

الفصل الأول

مراحل تنفيذ المسح الاستطلاعي

مقدمة :

تعكس استطلاعات الراي للجمهور في عدد من القضايا الاقتصادية والسياسية والصناعية اراء مفيدة ولايستهان بها في الموضوع المراد الاستبانة عنه او جمع المعلومات عنه .

وتساعد هذه المعلومات رجال المال والاقتصاد والسياسة والصناعة وغيرهم ، وكذا اصحاب القرار على تطوير برامجهم وخططهم وسياساتهم ، كما تساعد استطلاعات الراي مؤسسات الأعمال والمؤسسات الخيرية على تطوير السلع والخدمات التي يقدمونها بما يحقق الاستفادة من فرص الانتشار والمنافسة واكتساب الحصة الاكبر من السوق الذي يمثل فيه الجمهور العنصر الرئيسي والمستهلك المباشر للسلعة أو الخدمة المقدمة .

ويعتبر الاستبيان أحد الوسائل التي يعتمد عليها في تجميع البيانات والمعلومات من مصادرها ، حيث يعتمد الاستبيان على استنطاق الشريحة المستهدفة بغرض الحصول على إجاباتهم على القضية موضوع البحث .

وتتنوع طرق اجراء الاستبيان وفق التقنيات ووسائل الاتصال المتوفرة ، فقد ترسل استمارة الاستبيان بالبريد أو عبر الهاتف أو من خلال شبكة الانترنت أو عن طريق التوزيع المباشر من قبل الباحث أو الباحثين وتستهدف استطلاعات الراي معرفة آراء الجمهور المستهدف حول قضايا أوسع أو خدمات معينة ، وقد تستخدم النتيجة لإجراء تغيير جوهري في الشأن السياسي أو الاقتصادي أو الاجتماعي كإعادة صيغ الخطط والبرامج في مجال معين أو إجراء تطوير في كافة هذه المجالات .

منهجية المسح الاستطلاعي :

1. المشكلة:

على الرغم من المميزات والمقومات السياحية التي تمتاز بها اليمن والتي قلما نجد لها مثيل في كثير من دول العالم ومن أهمها ما حباها الله من مناظر طبيعية وتضاريس وشواطئ وجزر ، وجبال ووديان وسهول ساحلية وصحاري ، وينابيع المياه المعدنية ، وكذا تنوع المناخ الذي أدى إلى تنوع المحاصيل الزراعية والفواكه والخضروات .

وكذلك ما تمتاز به اليمن من مقومات ومميزات ثقافية وتاريخية متمثلة بمدنها التاريخية وفنها المعماري وجسورها وسدودها ومدرجاتها وقلاعها وحصونها .. والتي لا تزال شاهد حي على إسهامات الحضارة اليمنية في الحضارة الإنسانية .

ويتميز اليمن بالتراث الإنساني المتمثل بالتراث الشعبي والذي يشمل الفلوكلور والغناء والموسيقى والعادات والتقاليد والأزياء الشعبية والحرف اليدوية والبيئية والمشغولات اليدوية . كما أن المدن التاريخية الحية بأسواقها وحياتها السكانية التقليدية تعتبر إرثاً حضارياً محمياً تحوى كنوزاً معمارية فريدة .

وعلى الرغم من كل تلك الميزات وهذا التنوع والثراء في مقومات وعناصر الجذب السياحي واضحاً في الإقبال عليها إلا في أيام معدودة من السنة ولا تشمل إلا مناطق سياحية محدودة أو للإنتقال لزيارة الأهل والأقارب ، أو لأداء بعض الأعمال على مستوى المحافظة أو بين المحافظات .

2. أهمية الموضوع:

تكمن أهمية الموضوع في أن ضعف السياحة الداخلية ينعكس بصورة سلبية على التنمية الاقتصادية من خلال ما يلي :

إن توقف المنشآت السياحية الرئيسية بمختلف أنواعها كلياً أو جزئياً ، وكذا المنشآت الوسيطة عن العمل طوال أيام السنة لا يساعد على بقاء واستمرار هذه المنشآت نظراً لعدم تحقيقها لأي عائد مادي مناسب يساعدها على الاستمرار .

بالإضافة إلى خسارة البلاد لفرص عمل كان من الممكن أن يوفرها قطاع السياحة ، وبدلاً من أن تصبح هذه العمالة دائمة تتحول في أغلبها إلى عمالة موسمية .

كما أن انخفاض الطلب السياحي قد يؤدي إلى ضعف جودة الخدمات وتسريح العمالة .
كما أن تطوير السياحة الداخلية لما تمثله من أهمية في تطوير المجتمعات المحلية وخلق فرص عمل لأبناء المناطق التي يقصدها السياح ، سواء كانت سياحية داخلية أو سياحية وافدة .
لقد كان من الممكن أن تحقق الدولة عائد مالي كبير من النشاط السياحي فتطور السياحة سوف يرفد ميزانية الدولة بمبالغ كبيرة نظراً لأن النشاط السياحي نشاط مركب تدرج فيه الكثير من مجالات الإنفاق التي يقوم بها السائح ، ولأن السياحة أصبحت بالنسبة للعديد من دول العالم تمثل خياراً استراتيجياً يحقق الكثير من الموارد المالية التي تعتمد عليها هذه الدول في خططها وبرامجها التنموية لكافة مجالات الحياة .

على ضوء ما سبق بدأت وزارة السياحة التفكير في اتخاذ خطوة هامة وجادة على صعيد النهوض بقطاع السياحة من خلال تنفيذ مسح استطلاعي يستهدف الشرائح المختلفة للمواطنين بهدف التوصل إلى معرفة الأسباب الحقيقية بضعف الإقبال على السياحة الداخلية ، إنطلاقاً من أن الدراسات المسحية تشكل الأسلوب الأمثل للتخطيط والتنفيذ السليم لتطوير السياحة ، وحتى يتم على ضوء نتائج هذا المسح إعادة النظر في الخطط والبرامج الخاصة بتطوير قطاع السياحة على اعتبار أن تطوير السياحة الداخلية تعتبر خطوة أساسية وهامة على طريق تطوير السياحة الخارجية .

3. أهداف المسح الاستطلاعي :

- تهدف عملية إجراء المسح الاستطلاعي الميداني إلى تحقيق ما يلي :
 - ⊖ معرفة الأسباب الرئيسية والثانوية لضعف الإقبال على السياحة الداخلية.
 - ⊖ تزويد متخذي القرار في وزارة السياحة بالمعلومات التي تساعد على إعداد الخطط والبرامج لتنمية قطاع السياحة .
 - ⊖ تنمية الوعي المجتمعي بأهمية السياحة الداخلية على صعيد الفرد والمجتمع وتشجيع الإقبال عليها.

4. المنهج المستخدم :

سوف يتم استخدام المنهج الاستطلاعي ، وهو المنهج الذي يهتم بجمع المعلومات عن طريق استطلاع آراء الشرائح المجتمعية المختلفة عن المشكلة موضوع الاهتمام تحقيقاً للأهداف التي حددت لهذا المسح .

5. العينة المستخدمة:

إن العينة المستخدمة هي العينة الطبقية ، وفيها تم إجراء تحديد دقيق للعينة المختارة من الجمهور الذين تم تنفيذ الاستبيان عليهم على اساس نوع الشريحة وحجمها كما هي موضحة في الجدول رقم (1)

جدول رقم (1)

العدد	النسبة	الشريحة
290	5%	شريحة المثقفين (الصحفيون - الكتاب - ... الخ
580	10%	شريحة الاقتصاديون (بما فيهم أصحاب الفنادق والمطاعم والوكالات السياحية)
290	5%	شريحة الاكاديميون
290	5%	شريحة الرياضيين
1160	20%	شريحة طلاب الجامعة والثانوية ذكور/اناث مستهدف
870	15%	شريحة سكان الريف ذكور/اناث
870	15%	شريحة سكان المدن ذكور/اناث مستهدف
290	5%	شريحة الفئات الخاصة (ذوي الاحتياجات الخاصة)
580	10%	شريحة الموظفين
290	5%	شريحة السياسيون (حزبيين - برلمانيين - مجالس محلية)

290	5%	اخرى
5800	100%	الاجمالي

وقد تم توزيع هذه النسبة حسب العينة المستهدفة لكل محافظة من اجمالي العينات وهي (5800) خمسة آلاف وثمانمائة عينة وفق نسبة عدد السكان في كل محافظة وعلى ضوء التعداد السكاني الذي أجري لعام 2004م.

6. الأدوات المستخدمة لجمع المعلومات:

سوف نستخدم الاستبيان كوسيلة لجمع المعلومات حيث سيتم تنفيذ دراسة ميدانية من خلال استمارة استبيان مصممة لهذا الغرض توزع على الفئات المستهدفة. كما تم إجراء مقابلات مع أفراد عينات الفئات المستهدفة .

7. النطاق الجغرافي للمسح الاستطلاعي :

يعتبر النطاق الجغرافي لهذا المسح هو جميع محافظات الجمهورية وعددها (20) عشرون محافظة .
(جدول رقم 2)

جدول رقم (2)

م	المحافظة	عدد العينات
1	أبين	134
2	عدن	182
3	البيضاء	178
4	الجوف	137
5	المهرة	27
6	المحويت	153
7	الضالع	145
8	العديدة	667
9	عمران	271
10	ذمار	411
11	حضرموت	318
12	حجة	457
13	إب	659

223	نوح	14
74	مأرب	15
122	ريمة	16
215	صنماء	17
540	أمانة العاصمة	18
145	شبو	19
740	تعز	20
5800	الاجمالي	

8. النطاق الزمني :

تم تنفيذ المسح الاستطلاعي خلال الفترة من : 2007/5 / 25 م وحتى 2007 / 8 / 10 م . أي أن العمل قد استغرق شهرين وستة أشهر .

