

الحراك السياحي والتنمية في المملكة العربية السعودية

قراءة اجتماعية جغرافية

Tourism mobility and development in Saudi Arabia: Socio-geographic reading

أ.د/ فريال محمد الهاجري - أستاذ التخطيط والتنمية
الاقتصادية

أ.د/ عائشة التايب* - أستاذ علم الاجتماع والتنمية
جامعة الإمام عبد الرحمن بن فيصل- المملكة العربية
السعودية

ملخص:

تدرس الإشكالية المطروحة جغرافية الحراك السياحي السعودي وخصائص هو وجهاته. وتتساءل عن الدلالات السوسولوجية لذلك الحراك في الداخل والخارج، وخصائص ممارسيه الديموغرافية والاجتماعية. وتسعى لتفكيك العلاقة بين السياحة والتنمية ورصد ما تطرحه من فرص وتحديات. ويدرس البحث الحراك السياحي في نطاق ميكروسوسولوجي وهو المنطقة الشرقية من خلال الاعتماد على الإحصائيات الرسمية ونتائج دراسة ميدانية مطبقة بها. ويتناول أبعاد الظاهرة السياحية والحراك المتصل بها في بعده الماكروسوسولوجي الشامل لنطاق المملكة العربية السعودية. وتبين من خلال النتائج بأن الملامح العامة لصورة السائح السعودي ترتبط أكثر بالشباب الذكور من ذوي المستويات الجامعية ومن الممارسين لمهن التعليم. مما يؤكد تمدد الاتجاهات العامة للسياحة وثقافتها نحو الطبقة الوسطى ونحو ظاهرة السياحة الجماهيرية. وتبين أن خرائط السياحة السعودية واسعة المدى ومتنوعة الوجهات، بالرغم من أن السائح السعودي يبقى وفيّاً لحراك جغرافي/حضاري متكرر على مدى السنة في محيطه الخليجي والإسلامي والعربي. وتبقى مساهمة السياحة في دعم التنمية في المملكة دون المأمول مقارنة بما تكتسبه المملكة من مخزون حضاري وبني يحوّلها لأن تكون من كبرى الوجهات السياحية العالمية.

الكلمات المفتاحية: السياحة، الحراك السياحي، التنمية.

Abstract:

This study examines the geography and characteristics of Saudi tourism mobility. It analyzes the sociological dimensions of this mobility and the characteristics of its practitioners. With an analysis of the relationship between tourism and development and the opportunities and challenges it presents. This research focuses on the case study of the Eastern Region. Through adoption official statistics and results of field study applied to them. And deals with the dimensions of tourism mobility in its macro-sociological dimension in Saudi Arabia. The results showed that the general characteristics of the Saudi tourist image are related to male youth, with higher education levels, and working in the education sector. Which confirms the expansion of the general trends of tourism and culture associated Toward the middle class and to the phenomenon of mass tourism. Saudi tourism maps show a variety of destinations, although the Saudi tourist practices a geographical / cultural movement throughout the year in the Gulf, Islamic and Arab regions. The contribution of tourism in development is unfulfilled compared to the Kingdom's cultural and environmental reserves, which enable it to be one of the major tourist destinations in the world.

Keywords: tourism, tourism mobility, development.

المقدمة

تبقى السياحة اليوم في سياق العولمة من القطاعات المثيرة للجدل حيث أنه في الوقت الذي ينكمش فيه العالم ويبدو ضيق المدى مع توسع تهديدات انعدام الأمن والاستقرار والحروب والإرهاب؛ تتجلى السياحة كظاهرة جغرافية-اجتماعية لتؤكد على العكس من ذلك أهمية توسيع أفق حراك الأفراد وتنقلهم المكانية؛ ولتبرز وجهاً آخر أكثر بهاءً وإشراقاً لمعاني ودلالات التحرك الحرّ عبر مناطق العالم المختلفة وثقافتها المتميزة. وقد ذهب بعض المختصين في الجغرافيا لاعتبار السياحة من أشكال "العولمة المسالمة"، أو "العولمة السعيدة" (Brunel 2017 :p27) بما أنها تبرز لنا وجهاً آخر للعولمة يختلف عن وجوها السالبة- وجهاً يسعد فيه الناس ويقطعون فيه المسافات الطويلة وينفقون الأموال الطائلة بغرض الاستمتاع والتنزه. وأضحت السياحة اليوم تمثل صناعة تحببها الدول وتروج لها، وتتنافس الحكومات من أجل صوغ أفضل السياسات والخطط والبرامج لها. وأصبحت الاستفادة القصوى من مردود السياحة واستثماره في الاقتصاد، وتحقيق التنمية رهاناً تتنافس دول الشمال والجنوب -على حدّ سواء- على كسبه من خلال الترويج الأوسع لمنتوجها السياحيّ وتثمينه في سوق السياحة العالمي. وبذلك باتت السياحة تمثل قطاعاً اقتصادياً تعاضم حجمه بشكل لافت منذ النصف الأخير من القرن العشرين، وتحتل اليوم 7% من الصادرات العالمية للمواد والخدمات، وبلغت مساهمتها في الناتج المحليّ الإجمالي العالمي إلى نحو 9% عام 2014، وفي توفير فرص العمل على مستوى الاقتصاد العالمي نحو 11%، وتجاوز إجمالي سياح العالم حاجز المليار عام 2015 (WTO, 2016 : P15).

ولكن السياحة في البلاد العربيّة تظلّ دون المساهمة المأمولة في مجال التنمية، ويسجلّ مردودها على الاقتصادات العربيّة ضعفاً مشهوداً. وتتصل المفارقة التي يجدر الوقوف عندها في هذا السياق بأنّ المساهمة المحدودة للقطاع السياحيّ في التنمية في أغلب البلدان العربيّة؛ يترافق مع حضورٍ بارزٍ للسياح العرب في المشهد العالمي للحراك السياحي الدولي لا سيما من منطقة الخليج العربي وفي المملكة العربيّة السعوديّة بشكل خاص، حيث تبقى حركة استقطاب السياح نحو المملكة دون مستوى الفعاليّة المطلوبة في التنمية.

وفي هذا الصدد تنتزّل الدوافع الرئيسيّة لهذا البحث الذي يسعى إلى تناول إشكالية الحراك السياحيّ في المملكة العربيّة السعوديّة وما يمكن أن يرتبط بنسق الحركة السياحيّة

وخرائطها ومساراتها من وإلى المملكة من مسائل تنموية؛ تتأصل في عمق الظرفية الاقتصادية والاجتماعية والثقافية المحلية والإقليمية الراهنة. ويجتهد البحث في طرح الموضوع من خلال مقارنة علمية تستند مرجعيتها على تناول علمي بيني وثنائي التخصص يجمع بين المنطلقات النظرية لكل من الجغرافيا وعلم الاجتماع، وتعتمد هذه المقاربة على دراسة ميدانية مرتبطة بشكل مباشر بالمنطقة الشرقية من المملكة العربية السعودية.

أولاً: المنطلقات النظرية والمنهجية للبحث

1. الإشكالية والتساؤلات:

تزايد في السنوات الأخيرة إقبال السعوديين أسراً وأفراداً على السفر خارج المملكة للسياحة والاستجمام. وتؤكد الإحصاءات تسارع وتيرة ذلك الحراك السعودي إلى الخارج، والارتفاع الملحوظ لنسق ما يترافق معه من إنفاق وصرف للأموال.

وقد بيّت على سبيل المثال التقديرات الإحصائية لمركز ماس¹ أن عدد الرحلات المغادرة من السعودية إلى الخارج بلغت 21.5 مليون رحلة سنة 2015، بزيادة 1.7 مليون رحلة أي ما يساوي حوالي 9% زيادة عن عام 2014. وقدّر مركز ماس حجم الإنفاق في الرحلات السياحية المغادرة (إنفاق السعوديين في الخارج)، بنحو 96.2 مليار ريال خلال سنة 2015، بزيادة مقدارها 26.9 مليار ريال 39% عن عام 2014، البالغ 69.3 مليار ريال. وعلى خلاف الارتفاع الكبير المسجل رسمياً في الرحلات السياحية الخارجية، أشارت الإحصاءات إلى انخفاض ملحوظ في حجم الإنفاق على الرحلات المحلية الذي بلغ نحو 47.4 مليار ريال خلال عام 2015 (ماس. 2015 : ص 4).

بناءً على المعطيات المتاحة حول السياحة بالمملكة يتضح وجود اختلال في نسق الحراك السياحيين السياحة المغادرة والسياحة الوافدة من جهة أولى، وبين نسقي الحراك السعودي داخل أراضي المملكة وخارجها. ويبدو ذلك الاختلال للوهلة الأولى ملفتاً للانتباه لا سيما إذا ما وضعنا في الاعتبار ما تحتكم عليه المملكة العربية السعودية من رصيد وافر ومخزّنات طبيعية وتراثية حضارية تبوؤها لمكانة أعلى في مشهد الحراك السياحي العربي

¹كلمة (ماس) هي اختصار للمعلومات والأبحاث السياحية، ومركز ماس مسئول عن جمع المعلومات والبيانات السياحية وإنجاز البحوث والدراسات المتعلقة بالسياحة في المملكة. <http://mas.gov.sa>

والدولي. ومن هذا المنطلق ترتبط الإشكالية الأساسية المطروحة في هذا البحث بالتساؤل عن جغرافية الحراك السياحي السعودي المحلي والدولي وخصائصه وموسميته ووجهاته. وسيتم ذلك من خلال تركيز على دراسة حالة المنطقة الشرقية من المملكة. كما تتصل الإشكالية المطروحة بالتساؤل عن أبرز الدلالات السوسيوولوجية للحراك السياحي السعودي بشكل عام في الداخل والخارج، وعن خصائص ممارسيه، ودوافعه وأبعاده. كما تسعى الإشكالية المطروحة لتفكيك العلاقة بين السياحة والتنمية في المملكة، ورصد ما تطرحه تلك العلاقة من فرص وتحديات.

وتتحدث من هذه الإشكالية جملة التساؤلات التالية:

ما أبرز الجهات السياحية المسجلة ضمن مشهد الحراك السياحي السعودي؟ وماهي أبرز مواسمه وأزمته؟

ما خصائص الحراك السياحي السعودي من حيث الارتباط بالمتغيرات العمرية والنوعية والاقتصادية والمهنية؟

أي موقع للسياحة في المشهد التنموي بالمملكة العربية السعودية؟.

2. الأهداف

- يطمح هذا البحث لتحقيق جملة الأهداف التالية:
- تحليل الأبعاد الجغرافية والسوسيوولوجية للحراك السياحي داخل المملكة وخارجها.
- الوقوف على أهم وجهات الحراك السياحي في الداخل والخارج، وإبراز خرائطه ومراكز ثقله.
- تشخيص العلاقة الراهنة بين السياحة والتنمية في الاقتصاد السعودي اليوم، واستشراف مستقبلها.

3. الخلفية النظرية والمفاهيم الأساسية:

لم تتخذ السياحة صبغة الموضوع العلمي إلا مع سنة 1972 على يد أريك كوهن (Erik Cohen) الذي قام بمحاولة تصنيف شاملة للسياحة، ودعا الجماعة العلمية لتكثيف البحوث حولها. وقد نادى كوهن بإعادة التفكير السوسيوولوجي في السياحة، وضّح ضرورة ارتباط تحليل السياحة بثالوث أساسي يتمثل في ثقافة الزائر، وثقافة المستقبل، وما يمكن أن

يتخلل علاقات كلا من هذين الطرفين من أفعال متبادلة (Michaud. 2001: p 17). أما علم الاجتماع فقد ركزت مقاربتة للسياحة على دور الفاعلين الاجتماعيين وملاحظهم السوسيو- اقتصادية، والروابط التي يمكن أن تتشكل بين الزائرين والمستقبلين، وقد انصب اهتمام علماء الاجتماع على دراسة دور السياحة في التغير الاجتماعي، وما تفرزه من انعكاسات في البنى والهيكل الاجتماعية كالأسرة والمرأة ومنظومات القيم وعادات الأفراد الاستهلاكية.

تبقى السياحة ظاهرة معقدة، لا تزال بحاجة إلى جهود المفكرين لتطوير حقل علمي خاص بها. وتبقى المحاولات القائمة إلى حينه والبحوث المنجزة والدراسات المتوفرة خاصة في بلادنا العربية مرتبطة أكثر بالبحوث الكمية والإمبريقية؛ ولكن الانطلاق من الدراسات المحلية للظاهرة السياحية بتجلياتها السياقية وبتفاصيلها الضيقة، نحو تركيز أشمل لموضوع للمعرفة يفكك الظاهرة ويُرسي لها أبعاداً نظرية وفكرية أكثر عمقاً، مازال مساراً بصدد التشكل. ولا تزال دراساتنا العربية حول الظاهرة أسيرة التناول الغربي لها والذي لا يزال بدوره أسير النظرة التقليدية للسياحة بوصفها حركة أحادية الاتجاه تستحكم فيها صورة السائح الغربي المرفق، وذلك المكتشف الباحث عن الاستمتاع بالسفر نحو "الآخر البعيد"، فمفهوم الحراك السياحي: يمثل مفهوماً مركزياً في هذا البحث، كما يمثل جزء لا يتجزأ من الظاهرة السياحية، يركز على أبعادها المتحركة في حيز الزمان والمكان. وبغض النظر عن التعريفات الرسمية للسياحة والسياح والتي يحصرها، على سبيل المثال، الاتحاد الدولي لمنظمات السفر ومنظمة السياحة العالمية في "زيارة مؤقتة لبلد آخر لمدة تبلغ على الأقل أربعة وعشرين ساعة بغرض الترويح أو قضاء الإجازة أو الرياضة أو لأسباب دينية أو للتجارة"، وبغض النظر عن التعريفات اللغوية للسائح والسياحة؛ فإن العلوم الاجتماعية اجتهدت في إرساء محاولة تعريف أوسع سعت للإحاطة الشاملة بمختلف مكونات ظاهرة السياحة.

