

عنوان المشروع

تحليل دور استثمار مواسم السياحة والفصول في إدارة
المشاريع الترفيهية: دراسة حالة لفعالية بر وسمر الشتوية في
المملكة العربية السعودية مكة المكرمة

اسم الطالب

أمجد عبدالله محمد الشهابي

الرقم الجامعي ٢٠٢١٢٠٤٩٩٦

مشروع تخرج – ١

كلية الإدارة – جامعة ميدأوشن

إشراف

د. منى مصطفى العشري

عضو هيئة التدريس - كلية الإدارة - جامعة ميدأوشن

الفصل الدراسي الأول

٢٠٢٤م

جدول المحتويات

٤	الفصل الأول: الإطار العام للدراسة	١
٥	مقدمة	١,١
٦	مشكلة البحث	١,٢
٧	الفجوات النظرية	١,٢,١
٧	الفجوات التطبيقية	١,٢,٢
٨	سؤال البحث الرئيسي	١,٣
٨	أهمية البحث	١,٤
٨	الأهمية النظرية	1.4.1
٨	الأهمية العملية	1.4.2
٩	اسئلة البحث	١,٥
٩	أهداف البحث	١,٦
١٠	فرضيات البحث	١,٧
١٠	نموذج البحث	١,٨
١١	هيكل المشروع	١,٩
١٢	الفصل الثاني: الإطار النظري	٢
١٣	مقدمة	٢,١
١٤	المبحث الأول: مواسم السياحة	٢,٢
٢٣	المبحث الثاني: فصول السنة	٢,٣
٢٦	المبحث الثالث: إدارة المشاريع الترفيهية	٢,٤
٣١	العلاقة بين مواسم السياحة والفصول وإدارة المشاريع الترفيهية	٢,٥
٣٦	الخاتمة	٢,٦
٣٩	استبيان	٢,٧
٤٣	الفصل الثالث: منهجية البحث	٣
٤٤	مقدمة	٣,١
٤٤	التعريفات الإجرائية لمتغيرات البحث	٣,٢
٤٤	استثمار مواسم السياحة والفصول	٣,٢,١
٤٤	إدارة المشاريع الترفيهية:	٣,٢,٢
٤٤	تصميم البحث	٣,٣
٤٥	مجتمع البحث وطرق وتقنيات أخذ العينة	٣,٤
٤٥	مجتمع البحث	٣,٤,١
٤٥	عينة البحث	٣,٤,٢
٤٥	طريقة وتقنيات أخذ العينة	٣,٤,٣
٤٥	طريقة جمع البيانات	٣,٥
٤٥	المتغير المستقل (استثمار مواسم السياحة والفصول)	٣,٥,١
٤٦	المتغير التابع (إدارة المشاريع الترفيهية)	٣,٥,٢
٤٦	أنواع البيانات	٣,٦

٤٦	بيانات أولية	٣,٦,١
٤٧	بيانات ثانوية	٣,٦,٢
٤٧	طرق وإجراءات تحليل البيانات	٣,٧
٤٨	الفصل الرابع: التحليل الوصفي لنتائج الدراسة	٤
٤٩	٤,١ المقدمة	
٤٩	٤,٢ خصائص عينة الدراسة	
٥٠	٤,٣ قياس صدق وثبات أدوات الدراسة	
٥٢	٤,٣,٢ قياس صدق وثبات اداة البحث :	

١ الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

١,١ مقدمة

شهدت صناعة المشاريع الترفيهية في المملكة العربية السعودية مؤخرًا تطورًا كبيرًا في ظل التوجه الجديد للمملكة مع رؤية ٢٠٣٠ لتنويع مصادر الدخل وعدم الاعتماد على النفط كمصدر رئيسي للدخل حيث تساهم المشاريع الترفيهية في زيادة الناتج المحلي وخلق فرص عمل للمواطنين، وسعيا لتحقيق أهداف اقتصادية وسياحية عديدة، وتُعد المملكة العربية السعودية كنزًا غنيًا بمواسمها المتنوعة، فهي جنة الفصول الأربعة ولكل فصل خصائص فريدة تُتيح فرصًا ذهبية لاستثمارها في تنظيم مشاريع ترفيهية تُثري تجربة الزوار، مما يُتيح استثمار كل موسم بفعالية لخلق تجارب ترفيهية استثنائية: ففي فصل الربيع، تُزهر الطبيعة وتُتيح ممارسة الأنشطة الترفيهية في الهواء الطلق، بينما يُمكن استغلال فصل الصيف لتنظيم الفعاليات الاحتفالية والمهرجانات الضخمة. أما فصل الخريف فيُقدم أجواءً هادئةً تُناسب الأنشطة الثقافية والفنية، بينما يُضفي فصل الشتاء دفئًا خاصًا من خلال الفعاليات الترفيهية المُغلقة، تم في هذا البحث اختيار مشروع قائم يمثل نموذج واقعي لدور استثمار مواسم الفصول في إدارة المشاريع الترفيهية وهو المشروع الترفيهي (بر وسمر) فعالية شتوية في منطقة مكة المكرمة حيث تم اختيارها من بين العديد من المشاريع الترفيهية والسياحية في المملكة حيث تميزت الفعالية بموقعها الاستثنائي في مساحة واسعة، مما أتاح إقامة العديد من الفعاليات الترفيهية المُتنوعة: من عروض مسرحية وموسيقية، إلى فعاليات تراثية وثقافية، وألعاب مخصصة للأطفال، ومناطق مُهيأة للتنزه، عاش الزوار تجربة ترفيهية تفاعلية لا مثيل لها، انطلقت رحلة "بر وسمر الشتوية" لتُضفي دفئًا على ليالي الشتاء، استمر هذا المشروع ٣ أشهر، من يناير إلى أبريل، ليُصبح وجهة مثالية للعائلات والأفراد والسياح على حدٍ سواء، لم يكن مجرد مشروع ترفيهي عابر، بل كان استثمارًا ذكيًا استغل إمكانيات موسم الشتاء على أكمل وجه.

وعادة ما تمر مواسم الفصول (الشتاء والربيع والصيف والخريف) دون استثمار جدواها الاقتصادية والاجتماعية حيث أن هنالك ارتباط كبير بينها وبين المشاريع الترفيهية وتعطي طابع تفاعلي رائع تمكن الزائر من عيش تجربة متكاملة لا تنسى تخلق له ذكريات عائلية ممتعة بكافة التفاصيل المرافقة للفعالية، لا سيما أن الترفيه وتحسين جودة الحياة باتت أهم ركائز رؤية ٢٠٣٠، من خلال الاستثمار في الترفيه يمكننا تعزيز الصحة الجسدية والنفسية، وتنمية المهارات الشخصية، وتقوية العلاقات الاجتماعية، وتحفيز التنمية الاقتصادية والثقافية، وخلق مجتمعات أكثر حيوية وجاذبية، وبرزت مواسم الفصول الأربعة كعنصر هام في إثراء هذه الصناعة، حيث تُقدم إمكانيات فريدة لتصميم مشاريع ترفيهية تناسب احتياجات مختلف الفئات العمرية، وباتت المشاريع الترفيهية ذات الطابع الزمني المحدد (الموسمية) نموذجًا حديثًا يستحق الالتفاتة إليه وتمتاز بأن لها آلية تخطيط وتنفيذ مغايرة لبقية المشاريع، وتختلف في نوعية الشريحة المستهدفة مثل استهداف الزوار لفترة زمنية تمتد من ٣ شهور إلى ٤ شهور، وفور انتهاء الفصل، ينتهي المشروع تجهيزا للموسم القادم للفعالية يأتي بطابع مختلف يناسب احتياجات الفصل القادم.

وكما هو معروف تركز المشاريع من هذا النوع على احتياجات المجتمع المتغيرة المرهونة بالنظام الفصلي والإجازات المطولة التي تمكن الشريحة المستهدفة وهي العائلة والافراد من الحضور والمساهمة في نجاح الفعالية بعدد زوار كبير، وبطبيعة الحال هذه المشاريع تعتمد على مساحات كبيرة تخضع لتقلبات الطقس ويصعب ممارسة نشاط الأعمال في الأيام التي تطلق فيها المديرية العامة للدفاع المدني تحذير بهطول أمطار أو عواصف رعدية أو رياح شديد، وسيكون هذا البحث بمثابة شرح آليات الإدارة الاحترافية والتخطيط الاستراتيجي والتنفيذية لهذه النوع من الفعاليات على ضوء ما تم دراسته في تخصص (ادارة المشاريع الاحترافية) والاعتماد على البحوث السابقة وعمل الباحث ميدانياً كمشرف في العديد من المشاريع الترفيهية حيث كان للإدارات تعاون كبير معي في تزويدي بالقوائم المالية والخطط الاستراتيجية والخدمات اللوجستية والتنفيذية والتسويقية.

يعد استثمار مواسم المواسم السياحية والفصول لصناعة المشاريع الترفيهية مشروعاً حديثاً يستحق البحث عنه وتدوين التجربة بكافة تفاصيلها لأهمية قطاع السياحة في المملكة العربية السعودية والحاجة إلى تنويع عروض الترفيه وتحسين جودة الحياة وتعويض النقص الحاصل في مثل هذه الصناعات، أملاً أن يكون هذا البحث مرجعاً للمستثمرين وحث جميع القطاعات للسير قدماً لصناعة مشروعات ترفيهيه تواكب تطلعات الرؤية بإنشاء وجهات سياحية تستقطب السياح من كل دول العالم لتكون المملكة العربية السعودية على مصاف الدول العالمية، والمساهمة في تحقيق أهداف رؤية ٢٠٣٠ من خلال إنشاء وجهات جاذبة، وتظل صناعة الترفيه في المملكة العربية السعودية المتنوعة بمواسمها وفصولها ومناخها الخلاب ذات أهمية بالغة، وسيقدم هذا البحث نظرة شاملة على هذه الصناعة، ويُساعِد على فهم التحديات التي تواجهها والوصول إلى حلول عملية للتغلب عليها، يُشكل هذا البحث مرجعاً هاماً للمستثمرين والباحثين وجميع المهتمين بإدارة صناعة الترفيه ودراسة فرص الاستثمار في هذا المجال.

٢, ١ مشكلة البحث

تمثل المواسم السياحية وفصول السنة فرصةً مميزةً لتنظيم الفعاليات الترفيهية، ولكن تواجه هذه الفعاليات بعض التحديات، مثل التقلبات المناخية وقلة الخبرات وارتفاع التكاليف، يُقدم هذا البحث حلولاً عملية للتغلب على هذه التحديات، مما يُساعد على تنظيم فعاليات ترفيهية ناجحة، ومن ابرز الحلول التخطيط المُسبق حيث يعد من أهم العوامل لضمان نجاح الفعالية، حيث يجب مراعاة توقعات الطقس واختيار أماكن مناسبة، وأيضاً الاستعانة بخبراء في مجال تنظيم المناخ والطقس لضمان سيرها بسلاسة وكفاءة وخلق تجربة تفاعلية فريدة، ويُمكن تنويع الأنشطة الترفيهية لتناسب مختلف الأذواق والفئات العمرية، مع الحرص على توفير أنشطة تتناسب مع كل موسم فصلي، مثل الألعاب الرياضية والأنشطة الثقافية والفنية بشكل عام والعديد من التجارب التفاعلية كخلق تجربة موسم (الربيع): بنزهة في الحديقة والاستمتاع بالأزهار المفتوحة وركوب الدراجات في الطرقات الخضراء. وموسم (الصيف): من خلال أنشطة منعشة كالسباحة والألعاب المائية في الشواطئ أو المسابح. وموسم (الخريف): بالمغامرات في الغابات

لمشاهدة تغير ألوان الأوراق وجمع الثمار مثل التفاح والكمثرى من البساتين. وموسم (الشتاء) للاستمتاع بالمشروبات الساخنة وقراءة كتاب بجانب المدفأة وسط أجواء شتوية دافئة والتخميم.

١,٢,١ الفجوات النظرية

لا تتوفر دراسات وأبحاث علمية كافية حول المشاريع الترفيهية المعتمدة على المواسم السياحية وفصول السنة في المملكة العربية السعودية، حيث أنها لا تعطى اهتماماً كافياً، ولا يوجد نموذج عملي يُحدد الخطوات اللازمة لتنظيم المشاريع الترفيهية الناجحة ذات الطابع التفاعلي مع الزوار، بينما تعتمد الجهات على مثل هذه التجارب التي أجريت على أرض الواقع، ولا توجد دراسات تغطي الجوانب المالية وتوفير التمويل اللازم للمشاريع الترفيهية والجوانب التنظيمية لتنسيق العمل بين مختلف الجهات المعنية بتخطيط وتنفيذ المشروع والجوانب التسويقية كجذب الزوار للمشاريع الترفيهية الموسمية والجانب التنسيقي مع الشركات والمطاعم لتوفير الخدمات والجانب الإعلامي لتنسيق الدعاية والجانب الترفيهي باستقطاب الألعاب الهوائية والإلكترونية وغيرها، بالتالي يوجد شح في البيانات المتعلقة بهذا النموذج الحديث حيث أنه يحتاج إلى بحث أكاديمي يساعد في جمع وتحليل البيانات المتعلقة بالفعاليات الترفيهية في المملكة العربية السعودية، مثل: عدد الحضور ونوعية الأنشطة التي لاقت استحسان الزوار، وقد لا ترغب بعض الجهات المنظمة في مشاركة البيانات الخاصة بالفعاليات خوفاً من المنافسة، وتسبب هذه الفجوات النظرية صعوبة في التخطيط للفعاليات بشكل فعال دون وجود بيانات كافية عن احتياجات الزوار والأنشطة التي تُحقق النجاح، وبشكل عام تُعيق قلة البيانات إدارة المجال، حيث لا تتوفر معلومات كافية عن أفضل الممارسات والتقنيات المستخدمة سابقاً.

١,٢,٢ الفجوات التطبيقية

بشكل عام هناك حاجة إلى مزيد من البحث لسد الفجوات من الناحية العملية في البحث مثل نقص الدراسات التطبيقية حيث تفترق الدراسات إلى تطبيقات عملية على أرض الواقع وقلة التركيز على مواسم السياحة حيث تُركز معظم الدراسات على جذب السياح الأجانب، بينما تُهمل أهمية تنمية السياحة المحلية، وقلة الدراسات التي تُقيم احتياجات وتفضيلات السياح المحليين في المملكة العربية السعودية للمواسم السياحية وفصول السنة، وتشير بعض الدراسات إلى نقص التكامل بين القطاعين العام والخاص في تنفيذ المشاريع الترفيهية، وقلة البيانات المتاحة حول العوائد الاقتصادية للمشاريع الترفيهية، ولا ينسر أن هناك نقص في الكوادر المؤهلة للعمل في صناعة الترفيه كالعمل المسرحي وتقديم الألوان التراثية وألعاب السيرك والمهرجين وغيرها، هناك حاجة إلى تدريب المزيد من الكوادر في هذا المجال يحقق توافرها بشكل كافٍ، ويمثل هذا النقص عائقاً أمام تنوع العروض الترفيهية وتقديم محتوى إبداعي يلبي احتياجات الزوار، بالتالي يضطر المنظمون إلى الاعتماد بشكل كبير على الكوادر الأجنبية، مما يُشكل عبئاً مادياً على المؤسسات الترفيهية، وتباين ثقافي يظهر من خلال اختلاف القيم والعادات والتقاليد بين المجتمع السعودي والثقافات الأجنبية، وصعوبة فهم بعض الأنشطة المسرحية، ويفقد المواطنون فرص العمل في هذا المجال الواعد، مما يُؤثر على تنمية الاقتصاد الوطني.

١,٣ سؤال البحث الرئيسي

تتناول هذه الدراسة التساؤل البحثي الرئيسي التالي:

" ما هو دور استثمار المواسم السياحية والفصول في إدارة المشاريع الترفيهية؟ "

١,٤ أهمية البحث

يُعد هذا البحث ذا أهمية كبيرة لفهم احتياجات السوق من حيث الفعاليات والأنشطة الترفيهية في المواسم السياحية وفصول السنة في المملكة العربية السعودية ومن خلال اتباع المنهجية المطروحة وجمع البيانات وتحليلها وتحديد أفضل الممارسات وإدارة خطة عمل، يُمكن تنظيم فعاليات ترفيهية شتوية ناجحة تلبي احتياجات الزوار وتحقق توقعاتهم.

١,٤,١ الأهمية النظرية

يساعد هذا البحث على فهم احتياجات السوق من حيث الفعاليات والأنشطة الترفيهية لكل فصل خلال السنة، وتحديد أفضل الطرق لتلبية توقعات الزوار واشباع تطلعاتهم، ويساهم أيضاً في تحديد عوامل نجاح الفعاليات، ومعرفة المعوقات والتحديات التي تواجه استثمار مواسم فصول السنة في إدارة المشاريع الترفيهية، ومن المتوقع أن يقدم هذا البحث معلومات عن احتياجات السوق لهذه الصناعة الحديثة حيث سيتم تحديد أفضل الطرق لتلبية احتياجات الجمهور والأنشطة التي تُحقق النجاح، وتحديد أفضل الممارسات والتقنيات المستخدمة في تنظيم الفعاليات، مما يسهل خفض التكلفة مستقبلاً، وتوفير معلومات قيّمة حول احتياجات الجمهور والأنشطة التي تُحقق النجاح، وعموماً تظهر جلياً أهمية البحث من خلال بيان طرق التخطيط للفعاليات وآليات إدارة تكلفة الفعاليات وإدارة مجال تنظيم الفعاليات بدراسة الفرص الواعدة بهذه الصناعة لتعزيز التعاون بين الجهات المختلفة وإثراء الحياة الثقافية وتحسين جودة الحياة بالمملكة العربية السعودية.

١,٤,٢ الأهمية العملية

إجراء استطلاع رأي للتعرف على احتياجات الزوار من حيث الفعاليات والأنشطة الترفيهية لكل فصل، واستخدام أدوات التحليل الإحصائي لتحديد العوامل المؤثرة في نجاح الفعاليات المعتمدة على فصول السنة والمواسم، واستعراض الممارسات العالمية والتجارب السابقة، مثل استخدام تقنيات الواقع الافتراضي أو الواقع المعزز، وضع خطة عمل تتضمن أهدافاً محددة واستراتيجيات ناجحة لتنفيذ المشروع، بتخصيص الموارد المالية لكل مرحلة وزيادة نسبة رضا الزوار عن الفعاليات، وتحديد مراحل تنفيذ المشروع، وتصميم رسائل ترويجية فعالة، وتحديد مراحل تنفيذ المشروع، تخصيص الموارد المالية لكل مرحلة، لتحقيق

عائد استثماري مرتفع، ولإدارة مشاريع ترفيهية مبتكرة تلبي احتياجات الزوار، ومواكبة التطورات العالمية في مجال الترفيه، ولتعزيز تنافسية المشاريع الترفيهية.

