



SPOTLIGHT*KSA

الآراء حول الأنشطة الترفيهية

كانون الثاني - 2026

المحتوى

1

النتائج الرئيسية

2

معدل الخروج للترفيه

3

التخطيط للأنشطة
الترفيهية

4

الأنشطة الترفيهية
الحالية والمرغوبة

5

الأبعاد الاجتماعية
للأنشطة الترفيهية

6

الجوانب المالية للأنشطة
الترفيهية

7

المخاوف المتعلقة
بوقت الترفيه

النتائج الرئيسية

الترفيه حاصر في الحياة اليومية، رغم ضيق الوقت

يُعد الخروج للترفيه جزءًا راسخًا من الحياة اليومية، لا سيما بين الشباب وذوي الدخل المرتفع، حيث يميلون إلى القيام بذلك مرة واحدة على الأقل أسبوعيًا.

ومع ذلك، لا ينعكس هذا المستوى من المشاركة على الإحساس بتوفر الوقت. فبينما يقول **واحد من كل اثنين** إنه راضٍ عن مقدار الوقت المتاح للترفيه، تنخفض مستويات الرضا بشكل ملحوظ بين الفئات العمرية الأصغر وذوي الدخل المنخفض. ويشير ذلك إلى أن **ضغط الوقت يُشعر به بشكل أكبر لدى من يملكون مرونة أقل وموارد محدودة**، وليس نتيجة لغياب الاهتمام أو الرغبة في المشاركة.

اختيارات الترفيه تحكمها القيمة والشعور بالأمان

تلعب القدرة على تحمل التكاليف والعروض الترويجية دورًا محوريًا في اختيار أماكن الترفيه، متقدمة على عوامل مثل الأجواء أو السمعة أو المرافق، خاصة بين ذوي الدخل المنخفض وكبار السن.

وفي الوقت نفسه، يظل الأمان والسلامة توقعًا أساسيًا، لا سيما لدى الفئات الأكبر سنًا والمقيمين غير المواطنين، مما يعزز أن قرارات الترفيه عملية ومدرسة أكثر من كونها مدفوعة بالتجربة أو الترف.

الطلب على الترفيه يتجاوز الخيارات المحلية

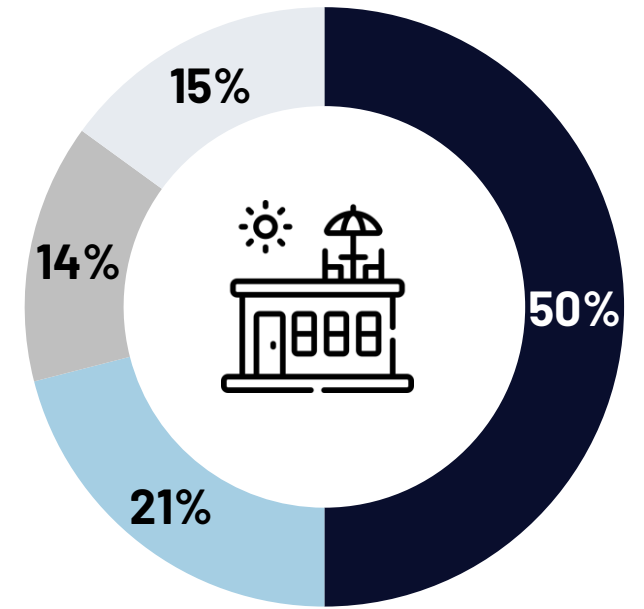
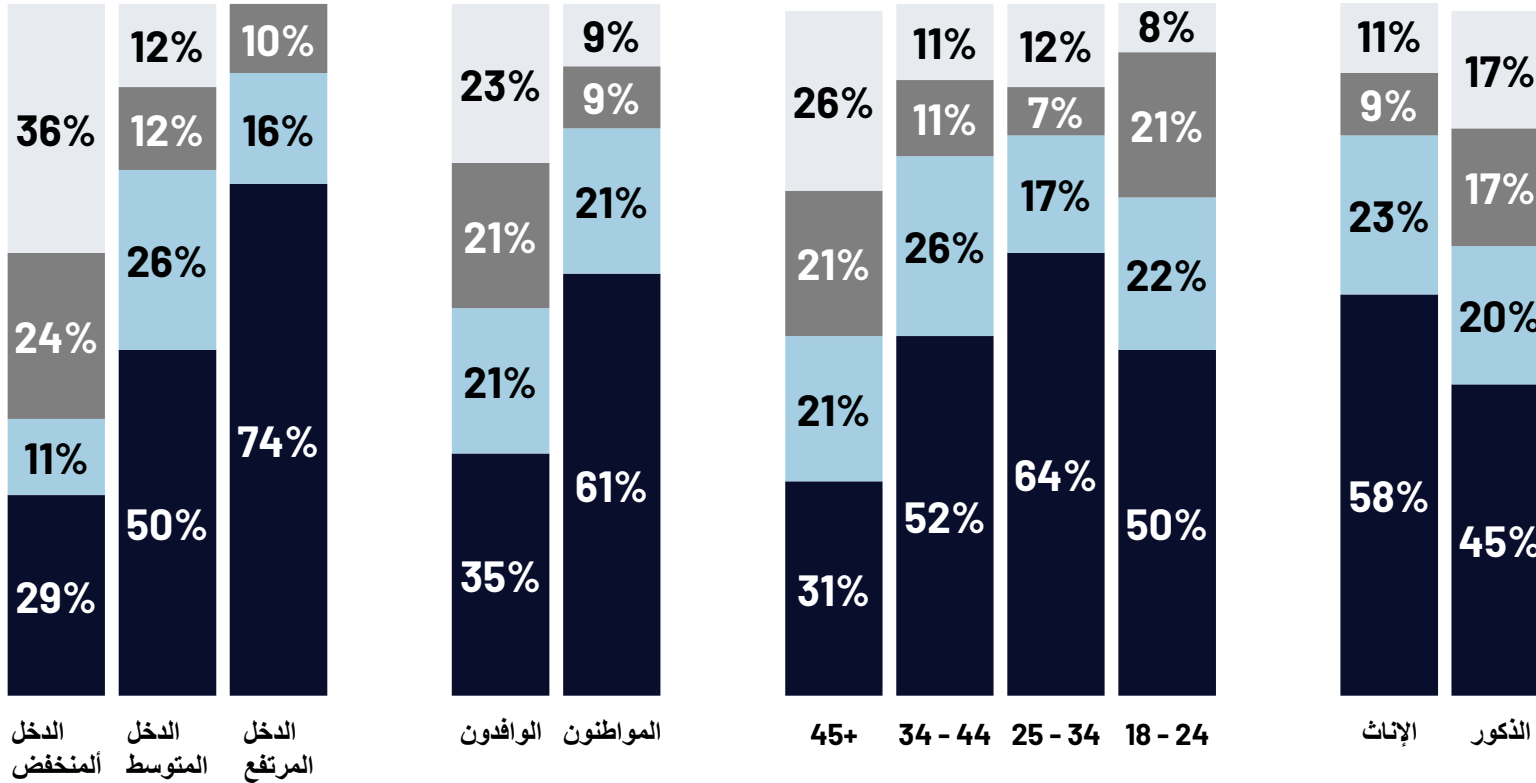
هناك انفتاح واسع على التجارب الترفيهية الجديدة وغير التقليدية، حيث يُعرب نحو نصف المشاركين عن استمتاعهم باستكشاف خيارات خارج تفضيلاتهم المعتادة، خاصة بين الشباب وذوي الدخل المرتفع.

وبالمثل، تُبدي نسبة قريبة استعدادًا للسفر إلى مدينة أخرى من أجل تجارب فريدة، بقيادة ذوي الدخل المرتفع، بينما يكون ذلك أكثر محدودية بين ذوي الدخل المنخفض وكبار السن. ويشير هذا إلى أنه رغم شيوع الرغبة في التنوع، فإن المرونة الاقتصادية هي العامل الحاسم في القدرة على تحقيقه فعليًا.