(الجدول رقم (3))

	شهر				شهر				الاشهر	المراحل
	4	3	2	1	4	3	2	1		
										المرحلة التحضيرية : الاجراءات التمهيدية
										1- اختيار فرق العمل
										2- تصميم النماذج ومراجعة الاستبيانات
										3- تدريب الفرق على المهمة
										4- تزويد الفرق بمتطلبات العمل
										المرحلة الأولى : الدراسة التشخيصية
										1- نزول الفرق الميدانية إلى مواقع العمل
										2- توزيع الاستبيان وجمع البيانات
										3- إجراء مقابلات مع الفئات المستهدفة
										المرحلة الثانية : دراسة وتحليل المعلومات
										1- تجميع الاستبيانات
										2- تفريغ البيانات
										3- تحليل البيانات
										المرحلة الثالثة : تقديم التقرير الأولي
										1- إعداد مسودة التقرير الأولي
										2- عرض مسودة التقرير الأولي (من خلال ورشة عمل)

3- تسجيل الملاحظات على التقرير الأولي

4- تقديم التقرير الأولي في صورته النهائية

المرحلة الرابعة : تقديم التقرير النهائي

1- تدوين ودراسة الملاحظات المقدمة في ورشة العمل

2- إعادة صياغة التقرير النهائي على ضوء الملاحظات

3- تقديم التقرير النهائي

9. كشف باسماء الباحثين المشاركين في المسح

(الجدول رقم (3))

⊖ - رئيس فريق البحث . عرفات سيف الصالحي

العدد	اسماء الباحثين/ رؤساء الفرق	المحافظة	م
1	عيشة محمد صالح	أبين	1
3	بلبل فضل - بشير عبد العزيز- ابتهاج عزي محمد	عدن	2
1	محمد عبد الله عفيف المشدلي	البيضاء	3
1	ناجي شوينع	الجوف	4
1	وليد محمد صالح	المهرة	5
1	خالد مغلس	المحويت	6
1	عبدالله شائف	الضالع	7
3	رحمة الصوفي - عادل محمد عبد الله عبده - أروى أحمد هائل	الحديدة	8
2	جميل الهمداني/ عز الدين محمد حزام سعد صلاح	عمران	9
3	عبد لطيف العتواني/ داود سعد / قيس إبراهيم	ذمار	10
2	فردوس أبو بكر بازبيد / وليد محمد	حضرموت	11
2	انتصار قصبه / محمد هادي القنازي	حجة	12
2	هيام الفضلي / عايدة أحمد حسن	اب	13
2	طالب حامد / بشير عبد العزيز أسعد	نحج	14
1	ناجي شوينع	مأرب	15
1	فؤاد غالب عبد العزيز	ريمة	16
1	جميل الكردي	صنعاء	17

2	احمد الحاج /نجلاء اليدومي	أمانة العاصمة	18
1	وليد محمد صالح	شبو	19
4	ابراهيم الحميري/منصور عبد الواسع/سلطان محمد هائل / ذكرى سيف	تعز	20
35			الاجمالي

إجمالي عدد الباحثين المشاركين في المسح 35 باحث وباحثة. توزعت تخصصاتهم على التخصصات التالية (علم اجتماع. علم نفس. إدارة أعمال ، جغرافيا) .

10. مراحل تنفيذ الدراسة :

المرحلة التحضيرية : الإجراءات التمهيدية

- 1- اختيار فرق العمل
- 2- تصميم النماذج ومراجعة الاستبيانات
- 3- تدريب الفرق على المهمة
- 4- تزويد الفرق بمتطلبات العمل

المرحلة الأولى : الدراسة التشخيصية

- 1- نزول الفرق الميدانية إلى مواقع العمل
- 2- توزيع الاستبيان وجمع البيانات
- 3- إجراء مقابلات مع الفئات المستهدفة

المرحلة الثانية : دراسة وتحليل المعلومات

- 1- تجميع الاستبيانات
- 2- تفريغ البيانات
- 3- تحليل البيانات

المرحلة الثالثة : تقديم التقرير الأولي

- 1- إعداد مسودة التقرير الأولي
- 2- عرض مسودة التقرير الأولي (من خلال ورشة عمل)
- 3- تسجيل الملاحظات على التقرير الأولي
- 4- تقديم التقرير الأولي في صورته النهائية

المرحلة الرابعة : تقديم التقرير النهائي

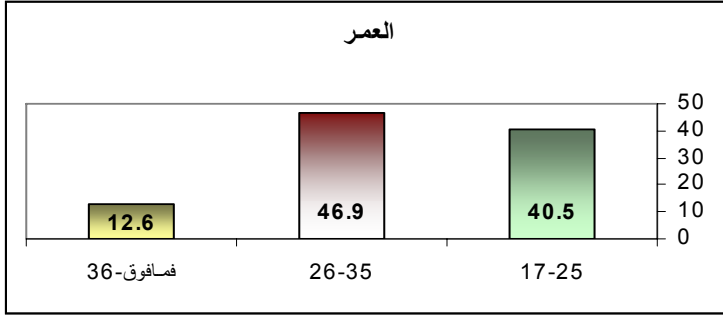
- 1- تدوين ودراسة الملاحظات المقدمة في ورشة العمل
- 2- إعادة صياغة التقرير النهائي على ضوء الملاحظات
- 3- تقديم التقرير النهائي

الفصل الثاني

خصائص عينة المسح

الفصل الثاني خصائص عينة المسح

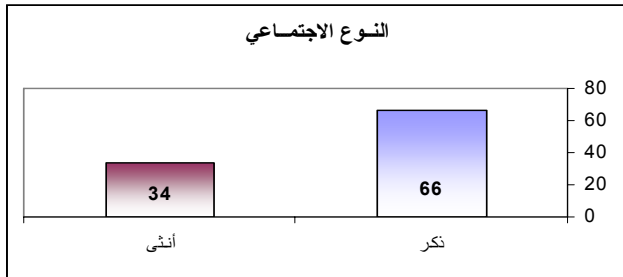
1- العمر



الفئة	النسبة %
25 -17	40.5
35 -26	46.9
36- فما فوق	12.6

توزعت فئات العمر لعينات المسح في اغلبها على الفئة العمرية الواقعة بين 26 - 35 سنة ونسبة 46.9% وفي الفئة 17 - 25 سنة بنسبة 40.5% و 12.6% على الفئة العمرية 36 - فما فوق .

2- النوع الاجتماعي



الفئة	النسبة %
ذكر	66
أنثى	34

توزعت عينة المسح فيما يخص النوع الاجتماعي ذكور/إناث 66% ذكور و 34% إناث

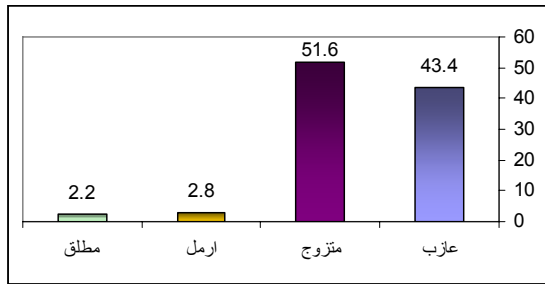
3- الجنسية



الفئة	النسبة %
يمني	97.1
عربي	2.5
اجنبي	0.4

توزعت جنسية افراد عينة البحث في اغلبها 97.1% يمني و 2.5% عربي و 0.4% اجنبي

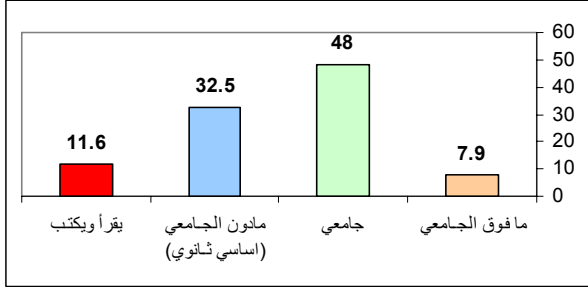
4- الحالة الاجتماعية



الفئة	النسبة %
عازب	43.4
متزوج	51.6
ارملة	2.8
مطلق	2.2

توزعت الحالة الاجتماعية على عينة البحث في اغلبها على 51.6% متزوج و 43.4% عازب و 2.8% ارملة و 2.2% مطلق.

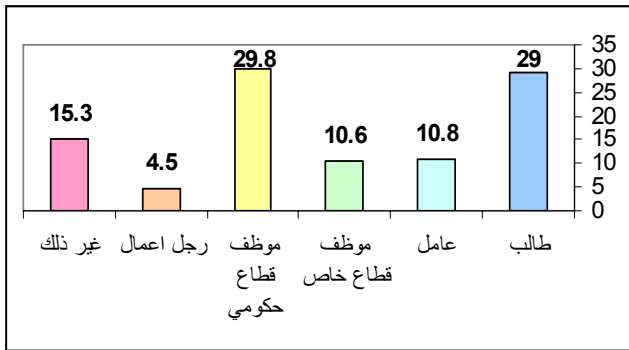
5- المستوى التعليمي



الفئة	النسبة %
ما فوق الجامعي	7.9
جامعي	48
مادون الجامعي (اساسي ثانوي)	32.5
يقراً ويكتب	11.6

توزعت نتائج المستوى التعليمي لأفراد العينة في أغلبها على فئة الجامعيين وبنسبة 48% ومادون الجامعي 32.5% ويقراً ويكتب 11.6% وما فوق الجامعي 7.9%

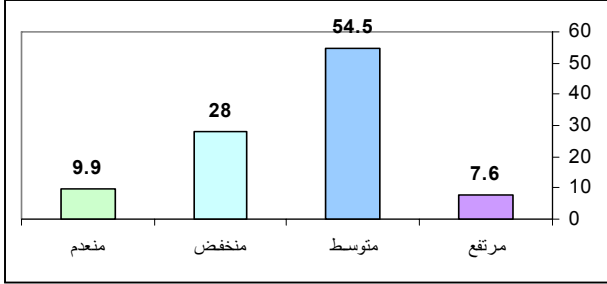
6- المهنة



الفئة	النسبة %
طالب	29
عامل	10.8
موظف قطاع خاص	10.6
موظف قطاع حكومي	29.8
رجل اعمال	4.5
غير ذلك	15.3

توزعت مهن عينة المسح في أغلبها على موظفي القطاع الحكومي وبنسبة (29.8%) يليها الطلاب بنسبة (29%) والمهن الأخرى بنسبة (15.3%) ، موزعة كالتالي نسبة (10.8%) ، العمال بنسبة (10.6%) . موظفي القطاع الخاص . وهذه النتائج سوف تعكس لنا مؤشرات هامة لأن شريحة موظفي الحكومة والطلاب هما من أكثر القطاعات علاقة بالسياحة الداخلية.

