

**جدول رقم (3-8)**  
**أعداد السياح وجنسياتهم خلال الفترة 1994-2002م**

الجنسية	السنة	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
أمريكيون	العدد	69878	103346	107960	107676	108612	123525	126411	74568	72919
	النسبة	%8.65	%9.27	%9.79	%9.55	%8.65	%9.1	%8.86	%5.05	%4.5
أوروبيون	العدد	192176	255496	251820	239411	219445	292757	326574	207332	167181
	النسبة	%22.41	%23.8	%22.87	%21.24	%17.47	%21.56	%22.89	%14.03	%10.30
خليجيون	العدد	553050	566561	572657	604101	772427	761598	770795	963051	1131287
	النسبة	%64.49	%52.77	%51.93	%53.6	%61.48	%56.09	%54.02	%65.17	%69.75
إسرائيليون	العدد	10767	100079	121196	125625	119261	125528	136737	186275	161705
	النسبة	%1.26	%9.32	%10.99	%11.15	%9.49	%9.24	%9.58	%12.61	%9.97
دول أخرى*	العدد	31739	48067	49119	50215	36683	54414	66362	46471	88758
	النسبة	%3.7	%4.48	%4.45	%4.45	%2.92	%4.01	%4.65	%3.14	%5.47
المجموع	العدد	857610	1073549	1102752	1127028	1256428	1357822	1426879	1477691	1621850
	النسبة	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100

\* دول أخرى: استراليا، نيوزلندا، اليابان، سنغافورة، هونغ كونغ، ماليزيا، اندونيسيا، جنوب إفريقيا.  
المصدر: أعدده الدارس بالاعتماد على إحصاءات وزارة السياحة والآثار العامة، للأعوام 1994-2002م.

جدول رقم (3-23)

عدد زوار المتاحف الأثرية حسب الجنسية خلال الفترة 1994-2002م

2002	2001	2000	1999	1998	1997	1996	1995	1994	الزوار	
40390 %50.09	41423 %43.64	35870 %30.89	32170 %32.21	33601 %39.26	41200 %37.83	55013 %28.81	69156 %35.21	68761 %43.05	العدد النسبة نسبة التغير	الأردنيون
%2.49-	%15.48	%11.5	%4.26-	%18.44-	%25.1-	%20.45-	%0.57	-		
40249 %49.91	53492 %56.36	80257 %69.11	67693 %67.79	51988 %60.74	67705 %62.17	135910 %71.19	127248 %64.79	90956 %56.95	العدد النسبة نسبة التغير	غير الأردنيون
%24.76-	%33.35-	%18.56	%30.21	%23.21-	%50.18-	%6.8	%39.9	-		
80639 %15.04	94915 %18.27-	116127 %16.29	99863 %16.68	85589 %21.41-	108905 %42.96-	190923 %2.79-	196404 %22.97	159717 -	العدد نسبة التغير	المجموع الكلي

المصدر : أعدده الدارس بالاعتماد على إحصاءات وزارة السياحة والآثار العامة 2002م.

جدول رقم (3-24)