١,٥ اسئلة البحث

ومن خلال استعراض ما سبق فيما يخص دور استثمار المواسم السياحية والفصول في إدارة المشاريع الترفيهية وتحسين مخرجاتها يظهر لنا تساؤل رئيسي وهو هل يعد استثمار المواسم السياحية والفصول مطلب أساسي لإدارة المشاريع الترفيهية؟

ومن هنا يمكن مناقشة عدد من الأسئلة الفرعية والتي تساعد الباحث في الإجابة على السؤال الرئيسي:

- ماذا يعني استثمار المواسم السياحية والفصول؟ وما هي الأدوار التي تقدمها لإدارة المشاريع الترفيهية
- كيف يساهم استثمار المواسم السياحية والفصول في ملامسة احتياجات الزوار العاطفية وتفاعلهم معها؟
- ماهي العوائق التي تواجهنا في استهداف المواسم السياحية والفصول حين تنفيذ المشاريع الترفيهية؟

١,٦ أهداف البحث

- مناقشة مجموعة من الدراسات السابقة لتقديم نموذج حديث لتحديد مدى العلاقة بين استثمار المواسم السياحية والفصول وإدارة المشاريع الترفيهية.
- تأثير تفاعل الزوار في المواسم السياحية والفصول على تلك المشاريع من خلال نجاحها أو فشلها.
- تقييم اهتمام المستثمرين بالمشاريع الترفيهية باستهداف المواسم السياحية والفصول من خلال تشخيص الواقع وأهمية تطبيقها.

١,٧ فرضيات البحث

الفرضية الأولى H1:

توجد علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية لدور استثمار المواسم السياحية والفصول في إدارة المشاريع الترفيهية.

الفرضية الفرعية الأولى Ha:

توجد علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين تقديم نماذج لاستثمار المواسم السياحية والفصول وإدارة المشاريع الترفيهية.

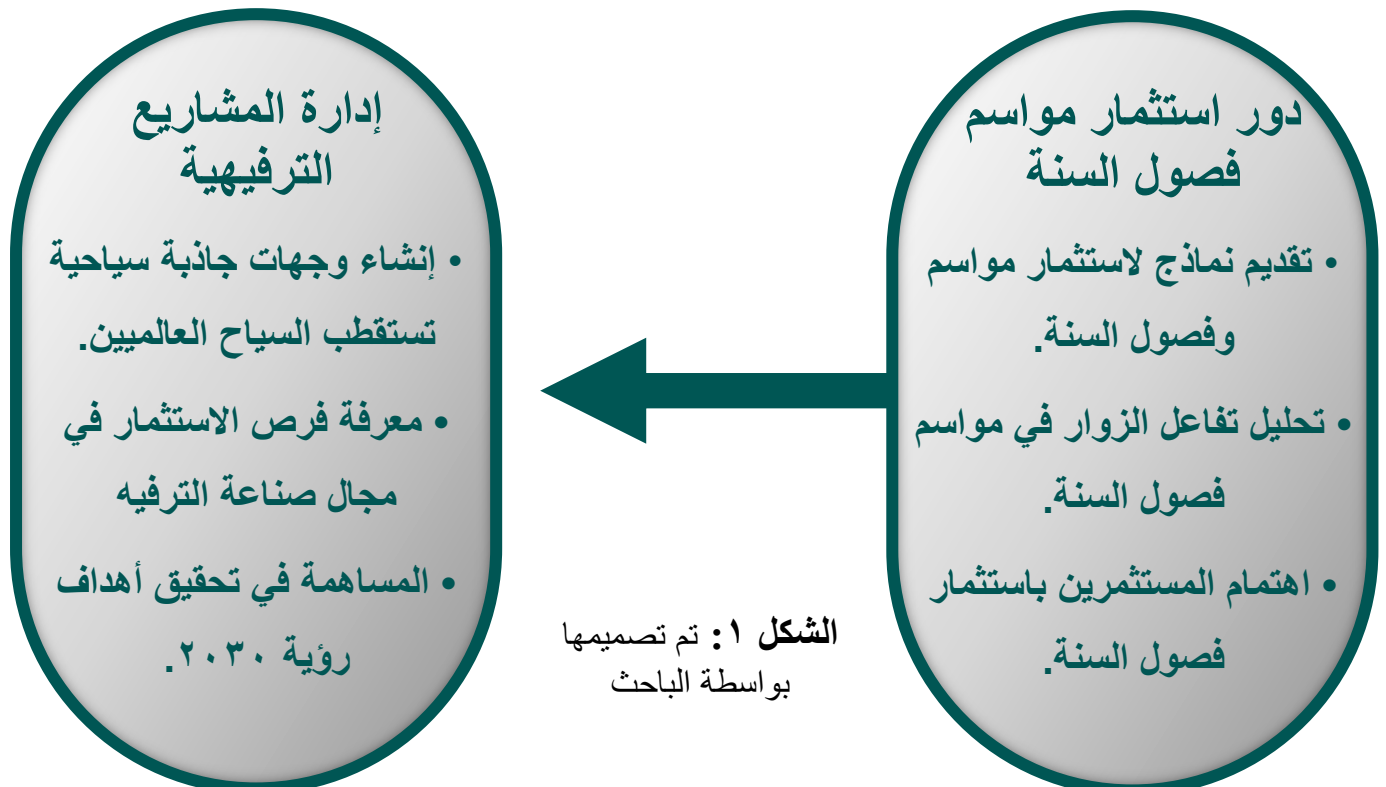
الفرضية الفرعية الثانية Hb:

توجد علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية لتفاعل الزوار في المواسم السياحية والفصول وإدارة المشاريع الترفيهية.

الفرضية الفرعية الثالثة Ha:

توجد علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية لاهتمام المستثمرين باستثمار المواسم السياحية والفصول وإدارة المشاريع الترفيهية.

١,٨ نموذج البحث



الدراسة الميدانية

المشروع الترفيهي بر وسمر الشتوي في المملكة العربية السعودية مكة المكرمة بوادي نعمان حيث قدم تجربة تفاعلية فريدة نجحت في تحويل فصل الشتاء إلى موسم ترفيهي لا يُنسى، حوى تنوعاً في العروض المتنوعة وأنشطة تناسب مع موسم الشتاء، وخوض تجربة تفاعلية مع الطبيعة.

١,٩ هيكل المشروع



الشكل ٢: تم تصميمها
بواسطة الباحث

٢ الفصل الثاني: الإطار النظري

٢,١ مقدمة

تُعد المملكة العربية السعودية وجهة سياحية ناشئة تتمتع بإمكانيات هائلة، حيث تملك تراثاً ثقافياً غنياً وتاريخاً عريقاً وطبيعة خلابة، ويُركز هذا البحث العلمي على استثمار المواسم السياحية كمشاريع ترفيهية في المملكة من منظور إدارة المشاريع الاحترافية، ويسعى إلى تقديم نظرة عامة على الاستراتيجيات والخطوات التي تتخذها المملكة لتعزيز دور السياحة في اقتصادها الوطني، يعتمد هذا البحث على المنهج الوصفي التحليلي، حيث سيتم جمع البيانات من المصادر الثانوية، مثل الكتب والمقالات العلمية والمواقع الإلكترونية الرسمية للمملكة العربية السعودية.

حيث ستُساعدنا الدراسات السابقة على توضيح الأسس النظرية لموضوع البحث العلمي المُراد تنفيذه من قبل الباحث، وستمنح الدراسات السابقة الباحث العلمي طريقة مثالية من أجل استخلاص التوصيات والنتائج والمقترحات الأخرى المتعلقة بالبحث، وتُساعد الدراسات والمؤلفات والأبحاث السابقة الباحث العلمي في تحديد المراجع الخاصة بالبحث العلمي وتُسهّل عملية كتابتها، وللدراسات السابقة دور مهم في عملية المقارنة التي يجريها الباحث العلمي فيما بين البحث الذي يقدمه وبين تلك الدراسات والمصادر، وتُساهم الدراسات السابقة الباحث على فهم السياق التاريخي والثقافي لموضوع البحث، ولا يخفى أن الدراسات السابقة ركيزة أساسية لأي بحث علمي رصين فمن خلال مراجعة الدراسات السابقة يمكن للباحث فهم السياق البحثي للموضوع وتحديد الثغرات وتجنب الأخطاء وتعزيز مصداقية بحثه وإثراء محتواه وتوفير الوقت والجهد لذلك يجب على كل باحث علمي أن يُولي اهتماماً كبيراً لإجراء الدراسات السابقة قبل الشروع في أي بحث جديد.

وقد قامت المملكة العربية السعودية بإنشاء مشروع يهدف إلى تنمية السياحة بشكل مستديم، حيث حددت فترة عشرين عاماً لتنفيذ ذلك المشروع، والذي تم تقسيمه إلى ثلاث مراحل، هي:

المرحلة الأولى: وضع إستراتيجية عامة لتنمية السياحة وإدراك المقومات التي تساعد في التنمية والمعوقات التي تعرقل مسيرتها.

المرحلة الثانية: تحديد برنامج عمل يتم تنفيذه بدقة لتحقيق الاستراتيجية التي تم وضعها في المرحلة السابقة، حيث قامت العديد من المبادرات للتوفيق بين الاستراتيجية وخطط التنمية الشاملة، كما عُقدت العديد من حلقات النقاش بين إدارات الإصلاح الزراعي والاقتصادي والشركات المساهمة في تحقيق التنمية السياحية.

المرحلة الثالثة: التعاون بين جميع المناطق المجاورة لتحقيق استراتيجيات التنمية السياحية في المناطق المحددة لذلك، وقد شارك العديد من الشركات والمؤسسات في تحقيق النجاح لموسم الرياض.

ومن أبرزها: الشركاء الحكوميون وتمثلت في وزارة الصحة.

الشركاء الاستراتيجيون: الاتصالات السعودية (STC)، شركة المملكة القابضة، مدى،

طيران السعودية درة الرياض، بترومين عبد اللطيف جميل، وكريم.

وذلك برعاية كبرى الشركات السعودية والعالمية، والتي من أبرزها: بنك الرياض
Riyad Bank، بيبسي Pepsi، سامبا Samba، نيسان Nissan، عبد الصمد القرشي، روتانا،
mbc، البيك، ماكдонаلدز McDonalds، فيزا Visa.

٢,٢ المبحث الأول: مواسم السياحة

تعريفها:

لغة: جاء في لسان العرب لابن منظور أن السياحة مصدر ساح، يسيح، وسيحاً إذا جرى على وجه الأرض، ويقال: ساح في الأرض، يسيح سياحة، وسيوحاً، وسيا، وسيحائناً، أي ذهب، والذهاب في الأرض للعبادة والترهيب والسياحة. (ابن منظور، ٢٠٠٣، ص ٤٩٢)
وقد ورد لفظ السياحة ومرادفاته في كتاب الله عز وجل في مواضع عديدة، كقوله تعالى: {فَسِيحُوا فِي الْأَرْضِ أَرْبَعَةَ أَشْهُرٍ وَاعْلَمُوا أَنَّكُمْ غَيْرُ مُعْجِزِي اللَّهِ ؕ وَأَنَّ اللَّهَ مُخْزِي الْكَافِرِينَ} [التوبة: ٢].

اصطلاحاً: اختلف الباحثون في استخدام مصطلح السياحة، وتعددت الاصطلاحات وفق السياق الذي يحدده الكاتب، فعرفها نسبية (٢٠١٤، ص ٨) بأنه نشاط ترفيهي خارج عن الروتين الذي يعيشه السائح، بهدف إنعاش روحه، ويكون بانتقال الفرد من المكان المقيم فيه إلى مكان آخر في نفس الدولة أو الانتقال إلى دولة أخرى، مع توفير جميع الخدمات والمستلزمات لهذا النشاط.

كما عرفها زين الدين (٢٠١٦، ص ٦) بأنه انتقال الإنسان من مكانه إلى مكان آخر يقيم فيه لفترة قصيرة، تختلف أسباب الانتقال إما بغرض التغيير أو الترفيه الذهني، ثم العودة مرة أخرى إلى موطنه.

كما يعرفها غنيم، وسعد (٢٠٠٣، ص ٢٣) على أنها استغلال أوقات الفراغ في العديد من وسائل الاستجمام، ويمكن إدراج معظم أشكال السفر تحت مسماهما، ويُقصد بها انتقال السكان من أماكن مساكنهم ومعيشتهم إلى أماكن أخرى، وتشمل الأعمال والنشاطات التي يقوم بها الإنسان في المناطق التي يسافر إليها، ويسمى المسافر في بلد غريب "سائح".

تأتي مواسم السياحة كمصطلح حديث يصف البرامج السياحية العالمية بهدف إنشاء وجهات حديثة مليئة بالترفيه وتعتبر المواسم من هذا النوع الحديث الأولى في المنطقة، مثل مواسم المملكة العربية السعودية، تقام تلك المواسم في مختلف أنحاء المملكة بغرض اكتشاف السعودية وما تمتلكه مدنها من مقومات سياحية تجعل منها الخيار الأمثل لكل هواة السياحة الترفيهية، الرياضية والثقافية. فيما يلي، قائمة بمواسم السعودية وأمثلة عليها وما يحتويه كل موسم من فعاليات متنوعة، تعد جميع أفراد العائلة وجميع زوار المملكة بتجربة فريدة من نوعها (الهيئة العامة للسياحة، ٢٠١٩).

أمثله على مواسم السياحة:

موسم الرياض: تشهد العاصمة السعودية طوال فترة الموسم الكثير من الأحداث والفعاليات المتنوعة من تلك الرياضية والمسرحية والموسيقية والترفيهية والتي يحدث بعضها لأول مرة في الشرق الأوسط، حيث نجح موسم الرياض منذ افتتاحه وحتى الآن في استقطاب أكثر من ٢٠ مليون زائر سنوياً من جميع أنحاء العالم كما استطاع تحقيق أرباح هائلة فاقت ١ مليار دولار. ("مواسم السعودية: لمحة سريعة عن الفعاليات الحالية والمقبلة ف. - جمالك")

موسم الدرعية: مدينة الدرعية التاريخية هي إحدى محطات مواسم السعودية حيث ستستضيف المدينة ذات التاريخ العريق موسم الدرعية وتقام طوال فترة الموسم الكثير من الفعاليات الرياضية والثقافية والموسيقية والتي تنفرد بها المملكة العربية السعودية، مثل نزال الدرعية التاريخي وكأس الدرعية للتنس وغيرها من الفعاليات الأخرى. المدينة التي تضم مواقع ضمن قائمة التراث العالمي لليونسكو تم العمل خلال الآونة الأخيرة على ترميمها وتجهيزها لاستقبال الموسم مع الحفاظ على هويتها الأصلية. ("مواسم السعودية: لمحة سريعة عن الفعاليات الحالية والمقبلة ف. - جمالك")

موسم العلا: هذه المدينة بموسم العلا ومهرجان شتاء طنطورة في نسخته الثانية والذي حقق نجاحاً إقبالاً جماهيرياً غير مسبوق في نسخته الأولى. تحت شعار "رحلة عبر الزمن في موقع تاريخي خالد"، أعلنت الهيئة الملكية لمحافظة العلا عن إجرائها الكثير من أعمال الإصلاح لتطوير المحافظة وتحويلها إلى أهم مزار سياحي في المنطقة. سيستقبل موسم العلا الكثير من الفعاليات الترفيهية والموسيقية والثقافية ومنها حفلات غنائية لأشهر المغنيين العالميين.

موسم حائل: تعتبر مدينة حائل من بين أكثر الفعاليات المنتظرة في مواسم السعودية، سباق رالي داكار السعودية وهو واحد من أضخم الراليات أو سباقات السيارات والدراجات النارية في العالم والذي سيأتي لأول مرة منذ نشأته، إلى قارة آسيا وتحديداً إلى صحرائها. ومن الأمثلة على المواسم المزدهرة بالحياة الليلية، بما في ذلك الحفلات الموسيقية، والعروض الكوميديّة، والمعارض الفنية، ويعد مهرجان ساوندستورم من مدل بيست من الفعاليات التي تجذب عشاق الموسيقى من جميع أنحاء العالم للاستمتاع بعرض يدمج بين الفن والتكنولوجيا، وتحتضن المدينة كذلك مشهداً فنياً مزدهراً، وننصح أولئك الذين يتطلعون إلى استكشاف المشهد الفني والثقافي ويبحثون عن أماكن للزيارة في الرياض بزيارة الدرعية وحديقة طويق، والعديد من المشاهد السياحية الترفيهية. ("السياحة السعودية بين الماضي والحاضر | مدل بيست")

أنواع مواسم السياحة:

وبالإشارة إلى دراسة (مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، ٢٠٢١ م) فإن للسياحة مواسم وأنواع وأشكال مختلفة ومتعددة لا يمكن حصرها نظراً لتعدد وتنوع سبب قيام ظاهرة السياحة، ويمكن استثمارها لتساهم في إدارة المشاريع الترفيهية من منظور إدارة المشاريع الاحترافية ولهذا يمكن تصنيف أنواع عديدة منها وفقاً لعدة أسس ولكل نوع من هذه الأنواع

خصائص معينة، وتحتضن السياحة أنواعاً وأنماطاً عدة تختلف باختلاف الهدف الذي تقوم من أجله، وكل نوع يحمل مميزات خاصة فيه، ويمكن استخلاص هذه الأنماط النحو التالي وفقاً للدراسات:

أ- أنماط السياحة طبقاً للبعد المكاني:

في هذا الإطار يمكن التمييز بين نمطين (سميرة سعد الصالح، ١٤١٦هـ):

- **السياحة الخارجية:** الخاصة بالسياح الذين يقيمون عادةً في بلد معين ويغادرونها لقضاء فترة مؤقتة في بلد آخر.
- **السياحة الداخلية:** بأن يسافر مواطنو بلد معين أحياناً لأغراض سياحية إلى أماكن أخرى داخل حدود بلدهم.

ب- أنماط السياحة طبقاً لخصائصها الحركية والزمنية:

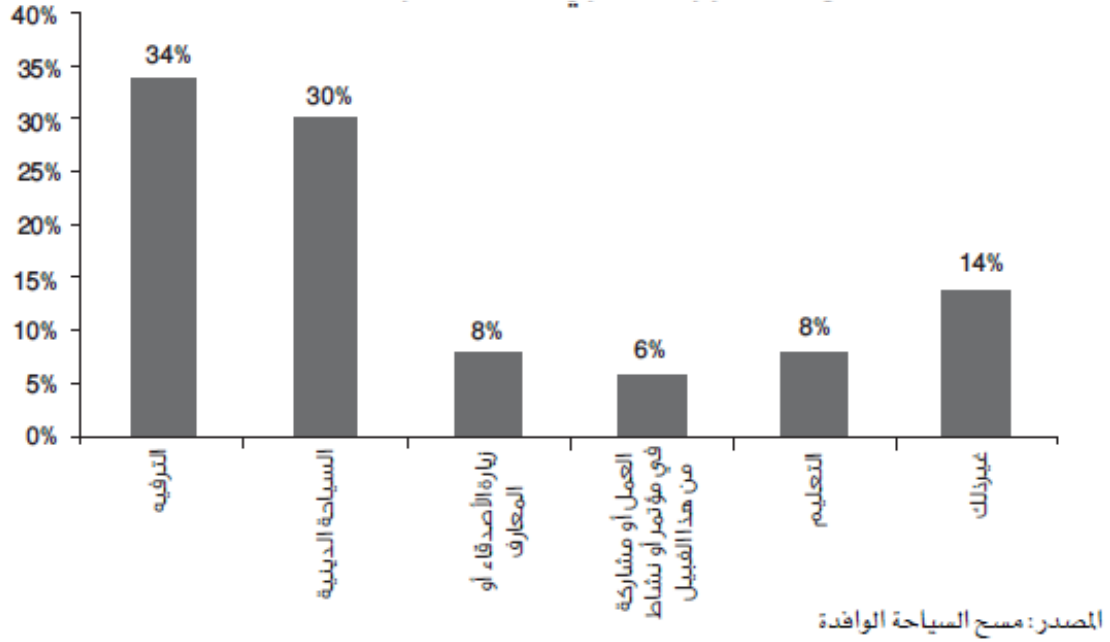
- تختلف مدة إقامة السائح في المقصد السياحي، كذلك يختلف السياح من حيث الثبات والإقامة في المقصد السياحي طوال مدة الإقامة من مكان إلى آخر، وذلك حسب الكيفية التي يقضي بها السائح وقته ويمارس بها سياحته، ويمكن التمييز بين عدة أنماط سياحية (كامل محمود، ١٩٧٥م):
- **السياحة المقيمة:** هي خاصة بالسياح الذين يقضون عطلة تزيد مدتها عن شهر في مكان واحد معين، وهذا النمط من السياحة لا يتم في موسم الذروة وإنما يختارون فترة أخرى.
 - **السياحة الموسمية:** وهي خاصة بالسياح الذين يقضون عطلة لا تتجاوز مدتها شهراً واحداً والذين يبقون في مكان واحد معين، ومن ذلك يتضح الفرق الوحيد بين السياحة الموسمية وسياحة الإقامة وهو مدة العطلة.
 - **سياحة التنقل:** وهي خاصة بالسائح الذي ينتقل طيلة المدة التي يقضيها في المقصد السياحي من مكان إلى آخر دون أن يمكث في كل منهما خمس ليالٍ.

