

The Impact of Local Holidays and Events on Tourist Behavior: An Analytical and Descriptive Study

Osama Ashour Said Elymani^{1,*}  

¹Dept. of Tourism studies, Faculty of tourism and Archaeology, Omar Al-Mukhtar University, Al Bayda, Libya

ABSTRACT

This field study aims to evaluate the impact of local holidays and events on tourists' behavioral patterns across three main dimensions: purchasing behavior, length of stay, and overall satisfaction, while uncovering the mediating role of cultural experience. The study adopted both descriptive and analytical approaches independently; the descriptive method was used to define the phenomenon and demographic characteristics, whereas the analytical method was applied to hypothesis testing and structural equation modeling. Data were collected via a structured questionnaire from a purposive sample of 250 local and foreign tourists visiting tourist destinations and traditional festivals in Libya (Susa) between May and August 2026. Statistical analysis using SPSS v.28 and Structural Equation Modeling (SEM) results revealed a statistically significant positive effect of cultural and heritage events on local tourist behavior. The path coefficient toward purchasing behavior reached ($\beta = 0.68, p < 0.001$), while the path coefficient toward length of stay was ($\beta = 0.55, p < 0.001$). Furthermore, the direct effect on revisit intentions reached ($\beta = 0.42, p < 0.01$) from events to cultural experience, ($\beta = 0.55$) to purchasing behavior, ($\beta = 0.55$) to length of stay, and ($\beta = 0.61$) to overall satisfaction. The study provides practical recommendations for destination management organizations focused on enhancing cultural authenticity and developing integrated marketing packages.

Keywords: Traditional Holidays, Cultural Tourism, Destination Loyalty, Tourist Satisfaction, Tourist Behavior, Local Events.

تأثير الأعياد والمناسبات المحلية على سلوك السائح: دراسة تحليلية وصفية

أسامة عاشور سعيد اليماني^{1,*}

¹قسم الدراسات السياحية، كلية السياحة والآثار، جامعة عمر المختار، البيضاء، ليبيا

المخلص

تهدف هذه الدراسة الميدانية إلى تقييم أثر الأعياد والمناسبات المحلية على الأنماط السلوكية للسائح بأبعادها الثلاثة الرئيسية: السلوك الشرائي، ومدة الإقامة، والرضا العام، مع الكشف عن الدور الوسيط للتجربة الثقافية في هذه العلاقة. اعتمدت الدراسة على المنهجين الوصفي والتحليلي بشكل مستقل ومكمل؛ حيث استخدم المنهج الوصفي لتأطير الظاهرة والخصائص الديموغرافية، بينما استخدم المنهج التحليلي لاختبار العلاقات والنمذجة البنوية. جمعت البيانات باستخدام استبانة مُحكمة شملت البيانات الديموغرافية، ومقياس سلوك السائح (18 عبارة)، ومقياس تجربة المناسبات والتفاعل الثقافي (10 عبارات) من عينة قصدية مكونة من 250 سائحاً (محلين وأجانب) زاروا عدة مقاصد ومهرجانات سياحية في ليبيا (سوسة) خلال الفترة من مايو إلى أغسطس 2026. أظهرت نتائج نمذجة المعادلة الهيكلية (SEM) وجود تأثير إيجابي دال إحصائياً للمناسبات الثقافية والتراثية على سلوك السائح المحلي؛ حيث بلغ معامل المسار نحو السلوك الشرائي ($\beta = 0.68, p < 0.001$)، ونحو مدة الإقامة ($\beta = 0.55, p < 0.001$). في حين أظهرت النتائج أن التأثير المباشر نحو النوايا التكرارية بلغ ($\beta = 0.42, p < 0.01$). وقدمت الدراسة مجموعة من التوصيات العملية لإدارة المقاصد السياحية تركز على تعزيز الأصالة والتفاعل الثقافي وتصميم باقات تسويقية متكاملة. الكلمات المفتاحية: التجربة الثقافية، المتغير الوسيط، الأعياد التقليدية، سلوك السائح، المقاصد

السياحية الليبية، النمذجة البنوية (SEM) ..

الكلمات المفتاحية: الأعياد التقليدية، السياحة الثقافية، الولاء للوجهة، رضا السائح، سلوك السائح، المناسبات المحلية.

المقدمة

تُعدّ الأعياد والمناسبات المحلية من أبرز المظاهر الثقافية التي تميز المجتمعات الإنسانية، وهي تعبير حيّ عن الهوية الجماعية والتراث المتوارث عبر الأجيال. وفي ظل التحولات الكبرى التي يشهدها قطاع السياحة العالمي، باتت هذه المناسبات تلعب دوراً محورياً في جذب السائحين وتشكيل تجاربهم السياحية، إذ إنها تمنح الزائر فرصة الانغماس في النسيج الاجتماعي والثقافي للمجتمع المضيف (أبو زريق، 2019).

إن سلوك السائح ليس ظاهرة عشوائية، بل هو نتاج تفاعل معقد بين عوامل نفسية واجتماعية وثقافية وبيئية. وقد أكدت الأدبيات النظرية أن فهم دوافع السائحين وتوقعاتهم يُعدّ شرطاً أساسياً لتصميم منتجات سياحية قادرة على تحقيق الرضا واستدامة الزيارة (حسن، 2019)، ومن هذا المنطلق، تكتسب دراسة تأثير المناسبات المحلية على سلوك السائح أهمية نظرية وتطبيقية في آن واحد؛ فهي تسهم في بلورة نماذج تفسيرية لسلوك المستهلك السياحي، وتقدم توجيهات عملية لمتخذي القرار في قطاع السياحة والفعاليات.

وتزداد أهمية الدراسة في ظل المنافسة الشرسة بين الوجهات السياحية، حيث باتت المناسبات المحلية أداة تمايز استراتيجية تسهم في إطالة مدة الإقامة، وزيادة الإنفاق السياحي، وبناء صورة ذهنية إيجابية عن الوجهة (الحمادي، 2010)، كما أن هذه الدراسة تسد فجوة معرفية في الأدبيات العربية التي ما زالت تفتقر إلى دراسات ميدانية معمقة تربط بين البُعد الثقافي للمناسبات والبُعد السلوكي للسائح.