7- مستوى الدخل



الفئة	النسبة %
مرتفع	7.6
متوسط	54.5
منخفض	28
منعدم	9.9

بينت لنا نتائج المسح أن غالبية العينة هم من أصحاب الدخل المتوسط وبنسبة 54.5% والفئة الثانية هم من فئة الدخل المنخفض 28% أما الفئتين المتبقيتين فهم فئة ذات الدخل المنعدم 9.9% وفئة ذات الدخل المرتفع 7.6% وهذا يساعد على تحديد نوعية البرامج التي يمكن تقديمها

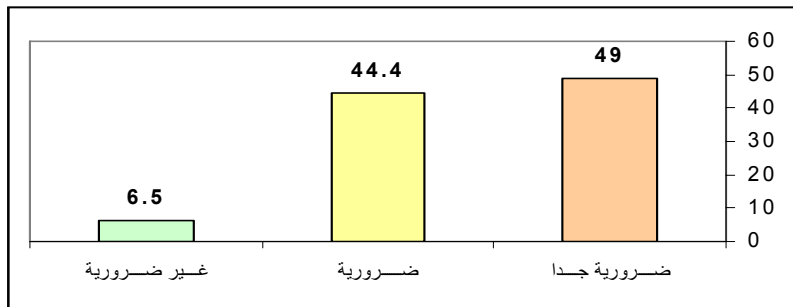
الفصل الثالث

عرض نتائج المسح

الفصل الثالث

عرض نتائج المسح

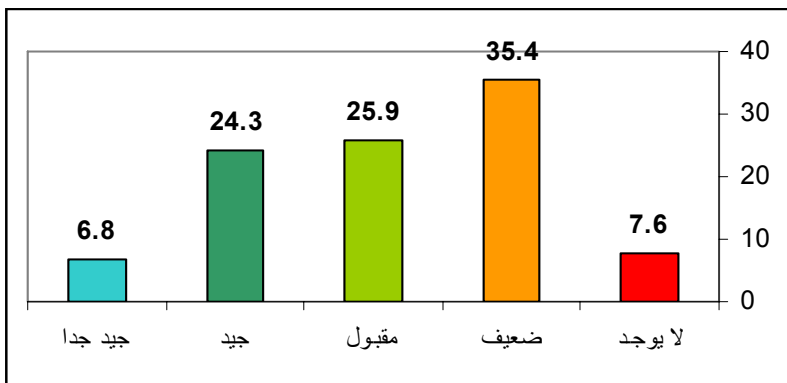
1- ما هي وجهة نظرك بالنسبة للسياحة كأحدى طرق تجديد نشاط الفرد؟



الفئة	النسبة %
ضرورية جدا	49
ضرورية	44.4
غير ضرورية	6.5

بينت لنا نتائج المسح أن غالبية أفراد العينة أكدت أهمية السياحة كأحدى طرق تجديد النشاط بالنسبة للفرد وتمثل ذلك في مستويين الأول ضروري جداً بنسبة 49% وضروري بنسبة 44.4% وتوزعت بقية النسب على غير ضرورية بنسبة 6.5% وهذا يعطينا مؤشر على أهمية وجود برامج سياحية داخلية متنوعة تعكس اهتمام ورغبة الفئات المستهدفة .

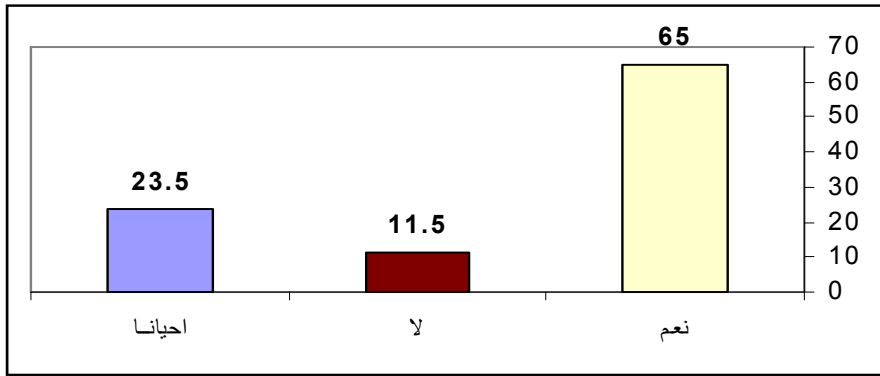
2- كيف تقيم دور وسائل الاعلام الوطنية المختلفة في التعريف بالمعالم السياحية والسياحة الداخلية في اليمن؟



الفئة	النسبة %
لا يوجد	7.6
ضعيف	35.4
مقبول	25.9
جيد	24.3
جيد جداً	6.8

بينت لنا نتائج المسح ضعف دور وسائل الاعلام في التعريف بالمعالم السياحية بالصورة المناسبة واقتصارها على إعطاء معلومات قليلة وغير منتظمة وتعكس ذلك النسب التالية: لا يوجد دور (7.6 %) ضعيف (35.4 %)، مقبول (25.9 %)، جيد (24.3 %)، جيد جدا (6.8 %) وهذا يؤكد على أهمية إعادة النظر في تقييم دور الإعلام السياحي وأهمية إعداد البرامج الإعلامية السياحية الموجهة بهدف التوعية السياحية.

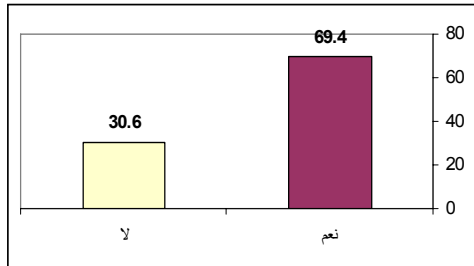
3- هل سمعت أو شاهدت أو قرأت معلومات عن منطقة سياحية وشوقتك لزيارتها؟



الفئة	النسبة %
نعم	65
لا	11.5
أحيانا	23.5

بينت لنا نتائج المسح أن الدور الاعلامي المقروء والمرئي تلعب دور مهم في التوعية بأهمية السياحة الداخلية حيث أشار (65 %) من أفراد عينة المسح أن مشاهدة أو قراءة معلومات عن مناطق سياحية يلعب دور مهم في جذب الاهتمام إلى هذه المناطق والتفكير في زيارتها وأشار عدد (23.5 %) أنهم لا يقرأون مثل هذه المعلومات إلا أحيانا و (11.5 %) أجابوا بأنهم لم يشاهدوا أو يقرأوا شيئا .

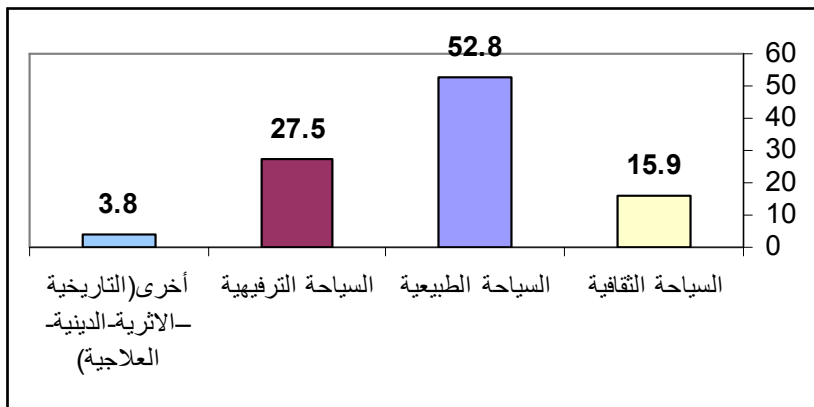
4- هل تشاهد عبر الفضائية اليمنية فلاشات وبرامج سياحية بحيث تستطيع من خلالها تحديد نوع السياحة التي ترغب فيها؟



الفئة	النسبة %
نعم	69.4
لا	30.6

بينت لنا نتائج المسح تأكيد افراد العينة على أهمية القنوات الفضائية ، أو الإعلام المرئي في توعية ومساعدة الأفراد لاختيار برامجهم السياحية حيث أشار (69.4 %) من أفراد العينة على مشاهدتهم لما تعرضه القناة الفضائية وأشار (30.6 %) على عدم مشاهدة أي برامج سياحية عبر التلفزيون .

5- إذا كنت من محبي السياحة والسفر فأى نوع من السياحة تفضل؟



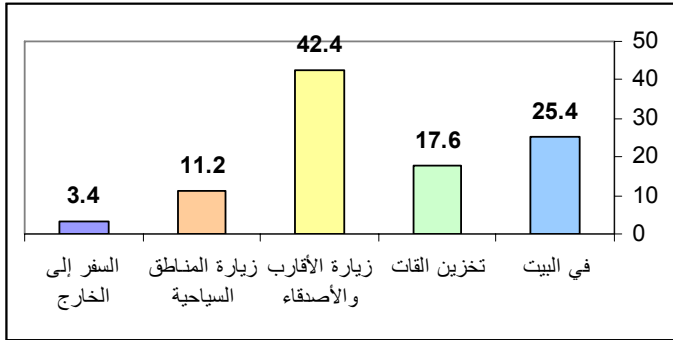
الفئة	النسبة %
السياحة الثقافية	15.9
السياحة الطبيعية	52.8
السياحة الترفيهية	27.5
أخرى (التاريخية - الأثرية- الدينية- العلاجية)	3.8

بينت لنا نتائج المسح أن السياحة المفضلة لدى غالبية افراد المجتمع اليمني هي السياحة الطبيعية حيث كانت النسبة (52.8 %) والسياسة الترفيهية بنسبة 27.5% والثقافية 15.9% وأخرى (التاريخية - الأثرية- الدينية- العلاجية) بنسبة 3.8% وهذا يعكس لنا

نوعية البرامج السياحية التي يفضلها السائح اليمني والتي من المفترض أن يتم الاهتمام بها من قبل معدي البرامج السياحية وراسمي الخطط والسياسات.

وهذا يساعد القائمين على السياحة على الاهتمام بالسياحة بأنواعها المختلفة وخاصة الطبيعية والترفيهية منها وإعداد البرامج المناسبة والمدروسة لهذا النوع من السياحة .

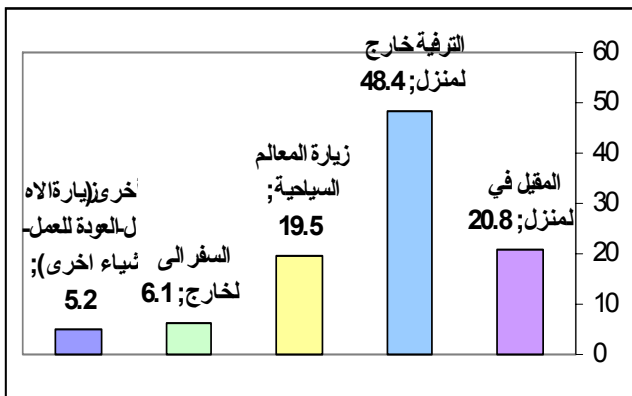
6- أين تقضي فترة إجازتك في الأعياد والمناسبات؟



الفئة	النسبة %
في البيت	25.4
تخزين القات	17.6
زيارة الأقارب والأصدقاء	42.4
زيارة المناطق السياحية	11.2
السفر إلى الخارج	3.4

بينت لنا نتائج المسح أن غالبية افراد العينة يقضوا أغلب وقتهم في الاجازات بزيارة الأقارب والأصدقاء بنسبة (42.4 %) ، وفي البيت (25.4 %) ، وبتخزين القات (17.6) ، وفي السياحة 11.2 ، وفي السفر للخارج 3.4% وهذا يعكس لنا عدم اهتمام الناس بالسياحة وعدم توفر البرامج المشوقة والجاذبة للناس .