أعداد زوار المتاحف الأردنية حسب الجنسية بالأشهر عام 2002م

المجموع العام					متحف العقبة					متحف عمان (القلعة والمدرج الروماني)					متحف مادبا					المتحف الشهر
المجموع	غير الأردنيون		الأردنيون		المجموع	غير الأردنيون		الأردنيون		المجموع	غير الأردنيون		الأردنيون		المجموع	غير الأردنيون		الأردنيون		
	النسبة	العدد	النسبة	العدد		النسبة	العدد	النسبة	العدد		النسبة	العدد	النسبة	العدد		النسبة	العدد	النسبة	العدد	
4234	%29.3	1239	%70.7	2995	722	%17.6	127	%82.4	595	3350	%28.4	950	%71.6	2400	162	%100	162	-	-	كانون ثاني
7788	%32	2495	%68	5293	1088	%22.5	245	%77.5	843	6150	%29.3	1800	%70.7	4350	550	%81.8	450	%18.2	100	شباط
8091	%52.4	4242	%47.6	3849	1141	%38.7	442	%61.3	699	6100	%50	3050	%50	3050	850	%88.2	750	%11.8	100	آذار
8576	%65.9	5652	%34.1	2924	1226	%61.3	752	%38.7	474	6050	%62	3750	%38	2300	1300	%88.5	1150	%11.5	150	نيسان
6494	%53.6	3479	%46.4	3015	794	%60.3	479	%39.7	315	4850	%46.4	2250	%53.6	2600	850	%88.2	750	%11.8	100	أيار
4934	%74.6	3682	%25.4	1252	434	%41.9	182	%58.1	252	4050	%77.8	3150	%22.2	900	450	%77.8	350	%22.2	100	تموز
6813	%30.6	2087	%69.4	4726	363	%37.7	137	%62.3	226	6000	%26.7	1600	%73.3	4400	450	%77.8	350	%22.2	100	حزيران
8666	%40	3469	%60	5197	616	%59.9	369	%40.1	247	7350	%34	2500	%66	4850	700	%85.7	600	%14.3	100	آب
6098	%56.8	3463	%43.2	2635	548	%57.1	313	%42.9	235	5150	%53.4	2750	%46.6	2400	400	%100	400	-	-	أيلول
8488	%66.4	5634	%33.6	2854	738	%58.8	434	%41.2	304	6900	%64.5	4450	%35.5	2450	850	%88.2	750	%11.8	100	تشرين أول
3802	%59.2	2252	%40.8	1550	402	%62.7	252	%37.3	150	3050	%54.1	1650	%45.9	1400	350	%100	350	-	-	تشرين ثاني
6655	%38.4	2555	%61.6	4100	705	%34.2	255	%63.8	450	5300	%33	1750	%67	3550	650	%84.6	550	%15.4	100	كانون أول
80639	%49.9	40249	%50.1	40390	8777	%45.4	3987	%54.6	4790	64300	%46.1	29650	%53.9	34650	7562	%87.4	6612	%12.6	950	المجموع

المصدر : أعدده الدارس بالاعتماد على إحصاءات وزارة السياحة والآثار العامة 2002م.

جدول رقم (4-9)

الوسائل المستخدمة في ترويج السياحة الداخلية

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	المجموع		موافق بشده		موافق		محايد		معارض		معارض بشده		الوسيلة المستخدمة	رقم الفقرة
		النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد		
1.09	3.86	%100	794	28.8 %	229	46.3 %	368	12.6 %	100	%6.2	49	%6	48	التلفاز	1
1.08	3.17	%100	794	%5	40	41.9 %	333	29.1 %	231	13.1 %	104	10.8 %	86	المنشور	2
1.01	3.67	%100	794	19.5 %	155	%44	349	24.2 %	192	%8.4	67	%3.9	31	الصحف	3
1.09	3.58	%100	794	19.6 %	156	41.2 %	327	22.4 %	178	11.2 %	89	%5,5	44	المجلات	4
1.08	3.84	%100	794	30.1 %	239	40.4 %	321	17.8 %	141	%6.9	55	%4.8	38	النشرات و الكتيبات	5
1.17	3.45	%100	794	17.6 %	140	38.8 %	308	%23	183	11.7 %	93	%8,8	70	لوحات العرض واللافتات	6

1.12	2.74	%100	794	%5.3	42	19.9 %	158	35.1 %	279	22.9 %	182	16.8 %	133	البريد العادي (المباشر)	7
1.28	3.77	%100	794	37.3 %	296	29.7 %	236	14.6 %	116	9,9	79	%8.4	67	البريد الإلكتروني (الإنترنت)	8

المصدر : أعدده الدارس.

جدول رقم (4-10)  
الهدف من الزيارة السياحية

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	المجموع		موافق بشده		موافق		محايد		معارض		معارض بشده		الاستجابة الهدف	رقم الفقرة
		النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد		
1.22	3.35	%100	794	37.3 %	296	29.7 %	236	14.6 %	116	%9,9	79	%8.4	67	ديني	1
1.2	3.61	%100	794	23.4 %	186	42.6 %	338	14.7 %	117	%10.2	81	%9.1	72	علاجي	2
0.84	4.33	%100	794	%50.6	402	37.2 %	295	%8.4	67	%2.3	18	%1.5	12	ترفيهي	3
1.12	3.72	%100	794	%24.9	198	43.8 %	348	16.5 %	131	%8.1	64	%6.7	53	ثقافي	4
1,1	3.34	%100	794	%13.4	106	35.1 %	279	31.6 %	251	%12	95	%7.9	63	اجتماعي	5
1.26	3.38	%100	794	%21.5	171	%30	238	24.7 %	196	%12.6	100	%11.2	89	رياضي	6

المصدر : أعدده الدارس.