ج- أنماط السياحة المميزة:

- تقوم السياحة بين الأفراد بناءً على باعث أو حافز يحرك السائح ويوجهه إلى مقصد معين يختلف تبعاً لاختلاف الحافز بين السياح، وعلى هذا الأساس يمكن التمييز بين الأشكال التالية:
- **السياحة الدينية:** وهي الانتقال المؤقت للأفراد بهدف زيارة بعض الأماكن ذات الصبغة الدينية مثل زيارة المسلمين للأماكن المقدسة كالمسجد الحرام في مكة المكرمة والمسجد النبوي في المدينة المنورة والقيام بواجبات دينية مقدسة.

- **السياحة العلاجية:** وهي الانتقال المؤقت للأفراد بهدف الاستفادة بإحدى طرق العلاج الطبي، والسياحة العلاجية قد تكون إلى أحد الأماكن التي تتوفر بها مستشفيات متخصصة ومميزة أو إلى المنتجعات الاستشفائية مثل المناطق التي ينتشر فيها العلاج بالموارد الطبيعية.
- **السياحة الثقافية:** وهي ذات طبيعة ذهنية على الأخص فهي السياحة التي تنشد معرفة أشياء جديدة وأشخاص جدد كما تنشد الاطلاع على تاريخهم وعاداتهم في نفس الإطار الحقيقي الذي يعيشون فيه.
- **سياحة المؤتمرات:** وهي عبارة عن الانتقال المؤقت للأفراد سواء في أوقات العمل أو أوقات الفراغ إلى المناطق التي تقام فيها مؤتمرات دولية، أو إقليمية، أو محلية، أو دورات تدريبية بصورة تسمح بالقيام ببعض الأنشطة الترفيهية الأخرى.
- **السياحة الترفيهية:** ويدفع إليها مجموعة من الرغبات كالهروب من المناخ أو ضغط العمل أو الرغبة في تغيير البيئة أو تغيير المناظر، ويتلازم مع ذلك أفكار عديدة أهمها الاسترخاء والنشاطات البدنية والرياضية والترفيهية وزيارة المعالم السياحية.
- **السياحة الاقتصادية:** وهي التي تشمل بصفة خاصة الرحلات بمناسبة المعارض الدولية، والسياحة بقصد إنجاز الأعمال كالمهرجانات الاقتصادية فهي لا تجذب مشترين فحسب، بل إنها بسبب المزايا وتسهيلات السفر التي تمنح للراغبين في حضورها والبرامج الاجتماعية التي تعد لها، تجتذب أيضاً أعداداً كبيرة من المتشوقين إلى مشاهدتها والفاعلين اقتصادياً عالمياً.
- **السياحة الرياضية:** وهي الانتقال المؤقت للأفراد في أوقات الفراغ إلى المناطق التي يمكن فيها ممارسة بعض الألعاب الرياضية الفردية أو الجماعية.
- **السياحة السياسية:** ويقصد بهذا النمط تلك السياحة التي تتم بقصد الاشتراك في حدث ذي أهمية فذة، كما يشمل هذا النمط حضور المؤتمرات الدولية والإقليمية والمشاركة في المهرجانات السياسية.

دراسة (تحليل الأسباب الرئيسية للسياحة)



الشكل ٣: تم تصميمها بواسطة مجلة السياحة الوافدة

تحليل (بلال فلاح، ٢٠١٤) يشرح المخطط النسب المئوية للأسباب الرئيسية للسياحة، ويتضمن المخطط ٨ شرائح تمثل الأسباب الرئيسية للسياحة، ويتم عرض النسب المئوية لكل سبب فوق الشريحة المقابلة، ويتم تسمية المحور الأفقي للمخطط بـ "الأسباب الرئيسية للسياحة"، ويتم تسمية المحور العمودي للمخطط بـ "النسبة المئوية"، ويوضح المخطط أن السبب الأكثر شيوعاً للسياحة هو الترفيه (٤٠٪)، يلي ذلك السياحة الدينية (٣٥٪) والمعرفة (٣٠٪)، والأسباب الأقل شيوعاً للسياحة هي العمل أو المشاركة في عمل تجاري (٦٪) والتعليم (٥٪)، ويمكن استخدام هذه المعلومات لفهم احتياجات السياح وتطوير منتجات وخدمات سياحية تلبي تلك الاحتياجات، ومن المهم فهم احتياجات السياح من أجل مشاريع سياحية ناجحة.

الدراسات السابقة

لقد تزايدت أهمية السياحة اقتصادياً واجتماعياً بشكل كبير في الآونة الأخيرة، وأصبح القطاع السياحي من أهم القطاعات المؤثرة في التنمية الاقتصادية للعديد من الدول المتقدمة والنامية على حد سواء، وبالتالي أصبحت السياحة تلعب دوراً واضحاً وحساساً وهاماً داخل الدول، وأصبح لهذا الدور آثاره الاقتصادية والاجتماعية التي تتمثل فيما يلي (سميرة سعد الصالح، ١٤١٦هـ): الأهمية الاقتصادية: تساهم السياحة في دعم اقتصاد الدول، حيث نلاحظ أنه كلما زادت حصيلة الدولة من السياحة تمكنت من تسديد ديون وارداتها الفعلية، فالسياحة تعتبر أحد عوامل تنشيط التجارة الدولية: وهذه بعض نتائج الدراسات:

قام خاشقجي، بندر فؤاد (١٤٣٥هـ) بدراسة بعنوان (التطوير السياحي في مدينة جدة)، واستهدفت دراسة التخطيط لتطوير السياحة بمدينة جدة والتعرف على التجارب الدولية الناجحة في مجال تطوير السياحة والتعرف على مقومات الجذب السياحي في مدينة جدة، وبالتالي وضع الحلول والمقترحات التي تساعد في تطوير السياحة واستنتجت الدراسة أن مدينة جدة تعتمد بشكل أساسي على نمطين سياحيين تقليديين هما الترفيه والتسويق، حيث اتضح ذلك من خلال رضا غالبية السياح عن الخدمات الترفيهية والتجارية على وجه الخصوص، وقد أوصى الباحث بأن تكون هناك دراسات مكملية لدراسة التطوير السياحي في مدينة جدة ومنها (سياحة التراث في مدينة جدة).

جاءت دراسة الصالح، سميرة سعد (١٤١٦هـ) التي كانت بعنوان (مقومات الجذب السياحي في مدينة جدة)، هو محاولة تحديد مقومات الجذب السياحي الموجودة في مدينة جدة والتأكيد على مقوماتها المستغلة ومدى الاستفادة التامة منها، كما اعتنت هذه الدراسة بالكشف عن مصادر جديدة للجذب السياحي في مدينة جدة أو تلك المصادر التي لا يتم استغلالها استغلالاً كاملاً، وإبراز أهميتها واستغلالها كمقصد سياحي إلى أقصى حد ممكن، وقد أجريت هذه الدراسة على السياح القادمين إلى مدينة جدة السعوديين منهم وغير السعوديين، وتضمنت النتائج الرئيسية التي تمخضت عن هذه الدراسة الكشف عن عوامل الجذب السياحي في مدينة جدة، وهذه العوامل التي تتفاوت في أهميتها أهمها البحر الأحمر، كما أظهرت الدراسة أهمية الخدمات والأنشطة وأماكن الترفيه كعامل جذب سياحي، وأكدت توطد العلاقة بين السياحة والنقل، وبالإضافة إلى ذلك تطرقت الباحثة إلى المنطقة التاريخية في مدينة جدة باعتبارها مصدراً مهماً من مصادر الجذب السياحي في مدينة جدة.

درس القحطاني، محمد مفرح (١٤١٧هـ) في كتابه بعنوان (الأسس والمفاهيم للسياحة في منطقة عسير) المظاهر التاريخية التي تعد من عوامل الجذب الهامة لكثير من السياح، والتي استغلتها كثير من الدول كوسيلة جذب سياحي رئيسية لما لها من دلالات صادقة على شخصية الأمم والحضارات أما منطقة عسير فتتمتع بموقع استراتيجي كجسر يربط جنوب الجزيرة العربية بشمالها، حيث عبرتها قوافل رحلتها الشتاء والصيف بين اليمن والشام، فامتازت مستوطناتها وقراها بالثبات والاستمرارية عبر التاريخ وهي غنية بالثروات التاريخية والأثرية الهامة التي تتمثل في مجموعة الطرق التجارية والمواقع الأثرية والمدن القديمة إلى جانب القلاع والحصون.

وهدفت دراسة مسعود (٢٠١٨) التحليل حالة السياحة العالمية وأهم مؤشراتاتها من خلال المؤشرات المعتمدة وفق تقارير السياحة العالمية والتي تصدرها منظمة السياحة العالمية، وقد سلط الباحث الضوء على أهمية السياحة المتزايدة في التنمية والنمو الاقتصادي عالمياً سواء كان البلد نامياً أو متقدماً، وتوضيح الأهمية الاجتماعية والثقافية للنشاط السياحي على المستوى العالمي، إضافةً إلى أهميتها الاقتصادية، كما درس العلاقة بين إدارة المشاريع والسياحة كنشاط اقتصادي، من خلال مسح تقارير السياحة العالمية للفترة من ٢٠١٠ وحتى ٢٠١٧.

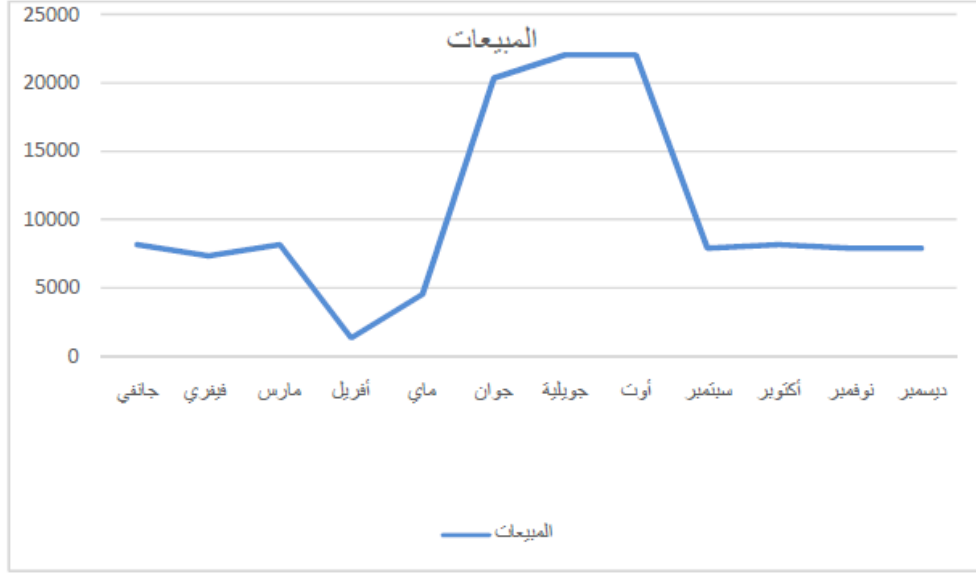
وهدفت دراسة زينب مونة، ونور الإيمان مسعودي (٢٠١٥) إلى لفت انتباه المسؤولين والمنظمات السياحية والوطنية والمهتمين بالنشاط السياحي إلى أهمية تحقيق فعالية الخدمات السياحية، وإبراز دور الإنترنت في المؤسسات السياحية، ودراسة مدى تفعيل مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية ورقلة لخدمة الإنترنت في تطوير العمل السياحي، وقد توصلت الباحثة إلى أن تفعيل خدمة الإنترنت لتطوير إدارات مديريات السياحة والصناعة التقليدية يحتاج للكثير من الجهد والوقت لتتضح ثماره المنشودة.

وهدفت دراسة أبو عراد (٢٠٠٨) إلى الوقوف على واقع السياحة الداخلية في المملكة، والوقوف على الأبعاد التربوية الرئيسة للسياحة الداخلية فيها، وإبراز دور بعض المؤسسات التربوية في تنمية الوعي السياحي بالمملكة، كما أوصى الباحث بعض التوصيات التي قد تساعد في تنمية الوعي السياحي في المملكة.

وهدفت دراسة عزة محمد عبد السلام (٢٠٢٠) أن محافظة تعاني مرسى مطروح من ظاهرة السياحة الموسمية، إذ يتدفق السياح إلى المحافظة في فصل الصيف الذي يمثل ذروة الموسم السياحي نظراً للاعتماد على نمط السياحة الشاطئية. بينما يبقى الموسم السياحي باقي العام منخفض الأعداد بما لا يتناسب مع طبيعة مقومات الجذب السياحي بالمحافظة، ومن هنا تهدف الدراسة الى تنشيط السياحة بالمحافظة طوال العام من خلال تفعيل أنماط سياحية متعددة تلائم مقومات الجذب السياحي الطبيعي والبشري بالمحافظة. ومن ثم زيادة أعداد السياح والليالي السياحي والقضاء على ظاهرة موسمية السياحة بالمحافظة ومن خلال الدراسة النظرية والميدانية للوضع الراهن للموسم السياحي بالمحافظة واستطلاع آراء الخبراء والسياح، توصلت الدراسة الي عدة توصيات أهمها: تفعيل أنماط سياحية جديدة مثل سياحة الاحداث الخاصة وسياحة رالي سيارات الصحراء، تنشيط سياحة الجذور والسياحة الاجتماعية مع الدول العربية، تنشيط وترويج السياحة التراثية لاسيما الحرف والصناعات التقليدية والفنون البدوية، إقامة المهرجانات والمعارض في فترة الموسم السياحي المنخفض مثل مهرجان التمور ومهرجان الزيتون، ترويج برامج سياحية لمحافظة مطروح تجمع بين أنماط سياحية متعددة، تفعيل دور المرشد السياحي البيئي ودليل الصحراء لتنشيط سياحة السفاري والسياحة البيئية بمحافظة مطروح، الدعاية والترويج في أسواق سياحية خارجية.

دراسة (تحليل نشاط المبيعات في السياحة التقليدية على مدار السنة)

لعوامري حورية حياة، بن سحنون سمير



الشكل ٤: تم تصميمها بواسطة لعوامري حياة

نلاحظ من الشكل أعلاه تذبذب نشاط حجم المبيعات في الفعاليات الترفيهية حال لم يحقق رغبات الزوار ويحقق تطلعاتهم، حيث يواجه قطاع السياحة تحديات فريدة تتعلق بتقلبات المبيعات على مدار العام، تُعرف بظاهرة "الموسمية". تُعدّ هذه الظاهرة مُقلقةً لمُنظمي الفعاليات السياحية، حيث تُؤثر على التدفق النقدي وتُعيق التخطيط الاستراتيجي، كما تقدم أعلاه في الشكل قل تفاعل الزوار مع الفعالية؛ وهذا راجع لأسباب دينية لتوافق شهر رمضان مع الشهرين (أبريل ومايو)، لكن سرعان ما ارتفعت لتبلغ أوجها في موسم الذروة لكن نلاحظ الانخفاض الحاد و الملحوظ في حجم المبيعات فور انتهاء موسم الذروة، وقد يرجع هذا لعدة أسباب كالدخول المدرسي، انتهاء موسم العطل وانتهاء موسم الاصطياف لذلك لا بد من العمل على إطالة موسم الذروة، من خلال انشاء مواسم متكاملة تتفاعل مع الزائر وتخلق له تجربة مغايرة للمعتاد عليه خلال الأنشطة السياحية القديمة.

تعليق على الدراسات السابقة

من المهم أن تحقق مواسم السياحة إشباع احتياجات السياح، وضمان الاستفادة الفعلية وتلبية تطلعاتهم، وهي مزيج من إدارة الموارد والمقومات الطبيعية بأساليب تحقق الفائدة الاقتصادية والاجتماعية، ويمكن تعريف استثمار المواسم السياحية على أنها المنظومة الاستثمارية التي تأخذ في الاعتبار الآثار التاريخية، الأنشطة الاجتماعية والبيئية والحضارة الثقافية في المجتمعات التي تستضيف السياح، لذا فإنها تعمل على استخدام مقيد، محدود، ومقتن للموارد الطبيعية والثقافية، كما أن لكل مجتمع خصائص حضارية واجتماعية للمجتمعات تعزز

هذا المزيج السياحي لتحقيق تجربة رائعة تضيف للسياح وتحقق تطلعاتهم بما يضمن تحقيق المنفعة الاقتصادية والاجتماعية والبيئية لكافة الأطراف حاضرا ومستقبلاً.

ويُمكن الاستفادة من هذه الدراسات أن استثمار المواسم السياحية من منظور إدارة المشاريع الاحترافية على أنه استراتيجية متكاملة تهدف إلى استغلال فترات الذروة السياحية بشكلٍ أمثلٍ لتعزيز أداء المشاريع الترفيهية وتحقيق أرباح مُستدامة وتعزيز دور المواسم السياحية في الاقتصاد المحلي لتكون وجهة سياحية رائدة، تعمل الدولة حالياً على بناء منتزهات بمعايير عالمية، واستضافة فعاليات رياضية ومهرجانات ثقافية. وتمثل كل خطوة نحو التطور فرصة للمملكة العربية السعودية لعرض تراثها الثقافي المتنوع، وشغف شعبها بالإبداع والابتكار، كما تلتزم المملكة العربية السعودية بالحفاظ على تراثها التاريخي والثقافي الغني، ويظهر اعتراف اليونسكو ببعض المواقع السعودية، مثل العلا والدرعية، كمواقع للتراث العالمي، التزام المملكة بحماية معالمها التاريخية الفريدة لتستمتع بها الأجيال المقبلة كجزء لا يتجزأ من السياحة في المملكة العربية السعودية، بالإضافة إلى ذلك، فإن الطبيعة الخلابة للمملكة تحظى بمزيد من الدعاية الآن، حيث أصبحت المناظر الطبيعية الساحرة لجبال عسير، وجزر فرسان، وساحل البحر الأحمر، وجهات شهيرة لعشاق الطبيعة والباحثين عن المغامرة.

