

التغيرات في المؤشرات الرئيسية للسياحة الداخلية في المملكة العربية السعودية (٢٠١٥-٢٠٢٢م)

د. هيفاء يحيى عبيد البلاء^(١)

الملخص:

تناولت الدراسة التغيرات في المؤشرات الرئيسية للسياحة الداخلية في المملكة العربية السعودية خلال (٢٠١٥-٢٠٢٢م) مع إبراز أهم المؤشرات التي تشكل السياحة الداخلية وهي: السياحة المحلية، والسياحة الوافدة.

ومن أهم أهداف الدراسة: رصد مؤشرات التغيير في الإنفاق السياحي في المملكة العربية السعودية خلال عام (٢٠١٥-٢٠٢٢م)، والتعرف على عدد لياالي الإقامة وأهميتها الاقتصادية للسياحة الداخلية في المملكة العربية السعودية خلال عام (٢٠١٥-٢٠٢٢م).

ولتحقيق الأهداف اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي من البيانات الصادرة من الهيئة العامة للإحصاء ووزارة السياحة (٢٠٢٣م)، والاستعانة بالبرامج الإحصائية SPSS.

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة: أن أعلى نسبة إنفاق للسياحة الداخلية كانت في عام ٢٠٢٢م والتي بلغت ٢٠٥,٥٥٤ مليون ريال سعودي وذلك نتيجة التقدم الملموس في تطوير الخدمات السياحية الداخلية المقدمة للسياح بالداخل وفق خطط التنمية السياحية لرؤية ٢٠٣٠م، وأقل نسبة للإنفاق للسياحة الداخلية كانت في عام ٢٠٢٠م والتي بلغت ٦٣,٤٤٨، وذلك بسبب الحظر العالمي للسفر خارج حدود البلاد وإغلاق أغلب المناطق السياحية العالمية. والسياحة الداخلية هي الركيزة الأساسية للنمو والاستقرار: وتعافت السياحة الداخلية بشكل كامل في عام ٢٠٢٢ وشهدت انتعاشاً كاملاً للسياحة المحلية، حيث عادت إلى مستويات مرتفعة من حيث عدد الرحلات السياحية أو الإنفاق السياحي بعد جائحة كورونا العالمية، وزيادة أعداد السياح المحليين من ٤٢,١ مليون رحلة في ٢٠٢٠م إلى ٧٧,٨ مليون رحلة في ٢٠٢٢م مما يعكس الاستجابة الفعالة من الأسواق المحلية ونجاح بعض الحملات الترويجية، وزيادة الارتفاع في إجمالي الإنفاق المحلي الذي بلغ في عام ٢٠٢٢م، ٢٠٥,٥٥٤ مليون ريال سعودي، وهو أعلى مستوى خلال الفترة (٢٠١٥-٢٠٢٢م).

(١) أستاذ الجغرافيا السياحية المشارك بجامعة طيبة بالمدينة المنورة.

ومن أبرز التوصيات: رفع درجة الأهمية للسياحة الداخلية وتسهيل الإجراءات السياحية للمستثمرين ورجال الأعمال للاستثمار السياحي داخل المملكة، والترويج للسياحة داخل وخارج المملكة العربية السعودية، من خلال إقامة فعاليات ومهرجانات عالمية وموسمية، مثل: شتاء طنطورة في مدينة العلا، وتنشيط وإطلاق حملات التوعية السياحية الإعلانية التي تستهدف السكان المحليين والمقيمين لتشجيع استكشاف الوجهات المحلية، ورفع مستوى الوعي العام للمواطنين بأهمية دعم السياحة الداخلية لتنمية الاقتصاد المحلي.

الكلمات المفتاحية: (السياحة الداخلية- السياحة المحلية- سياحة الوافدين- الإنفاق السياحي- عدد ليالي الإقامة).

المقدمة:

تعد السياحة إحدى أهم قطاعات الاقتصاد في العالم، ولها مكانة كبيرة في التنمية المستقبلية المستدامة للمملكة خاصة والعالم عامة، ولعبت السياحة بالمملكة العربية السعودية في الفترة الأخيرة دوراً واضحاً في إبراز أهميتها الاقتصادية كصناعة واستثمار، خصوصاً السياحة الداخلية، والتي بلغت ١٠٧,٢٥٩ مليار ريال سعودي في عام (٢٠٢٢م)، وكان لجهود الترويج للسياحة الداخلية أثر كبير في مؤشرات المردود الاقتصادي للمملكة، وحفز الاهتمام بالسياحة الداخلية على إقبال كبير، وتصدرت مدينة مكة المكرمة قائمة الوجهات السياحية حيث وصل عدد السائحين من السياحة الداخلية في عام ٢٠٢٣م ٣٠,٦٤٧ مليون سائح كأكثر وجهة محلية يأتي إليها السائحون، وبعدها على التوالي مدينة الرياض ٢٤,٩٤٧ مليون سائح، وكان الهدف الرئيسي للسياحة الداخلية هو زيارة الأهل والأصدقاء بنسبة ٣١,٨١٥ سائحاً، وبعدها جاء الجانب الترفيهي بنسبة ٢٩,٨٦٣ سائحاً.

مشكلة الدراسة:

تعد السياحة الداخلية عنصراً مهماً للدخل القومي والاقتصادي والتنموي للمملكة العربية السعودية، ويعد المجتمع السعودي مجتمعاً داعماً للسياحة الداخلية ومحباً لها، وتساعد السياحة الداخلية على تقديم فرص العمل، والحد من التسربات السياحية إلى الخارج. كما أن دراسة المؤشرات وتحليلها يساعد في وضع التوصيات والمقترحات التي تحد من التسربات الخارجية، ولمعرفة أسباب انخفاض أعداد السياح في بعض الفترات. والسياحة الداخلية بديل استراتيجي للنهوض بالقطاعات المختلفة.

وعلى الرغم من وجود العديد من الدراسات التي تناولت موضوع السياحة الداخلية على مستوى العالم وعلى المستوى المحلي إلا أنها محدودة وغير مواكبة للتنمية المستدامة حسب رؤية ٢٠٣٠م، فجاءت هذه الدراسة لإلقاء الضوء على أهم مؤشرات التغيرات الرقمية الرئيسية للسياحة الداخلية في المملكة العربية السعودية.

أهداف الدراسة:

- رصد مؤشرات التغيير الرئيسية للإنفاق السياحي في المملكة العربية السعودية خلال عام (٢٠١٥ - ٢٠٢٢م).
- التعرف على عدد لياالي الإقامة وأهميتها الاقتصادية للسياحة الداخلية في المملكة العربية السعودية خلال عام (٢٠١٥ - ٢٠٢٢م).

مصطلحات الدراسة:

السياحة الداخلية: تعددت المصطلحات والتعريفات حول السياحة الداخلية والتي تشتمل على نوعين من السياحة: (السياحة المحلية، وسياحة الوافدين) كما هو موضح في الشكل رقم (١) ومن أهم تعريفاتها:

أنها: "النشاط السياحي الذي يتم من مواطني الدولة لمُدنها المختلفة التي يوجد بها جذب سياحي أو معالم سياحية تستحق الزيارة" (كورتل، فريد، ٢٠٠٩م)، وعُرفت بأنها: "الزيارات والانتقالات التي يقوم بها المواطنون داخل حدود دولتهم" (الصيرفي، محمد، ٢٠٠٩م)، ويُعرفها (الجلاد، أحمد، ١٩٩٨م بأنها: "مجموعة العلاقات والخدمات الناجمة عن إقامة الشخص المؤقتة في بيئة جديدة ومتميزة إيكولوجيًا بعيدة عن مقر إقامة لا تحقق له ربحًا ماديًا". وعُرفت الهيئة العامة للإحصاء ٢٠٢٤م بأنها: "تمثل مجموع السياحة المحلية والسياحة الوافدة، أي: أنشطة الزوار المقيمين وغير المقيمين في البلد المرجعي كجزء من الرحلات السياحية المحلية أو الدولية".

السياحة المحلية:

عُرفت الهيئة العامة للإحصاء ٢٠٢٤م السياحة المحلية بأنها تشمل: أنشطة الزائر المقيم في البلد المرجعي، سواء كجزء من رحلة سياحية محلية أو جزء من رحلة سياحية مغادرة".

وقدمت الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني في السعودية ٢٠٢٤م تعريفًا للسياحة المحلية بأنها: "السياحة التي يمارسها المواطنون والمقيمون داخل المملكة، مما يتيح لهم استكشاف معالمها

السياحية والتراثية".، وعُرِّفت منظمة السياحة العالمية (UNWTO) السياحة المحلية بأنها: "السياحة التي تحدث عندما يسافر الأفراد داخل بلادهم لزيارة وجهات سياحية، سواء كانت لأغراض الترفيه أو العمل".

وعُرِّفها (Tourism Glossary, 2010) بأنها: "نشاط السفر داخل الدولة، حيث يشارك المواطنون في اكتشاف الوجهات المحلية وزيارة المعالم الثقافية والطبيعية".

وعُرِّف (Gossling, 2006) السياحة المحلية بأنها: "السياحة التي يشارك فيها السكان المحليون في زيارة الوجهات ضمن بلادهم، مما يعزز من دعم الاقتصاد المحلي".