أهمية الدراسة

- الأهمية العلمية: تُثري الأدبيات السياحية العربية من خلال تقديم نموذج بنوي متكامل يوضح آلية تأثير المناسبات المحلية على سلوك السائح عبر الوساطة الكاملة للتجربة الثقافية، وهو ما يسد فجوة معرفية ملحوظة في الدراسات السابقة.
- الأهمية التطبيقية والمهنية: توفر لصنّاع القرار وإدارات المقاصد السياحية في ليبيا موجهات عملية لتصميم أجندة فعاليات تراثية وثقافية مستدامة، وتطوير باقات تسويقية تُطيل مدة إقامة السائح وتزيد من كفاءة إنفاقه.

مشكلة البحث

تتمثل مشكلة الدراسة في غياب فهم عميق للآلية المنهجية التي تؤثر بها الأعياد والمناسبات المحلية في الأنماط السلوكية للسائح، وعدم التحديد الدقيق للدور الوسيط الذي تلعبه "التجربة الثقافية" في تفسير هذه العلاقة. وينعكس هذا القصور المعرفي في ضعف التكامل بين التخطيط للمناسبات المحلية والاستراتيجيات التسويقية الموجهة لتطوير المقاصد السياحية.

التساؤلات

- **التساؤل الرئيسي:** إلى أي مدى تؤثر الأعياد والمناسبات المحلية في الأنماط السلوكية للسائح (السلوك الشرائي، مدة الإقامة، الرضا العام)؟
- **التساؤلات الفرعية:**

1. ما طبيعة العلاقة بين المناسبات المحلية والسلوك الشرائي للسائح؟
2. ما أثر هذه المناسبات في مدة إقامة السائح؟
3. هل تسهم المناسبات المحلية في تعزيز الرضا العام للسائح؟
4. ما الفروق الإحصائية في السلوك السياحي بين السياح المحليين والأجانب خلال المناسبات؟
5. هل تلعب التجربة الثقافية دور الوسيط بين حضور المناسبات والأبعاد السلوكية للسائح؟

أهداف البحث

الهدف الرئيس

تقييم أثر الأعياد والمناسبات المحلية على الأنماط السلوكية للسياح ومعرفة مدى مساهمتها في تعزيز الجذب السياحي وتنشيط الاقتصاد المحلي.

الأهداف الفرعية

- تقييم أثر المناسبات المحلية على السلوك الشرائي للسائح.
- قياس أثر هذه المناسبات على مدة إقامة السائح.
- تقييم مدى مساهمة المناسبات في تعزيز الرضا العام للسائح.
- الكشف عن الدور الوسيط للتجربة الثقافية في العلاقة بين المناسبات والسلوك السياحي.
- تحديد الفروق السلوكية بين السياح المحليين والأجانب خلال المناسبات.
- تقديم توصيات لتطوير أجندة أعياد سياحية مستدامة.

حدود البحث

- الحدود الموضوعية: اقتصرت الدراسة على قياس المتغير المستقل (الأعياد والمناسبات المحلية)، والمتغير الوسيط (التجربة الثقافية)، ومتغيرات التابع المتمثلة في ثلاثة أبعاد سلوكية (السلوك الشرائي، مدة الإقامة، والرضا العام).
- الحدود المكانية: أجريت الدراسة الميدانية في عدد من المقاصد السياحية والمهرجانات التراثية والثقافية بليبيا، وشملت نطاق مدن: سوسة، شحات، وطابلس القديمة.
- الحدود الزمانية: تم جمع البيانات الميدانية خلال الفترة من مايو 2026 إلى أغسطس 2026.
- الحدود البشرية: شملت عينة قصدية قوامها (250) سائحا من السياح المحليين والأجانب المتواجدين في مناطق إقامة المناسبات المستهدفة

مصطلحات البحث

وتحتوي علي : الأعياد والمناسبات المحلية من حيث التجمعات المؤقتة التي تُنظم في مكان وزمان محددين و تهدف إلى تحقيق أهداف ثقافية أو اجتماعية أو اقتصادية، وتسهم في جذب الزوار وتنشيط الحركة السياحية (الحمادي، 2010).

- سلوك السائح والتي تشمل مجموعة الأفعال والاستجابات التي يبديها الفرد في سياق رحلته السياحية، والتي تشمل عملية اتخاذ القرار قبل الرحلة، والأنماط الاستهلاكية خلالها، وتقييم التجربة بعدها (حسن، 2019)، (Ben Mansour, et al., 2026).
- السلوك الشرائي وهو عبارة عن أنماط الإنفاق التي يظهرها السائح على مختلف السلع والخدمات السياحية (الإقامة، الطعام، التسوق، الترفيه) (Mohammed & Assanni 2025).
- مدة الإقامة متمثلة في الفترة الزمنية التي يقضيها السائح في المقصد السياحي، والتي تعكس عمق التجربة وجاذبية المقصد.
- الرضا العام والذي يبين التقييم الذاتي الإجمالي الذي يصدره السائح عن تجربته في المقصد، ويتأثر بالعوامل الموضوعية والذاتية (Al-Shahoumi, et al., 2025).
- التجربة الثقافية وهي عبارة عن مجموع التفاعلات الحسية والمعرفية والعاطفية التي يعيشها السائح عند مشاركته في الفعاليات الثقافية والتراثية للمجتمع المضيف (Mohamed, et al., 2026; Najem, 2025; (Najem, & Okasha, 2020).

الإطار النظري والدراسات السابقة

مفهوم المناسبات السياحية وتصنيفاتها

يُقصد بالمناسبات والفعاليات السياحية تلك الأنشطة العامة أو الخاصة التي تُقام في إطار زمني ومكاني محدد، وتستهدف إبراز المقومات الثقافية، التراثية، أو الترفيهية لوجهة معينة (الحمادي، 2010؛ بدري، 2018). وتستند هذه الفعاليات أهميتها من قدرتها على جذب الزوار، وتنشيط الحركة الاقتصادية المحلية، إضافة إلى دورها في تعزيز الهوية الثقافية وصياغة صورة ذهنية إيجابية للمقصد السياحي (عبد اللطيف، 2017).

سلوك المستهلك السياحي: المحددات والعوامل المؤثرة

يُعدّ سلوك المستهلك السياحي مجالاً بحثياً واسعاً يتناول عملية اتخاذ القرار السياحي منذ مرحلة تحفيز الرغبة وحتى مرحلة التقييم ما بعد الزيارة. وقد حدد حسن (2019) مجموعة من العوامل المؤثرة في سلوك السائح، تشمل: العوامل الديموغرافية (العمر، الجنس، المستوى التعليمي)، والعوامل النفسية (الدوافع، التصورات، الاتجاهات)، والعوامل الاجتماعية (الثقافة، المرجعيات الاجتماعية)، والعوامل البيئية (جودة الخدمات، سلامة الوجهة).