حيث تواجه المملكة العربية السعودية، كوجهة سياحية ناشئة، تحديات كبيرة في إدارة المشاريع السياحية بشكل احترافي، حيث يُعد استثمار المواسم السياحية أحد أهم العوامل التي يمكن أن تُساهم في تحسين إدارة هذه المشاريع ورفع كفاءتها، وساعد التركيز المتزايد للمملكة العربية السعودية على الدبلوماسية الثقافية في تحسين صورتها العامة، وأثبتت الأحداث الدولية التي استضافتها المملكة، مثل قمة مجموعة العشرين وسباق الفورمولا إي، قدرة المملكة على إدارة التجمعات العالمية واسعة النطاق، ويتطور قطاع الترفيه في المملكة العربية السعودية بشكل مطرد، حيث يوفر فعاليات ثقافية وترفيهية متنوعة لكل من السكان المحليين والسياح، وتجذب هذه الحفلات الموسيقية والمهرجانات والأحداث الرياضية والعروض الثقافية الاهتمام الدولي، وتساهم في رفع تنافسية قطاع السياحة السعودي كما إن إثراء الحياة الليلية في الرياض هو من الخطوات التي تتخذها المملكة نحو تطوير قطاع الترفيه. كعاصمة وأكبر مدينة في المملكة العربية السعودية، تعد الرياض بوابة رئيسية للزوار الذين يسعون لاستكشاف المزيد من الوجهات السياحية المعاصرة التي توفرها المملكة.

ولابد أن تتسم السياحة السعودية باستدامتها لتعود بالفائدة على الأجيال القادمة، وتتمثل استراتيجية المملكة العربية السعودية في زيادة إسهام القطاع السياحي في الناتج المحلي الإجمالي، فضلاً عن زيادة أعداد زوار المملكة، حيث تشهد المملكة استعدادات كبيرة لاستضافة قمة مجموعة العشرين المقبلة في الرياض، إضافةً إلى تحولات تنموية في قطاع السياحة.

وغني عن القول إن المملكة على مدى التاريخ كانت معروفة بحضاراتها العريقة، وطرقها التجارية التي ربطت حضارات العالم بعضها ببعض، الأمر الذي أكسبها تنوعاً ثقافياً فريداً، وهو ما سعت رؤيتها المستقبلية ٢٠٣٠ إلى تعزيزه عبر الحفاظ على الهوية الوطنية وإبرازها والتعريف بها، ونقلها إلى الأجيال القادمة من خلال غرس المبادئ والقيم الوطنية،

والعناية بالتنشئة الاجتماعية واللغة العربية، وإقامة المتاحف والفعاليات وتنظيم الأنشطة المعززة لهذا الجانب.

وفي السياق ذاته، أكدت رؤية المملكة ٢٠٣٠ على أهمية إحياء مواقع التراث الوطني والعربي والإسلامي والقديم وتسجيلها دوليًا، وتمكين الجميع من الوصول إليها بوصفها شاهدًا حيًا على إرثها العريق، وعلى دورها الفاعل، وموقعها البارز على خريطة الحضارة الإنسانية، ما دفع الباحثة إلى تناول أكبر مدن المملكة وأشهرها، عاصمتها الرياض لدراسة موقعها الجغرافي وأهميته، وأهمية أكبر الفعاليات المقامة على أرضها هذه الأيام، وهو موسم الرياض الذي اكتسب شهرته من كثرة وازدياد عدد الزائرين كل يوم عما قبله، وقد نتج عن تلك الدراسة عدة نتائج، تتمثل فيما يلي:

تمتاز مدينة الرياض بمكانة كبيرة وشهرة واسعة على المستوى العالمي، وتسعى حكومة المملكة إلى تحويل مدينة الرياض إلى وجهة سياحية بارزة للعالم أجمع. تتركز أهداف رؤية المملكة ٢٠٣٠ في مجملها حول تطوير المجتمع السعودي والنهضة بالاقتصاد والفرد بشكل خاص والمجتمع بشكل عام.

حيث كان لموسم الرياض تأثيرًا كبيرًا واضحًا في تحقيق التنمية السياحية المستدامة في المملكة. تتأثر السياحة في مدينة الرياض بموقعها الجغرافي، وهناك علاقة وثيقة بين السياحة ونجاح المشاريع في المملكة في ظل رؤية ٢٠٣٠.

٢,٣ المبحث الثاني: فصول السنة

تعريفها: فصول السنة هي أربع فترات زمنية رئيسية في السنة، تتميز كل منها بمجموعة من الظواهر المناخية المميزة، وتنتج عن ميلان محور الأرض حول الشمس، وهي بالتسلسل التالي:

الربيع: يبدأ في ٢١ مارس (شمالًا) أو ٢٢ سبتمبر (جنوبًا)

ويمتد حتى ٢٠ يونيو (شمالًا) أو ٢١ ديسمبر (جنوبًا).

يتميز الربيع بارتفاع درجات الحرارة وازدهار الأزهار ونمو النباتات.

الصيف: يبدأ في ٢١ يونيو (شمالًا) أو ٢٢ ديسمبر (جنوبًا)

ويمتد حتى ٢٢ سبتمبر (شمالًا) أو ٢٠ مارس (جنوبًا).

يتميز الصيف بأعلى درجات الحرارة في السنة وأطول فترات النهار.

الخريف: يبدأ في ٢٢ سبتمبر (شمالًا) أو ٢٠ مارس (جنوبًا)

ويمتد حتى ٢١ ديسمبر (شمالًا) أو ٢١ يونيو (جنوبًا).

يتميز الخريف بتساقط الأوراق وانخفاض درجات الحرارة.

الشتاء: يبدأ في ٢١ ديسمبر (شمالاً) أو ٢١ يونيو (جنوباً)

ويمتد حتى ٢٠ مارس (شمالاً) أو ٢٢ سبتمبر (جنوباً).

يتميز الشتاء بأدنى درجات الحرارة في السنة وأقصر فترات النهار.

وتطور اكتشاف البشر لفصول السنة منذ آلاف السنين من خلال ملاحظة التغيرات في السماء، والطقس والنباتات والحيوانات، ففي العصور القديمة، لاحظ الناس أن الشمس تتحرك عبر السماء بطريقة مختلفة في أوقات مختلفة من السنة، كما لاحظوا أن درجات الحرارة تتغير، وأن النباتات تنمو وتذبل في مواسم مختلفة، وأن بعض الحيوانات تهاجر في مواسم معينة، مع مرور الوقت، طور البشر أنظمة تقويمية لتتبع فصول السنة، تعتمد معظم التقويمات الحديثة على دورة الأرض حول الشمس وتكمن أهمية فصول السنة في أنها تلعب دوراً هاماً في حياة الإنسان والبيئة، فمن خلال فصول السنة: تتغير درجات الحرارة وتساقط الأمطار، مما يؤثر على نمو النباتات والحيوانات.

كما تؤثر فصول السنة على أنشطة الإنسان، مثل الزراعة والصيد والتجارة، وتعد فصول السنة ظاهرة طبيعية ناتجة عن ميلان محور الأرض حول الشمس، حيث لعبت فصول السنة دوراً هاماً في حياة الإنسان منذ آلاف السنين، وتستمر في التأثير على حياتنا حتى اليوم. مثابة تدور الأرض حول الشمس دورة كاملة مدتها ٣٦٥ يوماً وربع اليوم (٦ ساعات)، إلا أنه لا تحتسب إلا ٣٦٥ يوماً، وتسمى سنة بسيطة، وبعد ثلاث سنوات تحل سنة رابعة مدتها ٣٦٦ يوماً وتسمى سنة كبيسة، إن ميل محور الأرض حول نفسها ودورانها حول الشمس وهذا هو السبب في:

- وجود أربعة فصول
- اختلاف مدة الليل والنهار.
- تقابل فصلي الشتاء والصيف في نصف الكرة الأرضية.

ومن أبرز تأثيرات تقلبات الفصول هي تغيرات المناخ حيث يُعتبر المناخ عامل جذب سياحي مهم جداً في موسم الصيف أو تكون الموصافات المناخية في المواسم الأخرى عائقاً أمام النشاط السياحي والتي تتمثل في البرودة الشديدة.

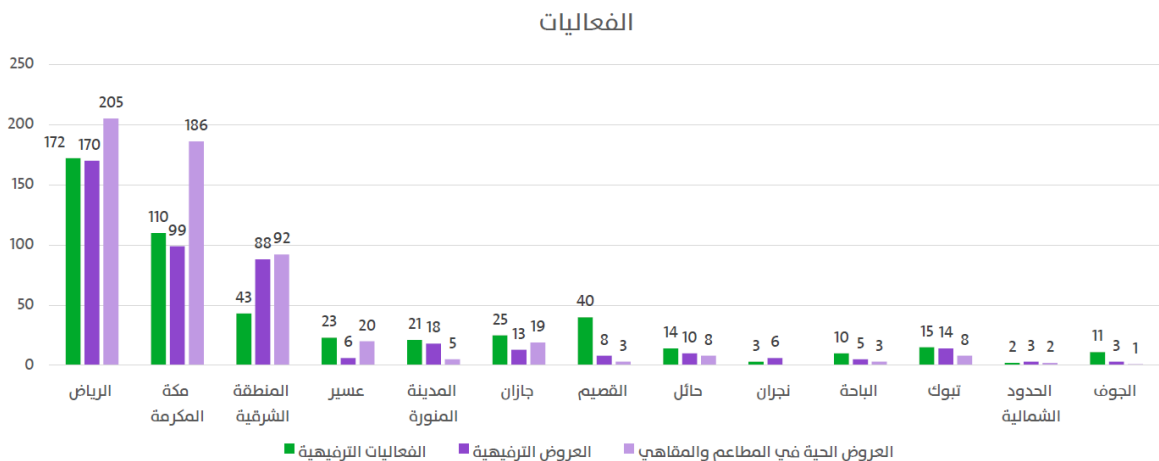
كما أشارت دراسة (سامي علقم، ٢٠١٩): "إن المناخ يشكل عاملاً هاماً من عوامل الجذب لأية منطقة فمن المفضل قضاء الإجازات في المناطق التي تتسم بدرجات حرارة معتدلة وسطوع منتظم ودائم للشمس وانعدام للمطر، ويمثل المناخ رأس المال غير المنظور لكثير من مواضع الاستجمام، كما يؤثر المناخ على زيادة النفقات، وذلك عند إقامة أو تطوير بعض المنتجعات لا سيما في جانب التشييد والبناء، كما أن هناك تكاليف مضاعفة تحدث حينما ترتفع أو تنخفض درجات الحرارة مما يتطلب التزويد بأجهزة التدفئة أو التبريد المركزية، للأحوال المناخية العارضة آثارها، إذ تكون منغص أمام تسهيلات الاستجمام، وتؤدي العواصف الترابية

والرملية إلى طمس معالم الطرق وتعرية الأبنية في المنتجعات الشاطئية وتحد الرياح العاصفة من ركوب البحر والتنزه، كما تؤدي ظاهرة الضباب إلى عرقلة حركة المواصلات“

وتشكل الأحوال الجوية المرافقة عاملاً هاماً من عوامل الجذب السياحي لأي منطقة فهي المحددة لحركة السائح ونوع السياحة سواء أكانت سياحة دينية أو تاريخية أو ترفيهية إلى غير ذلك من أنواع السياحة، يؤثر المناخ بشكل إيجابي على الحركة السياحية في العالم ككل بوجه عام وفي المملكة العربية السعودية بوجه خاص ويستدل على ذلك من ضعف الحركة السياحية خلال فصل الصيف في مدينة جدة على الرغم من توطن مقومات ومعطيات سياحية فريدة ومتعددة به، ويرجع ذلك إلى ارتفاع درجة الحرارة خلال فصل الصيف مما يجعل هذا الإقليم إقليماً للسياحة الشتوية وأيضاً انخفاض حركة السياحة في المرتفعات الوسطى؛ لانخفاض درجة الحرارة خلال فصل الشتاء مما يجعل منها إقليماً للسياحة الصيفية، وتعتمد السياحة الشتوية على درجة الحرارة وسرعة الرياح والتساقط ومعدل الرؤية، فالمناطق التي تتمثل فيها هذه العناصر بصورة موجبة توصف بالجودة تمتلك عنصراً واحداً فقط أو لا، أما المناطق الأقل ملائمة فهي التي تتوفر فيها هذه العناصر.

وتساهم فصول السنة من خلال تنوعها في وجود المظاهر الطبيعية فهي مظهراً هاماً من الناحية السياحية أو الترفيه في المناطق تتوفر فيها النباتات الطبيعية والطبية والحيوانات البرية فتوجد هذه المناطق في جبال وسهول وأودية المملكة العربية السعودية، فتجذب هذه المناطق السائحين وراغبي الترفيه لجمال نباتاتها وتناسقها مع البيئة الجبلية، كما توجد أنواع مختلفة من الطيور والحيوانات البرية والتي تمثل عامل جذب سياحي وترفيهي إضافي.

دراسة (تحليل توزيع الفعاليات الترفيهية على مناطق المملكة العربية السعودية في ظل تنوع المناخ والمظاهر الطبيعية مع اختلاف المدن)



الشكل ٥: تم تصميمها بواسطة هيئة الترفيه

تهدف هذه الدراسة أعلاه إلى تحليل توزيع الفعاليات الترفيهية على مناطق المملكة العربية السعودية، مع مراعاة تأثير تنوع المناخ والمظاهر الطبيعية على توزيعها وتثريتها

البيانات إلى وجود تباين واضح في توزيع الفعاليات الترفيهية بين مناطق المملكة العربية السعودية، ويمكن تفسير هذا التباين من خلال عدة عوامل، أهمها: الكثافة السكانية والبنية التحتية والمعالم السياحية والمناخ وتلعب الظروف المناخية دورًا هامًا في توزيع الفعاليات الترفيهية، ففي فصل الصيف، على سبيل المثال، تُقام العديد من الفعاليات في الهواء الطلق في المناطق ذات المناخ المعتدل، بينما تُقام الفعاليات في الأماكن المغلقة في المناطق ذات المناخ الحار وتُظهر البيانات تنوع أنواع الفعاليات الترفيهية في المملكة العربية السعودية، ويمكن ربط هذا التنوع بتنوع المناخ والمظاهر الطبيعية في المملكة، فمثلاً، تُقام العديد من الفعاليات الرياضية في المناطق ذات المناخ المعتدل، بينما تُقام الفعاليات البحرية على سواحل البحر الأحمر وخليج العرب، وتُقام الفعاليات الصحراوية في المناطق الصحراوية مثل صحراء الربع الخالي وتؤثر الظروف المناخية على توزيع الفعاليات الترفيهية حسب الفصل، ففي فصل الصيف، على سبيل المثال، تُقام العديد من الفعاليات في الهواء الطلق في المناطق ذات المناخ المعتدل، بينما تُقام الفعاليات في الأماكن المغلقة في المناطق ذات المناخ الحار، وتُقام بعض الفعاليات مثل مهرجانات التخييم في فصل الشتاء في المناطق ذات المناخ المعتدل، وتستهدف بعض الفعاليات الترفيهية فئة عمرية محددة، بينما تستهدف فعاليات أخرى جميع الفئات العمرية، ويمكن ربط الفئات العمرية المستهدفة بتنوع المناخ والمظاهر الطبيعية في المملكة، فمثلاً، تُقام العديد من الفعاليات الموجهة للأطفال في المناطق ذات المناخ المعتدل، بينما تُقام الفعاليات الموجهة للكبار في المناطق ذات المناخ الحار، وتُقدم هذه الدراسة لمحة عامة عن توزيع الفعاليات الترفيهية على مناطق المملكة العربية السعودية مع مراعاة تأثير تنوع المناخ والمظاهر الطبيعية على توزيعها، وتُشير الدراسة إلى وجود ارتباط وثيق بين تنوع المناخ والمظاهر الطبيعية في المملكة وتنوع أنواع الفعاليات الترفيهية وتوزيعها على المناطق المختلفة.

٤, ٢ المبحث الثالث: إدارة المشاريع الترفيهية

تعريفها:

يدور معنى الترفيه في أصله اللغوي على السعة، والانبساط، وإزالة التعب وإدخال السرور على النفس بعد العناء؛ فالترفيه، والترفيه والتسلية كلها تشير إلى معانٍ متقاربة (لسان العرب، ٢٠٠٩م، ص ٤٥٥).

ويعرف الترفيه في الاصطلاح بأنه: "نشاط تطوعي يمارسه الفرد خلال وقت فراغه، ويكون مدفوعاً بشكل أساسي بالرضا والسرور النابع منه" (Carlson, 1979.p. ٤٠٠). وتتمتع الأنشطة الترفيهية كغيرها من الأنشطة الأخرى بمجموعة من الخصائص التي تميزه عن غيره، وقد أشار درويش والحمامي (١٩٨٦م، ص ٢٢) إلى عدد من هذه الخصائص منها:

الهادفيه: المقصود بها أن يكون النشاط هادفاً، بمعنى أن يساهم في إكساب الفرد من خلال ممارسته للنشاط، ويساهم في تنمية وتطوير شخصية الفرد.

الدافعية: يتم الإقبال على ممارسة النشاط الترفيهي؛ وفقاً لرغبة الممارس في الاشتراك في النشاط الترفيهي وبدافع من ذاته.

الاختيارية: يختار الممارس نوعية النشاط الذي يفضلُه عن غيره من النشاطات الترفيهية التي تتميز بتنوع مجالاتها ما بين ثقافية وفنية واجتماعية، وأنشطة رياضية.

التوازن: يحقق الترفيه والترفيه للفرد التوازن النفسي من خلال الأنشطة الترفيهية فكل إنسان أعماله الخاصة التي يؤديها في حياته، وهذه الأعمال تكون غير كفيلة بإشباع الميول المتعددة للفرد، ولذا تبقى لدى الفرد ميول أخرى لا تزال في حاجة إلى إشباع وهذه الميول يمكن إشباعها خلال وقت الفراغ.

السعادة: ممارسة النشاط الترفيهي يجلب السرور والمرح والبهجة الى نفوس الممارسين؛ وبذلك يكونوا في حالة سارة أثناء النشاط.

“حيث يكاد يكون كل شيء يفعلُه المرء ليستمتع ويشعر بالسعادة هو من الترفيه تقريباً وأكثر من ذلك: ليست صناعة السيارات، ولا الصلب، ولا الخدمات البنكية، بل الترفيه هو من يقود عجلة الاقتصاد في العالم”

بهذه العبارة ابتدأ مايكل وولف كتابه عن اقتصاد الترفيه، الذي حمل إحصائيات ومعلومات مذهلة عن حجم هذا الاقتصاد وتأثيره، يؤكد وولف أن عنصر الترفيه يتحكم في كل اختيارات الناس من المراكز التجارية التي يتبضعون منها، ومطاعم الوجبات السريعة التي يتناولون فيها غداءهم، ونوع ملابس النوم التي يشترونها لأطفالهم. وخطوط الطيران التي يقررون السفر خلالها، الترفيه ليس رفاهية، بل احتياج أساسي، لا يقل أهمية عن التعليم والصحة الخدمتين اللتين تأخذان الكثير من اهتمام الحكومات على السواء في الدول النامية والصناعية وتلعبان دوراً كبيراً في تشكيل التوجهات السياسية والاستقرار الاجتماعي.