ويُعرِّفها (Smith, 2010) بأنها: "النشاط السياحي الذي يمارسه السكان المحليون، حيث يستكشفون الوجهات القريبة ويشاركون في الأنشطة الثقافية".

السياحة الوافدة:

عُرِّفت منظمة السياحة العالمية (UNWTO) السياحة الوافدة بأنها: "السياحة التي تشمل الزوار الدوليين الذين يسافرون إلى دولة معينة بغرض الترفيه، أو العمل، أو الزيارة".

وعُرِّفتها الموسوعة البريطانية (<https://www.britannica.com>) بأنها: "الزيارة التي يقوم بها الأجانب إلى دولة معينة، حيث يساهم هؤلاء الزوار في الاقتصاد المحلي من خلال إنفاقهم على الخدمات والسلع".، أما الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني في السعودية (٢٠٢٤م) فعُرِّفت السياحة الوافدة بأنها: "السياحة التي تأتي من خارج المملكة، حيث يقوم السائحون الدوليون بزيارة المعالم السياحية والثقافية".

ويُعرِّف (Chen, 2021) السياحة الوافدة بأنها: "الأنشطة السياحية التي يقوم بها زوار من دول أخرى، والتي تؤثر على التبادل الثقافي والاقتصادي بين الدول". ويُعرِّف (Crouch, 2010) السياحة الوافدة بأنها: "السياحة التي تشمل جميع الزوار القادمين من دول أخرى، مما يؤدي إلى خلق فرص عمل ودخل في القطاع السياحي المحلي".



المصدر: من إعداد الباحثة.

شكل رقم (١) السياحة الداخلية

الإنفاق السياحي:

عرّفه (علام، ٢٠٠٨م) بأنه: "التقويم الاقتصادي لمجموع الخدمات المقدمة إلى السائحين، بمعنى أنه كل إنفاق من جانب السائح مقابل خدمة سياحية يحصل عليها"، وعرّفه (كافي، ٢٠٠٨م) بأنه: "مقدار ما ينفقه السياح مقابل الخدمات أثناء رحلاتهم لزيارة المواقع الأثرية والتاريخية والعتبات المقدسة، والذي يعد من زاوية أخرى إيرادًا للوحدات الخدمية العاملة في السياحة"، ويعرفه (محمد، ٢٠٠٢م) بأنه: "مجموع إنفاق أفراد المجتمع على شراء الخدمات السياحية خلال فترة سنة"، وعرّفه (الأنصاري، ٢٠٠٨م) بأنه: "كل إنفاق يتم داخل الدولة المضيافة ممن يعتبر سائحًا"، وعرّفه (جاسم، ١٩٩٨م) بأنه: "كل ما يتم إنفاقه داخل البلد المضيف ممن اعتبر سائحًا يؤثر في الاقتصاد القومي"، وزيادته ناتجة عن زيادة أعداد السياح الواصلين للبلد". وعرّفه (حسين، ١٩٩٢م) بأنه: "كل ما ينفقه السائح داخل البلد المضيف بما فيه الرسوم المتحصلة منه في المطارات والموانئ ومناطق الحدود، إضافة إلى أجور النقل والنشاطات الأخرى وتأثيرات المرور"، وعرّفه (الخوام، ٢٠٠١م) بأنه: "مقدار ما ينفقه السياح على شراء جميع أنواع السلع والخدمات في البلد المضيف، والذي يعد إيرادًا للوحدات الاقتصادية (الخدمية) العاملة في المجال السياحي".

ليالي الإقامة:

ليالي الإقامة هي: فترة زمنية محددة يُقصد بها إقامة الفرد في مكان معين، سواء كان ذلك في فندق، أو منزل، أو أي نوع آخر من أماكن الإقامة. تُستخدم هذه العبارة عادةً في السياحة أو السفر، حيث يشير المصطلح إلى المدة التي يقضيها النزلاء في مكان الإقامة قبل مغادرتهم. تشمل ليالي الإقامة جميع الخدمات المقدمة خلال تلك الفترة، مثل: الإقامة، والطعام، والترفيه.

عرف "Tina B. Roberts و Tim Knowles في كتابه "Hospitality Management مصطلح "ليالي الإقامة (Nights Stayed)" بأنه: "يشير إلى عدد الليالي التي يقضيها النزلاء في مكان الإقامة، مثل فندق أو منتجع. يُستخدم هذا المصطلح في صناعة الضيافة لتحديد مدة الإقامة ولحساب التكاليف والإيرادات".

عدد السياح:

التعريف الرسمي: تُعرّف منظمة السياحة العالمية (UNWTO) عدد السياح بأنه: "إجمالي الزوار الذين يزورون وجهة سياحية، سواء كانوا سياحًا دوليين (قادمين من دول أخرى) أو سياحًا محليين (من داخل نفس الدولة)". وعرف مركز الإحصاء الوطني عدد السياح بأنه: "عدد الأفراد الذين يزورون منطقة معينة لأغراض الترفيه أو العمل، ويقاس عادةً على أساس فترة زمنية محددة".

وجاء (Kotler, P., & Armstrong, G. 2018) بتعريف عدد السياح أنه يُعتبر مؤشرًا على النشاط السياحي، ويعكس قدرة الوجهات السياحية على جذب الزوار.

أهمية الدراسة:

تساهم في بناء وإعادة ترتيب الأولوية للسياحة الداخلية، وتساعد المستثمرين ومتخذي القرار في إدراك أهمية العمل على الاستثمارات في السياحة الداخلية للمملكة العربية السعودية، وإبراز التغيرات في المؤشرات الرئيسية والحديثة لأهمية السياحة الداخلية للمملكة العربية السعودية.

أهمية السياحة الداخلية:

- تعزيز الاقتصاد المحلي؛ حيث تساهم السياحة الداخلية في زيادة الإيرادات المحلية من خلال إنفاق السياح على الخدمات، مثل: الفنادق، والمطاعم، والأنشطة الترفيهية.

- خلق فرص العمل؛ حيث تؤدي زيادة الحركة السياحية إلى توفير فرص عمل جديدة في مختلف القطاعات المرتبطة بالسياحة، مثل: الضيافة، والنقل، والتسويق.
- ترويج الثقافة المحلية: تسهم في تعزيز الهوية الثقافية المحلية.
- تحقيق التنمية المستدامة: تساهم السياحة الداخلية في دعم المجتمعات المحلية وتعزيز الاستخدام المستدام للموارد الطبيعية، مما يؤدي إلى الحفاظ على البيئة.
- تحسين البنية التحتية: يؤدي ازدياد الطلب على الخدمات السياحية إلى تطوير وتحسين البنية التحتية، مثل: الطرق، والمرافق العامة، ووسائل النقل.
- تخفيف الضغوط على الوجهات الخارجية: تشجيع السياحة الداخلية يمكن أن يخفف من الزحام والضغط على الوجهات السياحية الدولية، مما يساعد في توزيع الزوار بشكل متوازن.
- تعزيز الروابط الاجتماعية: تشجع السياحة الداخلية العائلات والأصدقاء على قضاء وقت ممتع معاً، مما يعزز الروابط الاجتماعية.

منطقة الدراسة:

تقع المملكة العربية السعودية وهي منطقة الدراسة في أقصى الجنوب الغربي لقارة آسيا، بين خطي طول (٥٦° و ٣٤° شرقاً)، ودائرتي عرض (١٦° و ٣٣° شمالاً) (وزارة الخارجية، ٢٠٢٤م)، حيث يحدها شمالاً دولة الكويت والمملكة الأردنية الهاشمية وجمهورية العراق وجنوباً كل من سلطنة عمان وجمهورية اليمن، وغرباً البحر الأحمر، وشرقاً الخليج العربي ودولة الإمارات العربية ومملكة البحرين المتحدة ودولة قطر. موضح بالشكل رقم (٢).

وقد بلغ عدد السكان حسب إحصاءات عام ٢٠٢٤م حوالي ٣٢.١٧٥ مليون نسمة، يتوزعون في المناطق الإدارية بالمملكة والبالغ عددها ١٣ منطقة إدارية (مصلحة الإحصاءات العامة والمعلومات، ٢٠٢٤م). كما تتميز المملكة بتنوع المقومات السياحية وبمكائنها الدينية، في مكة المكرمة والمدينة المنورة عند المسلمين.



المصدر: خريطة المملكة من هيئة المساحة الجيولوجية السعودية، وزارة البترول والثروة المعدنية، ١٤٤٣هـ.

