

هل يسهم المتحف الوطني السعودي في تنمية السياحة الثقافية؟ تحليل لتصورات الزوار المحليين

ياسر هاشم عماد الهياجي

أستاذ إدارة التراث المشارك، قسم إدارة موارد التراث، كلية السياحة والآثار، جامعة الملك سعود-المملكة العربية السعودية؛ عضو هيئة تدريس، قسم السياحة وإدارة الفنادق، كلية العلوم الإدارية، جامعة إب-اليمن

yasseralhiagi@gmail.com

ملخص

تشهد السياحة الثقافية نموًا متسارعًا مع زيادة الرغبة في استكشاف الماضي، وتبرز المتاحف بوصفها وجهات رئيسة للسياح المهتمين بهذا النوع من السياحة. وقد حظي قطاع المتاحف في المملكة العربية السعودية باهتمام متزايد في السنوات الأخيرة؛ نظرًا لدوره البارز في تحقيق التنمية الاقتصادية والثقافية وتعزيز استراتيجيات الترويج السياحي. ومع ذلك، لا يزال إسهام المتاحف في تحسين تجربة السياحة الثقافية بالمملكة بحاجة إلى دراسة شاملة.

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل دور المتحف الوطني السعودي - الذي افتتح عام 1999 - في تعزيز السياحة الثقافية، وذلك من خلال استكشاف تصورات الزوار المحليين وتقييم انطباعاتهم حول هذا الدور. كما تناقش الدراسة التحديات التي يواجهها قطاع المتاحف في المملكة، وتقدم اقتراحات لتحسين أدائه.

اعتمدت الدراسة المنهج الكمي باستخدام استبيان تم توزيعه على عينة عشوائية مكونة من 240 زائرًا محليًا للمتحف الوطني. تضمن الاستبيان عدة محاور، منها تقييم تجربة الزوار الشخصية، ومدى تأثير المتحف في تعزيز المعرفة التاريخية والثقافية، بالإضافة إلى دوره في جذب الزوار وتوفير تجارب تعليمية وترفيهية.

أظهرت نتائج الدراسة أن المتحف الوطني يؤدي دورًا مهمًا في دعم السياحة الثقافية من خلال تعزيز الوعي الثقافي وتقديم تجارب تعليمية متميزة. ومع ذلك، تم تحديد مجموعة من التحديات التي تحد من الاستفادة الكاملة من إمكانيات المتحف، مثل: ضعف جهود التسويق، وصعوبة الوصول إلى الموقع، وغياب الأنشطة التفاعلية. وتوصي الدراسة بضرورة تحسين تجربة الزوار من خلال تبني تقنيات عرض حديثة، وتطوير المحتوى الإرشادي، وزيادة حملات الترويج للمتحف، وتحسين المرافق والخدمات اللوجستية، بما يسهم في تعزيز دور المتحف كوجهة سياحية ثقافية رائدة.

الكلمات المفتاحية: المتحف الوطني السعودي، السياحة الثقافية، المتاحف، تجربة الزوار، الرياض

للاقتباس: ياسر هاشم عماد الهياجي. «هل يسهم المتحف الوطني السعودي في تنمية السياحة الثقافية؟ تحليل لتصورات الزوار المحليين». مجلة أنساق في الآداب والعلوم الإنسانية، المجلد التاسع، العدد 1، 2025، ص 97-130. <https://doi.org/10.29117/Ansaq.2025.0221>

Does the Saudi National Museum Contribute to the Development of Cultural Tourism? An Analysis of Local Visitors' Perceptions

Yasser Hashem E. Alhiagi

Associate Professor of Heritage Management, Dept. of Heritage Resources Management, College of Tourism and Archaeology, King Saud University–KSA; Faculty Member, Dept. of Tourism and Hotel Management, Faculty of Administrative Sciences, Ibb University–Yemen

yasseralhiagi@gmail.com

Abstract

Cultural tourism is witnessing rapid growth as there is an increasing interest in exploring the past, with museums emerging as key destinations for tourists interested in this type of tourism. In recent years, the museum sector in Saudi Arabia has attracted significant attention due to its pivotal role in promoting economic and cultural development, as well as enhancing tourism marketing strategies. However, the contribution of museums to improving the cultural tourism experience in the Kingdom still requires in-depth investigation.

This study aims to examine the role of the Saudi National Museum, which opened in 1999, in promoting cultural tourism by exploring the perceptions and impressions of local visitors regarding this role. The study also discusses the challenges facing the museum sector in the Kingdom and offers recommendations for improving its effectiveness.

A quantitative approach was employed, utilizing a survey distributed to a random sample of 240 local visitors to the National Museum. The survey covered various aspects, including visitors' personal experiences, the museum's impact on enhancing historical and cultural knowledge, and its role in attracting visitors and providing both educational and recreational experiences.

The research results of the statistical analysis indicate that the Saudi National Museum is essential in supporting cultural tourism by raising cultural awareness and offering distinguished educational experiences. However, several challenges were identified that hinder the full utilization of the museum's potential, such as inadequate marketing efforts, accessibility issues, and a lack of interactive activities. The study recommends improving the visitor experience by adopting modern display technologies, developing interpretive content, enhancing promotional efforts for the museum, and upgrading facilities and logistical services, thereby strengthening the museum's position as a leading cultural tourism destination.

Keywords: Saudi National Museum; cultural tourism; Museums; visitor experience; Riyadh

Cite this article as: Alhiagi, Y. H., "Does the Saudi National Museum Contribute to the Development of Cultural Tourism? An Analysis of Local Visitors' Perceptions" *Ansaq in Arts and Humanities*, Vol. 9, Issue 1, 2025, pp. 97-130. <https://doi.org/10.29117/Ansaq.2025.0221>

© 2025, Alhiagi, Y. H., licensee College of Arts and Sciences & QU Press. This article is published under the terms of the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0), which permits non-commercial use of the material, appropriate credit, and indication if changes in the material were made. You can copy and redistribute the material in any medium or format as well as remix, transform, and build upon the material, provided the original work is properly cited. <https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0>

مقدمة

تُعدّ المتاحف إحدى الركائز الأساسية للحضارة الإنسانية؛ إذ تؤدي دوراً جوهرياً في حفظ التراث ونقله عبر الأجيال، وتعزيز الهوية الثقافية، إلى جانب إسهامها في التنمية الاقتصادية والاجتماعية (نعامة وبن حميدة 22؛ رواشدة 576). ولم تُعدّ المتاحف مجرد مؤسسات لحفظ وعرض المقتنيات التاريخية، بل أصبحت مراكز تعليمية وثقافية تسهم في تعزيز الوعي المجتمعي بالتاريخ والحضارة (بابكر وتاي الله 139؛ توفيق وعبد اللطيف 141). كما تشكّل عنصراً محورياً في صناعة السياحة؛ حيث تُساهم في استقطاب الزوار وتعزيز الاقتصاد المحلي عبر العوائد الناتجة عن النشاط السياحي (الراشدي وآخرون 413)، وتُشير الدراسات إلى أن المتاحف تحتل المرتبة الثانية بين عوامل الجذب السياحي الثقافي بعد المواقع التاريخية، مما يعكس أهميتها في السياحة الثقافية (رواشدة 576؛ EIU 30).

تُعدّ السياحة الثقافية من القطاعات الأسرع نمواً في صناعة السياحة؛ حيث تساهم في ارتفاع مستوى التوظيف والرفاهية الاجتماعية ونوعية الحياة، فضلاً عن الوحدة الاقتصادية والتنوع الثقافي لدول ومناطق العالم، والتي تحتل المتاحف مكانة مهمة في تطويرها (Douros et al. 55; Tamar 25). وفي هذا السياق، تُشكّل المتاحف عنصراً جوهرياً في استقطاب السياح المهتمين بالثقافة؛ حيث تُعدّ من المعالم التي يُوصى بزيارتها ضمن التجربة السياحية الثقافية؛ لما تقدمه من محتوى غني يعكس التراث والتاريخ المحليين (رواشدة 576؛ EIU 30). وتبرز أهمية المتاحف في دعم السياحة الثقافية عبر علاقتها التبادلية مع هذا القطاع؛ حيث تُساهم السياحة في زيادة الإقبال على المتاحف، بينما تُسهم المتاحف بدورها في إثراء تجربة السياح وتعزيز معرفتهم بالثقافة المحلية من خلال تقديم صورة متكاملة عن تاريخ الوجهة السياحية وحضارتها (Kelly 2)، ويبرز هذا الدور بوضوح في الواجهات التي تعتمد بشكل أساسي على السياحة الثقافية رافداً رئيساً لتنميتها الاقتصادية والاجتماعية (توفيق وعبد اللطيف 141).

يتفق الباحثون على صعوبة تقدير عدد المتاحف في العالم بدقة (Guiragossian 19). ويُقدّر تقرير اليونسكو لعام 2021، وجود ما يقرب من 95 ألف متحف موزعة على خمس قارات. تجدر الإشارة إلى أن توزيعها غير متساو؛ إذ تُقدّر نسبة 65.1% من إجمالي المتاحف في أوروبا الغربية وأمريكا الشمالية، و12.8% في منطقة آسيا والمحيط الهادئ، و12% في أوروبا الشرقية، و8.5% في أمريكا اللاتينية ومنطقة البحر الكاريبي، و0.88% في أفريقيا، و0.5% في الدول العربية (UNESCO 5). وبالنظر إلى هذه الإحصاءات، يُمكن اعتبار التوزيع النسبي للمستجيبين انعكاساً دقيقاً للعدد النسبي للمتاحف في المناطق الجغرافية الرئيسية (IRAPFM 9). ويلاحظ التفاوت الكبير في توزيع المتاحف عالمياً؛ حيث تتركز النسبة الأكبر في أوروبا الغربية وأمريكا الشمالية، بينما تسجل الدول العربية وأفريقيا أدنى نسب التوزيع.

في المملكة العربية السعودية، يُمثل المتحف الوطني السعودي أحد أبرز المعالم الثقافية التي تعكس التاريخ العريق والحضارة الغنية للمملكة، ويلعب دوراً حيوياً في الحفاظ على التاريخ والثقافة. فهو يضم مجموعات قيمة

ومتنوعة من المقتنيات الأثرية التي تعود الى فترات تاريخية مختلفة. ولا يقتصر دور هذا المتحف على كونه مجرد مكان لحفظ القطع الأثرية التاريخية؛ بل يُعد أيضًا مركزًا تعليميًا للجمهور والسياح الراغبين في فهم ثقافة المملكة بشكل أعمق. وتتماشى الجهود المبذولة في تطوير القطاع المتحفي مع رؤية السعودية 2030، التي تسعى إلى تعزيز التنوع الاقتصادي وجعل السياحة أحد المحركات الرئيسة للنمو؛ حيث بلغ عدد المتاحف المرخصة في المملكة أكثر من 117 متحفًا حتى فبراير 2025 (museums.moc.gov.sa)، موزعة في مختلف المناطق، مما يعكس اهتمام الدولة بتطوير السياحة الثقافية كمحرك استثماري وتنموي بارز.

يهدف هذا البحث إلى دراسة تصورات الزوار المحليين للمتحف الوطني السعودي، من خلال تحليل تأثير زيارتهم على وعيهم الثقافي، وانطباعاتهم حول دور المتحف في إبراز الهوية الوطنية وتعزيز السياحة الثقافية. كما يسعى إلى استكشاف التحديات والفرص التي تواجه القطاع المتحفي في المملكة، بهدف تقديم توصيات من شأنها تعزيز دور المتاحف في دعم السياحة الثقافية، وتحقيق أهداف التنمية المستدامة.

مشكلة الدراسة:

على الرغم من التطور الكبير الذي شهدته المتاحف في المملكة العربية السعودية، وتوسع عددها وتوزيعها الجغرافي لتغطية مناطق المملكة المختلفة، فإن الدور الفعلي الذي تؤديه هذه المتاحف، وخاصة المتحف الوطني السعودي، في تعزيز السياحة الثقافية وتنشيط الحركة السياحية لا يزال غير واضح؛ حيث تلاحظ قلة أعداد زوار هذه المتاحف (جدول رقم 6) مقارنة بالمتاحف العالمية التي يفد إليها الملايين من الزوار خلال العام الواحد (جدول رقم 2)، فضلًا عن قلة وجود دراسات تتناول بشكل مباشر مساهمة المتحف الوطني أو المتاحف السعودية بشكل عام في تعزيز السياحة الثقافية، ومدى جاهزية المتحف الوطني لتقديم تجربة غنية وممتعة للزوار المحليين.

وعليه جاءت هذه الدراسة في محاولة للإجابة على التساؤلات التالية:

- ما مدى فاعلية المتحف الوطني في إبراز الوجه الحضاري للمملكة؟
- ما مدى فاعلية المتحف الوطني في تنشيط الحركة السياحية وتعزيز السياحة الثقافية؟
- ما مدى جاهزية المتحف لإغناء تجربة الزوار المحليين؟

أهمية الدراسة:

تكتسب هذه الدراسة أهميتها من تركيزها على السياحة الثقافية بوصفها قطاعًا حيويًا يسهم في التنمية الاقتصادية والاجتماعية، من خلال تعزيز الهوية الثقافية وزيادة الوعي بالتراث. كما تسلط الضوء بشكل خاص

على الدور المحوري الذي تؤديه المتاحف، باعتبارها مراكز ثقافية رئيسية تسهم في تنشيط الحركة السياحية وتعزيز التفاعل مع الموروث الحضاري.