ولذلك فمع كل هذا الأثر والتقاطع بين الترفيه وكل مفاصل حياتنا، فإنه من المهم جداً أن نخرج الترفيه من الظل، ونعطيه مكانته الصحيحة، دون مبالغة ودون تقصير، ونوجهه لنعيش عالماً واحداً متكاملاً متناعماً يحقق لنا السعادة والانتاجية التي ترتبط بأهداف حياة كل فرد منا، كما أن الترفيه رغبة يشترك البشر في الحاجة إليها باختلاف أجناسهم وأعمارهم وانتماؤاتهم، ويساعد في توطيد العلاقات الاجتماعية فيما بينهم، وبتبسيط التعلم والتعرف على الثقافات الأخرى بشكل واسع، لأنه نشاط اختياري مقبول وممتع للفرد والمجموعة، ولأنه يرتبط بقيمة اجتماعية أو ثقافية أو تعليمية أو رياضية أو سلوكية أو غيرها، ولذلك فهو متداخل مع كل مفاصل الحياة وتفصيلها، وليس مجرد ضياع للوقت وملئ للفراغ.

نظرية إدارة المشاريع الترفيهية كما وصفها (محمد مفرح، ٢٠١٨): لا يمكن أن تكون علماً نظرياً خالصاً، لأن هدفها أن تسهم في حل كثير من الطواهر والتحديات التي يواجهها البشر لأسباب عديدة منها التطور السريع، ولذلك فهو يتداخل مع العلوم الأخرى كوسيلة تجعلها أكثر تأثيراً غالباً، وهو علم يخرج من قلب التجارب البشرية والمتغيرات الحياتية وينطلق إلى قاعات العلم ليستكمل جوانبه نظرياً، ويتصدى للتحديات التي لا تحلها العلوم الأخرى ولا أغلب التخصصات القائمة الأخرى.

فنظرية إدارة المشاريع الترفيهية تمتاز بقدر من الجرأة لجمع مبادئ نموذجية أصلية متعارضة في واقع اليوم، فالترفيه الذي يعتبره كثير من البشر ضياعاً للوقت، يطرح ليكون جوهر بناء الإنسان ونمط الحياة المستقبلية، (صناعة الترفيه) يجعلك تستمتع وتتقدم بفكرك ومواهبك وقدراتك، فالترفيه ليس لوقت الفراغ، بل هو متعة مبنية على قيمة حقيقية.

(صناعة المشاريع الترفيهية) هو القرار الذي نتخذه بدلاً من أن ننتظر مستقبلاً نتمنى أن يكون جميلاً، بل نحن من يصنع هذا المستقبل، صناعة الترفيه يدهش العالم عن طريق إعادة تعريف العلوم والفنون بالكامل، بأسباب ونماذج تعمل ببطء وليس بأفعال خارقة، وعلم الترفيه) سيقفل الناس إلى مناطق وأنماط غير التي اعتادوا عليها تماماً، (نظرية صناعة الترفيه توجه البشر للعمل بحيث تكون برامج وخدمات ومشاريع الترفيه وفق الطلب On-Demand Entertainment ويصنع واقعاً جديداً يجد فيه الإنسان ائل وخدمات الترفيه في أي وقت ومكان يحدده باختياره، وبتكلفة مناسبة، مع خدمات تشمل جميع لاجوانب، ويفتح لكل فرد ومؤسسة - دون أي اشتراطات معقدة - إمكانية العمل الحر، ويصنع أفقاً جديداً يكون أفراد ومؤسسات المجتمع هم المستثمر والمورد والعميل والقائم بالخدمة.

كما تطرقت النظرية النفسية للترفيه انطلقت هذه النظرية من المقومات الأساسية للنفس البشرية، لتقدم بذلك إجابة عن السؤال المرتبط بالأسباب الأساسية للإقبال على الأنشطة الترفيهية، وهنا تؤكد هذه النظرية حقيقة أساسية تتمثل في أن: "حالة اللاتوازن النفسي التي غالبا ما يكون عليها المتلقي هي السبب الرئيسي للإقبال على الأنشطة الترفيهية، وهنا يكون الترفيه بشكل عام من خلال إخراج الإنسان من عالم الحزن والمعاناة، وإدخاله في عالم الوظيفة التطهيرية من التوازن والتوافق النفسي، إن أدوار الحياة اليومية في المجتمع العصري تحدث توترات وخلق دوافع نفسية كثيرة **كالهروبية**: وهي الحاجة التي يتم إشباعها من خلال ممارسة الأنشطة الترفيهية، وهنا يحقق الفرد ما يسمى الإشباع التعويضي أو الإشباع "البديل، الوهمي، الخيالي" الذي لا يستطيع الفرد أن يحققه بعيدا عن ممارسة الأنشطة الترفيهية التي تقدمها المشاريع الترفيهية.

حيث تجيب النظرية الاجتماعية للترفيه بدورها عن الإشكالية المطروحة في شأن أسباب الإقبال على المواد الترفيهية، ودوافعه المختلفة، وهنا تم الاستناد على الأرضية الاجتماعية للإجابة عن مختلف هذه التساؤلات، من خلال إقامة العلاقة بين ما هو نفسي، وما هو اجتماعي، أي بين أوضاع الأفراد الاقتصادية والاجتماعية، وبين تأثيرات هذه الأخيرة على دوافعهم واتجاهاتهم في ممارسة الأنشطة الترفيهية، ونجد كل هذا من خلال ما اقترحه الباحث الأمريكي " دينس مكاي" إذ يركز على فكرة أساسية تتمثل في أن غالبية أفراد المجتمع يلجئون إلى المواد الترفيهية لإشباع حاجاتهم التي لم تسمح لهم الظروف الاقتصادية والاجتماعية المزرية بإشباعها، وأشار بذلك أن مثل هذا الإشباع وهمي، لكنه كفيلا بأن يعوض هذه الفئات عن الخيارات المادية التي حرمت منها طوال فترة حياتهم، حيث تكون خلق تجربة ترفيهية متكاملة للشخص، وأداء الأدوار الاجتماعية التي يرغبون فيها ويتطلعون لتحقيقها، ومن ثم التخلي عن الواقع المعدوم الذي يعيشونه.

تتطرق النظرية الأنثروبولوجية للترفيه لتحديد الفكرة الأساسية لهذا المنظور في أن الترفيه يشكل واحداً من أهم ممارسات الإنسان، ونشاطاته المختلفة، يسعى من خلاله إلى تعزيز آليات الاتصال والتفاعل الاجتماعي في المجتمع، وعبره يتم تحديد طبيعة ثقافة المجتمع والتعرف عليها ما ما يقود إلى تكوين الرموز الثقافية التي يمكن الاستناد عليها لتحقيق التواصل الثقافي والاجتماعي، فالنشاط الترفيهي في جوهره "علامة من العلامات الاجتماعية والثقافية" تسمح هذه الأخيرة بكشف الستار عن طبيعة المجتمع.

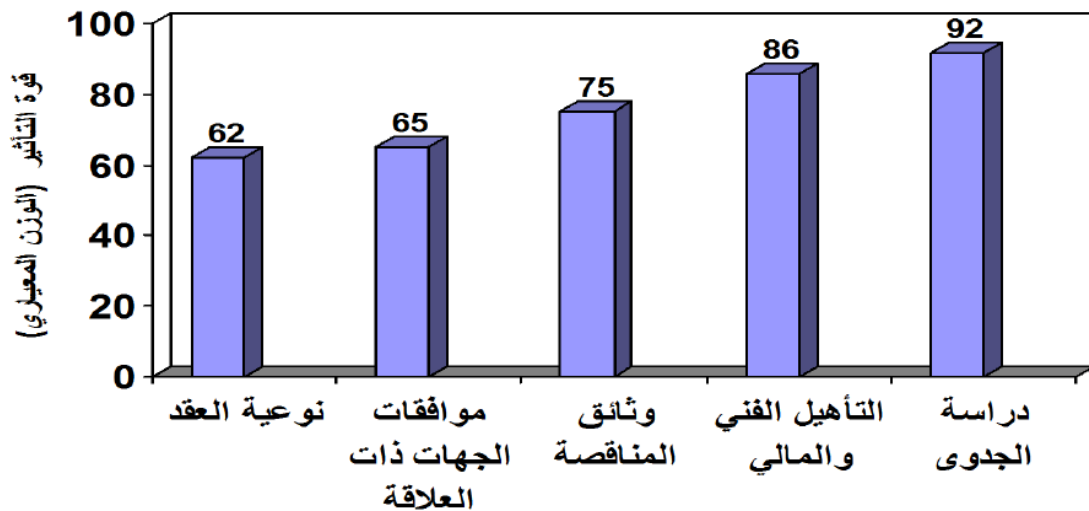
هناك عديد من الدراسات والأبحاث العلمية التي حاولت إظهار التفضيلات الترفيهية لدى المجتمع، ومن بينها دراسة الباحثين (٥١٤٠٦)، والتي توصلت إلى مجموعة من النتائج من

بينها وجود تفاوت في حجم أوقات الفراغ لدى الشباب في مختلف الكليات النظرية والعلمية وقد تبين أن حجم أوقات الفراغ اليومي والأسبوعي لدى الشباب في الكليات النظرية يفوق حجم هذه الأوقات لدى الشباب في الكليات العلمية، كما أن أنشطة أوقات الفراغ التي يمكن مزاولتها داخل المنزل تحتل المرتبة الأولى؛ من حيث الأهمية بالنسبة لأنشطة أوقات الفراغ اليومي، كما أشارت النتائج إلى أن مشاهدة التلفزيون تحتل المرتبة الأولى بين أنشطة أوقات الفراغ اليومي للشباب تليها القراءة، والاطلاع على الصحف والمجلات، وممارسة الألعاب المسلية، كما أن معظم الشباب يميلون إلى مغادرة المنزل وممارسة بعض الأنشطة الترفيهية مثل القيام بالرحلات والنزهات البرية، وزيارة الأقارب والأصدقاء، كما بينت النتائج أن قضاء الوقت بالمنزل يحتل المرتبة الأولى بين أماكن قضاء الشباب لأوقات فراغهم اليومي ويلي المنزل من حيث الأهمية الجامعة والمسجد، والمكتبات العامة، والنوادي، والأسواق التجارية، وتبين أيضاً أن الأماكن الخلوية تحتل المرتبة الأولى بين أماكن قضاء الشباب لأوقات فراغهم الأسبوعي، وكلما ارتفع مستوى الدخل الشهري لأسر الشباب زاد تفضيلهم لأوقات الفراغ على أوقات العمل خلال الإجازات والعطلات الرسمية، وأن الشباب على اختلاف مستوياتهم الاجتماعية والاقتصادية يتوافر لديهم حجم كبير من أوقات الفراغ اليومي، أو الأسبوعي أو السنوي. كما أظهرت نتائج دراسة الشثري (١٤٠٦هـ) أن غالبية أفراد العينة (٦٥%) تراوحت أعمارهم بين ١٥-٢١ سنة في حين أن ربع العينة (٢٦%) تراوحت أعمارهم بين ١٥-١٨ سنة، كما أن ارتفاع المستوى الاقتصادي للأسرة له أثر إيجابي في زيادة تنوع ما يمتلكه الطالب من أدوات ووسائل النشاط والهوايات الخاصة بوقت الفراغ، كما أشارت النتائج إلى أن نسبة كبيرة من أفراد العينة (٦٠%) يملكون وقت فراغ يومي يزيد عن ثلاث ساعات وتزداد هذه الساعات في نهاية الأسبوع لتصل إلى سبع ساعات وأكثر، ولا يستطيعون شغلها، أو الاستفادة منها، إلى جانب ذلك أشارت النتائج إلى أن هناك اتجاه شائع بين الشباب لقضاء وقت الفراغ في المنزل، إذ أن (٦٢%) منهم يقضون أغلب وقت فراغهم في منازلهم، ومنازل أصدقائهم، كما أن ما يقارب من نصف أفراد العينة يقضون أجازة الصيف في مدينة الرياض بصفة مستمرة، وأقل من ذلك يقضون تلك الأجازة في إحدى مدن المملكة. وتوصلت نتائج دراسة خليفة، وإدريس (١٤١٠هـ) إلى أن هناك علاقة طردية بين المستوى التعليمي وممارسة الترفيه؛ وذلك لأن الشخص كلما ارتفع مستوى تعليمية، أصبح أكثر قدرة على تخصيص جزء من دخله للصرف على وسائل الترفيه المتاحة، كما أن المسافرين داخل المملكة هي (٨٠،٦%) وخارجها (١٩،٤%) لقضاء وقت الأجازة، وأخيراً فإن الشباب لديهم رغبة قوية في وجود الحدايق العامة بنسبة (٦٨%) والساحات الرياضية بنسبة (٦١%)، ثم المكتبات العامة بنسبة (٦٢%)، تليها الملاهي الترفيهية بنسبة (٥٨%). هذا وقد توصلت نتائج دراسة أبو مصطفى وأبو دف (٢٠٠٠م) إلى امتلاك زيارة الأصدقاء في أوقات الفراغ المرتبة الأولى في قضاء الشباب لوقت الفراغ، كما أظهرت النتائج عدم وجود فروق جوهرية بين متوسطات درجات الطلبة الذكور والإناث في مجالات مقياس اتجاهات الطالب الجامعي نحو الترفيه، وأشارت النتائج إلى أن الإناث أكثر ممارسة للترويج من الذكور، نظراً، لكون الذكور لديهم مسؤوليات كبيرة تجاه متطلبات الحياة أكثر من الذكور، كما أن الذكور أكثر ممارسة للأنشطة الرياضية من الإناث، كما أشارت النتائج إلى التزام الإناث بضوابط المجتمع المفروضة عليها في ممارستهم لأساليب الترويج أكثر من الذكور. أما دراسة العنزي (١٤٢٢هـ) فقد توصلت إلى أن عدد ساعات وقت الفراغ حوالي ثلاثة أرباع المبحوثين في اليوم (٤ ساعات فأكثر) بنسبة قدرها (٧٥%)، وأن غالبية مرتادي المقاهي هم من فئة الشباب والذين تتراوح أعمارهم ما بين ٢٠-٣٠ سنة ونسبة (٥٠%) منهم من الطلاب، وغالبية الرواد من السعوديين من مرتادي المقاهي من الشباب (أقل من (٢٥) بنسبة قدرها (٥٨) وان

معظمهم من السعوديين ومثلوا نسبة قدرها (٩٢) كما أن الأماكن الترفيهية للشباب في الرياض قليلة ولا تتناسب مع ميولهم واتجاهاتهم الشغل أوقات فراغهم، حيث إن هناك أماكن ترفيهية كثيرة في مدينة الرياض لا تسمح بدخول الشباب بدون عائلاتهم، وأن أغلبية المبحوثين بنسبة (٦٤%) يقضون أوقات فراغهم مع الأصدقاء، كما أشارت النتائج إلى أن من أهم البدائل بعد ارتياد المقاهي بالترتيب هي الرحلات الأندية الرياضية المنتزهات والحدائق، وأخيراً أظهرت النتائج عدم وجود أثر ذو دلالة إحصائية للعمر، الحالة الاجتماعية، المستوى التعليمي، الدخل الشهري على ارتياد المقاهي. ومن النتائج التي توصلت إليها دراسة عزيز وكاظم (٢٠٠٩م) أن الطلبة الذكور يقضون معظم أوقات فراغهم خارج المنزل في حين الطالبات الإناث يقضين معظم أوقات فراغهن في المنزل، كما أنه يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في استثمار أوقات الفراغ لدى الطلبة بحسب متغير الجنس ذكور وإناث، كما أشارت النتائج إلى أن المقاهي تحتل المرتبة الأخيرة في الأماكن الترويحية لدى الشباب في أوقات فراغهم، وأن (٦٧%) من الشباب يفضلون زيارة الأقارب والأصدقاء لقضاء وقت فراغهم. وأخيراً توصلت نتائج دراسة Kamal (syukran & Yunus ٢٠١٠) إلى أن (٥٥%) من الطالبات يمارسن أساليب الترويح بانتظام، وأن المعوق الأول في ممارسة الطالبات لأساليب الترفيه هو عدم توافر أوقات فراغ لديهن نتيجة الدراسة وظروف العمل والظروف العائلية، كما أن من أهم الأساليب الترويحية التي تمارسها الطالبات هي: الالتقاء بالأصدقاء، والرياضة، والتخييم في الهواء الطلق، والذهاب إلى الحدائق العامة، أن الخصائص الاجتماعية للإناث تؤثر في ممارستهن لأساليب الترفيه المتاحة.

من خلال استعراض للدراسات السابقة لاحظ الباحث أنها هناك العديد من التفضيلات الترفيهية والجوانب العديدة التي يمكن إدراجها تحت بند صناعة الترفيه، حيث كانت في تناولها للموضوع العام وهو اتجاهات الشباب نحو الترفيه، وحاجة الشباب لاستثمار أوقات فراغهم عن طريق ممارسة الأنشطة الترويحية المفضلة؛ حيث تتفق مع الدراسة الحالية في معرفة كمية أوقات الفراغ وأنواع الممارسات، والأنشطة الترفيهية المفضلة للشباب الجامعي، وأيضاً في التعرف على أنواع الوسائل الترفيهية السائدة والمرغوبة.

دراسة (أهم مؤشرات نجاح المشاريع الترفيهية توزيع الفعاليات الترفيهية)



الشكل ٦: تم تصميمها بواسطة عادل أبو اليزيد

ويتضح في هذه الشكل تحليل قام بدراسته (عادل أبو اليزيد، ٢٠١٦) يشرح فيه أن مدير المشروع من خلال أدوات إدارة المشاريع الترفيهية ومن أهمها التخطيط والاتصال والقيادة قادر على إنجاح إدارة المشاريع الترفيهية، ويجب على مديري المشاريع الترفيهية التأكد من إتقان هذه الأدوات من أجل ضمان نجاح مشاريعهم، ويمكن استخدام أدوات أخرى مثل التحكم في التكاليف وإدارة المخاطر والجودة والسلامة وإدارة الموارد البشرية وإدارة المهام وإدارة التغيير لتحسين فرص نجاح المشاريع الترفيهية.

٢,٥ العلاقة بين مواسم السياحة والفصول وإدارة المشاريع الترفيهية

تُعَدُّ دراسة العلاقة بين مواسم السياحة والفصول أحد أهم العوامل المؤثرة في مجال إدارة المشاريع الترفيهية ونجاحها، فمن خلال فهم هذه العلاقات، يمكن لمديري المشاريع الترفيهية اتخاذ قرارات استراتيجية فعالة تحسّن من أداء مشاريعهم وتحقيق أهدافها المبتغاة، حيث كانت رؤية ٢٠٣٠ هي خطة ما بعد النفط للمملكة العربية السعودية تم الإعلان عنها في ٢٥ أبريل ٢٠١٦ التي قدمها ولي العهد الأمير محمد بن سلمان، وهي رؤية الحاضر للمستقبل، وتعتمد على ثلاثة محاور؛ وهي المجتمع الحيوي والاقتصاد المزدهر والوطن الطموح، وهذه المحاور تتكامل، وتتسق مع بعضها في سبيل تحقيق الأهداف، ومن التزاماتها زيادة الأنشطة الثقافية والترفيهية، من خلال استثمار مواسم السياحة والفصول وإدارة مشروعات ترفيهية ذات معايير عالمية، للإسهام في استثمار مواهب المواطنين، وتطوير الأنظمة واللوائح بما يساعد على التوسع في إنشاء الأندية الاجتماعية والثقافية وسوف ينطلق البرنامج الوطني الذي سيعمل على تحسين جودة الأنشطة الرياضية، والثقافية، ويوفر الدعم المالي اللازم لها، وينشئ شبكات وطنية تضم كافة النوادي، ويساعد في نقل الخبرات، وأفضل الممارسات الدولية لهذه الأندية وزيادة الوعي بأهميتها المملكة السعودية، رؤية ٢٠٣٠). وفي هذا الدراسة تمثل رؤية طموحه، وبرامج هادفة، وخطط تنموية واعية؛ تتضمن عدة مشاريع لصناعة الترفيه، وتوظيفها للنهوض بالاقتصاد المحلي.