شكل رقم (٢) منطقة الدراسة

مصادر البيانات ومنهج الدراسة:

طبيعة الموضوع يتطلب الاعتماد على أكثر من مصدر وطريقة، وحتى تتحقق المعالجة الشاملة المطلوبة وتتحقق أهداف الدراسة بسهولة ويُسر شملت المنهج المستخدم وهو المنهج الوصفي التحليلي؛ ولتحقيق أهداف الدراسة استخدمت الدراسة البيانات الصادرة من الهيئة العامة للإحصاء، ومن أهم المصادر ما يلي:

- مصادر جاهزة: شملت كُتُبًا وتقارير ودراسات وأبحاثًا، وإحصائيات وخرائط، ودوريات علمية وغيرها المتعلقة بالسياحة الداخلية أو لها صلة بموضوع الدراسة والتي أمدته بالمعلومات والبيانات التي تخدم أهدافه.
- مصادر أولية: تم التوصل منها إلى بعض البيانات اللازمة لأهداف الدراسة اعتمادًا على بيانات أولية من بيانات الهيئة العامة للإحصاء والهيئة العامة للسياحة والآثار

(<https://www.stats.gov.sa/ar/1023>) خلال الفترة الزمنية (٢٠١٥-٢٠٢٣م) والتي توضح البيانات الإحصائية للسياحة الداخلية من أجل معرفة المؤشرات السياحية للسياحة الداخلية بالمملكة العربية السعودية. والأساليب الإحصائية لمعرفة النسب والدرجات في المؤشرات السياحية (عدد الليالي - الإنفاق السياحي - عدد السياح).

مجتمع الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة في جميع بيانات السياحة الداخلية (سياحة محلية، وسياحة الوافدين).

طرق تحليل البيانات:

نظرًا لأهمية الدراسة وأهمية معرفة بعض المتغيرات بصورة واضحة وشفافة؛ تم استخدام أكثر من أسلوب إحصائي كمي عبر برنامج SPSS ومنها: التكرارات والنسب المئوية لوصف مجتمع الدراسة بالنسبة للمعلومات الأولية، والمتوسط الحسابي وذلك لحساب القيمة التي يعطيها أفراد مجتمع الدراسة لكل فقرة من فقرات المجال، والمتوسط الحسابي العام لكل مجال.

أسلوب تمثيل البيانات:

الأسلوب الكارتوجرافي المتمثل في استخدام الجداول التكرارية وتمثيلها بالجدول والرسوم البيانية المختلفة؛ لتوضيح وفهم التغيرات في المؤشرات للسياحة الداخلية.

حدود البحث:

حددت هذه الدراسة بعدد من المحددات المكانية والزمنية والموضوعية وهي كالتالي:

- الحدود المكانية: جميع السائحين داخل المملكة العربية السعودية.
- الحدود الزمنية: الفترة التي تمت فيها الدراسة من عام ٢٠١٥-٢٠٢٢م.
- الحدود الموضوعية: إن مجال هذه الدراسة يتركز أساسًا على التغيرات في المؤشرات الرئيسية للسياحة الداخلية في المملكة العربية السعودية خلال (٢٠١٥-٢٠٢٢م) مع إبراز أهم المؤشرات التي تشكل السياحة الداخلية وهي السياحة المحلية وسياحة الوافدين.

الدراسات السابقة:

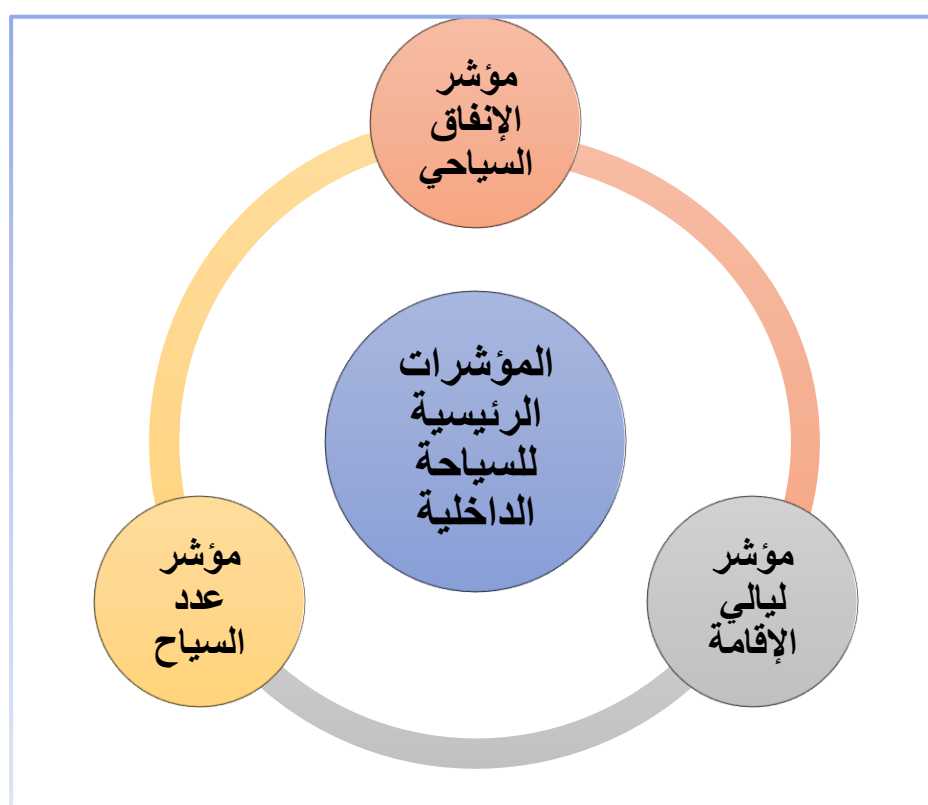
هناك العديد من الأبحاث على المستوى المحلي والإقليمي والدولي التي تناولت السياحة الداخلية بوجه عام، ولكن هناك القليل من الدراسات التي ناقشت المؤشرات والتغيرات للسياحة الداخلية رغم أهميتها

الاقتصادية في المملكة العربية السعودية. ونظرًا لذلك فقد تم عرض عدد من الدراسات السابقة التي تناولت السياحة الداخلية وهي كالتالي:

دراسة (سامي، ٢٠١٦م) أثر الإعلام السياحي على تحسين صورة السياحة الداخلية في الجزائر من وجهة نظر السياح المحليين، وهدفت الدراسة لإبراز العلاقة بمؤثرات الإعلام وتحسين الصورة الإيجابية للسياحة الداخلية، واعتمدت الدراسة على المنهج التحليلي العلمي الوصفي من خلال الدراسة الميدانية لدراسة خصائص سياحة الداخل، واعتمدت على عينة عشوائية بسيطة، وتوصلت الدراسة لمجموعة من النتائج من أهمها: إعداد استراتيجية وطنية للإعلام السياحي وتوسيع الاستثمار في مختلف الأنشطة للسياحة الداخلية. وأظهرت دراسة (إسماعيل، وآخرون، ٢٠١٦م) المعوقات الاجتماعية والاقتصادية للسياحة الداخلية، ومن أهم أهدافها التعرف على المعوقات الاجتماعية والاقتصادية للسياحة الداخلية، واستخدمت المنهج الوصفي التحليلي (الاستبانة والمقابلة) ومن أبرز النتائج: ارتفاع تكاليف السياحة الداخلية، وتدني مستوى المعاملة، وعدم وجود استراتيجية واضحة، وتوصلت الدراسة إلى: التوصية بوضع استراتيجية شاملة للنشاط السياحي، وأهمية تسعير الخدمات، وضع برامج توعوية مدروسة. وذكرت (الشمري، ٢٠١٨م) مقومات السياحة في المملكة العربية السعودية ورؤية ٢٠٣٠م، وكانت من أهم أهدافها: دراسة العقبات التي تواجه النمو والتطور السياحي في المملكة العربية السعودية لتحقيق أهداف الرؤية ٢٠٣٠م، واستخدمت الدراسة المنهج المسحي والوصفي التحليلي، وكانت من أهم نتائجها: مدى تأثير المقومات الطبيعية والبشرية على التنمية السياحية في المملكة العربية السعودية، واعتبار البنية الأساسية والتحتية داعماً لتنمية القطاع السياحي. وذكرت (حمزة، ومهدي، ٢٠١٨م) دور الوكالات السياحية في تنمية السياحة الداخلية. وكانت أهم أهدافها: التعرف على مدى تأثير الوكالات السياحية في تطوير قطاع السياحة الداخلية. واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي والمنهج التاريخي، وأهم النتائج: تشجيع السياحة المحلية، والعمل على تطويرها وتنميتها، ومساهمة كل الأطراف في القطاع السياحي لتطويرها وجعلها وجهة سياحية عالمية.

وجاءت دراسة (سليمان، ومحمد، ٢٠٢١م) تحديات السياحة الداخلية والسلوك الخاطئ للسائح، وكان الهدف من الدراسة هو تحقيق توافر التعليمات المتعلقة بالسلوكيات السليمة وتحديات السياحة الداخلية، واستخدمت الدراسة المنهج التحليلي من خلال توزيع عينة على السياح المحليين، وأوضحت نتائج الدراسة مجموعة من التحديات التي تتعلق بسياحة الشواطئ في عدم كفاية الخدمات للسياحة الداخلية، والتوصية بتقديم قواعد أساسية لسلوك الزائر من خلال الإعلانات عن مسابقات دورية، وتناولت

(دنيا، فطيمة، ٢٠٢٢م) دور مؤثري السياحة والسفر في تنمية السياحة الداخلية بالمملكة العربية السعودية: دراسة ميدانية من وجهة نظر متابعيهم، هدفت الدراسة للتعرف على دوافع المؤثرين وتنمية وتنشيط السياحة بالمملكة العربية السعودية، واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي بالتطبيق على عينة الدراسة باستخدام الاستبيان الإلكتروني، ومن أهم النتائج: أن سناب شات من أكثر المنصات التي يتابعها أكثر مفردات العينة. ودراسة (رزوقي، ٢٠٢٢م) التي هدفت إلى التعرف على مقومات ومؤشرات السياحة الداخلية في الجزائر، ومن أهم أهدافها إبراز المقومات للسياحة الداخلية وأهم سبل ترقيتها، واعتمدت الدراسة على المنهج التحليلي للبيانات الصادرة من أطلس بيانات العالم وتحليل المؤشرات المعطاة من خلالها وكانت من أهم نتائجها وضع سياسة ترويجية فعّالة وواعية داخل وخارج البلاد والعمل على الاهتمام المستمر بالقطاع السياحي وأهداف التنمية.