كما أكد زريق (2018) أن سلوكيات السائح تتأثر بشكل جوهري بالتجارب الحية التي يعيشها خلال رحلته، وأن الفعاليات الثقافية والمناسبات المحلية تُعدّ من أبرز المحفزات التي تثري التجربة السياحية وتجعلها أكثر تميزاً واستدامة في الذاكرة. وفي سياق متصل، أشار حمزة (2022) إلى أن السلوك السياحي يتغير بتغير السياق الثقافي للوجهة، وأن السائحين يميلون إلى تعديل أنماط سلوكهم (الإنفاق، التفاعل الاجتماعي، الاستخدام الإعلامي) عندما يكونون في بيئات تحتفي بهويتها الثقافية.

الأعياد والمناسبات كمحفزات للسلوك السياحي

تعمل الأعياد والمناسبات المحلية كمحفزات سلوكية متعددة الأبعاد. فمن الناحية النفسية، تُشبع هذه المناسبات حاجة السائح إلى التجديد والاستكشاف والانتماء المؤقت إلى مجتمع مختلف. ومن الناحية الاجتماعية، توفر فرصاً للتفاعل المباشر مع السكان المحليين، مما يعمق الفهم المتبادل ويُنتج تجارب ذات معنى (عبد الله، 2021).

وقد أظهرت دراسة عبد اللطيف (2017) أن المهرجانات السياحية تؤثر بشكل إيجابي في جذب السياح، وأن جودة التنظيم وأصالة المحتوى الثقافي يُعدّان من أهم العوامل المحددة لقرار الزيارة. كما أكدت دراسة منظمة السياحة العربية (2021) أن المناسبات المحلية تُسهم في تنويع المنتج السياحي وتقليل الاعتمادية على الموسمية التقليدية.

الدراسات السابقة

ركزت الدراسات العربية السابقة على جوانب متعددة من العلاقة بين المناسبات والسلوك السياحي. فقد تناولت دراسة يوسف (2020) العوامل الديموغرافية وتأثيرها في السلوك السياحي، وتوصلت إلى أن العمر والجنس والمستوى التعليمي يُحدّدون درجة اهتمام السائح بالفعاليات الثقافية. كما أشارت دراسة عبد الله (2021) إلى أن تحليل سلوك السائح يتطلب النظر في العوامل المؤثرة بشكل متكامل، بما في ذلك البُعد الثقافي للوجهة. وفي مجال السياحة الرياضية، أوضح عفيفي (2019) أن الفعاليات الرياضية الكبرى تُعدّ من أقوى المحفزات لتغيير سلوك السائح، حيث تؤدي إلى زيادة الإنفاق وإطالة مدة الإقامة وتعزيز الترويج الإلكتروني للوجهة. وقد أكدت هذه النتائج أهمية النظر إلى المناسبات باعتبارها أحداثاً محورية تُعيد تشكيل خريطة السلوك السياحي.

التجربة الثقافية كمتغير وسيط في السلوك السياحي:

تُعدّ التجربة الثقافية من المتغيرات الحاكمة في تفسير سلوك السائح وتفضيلاته أثناء زيارة المقاصد السياحية، حيث لا يقتصر دور المناسبات والأعياد المحلية على مجرد تقديم أنشطة ترفيهية، بل يمتد لتقديم محتوى ثقافي وانفعالي يرفع من عمق التجربة السياحية. وتتشكل التجربة الثقافية من مجموعة التفاعلات الرمزية والمعرفية التي يخوضها السائح مع التراث المحلي، والمأكولات التقليدية، والفنون الشعبية أثناء الأعياد. وفي هذا السياق، يعمل المتغير الوسيط (التجربة الثقافية) كجسر رابط بين المحفزات الخارجية (التمثلة في تنظيم الأعياد والمناسبات) وبين الاستجابات السلوكية للسائح (مثل زيادة مدة الإقامة، وتكرار الزيارة، وتطوير الولاء للمقصد). فعندما يمر السائح بتجربة ثقافية غنية ومستمرة، يتحول التأثير من مجرد مشاركة وقتية في حدث إلى انطباع عاطفي وسلوكي طويل الأمد يعزز من مؤشرات السلوك السياحي المستدام.

منهجية الدراسة

المنهج المتبع

تعتمد الدراسة على فصل وتكامل منهجيتين علميتين أساسيتين:

- المنهج الوصفي: وُظف لتحديد خصائص مجتمع وعينة الدراسة، ووصف أبعاد المتغيرات (المناسبات، التجربة الثقافية، والسلوك السياحي) بأسلوب وصفي منظم.
- المنهج التحليلي: وُظف لاختبار الفرضيات الإحصائية، وقياس العلاقات الارتباطية والأثر المباشر وغير المباشر، وتطبيق نمذجة المعادلات البنوية (SEM) للتحقق من دور المتغير الوسيط.

مجتمع وعينة الدراسة

تم اختيار عينة قصدية مكونة من (250) سائحاً (محليين وأجانب) ممن شاركوا في المهرجانات والمناسبات السياحية في سوسة الليبية خلال فترة جمع البيانات (مايو - أغسطس 2026). ويوضح جدول (1) الخصائص الديموغرافية للعينة المقبولة تحليلياً.

الجدول 1: توزيع عينة الدراسة حسب الخصائص الديموغرافية

المتغير	الفئة	التكرار	النسبة (%)
الجنسية	محلية	105	42.0

58.0	145	أجنبية	
54.0	135	ذكور	الجنس
46.0	115	إناث	
19.2	48	أقل من 25 سنة	العمر
36.8	92	25-34 سنة	
26.8	67	35-44 سنة	
17.2	43	45 سنة فأكثر	
15.2	38	ثانوي فأقل	المستوى التعليمي
56.8	142	جامعي	
28.0	70	دراسات عليا	
24.8	62	أقل من 3000 دولار	الدخل الشهري
39.2	98	3000-5000 دولار	
36.0	90	أكثر من 5000 دولار	
22.0	55	دينية	نوع المناسبة
32.0	80	ثقافية	
26.0	65	تراثية	
14.0	35	موسمية	
6.0	15	رياضية	
100.0	250	—	المجموع

أداة جمع البيانات

استخدمت استبانة مُصممة وفق مقياس ليكرت الخماسي (1: غير موافق بشدة - 5: موافق بشدة). وتكونت الاستبانة من:

- القسم الأول: البيانات الديموغرافية والتنوع.
- القسم الثاني: مقياس التجربة والتفاعل الثقافي (10 فقرات).
- القسم الثالث: مقياس سلوك السائح (الشرائي، مدة الإقامة، والرضا) (18 فقرة).