وقد جمع باقادر تلك التعريفات وحصرها في جملة من التصورات (باقادر، أ. ب. 1997: ص 136) التي ينظر البعض فيها للسياحة بوصفها عملية تحويل تجارية للعلاقة التقليدية للضيافة. وينظر البعض الآخر لها بوصفها شيوعاً لديمقراطية السفر ويعتبرونها ظاهرة استهلاكية تبرز الفروقات الطبقيّة في مستويات المعيشة والقدرة المالية وأساليب

الترفيه. ويرى البعض الآخر في السياحة تجربة ذات خصوصية ثقافية يخوضها السائح لاكتشاف ثقافات الشعوب الأخرى. وهي تصوّرات المرتبطة ببعضها البعض وتركز على السائح وعلى بنية ووظيفة النظام السياحي والنتائج الاقتصادية والاجتماعية والثقافية المترتبة عن السياحة.

ونتناول في هذا البحث الحراك السياحي باعتباره ظاهرة اجتماعية تشمل تنقلات الفاعلين الاجتماعيين في الداخل والخارج بغرض الاستمتاع والترفيه عن النفس. وقد انتشرت هذه الظاهرة حديثاً في المجتمع السعودي بحكم شيوع ثقافة السفر والاستجمام. كما يتم تناول الحراك السياحي بوصفه ظاهرة جغرافية تلعب فيها البيئة الطبيعية في الداخل والخارج دورها، وتتخلله أبعاداً اقتصادية تتحكم في وجهاته ومقاصده وترسم خرائطه، وترتبط به دوافع بشرية وحاجات نفسية اجتماعية متنوعة.

4. الدراسات السابقة:

تبقى الدراسات العلمية المعمّقة حول ظاهرة السياحة نادرة في مكتبتنا العربية. وتكاد تغيب الدراسات البيئية متعددة التخصصات لها. بينما يسجل الملاحظ وجود بعض الدراسات العربية، التي حاولت مقارنة الظاهرة سوسيولوجياً مع محاولة الأخذ بعين الاعتبار مساهمة تخصصات العلوم الإنسانية والاجتماعية الأخرى كالأنثروبولوجيا وعلم النفس الاجتماعي في بلورة مسارات التناول العالمي لظاهرة السياحة². وفي المقابل يُسجل المتابع وجود كمّ من البحوث الميدانية محدودة النطاق والمرتبطة بنطاقات جغرافية معينة وبعينات مختارة³. وترد أغلب الدراسات الميدانية المنجزة في حالة المملكة في شكل بحوث ورسائل جامعية في تخصصات معينة (جغرافيا، اقتصاد، اجتماع) أنجزها أصحابها في مناطق محدّدة وطبقت على عينات محدودة. وظلت نتائجها مرتهنة بالظرفيات الزمنية والمكانية الخاصة بها.

وإلى جانب هذا الندرة التي تشهدها المكتبة العربية في الدراسات العلمية المتخصصة في تناول الظاهرة السياحية، حريّ بنا في هذا النطاق الإشارة أيضاً إلى ما تفتقد إليه الساحة البحثية في مجال السياحة من ندرة في نشر التقارير الإحصائية الدقيقة والمحيّنة والدورية

² يمكن الإشارة هنا إلى مثال دراستين أساسيتين في علم اجتماع السياحة وهما دراسة كل من باقادر (1997)، ودراسة بن عمر 2014.

³ يمكن ذكر دراسة العمر (2016)، ودراسة الفقير (2006)، كأثلة عن الدراسات الجغرافية المنجزة في حالة المملكة.

حول السياحة على النطاقين الإقليمي والوطني، بما من شأنه أن يسند حركة البحث والتحليل في المجال، ويدعم الدارسين بالمعلومة المناسبة .

ورغم وجود بعض المبادرات الضمنية المختصة في إنتاج وتزويد المهتمين بالمؤشرات الإحصائية حول السفر والسياحة في المملكة العربية السعودية على سبيل المثال⁴، إلا أنها على أهميتها، لا تزال مبادرات تحتاج لمزيد تدقيق المعلومة السياحية وتفصيلها حسب متغيرات النوع الاجتماعي والحالة والاجتماعية وغيرها.

5. الإجراءات المنهجية المعتمدة:

اعتمد البحث على المنهج الوصفي التحليلي الذي سيتم من خلاله وصف ظاهرة السياحة بالمملكة وصفاً موضوعياً، يقوم على جمع البيانات حول الظاهرة باستخدام جملة من الأدوات المنهجية المعتمدة في البحوث الاجتماعية. ويهدف البحث من خلال اعتماد هذا المنهج إلى محاولة وصف الظاهرة المدروسة وصفاً علمياً موضوعياً يجتهد في ترتيب ما تم جمعه حولها بغرض تشكيل صورة أكثر وضوحاً عنها. وقد تم اعتماد الاستبيان كتقنية أساسية في هذا البحث، وتم توزيعه بشكل إلكتروني على عينة مكونة من 257 فرداً من المجتمع المدروس وهو المنطقة الشرقية من ذوي الصلة الوثيقة بممارسة الحراك السياحي. وبعد استبعاد عدد 6 استبيانات غير مكتملة؛ بلغ عدد الاستبيانات المعتمدة 251 استبياناً شملت 190 من الإناث و61 ذكوراً. وشملت محاور الاستبيان إلى جانب البيانات الأولية مسائل الحراك السياحي السعودي داخل المملكة وخارجها ومحددات اختيار الوجهات السياحية وعواملها. وفي إطار السعي لرسم صورة علمية دقيقة حول الحراك السياحي في المملكة؛ اعتمد البحث كذلك على إحصاءات رسمية حديثة الرائدة للحراك السياحي للأفراد من الجنسين.

7. خصائص العينة المستجوبة

- من حيث التوزيع العمري: انحصرت غالبية أعمار العينة المستجوبة بين الفئة العمرية من 20 - 39 بواقع 73.7%؛ حيث ضمت الأولى (20-29) ما يفوق 40% من

⁴ يوجد في المملكة مركز متخصص في توفير المعلومات السياحية ونشرها بشكل دوري ومنتظم. ويبدو أنه المركز المتخصص الوحيد في عالمنا العربي في إنتاج مؤشرات السفر والسياحة (على حد علمنا). حيث يلاحظ غياب المعلومات السياحية القطرية والإقليمية حتى لدى الهياكل المعنية مباشرة بالسياحة.

أفراد العينة، بينما ضمت الفئة الثانية (30-39) ما يزيد عن 30%، بينما توزع أفراد العينة بنسب أقل على بقية الفئات العمرية الأخرى، حيث شملت الفئات ما بين 40-50 فأكثر نحو 21.5% من أفراد العينة المستجوبة، ويعتبر هذا التوزيع العمري لأفراد العينة متناسباً إلى حد ما مع التركيبة السكانية للمنطقة الشرقية وللمملكة بشكل عام والتي تحتل فيها الفئات العمرية الشابة النصيب الأكبر.

من حيث الحالة الاجتماعية: غلبت فئة المتزوجين على أفراد العينة المستجوبة حيث شملت أكثر من 60%.

- بينما انحصرت فئة غير المتزوجين في حدود ما يقارب ثلث العينة (29%). ويبقى ذلك غير مستغرب بما أن السياحة في المملكة داخلية كانت أم خارجية لا تزال على صلة وثيقة بالمجال الأسري أكثر من غيرها من مجالات العلاقات الاجتماعية الأخرى كالصداقة والزمالة وغيرها. هذا بالرغم من ملاحظة توسع الحراك السياحي في السنوات الأخيرة نحو الفئات غير المتزوجة من الجنسين.

- من حيث المستوى التعليمي: استحوذ التعليم الجامعي على أكثر من نصف المستجوبين بواقع 59%، تلاه التعليم الثانوي بنسبة بلغت 22%، وجاء مستوى التعليم الثانوي متقارباً نسبياً مع التعليم ما فوق الجامعي الذي بلغ بدوره 18%، وتبرّر سيطرة التعليم الجامعي على مستويات أفراد العينة بارتباط النشاط المهني لأغلبهم بقطاع التعليم. هذا مع تسجيل نسبة ضئيلة جداً 1% لمستوى التعليم الابتدائي، ومن حيث النشاط المهني: توزع الانتماء المهني لأفراد العينة على قطاعات أنشطة متنوعة. وقد حظى قطاع التعليم بانتماء حوالي نصف العينة 45.41%، يليه القطاع البنكي الذي ضم أكثر من 9% من أفراد العينة، فيما توزعت بقية أفراد العينة بنسب أقل على قطاعات الأنشطة الأخرى كالصحة والنفط والمجال العسكري والتجاري. كما سجلت العينة حضوراً نسبياً لربات البيوت ولعدد من طلاب التعليم العالي.

8. التعريف بمنطقة الدراسة:

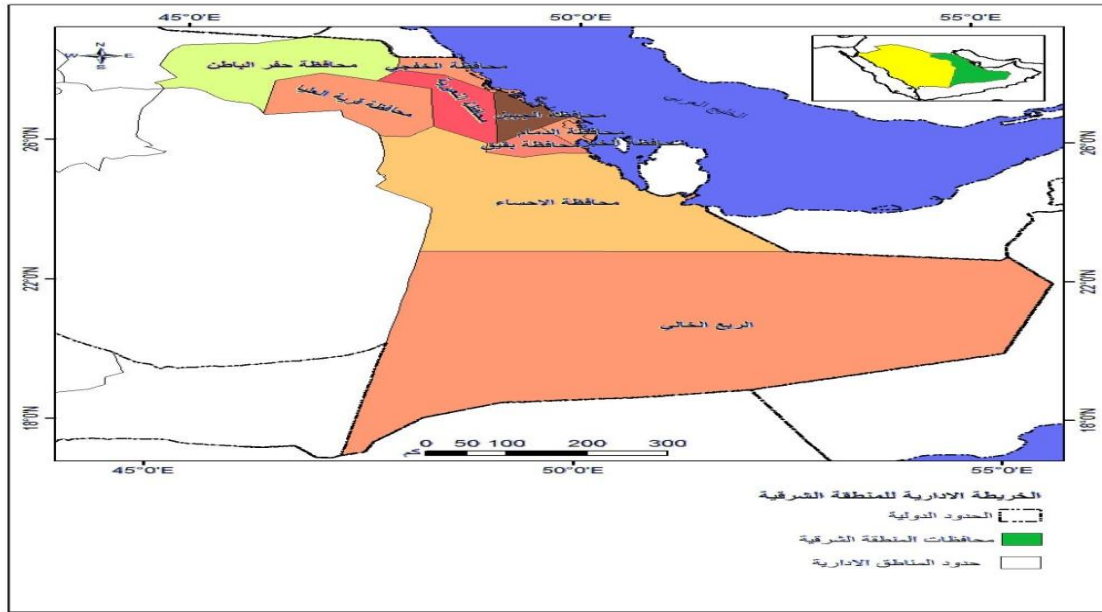
تحتل المنطقة الشرقية الجزء الشرقي من المملكة العربية السعودية في نطاق يمتد بين دائرتي عرض 16.30، 29.12 شمالاً وبين خطي طول 45 56 شرقاً. وتشكل الحدود

السياسية لدول مجلس التعاون الخليجي جانباً من حدود المنطقة الشرقية في الشرق والجنوب الشرقي والشمال تتمثل في حدود المملكة مع قطر والبحرين والإمارات وعمان والكويت، أما الجانب الآخر من هذه الحدود فيمتد محاذياً للخليج العربي في الشرق والذي يمتد من الحدود السعودية الكويتية شمالاً حتى دوحة سلوى عند الحدود السعودية القطرية جنوباً بطول 600 كيلومتر، ومتوسط عرض 60 كيلومتراً. أما الحدود الغربية للمنطقة فهي حدود إدارية تشترك فيها مع إمارتي الرياض ونجران (أنظر شكل رقم 5). ولهذا الموقع الفلكي أثره المباشر في تحديد خصائص ونوع المناخ السائد في المنطقة حيث تقع ضمن المناخ المداري أو شبه المداري الحار الجاف صيفاً والمعتدل البارد شتاءً ذو الأمطار المتذبذبة سنوياً. كما أن موقعها البحري على ساحل الخليج العربي أسهم في عدم سيادة صفة القارية (التطرف الحراري)، وفي ارتفاع نسبة الرطوبة لتضيق عبئاً إضافياً على درجات الحرارة المرتفعة صيفاً أو تدفئة درجات الحرارة المنخفضة شتاءً. وتقدر مساحة منطقة البحث بحوالي 778479 كيلومتراً مربعاً وهو ما يعادل 36% من إجمالي مساحة المملكة العربية السعودية البالغة 2,15 مليون كيلومتر مربع تقريباً. ويبلغ عدد سكانها 4.105.780 نسمة وفق تعداد عام 2010⁵.