دراسة "تأثير فعاليات الترفيه على تنشيط السياحة في المملكة العربية السعودية"

المؤلف: د. سمير أحمد محمد، د. هدى عبد الرحمن أحمد

المصدر: مجلة "السياحة والضيافة"، جامعة الملك عبد العزيز، المجلد ١٠، العدد ٢، ص ١-١٨، ٢٠٢٢

ملخص: تتناول هذه الدراسة تأثير فعاليات الترفيه على تنشيط السياحة ونجاح المشاريع في المملكة العربية السعودية. وتستخدم الدراسة منهجية مسحية لتحليل آراء السياح حول فعالية فعاليات الترفيه في جذب السياح وتحفيز الإنفاق السياحي. وتشير نتائج الدراسة إلى أن فعاليات الترفيه الشتوية تلعب دورًا هامًا في تنشيط السياحة في المملكة العربية السعودية، وأنها تساهم في زيادة عدد السياح وتحقيق إيرادات سياحية كبيرة.

دراسة "دور مواسم السياحة في تعزيز الاقتصاد في المملكة العربية السعودية"

المؤلف: د. عبد الله محمد العتيبي، د. نوال بنت عبد الرحمن الشريف

المصدر: مجلة "التنمية السياحية"، جامعة الملك فيصل، المجلد ١٥، العدد ٣، ص ٢٣-٤٠، ٢٠٢٣

ملخص: تتناول هذه الدراسة دور مواسم السياحة في تعزيز الاقتصاد في المملكة العربية السعودية. وتستخدم الدراسة منهجية تحليلية لفحص تأثير مواسم السياحة على اتجاهات السفر الداخلي للمواطنين السعوديين. وتشير نتائج الدراسة إلى أن مواسم السياحة تساهم في تعزيز السياحة الداخلية في المملكة العربية السعودية، وأنها تُشجع المواطنين السعوديين على قضاء عطلاتهم داخل المملكة.

دراسة "فاعلية أنماط إدارة المشروعات الاحترافية في ظل صناعة الترفيه وتأثيرها على المشروعات السياحية في المملكة العربية السعودية: دراسة حالة مدينة الرياض"

المؤلف: د. محمد علي القحطاني، د. مريم بنت أحمد السعد

المصدر: مجلة "الاقتصاديات والعلوم الإدارية"، جامعة الملك سعود، المجلد ٤٤، العدد ٢، ص ٢٠٣-٢٢٠، ٢٠٢٤

ملخص: تتناول هذه الدراسة فاعلية أنماط إدارة المشروعات الاحترافية في ظل صناعة الترفيه وتأثيرها على السياحة في المملكة العربية السعودية، مع التركيز على مدينة الرياض كدراسة حالة. وتستخدم الدراسة منهجية تحليلية لفحص فاعلية أنماط إدارة المشروعات الاحترافية على المؤشرات الاقتصادية للسياحة، مثل نموذج الشلال (Waterfall Model)، نموذج دورة الحياة المتكررة (Iterative Life Cycle Model)، النموذج الأولي (Prototyping Model)، وتشير نتائج الدراسة إلى أن أنماط إدارة المشروعات الاحترافية لها تأثير اقتصادي إيجابي على المشروعات السياحية في المملكة العربية السعودية، وأنها تساهم في خلق نهضة في صناعة الترفيه.

دراسة "فعالية دور استثمار مواسم السياحة في جذب السياح الدوليين إلى المملكة العربية السعودية"

المؤلف: د. خديجة بنت محمد السبيعي، د. فهد بن عبد الله العتيبي

المصدر: مجلة "السياحة المستدامة"، جامعة طيبة، المجلد ١٢، العدد ١، ص ٥٧-٧٤، ٢٠٢٤

ملخص: تتناول هذه الدراسة فعالية دور استثمار مواسم السياحة في جذب السياح الدوليين إلى المملكة العربية السعودية. وتستخدم الدراسة منهجية تحليلية لفحص تأثير دور استثمار مواسم السياحة على قرارات السفر للسياح الدوليين. وتشير نتائج الدراسة إلى أن مواسم السياحة تلعب

دورًا هامًا في جذب السياح الدوليين إلى المملكة العربية السعودية، وأنها تُشكل عنصرًا هامًا في استراتيجية جذب الاستثمار السياحي.

وتواجهنا عدة صراعات وتحديات تم التعرف عليها من خلال الدراسات السابقة التي تناولت المشاريع الترفيهية، ولكن يمكن التغلب على الصراعات والتحديات التي تُواجه هذه العلاقة من خلال تحليلها بشكلٍ عميقٍ، كما سيتم ذكرها أدناه:

عدم التنبؤ الدقيق بتغيرات الطلب قد يُواجه مديرو المشاريع الترفيهية صعوبة في التنبؤ الدقيق بتغيرات الطلب خلال مواسم السياحة المختلفة، ممّا قد يُؤدّي إلى نقص الموارد في مواسم الذروة أو فائضها في مواسم الركود، ممّا يُؤثّر سلبيًا على كفاءة المشروع وتكلفة تشغيله، يُمكن التغلب على هذه المشكلة من خلال استخدام أدوات تحليل البيانات المتقدمة، مثل الذكاء الاصطناعي وتعلم الآلة، لفهم سلوكيات السياح وتوقعاتهم، كما يُمكن متابعة اتجاهات السوق وأخبار السياحة بشكلٍ مستمرٍ لتنبؤ التغيرات المستقبلية في الطلب.

التغيرات السريعة في تفضيلات السياح تتغير تفضيلات السياح باستمرار مع مرور الوقت، ممّا قد يُشكل تحديًا لمديري المشاريع الترفيهية في مواكبة هذه التغيرات وتقديم خدمات تلبي احتياجات السياح المتجددة، قد يُؤدّي ذلك إلى انخفاض الطلب على بعض الخدمات والأنشطة، ممّا قد يُؤثّر على إيرادات المشروع، يُمكن مواكبة هذه التغيرات من خلال إجراء أبحاث السوق بشكلٍ دوريٍ لفهم احتياجات ورغبات السياح، كما يُمكن التواصل مع السياح بشكلٍ مباشرٍ للحصول على ملاحظاتهم وآرائهم، بالإضافة إلى ذلك، يُمكن الاستفادة من وسائل التواصل الاجتماعي لمتابعة اتجاهات السياحة وتحديد تفضيلات السياح الجدد.

المنافسة المتزايدة حيث تواجه المشاريع الترفيهية منافسةً متزايدةً عالميًا من قبل مشاريع أخرى في نفس المجال، ممّا قد يُؤدّي إلى صراع على جذب السياح، ويُلزم مديري المشاريع ببذل جهودٍ مكثفةٍ لتمييز مشاريعهم وتقديم خدمات فريدة من نوعها تُلبي احتياجات السياح، يُمكن التغلب على المنافسة من خلال تقديم خدمات متميزة تُلبي احتياجات السياح بشكلٍ أفضل، كما يُمكن التركيز على تقديم تجارب فريدة من نوعها تُميز المشروع عن منافسيها بالإضافة إلى ذلك، يُمكن الاستثمار في التسويق والترويج للمشروع لزيادة الوعي به وجذب المزيد من السياح.

الظروف البيئية والتغيرات المناخية قد تُؤثّر الظروف البيئية والتغيرات المناخية على مواسم السياحة بشكلٍ سلبي، فمثلاً، قد تُؤدّي موجات الحر أو الفيضانات أو الكوارث الطبيعية إلى انخفاض الطلب على السياحة في بعض المناطق، يُمكن التكيف مع هذه الظروف من خلال اتخاذ خطوات لضمان استدامة المشروع وحماية البيئة، كما يُمكن استخدام الطاقة المتجددة وتقنيات توفير المياه للحفاظ على الموارد الطبيعية، بالإضافة إلى ذلك، يُمكن توعية السياح بأهمية حماية البيئة وتشجيعهم على الممارسات السياحية المستدامة.

ولا يخفى أن الفجوات تعد أحد أكبر مسببات فشل المشاريع الترفيهية كما أثبتت الدراسات السابقة، حيث يلزم مراعاة تكامل التجربة وخلوها من منغصات تقلل من رفاهية السائح والزائر للمشروع الترفيهي، ويمكننا مجابهة تلك الفجوات من خلال السلوك الأنسب

التفاعلي الذي تمكننا منه إدارة المشاريع الاحترافية، فمن ضمن تلك الفجوات في المشاريع الترفيهية:

فجوة في التسويق حيث لا تصل حملات التسويق إلى الجمهور المستهدف بشكل فعال، كضعف استخدام قنوات التسويق الرقمية مثل وسائل التواصل الاجتماعي والإعلانات الإلكترونية، وعدم استهداف الجمهور المستهدف بشكل دقيق، عدم استخدام محتوى تسويقي جذاب يجذب انتباه الجمهور، مما يؤدي إلى انخفاض عدد الزوار خلال موسم الذروة، وفقدان حصة السوق لصالح منافسين آخرين، وانخفاض الإيرادات والأرباح، فينبغي تطوير خطة تسويقية شاملة تُحدد قنوات التسويق المُستهدفة والمحتوى التسويقي المناسب، واستخدام أدوات تحليل البيانات لفهم سلوكيات الجمهور المستهدف بشكل أفضل، الاستثمار في التسويق عبر المؤثرين للوصول إلى جمهورٍ أوسع، المشاركة في الفعاليات المحلية للترويج.

فجوة في الخدمات لا يقدم المشروع الترفيهي خدمات كافية للأطفال الصغار، عدم وجود مرافق كافية للأطفال الصغار، مثل برك سباحة مُخصصة وألعاب آمنة، وعدم وجود خدمات رعاية للأطفال، نقص في عدد طاقم العمل المُدرَّب على التعامل مع الأطفال. مما قد يؤدي إلى عدم رضا العائلات التي لديها أطفال صغار، وانخفاض رضا العائلات التي لديها أطفال صغار، وفقدان فرص إيرادات من خدمات رعاية الأطفال، ويمكن ملافاة هذه الفجوة عبر تخصيص مساحة مُخصصة للأطفال الصغار وتجهيزها بالألعاب والمرافق المناسبة، وتقديم خدمات رعاية للأطفال بأسعار مناسبة، تدريب طاقم العمل على التعامل مع الأطفال وتلبية احتياجاتهم، وإجراء مسح لرضا العملاء لفهم احتياجات العائلات بشكل أفضل.

فجوة في الأسعار أسعار تذاكر الدخول مرتفعة للغاية، ارتفاع تكاليف التشغيل والصيانة، عدم وجود دراسة مُتعمقة لأسعار السوق، عدم تقديم عروض ترويجية جذابة، مما قد يُحجم بعض الأشخاص عن زيارة المشروع الترفيهي، وانخفاض عدد الزوار من بعض الفئات، مثل ذوي الدخل المُنخفض، وفقدان حصة السوق لصالح منافسين يقدمون أسعارًا مُخفضة، انخفاض الإيرادات والأرباح، وتكمن حلول سد هذه الفجوة في إجراء دراسة مُتعمقة لأسعار السوق لتحديد الأسعار المناسبة، وتقديم عروض ترويجية جذابة، مثل تخفيضات على مجموعات التذاكر أو عروض موسمية، وتقديم برامج عضوية مُميزة تُتيح مزايا حصرية للعملاء، ولبحث عن فرص لخفض تكاليف التشغيل والصيانة.

فجوة في المنافسة تُواجه المشاريع الترفيهية منافسة قوية من مشاريع ترفيهية أخرى تُقدم عروضًا ترويجية جذابة وأسعارًا مُخفضة، تقديم المنافسين عروضًا ترويجية جذابة وأسعارًا مُخفضة، وامتلاك المنافسين لمرافق وخدمات مُتنوعة تلبي احتياجات جميع الفئات، وتمركز موقع المنافسين أفضل من موقع المشروع الترفيهي، ويتسبب ذلك في انخفاض عدد الزوار لصالح المنافسين، وفقدان حصة السوق، انخفاض الإيرادات والأرباح.

فجوة في الصيانة بعض أقسام المشروع الترفيهي قديمة ومتهالكة، مما قد يؤدي إلى انخفاض مستوى رضا العملاء وزيادة أخطار الحوادث.

فجوة في تنوع الأنشطة لا تُقدم مدينة الملاهي ألعابًا كافية تلبي احتياجات جميع الفئات العمرية، وفعاليات ترفيهية مُتنوعة تلبي احتياجات جميع الأذواق، مما قد يؤدي إلى انخفاض عدد الزوار من بعض الفئات.

فجوة في إدارة طوابير الانتظار تُعاني المشاريع الترفيهية من طوابير انتظار طويلة في بعض الأقسام، وسوء إدارة الحشود ممّا قد يُؤدّي إلى انزعاج الزوار وإحباطهم.

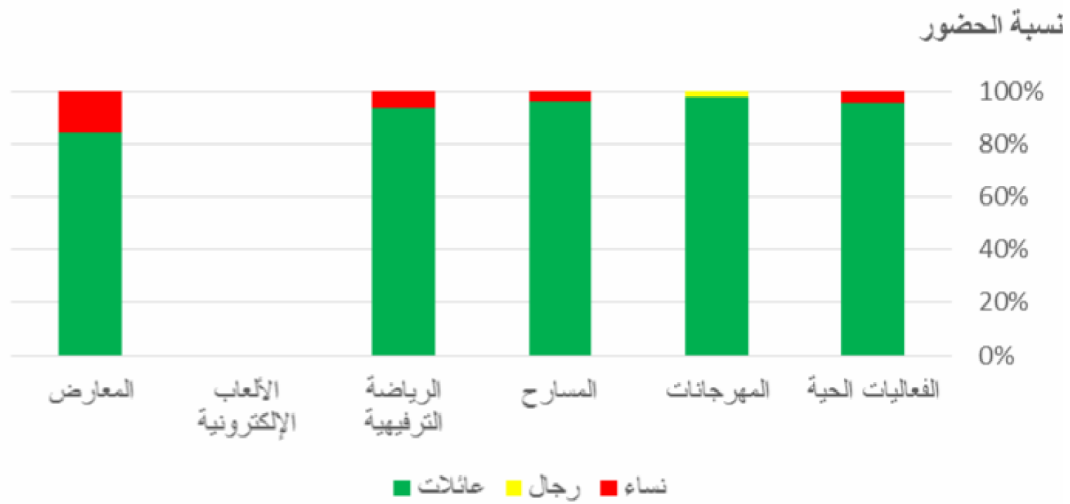
فجوة في النظافة مستوى النظافة في المشروع الترفيهي غير مُرضٍ، ممّا قد يُؤدّي إلى انخفاض مستوى رضا العملاء وانتشار الأمراض.

فجوة في الموقع يقع المشروع الترفيهي في منطقة يصعب الوصول إليها، ممّا قد يُؤدّي إلى انخفاض عدد الزوار.

فجوة في ساعات العمل لا يُفتح المشروع الترفيهي لساعاتٍ كافيةٍ، ممّا قد يُحجم بعض الأشخاص عن زيارته.

فجوة في تجربة العملاء لا يُقدم المشروع الترفيهي خدمة عملاء مُميّزة، ممّا قد يُؤدّي إلى انخفاض مستوى رضا العملاء واستيائهم.

دراسة (نسبة الحضور للمشاريع الترفيهية في المملكة العربية السعودية)



الشكل ٧: تم تصميمها بواسطة سميرة سعد

أشارت هذه الدراسة من قبل (سميرة سعد، ٢٠١٩) على أن العائلة تشكل النسبة الأكبر من الحضور في المشاريع الترفيهية، حيث تُمثل نسبتهن تتجاوز بشكل فارق من إجمالي الحضور، ويأتي النساء في المرتبة الثانية من حيث نسبة الحضور، ويشكل الرجال النسبة الأقل من الحضور.

٢,٦ الخاتمة

يرى اغلب الباحثين من خلال الدراسات التي تم تناولها مسبقاً أن دور استثمار مواسم السياحة والفصول في إدارة المشاريع الترفيهية ضرورة لصناعة الترفيه في الوقت الراهن وهذا ما يتفق مع التوجه النظري الذي يعتمد على فكرة التوازن قصير المدى ويعتبر ألكسندر "جفري" من أبرز رواد هذا الاتجاه الوظيفي الجديد وهو ما يتفق كذلك مع دراسة د/ إبراهيم محمد خليفة ود/ إدريس سالم الحسن والتي توصلت إلى أن التغير الاجتماعي الثقافي الحادث في المجتمع السعودي له تأثيرات على الأنشطة الترفيهية، أن الترفيه مهم لتجاوز القلق والتوتر وتجديد النشاط الصدارة بنسبة ٦٠.٧٨%، وهذا إن دل على شيء فإنما يدل على حجم الضغوط والتوترات التي تكتنف حياتنا الحاضرة والعصرية، حيث الاكتظاظ والازدحام والضوضاء وتعدد مشاغل الحياة وتعدد أساليبها، كل ذلك يجعل الإنسان في أشد الحاجة إلى الانعقاد والتحرر من وطأة المعيش اليومي ، وهنا يتوافق البحث مع دراسة د/ أمال صلاح عبد الرحيم حيث أظهرت أن النشاط الترويحي الذي تمارس الطالبات أثر كثيراً في التطلع الترويحي عندها، وبالتالي نجد الهدف من الترفيه متوافق بين الدراستين في ان البعد الترفيهي مهم جداً لأفراد المجتمع.

وصلت الدراسة الي أن الشباب السعوديون لا يدركون أهمية وقت الفراغ وأهمية استثماره بالشكل الصحيح بل أن هنالك العديد من الواجبات الاجتماعية يرون أن تُقضى في وقت الفراغ وهذا مفهوم غير دقيق، وبالتالي نجد الدراسة هنا تتفق مع دراسة د/ عطيات محمد خطاب في أهمية وقت الفراغ وقضائه بالشكل الصحيح وكذلك نجد توافق نظري حيث نعتبر الترفيه نسق من الأنساق الاجتماعية المستحدثة التي تستجوبها بنية المجتمع السعودي الراهنة باتجاه إيجاد التوازن المطلوب ، والتوازن هنا لا يأتي الا بالاتزان في الانساق المستحدثة الذي بات توازنا ديناميكي وفق الرؤية الوظيفية الجديدة، من زاوية تحليلية أخرى وحتى لا نبالغ في تحميل المجتمع السعودي كل المسؤولية في هدر وقت الفراغ وعدم إدراك قيمته الحقيقية، فإن بعض الفلاسفة من أمثال "ماركوز" يعتبر ان وقت الفراغ إنما هو ضرب من الوهم في إشباع الحاجات الفردية، وحتى نفهم حقيقته من المفروض أن نؤطره ضمن ما يعرف باقتصاديات الفراغ، فقد كشفت العديد من الدراسات الميدانية في علم الاجتماع (محمد ، ١٩٨٥ ، ص ٩٨)، إن النشاط الاقتصادي الذي تقوم به القوى الإنتاجية والاستهلاكية المؤثرة في العالم، يشكل نوعاً من التقنين لأنماط السلوك الاجتماعية والثقافي الذي يمكن أن يمارسه الناس أثناء أوقات فراغهم، ولا أدل على ذلك من انتشار وسائل التواصل الحديثة واكتساحها كل مناطق العالم، التي حدثت ولا تزال من التواصل المباشر بين الأفراد وقللت من الاختيار الحر عندهم.