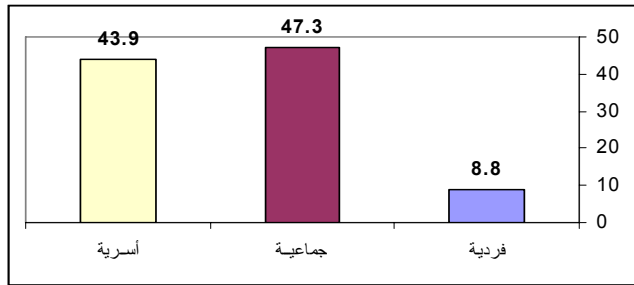
7- للتخلص من الضغط الناتج عن متاعب الحياة اليومية المختلفة . أين تفضل قضاء وقت فراغك؟



الفئة	النسبة %
المقيل في المنزل	20.8
الترفيه خارج المنزل	48.4
زيارة المعالم السياحية	19.5
السفر إلى الخارج	6.1
أخرى (زيارة الأهل - العودة للعمل - أشياء أخرى)	5.2

بينت لنا نتائج المسح أن غالبية أفراد العينة للتخلص من الأعباء اليومية يفضلون قضاء وقتهم خارج المنزل للترفيه نسبة (48.4 %) أو المقييل في المنزل نسبة (20.8 %) وزيارة المعالم السياحية نسبة (19.5 %) والسفر للخارج نسبة (6.1 %) وأخرى (زيارة لاهل- العودة للعمل - اشياء اخرى) (5.2 %) وهذا يؤكد على أهمية إعداد برامج سياحية داخلية متنوعة تلبي رغبات شرائح المجتمع المختلفة .

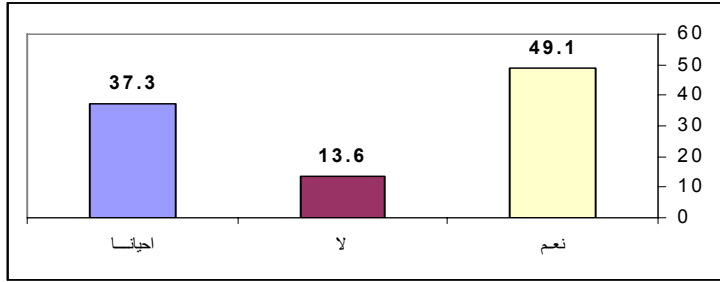
8- أي من أشكال وأنماط السياحة تفضل



النسبة %	الفئة
8.8	فردية
47.3	جماعية
43.9	أسرية

نتائج المسح أن غالبية أفراد عينة المسح يفضلوا السياحة الجماعية وبنسبة 47.3% والأسرية بنسبة 43.9% والفردية بنسبة 8.8% وهذا يؤكد لنا أهمية قيام المؤسسات السياحية بتنفيذ برامج سياحية جماعية وأسرية .

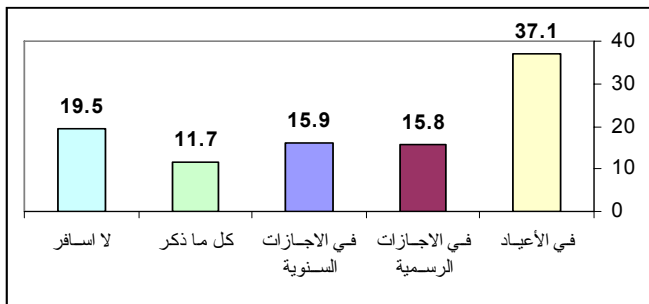
9- هل تفضل زيارة الأماكن القريبة من مكان إقامتك أثناء إجازتك



الفئة	النسبة %
نعم	49.1
لا	13.6
احيانا	37.3

يفضل غالبية أفراد العينة زيارة الأماكن القريبة من أماكن إقامتهم نسبة (49.1%) والزيارة أحيانا ونسبة (37.3%) يفضلون زيارة الأماكن القريبة بين حين وآخر .. والذين لا يفضلوا الزيارة للأماكن القريبة نسبة (13.6%) ويعكس ذلك ضرورة الاهتمام بالسياحة الداخلية على مستوى المحافظات والمديريات وخاصة أثناء الاجازات القصيرة (إجازات نهاية الأسبوع) والاهتمام بصورة خاصة بالحدائق والمتنزهات والمطاعم .. الخ .

10- متى تسافر إلى أماكن أخرى غير محل إقامتك الدائم؟

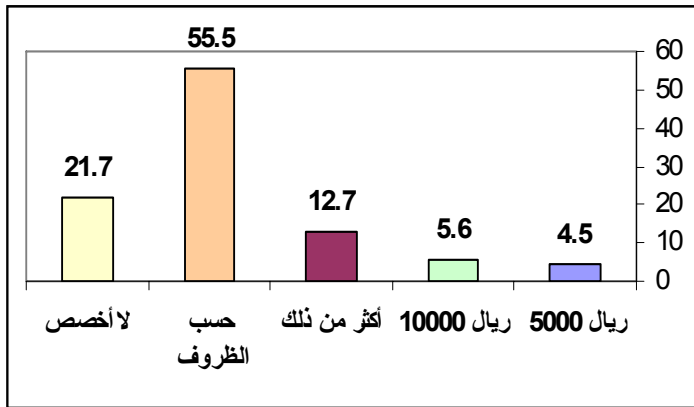


الفئة	النسبة %
في الأعياد	37.1
في الاجازات الرسمية	15.8
في الاجازات السنوية	15.9
كل ما ذكر	11.7
لا اسافر	19.5

بينت لنا النتائج ان أفضل الأوقات المناسبة للراغبين في السفر في اغلبها في اوقات الأعياد وبنسبة 37.1% ، والذين لا يرغبون في السفر شكلوا نسبة 19.5% ، والراغبين في السفر في الاجازات السنوية 15.9% ، الاجازات الرسمية 15.8% ، كل ما ذكر 11.7% وتبين لنا تلك

النتائج ان التوقيت المناسب الذي من المفترض أن تصمم على أساسه الشركات ومؤسسات السياحة برامجها السياحية هو أوقات الاعياد والاجازات السنوية .

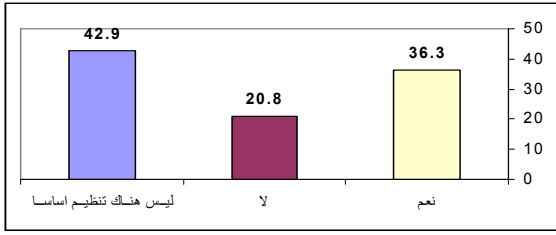
11- إذا كنت من محبي السفر والسياحة ... كم تخصص من دخلك السنوي لذلك؟



الفئة	النسبة %
ريال 5000	4.5
ريال 10000	5.6
أكثر من ذلك	12.7
حسب الظروف	55.5
لا أخصص	21.7

بينت لنا النتائج ان غالبية أفراد العينة لا يقومون بتخصيص مبلغ معين للسياحة إنما بشكل عشوائي يزيد أو يقل حسب الظروف ويمثلون 55.5% من أفراد العينة كما أن هناك 21.7% لا يخصصوا أي مبلغ و 12.7% أكثر من (10000) ريال و 5.6% (10000) ريال و 4.5% 5000 ريال وتعكس هذه النتائج أن هناك عينة كبيرة من الأفراد لا توجد لديهم مقاييس للمبلغ المنفق على السياحة ويمكن الاستفادة من ذلك بتصميم برامج مناسبة لهم مادياً وتكون مقبولة .

12- من إحدى مهام وكالات السياحة والسفر تنظيم رحلات جماعية (داخلية) ... هل تحب الانضمام إلى هذا النوع من الرحلات؟



الفئة	النسبة %
نعم	36.3
لا	20.8
ليس هناك تنظيم اساسا	42.9

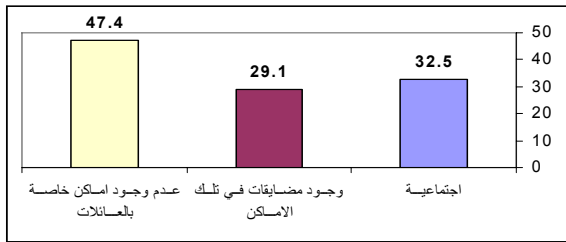
بينت لنا النتائج ان غالبية أفراد العينة لا تقر بوجود أي

تنظيم لرحلات جماعية سياحية داخلية وبنسبة 42.9% رغم أن عينة كبيرة من الآراء وبنسبة

36.3% ترغب في السياحة الداخلية الجماعية و 20.8% لا يرغبون وهذه النتائج تؤكد مرة

أخرى على أهمية تنظيم وكالات السفر برامج سياحية جماعية .

13- ماهي الأسباب التي تمنع الكثير من أبناء المجتمع من اصطحاب أسرهم إلى الأماكن السياحية؟



الفئة	النسبة %
اجتماعية	32.5
وجود مضايقات في تلك الاماكن	29.1
عدم وجود اماكن خاصة بالعائلات	47.4

بينت لنا النتائج ان أفراد العينة افادوا بأن أسباب عدم اصطحاب الكثير من أفراد المجتمع أسرهم

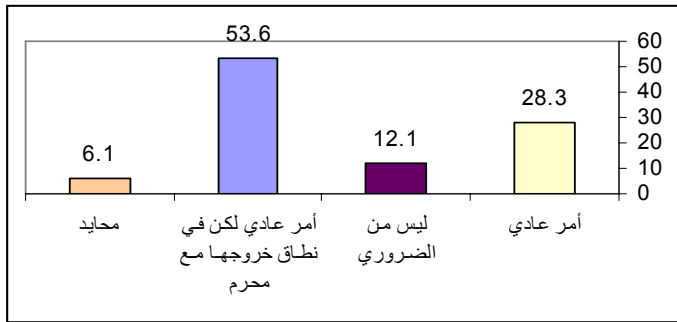
في زيارتهم السياحية في أغلبيتها إلى عدم وجود أماكن مخصصة للعائلات وبنسبة 47.4%

ونسبة المضايقات 29.1% و 23.5% إلى أسباب اجتماعية وهذا يؤكد أهمية تخصيص أماكن

خاصة بالعائلات تتناسب مع طبيعة المجتمع المدني وأهمية وجود الشرطة السياحية لحماية

العائلات من المضايقات.