- وللمنطقة الشرقية خصوصيتها التي تميزها عن أقسام المملكة العربية السعودية الإدارية؛ فهي تتمتع بمكانة اقتصادية، وموقع استراتيجي مميز أضفى عليها أهمية تجارية واقتصادية، خاصة وأنها تمثل الواجهة البحرية للمملكة على الخليج العربي بما أدى لظهور مواقع ساحلية مزدهرة.

⁵ المملكة العربية السعودية، وزارة الاقتصاد والتخطيط ووزارة الاقتصاد والتخطيط (2010)، مصلحة الإحصاءات العامة والمعلومات، النتائج الأولية للتعداد العام للسكان والمساكن.

الخريطة رقم (1) موقع المنطقة الشرقية من المملكة العربية السعودية وأقسامها الإدارية



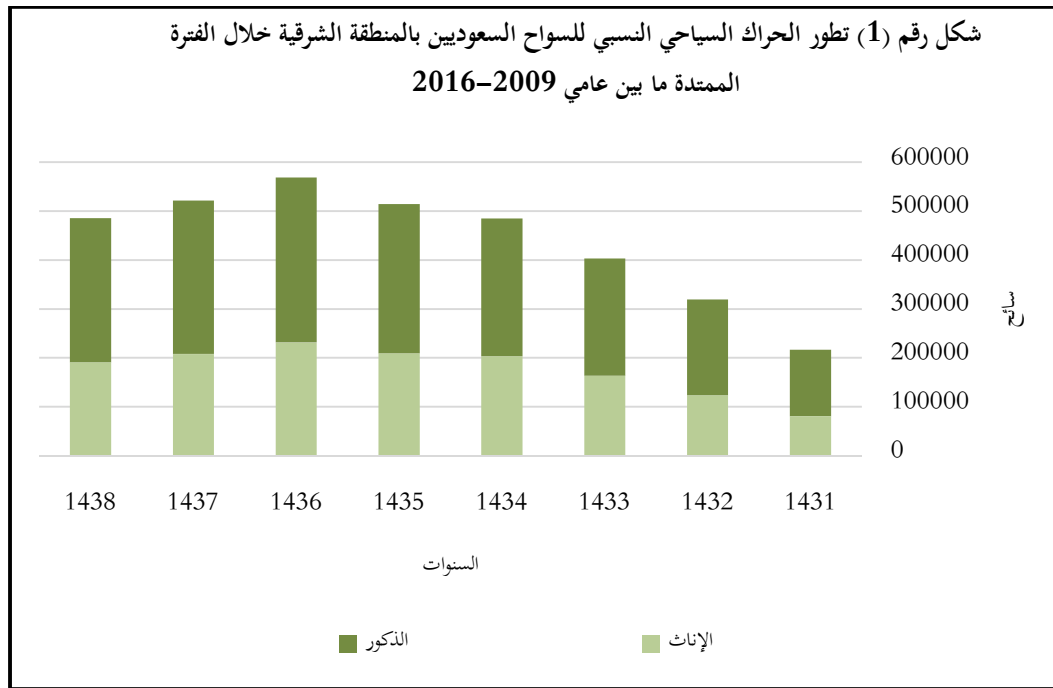
المصدر: وزارة الشؤون البلدية والقروية، 2010 .

ثانياً: الحراك السياحي الخارجي: المؤشرات والوجهات

1. نسق تطوّر الحراك الخارجي: المنطقة الشرقية مثلاً

مرّت السياحة في المنطقة الشرقية من المملكة العربية السعودية بمراحل مختلفة متأثرة بالظروف السياسية والأمنية التي تمرّ بها دول العالم في السنوات الأخيرة؛ وقد أثر ذلك سلباً على حركة السياح حيث انخفض على سبيل المثال عدد السياح عام 2011 ارتباطاً بالأحداث والأزمات السياسية الحاصلة في كل من سوريا ومصر. وتعد كلاهما كما هو معلوم- وجهتي سفر مرغوبة من قبل السياح السعوديين.

ويمكن القول بأن السياحة بشكل عام انتعشت ابتداءً من عام 2012 ووصلت أعلى نسبة عام 2015 بواقع 16.18% من جملة السياح السعوديين خلال ثمان سنوات متتالية. ومن حيث التوزيع النوعي تبين أن نسبة الذكور تفوق نسبة الإناث في جميع السنوات حتى وصلت بما قدره 60% نهاية 2016، مقابل 39% للإناث، وهو أمر قد يُفسّر باختلاف محرّكات السياحة ودوافعها لدى الذكور عن الإناث.



المصدر: جوازات المنطقة الشرقية.

2. التوزيع الجغرافي للوجهات الخارجية المقصودة بالنظر في الجدول رقم 1؛

يتبين التوزيع الجغرافي لوجهات السياح السعوديين عام 2016 ومنه يتضح أن دول الخليج العربي تحتل المركز الأول بعدد السياح-

- بلغت نسبتهم 71.03% من جملة عدد السياح عام 1438هـ، تتزعمها دولة الإمارات العربية المتحدة بنسبة 53.54%، يليها دولة قطر في المركز الثاني بنسبة 9.41% ثم البحرين بنسبة 3.47%، ثم عمان بنسبة 2.94%، وأخيراً الكويت بنسبة 1.68%؛ ويرجع ذلك إلى قرب دول الخليج من المنطقة الشرقية مما يبرز اهتمام السواح السعوديين بزيارة الدول المجاورة في الإجازات القصيرة سواء عطلة نهاية الأسبوع أم العطلات الفصلية، ومعلوم بأن دولة الإمارات العربية أصبحت تمثل سوقاً سياحياً مطلوباً بشدة من جميع الدول العربية والأجنبية، فمدينة دبي أصبحت عاصمة سياحية عالمية بامتياز مستندة على قاعدة عريضة من الإمكانيات والمقومات السياحية الجاذبة تبوّأت من خلالها مكانة متقدمة على خريطة العالم السياحية. حيث احتلت دبي المركز الرابع من بين المدن الأكثر جذباً للسياح على المستوى العالمي في تصنيف ماستر كارد للمدن الأكثر زيارة في العالم. وتأتي دول الشرق الأوسط في المركز الثاني تتصدرهم تركيا يليها الأردن في المركز الثاني، ثم لبنان.

وتبقى لبنان وجهة مرغوبة من طرف السعوديين لقربها ولما تتمتع به من إمكانيات سياحية. أما تركيا فقد أصبحت الملاذ الآمن للسواح السعوديين بعد سنة 2011.

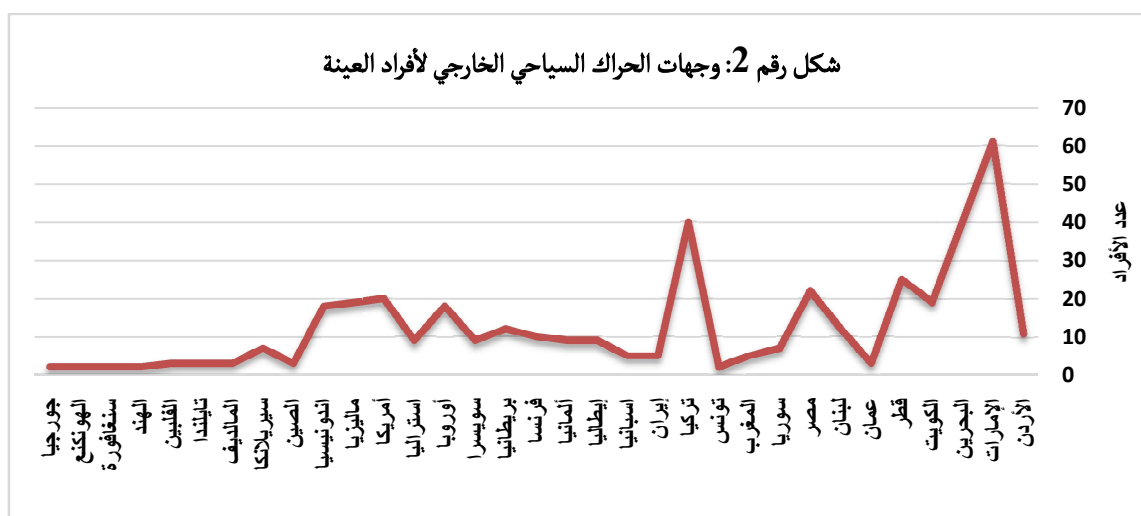
- وبالرغم من الأحداث والمشاكل الأمنية التي مرت بها مصر إلا أنها بقيت من الدول العربية المفضلة لدى السائح السعودي؛ وتأتي دول أوروبا بالمركز الخامس بنسبة 4.26%، تليها بقية دول آسيا في المركز السادس بنسبة 3.29%، ثم أمريكا الشمالية فالجنوبية بنسب لا تذكر. ولا عجب في ذلك لاختلاف العادات والتقاليد التي اعتاد عليها السياح السعوديون، وبعد المسافة وبالتالي لا يقصدها الكثير إلا من يجد فيها مبتغاه ودوافعه السياحية.

جدول رقم (1) التوزيع الجغرافي للوجهات المقصودة من سياح المنطقة الشرقية عام 2016

النسبة	عدد السياح	القارة
71.03	344792	دول الخليج العربي (قارة آسيا)
11.75	57013	الشرق الأوسط (قارة آسيا)
9.67	46943	أفريقيا
3.28	15943	بقية الدول الآسيوية
4.26	20693	أوروبا
0.00	10	أمريكا الشمالية
0.00	1	أمريكا الجنوبية
100	485395	الإجمالي

المصدر: جوازات المنطقة الشرقية.

- و في محاولة لرصد اتجاهات الحراك السياحي الخارجي لأفراد العينة المستجوبة؛ تمّ السؤال عن أبرز الوجهات السياحية الخارجية التي تمّت زيارتها. وقد جاءت تكرارات الأجوبة متنوّعة إلى حدّ كبير كما هو موضح في الرسم البياني التالي:



ويبرز جلياً من خلال هذا الرسم توسّع نطاق وجهات الحراك السياحي الخارجي السعودي، حيث غطّى الحراك السياحيّ للعينة المستجوبة أغلب مناطق العالم ومختلف قاراته. ولو كان ذلك بنسب متفاوتة التكرارات من منطقة إلى أخرى ومن دولة إلى أخرى. ويُذكر بأن المسح الميداني سجل كذلك حضور مناطق أخرى متفرقة من العالم يقصدها السائح السعودي ولم يتمّ إدراجها في الرسم لأنّها وردت في عدد محدود من الحالات مثل اليابان، تايلندا، كوريا الجنوبيّة، موريشوس، أثيوبيا، كيب تاون، النمسا، بلجيكا، كندا. ونلاحظ تقارباً واضحاً بين نتائج المسح الميداني لعينة البحث وبين الإحصاءات الرسميّة المذكورة آنفاً والمضمّنة للجدول رقم 6، حيث تبقى السياحة السعوديّة بشكل عام ومن المنطقة الشرقيّة بشكل خاص تتحرّك بمستويات أعلى في المحيط الخليجي القريب. وتتصدّر المشهد كلّ من الإمارات والبحرين وقطر. وتأتي تركيا في المركز الثاني حيث تبقى بدورها من الوجهات السياحيّة المحبّبة للسائح السعودي كما تقدّم ذكره سابقاً لاعتبارات عديدة ربّما يبقى التقارب الحضاري من أهمّها. ويبدو أن هذا العامل قد تمّ استثماره على أكمل وجه من طرف الأتراك أنفسهم مما جعلهم يستأثرون بنصيب لا يستهان به من السياحة السعوديّة وربّما الخليجيّة بشكل عام.

وبهذا يمكن التأكيد على أن السياحة الخارجية السعودية تبقى سياحة تحكمها حركة عالمية واسعة المدى، في حين ظلت اتجاهاتها عربياً منحصرة في المحيط الخليجي والعربي الأقرب بالرغم من التراجع العامل لمعدلات السياحة ببعض الوجهات المشرقيّة كمصر وسوريا واليمن منذ العام 2011. ويبقى المجال العربي غير المشرقي أقلّ استهواءً للسائح

السعودي حيث غابت بعض الدول كالمغرب العربي عن جواب الوجهات المفضلة لأفراد العينة المستجوبة مثل الجزائر وموريتانيا وليبيا، وجاءت بقية دول المغرب العربي مثل تونس والمغرب بأشكال محتشمة في عدد قليل من الإجابات، ويُذكر بأن نقص جاذبية السياحة ببعض دول المغرب العربي تبقى مبررة بعوامل عديدة؛ ربّما يظلّ من أهمّها برأينا عدم الرهان التنموي لسياسات بعض الدول على السياحة كمصدر أساسي من مصادر الدخل القومي، وهو ربّما الحال في الجزائر وموريتانيا كمثال مع استثناء وضعيّة ليبيا بحكم حالة عدم الاستقرار السياسي والأمني الحاصل فيها منذ سنة 2011 كما هو معلوم.