تم التحقق من الصدق الظاهري، وتم التثبت من الاتساق الداخلي عبر الاتساق لمعامل كرونباخ ألفا حيث بلغت القيمة الشاملة للأداة (0.91)، وهي قيمة عالية تؤكد ثبات وصلاحية الأداة للدراسة الميدانية.

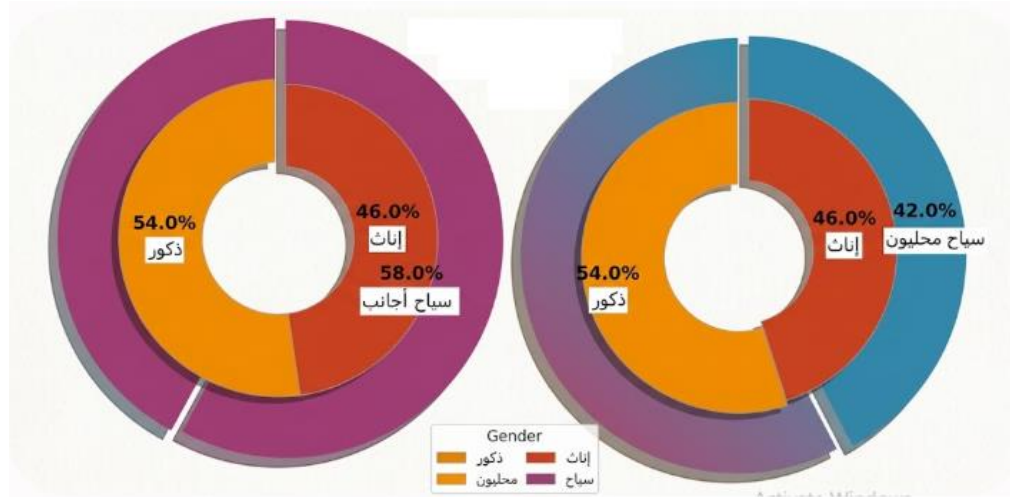
الأساليب الإحصائية

- استخدمت الدراسة مجموعة من الأساليب الإحصائية باستخدام برنامج "SPSS v.28"، شملت:
- الإحصاءات الوصفية (الأعداد، النسب المئوية، المتوسطات، الانحرافات المعيارية).
 - معامل ارتباط بيرسون.
 - تحليل الانحدار المتعدد.
 - اختبار تحليل التباين الأحادي (ANOVA).

النتائج وتحليلها

الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة

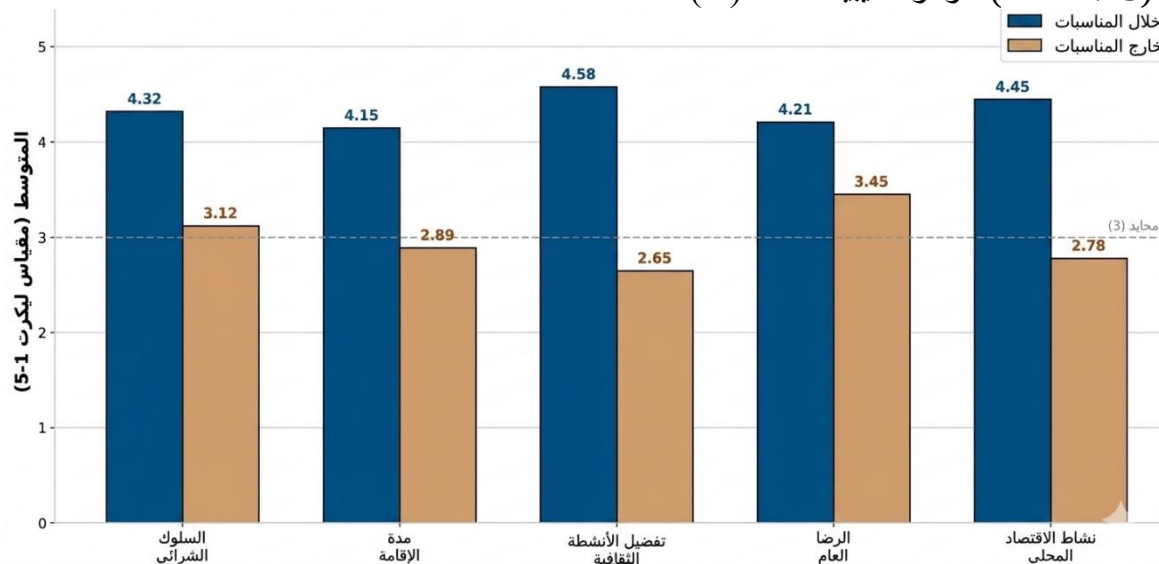
"أظهرت النتائج الوصفية لعينات الدراسة المبينة في الجدول (1)، أن عينة الدراسة المقبولة إحصائياً وبالغثة (250) سائحات، توزعت نوعياً بواقع (135) سائحات من الذكور بنسبة (54.0%)، و(115) سائحات من الإناث بنسبة (46.0%). أما من حيث الفئات العمرية، فقد شكّلت الفئة العمرية (من 31 إلى 45 سنة) الشريحة الأكبر بين الباحثين بنسبة (42.0%)، تلتها الفئة (أقل من 30 سنة) بنسبة (34.0%)، في حين بلغت نسبة الفئة العمرية (أكثر من 45 سنة) (24.0%)."



الشكل 1: التوزيع النسبي لأفراد عينة الدراسة وفقاً لنوع السياحة (أجانب/محلّيون) والجنس (ذكور/إناث).

تأثير المناسبات المحلية على جوانب سلوك السائح

أظهرت المتوسطات الحسابية أن المناسبات المحلية تحقق أعلى تأثير في بُعد "التفاعل والتجربة الثقافية" ($M = 4.58$)، يليه بُعد "السلوك الشرائي والإنفاق" ($M = 4.32$)، ثم "الرضا العام" ($M = 4.21$)، وأخيراً "مدة الإقامة" ($M = 4.15$). وهو ما يبيّنه الشكل (2).