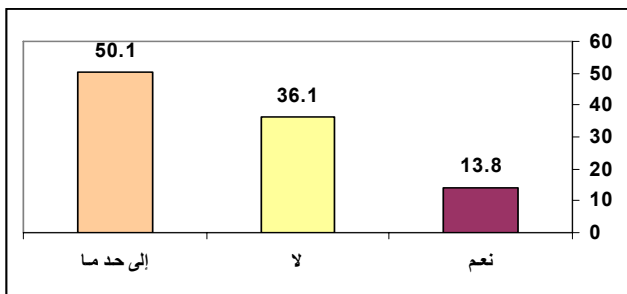
14- ماهي وجهة نظرك حول تواجد المرأة في الأماكن السياحية والترفيهية؟



الفئة	النسبة %
أمر عادي	28.3
ليس من الضروري	12.1
أمر عادي لكن في نطاق خروجها مع محرم	53.6

بينت لنا نتائج المسح أنا غالبية أفراد العينة لا يفضلون تواجد المرأة في المناطق السياحية إلا بوجود محرم وبنسبة 53.6% و 28.3% يعتبرون ذلك أمر عادي 12.1% ليس من الضروري وجودها 6.1% كانوا المحايدون وهذا يعكس لنا أهمية وجود برامج سياحية واماكن مخصصة لمرأة اوالعائلة .

15- عند زيارتك لأي منطقة أو منتج سياحي هل المعلومات التي قدمت لك كافية؟

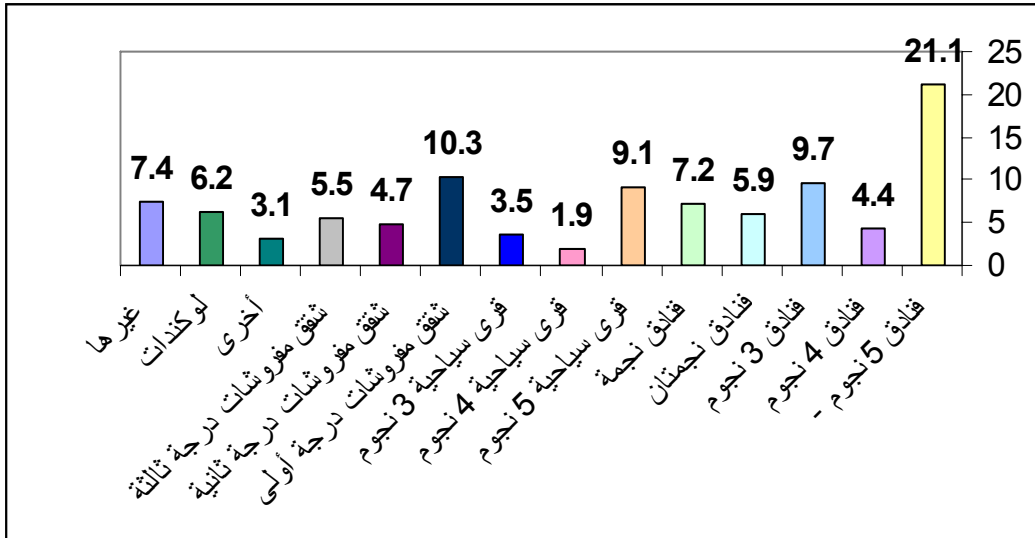


الفئة	النسبة %
نعم	13.8
لا	36.1
إلى حد ما	50.1

بينت نتائج المسح ضعف وجود المعلومات حول المناطق السياحية التي يتم زيارتها حيث أشار الى ذلك 36.1% من افراد العينة كما اشار الى وجود ذلك إلى حد ما 50.1% من افراد العينة وأشار الى وجود ذلك 13.8% وهذا يؤكد على أهمية وجود توفير معلومات سياحية عن الأماكن والمناطق السياحية والمزارات والفنادق والخدمات السياحية الأخرى .

16- ما نوع منشآت الإيواء التي تحب ارتيادها؟

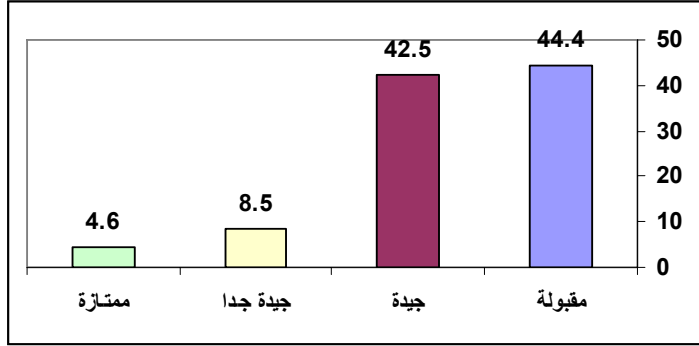
الفئة	النسبة %
فنادق 5 نجوم -	21.1
فنادق 4 نجوم	4.4
فنادق 3 نجوم	9.7
فنادق نجمتان	5.9
فنادق نجمة	7.2
قرى سياحية 5 نجوم	9.1
قرى سياحية 4 نجوم	1.9
قرى سياحية 3 نجوم	3.5
شقق مفروشات درجة أولى	10.3
شقق مفروشات درجة ثانية	4.7
شقق مفروشات درجة ثالثة	5.5
أخرى	3.1
لوكدات	6.2
غيرها	7.4



بينت لنا نتائج المسح أن غالبية أفراد العينة يفضلون جميع الفنادق والشقق المفروشة وينسب متفاوتة 21.1% فنادق 5 نجوم ، 10.3% شقق مفروشة درجة أولى ، 9.7% فنادق 3 نجوم ، 9.1% قرى سياحية 5 نجوم ، وتوزعت النسب المتبقية على بقية الدرجات

17- اثناء اقامتك في احدى الفنادق كيف وجدت الخدمات التي تم

تقديمها؟

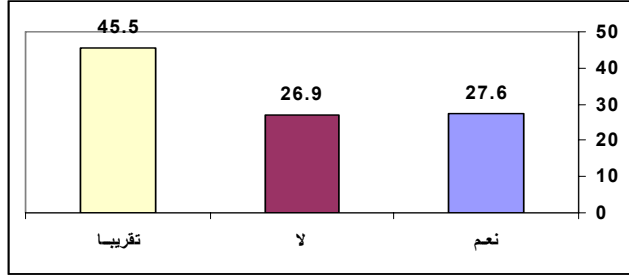


الفئة	النسبة %
مقبولة	44.4
جيدة	42.5
جيدة جداً	8.5
ممتازة	4.6

بينت لنا نتائج المسح أن غالبية أفراد العينة أشاروا إلى مستوى تقديم خدمات الفنادق بمستوى مقبول بنسبة 44.4% ، وجيدة بنسبة 42.5% ، وجيد جداً بنسبة 8.5% ، وممتاز بنسبة 4.6% وهذا يؤكد لنا على أهمية تحسين الخدمات الفندقية للزبائن كإحدى وسائل الجذب

والترويج

18- هل برأيك أن التسهيلات والتشريعات الموجودة حالياً تساهم في تشجيع السياحة الداخلية ؟

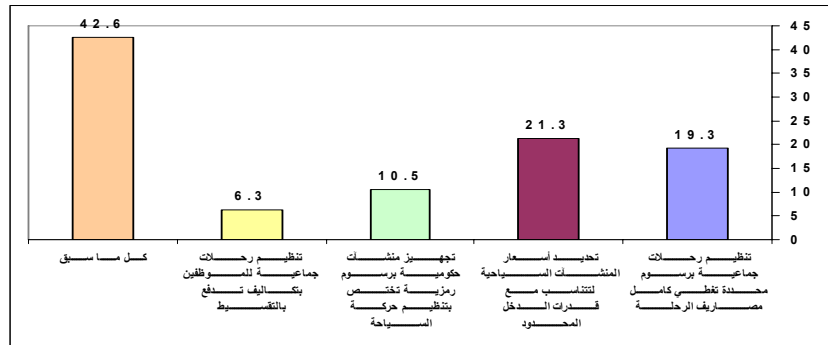


الفئة	النسبة %
نعم	27.6
لا	26.9
تقريباً	45.5

بينت لنا نتائج المسح عدم وجود مشكلة في التسهيلات والتشريعات الحالية فالموجودة حالياً تساهم في تشجيع السياحة وذلك بإشارة تقريباً وبنسبة 45.5% ونعم بنسبة 27.6% ولا بنسبة 26.9% وهذا يوضح لنا ملائمة التسهيلات والتشريعات في تشجيع السياحة الداخلية.

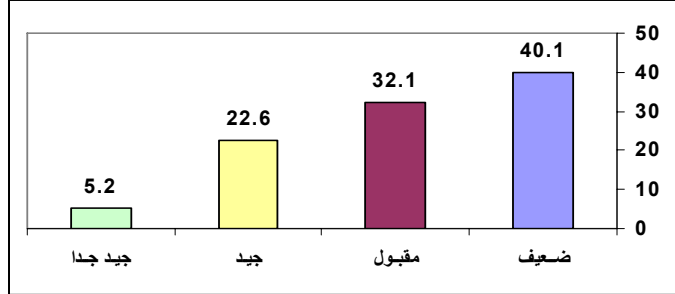
19- ماهو الدور المطلوب من الجهات المعنية (وزارة السياحة ، وكالات السياحة والسفر ، وغيرها) لتسهيل حركة السياحة الداخلية لذوي الدخل المحدود؟

النسبة %	الفئة
19.3	تنظيم رحلات جماعية برسوم محددة تغطي كامل مصاريف الرحلة
21.3	تحديد أسعار المنشآت السياحية لتتناسب مع قدرات الدخل المحدود
10.5	تجهيز منشآت حكومية برسوم رمزية تختص بتنظيم حركة السياحة
6.3	تنظيم رحلات جماعية للموظفين بتكاليف تدفع بالتقسيط
42.6	كل ما سبق



بينت لنا نتائج المسح الأدوار المطلوبة من الجهات المعنية بالسياحة لتسهيل حركة السياحة الداخلية لذوي الدخل المحدود حيث أشار غالبية أفراد العينة على أهمية ان تضطلع تلك الجهات بالقيام بتنظيم رحلات سياحية جماعية برسوم شاملة لمصاريف الرحلة والعمل على تحديد أسعار المنشآت السياحية لتتناسب مع ذوي الدخل المحدود والعمل على تنظيم رحلات جماعية للموظفين بالتقسيط ونسبة 42.6% وتوزعت بقية النسب على تنظيم رحلات جماعية بنسبة 19.3% وتحديد أسعار المنشآت السياحية بما يتناسب مع قدرات ذوي الدخل المحدود بنسبة 21.3%.