معدل الخروج للترفيه

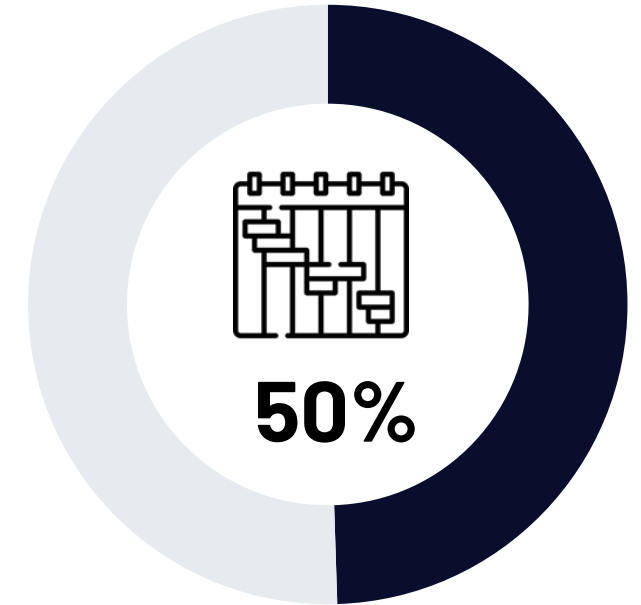
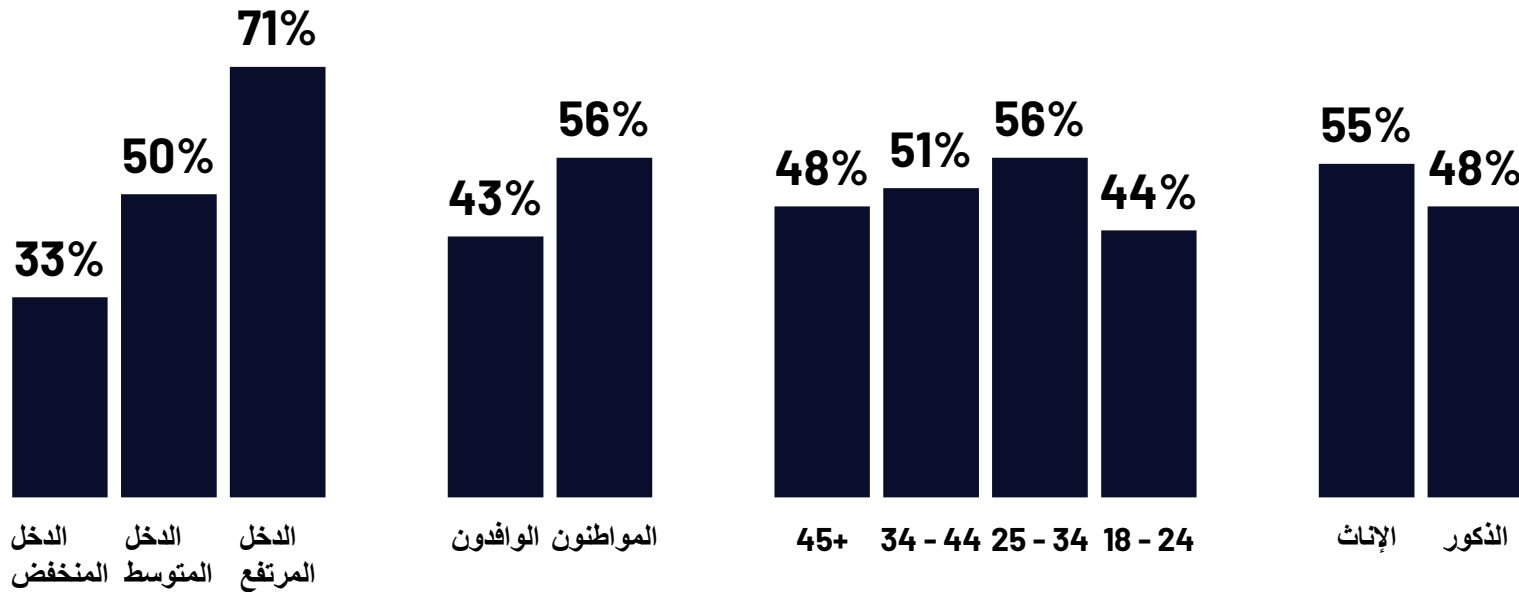
معدل الخروج للترفيه

% - حسب الفئات الديموغرافية



الرضا عن توفر وقت الفراغ

% - حسب الفئات الديموغرافية

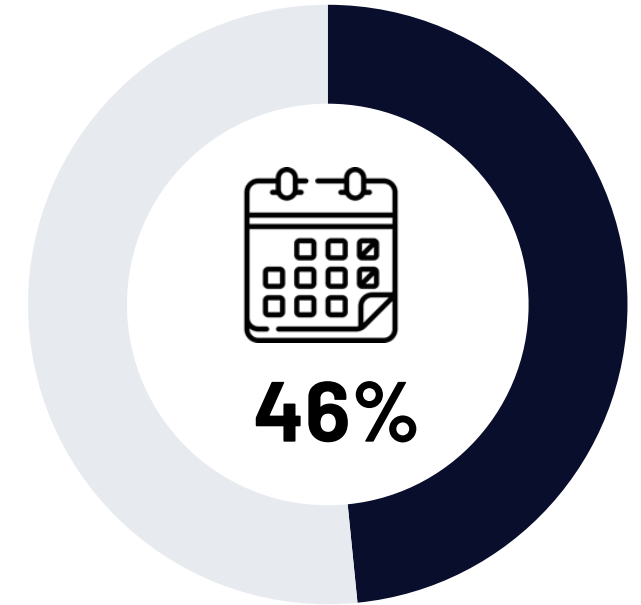
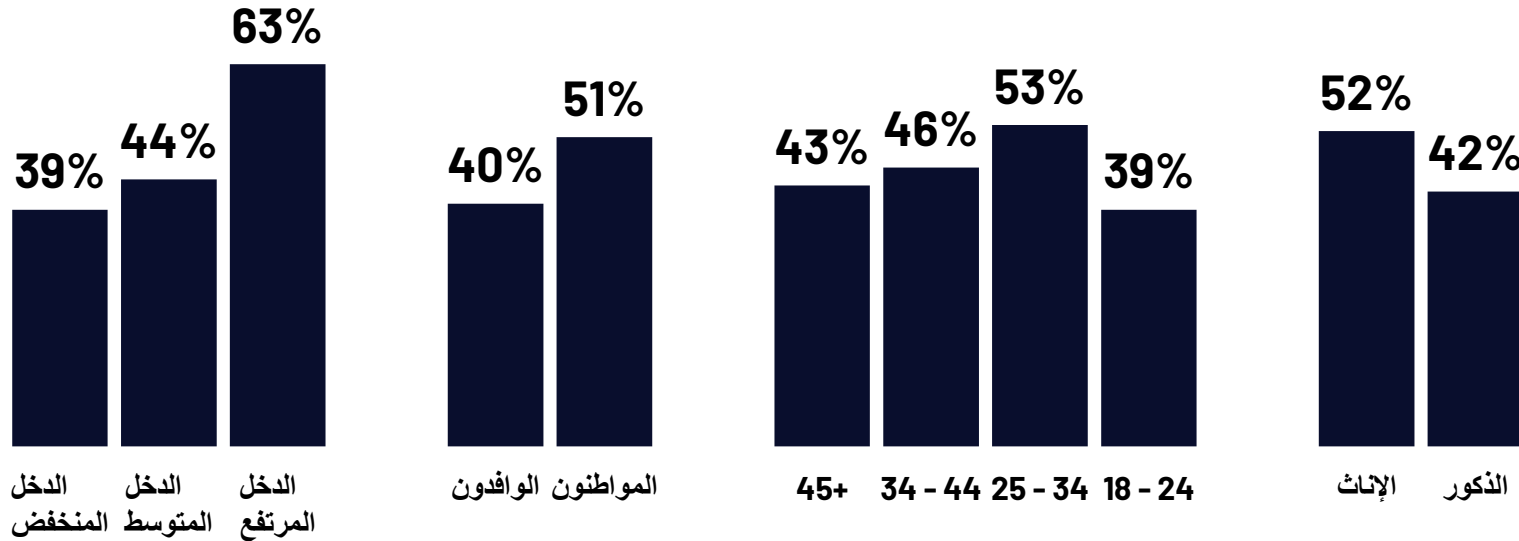