يُستشف أن الشباب السعودي يعيش تحت وطأة منظومة ثقافية واجتماعية تقليدية صلبة لم يستطع الخروج منها، فيقدر ما نجده تواق للفعل الترفيهي وواع بمشكلة وقت الفراغ بقدر ما يبدو منجذب أكثر إلى جذوره الثقافية، مما يجعله يعيش نوعاً من التأزم والمعاناة حيال الهدر المتواصل لوقت الفراغ لأن الشباب السعودي هو جزء لا يتجزأ من النظام الاجتماعي القائم، هذا النظام الذي لم يتهياً بعد لزمان الترفيه بصفته نسقا من الأنساق الاجتماعية الأخرى الذي بدأ يدخل تدريجياً النظام الاجتماعي ويتحسس وظيفته شأنه شأن النسق المهني والنسق الديني والنسق الاقتصادي، وطالما إن وقت الفراغ هو وفق التيار الوظيفي نسق مختل الوظيفة فانه ينعكس سلباً على أداء الفاعلين الاجتماعيين بما انه جزء من زمنهم الاجتماعي برمته.

أبرز ما كشف عنه البحث ان المجتمع السعودي لازال عصياً على الفعل الترفيهي، ولكن هذا لا يعني أن لن يكون هناك ممارسة ترفيهية، إنما ذلك يعتبر تحدي حتى يكون هنالك فعلاً ترفيهياً يحمل صفة الاستمرارية ويكون جزء من ثقافة المجتمع السعودي في ظل هذه الوفرة النفطية والتغير المتسارع على الصعيد العالمي والمحلي، لاسيما وأن الترفيه كان جزء من الحياة الاجتماعية السعودية قبل النهضة متنسقاً مع المنظومة القيمية في ذلك الوقت.

لطالما كان البحث العلمي هو عراب التحول والتغير الاجتماعي في المجتمعات وأن أكثر ما يميز البحوث الاجتماعية في تخصص علم الاجتماع هذا العمق العلمي في التحليل والدراسة فيكون سبيلاً في كشف الحقائق الاجتماعية، والحقيقة ان هذا البحث جاء مواكباً لما تشهده المملكة العربية السعودية من كثافة في البرامج الترفيهية وهو ما أعطى البحث هذا العمق في تحليل إدارة المشاريع الترفيهية، أن مجتمعاً مثل المملكة العربية السعودية اكتسبت المنظومة القيمية فيه صلابة بفعل الدين والترابط القبلي فأى تغير يطرأ لابد أن يضع في الحسبان هذان العاملين وكيف يمكن الاتساق معهما حتى نستطيع أن نلبي الحاجات المدنية والعصرية وأن نبني الفرد بالطرق العلمية الصحيحة وان لا يكون مغترباً بين الغابات الاسمنتية والزجاجية في المدن، الرؤى المستقبلية تشير إلى حراك اجتماعي هائل حيث ومن المؤكد أن تصاحبه الكثير من الإفرزات الحاجية المجتمعية التي تستوجب تغير في المنظومة القيمة وبالتالي لابد ان يكون المجتمع لديه المرونة الكافية للتغير ومواكبة التطور الذي يطرأ على المجتمع العالمي، وليس صحيحاً إن كل تطور يخالف منظومتنا القيمية ويتعارض معها، بل الأصح إن المجتمع هو العاجز عن مواكبة التطور والتقدم الذي يطرأ، ويجب أن يتم الأخذ بعين الاعتبار وفي ضل هذا التغير المتسارع في الذكاء الاصطناعي والتكنولوجيا (التقنية الحيوية) والعلوم المعرفية أن المنظومة القيمية لابد أن تكون مسالمة حتى تتكون أجيالاً بقيم أكثر مرونة ولا تصبح عائقاً أمام تلبية الاحتياجات النفسية والاجتماعية أو تكون عاجزة عن المسالمة، اهم ما وصت به الدراسات السابقة اتفقت على ضرورة أن يفتح المجال لعدة أبحاثاً أعمق واشمل خصوصاً فيما يتعلق بالمشاريع الترفيهية.

ومن خلال ما تم ذكره في البحوث السابقة عن دور استثمار مواسم السياحة والفصول في إدارة المشاريع الترفيهية بالمملكة العربية السعودية فقد تأكد للباحثات الجهد الكبير للمملكة العربية السعودية في توفير كل ما يلزم من أجل المضي بهذا البلد نحو التقدم والازدهار من خلال عمل المشروعات الكبيرة والمتوسطة والصغير في شتى المجالات وخاصة مجال السياحة الذي أسهم عمل مسرعات وحاضنات الأعمال في دعم المشروعات والشركات الناشئة العاملة في مجال الترفيه، مما اسهم وبشكل واضح وجلي ومسد بالدلائل والنتائج والحقائق التي خلص إليها بحثنا الحالي في مدى الاثر البالغ والكبير في تطور الشركات والمشروعات الناشئة وبالتالي تطور ونمو مجال السياحة بشكل عام، فحاضنات الاعمال تتمتع بأهمية كبيرة؛ في إطار اهتمام رؤية ٢٠٣٠ بقطاع ريادة الأعمال، ودعم العديد من القطاعات الأخرى المرتبطة به، وتسعى بشكل عام إلى تنظيم العديد من خدمات تطوير الأعمال، والعمل باستمرار على تحقيق احتياجات الشركات الجديدة بصورة مرنة؛ عن طريق احتضانها في مكان صغير، فهي توفر مجموعة من الخدمات التي يمكنها أن تعزز معدلات نجاح ونمو المنشآت الجديدة، والمشاريع الصغيرة؛ ما ينعكس بشكل إيجابي على التنمية الاقتصادية بصفة عامة، فحاضنات الأعمال تعتبر أحد قطاعات منظومة الأعمال، التي تساند وتحفز الأفكار والمشاريع، سواء كانت مبتدئة أو قائمة، كما ترعى الأفكار الإبداعية ذات الطابع الاستثماري.

الملاحق

٢,٧ استبيان

تحية طيبة، يشرفنا أن نضع بين أيديكم هذا الاستبيان المعد لأغراض البحث العلمي بهدف تحليل دور استثمار مواسم السياحة والفصول في إدارة المشاريع الترفيهية. ونهدف من خلال هذا الاستبيان إلى جمع معلومات قيّمة حول كيفية قيام مديري المشاريع الترفيهية باستثمار مواسم السياحة والفصول المختلفة لتحسين أداء مشاريعهم وتحقيق أقصى استفادة منها من خلال التعرف على آرائكم حول المحاور التي تتضمنها استمارة البيانات، تتضح مدلولاتها فيما يلي:

استثمار مواسم السياحة والفصول: هي تلك الفترات التي تمثل الذروة السياحية حيث تتناسب مع بيئة كل منطقة من خلال موسمها السياحي الذي يناسب بيئتها في مختلف أوقات السنة وتمثل الأحداث والفعاليات الموسمية فرص ذهبية لاستثمارها وتطوير عروض وخدمات تناسب احتياجات السياح في كل موسم وفصل مختلف.

إدارة المشاريع الترفيهية: هي عملية التخطيط والتنظيم والتحكم والمراقبة للموارد البشرية والمالية والمادية لتحقيق أهداف محددة لمشروع ترفيهي، مع مراعاة جدوى المشروع وقابليته للتطبيق والجدول الزمني والميزانية المحددة له لتحقيق الأهداف الربحية والتشغيلية.

نرجو منكم التكرم بالمشاركة في هذا الاستبيان من خلال الإجابة على الأسئلة الموجودة فيه بدقة وصدق، ونؤكد لكم أن جميع المعلومات التي ستقدمونها ستكون سرية تمامًا.

شكرًا لكم على تعاونكم

مع خالص التقدير والاحترام

الأسئلة الشخصية

- ما هو عمرك؟
- ما هو جنسك؟
- ما هو مستواك التعليمي؟
- ما هو دخلك الشهري؟
- ما هو مكان إقامتك؟

المصدر		عدد البيانات		أبعاد المتغير		المتغير		
علي محمد ود/عائشة (٢٠٢٠) دور المناخ في تقييم مواسم السياحة في مدينتي أبها وجازان بالسعودية		٣		العوامل الطبيعية		استثمار مواسم السياحة والفصول		
		٤		العوامل الاجتماعية والثقافية				
		٣		العوامل الاقتصادية				
		٢		العوامل التكنولوجية				
رقم	العبارة						موافق بدرجة	
	١	٢	٣	٤	٥	٦	٧	
المحور الأول: استثمار مواسم السياحة والفصول								
١	تراعي الفعالية نظام الإجازات السنوية الخاص بالزوار لاقامة الموسم السياحي							
٢	تحتوى المواسم السياحية ذات الطابع التفاعلي مع الطبيعة كالطقس وفصول السنة باهتمام الزوار وتقدم تجربة سياحية مثالية لهم							
٣	المعالم الطبيعية والطقس عنصران مهمة في اختيار المواسم السياحية واقامة الفعالية							
٤	القيام بأنشطة سياحية بجانب الطبيعة الخلابة يساعد الزوار على الاسترخاء والصفاء الذهني والتخلص من ضغوط العمل							
٥	قدمت الفعالية فرصة للتعرف على العادات والتقاليد للمجتمع السعودي							
٦	يحرص الزوار على اصطحاب كامل أفراد العائلة للفعالية							
٧	قدمت الفعالية العديد من الفنون التي تلبي اهتمام شرائح المجتمع المختلفة							
٨	هل تجد أسعار تذاكر الدخول مناسبة لزوار الفعالية (٢٥ ريال سعودي للشخص الواحد)							
٩	هل كان ضمن اهتمامات الزوار تجربة ألعاب تفاعلية مثل بيجي وحرب الالوان والاسهم والساكتون والواقع المعزز							
١٠	عروض المسرح للأطفال والمسابقات والفنون الشعبية نالت اهتمام الزوار							
١١	هل قدمت الفعالية عبر مواقع التواصل الاجتماعي نبذة متكاملة عن الفعالية بالعروض اليومية							
١٢	هل تطمح لوجود مواسم سياحية وفعاليات تفاعلية ذات طابع ترفيهي في السعودية مستقبلا							
١٣	هل قمت بتوصية الآخرين بتجربة زيارة الفعالية							

المرجع		عدد البيانات	أبعاد المتغير		المتغير
فؤاد عبد القادر (٢٠٢٣) إدارة المشاريع الترفيهية في المملكة العربية السعودية		١٩	إدارة المشاريع الترفيهية		إدارة المشاريع الترفيهية
رقم	العبارة				
	كثرة الحدوث	كثرة المعرفة	مؤسسية	قابلية	قابلية جدا
	المحور الثاني: إدارة المشاريع الترفيهية				
١	هناك أهداف عديدة نسعى لتحقيقها من خلال المشروع الترفيهي				
٢	هناك فوائد ستعود على الجمهور والمستثمرين				
٣	يساهم المشروع الترفيهي في تنمية المجتمع المحلي				
٤	هناك جمهور مستهدف لكل مشروع ترفيهي				
٥	يوجد احتياجات ورغبات مختلفة لكل مجتمع				
٦	توجد منافسة في المشاريع الترفيهية				
٧	يقوم مدير المشروع بتوزيع المهام والمسؤوليات على أعضاء فريق العمل				
٨	يقوم مدير المشروع بتحديد جدول زمني للمشروع				
٩	تم تحديد الميزانية المطلوبة لتشغيل المشروع الترفيهي				
١٠	تم تحديد الاحتياجات للموارد البشرية والمالية والمادية اللازمة للمشروع الترفيهي				
١١	تم تحديد طريقة للحصول على الموارد الخاصة بالمشروع				
١٢	يتم حل المشكلات التي تواجه الفريق بشكل فعال				
١٣	يتبنى المشروع تواصل فعال مع الجمهور والمستثمرين والجهات الحكومية				
١٤	يتم تحديد المخاطر وتجنبها التي قد تواجه المشروع قبل حدوثها				
١٥	تساعد مرحلة مراقبة المشروع في تحديد أي انحرافات عن الخطة ومعالجتها				
١٦	يتم تقييم أداء المشروع وتحديد نقاط قوته وضعفه وتحليل النتائج				
١٧	تساهم التقارير الدورية في ضمان سير العمل وفقاً للخطة				
١٨	تحدد تكاليف المشروع كيف سيكون تخصيص الموارد المالية بشكل فعال				
١٩	تساعد المراقبة في إدارة الميزانية والانفاق بشكل دقيق				

٣ الفصل الثالث: منهجية البحث

٣,١ مقدمة

يوضح هذا الفصل البحث المستخدمة في التحقيق (تحليل دور استثمار مواسم السياحة والفصول في إدارة المشاريع الترفيهية: دراسة حالة لفعالية بر وسمر الشتوية في المملكة العربية السعودية مكة المكرمة)، وهو يعرض بالتفصيل التعريفات الإجرائية لمتغيرات البحث، وتصميم البحث، ومجتمع البحث وطرق وتقنيات أخذ العينات، وطرق جمع البيانات، وأنواع البيانات، وطرق وإجراءات تحليل البيانات.

٣,٢ التعريفات الإجرائية لمتغيرات البحث

في الدراسات البحثية، تعد التعريفات الإجرائية أساسية في تحديد المتغيرات التي يتم قياسها بوضوح. يصف التعريف الإجرائي كيفية قياس متغير أو ملاحظته أو التلاعب به، ويساعد الباحثين على ضمان اتساق دراساتهم وموثوقيتها وصلاحياتها.

٣,٢,١ استثمار مواسم السياحة والفصول

التعريف الإجرائي: يمكن تشغيل استثمار مواسم السياحة والفصول كعدد السياح القادمين إلى الموسم السياحي ومتوسط الإنفاق.

٣,٢,٢ إدارة المشاريع الترفيهية:

التعريف الإجرائي: يمكن تشغيل إدارة المشاريع الترفيهية كمعدل الربحية للمشروع من خلال قسمة الأرباح على التكاليف.

٣,٣ تصميم البحث

فلسفة البحث: الوضعية.

منهج البحث: الاستنتاجي.

استراتيجية البحث: دراسة الحالة.

اختيار البحث: الطريقة الاحادية.

الأفق الزمني: مستعرضة.

التقنيات والإجراءات: الاستبيانات.



الشكل ٨: تم تصميمها بواسطة الباحث

٣,٤ مجتمع البحث وطرق وتقنيات أخذ العينة

٣,٤,١ مجتمع البحث

الشكل ٩: مجتمع البحث

اسم الشركة	التصنيفات	عدد الموظفين
شركة سمو الريادة المنظمة لفعالية "بر وسمر"	الإدارة	٥
	الموظفين	٢٠

المصدر: الباحث (٢٠٢٤)

٣,٤,٢ عينة البحث

الشكل ١٠: عينة البحث

عينة البحث	عدد الموظفين
نستهدف الموظفين في شركة سمو الريادة المنظمة لفعالية "بر وسمر"	١٥ - ٢٠ موظف

المصدر: الباحث (٢٠٢٤)

٣,٤,٣ طريقة وتقنيات أخذ العينة

طريقة أخذ العينات هي الاحتمالية وتقنيات أخذ العينات هي أخذ العينات العشوائية البسيطة.

٣,٥ طريقة جمع البيانات

سيتم تحليل البيانات التي تم جمعها إحصائياً. يتضمن التحليل الإحصائي تحديد البيانات الأولية وتحليلها وتحويلها إلى معلومات مفيدة، سيساعد هذا المنهج على كشف العلاقات الأساسية بين المتغير المستقل: استثمار مواسم السياحة والفصول والمتغير التابع: إدارة المشاريع الترفيهية بشركة سمو الريادة المنظمة لفعالية "بر وسمر".

٣,٥,١ المتغير المستقل (استثمار مواسم السياحة والفصول)

اعتمد الباحث على استبانة علي محمد ود/عائشة (٢٠٢٠) من أجل قياس المتغير المستقل (استثمار مواسم السياحة والفصول)، وذلك من حيث أربع أبعاد وهي: العوامل الطبيعية، العوامل الاجتماعية والثقافية، العوامل الاقتصادية، العوامل التكنولوجية، حيث إن الإجمالي ١٣ عنصر للمتغير بأكمله، حيث إن بعد العوامل الطبيعية يتكون من ٣ عناصر، وبعد العوامل الاجتماعية والثقافية يتكون من ٤ عناصر، وبعد العوامل الاقتصادية يتكون من ٣، وبعد العوامل التكنولوجية يتكون من ٣، نوع الأداة ليكرت: موافق بشدة، موافق، محايد، غير موافق، غير موافق بشدة.

الشكل ١١ : المتغير المستقل

المتغير	أبعاد المتغير	عدد البيانات	المرجع
استثمار مواسم السياحة والفصول	العوامل الطبيعية	٣	علي محمد ود/ عائشة (٢٠٢٠) دور المناخ في تقييم مواسم السياحة في مدينتي أبها وجازان بالسعودية
	العوامل الاجتماعية والثقافية	٤	
	العوامل الاقتصادية	٣	
	العوامل التكنولوجية	٣	

المصدر: الباحث (٢٠٢٤)

٣,٥,٢ المتغير التابع (إدارة المشاريع الترفيهية)

اعتمد الباحث على استبانة فؤاد عبد القادر (٢٠٢٣) من أجل قياس المتغير التابع (إدارة المشاريع الترفيهية)، وذلك من حيث بعد واحد وهو: إدارة المشاريع الترفيهية، حيث إن الإجمالي ١٩ عنصر للمتغير بأكمله، نوع الأداة ليكرت: موافق بشدة، موافق، محايد، غير موافق، غير موافق بشدة.

الشكل ١٢ : المتغير التابع

المتغير	أبعاد المتغير	عدد البيانات	المرجع
إدارة المشاريع الترفيهية	إدارة المشاريع الترفيهية	١٩	فؤاد عبد القادر (٢٠٢٣) إدارة المشاريع الترفيهية في المملكة العربية السعودية

المصدر: الباحث (٢٠٢٤)

٣,٦ أنواع البيانات

٣,٦,١ بيانات أولية

تم جمع البيانات الأولية عن طريق استخدام الاستبيان كأداة رئيسية للدراسة، وتم تصميم الاستبيان بعناية لتغطية جميع جوانب موضوع البحث وتحقيق أهداف الدراسة، وتم توزيع الاستبيان على عينة ممثلة من المستهدفين وتم الحصول على معدل استجابة عال.