20- ماهو تقييمك لدور القطاع الخاص في المساهمة بتطوير السياحة الداخلية؟

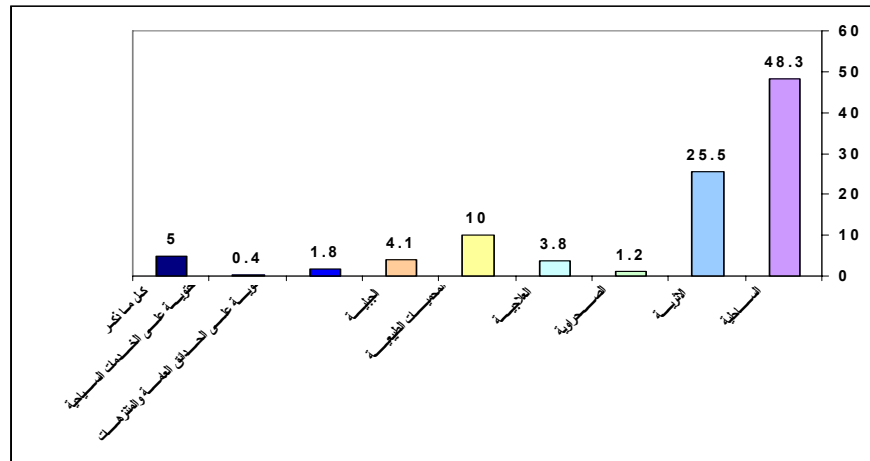


الفئة	النسبة %
ضعيف	40.1
مقبول	32.1
جيد	22.6
جيد جدا	5.2

بينت لنا نتائج المسح ضعف دور القطاع الخاص في المساهمة في تطوير السياحة الداخلية حيث أشار الى ذلك 40.1% من افراد العينة وبمستوى مقبول 32.1% وبمستوى جيد 22.6% وبمستوى جيد جداً 5.2% وهذا يشير إلى أهمية تعزيز وتقوية دور القطاع الخاص في دخول مجال الاستثمار السياحي.

21- ما هي بنظرك ... المناطق التي تحظى بالنصيب الأكبر من الحركة السياحية دون غيرها؟

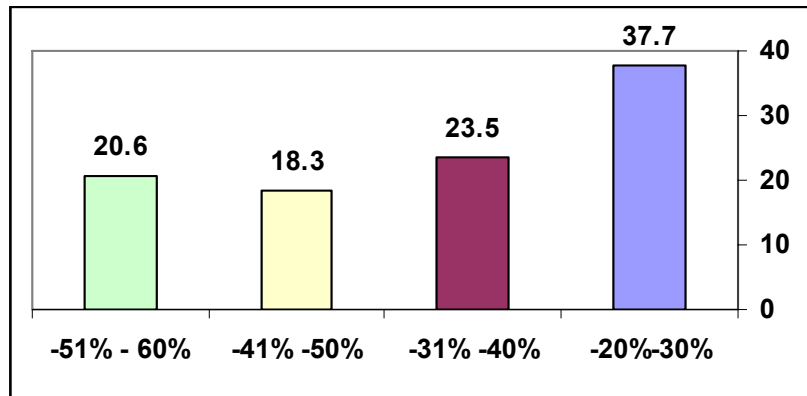
النسبة %	الفئة
48.3	الساحلية
25.5	الاثريّة
1.2	الصحراوية
3.8	العلاجية
10	المحميات الطبيعية
4.1	الجبليّة
1.8	المحتوية على الحدائق العامة والمتنزهات
0.4	المحتوية على الخدمات السياحية
5	كل ما ذكر



بينت لنا نتائج المسح أن أغلب المناطق التي تحظى بالنصيب الأكبر من الحركة السياحية هي المناطق الساحلية وبنسبة 48.3% والاثريّة بنسبة 25.5% والمحميات الطبيعية بنسبة 10% والجبليّة بنسبة 4.1% والعلاجية بنسبة 3.8% وكل ما ذكر 5% والمحتوية على الحدائق العامة 1.8% والصحراوية 1.2% والمحتوية على الخدمات السياحية 0.4% وهذا يعطينا مؤشر جيد لنوعية البرامج السياحية التي تهتم السائح اليمني والذي يفترض أن تتوجه إليه الشركات والوكالات السياحية والخدمات السياحية .

22- ما هي نسبة استغلال المناطق الطبيعية والبيئية والساحلية الأثرية والتاريخية في اليمن؟

النسبة %	الفئة
37.7	20 - 30 %
23.5	31 - 40 %
18.3	41 - 50 %
20.6	51 - 60 %



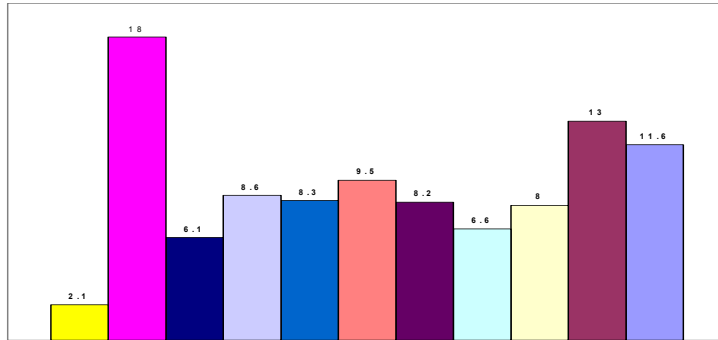
بينت لنا نتائج المسح ان نسبة الاستغلال للمناطق السياحية في اليمن مازالت في بدايتها حيث اشار اغلب المبحوثين الى نسبة استغلال 20 - 30 % ونسبة 37.7 % و 23.5 % اشاروا الى نسبة استغلال بين 31 - 40 % و 18.3 % اشاروا الى نسبة استغلال بين 41 - 50 % و 20.6 % اشاروا الى نسبة استغلال بين 51 - 60 %.

23- ماهي برأيك ... أسباب عدم زيارة الكثير من الناس للمواقع

السياحية الأثرية والتاريخية في اليمن ؟

النسبة %	الفئة
11.6	غياب دور الاعلام في نشر معلومات عن هذه المواقع
13	وعورة بعض الطرق المؤدية إلى المواقع الأثرية
8	عدم توافر أو انخفاض مستوى الخدمات في المطاعم والفنادق وغيرها في هذه المواقع
6.6	عدم توافر الرقابة على الخدمات السياحية
8.2	عدم وجود الأمن السياحي والسلامة في هذه المواقع
9.5	المضايقات التي تواجه بعض الزائرين في هذه المواقع
8.3	عدم وجود مرشدين سياحيين متخصصين ومتكئين
8.6	عدم الاهتمام بالنظافة فيها
6.1	عدم توافر الوقت اللازم لتلك الزيارات
18	انخفاض مستوى الدخل لأفراد المجتمع
2.1	لا توجد رغبة في الأساس

<input type="checkbox"/>	غياب دور الاعلام في نشر معلومات عن هذه المواقع
<input type="checkbox"/>	وعورة بعض الطرق المؤدية إلى المواقع الأثرية
<input type="checkbox"/>	عدم توافر أو انخفاض مستوى الخدمات في المطاعم والفنادق وغيرها في هذه المواقع
<input type="checkbox"/>	عدم توافر الرقابة على الخدمات السياحية
<input type="checkbox"/>	عدم وجود الأمن السياحي والسلامة في هذه المواقع
<input type="checkbox"/>	المضايقات التي تواجه بعض الزائرين في هذه المواقع
<input type="checkbox"/>	عدم وجود مرشدين سياحيين متخصصين ومتكئين
<input type="checkbox"/>	عدم الاهتمام بالنظافة فيها
<input type="checkbox"/>	عدم توافر الوقت اللازم لتلك الزيارات
<input type="checkbox"/>	انخفاض مستوى الدخل لأفراد المجتمع
<input type="checkbox"/>	لا توجد رغبة في الأساس



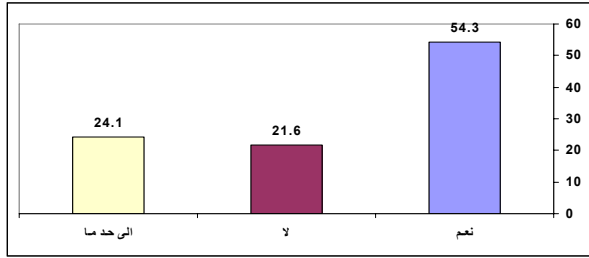
بينت لنا نتائج المسح عدد من المسببات في عزوف بعض الناس عن زيارة المواقع السياحية الأثرية والتاريخية كان أبرزها حسب نتائج المسح انخفاض مستوى الدخل لأفراد المجتمع وبنسبة 18% وهذا يؤكد على أهمية مراعاة جوانب الدخل لدى أفراد المجتمع عند تنفيذ البرامج السياحية ويليها وعورة بعض الطرق المؤدية إلى المواقع الأثرية السياحية وبنسبة 13% وهذا يؤكد عدم الاهتمام بالسياحة الأثرية والتاريخية يليها عدد من الأسباب على التوالي 11.6% غياب دور الاعلام في نشر معلومات عن هذه المواقع 9.5% المضايقات التي تواجه بعض الزائرين في هذه المواقع 8.6% عدم الاهتمام بالنظافة فيها 8.3% عدم وجود مرشدين سياحيين متخصصين ومتكئين 8.2% عدم وجود الأمن السياحي والسلامة في هذه المواقع 8% عدم توافر أو انخفاض مستوى الخدمات في المطاعم والفنادق وغيرها في هذه المواقع 6.6% عدم توافر الرقابة على الخدمات السياحية 6.1% عدم توافر الوقت اللازم لتلك الزيارات.

24- ما هي بنظرك ... المعوقات والموانع الرئيسية أمام السياحة الداخلية

؟

وضعت امام هذا التساؤل عدد من الموانع الافتراضية المسبقة تمثلت في القات وعدم وجود المرافق وضعف الوعي..ومستوى الدخل ، وعدم وجود الخدمات الجيدة ، والانشغال في البحث عن مصدر الرزق ، وعدم وجود وقت لذلك ، وعدم وجود رغبة بالأساس للسياحة. واكدت نتائج المسح بعضها بصورة كبيرة كاحدى الموانع وبشكل نسبي للبعض الاخرونفت وجود تأثير للبعض الاخر ووفق الاتي.