وتتميز هذه الدراسة - وفقاً لمعرفة الباحث - بكونها من الأبحاث القليلة التي تستكشف العلاقة بين المتاحف والسياحة الثقافية في المملكة العربية السعودية؛ حيث تحلل إسهام المتحف الوطني في دعم هذا القطاع، وتناقش التحديات التي تعوق تطوره. كما تقدم الدراسة مقترحات عملية مستندة إلى آراء الزوار المحليين بهدف تعزيز جاذبية المتاحف وتحسين تجربة الزائر، بما يسهم في تعظيم دورها كمحركات رئيسية للسياحة الثقافية.

أهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف الآتية:

- تقييم دور المتحف الوطني السعودي في تعزيز السياحة الثقافية من وجهة نظر الزوار المحليين، من خلال تحليل أبعاده المختلفة (الدور الثقافي والسياحي، جودة المعروضات وأساليب العرض، الخدمات والتسهيلات المتاحة، كفاءة الموظفين).
- استكشاف التحديات التي تواجه المتحف الوطني في جذب الزوار وتعزيز تجربتهم.
- تقديم توصيات عملية لتحسين دور المتحف الوطني في تطوير السياحة الثقافية بالمملكة.

منهجية الدراسة:

اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي لاستقصاء دور المتحف الوطني في تعزيز السياحة الثقافية؛ حيث تم جمع البيانات من مصادرها الأصلية وتحليلها لاستخلاص النتائج. شمل ذلك تحليل الإحصائيات الرسمية المتعلقة بأعداد زوار المتحف، بالإضافة إلى إجراء استبيان ميداني استهدف عينة من الزوار المحليين، باتباع الدراسة المسحية، التي تعتمد على تحليل استمارات الاستقصاء بهدف فهم الظاهرة المدروسة بشكلٍ معمق (نوفل 26)، وقد تم تحليل البيانات باستخدام برنامج SPSS لاستخلاص النتائج وتقديم التوصيات المستندة إلى الأدلة.

حدود الدراسة:

- الحدود الموضوعية: ركزت الدراسة على استكشاف دور المتحف الوطني في تطوير السياحة الثقافية.
- الحدود البشرية: اقتصرَت الدراسة على آراء عينة من الزوار المحليين الذين زاروا المتحف الوطني السعودي.
- الحدود المكانية: تم تنفيذ الدراسة في المتحف الوطني السعودي بمدينة الرياض.
- الحدود الزمانية: أجريت الدراسة خلال الفترة من أكتوبر إلى ديسمبر 2024.

الدراسات السابقة:

تعتمد هذه الدراسة على الأدبيات السابقة لتسليط الضوء على دور المتاحف في التنمية السياحية في المملكة العربية السعودية؛ حيث تبين أن الدراسات المتوفرة لا تزال محدودة في هذا المجال، ومن ضمنها:

دراسة دخان (2021) التي ركزت على تفعيل دور المتاحف الأثرية في السياحة المستدامة، مؤكدة أهميتها كعامل جذب سياحي يلبي تطلعات الزوار. وهدفت دراسة بن منيع (2020) إلى تقويم الأداء المتحف في المواقع الأثرية السعودية، وقياس مدى إدراك الزوار للرسائل الثقافية والعلمية للمعروضات. وتناولت دراسة محمد (2020) دور المتاحف في التنمية المستدامة، مؤكدة على أهميتها كمراكز تعليمية وثقافية، فضلاً عن دورها في حفظ التراث المحلي والتنمية المجتمعية. وناقشت دراسة رواشدة (2014) دور المتاحف الأردنية في جذب السياحة، مبرزة ضعف الإحصاءات الخاصة بالزوار والحاجة إلى مزيد من التطوير. وأوضحت دراسة الحججي (2014) أن المتاحف عنصر رئيس في دعم السياحة من خلال عرض الكنوز الثقافية والتاريخية، مؤكدة ضرورة تطويرها لتعزيز دورها السياحي. وتناولت دراسة الشمري (2013) التحديات التي تواجه المتاحف الأردنية في تحقيق السياحة المستدامة، مقترحة حلولاً لتطويرها كوجهات سياحية عالمية. وأشارت دراسة عشي (2011) إلى العلاقة التبادلية بين المتاحف والسياحة؛ حيث تعزز السياحة دور المتاحف، وتساهم المتاحف بدورها في جذب المزيد من السياح. وبحث دراسة Culley (2010) في دور المتاحف الكندية كعناصر جذب سياحي، مبرزة نظرة أمناء المتاحف للسياحة كقوة إيجابية لتحقيق أهدافهم التعليمية والثقافية، وتحقيق مزيد من الإمكانيات الاقتصادية. وركزت دراسة الزعبي (2010) على دور المتاحف الأثرية الأردنية في التنمية السياحية، وسلطت الضوء على استراتيجيات زيادة الدخل في القطاع المتحف. كما سلط Ambrose (2006) الضوء على الدور الاقتصادي للمتاحف في تطوير البنية الثقافية، وجذب الاستثمارات، وخلق فرص عمل وأبرزت دراسة عامر (2005) العلاقة بين الإنسان والمتحف، واعتبرت أن متاحف مصر ذات أهمية كبيرة في الجذب السياحي، إلا أنها لا تعد نقطة جذب رئيسة وإنما هي عنصر جذب مكمل لعناصر الجذب الأخرى، مؤكدة على ضرورة تكثيف الجهود التسويقية للمتاحف ووضعها على خارطة السياحة العالمية. وأوضحت دراسة Minchetti (2002) التحديات التي تواجه المتاحف في القرن الحادي والعشرين، مشددة على أهمية تطوير استراتيجيات تسويقية جديدة للحفاظ على الزوار. وتناولت دراسة Steven (1999) نمو دور المتاحف في السياحة الحضرية Urban tourism، مبينة كيف أصبحت المدن تسوق نفسها كمراكز ثقافية تدمج التراث والسياحة. وناقشت دراسة Brune (1993) العلاقة بين المتاحف والسياحة، مبرزة دور المتاحف في عرض الأبعاد الثقافية للمقاصد السياحية. وأكدت دراسة Leiper (1990) أن المتاحف ليست عناصر جذب رئيسة، لكنها مكملات لمقومات السياحة الثقافية، وأن الموقع الجغرافي للمتحف يلعب دوراً أساسياً في جذب الزوار.

جدول (1): تلخيص الدراسات السابقة

المحور	المؤلفون	النتيجة
المتاحف كعناصر جذب سياحي	دخان (2021)؛ بن منيع (2020)؛ Culley (2010)؛ Brune (1993)؛ Culley (2010)	أظهرت أن المتاحف تلعب دورًا متزايدًا كعوامل جذب سياحي، خاصة عندما تندمج مع الأنشطة الثقافية والاقتصادية، وأن نجاح المتاحف في الجذب السياحي يعتمد على التفاعل الثقافي مع الزوار وتوفير تجربة سياحية متميزة.
العلاقة بين المتاحف والسياحة	الحجي (2014)؛ عشي (2011)؛ الزعبي (2010)؛ Steven (1999)	أكدت أن العلاقة بين المتاحف والسياحة تبادلية؛ حيث يعزز كل منهما الآخر.
التحديات التي تواجه المتاحف	الشمري (2013)؛ Minchetti (2002)؛ Leiper (1990)	سلط الضوء على التحديات التي تواجه المتاحف، مثل المنافسة مع عناصر الجذب الأخرى وضرورة تطوير استراتيجيات تسويقية جديدة، وتحسين جودة الخدمات المقدمة للزوار.
المتاحف والتنمية المستدامة	محمد (2020)؛ رواشدة (2014)؛ الزعبي (2010)؛ أمبروس (2006)؛ عامر (2005)؛ Culley (2010)	تناولت دور المتاحف في التنمية المستدامة، مؤكدةً أهميتها تعزز التوظيف والاستثمار، وكمراكز تعليمية وثقافية تسهم في حفظ التراث المحلي وتعزيز التنمية المجتمعية.
التسويق السياحي للمتاحف	عامر (2005)؛ Minchetti (2002)	شددت على أهمية تكثيف الجهود التسويقية للمتاحف، ووضعها على خارطة السياحة العالمية لضمان استقطاب أعداد أكبر من الزوار.
المتاحف والسياحة الحضرية	Steven (1999)	ناقشت نمو دور المتاحف في السياحة الحضرية، مبينةً كيف أصبحت المدن تسوق نفسها كمراكز ثقافية تدمج التراث والسياحة.

تشير المراجعة الأدبية إلى أن دور المتاحف في السياحة يتزايد باستمرار، مع ضرورة تطوير استراتيجيات تسويقية جديدة لتعزيز جاذبيتها. ورغم أهمية هذه الدراسات، إلا أنها لم تتناول بشكل كافٍ دور المتاحف في تعزيز السياحة الثقافية بالمملكة العربية السعودية، وهو ما تسعى هذه الدراسة إلى معالجته.

1. السياحة الثقافية

نشأ مفهوم السياحة الثقافية رسميًا في أواخر القرن العشرين، تزامنًا مع نمو السفر العالمي والتركيز المتزايد على الحفاظ على التراث (Douro et al. 55). وتعد من أبرز أشكال السياحة الحديثة، وركيزة أساسية في السياسات

السياحية العالمية؛ نظرًا لقدرتها على جذب السياح ذوي الإنفاق المرتفع، مما يسهم في دعم الثقافة وتحقيق نمو اقتصادي مستدام (Richards 1). يُعرّف هذا النوع من السياحة بأنه السفر لتجربة الأماكن والآثار والأنشطة التي مثلت في الأصل قصص الناس في الماضي والحاضر (Ayodele et al. 450). كما تُعرّف بأنها انتقال الأفراد بعيدًا عن أماكن إقامتهم المعتادة بهدف اكتساب المعرفة والتجارب الثقافية، مستندةً إلى استكشاف العادات والتقاليد، والفنون، والتراث المادي والمعنوي لمختلف الشعوب (Richards 8). وتعد السياحة الثقافية جزءًا أساسيًا من التنمية المستدامة في الدول؛ إذ تسهم في تعزيز النمو الاقتصادي والاجتماعي والثقافي (الراشدي وآخرون 413).

تقليديًا، كانت السياحة الثقافية تنطوي على زيارات للمتاحف والمعارض والمعالم التاريخية، لكنها توسعت منذ ذلك الحين لتشمل مجموعة واسعة من الأنشطة، من بينها المشاركة في المهرجانات المحلية وسياحة الطعام والتفاعل مع التقاليد الحية، مما يوفر تجارب أكثر جاذبية من مشاهدة المعالم السياحية التقليدية (Douros et al. 55).

تُعدّ السياحة الثقافية شكلاً من أشكال استهلاك الثقافة من قبل الزوار، كما أنها تمثل ظاهرة ثقافية في حد ذاتها (Przeclawski 55-56). وفي هذا السياق، يعرفها شبر وصبري (2018) بأنها السياحة التي تعتمد بشكل أساسي على الثقافة، سواء من خلال زيارة المعالم الأثرية أو استكشاف الموروث الشعبي والأنشطة الثقافية الفريدة التي تميز كل منطقة ولا يمكن تكرارها في أماكن أخرى (شبر وصبري 17). من جهتها، تؤكد منظمة اليونسكو أن السياحة الثقافية تشمل تجربة البيئات الثقافية بمختلف أشكالها، بما في ذلك المناظر الطبيعية والمباني التاريخية والمعالم الأثرية والفنون والحرف اليدوية، فضلاً عن العادات، والمناسبات الخاصة وأنماط حياة السكان الأصليين (عمران 168). وتتكون السياحة الثقافية من عدة أبعاد، تشمل البعد الزمني بين التاريخي والمعاصر، والتنوع بين الأشياء المادية والعروض الحية، إضافةً إلى الاختلاف بين السياحة الموجهة داخل السياق الثقافي أو خارجه، فضلاً عن مدى اتساع نطاقها ما بين الشمولية والتخصص (الهياجي 41).

تلعب السياحة الثقافية دورًا محوريًا في التنمية المستدامة؛ حيث تسهم في تحقيق فوائد اقتصادية واجتماعية وثقافية للدول. ولها عدة مزايا، من أبرزها جذب أعداد كبيرة من السياح، مما يعزز الاقتصاد المحلي، والمساهمة في التنمية الاجتماعية من خلال زيادة الوعي الثقافي، وحماية التراث الثقافي وتعزيزه، إضافةً إلى تعزيز التفاعل بين السياح والمجتمعات المحلية، مما يسهم في تبادل ثقافي ثري، وتطوير البنية التحتية السياحية لدعم الاقتصاد (Gaonkar and Sitaram 4). كما تلعب محاور السياحة الثقافية دورًا أساسيًا في تعزيز التفاعل الثقافي بين الشعوب؛ إذ تسهم في نقل المعرفة وحماية الموروث الثقافي من خلال تطوير البنية التحتية، وتحسين الخدمات السياحية، وتعزيز المشاركة المجتمعية في الأنشطة الثقافية، مما يضمن استدامة هذا النوع من السياحة وزيادة تأثيره الإيجابي على الاقتصاد والمجتمع المحلي. ويرى برزيكلافسكي (2005) أن السياحة الثقافية تمثل أداة أساسية في نقل الثقافة بين المجتمعات؛ حيث تتيح فرصة لقاء الثقافات المختلفة وتبادل القيم والعادات، مما يسهم في بناء بيئة من التفاهم العالمي. كما أنها تُعد وسيلة لنقل التراث الثقافي عبر الأجيال؛ إذ تمنح الأفراد الفرصة لاستكشاف التقاليد المختلفة والتفاعل معها، مما يعزز الإدراك الثقافي ويعمّق التفاهم بين الشعوب (Przeclawski 55-56).