جدول رقم ( 4-11 )  
إعلانات السياحة الداخلية

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	المجموع		موافق بشدة		موافق		محايد		معارض		معارض بشدة		الإجابة الفقرة	رقم الفقرة
		النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد		
1.14	3.38	%100	794	12.1 %	96	45.7 %	363	20.3 %	161	12.5 %	98	9.6 %	76	تبين الإعلانات السياحية واقع السياحة الداخلية	1
1.11	3.62	%100	794	20.8 %	165	43.7 %	347	18.4 %	146	%11	87	6.2 %	49	تجذب الإعلانات السياحية الاهتمام بالسياحة الداخلية	2
1.02	3.62	%100	794	18.8 %	149	41.8 %	332	27.3 %	217	%7.2	57	4.9 %	39	تكون الإعلانات السياحية حالات تفضيل لمواقع الجذب السياحي	3
1.13	3.43	%100	794	17.4 %	138	35.5 %	282	26.8 %	213	13.5 %	107	6.8 %	54	تقنع الإعلانات السياحية بزيارة المواقع السياحية	4
1.09	3.38	%100	794	12.3 %	98	42.2 %	335	23.3 %	185	15.6 %	124	6.5 %	52	تذكر الإعلانات السياحية بواقع السياحة الداخلية	5
1.14	3.35	%100	794	14.1 %	112	38.3 %	304	24.2 %	192	15.4 %	122	8.1 %	64	تدعم الإعلانات السياحية صحة القرارات المتعلقة بزيارة المواقع السياحية	6

المصدر : أعدده الدارس.

**جدول رقم (4-12)**  
**تعاقدات السياحة الداخلية ( البيع الشخصي )**

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	المجموع		موافق بشدة		موافق		محايد		معارض		معارض بشدة		الفقرة	رقم
		النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد		
1.35	3.11	%100	794	10.7 %	85	30.9 %	245	%28	223	19.8 %	157	10.6 %	84	ينظم مقدمو الخدمات السياحية رحلات السياحة الداخلية	7
1.53	3.30	%100	794	%17	135	33.2 %	264	23.7 %	188	14.6 %	116	11.5 %	91	يستقبل مقدمو الخدمات السياحية السياح في المواقع السياحية	8
1.19	3.38	%100	794	17.4 %	138	36.8 %	292	20.7 %	164	16.7 %	133	%8.4	67	يقابل مقدمو الخدمات السياحية السياح لمعرفة حاجاتهم ورغباتهم	9
1.23	3.30	%100	794	17.1 %	136	32.9 %	261	22.8 %	181	16.9 %	134	10.35 %	82	يشارك مقدمو الخدمات السياحية السياح في زيارتهم للمواقع السياحية	10
1.14	3.2	%100	794	11.7 %	93	32.5 %	258	29.4 %	233	%17	135	%9.4	75	يأخذ مقدمو الخدمات السياحية برأي السياح عن البرامج والخدمات المقدمة	11