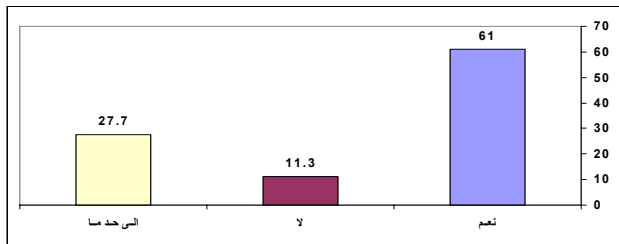
أ- تناول القات



الفئة	النسبة %
نعم	54.3
لا	21.6
الى حد ما	24.1

اكدت اغلب الاراء وبنسبة 54.3% وجود تأثير كبير للقات كأحد الموانع الرئيسية امام السياحة الداخلية و 24.1% بوجود تأثير الى حد ما 21.6 نفوا وجود تأثير للقات.

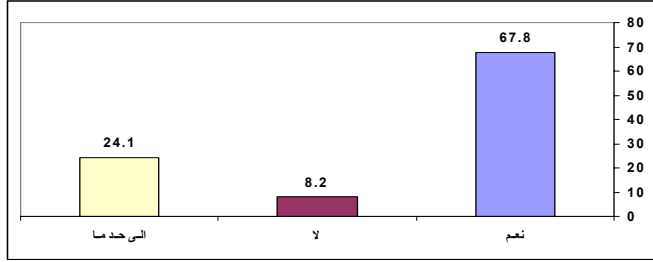
ب- عدم وجود مرافق عامة على الطريق الطويل مثل : المطاعم السياحية والاستراحات والحمامات العامة وغيرها.



الفئة	النسبة %
نعم	61
لا	11.3
الى حد ما	27.7

أكدت اغلب الآراء وبنسبة 61% وجود تأثير كبير لعدم وجود مرافق عامة على الطريق الطويل مثل: المطاعم السياحية والاستراحات والحمامات العامة وغيرها كأحد الموانع الرئيسية امام السياحة الداخلية و27.7% بوجود تأثير الى حد ما 11.3% نفوا وجود تأثير.

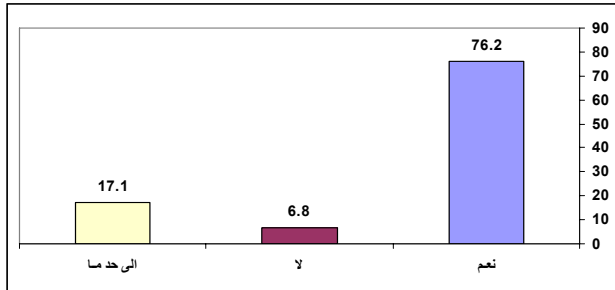
ج - ضعف الوعي والمعرفة بفائدة السياحة وأهميتها



الفئة	النسبة %
نعم	67.8
لا	8.2
إلى حد ما	24.1

أكدت اغلب الآراء وبنسبة 67.8% وجود تأثير كبير لضعف الوعي والمعرفة بفائدة السياحة وأهميتها كأحد الموانع الرئيسية امام السياحة الداخلية و24.1% بوجود تأثير الى حد ما و8.2% نفوا وجود تأثير.

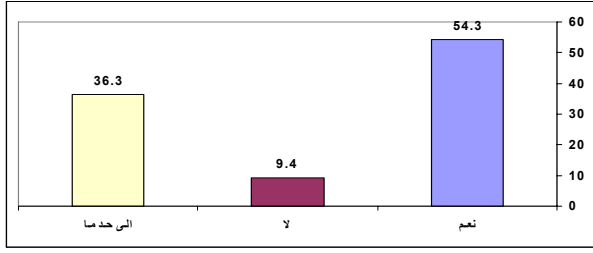
د - مستوى الدخل



الفئة	النسبة %
نعم	76.2
لا	6.8
إلى حد ما	17.1

أكدت اغلب الآراء وبنسبة 76.2% وجود تأثير كبير لضعف مستوى الدخل كأحد الموانع الرئيسية امام السياحة الداخلية و17.1% بوجود تأثير الى حد ما 6.8% نفوا وجود تأثير.

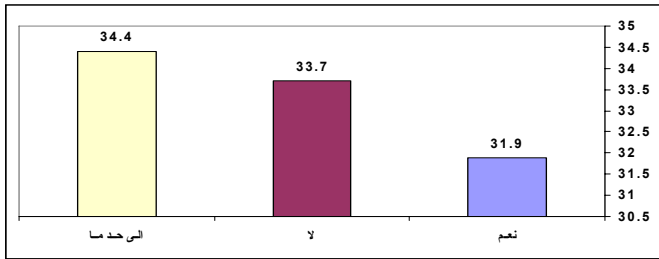
هـ- لا توجد خدمات جيدة في الأماكن السياحية



الفئة	النسبة %
نعم	54.3
لا	9.4
الى حد ما	36.3

أكدت اغلب الآراء وبنسبة 54.3% وجود تأثير كبير لعدم وجود خدمات جيدة في الأماكن السياحية كأحد الموانع الرئيسية امام السياحة الداخلية و36.3% اشاروا الى وجود تأثير الى حد ما و9.4% نفوا وجود تأثير.

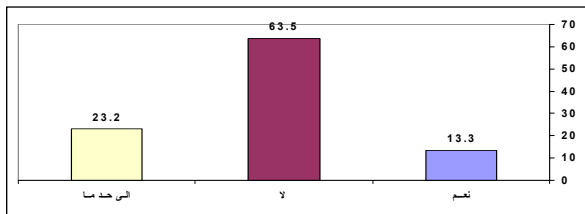
و- عدم وجود وقت لذلك



الفئة	النسبة %
نعم	31.9
لا	33.7
الى حد ما	34.4

أكدت الآراء وبنسبة متقاربة عدم التأثير الكبير لعامل عدم وجود وقت لذلك كأحد الموانع الرئيسية امام السياحة الداخلية وعلى التوالي 34.4% وجود تأثير الى حد و33.7% نفوا وجود تأثير و31.9% أكدوا على وجود تأثير.

ز- لا توجد رغبة في الاساس



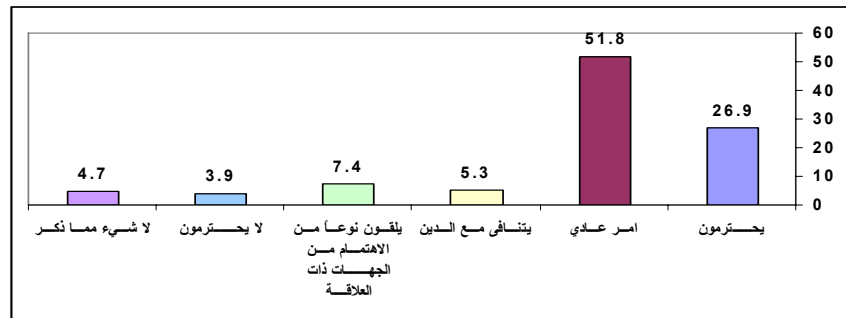
الفئة	النسبة %
نعم	13.3
لا	63.5
الى حد ما	23.2

أكدت اغلب الآراء وبنسبة 63.5% على عدم وجود تأثير كبير لعامل عدم وجود رغبة في الاساس كأحد الموانع الرئيسية امام السياحة الداخلية و23.2% اشاروا الى وجود تأثير الى حد ما و13.3% أكدوا على وجود تأثير.

ويتبين لنا من النتائج بروز العوامل المرتبطة بالدخل وضعف الوعي بأهمية السياحة كموانع رئيسية بالدرجة الاولى وعدم وجود الخدمات السياحية الجيدة وعدم وجود المرافق السياحية في الخطوط الطويلة والقارات بالدرجة الثانية وضعف تأثير الموانع الاخرى مثل عدم وجود رغبة في السياحة وعدم وجود وقت لذلك.

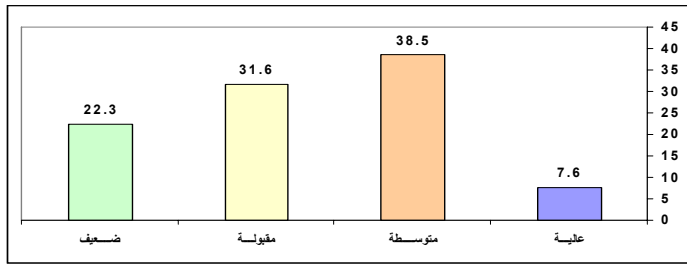
1- في تقديرك كيف ينظر المجتمع إلى العاملين في القطاعات الخدمية التابعة للسياحة كالمطاعم والفنادق السياحي؟

النسبة %	الفئة
26.9	يحترمون
51.8	امر عادي
5.3	يتنافى مع الدين
7.4	يلقون نوعاً من الاهتمام من الجهات ذات العلاقة
3.9	لا يحترمون
4.7	لا شيء مما ذكر



بينت لنا نتائج المسح أن غالبية أفراد العينة ينظرون إلى العاملين في القطاعات الخدمية التابعة للسياحة كالفنادق والمطاعم بنظرة عادية وبنسبة 51.8% وبنظرة احترام 26.9% وباهتمام من الجهات ذات العلاقة 7.4% وقليل من أفراد العينة 5.3% ينظرون اليهم بنظرة تطرف وأن السياحة تتنافى مع الدين و 3.9% لا يحترمون و 4.7% لا شيء مما ذكر وتعكس هذه النسبة أن الغالبية أفراد المجتمع يحترمون وينظرون للعاملين في السياحة بنظرة عادية .

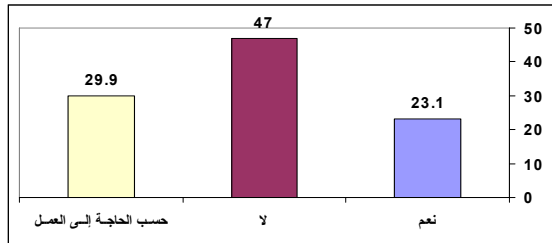
2- ما هو مستوى إقبال المجتمع اليمني على السياحة الداخلية ووعيهم بأهميتها؟



الفئة	النسبة %
عالية	7.6
متوسطة	38.5
مقبولة	31.6
ضعيف	22.3

بينت لنا نتائج المسح أن مستوى إقبال المجتمع على السياحة الداخلية ووعيهم بأهميتها تقع بين مستوى متوسط ومقبول وضعيف وفق النسب التالية على التوالي 38.5% ، 31.6% ، 22.3% وعالية بنسبة 7.6% وهذا يشير إلى أهمية توجيه برامج توعية وتثقيفية حول السياحة وأهميتها الشخصية والاجتماعية.