2. المتاحف

تُعدُّ المتاحف من أبرز المؤسسات الثقافية التي تضطلع بمهمة حفظ وعرض التراث الإنساني بمختلف أشكاله، بما في ذلك الجوانب التاريخية، والفنية، والعلمية، والاجتماعية. فهي توفر بيئة تعليمية وتفاعلية تجمع بين الترفيه والمعرفة، مما يجعلها محطات أساسية في مسارات السياحة الثقافية؛ حيث تستقطب ملايين الزوار سنوياً من مختلف أنحاء العالم (Richards 2; Enskeep 34). ووفقاً للمجلس الدولي للمتاحف (ICOM)، تُعرّف المتاحف بأنها مؤسسات ثقافية غير ربحية تتمثل مهامها في جمع المقتنيات وحفظها ودراستها وعرضها ونقلها، بهدف التعليم، والتثقيف، والاستمتاع، والبحث العلمي، مما يساهم في تعزيز فهم التراث الإنساني وتنميته (ICOM)، كما تساهم في البحث والتعليم والتفاعل المجتمعي، إضافةً إلى كونها وسيطاً لتعزيز العلاقات السياحية والثقافية (عمران 167). كما تلعب المتاحف دوراً محورياً في حماية وعرض القطع الأثرية والمقتنيات ذات القيمة التاريخية، الأخلاقية، الفنية، أو التكنولوجية، مما يجعلها حُرّاً للتراث الثقافي (Ayodele et al. 450).

ولل متاحف دور محوريّ في تنمية السياحة الثقافية من خلال تقديم تجارب تعليمية غنية تساهم في تعميق وعي الزوار بالمووروث الثقافي والحضاري، فهي توفر فرصاً اقتصادية من خلال استقطاب الزوار ودعم الصناعات المرتبطة بها، مثل الفنون والمهرجانات الثقافية (Enskeep 34). وتُعدُّ المتاحف العالمية الشهيرة، مثل متحف اللوفر في باريس، مثالاً بارزاً على ذلك؛ حيث تستقطب ملايين السياح سنوياً (جدول 2)، مما يعزز مكانتها كعوامل جذب أساسية في الاقتصاد السياحي المحلي والدولي (Timothy 54). ولا تقتصر المتاحف على عرض القطع الأثرية والفنية فحسب، بل تشمل أيضاً متاحف متخصصة تغطي مجالات متنوعة، مثل العلوم، والتاريخ الطبيعي، والتراث الشعبي، والفنون المعاصرة، والرياضة، والموسيقى، والطوابع البريدية، والعملات، والسكك الحديدية، والكتب، والمعدات الزراعية، والقانون، وعلم الجريمة، مما يتيح للزوار فرصاً متعددة لاستكشاف مجالات معرفية مختلفة (الهاجي 90).

جدول (2): أكثر المتاحف زيارة في العالم

الترتيب	اسم المتحف	المدينة	عدد الزوار بالمليون
1	متحف اللوفر Louvre Museum	باريس	9,334,000
2	المتحف الوطني للتاريخ الطبيعي National Museum of Natural History	واشنطن	8,000,000
3	المتحف الوطني الصيني National Museum of China	بكين	7,450,000
4	المتحف الوطني للطيران والفضاء National Air and Space Museum	واشنطن	6,970,000

الترتيب	اسم المتحف	المدينة	عدد الزوار بالمليون
5	المتحف البريطاني British Museum	لندن	6,701,000
6	متحف المتروبوليتان للفنون The Metropolitan Museum of Art	نيويورك	6,280,000
7	المعرض الوطني National Gallery	لندن	6,031,000
8	متاحف الفاتيكان Vatican Museums	روما	5,459,000
9	متحف التاريخ الطبيعي Natural History Museum	لندن	5,250,000
10	المتحف الأمريكي للتاريخ الطبيعي American Museum of Natural History	نيويورك	5,000,000

المصدر: EU. 2025. Museums,

والعلاقة بين المتاحف والسياحة علاقة تبادلية، فالسياحة تلعب دورًا مهمًا في تنشيط المتاحف، أما المتاحف فتساهم في جذب السياح خاصة في المناطق التي تركز على السياحة الثقافية (رواشدة 576)، وقد أظهرت دراسات أن المتاحف في فرنسا وبريطانيا تُعد ثاني أهم عوامل الجذب السياحي الثقافي بعد المواقع الأثرية (رواشدة 576).

علاوةً على ذلك، تُعد المتاحف أدوات فعالة في تعزيز الهوية الثقافية للمجتمعات؛ حيث تسهم في حفظ التراث ونقله إلى الأجيال القادمة. كما تلعب المتاحف المحلية دورًا رئيسيًا في تنشيط المناطق الريفية، وخلق فرص العمل، وتعزيز الفخر المجتمعي، مما يسهم في التنمية المستدامة (الهياجي 90)، ويجعلها منصات للتفاعل بين السياح والمجتمعات المحلية (بابكر وتاي الله 139). ومع التطورات الحديثة، أصبحت المتاحف أكثر تفاعلاً مع زوارها من خلال التقنيات الرقمية والمعارض التفاعلية، مما زاد من جاذبيتها، وأسهم في تعزيز دورها كمراكز رئيسة للسياحة الثقافية. ويُعد التخطيط المدروس للمتحف، إلى جانب الاهتمام بمحتوياته وموارده التراثية والأثرية، عاملاً جوهرياً في تحقيق التنمية المستدامة وحماية كنوزه التاريخية، لضمان الاستفادة منها للأجيال الحالية والمستقبلية (محمود 79).

1.2. المتاحف في المملكة

تعد المملكة العربية السعودية مهد الحضارات، وتزخر المتاحف في المملكة بمجموعات أثرية تعكس عمقها الحضاري؛ حيث تضم المملكة ما يقارب 117 متحفاً (museums.moc.gov.sa) ذات مضامين متنوعة وتتنوع المتاحف في كافة مناطق المملكة مع تفاوت في أعدادها من منطقة إلى أخرى بسبب المحتوى الثقافي والحضاري للمنطقة.

إذ لا تخلو منطقة من مناطق المملكة من وجود متحف على الأقل، وجاء تأسيس هذه المتاحف بهدف أن تكون معززا للدور الذي تؤديه المتاحف في إبراز الوجه الحضاري للمملكة إضافة الى دورها في تنشيط الحركة السياحية.

وتزخر المتاحف بأعداد كبيرة من المقتنيات والقطع الأثرية التي تم العثور عليها أثناء الحفريات والمسوحات الأثرية التي بدأت في وقت مبكر من تاريخ المملكة، كما يمثل المتحف الوطني أقدم المتاحف التي تأسست في المملكة وكان ذلك في عام 1999، ثم توالى إنشاء المتاحف في مختلف مناطق المملكة وخصوصاً تلك التي تحتضن مواقع أثرية، فصارت هذه المتاحف مستودعا للذاكرة الحضارية ورافدا مهما للسياحة الثقافية، كما بذلت الحكومة جهوداً مميزة أسفرت عن تأسيس عدد كبير من المتاحف.

جدول (3): المتاحف في المملكة بحسب النوع

الاسم	العدد
المتاحف العامة	10
المتاحف الإقليمية	11
المتاحف الخاصة	96
الإجمالي	117

المصدر: هيئة المتاحف السعودية (museums.moc.gov.sa, 2025)

جدول (4): المتاحف الإقليمية في المملكة

م	الاسم	المنطقة	المدينة
1	متحف نجران للعمارة الطينية	نجران	نجران
2	متحف قصر الزاهر	مكة المكرمة	مكة المكرمة
3	متحف عسير للفن الحديث والمعاصر	عسير	أبها
4	متحف عرعر للتابلين	الحدود الشمالية	عرعر
5	متحف حائل للفنون الصخرية	حائل	حائل
6	متحف جازان للنباتات العطرية والبخور	جازان	جازان
7	متحف تبوك للرَّحالة	تبوك	تبوك
8	متحف القصيم للنخيل والتمور	القصيم	القصيم
9	متحف الدمام للؤلؤ والأحجار الكريمة	الدمام	الدمام
10	متحف الجوف للإبل	الجوف	دومة الجندل
11	متحف الباحة لتربية النحل	الباحة	الباحة

المصدر: هيئة المتاحف السعودية (museums.moc.gov.sa)

جدول (٥): المتاحف العامة في المملكة

م	الاسم	المنطقة	المدينة
1	مركز الدرعية لفنون المستقبل	الرياض	الدرعية
2	متحف قصر المصمك	الرياض	الرياض
3	متحف طارق عبد الحكيم	مكة المكرمة	جدة
4	متحف ثقافات العالم	الرياض	الرياض
5	متحف الفنون الإسلامية	الرياض	الرياض
6	متحف الفن الجديد	الرياض	الدرعية
7	متحف الذهب الأسود	الرياض	الرياض
8	متحف البحر الأحمر	مكة المكرمة	جدة
9	المتحف الوطني السعودي	الرياض	الرياض
10	المتحف السعودي للفن المعاصر في جاكس	الرياض	الدرعية

المصدر: هيئة المتاحف السعودية (2025, museums.moc.gov.sa)

وتعد السياحة في المملكة من أهم القطاعات التي تركز عليها رؤية السعودية 2030 لتعزيز التنوع الاقتصادي، وبعد خمس سنوات من رؤية المملكة 2030، صنف المنتدى الاقتصادي العالمي (WEF) المملكة في المرتبة 41 من بين 119 دولة في تقرير تنافسية السفر والسياحة لعام 2024، بينما جاءت في المركز الثاني على مستوى الشرق الأوسط وشمال أفريقيا (World Economic Forum 11). ووفقاً لما رصده تقرير الحالة الثقافية، استمر نمو السياحة الثقافية في المملكة العربية السعودية في عام 2023؛ حيث بلغ عدد السياح المحليين والوافدين الذين شاركوا في أنشطة ثقافية نحو 35.2 مليون سائح، مقارنة بـ 22.9 مليون سائح في عام 2022. ويُعزى هذا الارتفاع الكبير بشكل رئيس إلى نمو السياحة الثقافية الوافدة؛ حيث بلغ عدد السياح الوافدين في عام 2023 نحو 13.77 مليون سائح، بنسبة نمو تجاوزت 145% مقارنة بعام 2022. أما على صعيد السياحة الثقافية المحلية، فقد شهدت أيضاً نمواً، وإن كان بنسبة أقل؛ حيث شارك نحو 21 مليون سائح محلي في أنشطة ثقافية، بنسبة نمو بلغت 23.73% (وزارة الثقافة 211). كما أظهر مسح المشاركة الثقافية الذي أجرته وزارة الثقافة لعام 2023 مؤشرات مهمة حول سلوك أفراد المجتمع تجاه زيارة المتاحف في المملكة العربية السعودية خلال أشهر العام نفسه. ووفقاً للنتائج، بلغت نسبة من زاروا المتاحف نحو 14.74%، بينما أفاد 8.79% من المشاركين أنهم لم يزوروا أي متحف خلال الفترة الماضية، وهي نسبة مرتفعة تشير إلى الحاجة إلى تعزيز الوعي الثقافي والترويج لزيارة المتاحف بشكل أكبر. ومن بين الذين لم يزوروا المتاحف، أعرب 76.47% عن رغبتهم في زيارتها مستقبلاً، وهو مؤشر إيجابي يمكن استثماره في جذب جمهور جديد للمتاحف من خلال حملات توعوية وبرامج تفاعلية. كما أوضح 88.63% ممن زاروا المتاحف أنهم زاروها من مرة إلى ثلاث مرات، بينما زارها

8.68% من أربع إلى سبع مرات، وزارها 2.69% أكثر من سبع مرات، مما يعكس وجود شريحة من الجمهور تهتم بالأنشطة المتحفية، وإن كانت محدودة (وزارة الثقافة 294).

2.2. المتحف الوطني السعودي

يقع المتحف الوطني السعودي في مركز الملك عبد العزيز التاريخي بمدينة الرياض، على مساحة 17.000 متر مربع، بمساحة بناء تبلغ 28.000 متر مربع، وقد تم افتتاحه في عام 1999 (هيئة المتاحف السعودية).

يتكون المتحف من طابقين، ويضم ثماني قاعات عرض دائمة، وقاعة للعروض المؤقتة، وقاعة للاستكشافات، وأخرى مخصصة للتوسع المستقبلي؛ مما يعزز دوره كمؤسسة ثقافية متطورة ومتكاملة، بالإضافة إلى ما يحتويه من مرافق إدارية، ومعامل، ومخازن للمقتنيات، ومرافق بحث ومختبرات، والبهو، والخدمات. وتغطي قاعات العرض تطور شبه الجزيرة العربية الطبيعي، والإنساني، والثقافي، والسياسي، والديني، إضافة إلى تطور المملكة العربية السعودية عبر العصور.