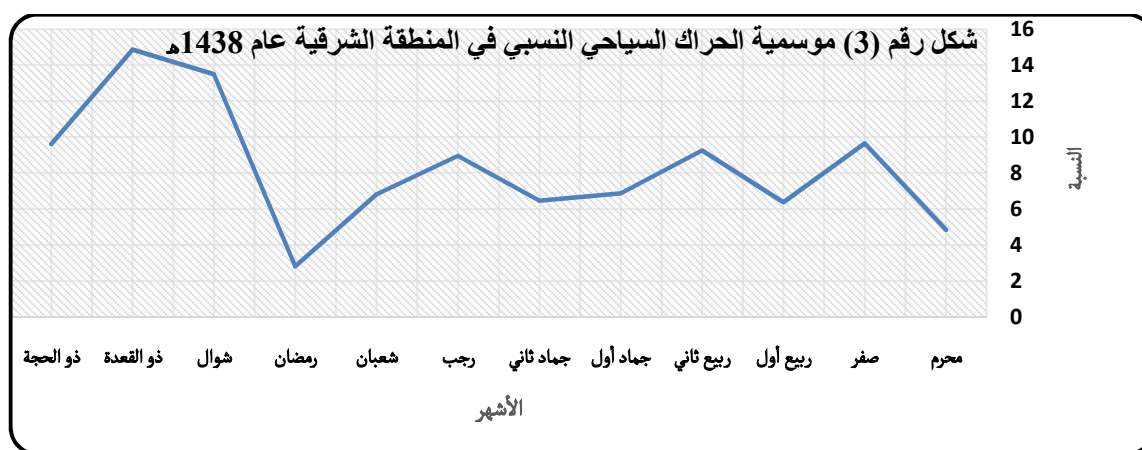
- وقد يبدو الأمر مختلفاً في حالة تونس والمغرب اللتان يقع فيهما تبني مقاربات تنموية تراهن على السياحة كقطاع داعم للتنمية. ولكن رغم ذلك يبدو أنهما لا تزالان أقلّ قدرة على منافسة بعض الوجهات التقليدية الأخرى في استقطاب السائح السعودي بالرغم من أن كلاّ منهما بدا أكثر اجتهداً في السنوات الأخيرة نحو العمل على جذب السائح السعودي. وكشفت تونس على سبيل المثال رسمياً على اعتماد خطط طموحة لاستقطاب المزيد من السياح من دول مجلس التعاون الخليجي وخاصة السعوديين بتحول استراتيجي في بوصلة القطاع السياحي فيها. وكانت تونس قد ألغت في يونيو 2012 نظام التأشيرات للسعوديين ومواطني بقية دول الخليج من هذا النظام في مسعى منها لتعزيز القطاع السياحي. وأشارت بعض التصريحات الرسميّة إلى أن السياح السعوديين بلغوا في سنة 2015 قرابة 8 آلاف سائح. وأشار ديوان السياحة التونسيّ إلى أن السائح السعوديّ يعدّ من بين أكثر الوافدين على تونس إنفاقاً بمعدل يبلغ حوالي 2.2 ألف دولار أي أكثر بسبع مرات مما ينفقه السائح الغربي (العرب. 2017).

3. مواسم الحراك السياحي الخارجي وأزمته:

تتأثر تحرّكات السائحين في المملكة العربية السعودية كغيرها من الدول بعوامل اقتصادية واجتماعية وجغرافية مختلفة. ويواجه الحراك السياحي بالمنطقة الشرقيّة على سبيل المثال جملة من التحديات منها ارتفاع درجات الحرارة والرطوبة، فمناخ المنطقة بشكل عام حار رطب صيفاً معتدل شتاءً. وينعكس ذلك على مواسم السياحة وأزمة الترويج؛ إذ يعدّ فصل الشتاء بصفة أساسية هو أنسب فصول السنة لازدهار هذا النشاط في المنطقة، بينما يعدّ يعتبر فصل الصيف -فترة الإجازات السنوية التي تمتد من شهر يوليو وحتى شهر سبتمبر

تقريباً. غير مناسب لممارسة السياحة. ويسجل شهر يوليو أعلى درجات حرارة خلال شهور الصيف قد تصل الدرجة العظمى إلى 51م في بعض الأحيان. وتتعرض المنطقة للعواصف الرملية التي تتزايد خلال فصل الربيع وأوائل الصيف، وتتأثر بالرياح الحارة التي تهب من وسط وجنوب آسيا ومن الربع الخالي. وقد ساعدت هذه العوامل الطبيعية على نفور بعض السكان -وفقاً لحالتهم الاقتصادية- من قضاء الإجازات السنوية داخل البلاد، واللجوء إلى الدول الأجنبية أو العربية المجاورة. ويتبين من الشكل رقم (8) التوزيع النسبي للحراك السياحي عام 1438هـ⁶؛ إذ ارتفع نسبة السياح لشهر شوال وحتى شهر ذو القعدة حيث إجازة عيد الفطر بما يتفق مع بدء الإجازة الصيفية الممتدة ما بين 1437/9/20 وحتى 1438/12/17هـ بنسبة 38%، يليها شهر صفر بنسبة 10% حيث إجازة منتصف الفصل الدراسي الأول الممتدة ما بين 1438/2/10 هـ وحتى 1438/2/19هـ، وتتقارب بقية أشهر السنة بنسب اختلاف بسيطة تتراوح ما بين 5% إلى 9% يتخللها إجازة منتصف العام الدراسي الممتدة ما بين 1438/4/28

- وحتى 1438/5/7هـ بنسبة 9% لشهر ربيع ثاني و7% لشهر جماد أول، وإجازة منتصف الفصل الدراسي الثاني الممتدة ما بين 1438/7/3 هـ وحتى 1438/7/11هـ بنسبة 9% مما يؤكد ارتباط السياحة في المنطقة الشرقية بشكل عام بالإجازات المدرسية إلى حد كبير.



المصدر: جوازات المنطقة الشرقية

⁶ توضح البيانات الواردة في هذه الفقرة وفي الشكل رقم (8) التوزيع الشهري للحراك السياحي في المنطقة الشرقية وفقاً للتقويم الهجري باعتباره التقويم الرسمي المعتمد في ضبط فترات الإجازات الدراسية في المملكة العربية السعودية.

نلاحظ إذا أن الحراك السياحي الخارجي مستمر على مدار العام. بالرغم من ارتفاعه في مواسم دون أخرى. وتبقى فترة الإجازات الدراسية من أهم المناسبات التي يستغلها السعوديون للسفر، لذلك تسجل فيها المؤشرات الإحصائية ارتفاعاً دالاً. ومن المفيد القول بأن نسق الحراك السياحي الخارجي في حالة المنطقة الشرقية لا يختلف كثيراً عن النسق العام بالنسبة للمملكة ككل، حيث أشارت إحصاءات مركز ماس على سبيل المثال بأن عدد السياح المغادرين للمملكة بما فيهم سعوديون وغير سعوديين خلال فترة الإجازة الدراسية للعام 2016 بلغ حوالي 978 ألف سائح مبيت أي بنسبة نمو 4.3% مقارنة مع إجازة منتصف الفصل الدراسي الثاني عام 2015، وقُدِّرَ انفاقهم بحوالي 4.1 مليار ريال (ماس. 2016: ص4). وتبقى أعداد الرحلات وتوزيعها الشهري مؤشراً يمكن الرجوع إليه للوقوف على مدى كثافة الحركة العامة للسياحة السعودية المغادرة ونسقتها على مدى السنة. ويرصد الجدول الآتي نسق هذه الحركة خلال عامي 2014-2015 وفق آخر إحصائيات نشرها مركز ماس.

جدول رقم 2: حركة السياحة السعودية المغادرة (بالمليون) لعامي 2014 - 2015

السنة/الشهر	2014	2015
يناير	1.6	1.3
فبراير	1.2	1.4
مارس	1.7	2.0
ابريل	1.4	1.6
مايو	1.7	1.8
يونيو	2.1	2.3
يوليو	1.6	2.0
اغسطس	2.0	2.1
سبتمبر	2.1	2.2
أكتوبر	1.6	1.5
نوفمبر	1.3	1.2
ديسمبر	1.5	1.5
المجموع	19.8	20.9

المصدر: مركز ماس (2015)، نشرة مؤشرات السفر والسياحة الشهرية.

- وتتأكد من خلال هذه المعطيات استمرارية الحراك السياحي على طول السنة وامتداده على مختلف الأشهر، مع ارتفاع ملحوظ في مواعيد الإجازات الدراسية سواء في منتصف العام الدراسي (شهر مارس) أو خلال إجازة فصل الصيف (أشهر يونيو ويوليو وأغسطس). وربما يبقى ارتباط نسق السياحة الخارجية بالإجازات الدراسية يحمل تفسيرات عديدة، إلا أنه يؤكد فرضية ارتباط السياحة السعودية في جانب كبير منها بالحياة الأسرية، حيث تبقى السياحة في المجتمع السعودي أسرية بامتياز تتحرك فيها الأسرة بمختلف أفرادها للسفر بحثاً عن الراحة والترفيه. وهو ما دعمته نتائج دراستنا الميدانية التي بينت بأن نسبة 73.4% من أفراد العينة يسافر إلى خارج المملكة مع الأسرة، ونسبة 9.4% فقط مع الأصدقاء، و5,6 فقط بشكل فردي ونسبة 11.6% عبرت عن إمكانية السفر أحياناً بشكل فردي وأحياناً أخرى مع الأسرة أو الأصدقاء. وقد كشفت بيانات منظمة السياحة العالمية أن هنالك حوالي 4.5 مليون سعودي يسافرون سنوياً مع عائلاتهم. فيما ينفق السائح السعودي حوالي 6 آلاف دولار في المتوسط في الرحلة الواحدة (العرب. 2016).

إن خيار السياحة الخارجية الأسرية يبقى بلا شك من بين العوامل التي تبرر كذلك ارتفاع نسق الإنفاق السياحي الخارجي في المملكة، والذي يعود فيما يعود لحجم الأسرة وكثرة أفرادها، بما يضاعف من حجم تكلفة الرحلة السياحية وتغطية مصاريف التنقل والإقامة والمعيشة والتسوق وخلافه من متطلبات التنزه والترفيه.

ثالثاً: السياحة السعودية الداخلية: مقومات واعدة وحراك ضعيف

1. المقومات ونسق الحراك:

تتوافر في المملكة العربية السعودية، كما هو معلوم، مقومات عديدة تجعل من السياحة فيها ممكنة ومزدهرة؛ حيث خوّلت لها المساحة الشاسعة والامتداد الكبير بيئة جغرافية ثرية تتنوع فيها المقومات الطبيعية والجغرافية. وقد أفرز التنوع التضاريسي الذي تتميز به المملكة ما بين الأودية والمرتفعات والسهول والهضاب والسواحل والصحراء، تنوعاً مناخياً ترتبط بتفاوت الطقس بين مناطقها المختلفة بما يجعل من ذلك التفاوت فرصة لضمان استمرارية السياحة على طول العام. فالزائر يمكن أن يجد في جنوب المملكة الطقس المعتدل المائل للبرودة صيفاً، فضلاً عما تتمتع به المنطقة من مناظر خلابة نظراً لتفاوت ارتفاع

جبالها وكثرة أمطارها ودوام الخضرة فيها. وفي الشرق والغرب تمتد السواحل على ساحل البحر الأحمر بطول 1800 كم، وعلى ساحل الخليج العربي بطول 600 كم وتتميز بالشواطئ الرملية والمناظر الطبيعية الساحرة مما جعلها مرفئاً للعديد من المشاريع السياحية والترويحية المهمة. وتمتاز المنطقة الشرقية بشواطئها وواحاتها ومعالمها الأثرية، إلى جانب الينابيع والعيون المعدنية الباردة والدافئة كما في منطقة الأحساء والقطيف، إلى جانب معالمها الحديثة ومقومات نهضتها وازدهارها الاقتصادي. وقد أصبح -في المقابل- شمال المملكة بفضل ما يملكه من صحاري شاسعة مجالاً لممارسة السياحة الصحراوية القائمة على الاستمتاع بالرمال والكثبان الكثيفة الارتفاع، ومجالاً لممارسة العديد من الهوايات ذات الصلة بطبيعة تلك التضاريس كالصيد وسباق السيارات والبحث عن النباتات الصحراوية التلقائية كالفطر والكمأ. أما المنطقة الوسطى فظلت تمتاز عن غيرها من المناطق بتطورها الحضاري ونهضتها العمرانية ومجمعاتها التجارية الفخمة والحديثة ومراكزها الثقافية والصحية والعلمية المتميزة.