المصدر: من إعداد الباحثة.

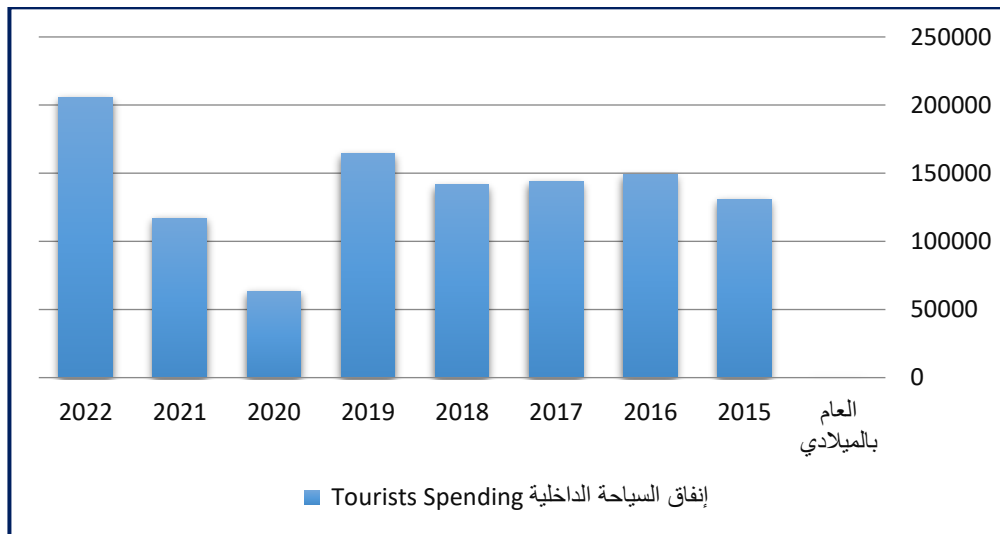
الشكل رقم (٣) المؤشرات الرئيسية للسياحة

التحليل والمناقشة:

يناقش البحث التغيرات في المؤشرات الرئيسية للسياحة الداخلية في المملكة العربية السعودية للأعوام (٢٠١٥-٢٠٢٣م)، ويستعرض البحث ثلاثة مؤشرات رئيسية وهي: (مؤشر الإنفاق السياحي - مؤشر ليالي الإقامة - مؤشر عدد السياح) كما هو موضح بالشكل رقم (٣).

المؤشر الأول: مؤشر الإنفاق السياحي:

الإنفاق السياحي هو كل ما يُنفقه السائح داخل البلد المضيف، ويتضح من خلال الجدول رقم (١) والشكل رقم (٤) أن أعلى نسبة إنفاق للسياحة الداخلية كانت في عام ٢٠٢٢م والتي بلغت ٢٠٥,٥٥٤ مليون ريال سعودي وذلك نتيجة التقدم الملموس في تطوير الخدمات السياحية الداخلية المقدمة للسياح بالداخل وفق خطط التنمية السياحية لرؤية ٢٠٣٠م، وذلك بعد التعافي من جائحة كورونا ورغبة أكثر السياح الداخليين باستكشاف السياحة الداخلية. في حين كانت أقل نسبة للإنفاق للسياحة الداخلية في عام ٢٠٢٠م والتي بلغت ٦٣,٤٤٨، وذلك بسبب الحظر العالمي للسفر خارج حدود البلاد، وإغلاق أغلب المناطق السياحية. العالمية مما يوضح نسب التغيرات في مؤشرات الإنفاق بسبب الظروف الصحية العالمية والإغلاق العالمي الذي أثر في ميزانية معظم الدول، وبلغ أعلى متوسط نسبة للإنفاق السياحي الداخلي في عام ٢٠٢٢م، بـ ٧,٢٨٦ ريالاً سعودياً في الرحلة، وبلغ متوسط الإنفاق للسياحة المحلية والسياحة الوافدة على التوالي ١,٣٧٨، ٥,٩٠٨ مليون ريال سعودي، ويوضح عام ٢٠٢٢م انتعاشاً قوياً للسياحة المحلية.



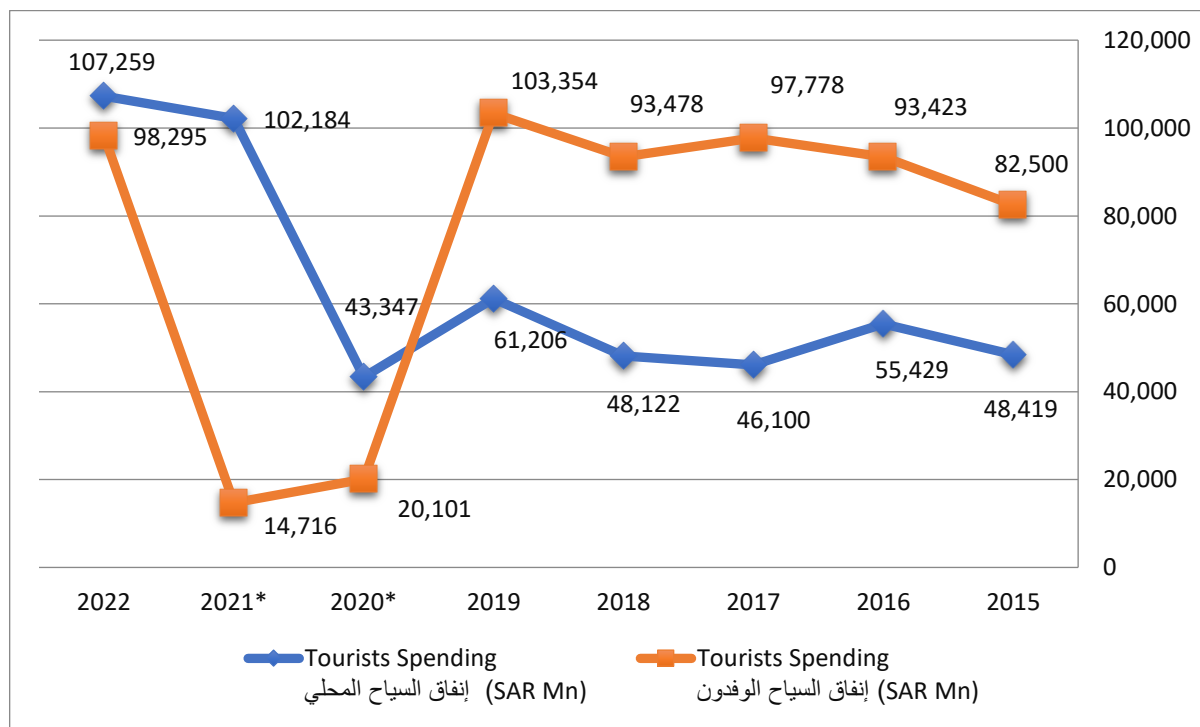
المصدر: من إعداد الباحثة بناءً على بيانات الهيئة العامة للإحصاء (٢٠٢٣م).

الشكل رقم (٤) إجمالي إنفاق السياح من عام ٢٠١٥-٢٠٢٢م

الجدول رقم (١) إجمالي إنفاق السياح من عام ٢٠١٥-٢٠٢٢م

Average Tourists Spending متوسط إنفاق السياحة الداخلية (ريال) (SAR)	Tourists Spending إنفاق السياحة الداخلية (SAR Mn)	Average Spending per Trip متوسط إنفاق السائح على الرحلة (ريال) (SAR)	Tourists Spending إنفاق السياح الوافدين (SAR Mn)	Average Spending per Trip متوسط إنفاق السائح على الرحلة (ريال) (SAR)	Tourists Spending إنفاق السياح المحلي (SAR Mn)	العام بالميلادي
٥,٦٢٧	١٣٠,٩١٩	٤,٥٨٥	٨٢,٥٠٠	١,٠٤٢	٤٨,٤١٩	٢٠١٥
٦,٤٠٨	١٤٨,٨٥٢	٥,١٧٧	٩٣,٤٢٣	١,٢٣١	٥٥,٤٢٩	٢٠١٦
٧,١٢٢	١٤٣,٨٧٩	٦,٠٧٠	٩٧,٧٧٨	١,٠٥٢	٤٦,١٠٠	٢٠١٧
٧,٢٠٩	١٤١,٦٠٠	٦,٠٩٦	٩٣,٤٧٨	١,١١٣	٤٨,١٢٢	٢٠١٨
٧,١٧٧	١٦٤,٥٦٠	٥,٨٩٧	١٠٣,٣٥٤	١,٢٨٠	٦١,٢٠٦	٢٠١٩
٥,٨٨٦	٦٣,٤٤٨	٤,٨٥٧	٢٠,١٠١	١,٠٢٩	٤٣,٣٤٧	٢٠٢٠
٥,٨٣٣	١١٦,٩٠٠	٤,٢٣٢	١٤,٧١٦	١,٦٠١	١٠٢,١٨٤	٢٠٢١
٧,٢٨٦	٢٠٥,٥٥٤	٥,٩٠٨	٩٨,٢٩٥	١,٣٧٨	١٠٧,٢٥٩	٢٠٢٢

المصدر: من إعداد الباحثة بناءً على بيانات الهيئة العامة للإحصاء (٢٠٢٣م).