تم تصميم المتحف وفق معايير معمارية تعكس البيئة العمرانية التاريخية المحيطة، لا سيما قصر الملك عبد العزيز في المربع، مع تكامل حديث يراعي المقياس الإنساني. ويمثل المتحف مركزاً ثقافياً بارزاً في الرياض والمملكة؛ نظراً لغنى معروضاته وتنوعها. وتنقسم قاعات العرض إلى مجموعتين رئيسيتين:

1. عصور ما قبل الإسلام (الطابق الأرضي): قاعة الإنسان والكون، قاعة الممالك العربية، قاعة العصر الجاهلي.

2. عصور ما بعد الإسلام (الطابق الأول): قاعة البعثة النبوية، قاعة الإسلام والجزيرة العربية، قاعة الدولة السعودية الأولى والثانية، قاعة التوحيد، وينتهي المسار بقاعة الحج والحرمين الشريفين في الطابق الأرضي.

وتتنوع معروضات المتحف لتشمل، المواد الأثرية، والوثائق، والمخطوطات، ولوحات العرض، بالإضافة إلى وسائط العرض المتعددة، ويحتوي المتحف الوطني السعودي على ما يقارب (4000) قطعة أثرية، تخضع لحالة من التناوب في العرض؛ حيث يتم في بعض الأحيان سحب بعض القطع من خزائن العرض لأغراض المشاركة في برامج ثقافية أو الإعارة المؤقتة لمتاحف عالمية. ويعكس هذا التوجه حرص المتحف على تعزيز التبادل الثقافي والتعاون الدولي في المجال المتحفى¹.

يملك المتحف مستودعات مجهزة لأغراض الترميم والمعالجة الفنية للقطع الأثرية، ويعمل بالتنسيق مع هيئة المتاحف السعودية التي توفر معامل متخصصة وكوادر فنية مؤهلة لصيانة القطع وإعادةها إلى حالتها الأصلية، ومن ثم إرجاعها إلى قاعات العرض بعد التأكد من جاهزيتها. ويجرى فحص دوري شامل كل ثلاثة أشهر لجميع القطع الأثرية على أنه جزء من برنامج الصيانة الوقائية. وفي حال اكتشاف أي أضرار أو مظاهر تدهور على إحدى

1 مقابلة أجراها الباحث مع الأستاذ محمد إبراهيم الحلوي، أحد أمناء قاعات المتحف الوطني السعودي.

القطع، يتم إعداد تقرير فني تفصيلي وتحويله إلى الفريق المختص الذي يتولى مهمة التقييم والمعالجة بما يضمن استدامة المعارضات والحفاظ عليها وفقاً للمعايير المتحفية العالمية.

يتألف الهيكل الإداري للمتحف من مدير عام يشرف على إدارتين رئيسيتين: إدارة القاعات والمعارض، وإدارة البرامج وعلاقات الزوار. كما يتضمن الهيكل التنظيمي للمتحف سبعة أقسام تنفيذية، هي: قسم القاعات، قسم المعارض، قسم علاقات الزوار، قسم التواصل المؤسسي، قسم البرامج، قسم الشؤون الفنية، قسم الأمن.

ويضم المتحف فريق عمل مكوناً من 60 موظفاً موزعين على مختلف الوظائف الإدارية والفنية، بما يضمن تنفيذ البرامج التشغيلية بكفاءة عالية.

يوفر المتحف مجموعة من الخدمات النوعية للزوار، من أبرزها: الدخول المجاني، مواقف سيارات خاصة للزوار، برامج تعليمية وثقافية هي: مسرح الطفل، الاستوديو التفاعلي، عروض أفلام وثائقية، برامج تعليمية مخصصة لطلاب المدارس تتوافق مع المناهج الدراسية، دعم طلاب الدراسات العليا في إنجاز بحوثهم المتعلقة بالمقتنيات الأثرية. كما يوفر المتحف مرافق خدمية داعمة، مثل: ركن للمشروبات والوجبات الخفيفة، خزائن لحفظ الأمتعة والأمانات، خدمة الإنترنت اللاسلكي (Wi-Fi)؛ بما يعزز من جودة تجربة الزائر داخل المتحف.

جدول (6): إحصاء عدد الزوار للمتحف الوطني من عام 2013 م إلى نهاية عام 2023 م

العام	الزيارات الرسمية	الزيارات العامة	الزيارات المدرسية	المجموع
2013	9.450	85.600	31.650	44.500
2014	10.100	109.100	33.000	66.000
2015	5.453	98.975	16.979	76.543
2016	6.204	91.406	19.002	66.200
2017	6.526	189.434	22.787	151.160
2018	5.450	116.779	23.027	88.302
2019	5.924	130.331	29.171	95.236
2020	3.545	17.730	2.539	11.646
2021	1.444	38.893	1.093	36.356
2022	2.080	44.584	1.270	41.234
2023	3.829	231.679	16.538	211.312

المصدر: المتحف الوطني السعودي، 2025

3. منهجية الدراسة وإجراءاتها

1.3. أسلوب جمع البيانات

اعتمدت هذه الدراسة على نوعين من البيانات: الثانوية منها كالدراسات السابقة والأدب النظري المتعلق بالمتاحف ودورها في التنمية السياحية، وكذلك الاعتماد على بيانات خاصة بزوار المتاحف تم الحصول عليها من هيئة المتاحف السعودية والمتحف الوطني السعودي. أما البيانات الأولية فقد تم الحصول عليها من خلال الاعتماد على استبانة صممت خصيصاً لتحقيق أهداف هذه الدراسة التي تركز بشكل أساسي على آراء وتصورات الزوار المحليين، التي وُزعت ميدانياً ضمن مشروع تعليمي نفذته عدد من طلاب مقرر «السياحة التراثية» في قسم إدارة موارد التراث بجامعة الملك سعود، في الفترة من أكتوبر إلى ديسمبر 2023، وبناءً على البيانات التي جُمعت، تم تحليل المحتوى دون جمع معلومات حساسة أو تتبع لهويات المشاركين، مع التأكيد على احترام خصوصيتهم وسرية بياناتهم. وقد تم تفضيل المنهج الكمي؛ نظراً لطبيعة أهداف البحث التي تتطلب تعميم النتائج على شريحة واسعة من الزوار، وهو ما توفره المنهجية الكمية من خلال التكرار والقياس الرقمي الدقيق. أما بالنسبة للطرق النوعية مثل المقابلات أو تحليل التعليقات، فقد تم استبعادها بغرض التركيز على بناء تصور عام قائم على بيانات معيارية قابلة للتحليل الإحصائي.

2.3. أداة الدراسة

بعد مراجعة الأدبيات السابقة المتعلقة بدور المتاحف في الجذب السياحي تم تصميم استبانة لقياس إسهام المتحف الوطني السعودي في تعزيز السياحة الثقافية من وجهة نظر الزوار، تكونت من جزأين: الأول تضمن بيانات ديموغرافية للمشاركين، والثاني شمل 15 عبارة على مقياس ليكرت الخماسي تناولت الجوانب الرئيسة لتجربة الزائر: (الدور الثقافي والسياحي، جودة المعروضات وأساليب العرض، الخدمات والتسهيلات المتاحة، كفاءة الموظفين). وقد تم توزيع الاستبانة ميدانياً داخل المتحف الوطني السعودي بمدينة الرياض خلال فترة زمنية امتدت من أكتوبر إلى ديسمبر من عام 2024، بما يعادل ثلاثة أشهر، وهي الفترة التي شهدت نشاطاً نسبياً في زيارة المتحف، مما يعزز تمثيل العينة.

تم اختيار عينة الدراسة بطريقة عشوائية غرضية من الزوار المحليين المتواجدين في المتحف أثناء فترة الدراسة؛ وذلك لارتباط أهداف البحث بتحليل تصورات هذه الفئة تحديداً. ويُعزى اختيار العينة الغرضية إلى قدرتها على تقديم بيانات مباشرة تعكس التجربة الفعلية داخل المتحف. وبلغ حجم العينة 240 مشاركاً، واقتصر الاستقصاء على وجهة نظر الزوار المحليين لما لهم من إدراك أعمق للسياق الثقافي، ولدورهم المحوري في دعم السياحة الداخلية.

3.3. صدق أداة الدراسة وثباتها

تم حساب ثبات أداة الدراسة بالاعتماد على اختبار (Cronbach's Alpha) التي كانت قيمتها في هذه الدراسة من (0.793) إلى (0.894)، مما يوضح درجة جيدة من الثبات لاستخدام هذه الاستبانة في هذه الدراسة (جدول 7)؛ باعتبار أن نسبة معامل الثبات المقبولة أكبر من (0.7) (Hair, et al. 570)، كما تمت مراجعتها من قبل عدد من المختصين وذوي الخبرة في هذا المجال، وبناءً على ملاحظاتهم تم إجراء بعض التعديلات على بعض فقراتها لتخرج الاستبانة بصورتها النهائية.

جدول (7): قيم معاملات الثبات والصدق الذاتي لمتغيرات الدراسة

م	المتغيرات	معامل الثبات	الصدق الذاتي	عدد العبارات
	دور المتحف الوطني في تطوير السياحة الثقافية	0.894	0.946	15
1	دور المتحف الثقافي والسياحي	0.863	0.929	4
2	جودة المعارض وأساليب العرض في المتحف	0.850	0.922	4
3	الخدمات والتسهيلات المتاحة للزوار	0.868	0.932	5
4	كفاءة الموظفين	0.793	0.891	2

4.3. الأساليب الإحصائية المستخدمة

تم تحليل بيانات الاستبانة باستخدام برنامج التحليل الإحصائي SPSS، وذلك لاستخلاص نتائج دقيقة وموضوعية تدعم فرضيات الدراسة. وقد اشتملت الأساليب الإحصائية المستخدمة على ما يلي:

- الإحصاء الوصفي لحساب التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، بهدف وصف خصائص العينة وتحليل اتجاهات الإجابات.
- اختبار (One-Sample T-Test) للتحقق من دلالة الفروق بين المتوسطات الفرضية والواقعية، وقياس مدى توافر خصائص محددة من وجهة نظر الزوار.
- مؤشر الوزن النسبي (Relative Importance Index – RII) لقياس درجة أهمية كل عبارة ضمن المحاور المختلفة وترتيبها بحسب أهميتها النسبية في إدراك المستجيبين.
- اختبار الثبات (Cronbach's Alpha) لقياس اتساق أداة الاستبانة وتقدير مدى موثوقيتها.

5.3. مجتمع الدراسة وعينتها

يتألف مجتمع الدراسة من جميع زوار المتحف الوطني السعودي، أما عينة الدراسة فقد تألفت من عينة عشوائية قوامها 240 زائرًا محليًا ممن أجابوا على استبانة الدراسة وتم تحليل نتائج أجوبتهم. وقد استخدمت أداة الدراسة لجمع

البيانات من هؤلاء الزوار. وقد استغرق زمن توزيع الاستبانة وجمعها ثلاثة أشهر.

6.3. الخصائص الوصفية لعينة الدراسة

جدول (٨): خصائص عينة الدراسة

النسبة	التكرار	الخصائص	
%48.8	117	ذكر	الجنس
%51.2	123	أنثى	
%5.8	14	أقل من 20 سنة	الفئة العمرية
%52.5	126	من 20 سنة إلى أقل من 30 سنة	
%21.3	51	من 30 سنة إلى أقل من 40 سنة	
%10.8	26	من 40 سنة إلى أقل من 50 سنة	
%7.1	17	من 50 سنة إلى أقل من 60 سنة	
%2.5	6	من 60 سنة فأكثر	
%3.7	9	ثانوية عامة فأقل	المستوى التعليمي
%1.2	3	دبلوم	
%61.3	147	مؤهل جامعي (بكالوريوس)	
%33.8	81	دراسات عليا (ماجستير، دكتوراه)	
%32.9	79	موظف حكومي	طبيعة العمل
%10.0	24	موظف قطاع خاص	
%0.8	2	أعمال حرة / تاجر	
%2.1	5	متقاعد	
%42.9	103	طالب	
%2.9	7	غير ذلك	
%8.3	20	بدون عمل	
%100	240	الإجمالي	

يوضح الجدول رقم (8) نتائج التحليل الوصفي لعينة الدراسة؛ حيث شكّلت الإناث نسبة (51.2%)، بينما بلغت نسبة الذكور (48.8%) من إجمالي حجم العينة، ويعكس هذا التوزيع توازنًا جيدًا بين الجنسين، مما يسهم في تعزيز شمولية النتائج ويوفر تمثيلًا متكاملًا. وفيما يتعلق بالتوزيع العمري، تبين أن الفئة العمرية الأكبر تتراوح بين

20 إلى أقل من 30 عامًا بنسبة (52.5%)، تلتها الفئة العمرية بين 30 إلى أقل من 40 عامًا بنسبة (21.3%)، ويشير هذا التوزيع إلى أن الدراسة ركزت على مختلف الفئات العمرية التي تزور المتحف، مما يضيف تنوعًا إلى النتائج. أما بالنسبة للمستوى التعليمي، فقد كانت الغالبية الحاصلة على مؤهل جامعي (بكالوريوس) بنسبة (61.3%)، يليهم الحاصلون على مؤهلات فوق جامعية (ماجستير أو دكتوراه) بنسبة (33.8%)، ويعكس هذا التوزيع ارتباط زيارة المتحف بمستوى التعليم والثقافة. وفيما يخص متغير طبيعة العمل، شكّل الطلاب النسبة الأكبر بواقع (42.9%)، تلاهم الموظفون الحكوميون بنسبة (32.9%)، ثم موظفو القطاع الخاص بنسبة (10%)، ويعكس هذا التوزيع مشاركة متنوعة للفئات المختلفة حسب طبيعة عملها، مما يعزز شمولية الدراسة وارتباطها بأنماط زيارة المتحف.