وتضم المملكة إلى جانب كل ذلك معالم أثرية ومواقع سياحية فاقت عشرة آلاف موقع سياحي، وتتميز بموروث ثقافي ثري تمثل في آثار تاريخية وتراث عمراني يمتد لعصور تاريخية مختلفة وعديدة، إلى جانب تنوع الحرف والصناعات التقليدية والفنون الشعبية في مناطقها المختلفة. وإلى جانب المعالم التاريخية المعروفة الموجودة في مكة المكرمة والمدينة المنورة يمكن ذكر المعالم الأثرية في منطقة وادي العلا والأخدود، وقصر شبرا التاريخي، ومنطقة سوق عكاظ، والسدود التاريخية بمنطقة الطائف، وآثار منطقة تبوك الشهيرة ومدائن صالح مقر قوم ثمود، وقصر شذا بمنطقة عسير الذي يعد من أقدم المعالم التاريخية. وتبقى المعالم الإسلامية المقدسة الرافد الأكبر للسياحة الدينية الداخلية والخارجية الوافدة من مختلف بقاع الأرض؛ حيث تظل الأماكن المقدسة المستقطب الأول لا للسياحة المحلية فقط بل للسياحة الوافدة من دول الخليج العربي والدول العربية الشقيقة والدول الإسلامية عامة ومن مختلف أنحاء العالم.

-حيث تجلب ما يعادل 12 مليون شخص سنوياً ما بين حاج ومعتمر وزائر للمدينة المنورة. وقد ظلت مكة المكرمة في الفترة ما بين عامي 2006 و 2011 الوجهة الأكثر جذباً للرحلات المحلية حيث بلغت قرابة 10 مليون رحلة عام 2011، نظراً لإقبال المواطنين

والوافدين لزيارتها من أجل أداء مناسك الحج والعمرة، وقد أدت توسعة الحرم المكي إلى زيادة القدرة الاستيعابية لمنطقة المشاعر مما حفز ارتفاع نسق القادمين إليها. وتأتي المدينة المنورة في المرتبة الثانية في استقطاب سياح الداخل حيث حازت في نفس السنة المذكورة أنفأ على 3.1 مليون رحلة، وتليها في المرتبة الثالثة المنطقة الشرقية بحوالي 2.9 مليون رحلة مرتبطة معظمها بزيارة الأقارب والأصدقاء والترفيه والتسوق والأعمال والمؤتمرات والعلاج فيما احتلت منطقة الرياض المرتبة الرابعة بما يقارب 1.9 مليون رحلة. أما المرتبة الخامسة فكانت لمنطقة عسير بنحو 1.3 مليون رحلة وهي وجهة ومقصد السياح من الداخل ومن دول مجلس التعاون لطقسها المعتدل خاصة في فصل الربيع (مؤسسة النقد العربي. 2012: ص128). ويمكن القول بأن نتائج دراستنا الميدانية لم تختلف فيها الأجوبة كثيراً عن الترتيب السابق؛ فعند سؤالنا عن الوجهات والمدن المحببة للسياحة داخل المملكة جاءت النسبة الأكبر لصالح مكة المكرمة بنسبة 38.5%، تلتها المدينة المنورة بنسبة 18.4%، ثم مدينة الرياض 8.6%، ثم مدن جدة والاحساء بنسبة 9.8% لكل منها، وحازت مدن أخرى مختلفة على ما نسبته 10% تقريباً. ووفقاً لإحصاءات مركز ماس بلغ مجموع الرحلات المحلية خلال سنة 2013 ما يقارب 23.8 مليون رحلة بقيمة مصروفات بلغت 28 مليار ريال سعودي، مقابل 19.0 مليون رحلة محلية سنة 2012 بمصروفات بلغت 32 مليار ريال سعودي. وكان عدد الرحلات السياحية المحلية (سياحة سكان المملكة من مواطنين ووافدين) خلال سنة 2011 نحو 22 مليون رحلة مقابل 23 مليون رحلة سنة 2010 أي بنسبة انخفاض بلغ 3.4% حسب المسح الذي أجرته الهيئة للسياحة والآثار. وتشكل الرحلات المحلية ما نسبته 55% من إجمالي الرحلات السياحية داخل المملكة والتي تشمل الرحلات السياحية المحلية والوافدة التي تتم داخل حدود المملكة (ماس. 2016: ص5).

ويلاحظ من خلال هذه الأرقام عدم حصول تطورات بارزة في نسق السياحة الداخلية، إلى جانب عدم الاستقرار في الأرقام والمؤشرات بالرغم من الجهود الرسمية المبذولة لتطوير القطاع والاهتمام بما يتصل به من مرافق وبنية تحتية. وقد قدر على سبيل المثال عدد السياح المحليين في المملكة خلال فترة إجازة منتصف العام الدراسي 2016 بما يقارب 2 مليون سائح مبيت بنسبة انخفاض بلغت 9% مقارنة مع إجازة منتصف الفصل الدراسي الثاني للعام 2015. وقدّر إنفاقهم بحوالي 1.7 مليار ريال أي بنسبة انخفاض بلغت 2% لنفس

الفترة بمتوسط إنفاق 849 ريال للشخص الواحد بالرحلة (ماس 2016 ، ص5). وقد أكدت دراستنا الميدانية ضعف اتجاهات السعوديين أسراً وأفراداً نحو السياحة الداخلية، وعدم إيلاء الحراك الداخلي بغرض السياحة والاستكشاف والفسحة حقّة، حيث لم تتعد في العينة المستجوبة نسبة هؤلاء الذين عبّروا عن ممارسة السياحة الداخليّة بشكل دائم ومستمرّ نسبة 8%، في حين بلغت نسبة الذين يمارسونها أحياناً أو نادراً 34% في الحالة الأولى و35% في الحالة الثانية، ولم تكن نسبة الذين عبّروا عن عدم ممارستها بشكل مطلق قليلة حيث بلغت 23%.

- تؤكد لنا هذه النتائج كما تمّت الإشارة إليه، مدى الضعف البيّن في نسق السياحة الداخليّة وتدنيّ نسب المقبلين عليها وضعف الاتجاه العام نحو ممارستها والإقبال عليها على خلاف ازدهار السياحة الخارجيّة كما سبق بيانه. وربّما يضعنا التنوّع الطبيعي والجغرافي والمعالَم الأثرية والاقتصادية أو المناخية للمملكة والذي استعرضنا جانباً منه في البداية أمام سؤال أسباب ومسببات ذلك العزوف عن ممارسة السعوديون أسراً وأفراداً للحراك السياحي داخل المملكة بالرغم ممّا تنعم به من مقومات سياحيّة إلا أنها تفتقر للجودة في الخدمات المقدمة وهنا ما سنحاول تفكيك بعض جوانبه فيما سيقدم من فقرات.

2. السياحة الداخليّة في المملكة:

إن التغيرات المجتمعيّة المتسارعة التي شهدتها المجتمع السعودي في العقود الأخيرة طبعت الحياة الاجتماعيّة بأنماط مستجدة من السلوك، ومن الممارسات المختلفة التي فرضتها وتيرة تلك الحياة الجديدة؛ حيث ساهم ارتفاع مستوى المعيشة والمستويات التعليمية لشرائح عديدة من أفراد المجتمع ذكوراً وإناثاً في الرفع من سقف التطلّعات المختلفة والحاجات المستجدة للأفراد، بما في ذلك الرغبة المتزايدة في الاستمتاع بالوقت الحرّ وممارسة الترويح، وتغيير نسق الحياة الروتيني والرغبة في السفر والتنزه. وهنا بدت السياحة وكأنّها مطلب ملح يفرض نفسه على الأفراد والأسر كشكل من أشكال إشباع تلك الحاجات بما فيها من بحثٍ عن الراحة والاستجمام والتخلّص من أعباء الحياة اليوميّة، والترفيه عن النفس والأطفال وغيرها من دواعي ذلك. لكن المتتبع لنسق الممارسات السياحيّة للأفراد والأسر يرى سيطرة الاتجاه نحو ممارسة السياحة الخارجيّة رغم تكاليفها المرتفعة مقابل تراجع السياحة الداخليّة كما تقدّم بيانه.

وربما يجوز القول بأن الحراك السياحي الداخلي في المملكة محكوم بعوائق مختلفة ومتنوعة الأسباب. ويبدو أن تطوير نسق السياحة الداخلية للسعوديين، وترويج صناعتها ما يزال مساراً يحتاج للكثير من تضافر جهود مختلف الأطراف المعنية بشكل مباشر أو غير مباشر بسوق السياحة وبممارساتها. ورغم الجهود الحثيثة على المستوى الرسمي لإحداث نقلة نوعية في مستوى صناعة السياحة عبر إنفاق الدولة لمبالغ مهمة على مؤسسات وفضاءات الترويج والرياضة والمنشآت العامة والحدائق؛ إلا أنه يمكن القول بأن مسار الاهتمام بالسياحية الداخلية وما يمكن أن تدرّه من فوائد على الاقتصاد والتنمية مازال يحتاج للمزيد من التفعيل. ورغم ما تقوم به الهيئة العليا للسياحة بالمملكة من جهود حثيثة منذ تأسيسها سنة 2000 من حيث إنجاز الدراسات والاستشارات، وتوفير الإحصاءات، ومرافقة الحراك السياحي في الداخل والخارج ومعدّلات الإنفاق، والسعي لإبراز المقومات السياحية للمناطق المختلفة بالمملكة والتعريف بها؛ إلا أن انجذاب المواطن السعودي نحو السياحة داخل الوطن، وتعديل كفة اتجاهاته العامة نحوها يبقى برأينا دون المأمول. وقد تضمّنت وثيقة رؤية المملكة 2030 توجّهات واضحة للنهوض الفعلي بقطاع السياحة بشكل عام والسياحة الداخلية بشكل خاص من خلال رسم أهداف واعدة "لدعم وإثراء النشاط الترفيهي، والارتقاء بجودة الحياة في المدن السعودية، وتطوير قطاع السياحة و الترفيه، وإيجاد بيئة جاذبة للمستثمرين المحليين والدوليين على حد سواء، وتعزيز ثقتهم بالاقتصاد السعودي" (رؤية. 2030: ص 22).

- ورصدت الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني جملة من الأهداف الاستراتيجية المتصلة بتحقيق توجّهات الرؤية في مجال دعم السياحة ورفد الاستثمار فيها؛ وشملت تلك الأهداف برامج محدّدة رُصدت لها اعتماداتها المالية، ومن ذلك على سبيل الذكر العمل على "إنشاء وتطوير وجهات ومواقع وجزر سياحية ومدن ترفيهية جديدة متكاملة لجميع فئات الأسرة، وتشجيع القطاع الخاص بالاستثمار فيها وتشغيلها"، "حماية وتأهيل وتنمية مواقع التراث الوطني والتوعية بها، وتشجيع القطاع الخاص بالاستثمار فيها وتشغيلها" "تطوير فعاليات ومهرجانات سياحية جاذبة لمختلف فئات المجتمع زيادة وتطوير مرافق الضيافة والخدمات السياحية" (برنامج التحول الوطني. 2020: ص 72-73). ومن المتأمل أن تُؤتي كلّ هذه التطلّعات ثمارها في المدى القريب، وتنعكس إيجاباً على واقع السياحة بشكل عام

والسياحة الداخلية بشكل خاص. لا سيما وأنه بات من المؤكّد من خلال المؤشرات والأرقام الضعف الهيكليّ لهذا القطاع، وتدنيّ مستويات الاستثمار فيه وتراجع مردوده على الاقتصاد والتنمية. وبالعودة إلى سؤال أسباب عزوف السعوديين أسراً وأفراداً عن ممارسة الحراك السياحيّ داخل المملكة بالرغم ممّا تنعم به من مقوماتٍ سياحيّة عالية الجودة في مستوى المناخ، والطبيعة والمعالم الأثريّة والتراثيّة؛ يمكن القول بأنه إشكال ربّما يحتاج لمحاولاتٍ أوسع من مجال هذا البحث لتفكيك عناصره، والوقوف على أسرارهِ وأسبابهِ الظاهرة والكامنة. ولكننا سنحاول في هذا المستوى طرح بعض جوانبه، و نقاش بعض العوامل التي تبدو برأينا منتجةً لحالة إحجام السعوديّ عن التحرك السياحيّ داخل حدود وطنه. وهو السائح الحائز على المراتب الأولى في سوق السياحة العالمي من حيث مستويات الإنفاق، متقدّماً على السائح الصيني والأمريكي. ومعلوم أن منظمة السياحة العالميّة صنّفت السائح السعودي بوصفه الأعلى إنفاقاً في العالم خلال سنة 2016، ويأتي بعده السائح الصيني، ثم الأمريكي. وذلك من خلال إنفاق السياح السعوديين لنحو 21.3 مليار دولار. ومن خلال عدد رحلات سياحية مغادرة من السعودية بلغ نحو 20.8 مليون رحلة خلال ذات العام (ماس. 2017: ص 6). وممّا يستدعي الانتباه له بأن هذه الأرقام ارتفعت بشكل صاروخي خلال الثلاث سنوات الأخيرة فقط؛ ذلك أن المملكة العربيّة السعوديّة كانت عام 2013 كانت تحتلّ المرتبة 19 عالمياً في إنفاق السعوديين على السياحة الخارجيّة. وهي مفارقة لا يمكن بأي حال من الأحوال تجاوزها في معرض التحليل السوسيو-جغرافي لظاهرة السياحة في المملكة خاصة مع تأمل النظر في الفرق الشاسع ما بين حجم الإنفاق السياحي في الداخل وفي الخارج، فعلى سبيل المثال توجّه سنة 2015 أكثر من 8 ملايين سائح سعودي إلى الخارج خلال إجازاته للسياحة، وبلغ حجم الإنفاق على السياحة الخارجيّة في نفس العام ما يقارب 60 مليار ريال، بينما لم يتعد حجم الإنفاق على السياحة داخلياً في نفس السنة 28 مليار ريال (ماس. 2015: ص 5). وربّما تتلخص بعض كوامن هذه المفارقة برأينا في مصفوفة من العوامل تتقاطع ضمنها مسئولية مختلف الأطراف الشريكة في منظومة السياحة بالمملكة العربيّة السعوديّة، بما فيها من سياسات وبرامج وأجهزة حكوميّة وفاعلين رسميين معنيين بشكل مباشر بالقطاع من جهة، وبما فيها من فاعلين اجتماعيين ومن سياح مفترضين. ومن المؤكّد أن البنية التحتيّة السياحيّة الجاذبة للسائح السعودي على المستوى الداخلي تبقى غير

وأعدة ولا تزال دون مستوى انتظارات السائح وطموحاته، ولم تتأهل بعد لمستوى يرفعها لحدّ التنافسية الحقيقية.