المصدر: من إعداد الباحثة بناءً على بيانات الهيئة العامة للإحصاء (٢٠٢٣م).

الشكل رقم (٥) إجمالي إنفاق السياح الوافدين والمحليين من عام ٢٠١٥-٢٠٢٢م

ويوضح الشكل رقم (٥) التباين بين إجمالي إنفاق السياحة المحلية والسياحة الوافدة؛ حيث يوضح الاستفادة المباشرة للسياحة المحلية بعد جائحة كورونا، ولا يوجد فرق كبير بين الأعوام الخمسة السابقة لجائحة كورونا العالمية، بل زاد الإنفاق بعد عام ٢٠٢٠م من ٤٣,٣٤٧ مليون ريال سعودي إلى

١٠٧,٢٥٩ مليون ريال سعودي في حين أن الإنفاق السياحي للسياحة الوافدة ظل في ارتفاع أكثر من الأعوام الخمسة السابقة لجائحة كورونا؛ فوصلت في عام ٢٠١٩م ١٠٣,٣٥٤ مليون ريال سعودي، وبعد الجائحة ارتفعت ارتفاعاً شديداً من ١٤,٧١٦ مليون ريال سعودي إلى ٩٨,٢٩٥ مليون ريال سعودي.

المؤشر الثاني: مؤشر لياالي الإقامة:

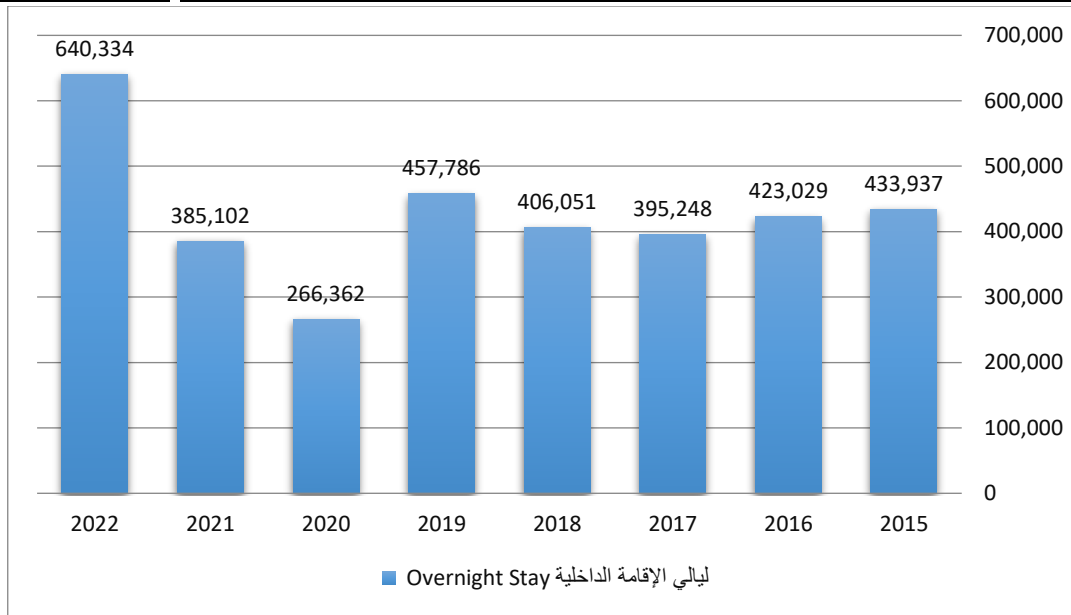
لياالي الإقامة تشير إلى عدد الليالي التي يقضيها النزير في مكان معين، مثل فندق أو منتجع. تُستخدم هذه العبارة بشكل شائع في مجال السياحة والضيافة، حيث تُعد لياالي الإقامة من العوامل الأساسية لتحديد التكلفة الإجمالية للإقامة، وكذلك لتقييم الأداء المالي للفنادق.

وهي فترة زمنية محددة يُقصد بها إقامة الفرد في مكان معين (فندق، أو منزل، أو أي نوع آخر من أماكن الإقامة)، ومن خلال الجدول رقم (٢) والشكل رقم (٦) يتبين أن أعلى نسبة لليالي الإقامة كانت عام ٢٠٢٢م والتي بلغت ٦٤٠,٣٣٤ ألف ليلة نتيجة للانفتاح المباشر بعد جائحة كورونا، ورغبة أكثر السياح الداخليين بالسياحة الداخلية ولخوف بعض السائحين من نفس الدولة من الخروج خارج حدود دولتهم، وتوابع التأثيرات الصحية أو شروط التطعيمات للسفر للخارج مما أدى إلى تنشيط السياحة الداخلية، وكان ذلك واضحاً من خلال نسبة لياالي الإقامة في عام ٢٠٢٠م والتي بلغت ٢٦٦,٣٦٢، بسبب جائحة كورونا وإغلاق أغلب المناطق السياحية.

الجدول رقم (٢) لياالي الإقامة من عام ٢٠١٥-٢٠٢٢م

العام بالميلادي	Average Length of Stay متوسط مدة الإقامة الداخلية	Overnight Stay لياالي الإقامة الداخلية	Average Length of Stay متوسط مدة الإقامة الوافدة	Overnight Stay لياالي الإقامة الوافدة	Average Length of Stay متوسط مدة الإقامة المحلية	Overnight Stay لياالي الإقامة المحلية
	ليلة	بالآلاف	ليلة	بالآلاف	ليلة	بالآلاف
٢٠١٥	٧,٩٥	٤٣٣,٩٣٧	١٠,٧	١٩٣,٠٨٤	٥,٢	٢٤٠,٨٥٣
٢٠١٦	٧,٨	٤٢٣,٠٢٩	١٠,٤	١٨٧,٢٢٥	٥,٢	٢٣٥,٨٠٤
٢٠١٧	٧,٨٥	٣٩٥,٢٤٨	١٠,٦	١٧١,٠٣٦	٥,١	٢٢٤,٢١٢
٢٠١٨	٨,٣٥	٤٠٦,٠٥١	١١,٣	١٧٣,٩٢٩	٥,٤	٢٣٢,١٢٢
٢٠١٩	٨,٢	٤٥٧,٧٨٦	١٠,٨	١٨٩,٠٣٦	٥,٦	٢٦٨,٧٥١
٢٠٢٠	٧,٢٥	٢٦٦,٣٦٢	٩,١	٣٧,٨٢٤	٥,٤	٢٢٨,٥٣٨
٢٠٢١	٧,٢٥	٣٨٥,١٠٢	٩	٣١,٧٧١	٥,٥	٣٥٣,٣٣١
٢٠٢٢	١٠,٣٥	٦٤٠,٣٣٤	١٦	٢٧٠,٧٢٨	٤,٧	٣٦٩,٦٠٦

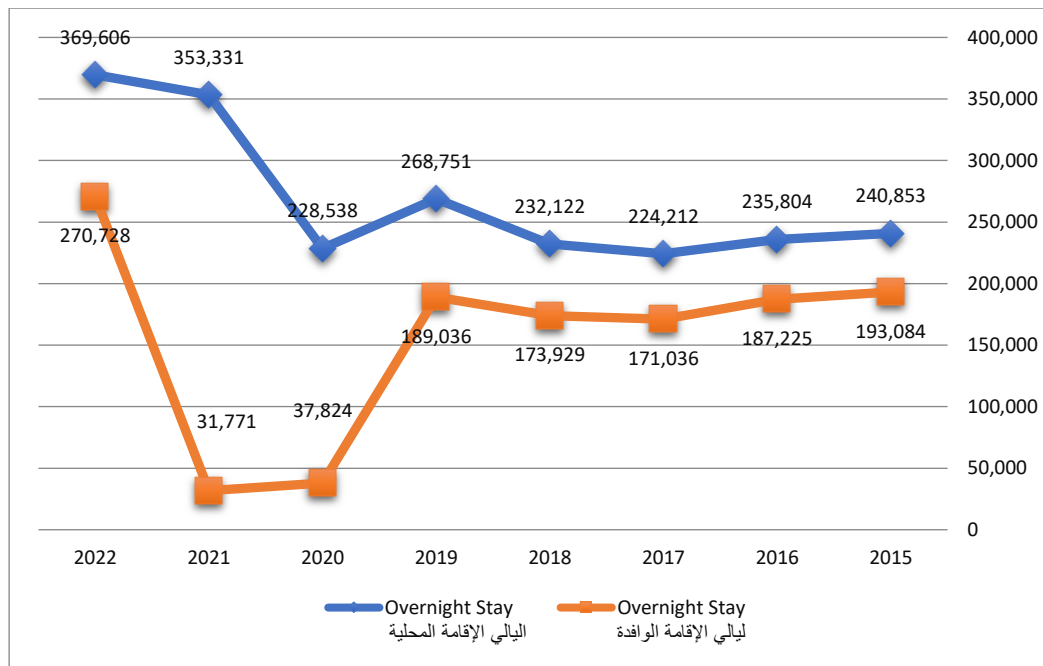
المصدر: من إعداد الباحثة بناءً على بيانات الهيئة العامة للإحصاء (٢٠٢٣م).