راضون عن الوقت المخصص للترفيه
ووقت الفراغ في جدولهم

التخطيط للأنشطة الترفيهية

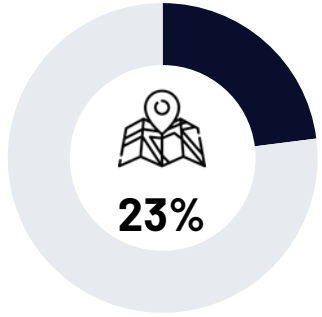
التخطيط لعطلة نهاية الأسبوع

% - حسب الفئات الديموغرافية

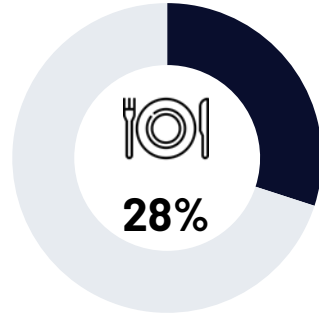


غالبًا ما يخططون لعطلات نهاية الأسبوع بناءً على الفعاليات الترفيهية المتاحة في المدينة

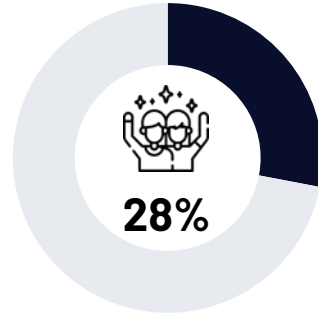
معايير اختيار أماكن الترفيه



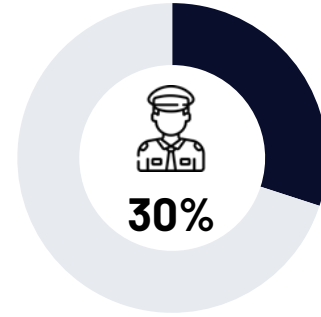
الموقع وسهولة الوصول



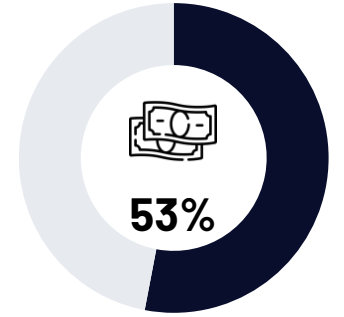
توافر الطعام وتنوعه وجودته



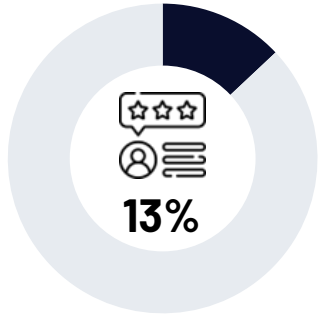
الأجواء



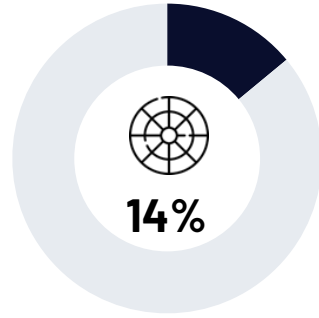
السلامة والأمان



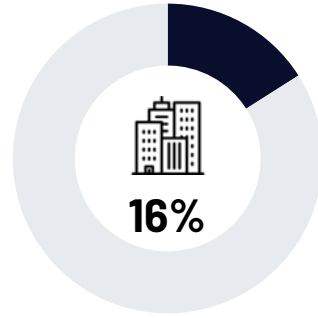
الأسعار المناسبة والعروض



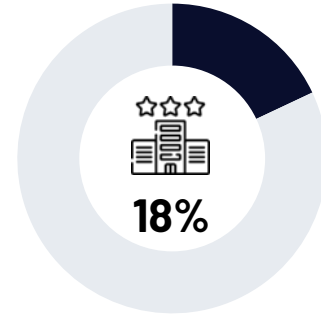
تقييمات الزبائن



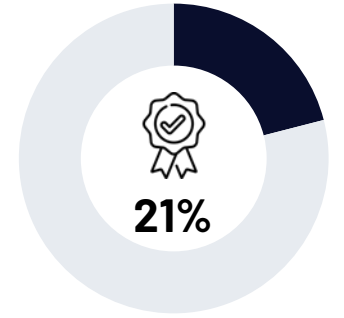
تنوع العروض



المرافق والمزايا



سمعة المكان



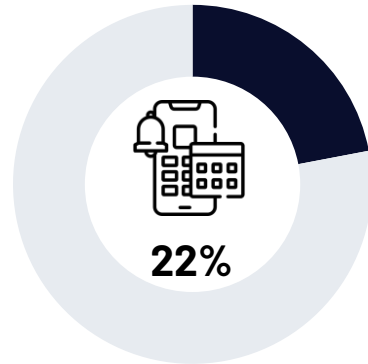
جودة الخدمات

معايير اختيار أماكن الترفيه

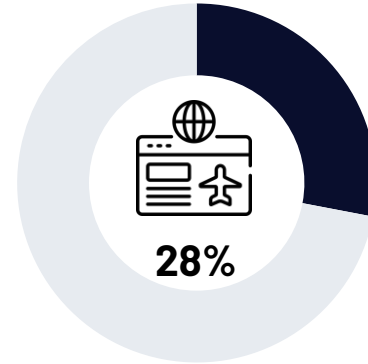
% - حسب الفئات الديموغرافية

تقييمات الزبائن	تنوع العروض	المرافق والمزايا	سمعة المكان	جودة الخدمات	الموقع وسهولة الوصول	توافر الطعام وتنوعه وجودته	الأجواء	السلامة والأمان	الأسعار المناسبة والعروض	الإجمالي
13%	14%	16%	18%	21%	23%	28%	28%	30%	53%	
13%	13%	18%	16%	20%	24%	29%	26%	30%	52%	الذكور
14%	15%	13%	21%	24%	20%	27%	32%	31%	54%	الإناث
6%	22%	7%	15%	25%	21%	32%	26%	26%	51%	18 - 24
21%	12%	16%	24%	20%	20%	29%	26%	25%	49%	25 - 34
13%	12%	20%	17%	24%	24%	22%	34%	31%	53%	35 - 44
9%	11%	19%	12%	17%	27%	31%	27%	40%	60%	+45
13%	17%	16%	21%	24%	21%	29%	31%	28%	49%	المواطنون
14%	9%	17%	14%	17%	26%	27%	24%	34%	58%	الوافدون
14%	22%	18%	30%	28%	24%	30%	30%	26%	48%	الدخل المرتفع
15%	13%	18%	16%	20%	23%	30%	28%	30%	53%	الدخل المتوسط
8%	8%	9%	12%	20%	22%	22%	28%	35%	57%	الدخل المنخفض