- ونتحدّث هنا تحديداً عن المرافق العامة داخل محافظات المملكة بشكل عام بما فيها من مرافق إيواء وإقامة وفضاءات ترفيه ووسائل نقل، وكلّ ما يمكن أن يرتبط بذلك من خدمات وعوامل جذب يمكن أن تدخل ضمن نطاق الاستجابة غير المشروطة وغير المنقوصة لتلك المغريات العامة لذلك الفاعل الاجتماعي المحلي، الراغب في كسر نمط الروتين اليومي والباحث عن المتعة والراحة والتسلية داخل المملكة فرداً كان أم أسرة، والباحث عن الخدمة الجيدة والبيئة السياحية الملائمة ذات التكلفة المعقولة. وقد توضّح لنا من خلال إجابات أفراد العينة المستجوبة في نطاق هذا البحث تواضع مستويات الرضا العام على أحوال المرافق السياحية المتوفرة بشكل عام داخل المملكة؛ حيث اعتبر ما يزيد عن نصف المستجوبين أنها "سيئة" وأنها "مرافق غير مهيأة أصلاً" لاستقبال السائح، وتراوحت بقية الإجابات بين الجيد 37.70%، والممتاز التي لم تتجاوز نسبة 12.1%، ويشار على سبيل المثال إلى أن مرافق الإيواء العامة المخصصة لاستقبال السائحين في مختلف مناطق المملكة لم تتجاوز بمختلف أصنافها عدد 6.580 وحدة خلال سنة 2016، وبعدد بلغ 421,943 غرفة.

وعلى الرغم من تغطية الوحدات السكنية المفروشة خلال سنة 2015 لكامل مناطق المملكة؛ إلا أن النسب تفاوتت بين المناطق؛ حيث حازت منطقة الرياض على النصيب الأكبر منها بنسبة بلغت 32.7% وبنحو 933 وحدة، تلتها مكة المكرمة بنسبة 22.9% بما يقارب 652 وحدة. واستمرّ الوضع على حاله تقريباً عام 2017؛ حيث ظلّت كثافة مرافق الإيواء السياحي (فنادق ووحدات سكنية) عالية بكلّ من مكّة المكرمة ومدينة الرياض. تليهما في المرتبة الثالثة المنطقة الشرقيّة بعدد الوحدات السكنية (508 وحدة)، والمدينة المنورة بعدد الفنادق (372 فندقاً).

ويؤكّد لنا استحواد العاصمة الرياض ومنطقة مكّة المكرمة على النسب الأعلى في مستوى الفنادق والوحدات السكنية المفروشة وجود خلل في التوزيع الجغرافي لوحدات الإيواء السياحي بين مناطق المملكة. ولا شك أن النقص المسجّل في مراكز الإيواء في بعض المناطق وارتفاعه بمناطق أخرى يمثّل من ناحية أولى معوّقاً لازدهار السياحة الداخلية

بالمناطق المفتقرة لها؛ كما يبقى من ناحية ثانية عاملاً معرقلاً لتكريس التوازن في خارطة السياحة الداخلية بين وجهات تقليدية مألوفة لدى السعوديين، وبين مناطق أخرى بإمكانها أن تكون وجهات سياحية جديدة بشرط توفر المستلزمات الضرورية لتأمين استقبال السياح بها. وقد أنتج ذلك خارطة سياحية مختلة تتسم بتضخم الرأس واعتلال الأطراف في مستوى توفر البنية التحتية السياحية. ولا شك أن الإرادة الجدية في معالجة ذلك الاعتلال تتطلب بالضرورة مراجعة جذرية ومدرسة لسياسات التشجيع على الاستثمار في القطاع السياحي، ولإجراءات منح الرخص الجديدة في مجال إنشاء المرافق السياحية مع ضرورة العمل على اعتماد سياسة "التمييز الإيجابي"، ومنح الأولوية لصالح المناطق الأقل حظاً في مستوى الإنشاءات الجديدة لمرافق الإيواء السياحي، والسهر على توفير مقومات التكامل بين متطلبات المنظومة السياحية داخل تلك المناطق، ومراعاة ما يتطلبه ذلك التكامل من مستلزمات مرافقة مثل تطوير شبكات النقل العمومي البري والجوي، وتهيئة فضاءات الترفيه والتنزه ومراكز التسوق، وتحسين جودة سائر الخدمات العامة. وربما يبدو ارتفاع عدد الفنادق والشقق المفروشة بمكة المكرمة وبدرجة أقل بالمدينة المنورة مُبرراً إلى حد كبير بالحركية التي تعرفها المناطق المقدسة على مدى السنة -

- وبشكل خاص في موسم الحج من توافد لأعداد القاصدين لهذه البقاع من مختلف نواحي العالم وما يتطلبه ذلك من بنية تحية إيوائية كبيرة؛ حيث أنه من المعلوم أن منطقتي الحرمين الشريفين تمثلان أكبر وجهة للسياحة الدينية في العالم الإسلامي والعالم ككل؛ حيث بلغ عدد الحجاج الذين قصدوا مكة المكرمة عام 2016 حوالي 1862.909 حاجاً، منهم 537.537 حاجاً من الداخل، ومنهم 170.492 حاج سعودي و 367.054 حاج غير سعودي. ومثل بذلك عدد حجاج الداخل ما نسبته 28.9% من إجمالي الحجاج، ومثل السعوديون منهم ما نسبته 9.2% عام 2015 (إحصاءات الحج، 2016). وكشفت تقارير وزارة الحج والعمرة عن زيادة أعداد المعتمرين للعام 2016م؛ حيث بلغت أعداد تأشيرات المعتمرين حوالي 6.750.000 تأشيرة. وبالرغم من الجهود الكبيرة التي تبذلها المملكة والجهات المعنية بالسياحة والحج والعمرة في توفير مختلف مستلزمات الراحة والخدمات السياحية لقاصدي الحرمين الشريفين من خارج المملكة؛ إلا أن الاهتمام بالسائح الداخلي القاصد لتلك المناطق يبدو غير بارز في المشهد العام للسياحة الدينية.

حيث يسقط سواح الداخل سعوديون وغير سعوديين من الاعتبار في زحمة الوافدين لذات الغرض من الخارج. وهي ربّما من العوامل التي جعلت من السائح الداخلي يعزف عن التردّد المكثف على الحرمين الشريفين على مدى السنة تفادياً للازدحام وكثرة الضغط، ويكتفي بزيارات محدودة المدة لأداء مناسك العمرة في أوقات مقتضبة. وقد تبين من خلال نتائج مسح العمرة لعام 2016؛ أن أكثر معتمري الداخل يؤدون العمرة في نفس اليوم بنسبة بلغت 52.14%، وبلغت نسبة من يؤدونها في يوم واحد 16.14%، وتلتها في المركز نسبة من يؤدونها في يومين 12.44%، في حين بلغت نسبة من يؤدونها في ثلاثة أيام 9.53%، وتراجعت للمركز السادس نسبة من يؤدونها في خمسة أيام إلى 2.62%، وجاءت في المركز الخامس من يؤدونها في خمسة أيام فأكثر (مسح العمرة. 2016: ص 14). وتوضّح مختلف الأرقام المستعرضة آنفاً ضعف إسهام سياح الداخل سعوديين وغير سعوديين في دورة الحراك السياحي الدينيّ على مدى السنة بالمملكة العربية السعودية. وبالرغم من الأهمية البالغة لمساهمة القادمين من خارج المملكة في حيوية هذا القطاع؛ إلا أن كلّ ذلك لا يمنع من مراعاة قطاع السياحة على اجتذاب أكبر لسيّاح الداخل وإدراجهم الفاعل في منظومة السياحة الدينية. وتبقى عملية تشخيص معوّقات انجذاب سياح الداخل نحو الإقامة والاستمتاع المتجدّد بالمناطق المقدسة وبما تزخر به من إرث حضاري وتاريخي بدورها مسألة ملحة ولا غنى عنها في السعي للنهوض بالحراك السياحي الداخلي، ويتطلّب ذلك بلا ريب عملية تحريك شاملة ومتعدّدة المحاور لوجهة بوصلة السياحة الدينية نحو رصيدها الافتراضي داخل حدود المملكة.

وخلاصة القول إن محاولة الإجابة على سؤال أسباب عزوف السعوديين عن ممارسة الحراك السياحيّ داخل المملكة بالرغم ممّا تنعم به من مقوماتٍ سياحيّة متنوعة ترتبط حتماً بضرورة تفكيك بعض جوانب أزمة السياحة الداخليّة، تلك الأزمة المتعدّدة الأوجه وذات المظاهر المتعدّدة. وقد استعرضنا في هذا الجزء الجانب اللوجستي والفيزيقي من تلك الأزمة والمتصلّ بضعف البنية التحتيّة، واختلال التوزيع الجغرافي لمرافق الإيواء، وما يرتبط بذلك من مسائل أخرى لا يتسع المقام للاستفاضة فيها كضعف شبكات النقل العمومي البري والجويّ، وارتفاع الأسعار وغيرها.

- وانعدام برامج الترفيه وانحصارها في بعض المظاهر التقليدية كالمهرجانات والمناسبات محدودة الصيت والأثر في الجذب المتجدد لمرتاديها من الداخل. ولا شك أن لتلك الأزمة أبعادها النفسية - الاجتماعية والسوسيو-الثقافية ذات الصلة المباشرة بتمثيلات السائح السعودي للسياحة بوصفها ممارسة وسلوك وفعل اجتماعي تشكّله عناصر متشابكة تحت ملامحه وتجعل منه فعلاً معمّماً ينغرس بقوة في عمق الثقافة السائدة لدى شرائح المجتمع المختلفة عن السفر والسياحة. ولم تسمح لنا فرصة هذا البحث، للأسف، بالإبحار فيها والوقوف على بعض موجّهات وآليات بناء المشاريع السياحية للسائح السعودي ومسالك تشكيلها، رغم إدراكنا لقوة تأثيرها. ورغم إيماننا الراسخ بضرورة أخذها بعين الاعتبار في كلّ محاولات معالجة تلك الأزمة.

رابعاً: السياحة والتنمية في المملكة:

أكدت مختلف خطط التنمية في المملكة على ضرورة تطوير قطاع السياحة لكي يصبح أحد القطاعات الاقتصادية القادرة على تنمية مصادر دخل إضافية داعمة للموارد النفطية، وعلى الإسهام في التنمية الاقتصادية والاجتماعية في المملكة. ولكن هذا التوجّه تدعّم وأضحى أكثر بروزاً مع صدور رؤية المملكة للعام 2030.