المصدر: من إعداد الباحثة بناءً على بيانات الهيئة العامة للإحصاء (٢٠٢٣م).

الشكل رقم (٦) عدد ليالي الإقامة الداخلية من عام ٢٠١٥-٢٠٢٢م

ويتضح من الشكل رقم (٧) أن عدد ليالي الإقامة الوافدة والمحلية من عام ٢٠١٥م حتى عام ٢٠٢٢م كانت متقاربة بمؤشرات الصعود والهبوط، وأن عام ٢٠٢٠م و٢٠٢١م بالنسبة للسياحة المحلية لم يتأثر بالتأثيرات التي تعرضت لها بعض الدول في العالم نتيجة جائحة كورونا، في حين أن السياحة الوافدة انخفضت انخفاضاً شديداً بسبب الإغلاق المباشر بالأزمة العالمية.



المصدر: من إعداد الباحثة بناءً على بيانات الهيئة العامة للإحصاء (٢٠٢٣م).

الشكل رقم (٧) عدد ليالي الإقامة الوافدة والمحلية من عام ٢٠١٥-٢٠٢٢م

المؤشر الثالث: مؤشر عدد السياح الداخليين:

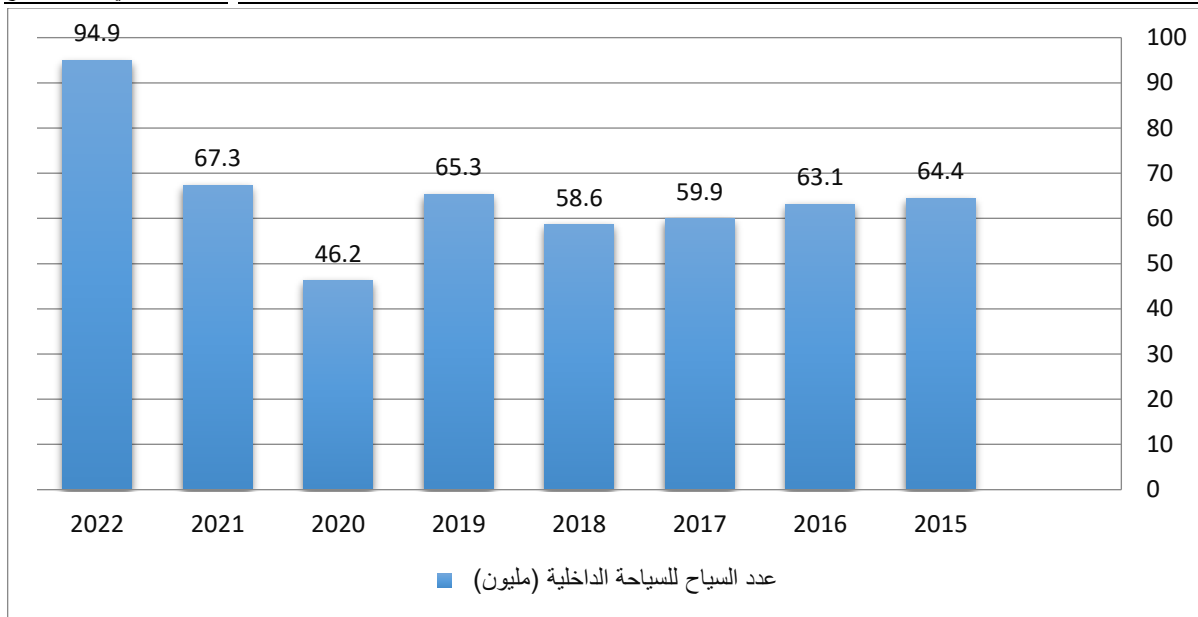
يُشير عدد السياح إلى كمية الزوار الذين يتجهون إلى وجهة سياحية معينة خلال فترة زمنية محددة. إليك بعض التعريفات المتعلقة بعدد السياح والإحصائيات الوطنية: مراكز الإحصاء في الدول تُسجل عدد السياح كجزء من بياناتها الاقتصادية، حيث يُستخدم كمؤشر على أداء القطاع السياحي. وتحليل الاتجاهات، حيث يُستخدم عدد السياح لتحليل الاتجاهات السياحية، مثل: زيادة أو انخفاض أعداد الزوار خلال مواسم معينة، مما يساعد في تخطيط الحملات التسويقية والاستثمارات، ودراسة عدد السياح مهم لفهم تأثير السياحة على الاقتصاد المحلي، والبيئة، والبنية التحتية.

ويقصد به إجمالي عدد الزوار الذين يزورون وجهة السياحة الداخلية، سواء كانوا سياحًا وافدين أو سياحًا محليين، ويتضح من خلال الجدول رقم (٣) والشكل رقم (٨) والشكل رقم (٩) أن أعلى نسبة لعدد السياح الداخليين كانت عام ٢٠٢٢م والتي بلغت ٩٤,٩ مليون سائح سعودي نتيجة لرغبة أكثر السياح الداخليين بالسياحة داخل الدولة؛ خوفًا من بعض الأسباب الصحية؛ مما أدى إلى تنشيط السياحة الداخلية، فكانت أقل نسبة لعدد السياح الداخليين في عام ٢٠٢٠م والتي بلغت ٤٦,٢ مليون سائح سعودي، وذلك بسبب جائحة كورونا وإغلاق أغلب المناطق السياحية والنسبة الأعلى كانت من السياح المحليين والتي قُدّرت بـ ٧٧,٨ مليون سائح سعودي عام ٢٠٢٢م.

الجدول رقم (٣) إجمالي عدد السياح من عام ٢٠١٥-٢٠٢٢م

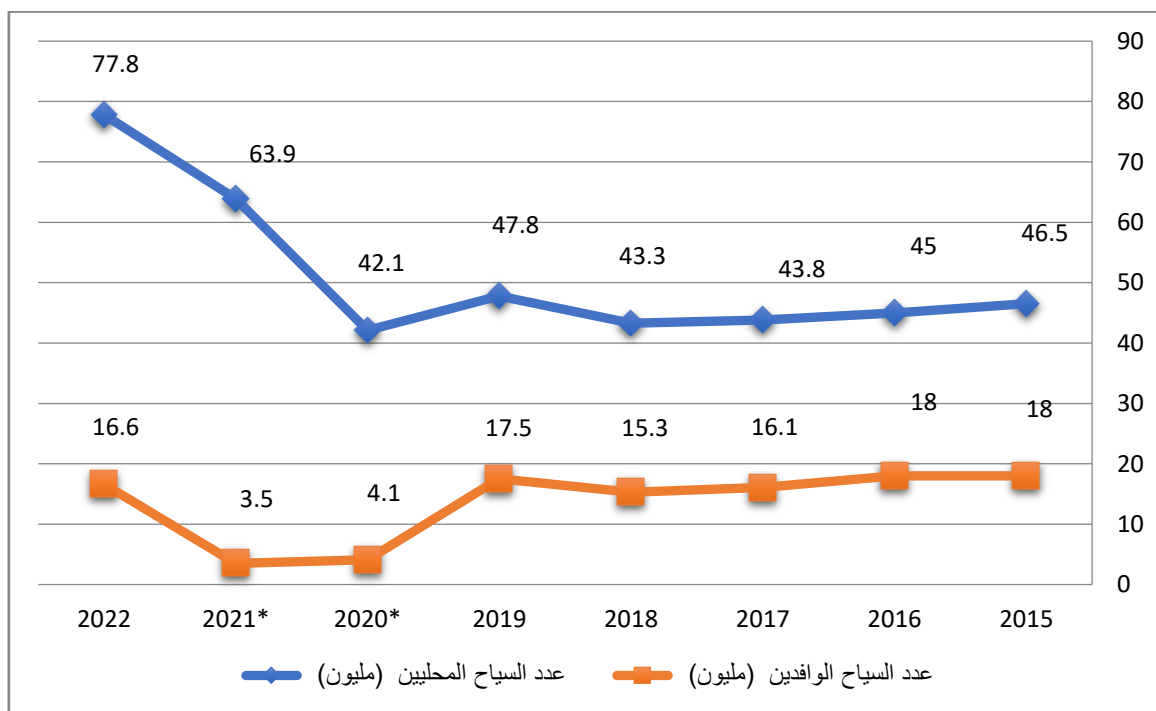
الفترة	عدد السياح المحليين (مليون)	عدد السياح الوافدين (مليون)	عدد السياح الداخليين (مليون)
٢٠١٥	٤٦,٥	١٨	٦٤,٤
٢٠١٦	٤٥	١٨	٦٣,١
٢٠١٧	٤٣,٨	١٦,١	٥٩,٩
٢٠١٨	٤٣,٣	١٥,٣	٥٨,٦
٢٠١٩	٤٧,٨	١٧,٥	٦٥,٣
٢٠٢٠	٤٢,١	٤,١	٤٦,٢
٢٠٢١	٦٣,٩	٣,٥	٦٧,٣
٢٠٢٢	٧٧,٨	١٦,٦	٩٤,٩

المصدر: من إعداد الباحثة بناءً على بيانات الهيئة العامة للإحصاء (٢٠٢٣م).