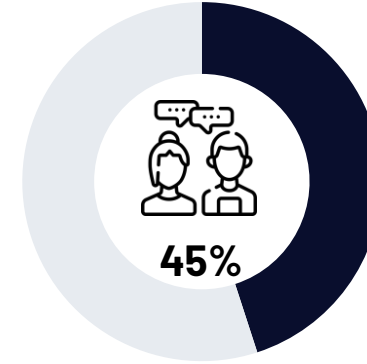
مصادر التعرف على خيارات الترفيه



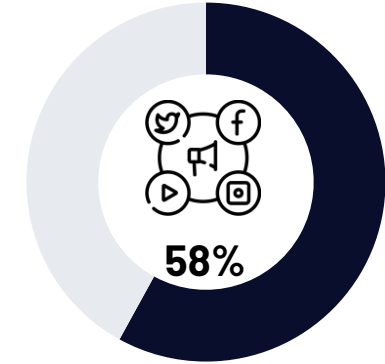
التطبيقات المختصة بالفعاليات



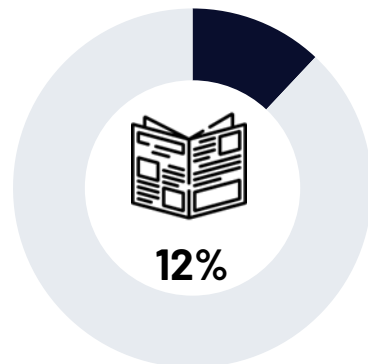
مواقع التقييمات



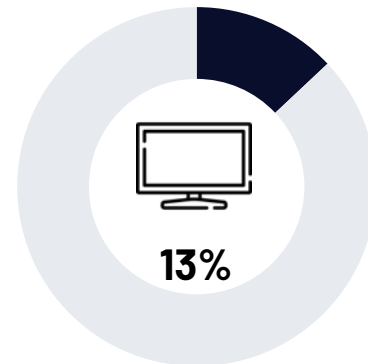
الأشخاص الذين أعرفهم شخصيًا



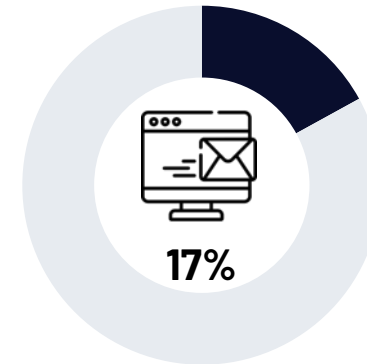
وسائل التواصل الاجتماعي



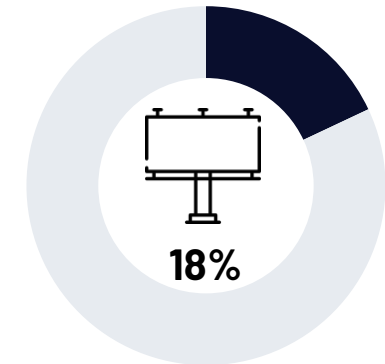
إعلانات الصحف والمجلات



إعلانات التلفزيون والراديو



النشرات الإخبارية عبر البريد الإلكتروني



لوحات إعلانية وملصقات

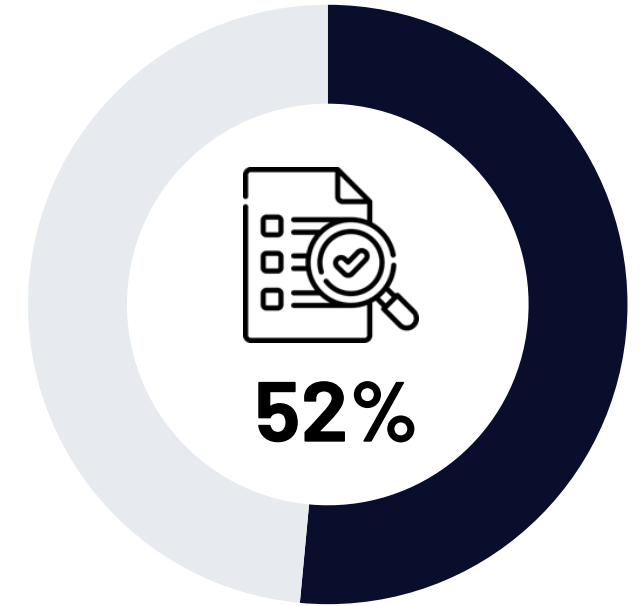
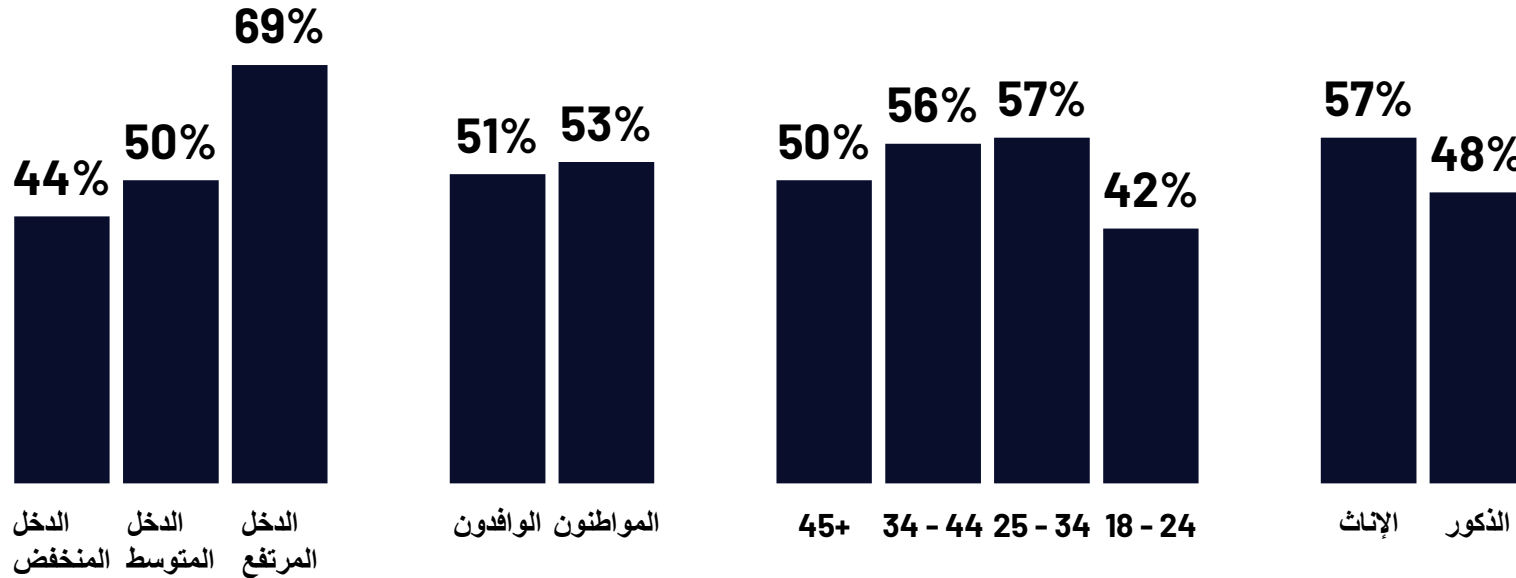
مصادر التعرّف على خيارات الترفيه

% - حسب الفئات الديموغرافية

إعلانات الصحف والمجلات	إعلانات التلفزيون والراديو	النشرات الإخبارية عبر البريد الإلكتروني	لوحات إعلانية وملصقات	التطبيقات المختصة بالفعاليات	مواقع التقييمات	الأشخاص الذين أعرفهم شخصيًا	وسائل التواصل الاجتماعي	الإجمالي
12%	13%	17%	18%	22%	28%	45%	58%	
12%	16%	20%	21%	21%	31%	45%	56%	الذكور
11%	9%	12%	14%	24%	24%	45%	61%	الإناث
10%	5%	17%	22%	25%	32%	43%	50%	24 - 18
14%	11%	12%	19%	24%	26%	41%	60%	34 - 25
16%	21%	15%	19%	23%	25%	48%	59%	44 - 35
6%	14%	24%	14%	16%	30%	50%	62%	+45
13%	16%	17%	17%	26%	29%	47%	55%	المواطنون
11%	9%	16%	20%	17%	27%	43%	62%	الوافدون
17%	15%	19%	18%	30%	34%	50%	63%	الدخل المرتفع
11%	12%	19%	20%	21%	30%	44%	58%	الدخل المتوسط
8%	14%	8%	14%	19%	19%	44%	52%	الدخل المنخفض