7.3. خصائص الزيارة للمتحف الوطني:

جدول (9): خصائص زيارة المتحف الوطني السعودي

النسبة	التكرار	الخصائص
100%	240	نعم
0%	0	لا
هل سبقت لك زيارة المتحف الوطني السعودي؟		
11.6%	28	الدليل السياحي
54.6%	131	المعارف والأصدقاء
2.5%	6	التلفاز
27.1%	65	الإنترنت
4.2%	10	الصحف والمجلات
0%	0	وكالات السفر
ما طرق ووسائل معرفتك بالمتحف الوطني السعودي؟		
0.8%	2	أقل من 20 دقيقة
22.5%	54	من 20 إلى 40 دقيقة
29.6%	71	من 41 إلى 60 دقيقة
47.1%	113	أكثر من 60 دقيقة
ما مدة زيارتك (الوقت) داخل المتحف؟		
90.0%	216	نعم
1.7%	4	لا
8.3%	20	ربما
0%	0	لا أعلم
هل تُعدُّ المملكة العربية السعودية مقصدًا متميزًا للسياحة الثقافية؟		

النسبة	التكرار	الخصائص
%74.6	179	نعم
%3.3	8	لا
%21.3	51	ربما
%0.8	2	لا أعلم
%75.8	182	نعم
%6.3	15	لا
%15.8	38	ربما
%2.1	5	لا أعلم
%72.5	174	نعم
%4.6	11	لا
%19.6	47	ربما
%3.3	8	لا أعلم
%100	240	الإجمالي

يُبرز الجدول رقم (9) نتائج تحليل خصائص زيارة المتحف الوطني السعودي، وقد أظهرت النتائج أن جميع أفراد العينة (100%) سبقت لهم زيارة المتحف، مما يشير إلى مستوى عالٍ من الوعي بالمتحف بين أفراد العينة. كما تبين أن العلاقات الشخصية، مثل المعارف والأصدقاء كانت الوسيلة الأكثر شيوعاً للتعرف على المتحف بنسبة (54.6%)، تلتها شبكة الإنترنت بنسبة (27.1%)، ثم الأدلة السياحية بنسبة (11.6%). في المقابل، لم يكن لوكالات السفر أي دور في التعريف بالمتحف؛ مما يعكس أهمية قنوات الاتصال الشخصي والرقمي في الترويج للمتحف. فيما يتعلق بمدة بقاء الزوار داخل المتحف، أشارت البيانات إلى أن النسبة الأكبر من الزوار (47.1%) قضوا أكثر من 60 دقيقة في زيارة المتحف، تليها فئة الأفراد الذين قضوا مدة تتراوح بين 41 إلى 60 دقيقة بنسبة (29.6%)، ثم أولئك الذين استغرقت زيارتهم من 20 إلى 40 دقيقة بنسبة (22.5%)، بينما كانت النسبة الأقل (0.8%) للزوار الذين أمضوا أقل من 20 دقيقة في المتحف، وتشير هذه النتائج إلى أن الزيارة الطويلة نسبياً تعكس غنى المحتوى الثقافي المعروض بالمتحف. وبالنسبة إلى تقييم المملكة كوجهة للسياحة الثقافية، أظهرت النتائج أن غالبية المشاركين (90%) يعتبرون السعودية مقصداً متميزاً للسياحة الثقافية، في حين أعربت نسبة صغيرة (7.1%) عن رأي سلبي، و(3.8%) أبدوا عدم تأكدهم. كما أوضح التحليل الإحصائي أن غالبية أفراد العينة (74.6%) يرون أن المتحف الوطني يُعد من المقومات الأساسية للجذب السياحي الثقافي في المملكة، بينما اعتبر (21.3%) أنه يمكن أن يكون عنصر جذب محتمل، وأفاد

(3.3%) فقط بأنه لا يُعتبر عنصر جذب ثقافي. ومن حيث مدى تلبية المتحف لاحتياجات الزوار، أكد (75.8%) من المشاركين أن المتحف لبي احتياجاتهم واهتماماتهم، بينما أشار (15.8%) إلى احتمالية تلبية احتياجاتهم، في حين أفادت نسبة بسيطة (6.3%) بعدم رضاها عما يقدمه المتحف. أما فيما يتعلق بنية الزوار إعادة زيارة المتحف، فقد عبّر (72.5%) عن نيتهم الأكيدة لزيارة المتحف مرة أخرى، واعتبر (19.6%) أنهم قد يزورونه مجدداً في المستقبل، بينما أفاد (4.6%) بعدم نيتهم تكرار الزيارة. وتنعكس هذه النتائج التقييم الإيجابي للمتحف بوصفه مقصداً سياحياً، ودوره في دعم السياحة الثقافية بالمملكة. ومع ذلك، تبرز الحاجة إلى تحسين تجربة الزوار، خاصة أولئك الذين لم تتم تلبية توقعاتهم بشكل كامل.

8.3. المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغيرات الدراسة:

يوضح الجدول (10) الإحصاءات الوصفية لمتغيرات الدراسة، والتي تشمل المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، والمقاسة بمقياس ليكرت الخماسي. وتشير النتائج إلى تقارب واضح في المتوسطات الحسابية لجميع المتغيرات؛ حيث تجاوزت جميعها الوسط الفرضي (3)، وتراوح بين (4.236) و(4.788)، مما يعكس إدراكاً مرتفعاً من قبل أفراد العينة. كما أن انخفاض قيم الانحرافات المعيارية يدل على اتفاق كبير بين المشاركين في تقييمهم لهذه المتغيرات.

جدول رقم (10): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغيرات الدراسة

م	المتغيرات	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري
	دور المتحف الوطني في تطوير السياحة الثقافية	4.438	0.457
1	دور المتحف الثقافي والسياحي	4.788	0.310
2	جودة المعارض وأساليب العرض في المتحف	4.352	0.731
3	الخدمات والتسهيلات المتاحة للزوار	4.236	0.557
4	كفاءة الموظفين	4.377	0.757

4. نتائج اختبار فروض الدراسة

يعرض هذا القسم نتائج الدراسة المتعلقة باختبار صحة الفروض الرئيسية والفروض الفرعية المنبثقة عنها، على النحو التالي:

1.4. نتائج اختبار الفرض الرئيس للدراسة

انطلقت هذه الدراسة من فرضية رئيسة مفادها: «يسهم المتحف الوطني السعودي بأبعاده المختلفة (الدور الثقافي والسياحي، جودة المعارض وأساليب العرض، الخدمات والتسهيلات المتاحة، وكفاءة الموظفين) بشكل إيجابي في تعزيز السياحة الثقافية في المملكة العربية السعودية من وجهة نظر الزوار المحليين».

وتم اشتقاق أربعة فروض فرعية من هذه الفرضية الرئيسة، تم اختبارها وتحليلها إحصائيًا على النحو الآتي:

1.1.4. نتائج اختبار الفرض الفرعي الأول

يهدف هذا الفرض إلى قياس دور المتحف الوطني السعودي في التعريف الثقافي وتعزيز السياحة في المملكة العربية السعودية، وينطلق الفرض الأساس للدراسة من أن المتحف يؤدي دورًا إيجابيًا في هذا السياق.

ولاختبار صحة هذا الفرض، تم تحليل البيانات باستخدام المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، ومؤشر الوزن النسبي (Relative Importance Index – RII)؛ حيث تم قياس هذا الدور من خلال أربع عبارات مرمزة من (X1-1) إلى (X1-4)، باستخدام مقياس ليكرت الخماسي، الذي يتراوح بين «غير متوافر على الإطلاق» إلى «متوافر تمامًا». وقد تم تحديد طول خلايا مقياس ليكرت الخماسي عبر حساب المدى (5 - 1 = 4)، ثم تقسيمه على أكبر قيمة في المقياس (5) للحصول على طول الخلية الصحيح أي (0.08 = 4/5)، وبإضافة هذه القيمة إلى أقل نقطة في المقياس (1)، تم تحديد الفئات التصنيفية كما يلي: (من 1 إلى أقل من 1.8 يمثل غير متوافر على الإطلاق، من 1.8 إلى أقل من 2.6 يمثل غير متوافر، من 2.6 إلى أقل من 3.4 يمثل متوافر بدرجة متوسطة، من 3.4 إلى أقل من 4.2 يمثل متوافر بدرجة عالية، من 4.2 إلى 5 يمثل متوافر تمامًا) (عبد الولي 70). كما تم استخدام اختبار One-Sample T-Test للتحقق من دلالة النتائج الإحصائية، ويعرض الجدول رقم (11) نتائج قياس دور المتحف الوطني في التعريف الثقافي وتعزيز السياحة في المملكة العربية السعودية.

جدول (11): اختبار دور المتحف الوطني السعودي في التعريف الثقافي وتعزيز السياحة

م	المتغيرات	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مؤشر الوزن النسبي (RII)	مستوى التوافر	الترتيب	قيمة T	مستوى المعنوية
1	العبارة رقم (X1-1)	4.704	0.517	0.941	متوافر تمامًا	الرابع	51.020	**0.000
2	العبارة رقم (X1-2)	4.742	0.492	0.948	متوافر تمامًا	الثالث	54.779	**0.000
3	العبارة رقم (X1-3)	4.854	0.353	0.971	متوافر تمامًا	الأول	81.217	**0.000
4	العبارة رقم (X1-4)	4.854	0.376	0.971	متوافر تمامًا	الثاني	76.275	**0.000
	دور المتحف الثقافي السياحي إجمالاً	4.788	0.310	0.958	متوافر تمامًا		89.161	**0.000

توضح نتائج الجدول (11) ما يلي:

- هناك تقارب واضح بين المتوسطات الحسابية لجميع العبارات التي تقيس دور المتحف الوطني السعودي في التعريف الثقافي وتعزيز السياحة بالمملكة؛ حيث تجاوزت جميع المتوسطات الوسط الفرضي (3). وقد تراوحت القيم بين (4.704) و(4.854)، مما يشير إلى أن المشاركين في الدراسة يرون أن هذه العبارات متوافرة بدرجة

«متوافر تمامًا». كما تعكس قيم الانحرافات المعيارية المنخفضة درجة عالية من الاتفاق بين أفراد العينة في تقديرهم لهذه العبارات. وبشكل عام، بلغ المتوسط الكلي لهذا المحور (4.788)، مما يؤكد الدور الفعال للمتحف الوطني السعودي في التعريف الثقافي وتعزيز السياحة بالمملكة.

- تدعم قيمة T هذه النتائج؛ حيث أظهرت إدراكًا معنويًا إحصائيًا لدى أفراد العينة بشأن توافر جميع عبارات هذا المحور؛ إذ جاءت النتائج عند مستوى دلالة أقل من (0.01). وهذا يعزز صحة الفرض القائل بأن المتحف الوطني السعودي يؤدي دورًا إيجابيًا في التعريف الثقافي وتعزيز السياحة بالمملكة العربية السعودية. بناءً على ذلك، يمكن قبول صحة الفرض الفرعي الأول، الذي ينص على «يؤدي المتحف الوطني السعودي دورًا إيجابيًا في التعريف الثقافي وتعزيز السياحة بالمملكة العربية السعودية».

2.1.4. نتائج اختبار الفرض الفرعي الثاني

يهدف هذا الفرض إلى قياس مدى تأثير جودة المعروضات وأساليب العرض الحديثة في المتحف الوطني السعودي على تجربة الزوار واهتمامهم بالسياحة الثقافية. وينص الفرض على أن: «تحسّن جودة المعروضات وأساليب العرض الحديثة داخل المتحف الوطني السعودي تجربة الزوار وتعزز اهتمامهم بالسياحة الثقافية».

ولاختبار صحة هذا الفرض، تم تحليل البيانات باستخدام المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، ومؤشر الوزن النسبي (Relative Importance Index – RII)؛ وذلك لتقييم مدى تأثير جودة المعروضات وأساليب العرض الحديثة على تجربة الزوار واهتمامهم بالسياحة الثقافية، وفقًا لآراء أفراد العينة؛ حيث تم قياس هذا المحور من خلال أربع عبارات مرمزة من (X2-1) إلى (X2-4). بالإضافة إلى ذلك، تم استخدام اختبار One-Sample T-Test للتحقق من دلالة النتائج الإحصائية، ويوضح الجدول رقم (12) نتائج الاختبار الإحصائي لقياس أثر جودة المعروضات وأساليب العرض الحديثة على تجربة الزوار واهتمامهم بالسياحة الثقافية.