المصدر : أعدده الدارس

جدول رقم (4-13)  
دعاية السياحة الداخلية

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	المجموع النسبة	موافق بشدة			موافق		محايد		معارض		معارض بشدة		الفقرة	رقم
			العدد	النسبة %	العدد	النسبة %	العدد	النسبة %	العدد	النسبة %	العدد	النسبة %	العدد		
1.08	3.45	%100	794	15.1 %	120	38.8 %	308	27.8 %	221	12.1 %	96	6.2 %	49	ينشر الإعلام السياحي الوعي والثقافة عن البرامج والخدمات المقدمة	12
1.12	3.29	%100	794	15.2 %	121	29.1 %	231	30.9 %	245	18.6 %	148	6.2 %	49	يغطي الإعلام السياحي أخبار السياحة الداخلية	13
1.19	3.33	%100	794	17.4 %	138	32.6 %	259	23.4 %	186	18.9 %	150	7.7 %	61	يستغل الإعلام السياحي المناسبات العامة لنشر الوعي السياحي	14
1.25	3.38	%100	794	19.8 %	157	34.4 %	273	20.5 %	163	15 %	119	10.3 %	82	يبين الإعلام السياحي حالة الطقس السائدة في المواقع السياحية	15
1.23	3.24	%100	794	15.5 %	123	33.8 %	268	20.7 %	164	19.8 %	157	10.3 %	82	يبين الإعلام السياحي حالة الطرق ووسائل المواصلات المؤدية إلى المواقع السياحية	16

المصدر : أعده الدارس.

**جدول رقم (4-14)**  
**العلاقات العامة في السياحة الداخلية**

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	المجموع		موافق بشدة		موافق		محايد		معارض		معارض بشدة		الفقرة	رقم
		النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد		
1.11	3.38	%100	79 4	%14	111	39.3 %	312	24.7 %	196	15.2 %	12 1	6.8 %	54	يدعم القائمون على الخدمات السياحية نشاطات الحفاظ على البيئة	17
1.05	3.31	%100	79 4	11.6 %	92	35.1 %	279	30.6 %	243	17.8 %	14 1	4.9 %	39	يدعم القائمون على الخدمات السياحية النشاطات الثقافية والاجتماعية	18
1.09	3.54	%100	79 4	19.4 %	154	37.2 %	295	26.4 %	210	11.7 %	93	5.3 %	42	يقدم القائمون على الخدمات السياحية النصح و الارشاد السياحي	19
1.24	3.42	%100	79 4	21.5 %	171	32.4 %	257	21.9 %	174	14.6 %	11 6	9.6 %	76	يساهم القائمون على الخدمات السياحية في رفع معنوية السياح	20
1.10	3.47	%100	79 4	13.8 %	110	%45	357	24.3 %	193	%8.2	65	8.7 %	69	يقيم القائمون على الخدمات السياحية علاقات طيبة مع السياح	21

المصدر : أعدده الدارس.

جدول رقم (4-15)  
تنشيط تعاقدات السياحة الداخلية

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	المجموع		موافق بشدة		موافق		محايد		معارض		معارض بشدة		الفقرة	رقم
		النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد		
1.03	3.84	%100	794	%26.1	207	%47.7	379	%14.1	112	%7.9	63	%4.2	33	تساهم المعارض و المتاحف في تنشيط السياحة الداخلية	22
1.04	4.04	%100	794	%38.5	306	%39.7	315	%14	111	%2.8	22	%5	40	تساهم الاحتفالات و المهرجانات في تنشيط السياحة	23
0.99	3.86	%100	794	%27.5	218	%44	349	%18.9	150	%6.7	53	%3	24	تساهم المؤتمرات و اللقاءات في تنشيط السياحة الداخلية	24
0.98	3.77	%100	794	%21.4	170	%48.2	383	%18.9	150	%8.4	67	%3	24	تساهم المحاضرات و الندوات في تنشيط السياحة الداخلية	25
1.00	3.92	%100	794	%30.1	239	%44.7	355	%16.2	129	%5.2	41	%3.8	30	تساهم المسابقات و الجوائز في تنشيط السياحة الداخلية	26
1.07	3.94	%100	794	%35.4	281	%38.5	306	%15.2	121	%6.8	54	%4	32	تساهم العروض و الخصومات الترويجية في تنشيط السياحة الداخلية	27