سهولة الحصول على معلومات حول خيارات الترفيه في السعودية

% الموافقة - حسب الفئات الديموغرافية

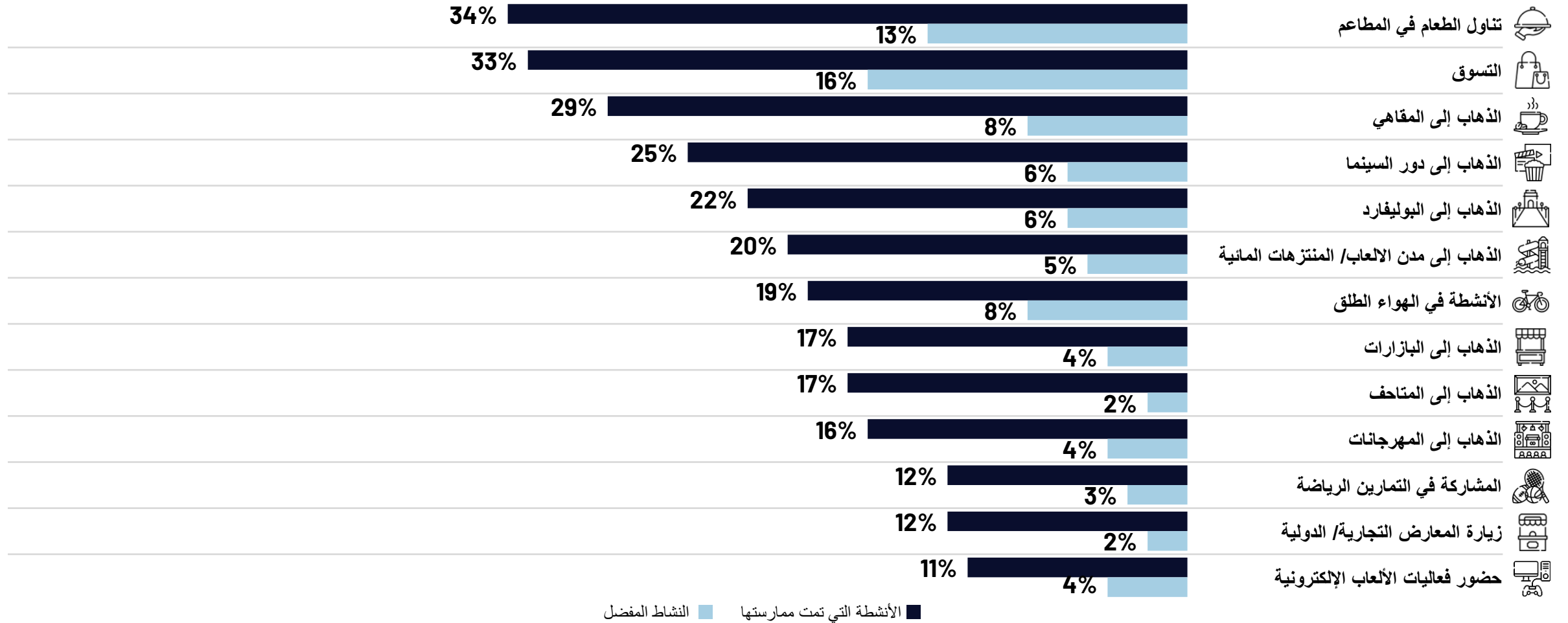


أجد أنه من السهل الحصول على معلومات حول خيارات الترفيه في السعودية

الأنشطة الترفيهية الحالية والمرغوبة














الأنشطة الترفيهية التي تمت ممارستها خلال السنة الماضية

أبرز 10 أنشطة



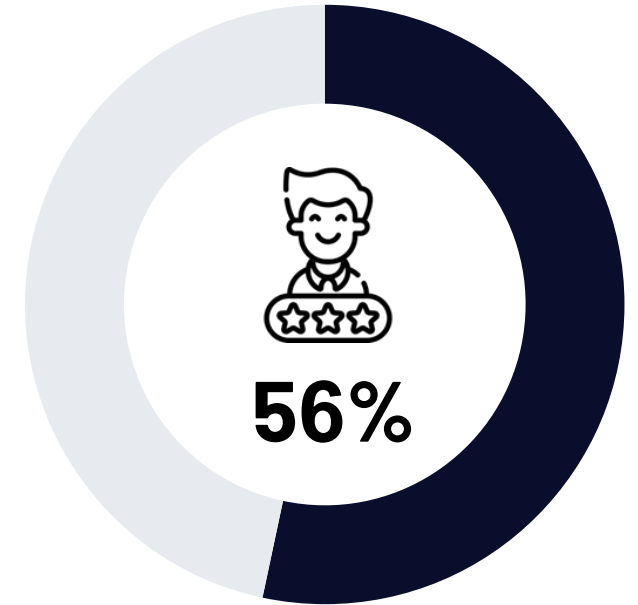
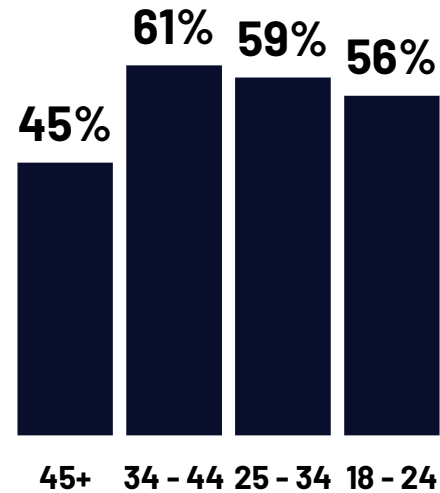
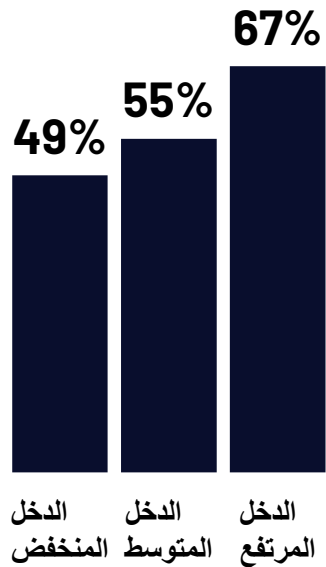
الأنشطة الترفيهية التي تمت ممارستها خلال السنة الماضية

% الأنشطة التي تمت ممارستها - حسب الفئات الديموغرافية

 حضور فعاليات الألعاب الإلكترونية	 زيارة المعارض التجارية/ الدولية	 المشاركة في التمارين الرياضة	 الذهاب إلى المهرجانات	 الذهاب إلى المتاحف	 الذهاب إلى البازارات	 الأنشطة في الهواء الطلق	 الذهاب إلى مدن الألعاب/ المنتزهات المانية	 الذهاب إلى البوليفارد	 الذهاب إلى دور السينما	 الذهاب إلى المقاهي	 التسوق	 تناول الطعام في المطاعم	الإجمالي
11%	12%	12%	16%	17%	17%	19%	20%	22%	25%	29%	33%	34%	
14%	14%	13%	16%	18%	15%	20%	18%	21%	23%	25%	30%	31%	الذكور
7%	8%	11%	17%	14%	19%	18%	22%	23%	27%	35%	38%	40%	الإناث
11%	3%	12%	14%	12%	10%	24%	12%	30%	27%	21%	23%	33%	24 - 18
14%	12%	11%	18%	14%	16%	19%	20%	22%	23%	32%	27%	37%	34 - 25
8%	18%	12%	21%	21%	22%	22%	27%	21%	28%	36%	44%	37%	44 - 35
11%	12%	13%	12%	19%	19%	12%	18%	16%	22%	25%	39%	28%	+45
13%	12%	12%	19%	18%	16%	16%	20%	24%	26%	33%	30%	31%	المواطنون
8%	11%	12%	12%	15%	19%	24%	19%	19%	22%	23%	37%	38%	الوافدون
20%	18%	15%	16%	21%	23%	16%	24%	27%	34%	32%	34%	38%	الدخل المرتفع
10%	12%	14%	17%	18%	18%	21%	20%	23%	25%	28%	32%	33%	الدخل المتوسط
7%	5%	2%	16%	7%	9%	14%	15%	14%	15%	29%	37%	35%	الدخل المنخفض