المصدر: من إعداد الباحثة بناءً على بيانات الهيئة العامة للإحصاء (٢٠٢٣م).

الشكل رقم (٨) عدد السياح للسياحة الداخلية من عام ٢٠١٥-٢٠٢٢م



المصدر: من إعداد الباحثة بناءً على بيانات الهيئة العامة للإحصاء (٢٠٢٣م).

الشكل رقم (٩) إجمالي أعداد السياح المحليين والوافدين من عام ٢٠١٥-٢٠٢٢م

ويوضح الرسم البياني (باللون الأزرق) في الشكل رقم (٩) أن عدد السياح المحليين انخفض بشكل

ملحوظ متأثرًا بجائحة كورونا (كوفيد-١٩) وإجراءات الإغلاق العالمي، ثم انخفض بشكل حاد في ٢٠٢٠

ليصل إلى ٤٢.١ مليون، وعاد الانتعاش بعد الجائحة في عام ٢٠٢١ و٢٠٢٢ وبدأ بالارتفاع التدريجي ليصل إلى ٦٣.٩ مليون و٧٧.٨ مليون على التوالي، مما يعكس عودة السياحة الداخلية بقوة.

في حين أوضح الرسم البياني (باللون الأحمر) عدد السياح الوافدين، خلال ثباتٍ نسبيٍّ قبل الجائحة وتراوح عدد السياح الوافدين بين الأعوام ٢٠١٥ و٢٠١٩م، ١٥.٣ مليون و١٧.٥ مليون على التوالي.

فكان الانهيار خلال الجائحة فيه تراجع بشكل كبير بالأعداد فوصل إلى ٣.٥ مليون في ٢٠٢٠م بسبب إغلاق الحدود وتوقف حركة السفر الدولي، وكان التعافي بعد الجائحة في عام ٢٠٢١ و٢٠٢٢م، وارتفع العدد تدريجياً إلى ١٦.٦ مليون في ٢٠٢٢م، لكنه لم يصل بعد إلى مستويات ما قبل الجائحة. وقد أثرت الجائحة على السياحة الوافدة بشكل أكبر مقارنةً بتأثيرها بالسياحة الداخلية.

والسياحة الداخلية أثبتت قدرتها على التعافي بشكل أسرع، حيث عادت إلى مستويات ما قبل الجائحة في ٢٠٢٢م.

وكان النمو السريع في عدد السياح المحليين في ٢٠٢٢م تظهر أهميته في دعم القطاع السياحي خلال الأزمات والاعتماد على السياحة الداخلية بشكل كبير.

النتائج والتوصيات:

أولاً: النتائج:

- السياحة الداخلية هي الركيزة الأساسية للنمو والاستقرار: وتتعاوى السياحة الداخلية بشكل كامل. في عام ٢٠٢٢ الذي شهد انتعاشاً كاملاً للسياحة المحلية، حيث عادت إلى مستويات مرتفعة من حيث عدد الرحلات السياحية أو الإنفاق السياحي بعد جائحة كورونا العالمية.
- وزيادة أعداد السياح المحليين من ٤٢,١ مليون رحلة في ٢٠٢٠م إلى ٧٧,٨ مليون رحلة في ٢٠٢٢م تعكس الاستجابة الفعالة من الأسواق المحلية ونجاح بعض الحملات الترويجية.
- زيادة الارتفاع في إجمالي الإنفاق المحلي، فبلغ الإنفاق في عام ٢٠٢٢م، ٢٠٥,٥٥٤ مليون ريال سعودي، وهو أعلى مستوى خلال الفترة (٢٠١٥-٢٠٢٢م).
- وهذا النمو لا يعكس تحسن العروض والخدمات المقدمة فقط، بل ويعكس ثقة المواطنين والمقيمين في قطاعات السياحة الداخلية.
- تحسن جودة خدمات السياحة الداخلية يعكس الزيادة في متوسط الإنفاق لكل رحلة في عام ٢٠٢٢م إلى ٧,٨٨٦ ريالاً سعودياً، وتحسن الخدمات السياحية وزيادة تنوع الخيارات التي تقدمها الوجهات السياحية المحلية.

- السياحة الوافدة تتعافى من تأثير الجائحة العالمية السابقة مع تقديم الخدمات الميسرة للسائح. وكان عدد السياح الوافدين قد انخفض بشكل كبير من ١٨ مليون في ٢٠١٥م إلى ٣,٥ مليون في ٢٠٢٠م بسبب قيود السفر، وعلى الرغم من التحسن في عام ٢٠٢٢م إلى ١٦,٦ مليون سائح، إلا أن الأرقام لم تصل بعد إلى مستوى ما قبل جائحة كورونا العالمية.
- بلغ متوسط ارتفاع الإنفاق لكل رحلة للسياح الوافدين في ٢٠٢٢م، ٥,٩٠٨ ريالاً سعودية، مقارنة بالأعوام السابقة، زيادة الاهتمام بالخدمات المتميزة المقدمة للسياح الدوليين، ينشط المجال لجذب سياح ذوي إنفاق مرتفع.
- زيادة متوسط مدة الإقامة وزيادة عدد الليالي السياحية أدى لارتفاع إجمالي عدد الليالي السياحية المحلية في ٢٠٢٢م إلى ٥٦٩,٠٦ ألف ليلة، مقارنة بعام ٢٠٢٠م التي بلغت ٢٤٠,٨٦ ألف ليلة، وكان متوسط مدة الإقامة للسياح المحليين ازداد في عام ٢٠١٥م من ٧,٩٥ ليلة إلى ٩,٢٤ ليلة في عام ٢٠٢٢م، ويظهر هذا التحسن في زيادة الأنشطة والباقات السياحية المقدمة، مما يشجع السياح على قضاء فترات أطول.
- كانت آثار جائحة كورونا العالمية مؤقتة، فبدأ انتعاش سريع في عام ٢٠٢١م و٢٠٢٢م، وعلى الرغم من التراجع الكبير في عام ٢٠٢٠م، إلا أن البيانات توضح قدرة قطاع السياحة على التعافي بسرعة، خاصة السياحة المحلية، وهذا التعافي يعكس انتعاش ومرونة القطاع السياحي وجهود الحكومة في دعم وتنمية السياحة خلال الجائحة.
- اتجاه ملحوظ نحو دور السياحة المستدامة وارتفاع الإنفاق على زيادة الطلب على الخبرات والتجارب المتعلقة بالطبيعة والثقافة المحلية.
- الحاجة إلى تطوير السياحة الوافدة، رغم التحسن في عام ٢٠٢٢م، لا يزال عدد السياح الوافدين أقل من مستوى عام ٢٠١٩م ما قبل الجائحة العالمية، مما يشير إلى ضرورة بذل المزيد من الجهود لاستعادة حركة السياحة الدولية.
- فرص لتحسين تسويق الوجهات الدولية في المملكة العربية السعودية وتحتاج إلى التركيز على الحملات التسويقية المستهدفة لجذب أسواق جديدة وزيادة الحصة السوقية للسياح الدوليين.

ثانياً: التوصيات:

- العمل على تطوير البنية التحتية، وتطوير الوجهات السياحية المحلية لتلبية احتياجات السياح المحليين من خلال إنشاء مرافق حديثة وخدمات سياحية متطورة.

