيق رغبة الأبناء المتكررة لزيارة المنطقة				
كثافة الإعلانات الترويجية عن المدن السياحية				
تحقيق رغبة الزوجة الملحة للسياحة المحلية				
العروض المغرية على أسعار الفنادق والشقق				
الرغبة في زيادة المعرفة عن مناطق المملكة				
كثافة الجهود التي تبذلها وكالات السياحة المحلية				
انخفاض تكاليف السفر إلى المدن السياحية				
كثافة الجهود التسويقية المتبعة لتنشيط السياحة				
الرغبة في مشاهدة الخط الكهربائي المعلق (تلفريك) في المناطق الجبلية				
الرغبة في ممارسة هواية الصيد البري				
الرغبة في مشاهدة المتاحف والآثار				
الرغبة في زيارة معرض الكتاب أو معرض الصناعات السعودية أو معرض اللوحات الفنية				

السؤال الثامن : فيما يلي بعض المقومات السياحية التي قد تساهم في تطوير وتنمية صناعة السياحة الداخلية ، ما هي في نظرك أهمية توفر هذه المقومات في تطوير السياحة المحلية داخل المملكة؟

مقومات السياحة المحلية	غير هام	هام إلى حد ما	هام	هام جدا
القدرة علي تحقيق رغبة العائلة في المناطق السياحية				
توفر المناظر الطبيعية الجميلة				
اعتدال الطقس في الصيف				
توفر الألعاب والبرامج الترفيهية				
قرب المدينة السياحية من المدينة التي أسكنها				
توفر أنشطة رياضية مختلفة				
معقولة إيجار المساكن				
توفر معالم سياحية معروفة تاريخيا				
معرفة سابقة بالمنطقة السياحية				
توفر المعلومات المطبوعة الكافية عن المدن السياحية				
تواجد الأصدقاء في المدينة السياحية				
توفر برامج سياحية متنوعة تعلن عنها مسبقا				
التأثر برأي الأصدقاء عند اختيار منطقة السياحة				
توفر فرص للقيام بأعمال خاصة بالإضافة إلى السياحة				
توفر حدائق للحيوانات وحديقة أحياء مائية				
ملاءمة العادات والتقاليد				
توفر أنشطة علمية وأدبية وثقافية				
انخفاض تكلفة المواصلات الداخلية				
توفر أنشطة علمية وأدبية وثقافية				
انخفاض تكلفة المواصلات الداخلية				
توفر الاستراحات السياحية العامة والمحجانية				

مقامات السياحة المحلية	غير هام	هام إلى حد ما	هام	هام جدا
انخفاض تكلفة الأسعار للسلع والخدمات السياحية				
تلقي بعض الدعوات للمشاركة في بعض المناسبات				
إمكانية زيارة الأهل والأقارب في المنطقة السياحية				
توفر الأماكن الخاصة لجلوس العائلات في المناطق السياحية				
توفر مساكن نظيفة مثل الفنادق والشاليهات والشقق المفروشة وبأسعار معقولة				
توفر وسائل النقل مثل الحافلات السياحية				
سهولة اللغة والتخاطب مع الآخرين				
وجود دوافع لتقليد الغير من الذين قاموا بالسياحة المحلية				
توفر الأندية الصحية والعلاجية				
الرغبة في تحقيق رغبة الأبناء المتكررة لزيارة المنطقة				
كثافة الإعلانات الترويجية عن المدن السياحية				
وجود إمكانية لتحقيق رغبة الزوجة الملحة للسياحة المحلية				
العروض المغرية على أسعار الفنادق والشقق				
الرغبة في زيادة المعرفة عن مناطق المملكة				
كثافة الجهود التي تبذلها وكالات السياحة المحلية				
انخفاض تكاليف السفر إلى المدن السياحية				
تأثير الجهود التسويقية المتبعة لتنشيط السياحة				
إمكانية مشاهدة الخط الكهربائي المعلق (تلفريك) في المناطق الجبلية				
وجود أندية لممارسة هواية الصيد البري				
وجود المتاحف والآثار في المناطق السياحية				
قيام بعض المعارض مثل معرض الكتاب ، معرض الصناعات السعودية أو معرض اللوحات الفنية				