الرضا عن الخيارات الترفيهية المتاحة حالياً

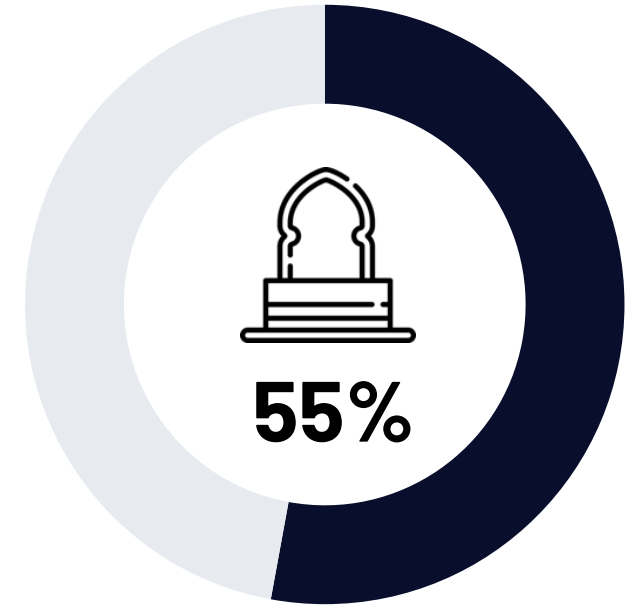
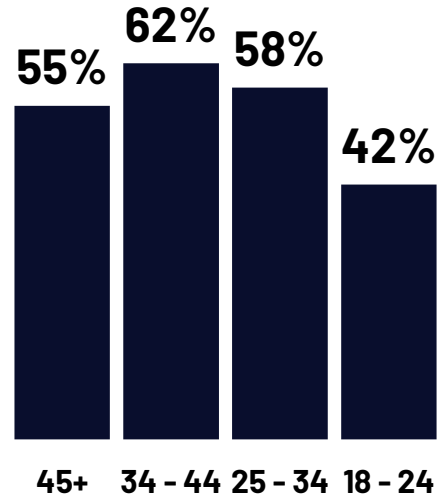
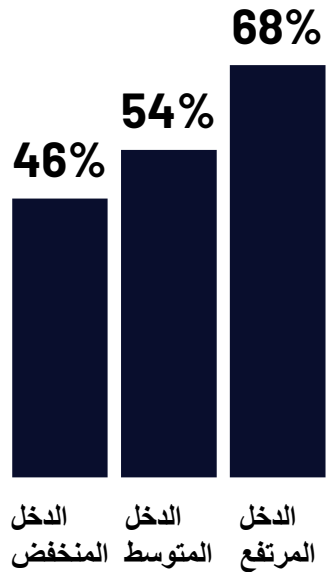
% - حسب الفئات الديموغرافية



راضون عن الخيارات الترفيهية المتاحة حالياً في السعودية

التوافق الثقافي للترفيه في السعودية

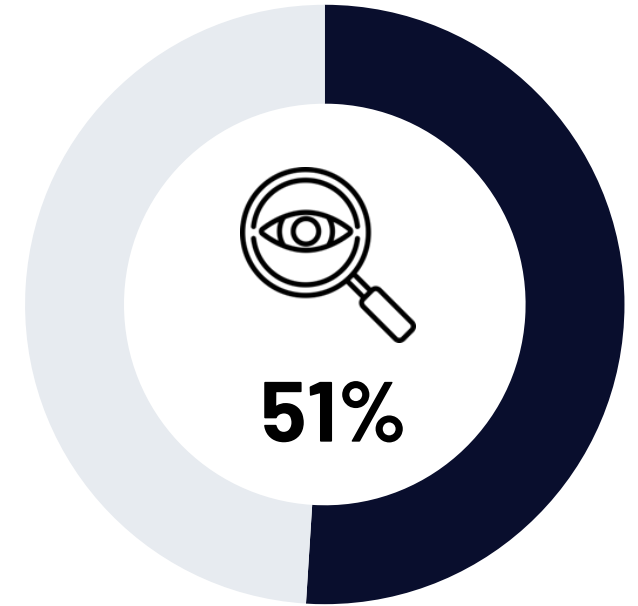
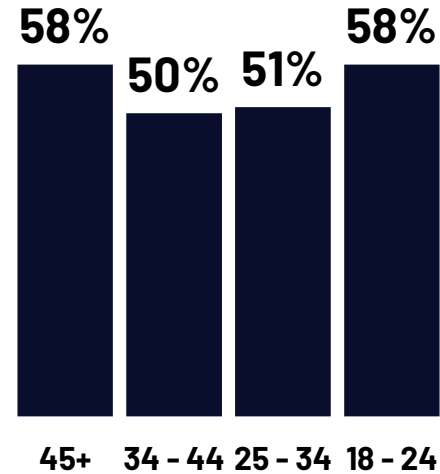
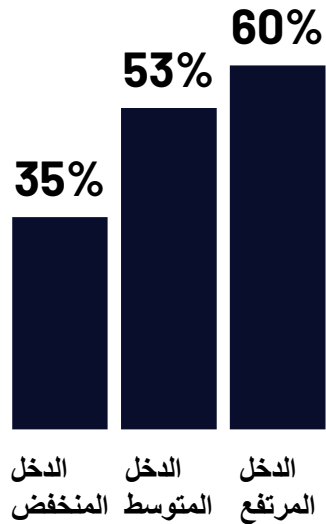
% الموافقة - حسب الفئات الديموغرافية



خيارات الترفيه في المملكة تحترم وتنماشى مع الثقافة والقيم المحلية

استكشاف أنشطة ترفيهية خارج التفضيلات المعتادة

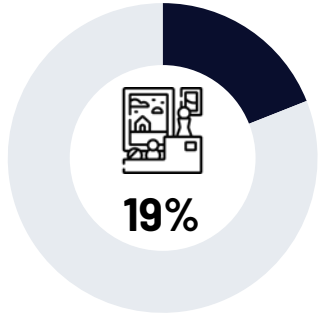
% الموافقة - حسب الفئات الديموغرافية



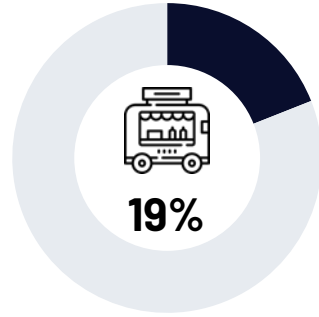
يستمتعون باستكشاف خيارات ترفيهية مختلفة خارج تفضيلاتهم المعتادة