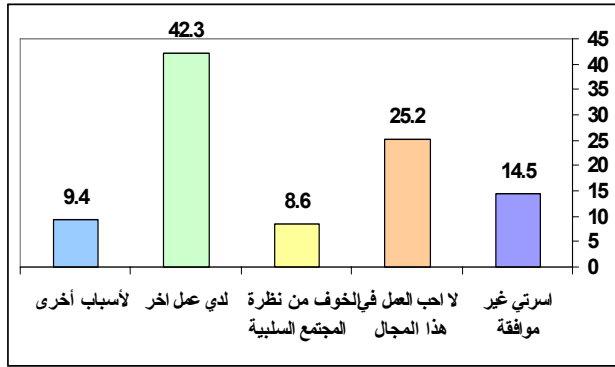
3- هل ترغب بالعمل في المجال السياحي كان تكون مرشداً سياحياً أو موظفاً في فندق أو مطعم سياحي وغيرها من المهن السياحية؟



الفئة	النسبة %
نعم	23.1
لا	47
حسب الحاجة إلى العمل	29.9

بينت لنا نتائج المسح أن غالبية أفراد العينة لا يرغبون في العمل في السياحة وبنسبة 47% وذلك لأسبابهم الخاصة و 23.2% يرغبون بذلك و 29.9% حسب الحاجة إلى العمل وهذا مؤشر جيد حول وعي المجتمع بمهمة العمل السياحي وتقبلهم ذلك .

4- إذا كانت إجابتك ب (لا) فما هو السبب؟



الفئة	النسبة %
اسرتي غير موافقة	14.5
لا احب العمل في هذا المجال	25.2
الخوف من نظرة المجتمع السلبية	8.6
لدي عمل اخر	42.3
لأسباب أخرى	9.4

بينت لنا نتائج المسح أن أسباب عدم رغبة أفراد العينة بالعمل في السياحة في أغلبها كانت تشير إلى وجود عمل آخر يزاو لونه وبنسبة 42.3% و 25.2% لا يحبون العمل في هذا المجال و 14.5% عدم موافقة الأسرة و 9.4% لأسباب أخرى و 8.6% الخوف من نظرة المجتمع السلبية وتعكس هذه النتائج وجود تخوف لدى بعض الناس من العمل في السياحة لأسباب دينية وتقليدية أحياناً إلى أن الأغلبية لا تجد مشكلة لحد ذاتها .

الفصل الرابع

النتائج العامة للمسح

الفصل الرابع

النتائج العامة للمسح

توصلت الدراسة إلى النتائج التالية :

1. ضرورة وأهمية السياحة الداخلية كإحدى وسائل تجديد نشاط الفرد .
2. ضعف دور وسائل الإعلام في التعريف بالمعالم السياحية واقتصارها على معلومات قليلة و محدودة .
3. التأكيد على أهمية دور الإعلام المقروء والمرئي في التوعية والترويج للسياحة وإعطاء معلومات كافية عن المناطق السياحية .
4. يفضل السائح اليمني السياحة الطبيعية كإحدى السياحات المفضلة .
5. قلة إعداد الذين يفضلون قضاء أوقاتهم في المناطق السياحية ويأتي بعدها السياحة الترفيهية مقارنة بالذين يفضلون زيارة الأقارب والأصدقاء أو تخزين القات .
6. الترفيه خارج المنزل وزيارة المعالم السياحية إحدى أفضل الوسائل للتخلص من أعباء الحياة اليومية .
7. يفضل أفراد المجتمع السياحة الجماعية والأسرية على السياحة الفردية .
8. يفضل أفراد المجتمع زيارة الأماكن السياحية القريبة منهم للاستفادة من الوقت .
9. أفضل الأوقات لتنظيم البرامج السياحية هي الأعياد بصورة رئيسية والإجازات بصورة استثنائية .
10. عدم تخصيص غالبية أفراد المجتمع الراغبين في السياحة لمبلغ محدد للسياحة وإنما يزيد المبلغ أو يقل عن عشرة ألف ريال وفق الرغبة والظروف .
11. عدم تعود أفراد المجتمع على المشاركة في البرامج السياحية الجماعية رغم رغبة شريحة كبيرة في ذلك .
12. عدم وجود أماكن مخصصة للعائلات في الأماكن السياحية من أسباب عزوف العائلات اليمنية عن السياحة الداخلية بالإضافة إلى وجود المضايقات في هذه الأماكن .
13. لا يفضل أفراد المجتمع اليمني في أغلبيته وجود مرآة في المناطق السياحية بدون محرم .
14. ضعف وجود معلومات حول المناطق السياحية التي يتم زيارتها من قبل السائح اليمني .

15. تفضيل السائح اليمني للفنادق والشقق المفروشة ذات المستوى الراقى والخدمات الأفضل .
16. ضعف مستوى الخدمات التي تقدم في الفنادق للسائح اليمني .
17. أهمية تنظيم رحلات سياحية لذوي الدخل المحدود شاملة لمصاريف الرحلة .
18. أهمية تنظيم رحلات سياحية للموظفين بالتقسيط .
19. ضعف دور القطاع الخاص في المساهمة في تطوير السياحة الداخلية .
20. أغلب المناطق المهيأة للسياحة الداخلية هي المناطق الساحلية .
21. ضعف استغلال المناطق السياحية الموجودة في اليمن .
22. وعورة الطرق وضعف الدور الإعلامي يؤدي إلى أحجام الناس عن زيارة المواقع السياحية الأثرية والتاريخية .
23. وجود القات وندرة المرافق العامة على الطرق الطويلة والأماكن السياحية وضعف الوعي بفوائد السياحة وتدني الدخل هي من العوائق الرئيسية أمام السياحة الداخلية .
24. نظرة المجتمع للعاملين في السياحة في أغلبها نظرة عادية وتحضى أيضاً بالاحترام .
25. تدنى مستوى وعي غالبية أفراد المجتمع اليمني بالسياحة الداخلية .
- يعود بدرجة أساسية لغياب التوعية وغياب دور الدولة في الاهتمام بالسياحة وترتيب البرامج السياحية ..

الفصل الخامس

التوصيات

الفصل الخامس

التوصيات

1. أهمية تطوير البرامج الإعلامية الموجهة للتعريف بالسياحة الداخلية وإبراز دور السياحة الداخلية كأحدى وسائل الترفيه الصحية التي تعمل على تجديد نشاط الفرد
2. خلق وعي مجتمعي بأهمية السياحة الداخلية بفائدتها للفرد والمجتمع عبر تكامل الأدوار بين الجهات الحكومية ذات العلاقة الأوقاف . السياحية ، الإعلام ، الثقافة .. الخ .
3. الاهتمام والتركيز عند إعداد الخطط والسياسات المتعلقة بتنفيذ وتطوير البرامج السياحية والمنشآت السياحية على المناطق الطبيعية كأحدى أنواع السياحة المفضلة ويظهر ذلك في إقبال السائح اليمني على المناطق الطبيعية بصورة عامة وبصورة أكبر المناطق الساحلية .
4. أن تقوم وزارة السياحة (في إطار التعاون والدعم المطلوب من الوزارات الأخرى) بتصميم برامج سياحية لموظفي الدولة مع عائلاتهم إلى المناطق السياحية في العطلات والمناسبات المختلفة بالتبسيط أو بأسعار معقولة متناسبة مع دخول الموظفين .
5. أن تتحمل السلطات المحلية (المجالس المحلية) مسئوليتها في تهيئة المواقع السياحية وحمايتها وتنشيط السياحة الداخلية .
6. أهمية دور مجلس الترويج السياحي في تشجيع الوكالات والشركات السياحية على تنفيذ رحلات سياحية داخلية جماعية وأسرية .
7. قيام مجلس الترويج السياحي (بتشجيع من الوزارة) بالتخطيط بتنفيذ برامج خاصة بالطلاب في عطلة نهاية الأسبوع أو في الإجازات بتكلفة معقولة (أو مجاناً) إذا أمكن تحت اسم أعراف وطنك ..
شجع السياحة الداخلية في وطنك .. الخ .
8. تطوير آليات مجلس الترويج السياحي لكي يلعب دوراً أكثر فاعلية في عملية الترويج للسياحة الداخلية والخارجية .
9. أهمية التركيز على التوقيت المناسب للبرامج السياحية والتي يفضلها أغلب أفراد المجتمع من الموظفين والطلاب أكبر شريحة مهتمة بالسياحة وتتمثل تلك الأوقات في الأعياد بصورة رئيسية والإجازات الرسمية بصورة استثنائية .
10. أهمية تخصيص أماكن مخصصة للعائلات في الفنادق في الأماكن السياحية والمنشآت السياحية كالحدايق والمنتزهات مراعاة للوضع الاجتماعي والتقاليد الاجتماعية .
11. أهمية تفعيل دور الشرطة السياحية في ضبط وحفظ النظام في المناطق السياحية من المتطفلين .

12. أهمية وجود أدلة وبرشورات سياحية وخرائط عن المناطق السياحية التي يزورها السائح اليمني وتوفير معلومات عنها المنطقة جغرافياً وتاريخياً وكذا عن الخدمات السياحية المتوفرة فيها والأسعار الخ ..
13. إلزام القائمين على المناطق والأماكن الأثرية في استمرار فتحها في الإجازات والعطل الرسمية ، وإعفاء طلاب المدارس من دفع رسوم الدخول إليها .
14. أهمية مراقبة مستوى تقديم الخدمات في الفنادق والمنشآت السياحية وتقييمها من حيث النظافة والأسعار .
15. أهمية مراجعة دور القطاع الخاص في المساهمة في تطوير السياحة الداخلية عبر عقد اللقاءات والمؤتمرات معهم وتعريفهم بالفرص الاستثمارية المتوفرة في هذا المجال والعائد الاستثماري منها ، وخاصة أعضاء مجلس الترويج السياحي القادرين على الاستثمار السياحي ، مع تقديم كافة التسهيلات لهم .
16. التنسيق بين كل من وزارتي السياحة والنقل لتخفيض أسعار النقل الجماعي البري إلى المناطق المختلفة وكذا أسعار الفنادق والمنشآت السياحية وخاصة أيام العطل والإجازات ..
17. أهمية إعداد مصفوفة حصر المناطق السياحية في اليمن وخاصة الأثرية والتاريخية وإعادة تأهيلها وتسهيل إمكانية وصول السائح الداخلي إليها بسهولة ويسر .
18. العمل على إدماج مادة " الثقافة السياحية " ضمن المناهج التعليمية في المدارس والجامعات .
19. أن تتحمل الدولة مسؤوليتها في منع زراعة القات تدريجياً حفاظاً على صحة المواطن .. وتشجيع السياحة الداخلية .