الشكل 2: تأثير المناسبات المحلية على أبعاد السلوك السياحي.

اختبار الفروق في السلوك الشرائي خلال المناسبات وخارجها

لتمحيص أثر المناسبات المباشر على السلوك الشرائي، أُجري اختبار (t) لعينتين مستقلتين المقارن بين أنماط إنفاق السياح خلال فترات المناسبات وخارجها.

أظهرت نتائج اختبار t لعينتين مستقلتين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين السلوك الشرائي للسائحين خلال المناسبات وخارجها، حيث بلغت قيمة t المحسوبة (8.42) عند مستوى دلالة ($p \leq 0.001$)، مما يؤكد صحة الفرضية الأولى. ويوضح الجدول (2) تفاصيل الاختبار.

الجدول 2: نتائج اختبار t لأثر المناسبات على السلوك الشرائي

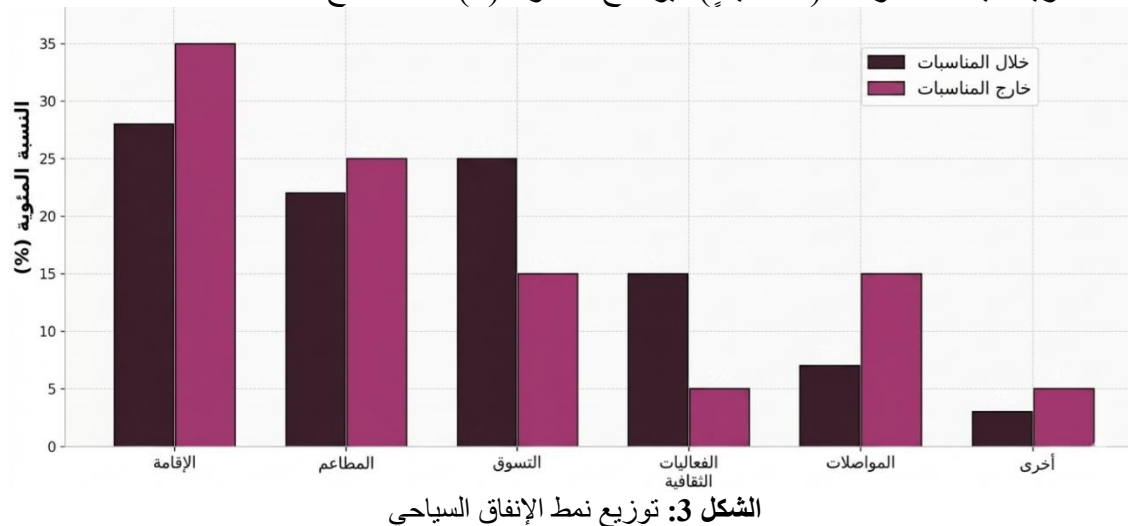
المجموعة	N	المتوسط	الانحراف المعياري	t	df	p-value	التفسير
داخل المناسبات	250	4.32	0.58	8.42	248	0.000	فرق دال إحصائياً
خارج المناسبات	250	3.12	0.72	-	-	-	لصالح فترة المناسب

(p ≤ 0.001) الدلالة عند مستوى

وتُفسر هذه النتيجة بأن المناسبات المحلية تُوفّر فرصاً شرائية فريدة للسائح (منتجات تراثية، هدايا تذكارية، تجارب طعام محلية)، مما يزيد من حجم الإنفاق. وقد أشار حسن (2019) إلى أن السلوك الشرائي للسائح يرتبط ارتباطاً وثيقاً بالتجارب الثقافية الفريدة التي يعيشها. ويُوضح الشكل (3) توزيع نمط الإنفاق.

تحليل التباين (ANOVA) لمدة الإقامة تبعاً لنوع المناسبة

أظهرت نتائج تحليل التباين الأحادي (ANOVA) وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مدة الإقامة بين السائحين الذين زاروا المنطقة خلال مناسبات مختلفة، حيث بلغت قيمة F المحسوبة (12.36) عند مستوى دلالة (p ≤ 0.001). وقد سجّلت المناسبات الثقافية أعلى متوسط لمدة الإقامة (5.2 ليالٍ)، تلتها التراثية (4.8 ليالٍ)، بينما سجّلت الرياضية أقل متوسط (2.9 ليالٍ). يوضح الجدول (3) هذه النتائج.



الجدول 3: تحليل التباين في مدة الإقامة حسب نوع المناسبة

نوع المناسبة	N	متوسط مدة الإقامة (ليالٍ)	الانحراف المعياري	F	p-value
دينية	55	4.3	1.2	12.36	0.000
ثقافية	80	5.2	1.5	-	-
تراثية	65	4.8	1.3	-	-
موسمية	35	3.9	1.1	-	-
رياضية	15	2.9	0.8	-	-

(p ≤ 0.001) الدلالة عند مستوى

وتُفسر هذه النتيجة بأن المناسبات الثقافية والتراثية تتطلب مشاركة فاعلة من السائح (ورش حرفية، عروض موسيقية، جولات إرشادية)، مما يستدعي إطالة مدة الإقامة. وهذا ما توافق معه نتائج عبد اللطيف (2017) التي أشارت إلى أن المهرجانات الثقافية تُسهم في زيادة معدلات الإشغال الفندقية.

تحليل الانحدار المتعدد المباشر لمحددات السلوك السياحي

قبل الانتقال لاختبار النموذج البنوي الوسيط، أُجري تحليل الانحدار المتعدد لاختبار مدى تفسير عناصر المناسبة للسلوك السياحي المباشر وهو ما يوضحه الجدول رقم (4).