الأنشطة الأكثر طلبًا: ما الذي يرغب الناس في رؤيته أكثر في السعودية

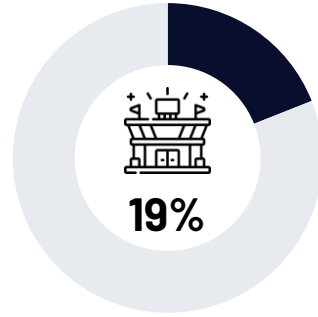
أبرز 10 أنشطة



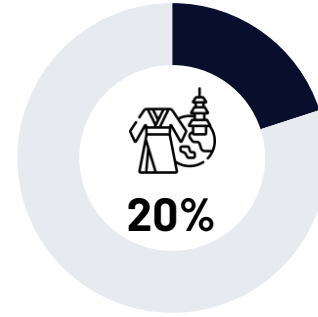
المعارض



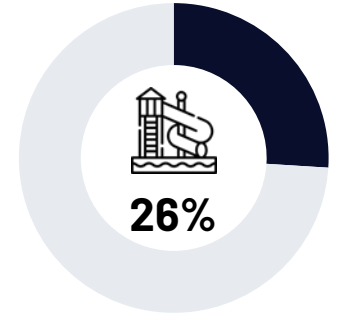
مهرجانات الطعام وفعاليات الطهي



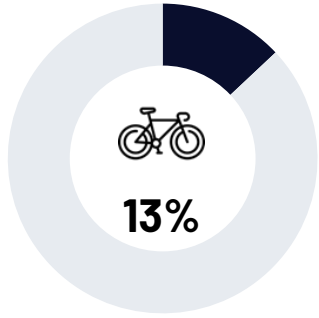
الفعاليات الرياضية



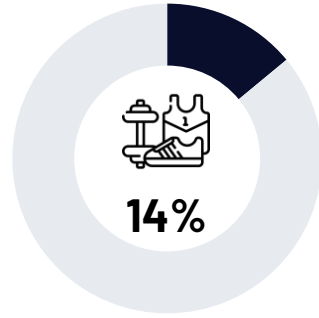
الفعاليات الثقافية



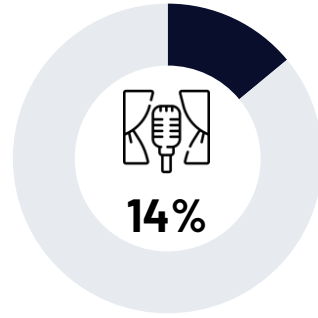
مدن الألعاب/ المنتزهات المائية



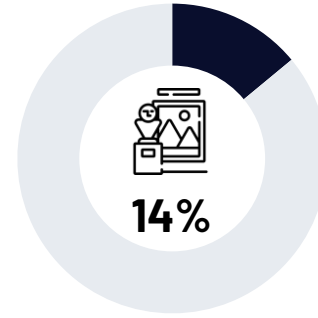
الأنشطة الخارجية



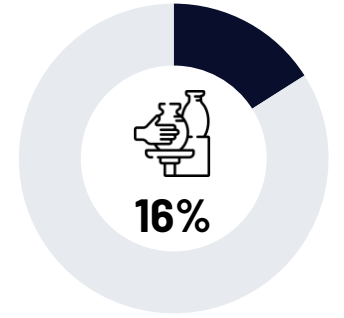
فعاليات اللياقة البدنية



عروض الكوميديا



المعارض والصالات الفنية



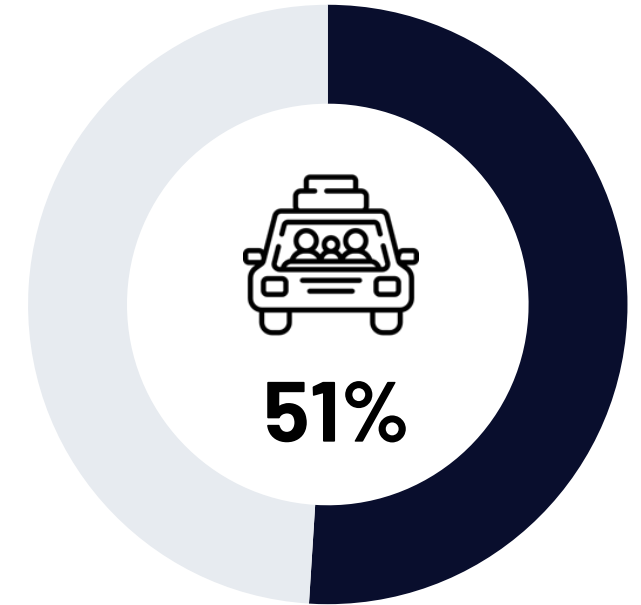
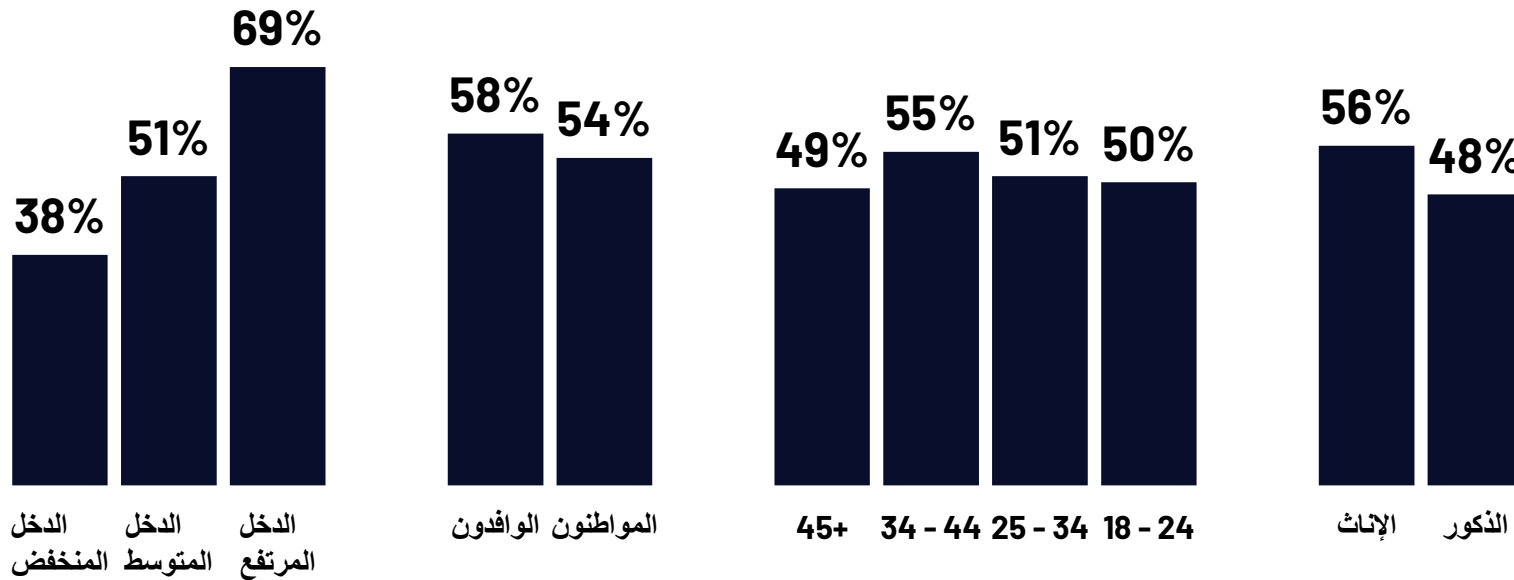
ورش الحرف اليدوية

أبرز 10 أنشطة - حسب الفئات الديموغرافية

© Ipsos | Spotlight*KSA: الأراء حول الأنشطة الترفيهية

الاستعداد للسفر من أجل تجارب ترفيهية فريدة

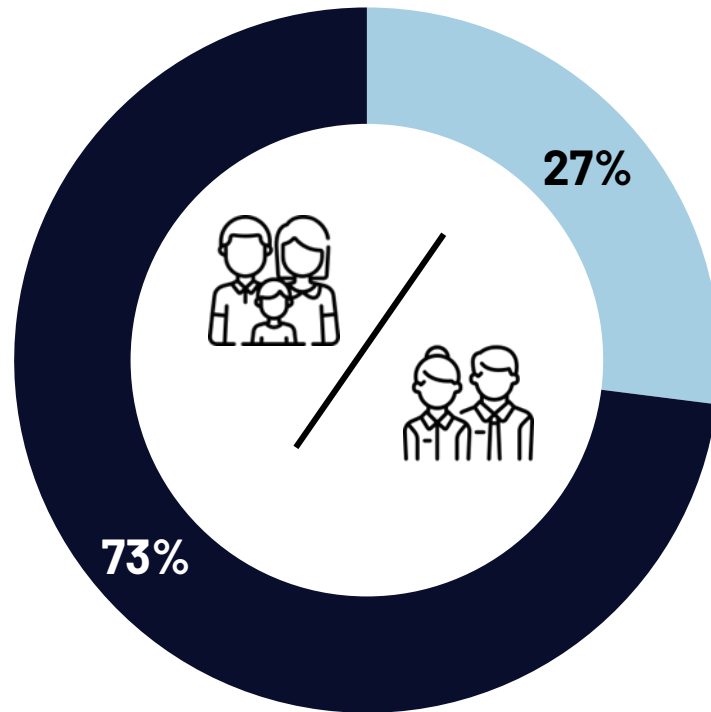
% الموافقة - حسب الفئات الديموغرافية



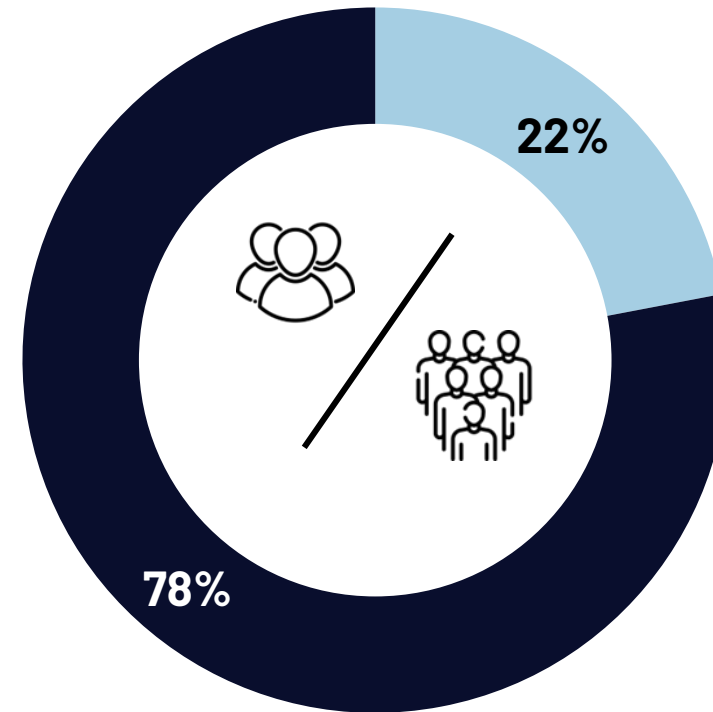
أنا على استعداد للسفر إلى مدينة أو منطقة مختلفة في السعودية إذا كان يعني ذلك أنني سأتمكن من الاستمتاع بتجارب ترفيهية فريدة