المصدر : أعدده الدارس

**جدول رقم (4-16)**  
**دور وسائل الإعلام في ترويج السياحة الداخلية**

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	المجموع		موافق بشدة		موافق		محايد		معارض		معارض بشدة		الفقرة	رقم
		النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد		
1.09	3.56	%100	794	%20.2	160	%37.7	299	%25.3	201	%12	95	%4.9	39	تساهم وسائل الاعلام في تحسين الخدمات السياحية المقدمة	28
1.12	3.56	%100	794	%19.4	154	%41.3	328	%21.4	170	%11.2	89	%6.7	53	تساهم وسائل الاعلام في اختيار المواقع السياحية الملائمة للزيارة	29
1.15	3.3	%100	794	%14.6	116	%34.5	274	%24.9	198	%18.6	148	%7.3	58	تساهم وسائل الاعلام في زيادة مدة الإقامة في الموقع السياحي	30
1.07	3.3	%100	794	%12	96	%34	270	%31	246	%17.3	137	%5.7	45	تساهم وسائل الاعلام في تغيير المسارات السياحية الى الجهات التي تروج لها	31
1.07	3.34	%100	794	%15.6	124	%36.4	289	%22.4	178	%17.9	142	%7.7	61	تساهم وسائل الإعلام في تكرار زيارة المواقع السياحية	32
1.17	3.53	%100	794	%21.3	169	%38.3	304	%20.3	161	%12.7	101	%7.4	59	تلعب وسائل الإعلام دوراً هاماً في ترويج السياحة الداخلية	33

المصدر : أعدده الدارس.

**جدول رقم (4-17)**  
**رضا السياح عن وسائل الإعلام**

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	المجموع		موافق بشدة		موافق		محايد		معارض		معارض بشدة		الفقرة	رقم
		النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد		
1.14	3.14	%100	794	%10.1	80	%32.9	261	%28.5	226	%18.6	148	%9.9	79	أثقت بمعلومات السياحة الداخلية التي تقدمها وسائل الإعلام	34
1.22	3.29	%100	794	%15.5	123	%34.8	276	%24.3	193	%14.1	112	%11.3	90	استمتعت بمعلومات السياحة الداخلية التي تقدمها وسائل الإعلام	35
1.20	3.19	%100	794	%12.2	97	%34.9	277	%23.3	185	%18.1	144	%11.5	91	أفضل متابعة ما تقدمه وسائل الإعلام عن السياحة الداخلية	36
1.26	3.31	%100	794	%17.9	142	%34.3	272	%20.5	163	%15.5	123	%11.8	94	اثمنت جهود القائمين على ترويج السياحة الداخلية في وسائل الإعلام	37
1.19	3.29	%100	794	%15.1	120	%35	278	%23.8	189	%16.2	129	%9.8	78	أدعو أصدقائي إلى متابعة الترويج السياحي في وسائل الإعلام	38
1.21	3.14	%100	794	%11.6	92	%32.6	259	%27.2	216	%15	119	%13.6	108	أدافع عن مادة الترويج التي تقدمها وسائل الإعلام	39
1.29	3.2	%100	794	%11.8	94	%34	270	%25.4	202	%18.6	148	%10.8	80	أنا راضي عن دور وسائل الإعلام في ترويج السياحة الداخلية	40

المصدر : أعدته الدارس.

جدول رقم (4-18)

مشكلات السياحة الداخلية

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	المجموع		موافق بشدة		موافق		محايد		معارض		معارض بشدة		الفقرة	رقم
		النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد		
1.20	3.19	%100	794	%13.5	107	%31.1	247	%28.2	224	%15.6	124	%11.6	92	يهتم مروجو الخدمات السياحية بالسياحة الداخلية	41
1.25	3.32	%100	794	%17.3	137	%35.3	280	%21.9	174	%13.1	104	%12.5	99	تهتم الحكومة برفع مستوى السياحة الداخلية	42
1.23	3.22	%100	794	%14.9	118	%32.4	257	%25.4	202	%14.7	117	%12.6	100	تشجع الحكومة المواطنين على السياحة الداخلية	43
1.21	2.97	%100	794	%10.2	81	%26.8	213	%28.8	229	%19.6	156	%14.5	115	تكفي الخدمات السياحية المقدمة حاجات السياح المحليين	44
1.25	2.85	%100	794	%9.3	74	%24.7	196	%26.6	211	%20.5	163	%18.9	150	تتناسب الخدمات السياحية المقدمة مع قدرات و إمكانيات السياح المحليين	45
1.27	3.11	%100	794	%14.9	118	%26.4	210	%29.5	234	%13.5	107	%15.7	125	يمتاز القائمين على خدمة السياح المحليين بالكفاءة	46

المصدر : أعده الدارس.