وترفع الرؤية -بوصفها مساراً تنموياً جديداً تدشنه المملكة- جملة من الرهانات منها: العمل على تطوير حجم الاقتصاد الوطني، وخفض معدّل البطالة، ورفع مساهمة المنشآت الصغيرة والمتوسطة في الناتج المحلي الإجمالي، والارتقاء بمساهمة المرأة في سوق العمل، ورفع قيمة صندوق الاستثمارات العامة، ونسبة الاستثمارات الأجنبية المباشرة من الناتج المحلي الإجمالي، ورفع نسبة مدخرات الأسر من إجمالي دخلها، بالإضافة إلى الطموح للوصول بمساهمة القطاع الخاص في الناتج المحلي الإجمالي إلى 25%، وزيادة الإيرادات الحكومية غير النفطية من 163 مليار حالياً إلى ألف مليار سنوياً (رؤية المملكة للعام 2030: ص 50). وقد بدأ التنفيذ الفعلي لعدد من البرامج التي من المتوقع أن تسهم في رفع هذا التوجه التنموي الجديد. وقد أولت البرامج والمشاريع العاكسة لهذه التوجهات التنموية الجديدة أهمية استثنائية لتطوير قطاع السياحة والترفيه من أجل تنويع مصادر دخل المملكة وتشجيع استثمار القطاع الخاص، وتحديث رؤية 2030 عن خطط لتطوير مواقع سياحية وفق أعلى المعايير العالمية، وتيسير إجراءات إصدار التأشيرات للزوار، إضافة إلى تهيئة المواقع التاريخية والتراثية وتطويرها. وقد تمّ الإعلان عن مشاريع استثمارية ضخمة في

القطاع السياحي، وإنشاء مدن ترفيهية ورياضية وثقافية كبرى. وبغض النظر عما ستفرزه هذه السياسات والبرامج من ارتفاع كبير في مساهمة السياحة في التنمية في المملكة على المدى المتوسط والبعيد يجدر بنا الوقوف عند مساهمة قطاع السياحة في التنمية في الفترة الحالية. إن نسبة مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي غير النفطي (القيمة المضافة) استقرت - بحسب البيانات الرسمية المتاحة - عند 5% عام 2015، وقد تطوّرت عن السنوات السابقة بنسب ملحوظة؛ حيث بلغت إيراداتها في سنة 2013 ما قيمته 75 مليار ريال سعودي. أي ما يعادل 2.7% من الناتج المحلي الإجمالي، وبلغت نسبة مساهمتها من القطاع غير النفطي 5.2% سنة 2015 (مؤسسة النقد. 2015: ص 29).

- وقد شهدت بذلك تطوراً ملحوظاً مقارنة بالعام 2011 الذي لم تتجاوز فيه المساهمة الإجمالية للسياحة والسفر في الناتج المحلي للمملكة نحو 31 مليار دولار، كما بلغت قيمة المساهمة المباشرة في نفس العام نحو 12.83 مليار دولار، هذا وقد بلغ إجمالي قيمة الاستثمارات الرأسمالية في صناعة السياحة والسفر نحو 5.33 مليار دولار عام 2011.

وقد ارتفع حجم الإنفاق على الرحلات السياحية الوافدة عام 2015 ليلبلغ ما نسبته 54.3% بما يقابل 81.5 مليار ريال مقارنة بنحو 52.7 مليار ريال عام 2014. ولكن في المقابل بلغ حجم الإنفاق على الرحلات السياحية المغادرة عام 2015 نحو 77.7 مليار ريال مقارنة بنحو 78 مليار ريال عام 2014 محققاً انخفاضاً بنسبة 4%، وانخفض إجمالي الإنفاق على الرحلات المغادرة سنة 2016 ليصل إلى 74.8 مليار، وليصل 63 مليار ريال سعودي سنة 2017 (ماس. 2017: ص 8). وهنا يللمس المتتبع خللاً واضحاً بين حجم الإنفاق على الرحلات السياحية الوافدة التي تمثل مصدراً لتغذية موارد البلاد بالعملة الأجنبية ومصدراً حيويّاً لإنعاش قطاعات التجارة والنقل والإيواء والمطاعم وغيرها، وبين حجم الإنفاق على الرحلات المغادرة التي تبقى على العكس من ذلك مصدراً لتسرّب العملة خارج المملكة. وقد قُدّر مجموع ما أنفقه السعوديون من أموال على السياحة الخارجية عام 2016 بنحو 12% من إجمالي الإنفاق الحكومي خلال نفس العام البالغ قيمته نحو 830.5 مليار ريال، فيما بلغ متوسط الإنفاق آخر عشر سنوات نحو 7% من الإنفاق الحكومي. ويكون مجموع إنفاق السعوديين على السياحة الخارجية نحو أكثر من نصف تريليون ريال 580.7 مليار ريال

خلال العشرة أعوام الممتدة من عام 2007 حتى عام 2016، في حين بلغ إجمالي الإنفاق الحكومي الفعلي منذ عام 2007 حتى 2016 نحو 8.22 تريليون ريال⁷.

وتكون السياحة بذلك مرتبهة بحالة من الخلل في الموازين بين السياحة الوافدة والمغادرة، وبحركة عكسية للعملة الأجنبية. وتحوّل بذلك إلى عامل من عوامل الهدر والاستنزاف التتموي بدلاً من أن تكون رافداً للتنمية، وداعمة لها عبر حركة جلب للسياح والعملة. وقد أبرزت لنا الدراسة الميدانية المنجزة في إطار هذا البحث بأن مبالغ طائلة تصرف من قبل أفراد العينة من السياح السعوديين في الرحلة السياحية الخارجية الواحدة؛ حيث تبين أنّ 48.1% من أفراد العينة يكون معدّل إنفاقهم أقل من 20 ألف ريال سعودي، في حين أن 39.8% يكون معدّل إنفاقهم من 20 إلى 40 ألف ريال، و 12.1% يتجاوز معدّل إنفاقهم في الرحلة الواحدة 40 ألف ريال. وإذا ما ربطنا هذا المعدّل لإنفاق أفراد العينة المستجوبة مع عدد تكرار الرحلات السياحية الخارجية في السنة الواحدة سوف تتأكّد لنا بشكل جليّ -من خلال العينة المدروسة- مدى ضخامة مستويات الإنفاق على السياحة الخارجية. تبين على سبيل المثال بأن 26.2% من أفراد العينة يسافرون إلى خارج المملكة من مرّة إلى خمس مرات في السنة الواحدة.

- وأن نسبة 3.2% منهم يسافرون أكثر من خمس مرات، ومن المؤكّد أن كثافة حركة السفر إلى الخارج مرتبطة إلى جانب السفرات البعيدة بالسفرات نحو دول الجوار القريبة من المنطقة الشرقية لا سيما البحرين وقطر والإمارات العربية المتحدة.

ويجدر التذكير بأن المملكة العربية السعودية تسعى من خلال جهود مكثفة لفرض وجودها على خريطة السياحة العالمية، حيث حصلت سنة 2014 على تصنيف الوجهة السياحية الرابعة ضمن المؤشر العالمي للسياحة بالنسبة لدول منظمة التعاون الإسلامي. ولكن رغم ذلك، تبقى القدرة الحالية لقطاع السياحة على توفير الفرص الوظيفية محدودة نسبياً. حيث لم تتجاوز مساهمة قطاعي السياحة والترفيه في التوظيف عام 2015 ما نسبته 11,4% بما يعادل 1,3021 مليون وظيفة. وقد بلغ حجم الوظائف المباشرة لنفس السنة 882.9 ألف بارتفاع نسبته 6.1% مقارنة بالعام الذي سبقه بعدد 832.1 ألف وظيفة شاغرة. ولم تتجاوز تلك الوظائف نسبة 8.3% من إجمالي العاملين بالقطاع

⁷ وفقاً لرصد لوحدة التقارير في صحيفة "الاقتصادية"، استند إلى بيانات مؤسسة النقد العربي السعودي "ساما".

الخاص، ونسبة 7.5% من إجمالي القطاع العام (ماس 2017، ص 11). ولا تزال نسبة اليد العاملة السعودية بالقطاع السياحي محدودة مقارنة بما لدى القطاع من إمكانات استيعابية مفترضة لمختلف أصناف اليد العاملة. وبالرغم من أن القطاع يعتبر ثاني قطاع مُسعود في المملكة؛ إلا أن نسبة السعوديين العاملين بالقطاع السياحي لم تتجاوز 27.8%، مسجلة زيادة طفيفة جداً مقارنة بسنة 2014؛ حيث بلغت 27.4%، ومن المتوقع أن تصل 30% بحلول عام 2020 (ماس. 2015: ص 8). وتتنحصر غالبية الوظائف التي يشغلها المواطنون السعوديون في صناعة السياحة بالوظائف القيادية ولا تزال السياحة في المملكة تغطي احتياجاتها الأساسية من اليد العاملة البسيطة من العمالة الأجنبية وخاصة الشرق آسيوية بالرغم من أن القطاع يعتبر من أكثر القطاعات ملائمة لسياسة توظيف المواطنين بحكم ما له من مرونة ويسر في توفير الفرص الوظيفية للمواطنين، وعدم تطلّبه لمؤهلات عالية أو خصوصية؛ إلا أنّ العمل به لا يزال محكوماً بأفكار خاطئة وسلبية حوله، ومحكوماً بثقافة استعلاء الشباب عن العمل به، بالرغم مما يتوفر فيه من مواطن عمل مجزية ولا تزال الرغبة في العمل السياحي ضعيفة لدى المواطنين من الشباب من الجنسين. وتبقى المرأة السعودية معطى يبدو شبه غائب عن مشهد التوظيف بالقطاع السياحي حيث لا تمدنا الإحصائيات بأي معطيات حسب مؤشر النوع يمكن للباحث من خلالها أن يستوضح نسب حضور اليد العاملة النسائية في سوق العمل السياحي. وبالرغم من أن مطلب توظيف الوظائف في القطاع السياحي كغيره من قطاعات الأنشطة الأخرى في الاقتصاد السعودي؛ أضحي مطلباً حيويّاً من شأنه أن يدعم السياسات التنموية الجديدة الطامحة إلى الترفيع في القدرة على توليد الوظائف ومقاومة بطالة المواطنين والحدّ منها، إلا أن القائمين على القطاع السياحي يدركون جيداً ما يمكن أن ينتج عن التطبيق العشوائي والمتسرّع لسياسات توظيفنا لوظائف السياحة من آثار سلبية على الكفاءة التشغيلية، وتنافسية الأسعار والربحية بشكل عام. (الهيئة العليا للسياحة، بدون تاريخ، ص 24).

- إن مساهمة السياحة في الناتج الإجمالي المحلي وفي التنمية بشكل عام، تبقى مساهمة متواضعة إذا ما قورنت بما لدى المملكة من مقومات بشرية وطبيعية وحضارية وثقافية قادرة على جعل السياحة رافداً أساسياً من روافد التنمية، ومصدراً محورياً للمساهمة في الناتج الإجمالي المحلي، وفي تعزيز موارد القطاع غير النفطي. ويجوز قول ذلك بالرغم من أن المملكة -بحسب بيانات واردة في تقرير التنافسية في السفر والسياحة لعام 2017 الصادر من المنتدى الاقتصادي العالمي- تحتلّ اليوم المرتبة الثانية عربياً بعد دولة الإمارات من حيث مساهمة قطاع السياحة والسفر في الناتج المحلي الإجمالي. وقد أظهرت تلك البيانات أن

مساهمة قطاع السياحة والسفر في الناتج المحلي للسعودية بلغت 15.9 مليار دولار (59.6 مليار ريال)، وصنّفها المنتدى ضمن الدول متوسطة الاعتماد على مجال السياحة في اقتصادها. فيما تقدمتها الإمارات بإجمالي مساهمة في الناتج المحلي بلغ 17.7 مليار دولار (World Economic Forum. 2017: p13). ولا شك بأن تطوير قطاعي السياحة والترفيه وتعزيز دورهما في التنمية لم يعد اليوم ترفاً بل أضحي ضرورة اقتصادية واجتماعية ملحة؛ يستلزم نجاحها تغييرات جذرية في المنظومات الفكرية والاجتماعية والثقافية القائمة. ويتطلب إرساؤه إعادة تشكيل للمدركات العامة للمواطن السعودي حول السياحة ولممارساته السياحية وسلوكه السياحي وتمثلاته المختلفة لهما.

الخاتمة والتوصيات:

ارتباطاً بإشكالية هذا البحث وتسؤولاته الرئيسية وهدفه العام وأهدافه الفرعية، وبناءً على ما توفر لدينا في حدود هذا البحث من معطيات ومؤشرات كمية ونوعية؛ يمكن إجمال نتائج البحث في مصفوفة ثلاثية الأركان يتصل الركن الأول بصورة السائح السعودي وملامحه العامة، ويرتبط الثاني بخرائط السياحة السعودية ومساراتها، ويتعلق الثالث بإشكالية السياحة والتنمية.

- الملامح العامة للسائح السعودي: تبين من خلال نتائج دراستنا الميدانية بأن غالبية ممارسي السياحة من الشباب الذكور والمتزوجين. ورغم حضور أعمار ما فوق الأربعين وحضور الإناث وغير المتزوجين كذلك؛ إلا أن غلبة فئة الشباب الذكور والمتزوجين تبقى السمة الأبرز في المشهد العام للسياحة السعودية كما برز من خلال العينة المدروسة. ومن حيث المستوى التعليمي سيطر التعليم الجامعي على أكثر من نصف المستجوبين بما يبرز طغيان فئة المتعلمين من ذوي المستويات الجامعية. أما من حيث النشاط المهني فقد مثل قطاع التعليم مجال النشاط الأبرز للفئات المستجوبة بما يؤكد تمدد الاتجاهات العامة للسياحة وثقافتها نحو الطبقة الوسطى وطبقة موظفي الدولة بعدما كانت ترفاً مقتصرأً على الشرائح المرفهة وهي ظاهرة عالمية أصبح يصطلح على تسميتها بالسياحة الجماهيرية أو السياحة الاجتماعية⁸. وقد ارتبط مفهوم السياحة الاجتماعية بانتشار الرؤى والسياسات التي جعلت

⁸ يعرف المكتب الدولي للسياحة الاجتماعية، المفهوم بأنه "جملة العلاقات والظواهر الناجمة عن ممارسة السياحة من طرف الطبقات الاجتماعية ذات الدخل المتواضع".