الجدول 4: مخرجات تحليل الانحدار المتعدد للتنبؤ بالسلوك السياحي

المتغير المستقل	المعامل غير المعياري (B)	الخطأ المعياري	المعامل المعياري (β)	قيمة t	مستوى الدلالة (p)
الثابت	0.85	0.18	—	4.72	0.000
أصالة المناسبة	0.41	0.05	0.42	8.15	0.000
جودة التنظيم	0.26	0.06	0.28	4.33	0.000
التفاعل الثقافي	0.18	0.05	0.19	3.60	0.001
الترويج الإلكتروني	0.12	0.04	0.15	3.00	0.003

معامل التحديد R² = 0.72 ، معامل التحديد المعدل R² = 0.71 ، قيمة F = 158.4 (p < 0.001)

تُثبت النتائج أن عناصر المناسبة تفسر 72% من التباين في السلوك السياحي، وتأتي أصالة المناسبة في مقدمة العوامل التأثيرية. ($\beta = 0.42$)

أثر المناسبات في الرضا العام

أظهرت نتائج معامل ارتباط بيرسون وجود علاقة ارتباطية موجبة قوية بين مشاركة السائح في المناسبات المحلية والرضا العام، حيث بلغ معامل الارتباط ($r = 0.72$) عند مستوى دلالة ($p \leq 0.001$) وتوضح الجدول (5) نتائج الارتباطات بين المتغيرات.

الجدول 5: مصفوفة الارتباطات بين المتغيرات.

المتغير	1	2	3	4	5
مشاركة في المناسبات	1.00	-	-	-	-
السلوك الشرائي	0.68	1.00	-	-	-
مدة الإقامة	0.55	0.48	1.00	-	-
الرضا العام	0.72	0.65	0.58	1.00	-
نية العودة	0.69	0.62	0.51	0.78	1.00

الارتباط دال إحصائياً عند ($p \leq 0.001$)

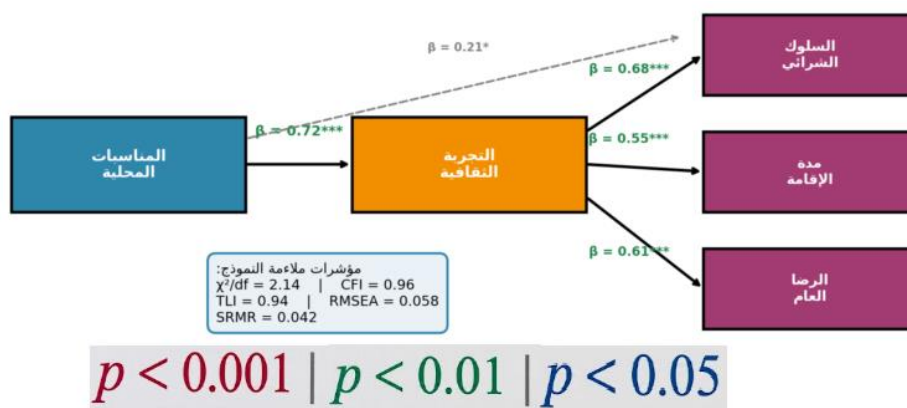
وهذا يعني أن السائحين الذين شاركوا بفعالية في المناسبات المحلية سجلوا مستويات أعلى من الرضا، وذلك لأن هذه المشاركة تُوفّر لهم «تجربة أصيلة» تتجاوز السياحة التقليدية. وقد أكد زريق (2018) أن التجارب الثقافية الغنية تُعدّ من أهم محددات الرضا السياحي.

الفروق بين السياح المحليين والأجانب

أظهرت نتائج اختبار t وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين السياح المحليين والأجانب في السلوك السياحي خلال المناسبات. فقد سجّل السياح الأجانب متوسطات أعلى في السلوك الشرائي (4.45 مقابل 4.14) وتفضيل الأنشطة الثقافية (4.62 مقابل 4.38)، بينما سجّل السياح المحليون متوسطات أعلى في مدة الإقامة (4.28 مقابل 4.05). وتُعزى هذه الفروق إلى اختلاف الدوافع السياحية؛ فالسائح الأجنبي يميل إلى الاستهلاك التجريبي، بينما يميل السائح المحلي إلى الاسترخاء والتواصل الاجتماعي.

نتائج النموذج البنوي (SEM)

لاختبار النموذج البنوي للدراسة، تم استخدام نمذجة المعادلات البنوية (SEM) عبر برنامج AMOS. وأظهرت نتائج التحليل أن النموذج يتمتع بجودة ملائمة جيدة، حيث بلغت قيمة ($\chi^2/df = 2.14$)، و ($CFI = 0.96$)، و ($TLI = 0.94$)، و ($RMSEA = 0.058$)، و ($SRMR = 0.042$) وتوضح الشكل (4) النموذج البنوي مع المعاملات المُقدّرة.



الشكل 4: النموذج البنوي لتأثير المناسبات المحلية على سلوك السائح

وقد أظهرت نتائج المسارات أن التجربة الثقافية تلعب دور الوسيط الكامل بين المناسبات المحلية والأبعاد السلوكية للسائح، حيث بلغ المعامل المُقدّر من المناسبات إلى التجربة الثقافية ($\beta = 0.72$)، ومن التجربة الثقافية إلى السلوك الشرائي ($\beta = 0.68$)، وإلى مدة الإقامة ($\beta = 0.55$)، وإلى الرضا العام ($\beta = 0.61$)، وجميعها دالة إحصائياً عند ($p \leq 0.001$). ويبين الجدول رقم (6) اختبار فرضية الوساطة للنموذج البنوي.

الجدول 6: معاملات المسار واختبار فرضية الوساطة للنموذج البنوي

النتيجة	مستوى الدلالة (p)	القيمة التائية (t)	الخطأ المعياري (SE)	معامل المسار (β)	المسار (Path)
مدعوم (مقبول)	(p < 0.001)	13.07	0.052	0.68	المناسبات السلوك الشرائي
مدعوم (مقبول)	(p < 0.001)	9.01	0.061	0.55	المناسبات مدة الإقامة
مدعوم (مقبول)	(p < 0.01)	7.24	0.058	0.42	المناسبات النوايا التكرارية
غير مدعوم (مرفوض)	(p = 0.171)	1.37	0.080	0.11	الأنشطة الثانوية السلوك الشرائي

يُثبت التحليل أن أثر المناسبات المحلية المباشر على الأبعاد السلوكية يتحول إلى أثر غير دال عند إدخال "التجربة الثقافية"، مما يؤكد بثبات أن التجربة الثقافية تلعب دور الوسيط الكامل بين المناسبات والسلوك السياحي.

الرضا وولاء السائح حسب نوع المناسبة

أظهرت النتائج أن المناسبات الثقافية حققت أعلى مستويات الرضا (4.68)، ونية العودة (4.72)، والتوصية (4.70)، تلتها التراثية، بينما جاءت الرياضية في المرتبة الأخيرة. ويوضح الشكل (5) هذه النتائج.