تم إجراء تحليل كمي للبيانات الأولية المجمعة باستخدام برامج إحصائية متقدمة، وتم استخراج المؤشرات والمقاييس الإحصائية ذات الصلة لاستخلاص النتائج والاستنتاجات.

٣,٦,٢ بيانات ثانوية

تم البحث بشكل مكثف في الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع البحث، وتم استعراض الأبحاث والكتب والمقالات العلمية المنشورة في المجالات ذات الصلة.

تم الاطلاع على المعلومات والبيانات المتاحة على موقع شركة سمو الريادة المنظمة لفعالية "بر وسمر" لفهم السياق والخلفية التنظيمية والتشغيلية للموضوع قيد البحث.

تم تحليل وتفسير البيانات الثانوية بطريقة منهجية لبناء إطار نظري قوي يدعم الدراسة الميدانية وربط النتائج بالأدبيات السابقة.

٣,٧ طرق وإجراءات تحليل البيانات

بعد جمع البيانات، من الضروري تحليل المعلومات التي تم جمعها لاستخلاص استنتاجات ذات معنى. كما تم استخدام الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) وتحديد الإصدار ٢٨ لتحليل البيانات المجمعة.

تم إجراء اختبار توصيف العينة، من خلال التحليل الوصفي، للحصول على نظرة ثاقبة لخصائص مجتمع العينة. يساعد الباحثين على فهم التركيبة السكانية والتفضيلات والمعلومات الأخرى ذات الصلة بالأفراد المشاركين في الدراسة.

تعتبر اختبارات الصلاحية والموثوقية حاسمة في ضمان دقة البيانات المجمعة واتساقها. اختبارات الصدق (التحليل العاملي الاستكشافي) لتحديد ما إذا كانت أدوات البحث تقيس ما تهدف إلى قياسه، بينما تقوم اختبارات الثبات (اختبار كرونباخ ألفا) بتقييم ثبات النتائج مع مرور الوقت.

تم إجراء اختبار توصيف العينة، من خلال التحليل الوصفي، للحصول على نظرة ثاقبة لخصائص مجتمع العينة. يساعد الباحثين على فهم التركيبة السكانية والتفضيلات والمعلومات الأخرى ذات الصلة بالأفراد المشاركين في الدراسة.

٤ الفصل الرابع: التحليل الوصفي لنتائج الدراسة

4.1 المقدمة

يتناول هذا الفصل عرضا لنتائج الدراسة الميدانية التي تم تحليلها احصائيا باستخدام البرنامج الاحصائي spss الاصدار ٢٩ الفصل الحالي للتحليل الاحصائي يتمضمّن الاحصاء الوصفي للعينة محل الدراسة باستخدام spss الاصدار ٢٩ اختبار صدق وثبات الاستبيانات المستخدمة في جميع البيانات المطلوبة من عينة الدراسة الحالية من اجل اختبار فرضيات البحث ومدى ملائمة النموذج تم اجراء تحليل الانحدار الخطي البسيط عبر spss 29

4.2 خصائص عينة الدراسة

تم توزيع مفردات عينة الدراسة وفقا للجنس - الفئة العمرية - عدد سنوات الخبرة - طبيعة العمل والمستوى التعليمي

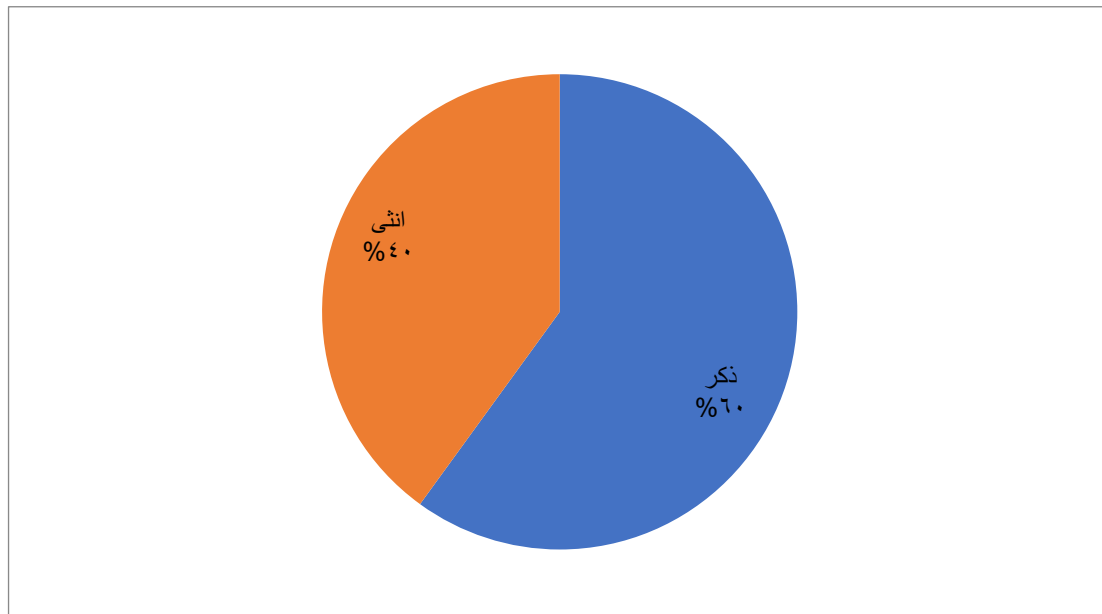
تم حساب التكرارات والنسب المئوية لافراد عينة الدراسة وتتمثل في المعلومات الديموغرافية التي تشمل (اقل من ٣٠ سنة , من ٣٠ الى ٤٠ سنة , من ٤١ الى ٥٠ سنة , اكثر من ٥٠ سنة)

عدد سنوات الخبرة تشمل (اقل من ٥ سنوات , من ٥ الى ١٠ سنوات , من ١١ الى ٢٠ سنة , اكثر من ٢١ سنة)

طبيعة العمل تشمل (قادة , موظفين , تقنيين)

المستوى التعليمي يشمل (ثانوي , جامعي , دراسات عليا)

المتغير	فئات المتغير	العدد	نسبة العينة الاجمالية
الجنس	ذكر	١٨	٦٠
	أنثى	١٢	٤٠
	الاجمالي	٣٠	١٠٠
الفئة العمرية	اقل من ٣٠ سنة	١٦	٥٣,٥
	من ٣٠ الى ٤٠ سنة	١٠	٣٣,٣
	من ٤١ الى ٥٠ سنة	٢	٦,٦
	اكثر من ٥٠ سنة	٢	٦,٦
	الاجمالي	٣٠	١٠٠
المستوى التعليمي	ثانوي	٩	٣٠
	جامعي	١٨	٦٠
	دراسات عليا	٣	١٠
	الاجمالي	٣٠	١٠٠



4.3 قياس صدق وثبات أدوات الدراسة

من أجل التحقق من صدق وثبات المقاييس المستخدمة في الدراسة تم اختيار صدق الاتساق الداخلي للاستبيانات المستخدمة لقياس متغيرات الدراسة بالإضافة الى قياس الصدق التقاربي عن طريق قياس متوسط التباين AVE بينما تم قياس الثبات للمقاييس المستخدمة في الدراسة عن طريق قياس قيمة الفا كرونباخ من خلال نموذج المعادلة البنائية SEM باستخدام برنامج التحليل الاحصائي spss اصدار ٢٩

المتغير		العبارات	معامل الارتباط	الانحراف المعياري	متوسط التباين	
المتغير الاول	البعد الاول	A1	0.99	1.143544	0.3445	0.6597
		A2	0.89	1.441153		
		A3	0.79	1.290994		
		A4	0.87	0.599145		
		A5	0.96	0.800641		
		A6	0.78	1.235168		
	البعد الثاني	A7	0.99	1.652504	0.3152	
		A8	0.89	1.182132		
		A9	0.79	1.76141		
		A10	0.87	1.38212		
		A11	0.96	1.519109		
		A12	0.78	1.5525		
		A13	0.99	0.987096		
المتغير الثاني	البعد الاول	B1	0.89	0.960769	0.2409	03634
		B2	0.79	1.493576		
		B3	0.87	0.877058		
		B4	0.96	0.660225		
		B5	0.78	1.250641		
		B6	0.99	1.120897		
		B7	0.89	1.377474		
		B8	0.79	0.869718		
		B9	0.87	0.877058		
	البعد الثاني	B10	0.96	1.115164	0.1234	
		B11	0.78	0.438529		
		B12	0.99	0.50637		
		B13	0.89	0.83205		
		B14	0.79	0.759555		
		B15	0.87	0.877058		
		B16	0.96	0.877058		
		B17	0.78	0.869718		
		B18	0.99	1.143544		
		B19	0.89	1.441153		

يتضح من الجدول بالا على :

مقياس تطبيق المتغير الاول جميع معاملات الارتباط لكل العبارات ترتبط ارتباط قوي مع المتغير التابع لها بالاضافة الى ان قيم كل معاملات الارتباط للعبارات ذات دلالة احصائية عند مستوى معنوية وفقا لذلك فقد تحقق صدق الاتساق الداخلي للمقياس كذلك من النتائج بالا على المتعلقة بقيمة متوسط التباين المستخرجة يتضح ان قيمه AVE لمتغير مستقل < من ٠,٥ وفقا لذلك فقد تحقق الصدق التقاربي للاستبانة

مقياس تطبيق المتغير الثاني جميع معاملات الارتباط لكل العبارات ترتبط ارتباط قوي مع المتغير التابع لها بالاضافة الى ان قيم كل معاملات الارتباط للعبارات ذات دلالة احصائية عند مستوى معنوية وفقا لذلك فقد تحقق صدق الاتساق الداخلي للمقياس كذلك من النتائج بالا على المتعلقة بقيمة متوسط التباين المستخرجة يتضح ان قيمه AVE لمتغير تابع < من ٠,٥ وفقا لذلك فقد تحقق الصدق التقاربي للاستبانة

4.3.2 قياس صدق وثبات اداة البحث :

يشير ثبات الاستبيان الى الاستقرار في نتائج الاستبيان وعدم تغيرها بشكل كبير فيما لو تم اعادة توزيعها على افراد العينة عدة مرات خلال فترات زمنية محددة لقياس ثبات الاستبانة المستخدمة لقياس متغيرات الدراسة تم احتساب قيم الفاكرونباخ بواسطة برنامج spss الاصدار ٢٩

المتغير		عدد العبارات	الفاكرونباخ	
المتغير الاول	البعد الاول	٧	0.946	1.71
	البعد الثاني	٦	0.764	
المتغير الثاني	البعد الاول	٩	0.862	1.658
	البعد الثاني	١٠	0.796	

يبين الجدول التالي التحليل الوصفي لمتغيرات الدراسة ممثلة بالمتوسطات الحسابية بناء على مقياس ليكرات الخماسي والانحرافات المعيارية للمتغيرات

المتوسط الحسابي	النتيجة	الوزن النسبي	درجة الاهمية
١ - ١,٨٠	غير موافق بشدة	٢٠ - ٣٦	منخفض جدا
١,٨٠ - ٢,٦٠	غير موافق	٣٦ - ٥٢	منخفض
٢,٦٠ - ٣,٤٠	محايد	٥٣ - ٦٨	متوسط
٣,٤٠ - ٤,٢٠	موافق	٦٩ - ٨٤	مرتفع
٤,٢٠ - ٥	موافق بشدة	٨٥ - ١٠٠	مرتفع جدا

معاملات الارتباط الخطي

المتغير	البعد الاول للمتغير الاول	البعد الثاني للمتغير الاول	البعد الاول للمتغير الثاني	البعد الثاني للمتغير الثاني
البعد الاول للمتغير الاول	Pearson correlation	491	486	493
	Sig.(2-tailed)	003	002	002
	N	38	32	34
البعد الثاني للمتغير الاول	Pearson correlation	481	476	493
	Sig.(2-tailed)	003	002	002
	N	38	32	34
البعد الاول للمتغير الثاني	Pearson correlation	497	486	493
	Sig.(2-tailed)	003	002	002
	N	35	30	31
البعد الثاني للمتغير الثاني	Pearson correlation	491	482	473
	Sig.(2-tailed)	003	002	002
	N	36	38	32

المراجع العلمية

كتب:

- ابن منظور، أ. ا. ج. ا. م. ب. م. ا. د. ت. (١٩٩٢). لسان العرب. Rufoof.
- بن سعيد بن عامر الشهري، & عامر. (٢٠١٩). الترفيه والتحويلات الاجتماعية في المجتمع السعودي الشباب مثلاً تطبيقاً. مجلة البحث العلمي في الآداب، ٢٠ (العدد العشرون الجزء العاشر)، ٤٢٩-٤٥٤.
- الصالح، س. (٢٠٢٢). التحليل النوعي والكمي للمهرجانات والفعاليات الترفيهية في المملكة العربية السعودية (٢٠١٧م-٢٠١٩م). المجلة الجغرافية العربية، ٥٣ (٨٠)، ٢٥٧-٢٩٨.

المذكرات والاطروحات:

- مالكي خميسة، & بن حليم ملاك. (٢٠٢٢). الاستهداف السياحي في إدارة الفعاليات الثقافية.
- Al-Shanfari, A. A. M. (2023). Role of Tourism Activity in achieving Economic Development in The Sultanate of Oman دور النشاط السياحي في تحقيق التنمية الاقتصادية.
- بوحيلة، صابر، بوكفوس، الدوايدي، مرغيت، & عبد الحميد (مشرف). (٢٠٢٠). سبل تنشيط الجذب السياحي بولاية جيجل (Doctoral dissertation, جامعة جيجل).
- السبيعي، & ظافر شبيب فراج. (٢٠١٨). دور اليوتيوب في تشكيل منظومة القيم الاجتماعية للشباب السعودي: دراسة ميدانية (Doctoral dissertation, جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية).
- لدياء طارق عبد الله، تقي لزروس فهمي، & بسام سمّ الرميدي. (٢٠٢٢). دور كليات السياحة والفنادق في تنمية ثقافة ريادة الأعمال لدى الطلاب.

المجلات:

- أ/إيمان عبد اللطيف شاكر. (٢٠١٧). ما بين برودة الشتاء وحر الصيف فصل الربيع. الأرصاد الجوية، ٥٠-٦٥.
- حياة لعوامري؛ وسمير بن سحنون، (٢٠٢٣)، دفاتر البحوث العلمية، المجلد ١١، ٢٠٣-٢١٨.
- جمعة، ش. (٢٠٢٢). المناخ وأثره على راحة السائحين بمحافظة الوادي الجديد بإستخدام نظم المعلومات الجغرافية (دراسة في جغرافية السياحة). مجلة الدراسات الإنسانية والأدبية، ٢٧ (٣)، ٧٣١-٧٩٥.

- السيد عبد النبي. (٢٠٢٤). تحديد العلاقة بين الراحة الحرارية والحركة السياحية بمدينة شرم الشيخ باستخدام مؤشر المناخ
- السياحي. مجلة مركز البحوث الجغرافية والكارتوجرافية، ٢١ (٣٨)، ٤٠٠-٣٥٠.
- م. م. ادريس سميمان عبدالله، & م. ادريس رمضان حجي. (٢٠١٥). اثر الموسمية على السوق السياحي (الطلب والعرض السياحي) مصيف شقالوة نموذجاً. Al-Anbar University Journal of Economic & Administration Sciences, 7 (١٤).
- سليمة صوشي، & خلف الله بوجمعة. (٢٠١٦). رفع تحديات اقتصادية محلية لبلديات المسيلة بأفاق التنمية السياحية التراثية. مجلة العلوم الإسلامية والحضارة، ١ (٤).

الدراسات:

- حسن أمين أبو حسنة، ربا، & عبد الرحمن محمود مغربي. (٢٠٢٠). دراسة أثر الأفلام القصيرة على المجتمع السعودي. مجلة بحوث التربية النوعية، ٢٠٢٠ (٥٨)، ٧٩-٤٥.
- (٢٠٢١). الترفيه في المجتمع الإماراتي: الأبعاد الدينية والاجتماعية خلال النصف الثاني من القرن ٢٠ م. Al-Adab Journal, (138), Al-Ali & Idriz, M. 187-210.
- عبدالرحمن علي الأصقه، آ.، & آمنة. (٢٠٢٠). السياحة والتنمية المستدامة في ضوء رؤية ٢٠٣٠ دراسة جغرافية لمدينة الرياض. مجلة بحوث كلية الآداب. جامعة المنوفية، ٣١ (١٢٠)، ١٥٠٩-١٤٥٩.
- منصور علي، (٢٠٢٠)، الآثار الاقتصادية لجائحة كورونا على شركات السياحة المسجلة في هيئة السوق المالية السعودية، الجامعة الإسلامية بالمدينة المنورة، المملكة العربية السعودية.
- درويش. (٢٠١٧). إشكالية موسمية السياحة في الساحل الجزائري: الآثار والاستراتيجيات (Doctoral dissertation).
- علي محمد عريشي، د. ع.، & د/عائشة. (٢٠٢٠). دور المناخ في تقييم مواسم الراحة السياحية في مدينتي أبها وجازان بالمملكة العربية السعودية. مجلة الدراسات الإنسانية والأدبية، ٢٣ (١)، ٣٣٣-٣٠٠.
- هريدي زهران مهران، و. (٢٠٢١). تحليل الملاءمة المناخية للنشاط السياحي على ساحل البحر الأحمر باستخدام مؤشر المناخ السياحي. مجلة كلية الآداب بالوادي الجديد، ٧ (١٤)، ٨٣١-٧٧٦.
- سليمان، & عمرو كمال الدين السيد. (٢٠٢١). المناخ والجذب السياحي في محافظة جنوب سيناء The Climate and Tourism Attraction in South Sinai Governorate. مجلة بحوث الشرق الأوسط، ٩ (٦٩)، ٢٣٦-١٨٩.

جدول الأشكال

رقم الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
٨	نموذج البحث. المصدر (الباحث، ٢٠٢٤)	الشكل ١
٩	هيكل المشروع. المصدر (الباحث، ٢٠٢٤)	الشكل ٢
١٥	تحليل الأسباب الرئيسية للسياحة. المصدر (السياحة الوافدة، ٢٠٠٩)	الشكل ٣
١٨	تحليل نشاط المبيعات في السياحة التقليدية على مدار السنة. (لعوامري حياه، ٢٠١٥)	الشكل ٤
٢٢	تحليل توزيع الفعاليات الترفيهية على مناطق المملكة. المصدر (هيئة الترفيه، ٢٠٢٠)	الشكل ٥
٢٧	أهم مؤشرات نجاح المشاريع الترفيهية توزيع الفعاليات الترفيهية. المصدر (عادل أبو اليزيد، ٢٠١٦)	الشكل ٦
٣٢	نسبة الحضور للمشاريع الترفيهية في المملكة العربية السعودية. المصدر (سميرة سعد، ٢٠٢٠)	الشكل ٧
٤٣	منهجية البحث. المصدر (الباحث، ٢٠٢٤)	الشكل ٨
٤٥	مجتمع البحث. المصدر (الباحث، ٢٠٢٤)	الشكل ٩
٤٥	عينة البحث. المصدر (الباحث، ٢٠٢٤)	الشكل ١٠
٤٦	المتغير التابع. المصدر (الباحث، ٢٠٢٤)	الشكل ١١
٤٦	المتغير المستقل. المصدر (الباحث، ٢٠٢٤)	الشكل ١٢