جدول (12): اختبار تأثير جودة المعروضات وأساليب العرض الحديثة داخل المتحف على السياحة الثقافية

م	المتغيرات	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مؤشر الوزن النسبي (RII)	مستوى التوافر	الترتيب	قيمة T	مستوى المعنوية
1	العبارات رقم (X2-1)	4.496	0.776	0.899	متوافر تمامًا	الأول	29.855	**0.000
2	العبارات رقم (X2-2)	4.217	0.991	0.843	متوافر تمامًا	الرابع	19.019	**0.000
3	العبارات رقم (X2-3)	4.325	0.916	0.865	متوافر تمامًا	الثالث	22.403	**0.000
4	العبارات رقم (X2-4)	4.371	0.823	0.874	متوافر تمامًا	الثاني	25.795	**0.000
	جودة المعروضات وأساليب العرض	4.352	0.731	0.870	متوافر تمامًا		28.636	**0.000

توضح نتائج الجدول رقم (12) ما يلي:

- هناك تقارب واضح بين المتوسطات الحسابية لجميع العبارات التي تقيس تأثير جودة المعروضات وأساليب العرض الحديثة في المتحف الوطني السعودي على تجربة الزوار واهتمامهم بالسياحة الثقافية؛ حيث تجاوزت جميع المتوسطات الوسط الفرضي (3). وقد تراوحت القيم بين (4.217) و(4.496)، مما يشير إلى أن المشاركين في الدراسة يرون أن هذه العناصر متوافرة بدرجة «متوافرة تمامًا». كما تعكس قيم الانحرافات المعيارية المنخفضة اتفاقًا كبيرًا بين أفراد العينة في تقييمهم لهذه العبارات. وبشكل عام، بلغ المتوسط الكلي لهذا المحور (4.352)، مما يعزز التأكيد على التأثير الإيجابي لجودة المعروضات وأساليب العرض الحديثة في تحسين تجربة الزوار وزيادة اهتمامهم بالسياحة الثقافية.
- تدعم قيمة T هذه النتائج؛ حيث أظهرت إدراكًا معنويًا إحصائيًا لدى أفراد العينة بشأن توافر جميع عبارات هذا المحور؛ إذ جاءت النتائج عند مستوى دلالة أقل من (0.01). وهذا يؤكد صحة الفرض القائل بأن جودة المعروضات وأساليب العرض الحديثة تؤثر إيجابيًا على تجربة الزوار واهتمامهم بالسياحة الثقافية.
- بناءً على ذلك، يمكن قبول صحة الفرض الفرعي الثاني الذي ينص على أنه: «تؤثر جودة المعروضات وأساليب العرض الحديثة داخل المتحف الوطني السعودي بشكل إيجابي في تحسين تجربة الزوار واهتمامهم بالسياحة الثقافية».

3.1.4. نتائج اختبار الفرض الفرعي الثالث

يهدف هذا الفرض إلى قياس مدى تأثير الخدمات والتسهيلات المتاحة في المتحف الوطني السعودي على تحسين تجربة الزوار وزيادة مستوى رضاهم، مما يسهم في تعزيز جاذبية المتحف كوجهة سياحية. وينص الفرض على أن: «تُسهم الخدمات والتسهيلات المتاحة في المتحف الوطني السعودي في تحسين تجربة الزوار وزيادة مستوى رضاهم، مما يعزز من جاذبية المتحف كوجهة سياحية».

ولاختبار صحة هذا الفرض، تم الاعتماد على الأساليب الإحصائية المناسبة، بما في ذلك المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، ومؤشر الوزن النسبي (Relative Importance Index – RII)؛ وذلك لتحليل مدى توافر العبارات التي تقيس تأثير الخدمات والتسهيلات المتاحة على تجربة الزوار ورضاهم، وفقًا لآراء أفراد العينة حيث شمل قياس هذا المحور خمس عبارات تم ترميزها بالرموز (X2-1) إلى (X2-4). وللتأكد من دلالة النتائج، تم استخدام اختبار One-Sample T-Test للتحقق من مدى معنوية الفروق الإحصائية. ويوضح الجدول رقم (13) تحليل مدى تأثير الخدمات والتسهيلات المتاحة في المتحف الوطني السعودي على تجربة الزوار ورضاهم، وبالتالي تعزيز جاذبية المتحف كوجهة سياحية.

جدول (13): اختبار مدى مساهمة الخدمات والتسهيلات المتاحة في المتحف الوطني في تحسين تجربة الزوار

م	المتغيرات	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مؤشر الوزن النسبي (RII)	مستوى التوافر	الترتيب	قيمة T	مستوى المعنوية
1	العبارة رقم (X3-1)	4.175	0.911	0.835	بدرجة عالية	الثالث	19.966	**0.000
2	العبارة رقم (X3-2)	4.767	0.495	0.953	متوافر تمامًا	الأول	55.116	**0.000
3	العبارة رقم (X3-3)	3.996	1.076	0.799	بدرجة عالية	الرابع	14.330	**0.000
4	العبارة رقم (X3-4)	4.458	0.769	0.892	متوافر تمامًا	الثاني	29.353	**0.000
5	العبارة رقم (X3-5)	3.788	1.189	0.758	بدرجة عالية	الخامس	10.256	**0.000
	الخدمات والتسهيلات المتاحة في المتحف	4.236	0.557	0.847	متوافر تمامًا		34.338	**0.000

توضح نتائج الجدول رقم (13) ما يلي:

- هناك تقارب واضح بين المتوسطات الحسابية لجميع العبارات التي تقيس مدى مساهمة الخدمات والتسهيلات المتاحة في المتحف الوطني السعودي في تحسين تجربة الزوار وزيادة رضاهم، مما يعزز جاذبية المتحف كوجهة سياحية. وقد تجاوزت جميع المتوسطات الوسط الفرضي (3)؛ حيث تراوحت القيم بين (3.788) و(4.767)، مما يشير إلى أن المشاركين في الدراسة يرون أن هذه العبارات «متوافرة تمامًا» أو «متوافرة بدرجة عالية». كما تعكس قيم الانحرافات المعيارية المنخفضة درجة عالية من الاتفاق بين أفراد العينة. وبشكل عام، بلغ المتوسط الكلي لهذا المحور (4.236)، مما يؤكد الدور الفعال للخدمات والتسهيلات المتاحة في تحسين تجربة الزوار وزيادة رضاهم، وبالتالي تعزيز جاذبية المتحف كوجهة سياحية.
- تدعم قيمة T هذه النتائج؛ حيث أظهرت إدراكًا معنويًا إحصائيًا لدى أفراد العينة بشأن توافر جميع عبارات هذا المحور؛ إذ جاءت النتائج عند مستوى دلالة أقل من (0.01). وهذا يعزز صحة الفرض القائل بأن الخدمات والتسهيلات المتاحة في المتحف تسهم في تحسين تجربة الزوار وزيادة رضاهم.
- بناءً على ذلك، يمكن قبول صحة الفرض الفرعي الثالث، الذي ينص على أنه «تُسهم الخدمات والتسهيلات المتاحة في المتحف الوطني السعودي في تحسين تجربة الزوار وزيادة رضاهم، مما يعزز جاذبية المتحف كوجهة سياحية».

4.1.4. نتائج اختبار الفرض الفرعي الرابع

يهدف هذا الفرض إلى قياس مدى تأثير كفاءة الموظفين في المتحف الوطني السعودي على مستوى رضا الزوار، وانعكاس ذلك على تعزيز السياحة الثقافية. وينص الفرض على أنه: «تؤثر كفاءة الموظفين في المتحف الوطني السعودي بشكل إيجابي على رفع مستوى رضا الزوار، مما يسهم في تعزيز السياحة الثقافية».

ولاختبار صحة هذا الفرض، تم تحليل البيانات باستخدام المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، ومؤشر الوزن النسبي (Relative Importance Index – RII)؛ لتحليل مدى توافر العبارات التي تقيس تأثير كفاءة الموظفين على رضا الزوار وفقاً لآراء عينة الدراسة حيث تم قياس هذا المحور من خلال عبارتين مرمزيتين من (X4-1) إلى (X4-2). كما تم استخدام اختبار One-Sample T-Test للتحقق من دلالة النتائج إحصائياً، ويعرض الجدول رقم (14) نتائج اختبار مدى تأثير كفاءة الموظفين في المتحف الوطني السعودي على مستوى رضا الزوار، وانعكاس ذلك على تعزيز السياحة الثقافية.

جدول (14): اختبار تأثير كفاءة الموظفين في المتحف الوطني السعودي على تعزيز السياحة الثقافية

م	المتغيرات	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مؤشر الوزن النسبي (RII)	مستوى التوافر	الترتيب	قيمة T	مستوى المعنوية
1	العبارات رقم (X4-1)	4.250	0.965	0.850	متوافر تماماً	الثاني	20.048	**0.000
2	العبارات رقم (X4-2)	4.504	0.672	0.901	متوافر تماماً	الأول	34.665	**0.000
	كفاءة الموظفين في المتحف إجمالاً	4.377	0.757	0.875	متوافر تماماً		28.165	**0.000

توضح نتائج الجدول (14) ما يلي:

هناك تقارب واضح بين المتوسطات الحسابية لجميع العبارات التي تقيس مدى تأثير كفاءة الموظفين في المتحف الوطني السعودي على مستوى رضا الزوار؛ حيث تجاوزت جميع المتوسطات الوسط الفرضي (3)، وتراوح بين (4.250) و(4.504)، وهذا يشير إلى أن مفردات العينة يرون أن هذه العبارات «متوافرة تماماً». كما تعكس قيم الانحرافات المعيارية المنخفضة مستوى عالياً من الاتفاق بين المشاركين في الدراسة حول توافر جميع عبارات هذا المحور. وبشكل عام، بلغ المتوسط الكلي لهذا المحور (4.377)، مما يؤكد التأثير الإيجابي لكفاءة الموظفين في المتحف على رضا الزوار، وهو ما يسهم في تعزيز السياحة الثقافية.

تدعم قيمة T هذه النتائج؛ حيث أظهرت إدراكاً معنوياً إحصائياً لدى أفراد العينة بشأن توافر جميع عبارات هذا المحور؛ إذ جاءت النتائج عند مستوى دلالة أقل من (0.01)، وهذا يؤكد أن كفاءة الموظفين في المتحف تؤثر إيجابياً على رضا الزوار، مما يسهم في تعزيز السياحة الثقافية.

بناءً على ذلك، يمكن قبول صحة الفرض الفرعي الرابع، الذي ينص على أنه: «تؤثر كفاءة الموظفين في المتحف الوطني السعودي بشكل إيجابي على رفع مستوى رضا الزوار، مما يسهم في تعزيز السياحة الثقافية».

وبعد قبول صحة الفروض الفرعية الأربعة من الفرض الرئيس للدراسة يمكن التأكيد على المساهمة الكبيرة للمتحف الوطني السعودي في تعزيز السياحة الثقافية من منظور الزوار كما يوضح الجدول (15):

جدول (15): اختبار مدى مساهمة الألعاب الشعبية في تعزيز التفاعل الثقافي بين أفراد المجتمع كمتغير إجمالي

م	المتغيرات	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مؤشر الوزن النسبي (RII)	مستوى التوافر	الترتيب	قيمة T	مستوى المعنوية
1	دور المتحف الثقافي والسياحي	4.788	0.310	0.958	متوافر تمامًا	الأول	89.161	**0.000
2	جودة المعروضات وأساليب العرض	4.352	0.731	0.870	متوافر تمامًا	الثالث	28.636	**0.000
3	الخدمات والتسهيلات المتاحة للزوار	4.236	0.557	0.847	متوافر تمامًا	الرابع	34.338	**0.000
4	كفاءة الموظفين في المتحف	4.377	0.757	0.875	متوافر تمامًا	الثاني	28.165	**0.000
	دور المتحف الوطني في تطوير السياحة الثقافية	4.438	0.457	0.888	متوافر تمامًا		48.663	**0.000

توضح نتائج الجدول (١٥) ما يلي:

- هناك تقارب واضح بين المتوسطات الحسابية لجميع الأبعاد التي تقيس مدى مساهمة المتحف الوطني السعودي في تعزيز السياحة الثقافية بالمملكة، والتي تشمل: (دور المتحف الثقافي والسياحي، جودة المعروضات وأساليب العرض، الخدمات والتسهيلات المتاحة، وكفاءة الموظفين). وقد تجاوزت جميع المتوسطات الوسط الفرضي (3)؛ حيث بلغت على التوالي (4.788، 4.352، 4.236، 4.377). وهذا يشير إلى أن مفردات العينة ترى أن هذه الأبعاد «متوافرة تمامًا». كما تعكس قيم الانحرافات المعيارية المنخفضة مستوى عاليًا من الاتفاق بين المشاركين في تقديرهم لتوافر جميع هذه الأبعاد. وبشكل عام، بلغ المتوسط الكلي لهذا المحور (4.438)، مما يؤكد الدور البارز للمتحف الوطني السعودي في تعزيز السياحة الثقافية بالمملكة.
 - تدعم قيمة T هذه النتائج؛ حيث أظهرت إدراكًا معنويًا إحصائيًا لدى أفراد العينة بشأن توافر جميع أبعاد هذا المحور؛ إذ جاءت النتائج عند مستوى دلالة أقل من (0.01). وهذا يعزز صحة الاستنتاج بأن المتحف الوطني بالرياض يسهم بفعالية في تعزيز السياحة الثقافية من منظور الزوار.
- بناءً على ذلك، يمكن قبول صحة الفرض الرئيس للدراسة، الذي ينص على أنه: «يُسهم المتحف الوطني السعودي بأبعاده (دور المتحف الثقافي والسياحي، جودة المعروضات وأساليب العرض، الخدمات والتسهيلات المتاحة، وكفاءة الموظفين) بشكل إيجابي في تعزيز السياحة الثقافية بالمملكة العربية السعودية من منظور الزوار».