- تحسين جودة وسائل النقل بين المدن والوجهات السياحية.
- تنوع الأنشطة السياحية، والتوسع في توفير الخبرات الجديدة مثل: السياحة الثقافية، والبيئية، والترفيهية.
- الترويج للسياحة في المملكة العربية السعودية حول العالم، والترويج للسياحة الداخلية والمحلية، والترويج للسياحة الموسمية من خلال إقامة فعاليات ومهرجانات موسمية بالمواسم مثل: شتاء طنطورة في مدينة العلا، والمواسم الدينية.
- تنشيط حملات التوعية السياحية وإطلاق حملات توعية سياحية إعلانية تستهدف السكان المحليين والمقيمين لتشجيع استكشاف الوجهات المحلية.
- رفع مستوى الوعي العام للمواطنين بأهمية دعم السياحة الداخلية لتنمية الاقتصاد المحلي.
- تشجيع عودة السياحة الوافدة، والعمل على تشجيع المبادرات لجذب السياح الدوليين من الخارج.
- تيسير الحصول على تأشيرات إلكترونية سريعة للسياح من مختلف البلدان.
- تقديم العروض السياحية بما في ذلك الإقامة والنقل لتشجيع المزيد من الوافدين.
- رفع درجة الأهمية للسياحة الداخلية وتسهيل الإجراءات السياحية للمستثمرين ورجال الأعمال للاستثمار السياحي داخل المملكة.
- توفير أفضل العروض السياحية المختلفة والعمل على جذب السياح للمواسم السياحية لتفعيل السياحة الداخلية.
- التعاون بين الأنشطة السياحية والقطاعات المختلفة كالنقل والمواصلات والصناعة والطرق الحديثة وتفعيل الذكاء الاصطناعي.
- اعتماد القنوات الإعلامية الدولية ومنصات التواصل الاجتماعي للترويج لوجهات المملكة.
- المشاركة في المعارض السياحية الدولية التي تقدم الوجهات والمعالم السياحية.
- تطوير تجربة الزوار الدوليين، ودعم المرشدين السياحيين المدربين للحصول على تعلم لغات مختلفة.
- تطوير التطبيقات الذكية التي توفر معلومات متكاملة عن الوجهات والخدمات السياحية.
- تشجيع الاستثمارات في المحميات الطبيعية وتسهيل إجراءات الاستثمارات للمستثمرين فيها بما يضمن الحفاظ على الموارد البيئية.
- تقديم برامج تثقيفية للسياح حول أهمية حماية البيئة أثناء سفرهم، وتقديم الدعم للوجهات المحلية الصغيرة.
- تشجيع السياحة في المناطق الأقل شهرة، والمساهمة في تنمية المجتمعات المحلية.
- المواجهة للآزمات المستقبلية، والتنوع والابتكار في الأسواق السياحية.

- تقليل الاعتماد على أسواق السياحة المحلية للسياحة الوافدة عن طريق استهداف أسواق جديدة.
- وضع خطة طوارئ سياحية، ووضع خطط استجابة سريعة للأزمات العالمية (مثل الأوبئة والأمراض) لضمان استمرار الأنشطة.
- ضرورة الاهتمام والإسراع من قبل الجهات المسؤولة وعلى رأسها الهيئة العامة للسياحة والآثار باتخاذ الطرق البديلة للتعويض عن فقدان أي نسب نزول، ووضع خطط بديلة للسياحة المستدامة في إدارة الأزمات والطوارئ.

المراجع:

- الأنصاري، د. رؤوف محمد علي، "السياحة في العراق ودورها في التنمية والإعمار"، الطبعة الأولى، مطبعة هادي برس، بيروت ٢٠٠٨.
- إسماعيل، فوزية، لطيف، هدى، وأبو سعيد، منى، ٢٠١٦م، المعوقات الاجتماعية والاقتصادية للسياحة الداخلية، دراسة على شرائح اجتماعية متباينة، مجلة العلوم البيئية، معهد الدراسات والبحوث، جامعة عين شمس، المجلد ٣٣، الجزء ٣. القاهرة.
- جاسم، كريم عبود، "التشابك القطاعي ضمن إطار عملية التنمية الاقتصادية الشاملة"، رسالة ماجستير، جامعة بغداد، كلية الإدارة والاقتصاد، بغداد ١٩٨٨.
- الجلال، أحمد، ١٩٩٨م، عالم الكتب، القاهرة.
- حسين، علي جلال، "التشابك القطاعي في إطار أنماط وسياسات التنمية-الأردن كحالة دراسية"، أطروحة دكتوراه، جامعة بغداد، كلية الإدارة والاقتصاد، بغداد ١٩٩٢.
- حمزة، جبراني ومهدي، حملاوي، ٢٠١٨م، دور الوكالات السياحية في تنمية السياحة الداخلية- دراسة ميدانية لعينة من الوكالات السياحية- ولاية قالمة- الجزائر، رسالة ماجستير منشورة، جامعة الجزائر الديمقراطية الشعبية.
- الخوام، عبد المطلب محمود، "العلاقة بين الاستثمارات السياحية والتأثيرات البيئية مع إشارة خاصة لتجربة العراق"، أطروحة دكتوراه، الجامعة المستنصرية، كلية الإدارة والاقتصاد، بغداد، ٢٠٠١.
- دنيا، فطيمة، ٢٠٢٢م، "دور مؤثري السياحة والسفر في تنمية السياحة الداخلية بالمملكة العربية السعودية: دراسة ميدانية من وجهة نظر متابعيهم"، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، المجلد ٥، ع ٢.
- رزوقي، هشام، ٢٠٢٢م، مقومات ومؤشرات السياحة الداخلية في الجزائر، المجلة الأورو متوسطية لاقتصاديات السياحة والفندقة، المجلد ٤، ع ٤.

- سامي، بلبخاري، ٢٠١٦م، أثر الإعلام السياحي على تحسين صورة السياحة الداخلية في الجزائر من وجهة نظر السياح المحليين - دراسة ميدانية، مجلة جامعة القدس المفتوحة للأبحاث والدراسات الإدارية والاقتصادية، المجلد ٢، ع ٦٤.
- سليمان، شيماء، ومحمد، غادة، ٢٠٢١م، تحديات السياحة الداخلية: السلوك الخاطئ للسائح، مجلة اتحاد الجامعات العربية للسياحة والضيافة، المجلد ٢٠، ع ١٤، الإسكندرية.
- الشمري، هيفاء، ٢٠١٨م، مقومات السياحة في المملكة العربية السعودية ورؤية ٢٠٣٠م.
- الصيرفي، محمد، ٢٠٠٩م، مهارات التخطيط السياحي، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، مصر.
- علام، أحمد عبد السميع، "علم الاقتصاد السياحي"، الطبعة الأولى، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية ٢٠٠٨.
- كافي، مصطفى يوسف: اقتصاديات السياحة، دار الرضا للنشر، دمشق ٢٠٠٨.
- كورتل، فريد، ٢٠٠٩م، تسويق الخدمات، دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع، ط ١، عمان، الأردن.
- محمد، د. صباح محمود، "في السياحة"، لا توجد جهة نشر، الأردن - عمان ٢٠٠٢.

المراجع الأجنبية:

- Gossling, S., & Hall, C. M. (2006). "Tourism and Global Environmental Change".
- Smith, M. K. (2010). "Issues in Cultural Tourism Studies".
- Chen, Y. (2021). "Inbound Tourism: Trends and Impacts".
- Crouch, G. I. (2010). "Tourism Economics".
- Various articles, Journal of Travel Research.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*.

المصادر:

- الموسوعة البريطانية <https://www.britannica.com>
- الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني، "استراتيجية السياحة الوطنية ٢٠٢٤م".
- <https://mt.gov.sa/about/national-tourism-strategy>.
- وزارة السياحة والآثار (٢٠٢٣م) <https://mt.gov.sa/tic/dashboard/tourism-deman>

Abstract:

The study addressed the changes in the main indicators of domestic tourism in the Kingdom of Saudi Arabia during (2015-2022 AD), highlighting the most important indicators that constitute domestic tourism, namely local tourism and expatriate tourism. One of the most important objectives of the study is to monitor the indicators of change in the tourism agreement in the Kingdom of Saudi Arabia during the year (2015-2022 AD), and to identify the number of nights of stay and its economic importance for domestic tourism in the Kingdom of Saudi Arabia during the year (2015-2022 AD). To achieve the objectives, the study relied on the descriptive approach from statistics and data issued by, as well as data issued by the General Authority for Statistics (2023 AD), and the use of various statistical programs and various charts.

Among the most important results reached by the study is that the highest percentage of spending on domestic tourism was in 2022 AD, which amounted to 205.554 million Saudi riyals, as a result of the tangible progress in developing domestic tourism services provided to tourists in the country according to the tourism development plans for Vision 2030 AD, and the lowest percentage of spending on domestic tourism was in 2020 AD, which amounted to 63.448, due to the global ban on travel outside the country's borders and the closure of most tourist areas. Global, domestic tourism is the main pillar of growth and stability: Domestic tourism fully recovered in 2022 and witnessed a full recovery in domestic tourism, as it returned to high levels in terms of the number of tourist trips or tourism spending after the global Corona pandemic, and the increase in the number of domestic tourists from 42.1 million trips in 2020 AD to 77.8 million trips in 2022 AD reflects the effective response from local markets and the success of some promotional campaigns, and the increase in the total increase in domestic spending reached in 2022 AD, 205,554 million Saudi riyals, which is the highest level during the period (2015 AD-2022 AD). The most prominent recommendations include raising the importance of domestic tourism and facilitating tourism procedures for investors and businessmen to invest in tourism within the Kingdom, promoting tourism inside and outside the Kingdom of Saudi Arabia, by holding global and seasonal events and festivals such as Winter at Tantora in the city of AlUla, activating and launching tourism awareness advertising campaigns targeting locals and residents to encourage exploration of local destinations, and raising the level of general awareness among citizens of the importance of supporting domestic tourism to develop the local economy.

Keywords: (domestic tourism - local tourism - expatriate tourism - tourism spending - number of nights of stay).