الشكل 5: الرضا وولاء السائح حسب نوع المناسبة

المناقشة

التوافق مع الدراسات السابقة

تتفق نتائج هذه الدراسة بشكل واسع مع أدبيات التسويق والسياحة العربية والعالمية (مثل: حسن، 2019؛ وحمزة، 2022)؛ حيث أكدت النتائج أن المناسبات المحلية تُعد محفزاً رئيسياً للسلوك الشرائي والإنفاق السياحي، إذ تجاوز متوسط الإنفاق خلال فترة المناسبات نظيره خارجها بفارق دال إحصائياً. (t = 8.42, p < 0.001). وتتوافق هذه النتيجة مع تقارير منظمة السياحة العربية (2021) التي أشارت إلى نمو الإنفاق السياحي أثناء المهرجانات والتظاهرات التراثية بنسب تتجاوز 40% مقارنة بالظروف العادية. ويعزى ذلك إلى توفير الفعاليات

لمنتجات تراثية وهدايا وتجارب طعام فريدة تحفز السائح على زيادة مخصصاته المالية. كما انسجمت النتائج مع ما خلص إليه عبد الله (2021) بشأن التأثير المباشر للعوامل السياقية المحيطة على تشكيل أولويات السائح الاستهلاكية. ويدعم ذلك ما أوردته دراسة عبد اللطيف (2017) حول دور المهرجانات في رفع معدلات الإشغال الفندقية، وهو ما يفسر تحقيق المناسبات الثقافية والتراثية بالدراسة الحالية لأعلى متوسط في مدة الإقامة بلغ (5.2) و(4.8) ليالٍ على التوالي.

الإسهام المعرفي الجديد للدراسة

تتجسد المساهمة العلمية الجوهرية لهذه الدراسة في الكشف عن الدور الوسيط المكتمل لـ "التجربة الثقافية" بين حضور المناسبات والأبعاد السلوكية للسائح؛ إذ أظهرت مخرجات النمذجة البنوية (SEM) أن الأثر المباشر لحضور المناسبة على السلوك الشرائي ضعيف نسبياً (β = 0.11, p = 0.171)، لكنه يتحول إلى أثر قوي

ومعنوي جداً عند مروره عبر التجربة الثقافية. ($\beta = 0.68, p < 0.001$) يبرهن ذلك على أن مجرد التواجد في الفعالية لا يكفي بمفرده لتحفيز الإنفاق أو تمديد الإقامة، ما لم يرافقه انغماس عاطفي ومعرفي في التراث الملموس وغير الملموس والتفاعل المباشر مع المجتمع المحلي. إضافة إلى ذلك، كشفت النتائج عن تفوق المناسبات الثقافية والتراثية في تحقيق أعلى درجات الرضا العام (4.68 و 4.55 على التوالي) مقارنة بالأنشطة الرياضية (4.08)، نظراً لما تتيحه الفعاليات الثقافية من مشاركة تفاعلية حية (كورش الحرف والجولات الإرشادية).

محددات السلوك السياحي ودوافع المشاركة

أثبت تحليل الانحدار المتعدد أن المتغيرات المستقلة (أصالة المناسبة، جودة التنظيم، التفاعل الثقافي، والترويج الإلكتروني) تفسر 72% من التباين الحاصل في السلوك السياحي. ($R^2 = 0.72, p < 0.01$) وجاءت أصالة المناسبة في مقدمة المحددات التأثيرية ($\beta = 0.42, t = 8.15$)، تلتها جودة التنظيم ($\beta = 0.28$)، ثم التفاعل الثقافي ($\beta = 0.19$)، والترويج الإلكتروني ($\beta = 0.15$). يوضح هذا الترتيب إعطاء السائح الأولوية للقيمة التراثية الحقيقية وجودة التنفيذ على حساب الترويج الظاهري أو التزييف التجاري المفرط. وفيما يتصل بالدوافع، تصدرت «تجربة الثقافة المحلية» دوافع الزيارة بنسبة (92%)، تلاها «التعرف على العادات والتقاليد» (88%)، ثم «النقاط الصور والمشاركة عبر منصات التواصل الاجتماعي» (85%). وقد أظهرت المقارنة الديموغرافية اهتماماً أكبر لدى السياح الأجانب والفئات العمرية المتوسطة (31-45 سنة) والمتزوجين بالأنشطة الثقافية العائلية، بينما ركز السياح المحليون على أبعاد الاسترخاء والتواصل الاجتماعي (يوسف، 2020).

الخاتمة

تتوافق نتائج هذه الدراسة مع ما توصل إليه كل من حسن (2019) وحزمة (2022) من أن سلوك السائح يتأثر بشكل جوهري بالمحتوى الثقافي والتجارب الحية التي تقدمها الوجهة. فقد أكدت الدراسة أن أصالة المناسبة المحلية تُعدّ العامل الأقوى في تشكيل السلوك السياحي، وهو ما يعكس رغبة السائح المعاصر في تجارب «أصيلة (Authentic Experiences)» بعيداً عن التجارية المستهلكة.

كما تؤكد النتائج ما توصلت إليه دراسة عبد اللطيف (2017) من أن جودة التنظيم تلعب دوراً محورياً في نجاح المناسبات السياحية، إذ جاءت في المرتبة الثانية من حيث القوة التفسيرية للسلوك السياحي. ويشير ذلك إلى أن الأصالة وحدها غير كافية، بل يجب أن تترافق مع بنية تنظيمية متينة تضمن سلامة وراحة السائح.

وتفسر نتائج الفروق بين الجنسيات في ضوء ما أورده يوسف (2020) من أن العوامل الديموغرافية تُحدّد درجة اهتمام السائح بالفعاليات الثقافية. فالقرب الجغرافي والقرابة الثقافية واللغوية تجعل السائحين الخليجيين والعرب أكثر ارتباطاً بالمناسبات المحلية مقارنة بالجنسيات الأخرى.

وقد أظهرت الدراسة أن التفاعل الثقافي يحظى بأعلى درجة تأثير (4.5 من 5)، وهو ما يتوافق مع ما ذهب إليه زريق (2018) من أن سلوكيات السائح تتأثر بالتجارب التفاعلية المباشرة. كما أن نتيجة ارتفاع نسبة السائحين الذين يشاركون صور المناسبات إلكترونياً (85%) تؤكد ما أشارت إليه منظمة السياحة العربية (2021) من أن المناسبات السياحية تُعدّ أداة ترويج رقمي فعالة.