5. مناقشة النتائج

تعكس النتائج الإحصائية لهذه الدراسة الدور الفاعل الذي يلعبه المتحف الوطني السعودي في تعزيز السياحة الثقافية، وذلك من خلال تنمية الوعي الثقافي، وتوفير تجارب تعليمية وترفيهية متميزة. حيث أظهرت البيانات أن الزوار المحليين يدركون أهمية المتحف في إبراز الهوية الثقافية للمملكة العربية السعودية. وقد أظهرت التحليلات أن جميع المتغيرات المدروسة، بما في ذلك الدور الثقافي والسياحي للمتحف، جودة المعروضات، الخدمات والتسهيلات، وكفاءة الموظفين، قد حصلت على تقييمات مرتفعة تجاوزت الوسط الفرضي (3)، مما يعكس مستوى رضى عاليًا بين الزوار. وتتسق هذه النتائج مع العديد من الدراسات السابقة التي أكدت على دور المتاحف كمحركات رئيسية للسياحة الثقافية (رواشدة، 2014؛ Culley, 2010).

1.5. دور المتحف الوطني السعودي في تعزيز السياحة الثقافية

أظهرت نتائج التحليل الإحصائي أن المتحف الوطني السعودي يعد عنصرًا رئيسيًا في السياحة الثقافية؛ حيث حصل محور «دور المتحف الثقافي والسياحي» على متوسط حسابي بلغ (4.788)، مما يشير إلى وعي الزوار بالدور التوعوي والثقافي للمتحف في تعريفهم بتاريخ المملكة وتراثها. وقد أكدت دراسات عدة، مثل دراسة رواشدة (2014) أن المتاحف تُعد ثاني أهم عوامل الجذب السياحي الثقافي بعد المواقع الأثرية، وهو ما يدعم نتائج هذه الدراسة حول أهمية المتحف الوطني السعودي في تعزيز السياحة الثقافية. كما تتوافق هذه النتيجة مع دراسة Bruner (1993) التي أوضحت أن نجاح المتاحف في استقطاب السياح يعتمد على قدرتها على تقديم تجربة ثقافية متميزة، وهو ما تعكسه هذه الدراسة التي تؤكد على الدور البارز للمتحف الوطني السعودي كمركز تعليمي وثقافي، مع خصوصية السياق السعودي؛ إذ أن زخم التطوير في القطاع السياحي حديث نسبيًا، مما يجعل التحدي الأكبر لا في دور المتحف ذاته، بل في آليات تفعيله واستدامته.

2.5. جودة المعروضات وأساليب العرض وتأثيرها على تجربة الزوار

أظهرت الدراسة أن جودة المعروضات وأساليب العرض في المتحف الوطني السعودي تلعب دورًا أساسيًا في تحسين تجربة الزوار؛ حيث حصل هذا المحور على متوسط حسابي بلغ (4.352)، مما يعكس الرضا العام عن طرق عرض المقتنيات التاريخية والثقافية. وتتماشى هذه النتيجة مع دراسة (Minchetti, 2002) التي أكدت أن أساليب العرض المبتكرة تعزز تجربة الزوار وتجذب أعدادًا أكبر من السياح، وتضمن التفاعل المستمر مع الجمهور. كما تدعمها دراسة (Steven & Simon, 1999) التي وجدت أن اعتماد التكنولوجيا الحديثة في العرض، مثل العروض التفاعلية والواقع المعزز، يعزز من جاذبية المتاحف، ودراسة (Richards, 2016) التي أكدت أن السياحة الثقافية

تعتمد على جودة المعروضات والخدمات المقدمة للزوار، وهو ما يدعم ضرورة تطوير أساليب العرض في المتحف الوطني السعودي لضمان استمرار الجذب السياحي وتعزيز تفاعل الزوار مع المحتوى الثقافي، كما هو الحال في المتاحف العالمية مثل متحف التاريخ الطبيعي في نيويورك أو متحف العلوم في لندن، اللذين يعتمدان تقنيات الواقع المعزز والعروض الحية لجذب الزوار، خاصة من فئة الشباب والأطفال.

3.5. الخدمات والتسهيلات المتاحة للزوار

كشفت النتائج أن الخدمات والتسهيلات المتاحة داخل المتحف تسهم في تحسين تجربة الزوار؛ حيث بلغ متوسط تقييم هذا المحور (4.236)، مما يشير إلى رضا الزوار عن توفر الخدمات الأساسية، ولكنها تعكس أيضًا الحاجة إلى تحسين بعض الجوانب، مثل مواقف السيارات، وسائل النقل إلى المتحف، وزيادة الأنشطة التفاعلية، وهي ملاحظات تتكرر في دراسات محلية مثل دراسة بن منيع (2020)، والتي أبرزت أن بعض المتاحف السعودية تعاني من ضعف في البنية التحتية والخدمات المساندة، مما يقلل من قدرتها على المنافسة عالميًا. وتدعم هذه النتيجة ما توصلت إليه دراسة (Culley, 2010) التي أشارت إلى أن تقديم خدمات سياحية متكاملة يسهم في زيادة أعداد الزوار ورفع مستوى رضاهم، ودراسة (Kelly, 2007) التي أكدت أن توفير بيئة مريحة للزوار، بما في ذلك المرافق الحديثة والإرشاد الجيد، يسهم في تحسين تجربة المتحف وتحفيز إعادة الزيارة، وهو ما يتماشى مع أحد استنتاجات هذه الدراسة التي كشفت أن أكثر من 72% من الزوار ينوون زيارة المتحف مرة أخرى.

4.5. كفاءة الموظفين وأثرها على تجربة الزوار

أظهرت النتائج أن كفاءة الموظفين في المتحف الوطني السعودي تؤثر بشكل مباشر على مستوى رضا الزوار؛ حيث حصل هذا المحور على متوسط حسابي بلغ (4.377)، مما يعكس التقدير العالي للزوار لمهارات وإلمام موظفي المتحف بالمعروضات التاريخية والثقافية. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (بن منيع، 2014) التي أوضحت أن الموظفين في المتاحف يلعبون دورًا أساسيًا في تعزيز تجربة الزوار من خلال تقديم معلومات دقيقة والتفاعل الإيجابي معهم. ودراسة (Ambrose 2006) التي أكدت أن تدريب الموظفين على مهارات التفاعل مع الزوار يعزز جاذبية المتاحف كمقاصد سياحية ثقافية، وهو ما يشير إلى إمكانية تحسين تجربة الزوار في المتحف الوطني السعودي عبر توفير برامج تدريبية متقدمة للموظفين. غير أن الباحث يرى أن الاعتماد المفرط على العنصر البشري في إيصال المعلومة دون دعم تقني قد يُعد تحديًا مستقبليًا في ظل التحول الرقمي في صناعة المتاحف عالميًا.

5.5. التحديات التي يواجهها المتحف الوطني السعودي

على الرغم من النتائج الإيجابية التي أظهرت فاعلية المتحف الوطني السعودي في تعزيز السياحة الثقافية، إلا أن التحليل الإحصائي واستجابات المشاركين كشفت عن عدد من التحديات والمعوقات التي تحد من الاستفادة

الكاملة من إمكانيات المتحف، وقد تمثلت أبرز هذه التحديات فيما يلي:

1. ضعف التسويق والترويج الرقمي للمتحف: أظهرت بيانات الاستبانة أن نسبة كبيرة من الزوار تعرّفوا على المتحف من خلال المعارف والأصدقاء، بينما كان الاعتماد على القنوات الرسمية ووكالات السفر منخفضاً للغاية، مما يشير إلى حاجة ملحة إلى تطوير استراتيجيات تسويق فعالة، خصوصاً عبر المنصات الرقمية.
 2. صعوبة الوصول إلى موقع المتحف: اشتكى عدد من المشاركين من محدودية وسائل النقل العامة المؤدية إلى المتحف، بالإضافة إلى ضعف الإرشادات والعلامات المروية التي تُسهّل الوصول إليه.
 3. نقص مواقف السيارات: أشار العديد من الزوار إلى أن عدد مواقف السيارات غير كافٍ، خاصة في أوقات الذروة والعطل الرسمية، مما ينعكس سلباً على سهولة زيارة المتحف.
 4. محدودية الأنشطة التفاعلية داخل المتحف: أظهرت النتائج وجود قصور في توفير تجارب تفاعلية، مثل العروض التفاعلية أو الشاشات الذكية، وهو ما يقلل من فرص جذب الزوار، خاصة من فئة الشباب والأطفال.
 5. ضعف التجديد والتحديث المستمر للمحتوى: عبّر بعض المشاركين عن ملاحظاتهم حول ثبات المعروضات وطريقة العرض، مما قد يؤثر على رغبة الزوار في إعادة الزيارة.
 6. غياب البرامج التعليمية والفعاليات الثقافية المنتظمة: لوحظ نقص في الفعاليات التي تستهدف الجمهور المحلي، مثل ورش العمل والمحاضرات والمعارض المؤقتة، والتي قد ترفع من جاذبية المتحف كوجهة ثقافية نشطة.
- من وجهة نظر الباحث، ورغم الصورة الإيجابية العامة التي تظهرها البيانات، إلا أن التحدي الجوهري يكمن في «تحويل التجربة المتحفية من نموذج الزيارة التقليدية إلى تجربة ثقافية متكاملة ومتجددة». ويتطلب ذلك العمل على مسارين متوازيين: المحتوى (التجديد، التفاعل، التكنولوجيا)، والسياق (الوصول، التسويق، الشراكات مع القطاعات الأخرى).

ختاماً، يمكن القول إن المتحف الوطني السعودي يمتلك المقومات التي تؤهله ليكون مركزاً ثقافياً وسياحياً رائداً، لكن استدامة هذا الدور مشروطة بالتحول من التركيز على العرض إلى الاهتمام بتجربة الزائر بوصفه شريكاً في التفاعل الثقافي، وليس مجرد متلقٍ للمعلومة. ويتطلب ذلك إرادة مؤسسية واضحة، واستراتيجيات تطوير مرنة ومتجاوبة مع المتغيرات المحلية والدولية.

خاتمة

خلصت هذه الدراسة إلى أن المتحف الوطني السعودي يمثل ركيزة أساسية في تنمية السياحة الثقافية؛ حيث يسهم في نشر الوعي التاريخي وتعزيز الهوية الثقافية للمملكة. وأظهرت النتائج تقدير الزوار لجودة المعروضات والخدمات، مع وجود تحديات تستدعي حلولاً تطويرية، أبرزها تعزيز التسويق الرقمي، وتحسين الأنشطة التفاعلية، وتيسير الوصول إلى المتحف.

وانطلاقاً من أهداف رؤية المملكة 2030، التي تسعى إلى تنويع الاقتصاد وتعزيز السياحة بوصفها قطاعاً رئيساً، توصي الدراسة بتطوير استراتيجيات مبتكرة لجذب الزوار من خلال توظيف التكنولوجيا في العرض، وتحسين البنية التحتية، وزيادة التعاون مع الجهات المعنية لترسيخ مكانة المتحف كمركز ثقافي وسياحي عالمي. وفيما يلي أبرز التوصيات التي من شأنها أن تسهم في جعل المتحف الوطني السعودي نموذجاً رائداً للسياحة الثقافية المستدامة:

- تكثيف جهود التسويق الرقمي والترويج للمتحف على المستويين المحلي والدولي.
 - تطوير وسائل العرض التفاعلية باستخدام تقنيات الواقع الافتراضي والمعزز.
 - تحسين الخدمات اللوجستية، بما في ذلك مواقف السيارات ووسائل النقل.
 - توسيع نطاق الأنشطة التفاعلية وورش العمل الثقافية لاستقطاب مختلف الفئات العمرية.
 - تقديم برامج تدريبية متقدمة للموظفين لتعزيز مهارات التواصل مع الزوار.
- ختاماً، تقترح الدراسة إجراء دراسات نوعية مستقبلاً باستخدام المقابلات المفتوحة أو تحليل مضمون تعليقات الزوار، وذلك بهدف تعميق الفهم وتفسير نتائج الدراسة الكمية بشكل أكثر دقة، ما يتيح تقديم توصيات أكثر شمولاً وارتباطاً بالتجارب الفعلية للزوار.