من الحق في العطلة وفي السياحة متاحاً لكل الشرائح الاجتماعية بمن فيهم الشباب والعائلات والمعوقين وأصحاب الدخل المتوسط وغيرهم (Louis, et Luce. 2005: p 3).

- ومن المفيد الإشارة إلى أنه في ظل ندرة الإحصاءات الرسمية المركزة على الخصائص العمرية والمهنية لممارسي السياحة على نطاق وطني في المملكة؛ فإن الإقرار بانتشار السياحة الاجتماعية أو الجماهيرية ورغم أنه يبقى انطباعاً عاماً تدعمه دلائل اجتماعية عديدة، إلا أن تأكيده في هذا الصدد يبقى منحصرأ في حدود نطاق دراستنا الميدانية ولا يمكن تعميمه في ظل غياب المؤشرات الرسمية الداعمة له. ويوصى في هذا النطاق بضرورة تجويد المؤشرات الرسمية وإحصائيات السفر والسياحة ومزيد تدقيقها بحسب متغيرات العمر والنوع الاجتماعي حتى يتيسر للباحثين وصناع القرار حسن استثمارها وتوظيفها في مزيد فهم الظاهرة السياحية ومساهمتها في التنمية.

- خرائط السياحة السعودية ومساراتها؛ تبين أنها سياحة واسعة المدى ومتنوعة الوجهات. وقد رصدت الإحصاءات الرسمية المعتمدة في حالة المنطقة الشرقية إلى جانب نتائج الدراسة الميدانية تنوعاً كبيراً في الوجهات المقصودة شمالاً وجنوباً وشرقاً وغرباً، فضلاً عن الوجهات التقليدية المعروفة باستقطابها للسياح على نطاق عالمي، وتبين أن السعودي يبحث دائماً عن وجهات مغايرة، ولا يتردد في السفر إلى مناطق نائية وغير مألوفا في سوق السياحة العالمي على الأقل في سفرته أو سياحته السنوية الكبرى. ولكن على حبه لاكتشاف المناطق البعيدة وغير المألوفة؛ يبقى السائح السعودي كذلك عاشقاً وفيئاً لحراك جغرافي/حضاري ثقافي معتاد ومتكرر على مدى السنة وفي الإجازات القصيرة في محيطه القريب منه: الخليجي في المرتبة الأولى، والإسلامي في المرتبة الثانية متقدماً عن محيطه العربي الوارد في المرتبة الثالثة.

ويوصي هنا البحث في إطار توثيق صلة المملكة العربية السعودية بمحيطها العربي، وفي إطار دعم جهود تطوير السياحة العربية البينية بضرورة عمل الهياكل المختصة بالسياحة في المملكة على تعزيز جهود توثيق الصلة بين المملكة وسائر البلدان العربية في مجال النهوض المشترك بالسياحة العربية البينية، وتوجيه أنظار وكالات السفر والسياحة والسيّاح السعوديين نحو الوجهات السياحية العربية.

- طبيعة العلاقة الراهنة للسياحة بالتنمية في المملكة؛ يمكن القول بناء على ما توصل له التحليل من نتائج بأن السياحة لا سيما الوافدة والدينية بالأساس تساهم إلى حد كبير في رفد التنمية من خلال مساهمتها في الناتج المحلي الإجمالي، وفي القطاع غير النفطي على وجه الخصوص إلا أن مساهمة السياحة في دعم التنمية تبقى دون المأمول بكثير، إذا ما وضع في الاعتبار ما تكتسبه المملكة من مقومات ومن مخزون حضاري وبيئي يخولها لأن تكون من أبرز الوجهات السياحية العالمية وتبقى مساهمة السياحة في التنمية مهدورة ومستنزفة، نظراً لاختلال الموازين من جهتين ما تجلبه السياحة الوافدة من عملة أجنبية، وما تتسبب فيه السياحة المغادرة من هدر في نفس الوقت. وبين السياحة الداخلية والخارجية من جهة ثانية.

ويوصي البحث في هذا السياق بالعمل على تطوير قطاع السياحة الداخلية من خلال التشخيص العلمي الدقيق لاحتياجات السائح السعودي، وفهم مستويات تطلعاته وانتظاراته منها. ويتطلب ذلك بلا شك طرح أسئلة جوهرية حول مدى تلبية البنية التحتية المتوفرة حالياً لاحتياجات السعوديين الترويحية.

- ومدى ملائمة البيئة السياحية العامة بما فيها من أسعار وخدمات وبنية تحتية لتلك الانتظارات والتطلعات. وطرح أسئلة جدية حول ما يتخلل كل ذلك من مُدركات اجتماعية مستحكمة في السلوك السياحي والممارسات الاجتماعية المتصلة به، لا سيما فيما يتصل بثقافة السفر والسياحة والاستمتاع داخل حدود الوطن. ولا شك أن إدراك المواطنين ووعيهم بضرورة تشجيع السياحة الداخلية يتطلب تعزيز وترسيخ الوعي بمحورية الدور الذي يمكن أن يلعبه المواطن في دعم الاقتصاد الوطني، والمساهمة فيخلق فرص عمل للمواطنين، والحد من التدفقات النقدية نحو الخارج.

ويوصي البحث في هذا النطاق بالتخطيط لمزيد جذب السياح الخليجيين باعتبارهم الأسهل دخولاً للمملكة. ولا شك أن استقطاب أكبر للسياحة الخليجية سوف يساهم إلى حد كبير في تعديل الموازين غير المتكافئة بين السياحة الوافدة والسياحة المغادرة خاصة في انتظار تيسير إجراءات قدوم السياح الأجانب إلى المملكة ودخولها حيز النفاذ. وربما تحتاج السياحة الدينية بدورها إلى العمل على تطوير سبل توظيف معالمها وآثارها بأساليب جذب حديثة تُثمن بطرق غير تقليدية ثراء تلك المواقع، وتعبّر عنها بروح متجددة ومعاصرة، بما يعمل على جذب أكبر للسياح من داخل المملكة ومن الخليج العربي.

وختاماً يمكن القول بأن أصبحت السياحة اليوم صناعة متكاملة لا يمكن فصلها عن محورها الأول الذي هو الإنسان المتحرك داخلها سائحاً كان، أو مستقبلاً لسائح، أو مستثمر في القطاع، أو صانع قرار؛ كما لا يمكن فصلها عن الظروف العامة في الداخل والخارج وحركة الاقتصاد على المستوى الوطني والإقليمي والدولي.

ولا مفرّ من العمل على توجيه أهداف وبرامج تنمية القطاع السياحي بالترويج للمقومات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والبيئية. وصوغ استراتيجيات التنمية السياحية المستدامة بالشراكة مع سائر الأطراف الفاعلة على المستوى الوطني بما فيهم الفاعلين الأساسيين في القطاعين العام والخاص، وسائر هياكل المجتمع المدني ومؤسساته الناشطة في المجالات الاجتماعية والثقافية والاقتصادية والبيئية. ولا يمكن برأينا لأي محاولة فهم للسياحة ولأدوارها في التنمية، أن تثمر أكلهما لم تنظر لها على أنها "ظاهرة اجتماعية كلية"⁹ لا مفرّ من اعتبار تقاطع أبعادها الاقتصادية بأبعادها الاجتماعية والثقافية، ولا مناص من تكامل جهود المختصين في محاولات تقصي معانيها وتتبع دالاتها.

قائمة المصادر والمراجع:

أولاً: المراجع باللغة العربية

1. باقادر، أبو بكر أحمد (1997)، سوسيولوجيا السياحة، الفكر العربي، مجلة الفكر العربي، مج 18، ع 89، معهد الإنماء العربي، لبنان.
2. بن عمر، حافظ (2014)، مقارنة سوسيولوجية لظاهرة السياحة والترفيه: هل تحتاج السياحة والترفيه لعلم الاجتماع، المجلة العربية لعلم الاجتماع (إضافات)، العددان 26-27.
3. تقرير مؤشر ماستر كارد للدول المقصودة عالمياً (2014)، <http://newsroom.mastercard.com/>.
4. شياد، فيصل (2014)، تنمية السياحة العربية البيئية: العقبات والحلول، رؤية استراتيجية، إبريل.
5. صحيفة الاقتصادية 2 أغسطس 2017.
6. العربية نت، 14 أبريل 2016.
7. العمر، نوال عبد الوهاب (2016)، الخدمات الترويجية للشباب في حاضرة الدمام: دراسة في جغرافية الخدمات، (رسالة ماجستير)، كلية الآداب، جامعة الإمام عبد الرحمن بن فيصل، الدمام.
8. الفقير، بدر عادل (2006)، السياحة في محافظة العلا: موارد الجذب ومعوقات التنمية، مركز بحوث كلية الآداب، جامعة الملك سعود، الرياض.
9. مركز ماس (2016)، الحركة السياحية. المملكة العربية السعودية.
10. مركز ماس (2015)، نشرة مؤشرات السفر والسياحة الشهرية (ديسمبر)، المملكة العربية السعودية.
11. مركز ماس (2017)، نشرة مؤشرات السفر والسياحة المملكة العربية السعودية، (سبتمبر).
12. المملكة العربية السعودية، برنامج التحول الوطني 2020.

⁹ استعارة لمفهوم عالم الانثروبولوجيا الفرنسي مارسال موس (Marcell Mauss).

13. المملكة العربية السعودية، مؤسسة النقد العربي السعودي (2012)، التقرير السنوي الثامن والأربعون، أحدث التطورات الاقتصادية لسنة 2012.
14. المملكة العربية السعودية وزارة الاقتصاد والتخطيط (2010)، مصلحة الإحصاءات العامة والمعلومات، النتائج الأولية للتعداد العام للسكان والمساكن.
15. المملكة العربية السعودية، رؤية 2030، www.vision2030.gov.sa
16. المنظمة العربية للسياحة (2015)، تحليل تنافسية السفر والسياحة للدول العربية 2015، المملكة العربية السعودية، جدة.
17. منظمة التعاون الإسلامي (2013)، السياحة الدولية في البلدان الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي، مركز الأبحاث الإحصائية والاقتصادية والاجتماعية والتدريب للدول الإسلامية، تركيا.
18. الهاجري، فريال محمد (1998)، التنمية الاقتصادية في المنطقة الشرقية من المملكة العربية السعودية: دراسة جغرافية، مكتبة الملك فهد الوطنية، ط1، مطابع الرضا، الدمام.
19. الهيئة العامة للإحصاء (2016)، المملكة العربية السعودية، مسح العمرة.
20. الهيئة العامة للإحصاء (2016)، المملكة العربية السعودية، إحصاءات الحج 1437هـ.
21. الهيئة العامة للإحصاء، مسح العمرة (2016).
22. الهيئة العليا للسياحة، مشروع تنمية السياحة الوطنية 1422هـ - 1441هـ، (بدون تاريخ).
23. وزارة الاقتصاد والتخطيط (2006)، الكتاب الإحصائي السنوي، مصلحة الإحصاءات العامة، عدد 42.
24. وزارة الشؤون البلدية والقروية (1431هـ)، أمانة المنطقة الشرقية، وكالة التعمير والمشاريع.

ثانياً: المراجع باللغة الأجنبية

1. Jean Michaud (2001) « *Anthropologie, tourisme et sociétés locales au fil des textes* » Anthropologie et Sociétés, vol. 25, N 2.
2. Louis, J et Luce, P (2005), "L'ambition du tourisme social: un tourisme pour tous, durable et solidaire", Revue Interventions Economique, n 32.
3. Marie-Françoise Lanfant (1980), " *Le tourisme dans le processus d'internationalisation*" Revue Internationale des Sciences Sociales (L'anatomie du tourisme) volume XXXI I.
4. Nations Unie (2013), "Tourisme durable: contribution à la croissance économique et au développement durable", Conférence des N- U sur le commerce et le développement durable. Nations Unies TD/B/C.I/EM.5/2
5. Serge Gagnon (2002), "Développement touristique et organisation des territoires: Un bilan des études classiques", Série Recherche N 27, Université du Québec, Septembre.
6. Sylvie Brunel (2017) "Tourisme, la mondialisation pacifique, La mondialisation en questions", Revue Science Humaine, Mensuel N290 - mars.
7. World Tourism Organization (WTO) (2016), UNWTO Annual Report 2015, UNWTO, Madrid.
8. World Economic Forum (2017), the Global Competitiveness Report 2017-2018, Geneva.