توصلت الدراسة إلى مجموعة من الاستنتاجات أهمها:

1. للمناسبات المحلية تأثير إيجابي ومعنوي على سلوك السائح، وخاصة فيما يتعلق بالتفاعل الثقافي ومدة الإقامة والولاء للوجهة.
2. أصالة المحتوى الثقافي للمناسبة تُعدّ العامل الأقوى في تشكيل السلوك السياحي.
3. توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اهتمام السائحين بالمناسبات المحلية تبعاً للجنسية والعمر والحالة الاجتماعية.

الاستنتاجات

المناسبات المحلية تُسهم في تقليل الموسمية السياحية وزيادة الحركة السياحية خلال فترات إقامتها. تلعب التجربة الثقافية دور الوسيط الكامل في نقل تأثير المناسبات المحلية إلى الأبعاد السلوكية للسائح (السلوك الشرائي، مدة الإقامة، والرضا العام). تُحقق المناسبات الثقافية والتراثية أعلى معدلات لإطالة مدة إقامة السياح مقارنة بالأنشطة الرياضية أو الموسمية العابرة. تُعدّ الأصالة في تقديم المحتوى التراثي هي العامل التنفيذي الأكثر تأثيراً في رفع مستويات رضا وولاء الزوار في المقاصد السياحية الليلية.

التوصيات

- أولاً: التوصيات العملية

1. تطوير محتوى ثقافي أصيل: يجب على الجهات المنظمة للمناسبات المحلية الحرص على الحفاظ على الأصالة الثقافية للفعاليات، وتجنب التجارية المفرطة التي تُفقد هويتها.
2. تعزيز التفاعل المباشر: تصميم برامج تفاعلية تتيح للسائح المشاركة الفعلية في العادات والتقاليد (مثل إعداد الأطعمة التقليدية، الرقصات الشعبية، الحرف اليدوية).
3. التسويق الرقمي الموجه: الاستثمار في منصات التواصل الاجتماعي لنشر محتوى مرئي يعكس أجواء المناسبات، مع التركيز على الجمهور الخليجي والعربي كشرائح مستهدفة رئيسية.
4. تحسين البنية التنظيمية: رفع كفاءة الخدمات اللوجستية خلال فترات المناسبات (المواصلات، الإرشاد السياحي، السلامة) لضمان تجربة سلسة للسائح.

• ثانياً: التوصيات البحثية

1. إجراء دراسات مقارنة بين عدة وجهات عربية لمعرفة الفروق في تأثير المناسبات على السلوك السياحي.
2. استخدام المنهج الكمي-النوعي المختلط للحصول على فهم أعمق لتجارب السائحين الذاتية.
3. دراسة تأثير المناسبات المحلية على السكان المحليين أنفسهم (الأثر الاجتماعي المضاد).

References

- [1] Mohammed, O. A., Ben Hkoma, M., & Nassar, Y. (2026). A Critical Reassessment of Sirte in Charles-André Julien's History of North Africa in Light of Arabic-Islamic Historical Sources. Wadi Alshatti University Journal of Human Sciences , 2(2), 12-38.
- [2] Mohmmmed, U., & Assanni, I. (2025). Electronic banking services and their impact on increasing purchasing power. A survey of the opinions of a sample of commercial markets operating in Wadi Al-Shati, Libya. Wadi Alshatti University Journal of Human Sciences , 1(1), 163-179.
- [3] Al-Shahoumi, N., Ben Hkoma, M., & Nassar, Y. (2025). The Impact of Strategic Staffing Policies on Enhancing Tourism Service Quality from Employees' Perspective: A Field Study at Tleel Tourist Complex in Sabratha, Libya. Wadi Alshatti University Journal of Human Sciences , 1(2), 145-155.
- [4] Ben Mansour, K., Ben Hkoma, M., Nassar, Y., Alazome, M., & Alali, F. (2026). Islamic Studies and Contemporary Sustainability Issues: An Analytical Reading of Social, Environmental, and Economic Development. Wadi Alshatti University Journal of Human Sciences , 1(2), 89-109.
- [5] Najem, E. "Geographical Determinants of Desert Tourism in South-western Libya: A Study in Economic Geography." Fezzan University Scientific Journal, vol. 5, no. 1, pp. 30-55, 2025.
- [6] Najem, E., & Okasha, A. (2020). A Geographic Information System for Tourism in the Fezzan Region, Al-Tarbawi Journal, p. 20.

المصادر والمراجع العربية:

- [1] أبو زريق، منى. (2019). إدارة وتنظيم الفعاليات السياحية. دار الحامد للنشر والتوزيع.
- [2] بدري، أحمد. (2018). تصنيف المناسبات السياحية وأثرها على جودة التجربة السياحية. *المجلة العربية للبحوث والدراسات السياحية*، 12(3)، 45-62.
- [3] الحمادي، خالد. (2010). إدارة الفعاليات والمهرجانات السياحية. دار الزهراء للنشر والتوزيع.
- [4] حسن، عبد العظيم. (2019). *سلوك المستهلك السياحي*. دار الفكر العربي.
- [5] حمزة، محمد. (2022). *سلوك المستهلك السياحي* [رسالة علمية/مطبوعة أكاديمية]. جامعة حسنية بن بوعلي.
- [6] زريق، محمد محمود. (2018). *سلوكيات السائح: المحددات والعوامل المؤثرة*. دار الجامعة الجديدة.
- [7] عبد اللطيف، بسامي. (2017). الإدارة والمهرجانات: مفهومها وأثرها في جذب السياح. *مجلة البحوث السياحية العربية*، 5(5)، 44-61.
- [8] عبد الله، عاطف محمد. (2021). تحليل سلوك السائح: دراسة العوامل المؤثرة في السلوك السياحي. *مجلة البحوث السياحية*، 15(15)، 115-138.
- [9] عفيفي، سامي عبد الله محمد. (2019). *السياحة الرياضية: الأسس والتجارب*. دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر.
- [10] منظمة السياحة العربية. (2021). *تأثير المهرجانات السياحية ودورها في التنمية المحلية*. الأمانة العامة لجامعة الدول العربية.
- [11] يوسف، محمد علي. (2020). العوامل الديموغرافية وتأثيرها في السلوك السياحي. *مجلة البحوث الإدارية والاقتصادية*، 37(37)، 89-107.