المراجع

أولاً: العربية

- بابكر، رباب عبد الرحمن الوسيلة، وتاي الله، ياسر علي محمد. «المتاحف في السودان ودورها في تنمية السياحة». مجلة القلزم للدراسات التوثيقية، ع11، 2022، 129-156.
- بن منيع، أمل محمد سليمان. تقويم الأداء المتحفى المتاحف المواقع الأثرية في المملكة العربية السعودية وتطويرها - متحف نجران دراسة حالة. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الملك سعود، 2014.
- توفيق، منال إسماعيل، وعبد اللطيف، علاء الدين أسامة. «المتاحف ودورها في نشر الثقافة السياحية وجذب السائحين إلى مصر: دراسة حالة على المتحف المصري». المجلة الدولية للتراث والسياحة والضيافة، مج11، ع2، 2017، 141-168.
- الحججي، سعيد. «متاحف الآثار هويتها تطورها وواقعها المعاصر». مجلة جامعة دمشق، مج30، ع3، 2014.
- دخان، بشير. «دور المتاحف الأثرية في صناعة السياحة». مجلة كليات التربية، جامعة الزاوية، ع20، 2020، 413-429.
- الراشدي، مريم محمد، والمعلم، عباس، ومشتهى، عماد. «دور المتاحف والمناطق الأثرية في تعزيز السياحة الثقافية في المنطقة الوسطى لإمارة الشارقة». مجلة الإتحاد العام للآثار العرب، مج24، ع2، 2023، 412-435.
- رواشدة، أكرم عاطف. «دور المتاحف الأثرية الأردنية في جذب السياحة». دراسات: العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 41، العدد 2، الجامعة الأردنية، 2014، 576-588.
- الزعبي، دينا إسماعيل خلف. دور المتاحف الأثرية في التنمية السياحية في الأردن. رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الهاشمية، 2010.
- شبر، الهام خضير شبر، وصبري، أسامة باسم. «أهمية التأهيل المستدام للمدن التاريخية والأثرية في تطوير السياحة الثقافية». مجلة الأطروحة العلمية المحكمة، طبعة العلوم السياحية والآثار والتراث، بغداد، مج3، ع6، 2018.
- عامر، رانيا. البعد الثقافي للمتحف ودوره في التنمية السياحية: دراسة في أثروبولوجيا السياحة. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الإسكندرية، كلية الآداب، قسم الأثروبولوجيا، 2005.
- عبد الولي، معاذ أحمد محمد. دور نظم المعلومات التسويقية في دعم القدرة التسويقية التنافسية: دراسة مقارنة بين البنوك التجارية الحكومية والخاصة في الجمهورية اليمنية. رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التجارة، جامعة أسيوط، 2017.
- عشي، صليحة. الأداء والأثر الاقتصادي والاجتماعي للسياحة في الجزائر وتونس والمغرب. أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة الحاج لخضر، 2011.
- عمران، ناهد أحمد. «دور المتاحف الحديثة في تحقيق التنمية المستدامة: دراسة حالة المتاحف الخضراء بين المفهوم والتطبيق». مجلة السياحة والفنادق والتراث، مج5، ع2، 2022، 166-176.
- محمد، سميرة سيد. «المتحف والتنمية المستدامة: دراسة استكشافية لبيان دور المتاحف في تحقيق أهداف التنمية المستدامة 2030». مجلة بحوث في علم المكتبات والمعلومات، ع25، 2020، 521-538.
- محمود، وعد عدنان. «دور التسويق المتحفى في التنمية الاقتصادية والعلمية والسياحة العامة». المجلة الدولية للسياحة البيئية الثقافية وتخطيط وتطوير الضيافة، مج4، ع1، 2021، 72-94.
- نعامة، أحمد علي عبد الله، وبن أميدة، نجا خليفة. «دور المتاحف في تنشيط القطاع السياحي في ليبيا». مجلة المعرفة، ع10، 2019، 22-41.

نوفل، نبيل. مناهج البحث في التربية. دار المعارف، القاهرة، 2002.

الهياجي، ياسر هاشم. السياحة التراثية: الاتجاهات المعاصرة وأولويات التنمية. ط 1، كتاب محكم، جامعة الملك سعود، 2023.

وزارة الثقافة. تقرير الحالة الثقافية في المملكة العربية السعودية. مكتبة الملك فهد الوطنية، 2023.

ثانيًا: الإنجليزية

References:

- Abdūlwālī, Moāz Ahmed Mūhammed. *The Role of Marketing Information Systems in Supporting Competitive Marketing Capability: A Comparative Study Between Public and Private Commercial Banks in the Republic of Yemen* (in Arabic), Unpublished Master's Thesis, Faculty of Commerce, Assiut University, 2017.
- Al-Hajjī, Sa'īd. "Matāhef al-Athār: Hawiyyatuhā Tatawwuruhā wa Waqi'uhā al-Mu'aşir" (in Arabic), *Journal of Damascus University*, Vol. 30, No. 3, 2014.
- Alhiagi, Yāssēr Hashēm. *Heritage Tourism Contemporary Trends and Development Priorities* (in Arabic), 1st ed., Peer-reviewed book, King Saud University, 2023.
- Al-Rashīdī, Maryam Mūhammad, Al-Mu'allīm, Abbās, and Mushtahā, Imād. "The role of museums and heritage areas of Sharjah in improving a sustainable cultural tourism in the Emirate of Sharjah" (in Arabic), *Majallat Al-Ittiḥād Al-'ām Lil Aṭārīyin Al-'arab (JGUAA)*, Vol. 24, No. 2, 2023, pp. 412–435.
- Al-Zu'bī, Dima Isma'īl Khalaf. *Dawr al-Matahef al-Athariyya fi al-Tanmiya al-Siyahiyya in Jordan* (in Arabic), Unpublished master's thesis, Al-Hashimiyya University, 2010.
- Amēr, Rānia. *Al-Bu'd al-Thaqāfi lil-Matāhef wa Dawruhu fi al-Tanmiya al-Siyāhiyya: Dirasa fi Anthropologia al-Siyaha* (in Arabic), Unpublished master's thesis, Alexandria University, Faculty of Arts, Department of Anthropology, 2005.
- Āshi, Ṣalīhah. *Al-'Ada' wal-Athar al-Iqtisadi wal-Ijtima'ī lil-Siyaha fi al-Algeria Tunisia and Morocco* (in Arabic), Unpublished doctoral dissertation, University of Hadj Lakhḍar, 2011.
- Ayodele, Augustine Ibunkun, Akande, Abimbola Olumuyiwa, and Ibidapo, Abimbola Olubunmi. "Museums as Contributors to the Promotion of Cultural Tourism in Lagos State, Nigeria: Case of National Museum Lagos." *African Social Science and Humanities Journal (ASSHJ)*, Vol. 5, No. 4, pp. 449-461, 2024.
- Ḥabākr, Raḥab Abd al-Rahmān al-Wasila, and Tay Allah, Yāssēr Ali Mūhammad. *Al-Matāhef fi al-Sūdān wa Dawruhā fi Tanmiat al-Siyāha* (in Arabic), *Majallat al-Qulzam lil-Ḍirasāt al-Tawthiqiyya*, No. 11, 2022, pp. 129–156.
- Bin Manī', Amal Mūhammad Sulaymān. *Museum Inventory Performance Evaluation for archaeological sites museums in the Kingdom of Saudi Arabia Najran Museum - a case study Museum Inventory* (in Arabic), Unpublished master's thesis, King Saud University, 2014.
- Bruner, E. "Special Issue: Museums and Tourism." *Museum Anthropology*, Vol. 17, No. 3, 1993.
- Culley, S. *Museums and Tourists: A Quantitative Look at Curator Perceptions of Tourism*. Master's thesis, University of Waterloo, 2010.
- Douros, P., K. Papageorgiou, and K. Milioris. "Cultural Tourism and Sustainable Development: The Role of Museums, Archaeological Sites, and Festivals in Greece". *SPOUDAI Journal of Economics and Business*, Vol. 74, No. 3-4, Dec. 2024, pp. 54-61, <http://spoudai.org/index.php/journal/article/view/569>

- Dūkhān, Bashīr. "Dawr al-Matāhef al-Athariyya fi Sina'at al-Siyāha" (in Arabic), *Majallat Kulliyat al-Tarbiyya*, University of Az-Zawiya, No. 20, 2020, pp. 413–429.
- EIU. The Marketing for Cultural Tourism in Europe. EIU Travel and Tourism, Vol. 6, 1993, pp. 30–46.
- Enskeep, E. Tourism Planning: An Integrated and Sustainable Development Approach. New York, 1999.
- Gaonkar, Sadanand, and Sitaram V. Sukthankar. Measuring and Evaluating the Influence of Cultural Sustainability Indicators on Sustainable Cultural Tourism Development: Scale Development and Validation. *Heliyon*, Vol. 11, 2025, e42514, Elsevier, <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2025.e42514>.
- Guiragossian, Olivia. *Representing the Museum Phenomenon and Its Evolution: Statistical and Comprehensive Approach to the Notion of Museum*. PhD diss., University of Paris 3 Sorbonne Nouvelle, 2024.
- Hair J.F., William C. B, Barry J. B, and Rolph E. A. Multivariate Data Analysis: Eighth Edition. USA: Cengage Learning EMEA, 2019.
- Imrān, Nahid Ahmad. "Role of Modern Museums in Achieving Sustainable Development Goals: Green Museums between Conceptual and Application" (in Arabic), *Journal of Tourism Hotels and Heritage (JTHH)*, Vol. 5, No. 2, 2022, pp. 166–176.
- International Council of Museums (ICOM). ICOM Missions, 2010, <http://icom.museum>
- International Research Alliance on Public Funding for Museums (IRAPFM). *Museum and Public Funding: A Worldwide Answer from Museums*. Université du Québec à Montréal, 2025.
- Kelly, L. Visitors and Learners: Adult Museum Visitors' Learning Identities. University of Technology Sydney, 2007.
- Leiper, N. "Tourist Attraction Systems." *Annals of Tourism Research*, Vol. 17, No. 2, 1990, pp. 367–384.
- M. Casillo, F. Colace, A. Lorusso, D. Santaniello and C. Valentino, "Integrating Physical and Virtual Experiences in Cultural Tourism: An Adaptive Multimodal Recommender System," in *IEEE Access*, Vol. 13, pp. 28353-28368, 2025.
- Mahmoūd, Waād Adnān. "The role of museum marketing in economic and scientific development and general tourism" (in Arabic), *International Journal of Eco-cultural tourism, Hospitality planning and development*, Vol. 4, No. 1, 2021, pp. 72–94.
- Minchetti, V., A. Moretti, and S. Micelli. "Reengineering the Museum's Role in the Tourism Value Chain: Towards an ITS Business Model." *Information Technology and Tourism*, Vol. 4, 2002, pp. 131–143.
- Mūhammad, Somayya Sayyid. "Al-Matāhaf wal-Tanmiya al-Mustadama: Dirasa Istikshafiyya li-Bayan Dawr al-Matāhef fi Tahqiq Ahdāf al-Tanmiya al-Mustadama 2030" (in Arabic), *Scientific Journal of Libraries, Documents and Information*, No. 25, 2020, pp. 521–538.
- Museums.EU. *The Most Visited Museums in the World.*, <https://museums.eu/highlight/details/105664/the-most-visited-museums-in-the-world>. Accessed 25 Mar. 2025.
- Nā'ama, Ahmad Alī Abdullah, and Bīn Ahmida, Najāt Khalīfā. "Dawr al-Matāhef fi Tanshiāt al-Qita' al-Siyāhi fi Libya" (in Arabic), *Majallat al-Ma'rifa*, No. 10, 2019, pp. 22–41.
- Nawfal, Nabil. *Manāhij al-Baḥth fi al-Tarbiyya* (in Arabic), Dar al-Ma'ārif, Cairo, 2002.
- Przeclawski, K. "The Philosophical Foundations of Tourism." In *Tourism in Scientific Research*, edited by Alejziak W. and Winiarski R., Ministry of Economic Affairs and Labour, 2005, pp. 47–61.

- Rawāshdah, Akram Ātef. "The Role of Jordanian Archaeological Museums in as Tourism Attracting" (in Arabic), *Dirasat: Human and Social Sciences*, Vol. 41, No. 2, University of Jordan, 2014, pp. 576–588.
- Richards, G. Cultural Tourism. In McManus, Archaeological Displays and the Public: Museology and Interpretation, 2nd ed., PowerEdge, 2016.
- Saudi Museums Authority. Museums and Exhibitions. <https://museums.moc.gov.sa/Museums>. Accessed February 18, 2025.
- Shībr, Īlhām Khudāir Shībr, and Šabrī, Osama Basīm. "Āhamiyyat al-Ta'hil al-Mustadām lil-Mudun al-Tarikhiyya wal-Athariyya fī Tatwir al-Siyāha al-Thaqāfiyya" (in Arabic), *Majallat al-wtroha al-'Ilmiyya al-Muhakama*, Tourism and Archaeology Edition, 3rd year, No. 6, Baghdad, 2018.
- Steven, T., and Simon, M. "Museums: A Supply-Side Perspective." *Annals of Tourism Research*, Vol. 26, No. 3, 1999, pp. 613–631.
- Tamar, Zubitashvili. "The Role of Museums for the Issue of Tourism Development". *Sciential Journal of Education Humanities and Social Sciences*, Vol. 2, No. 1, Feb. 2024, pp. 25-30.
- Tawfiq, Manal Isma'il, and Abd al-Laṭīf, Alā al-Din Usama. "Museums and their role in spreading tourism culture and attracting tourists to Egypt (A case study on the Egyptian Museum)" (in Arabic), *International Journal of Heritage, Tourism and Hospitality (IJHTH)*, Vol. 11, No. 2, 2017, pp. 141–168.
- Timothy, Dallen J. Cultural Heritage and Tourism: An Introduction. Channel View Publications, 2021, pp. 465–466.
- UNESCO. *Museums Around the World: In the Face of COVID-19*. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, 2021.
- UNWTO. "Technical Seminar Report on Cultural Tourism and Poverty Alleviation in Siem Reap, Cambodia, 8 June 2004." World Tourism Organization, 2004.
- Wizarat al-Thaqafa. *Taqrir al-Halah al-Thaqafiyah in Saudi Arabia* (in Arabic), Maktabat al-Malik Fahd al-Wataniyah, 2023.
- World Economic Forum. *Travel & Tourism Development Index 2024*. In collaboration with the University of Surrey, May 2024.