الأبعاد الاجتماعية للأنشطة الترفيهية

الأبعاد الاجتماعية للأنشطة الترفيهية



يفضّلون قضاء وقت الترفيه مع العائلة
يفضّلون قضاء وقت الترفيه مع الأصدقاء



يفضّلون الخروج مع مجموعات صغيرة
يفضّلون الخروج مع مجموعات كبيرة

الأبعاد الاجتماعية للأنشطة الترفيهية

% - حسب الفئات الديموغرافية



يفضّلون قضاء وقت الترفيه
مع الأصدقاء

27%



يفضّلون قضاء وقت الترفيه
مع العائلة

73%



يفضّلون الخروج
مع مجموعات كبيرة

22%



يفضّلون الخروج
مع مجموعات صغيرة

78%

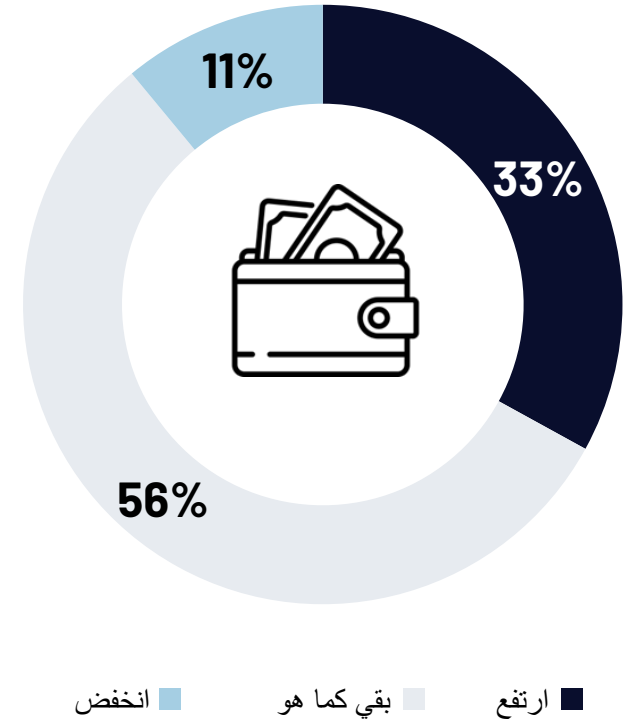
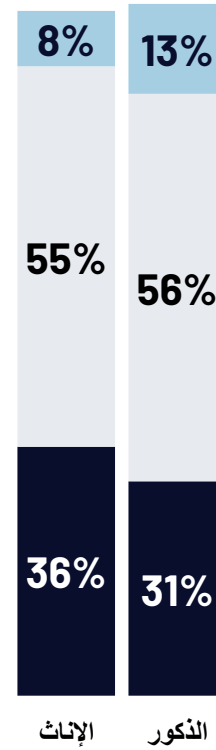
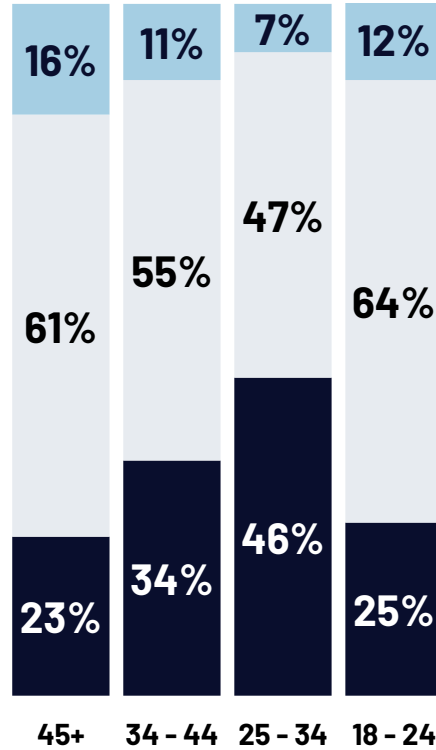
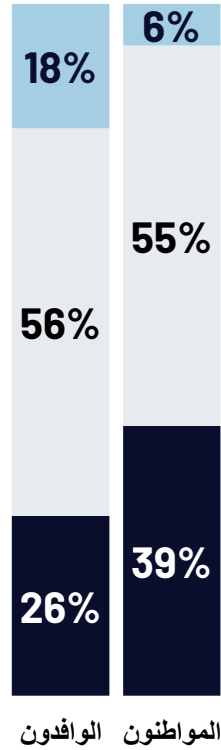
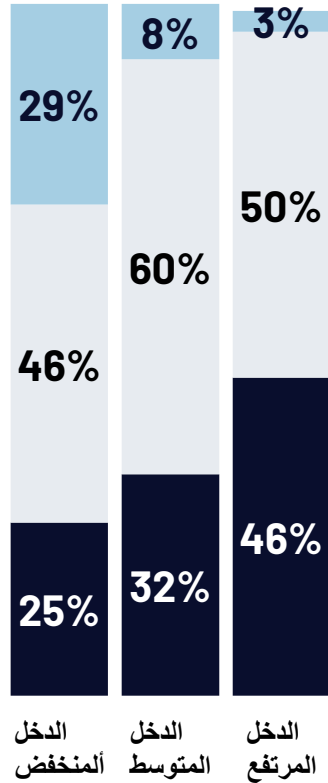
الإجمالي

28%	72%	21%	79%	الذكور
27%	73%	25%	75%	الإناث
35%	65%	31%	69%	24 - 18
26%	74%	27%	73%	34 - 25
27%	73%	16%	84%	44 - 35
23%	77%	16%	84%	+45
29%	71%	26%	74%	المواطنون
25%	75%	17%	83%	الوافدون
25%	75%	27%	73%	الدخل المرتفع
24%	76%	23%	77%	الدخل المتوسط
39%	61%	18%	82%	الدخل المنخفض

الجوانب المالية للأنشطة الترفيهية

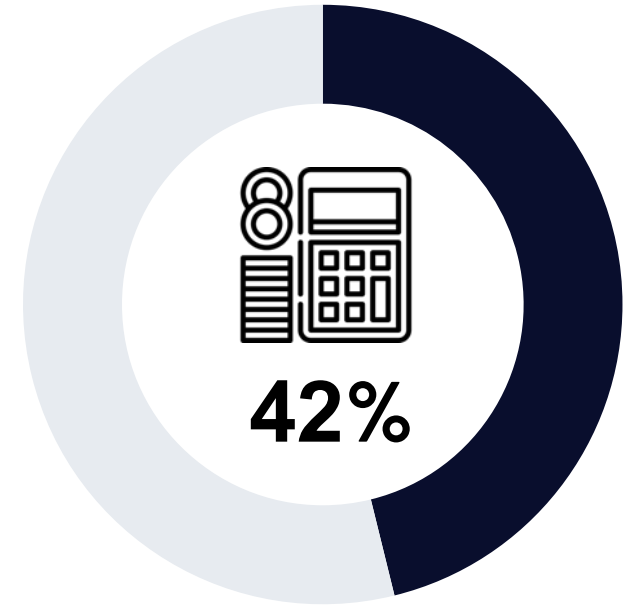
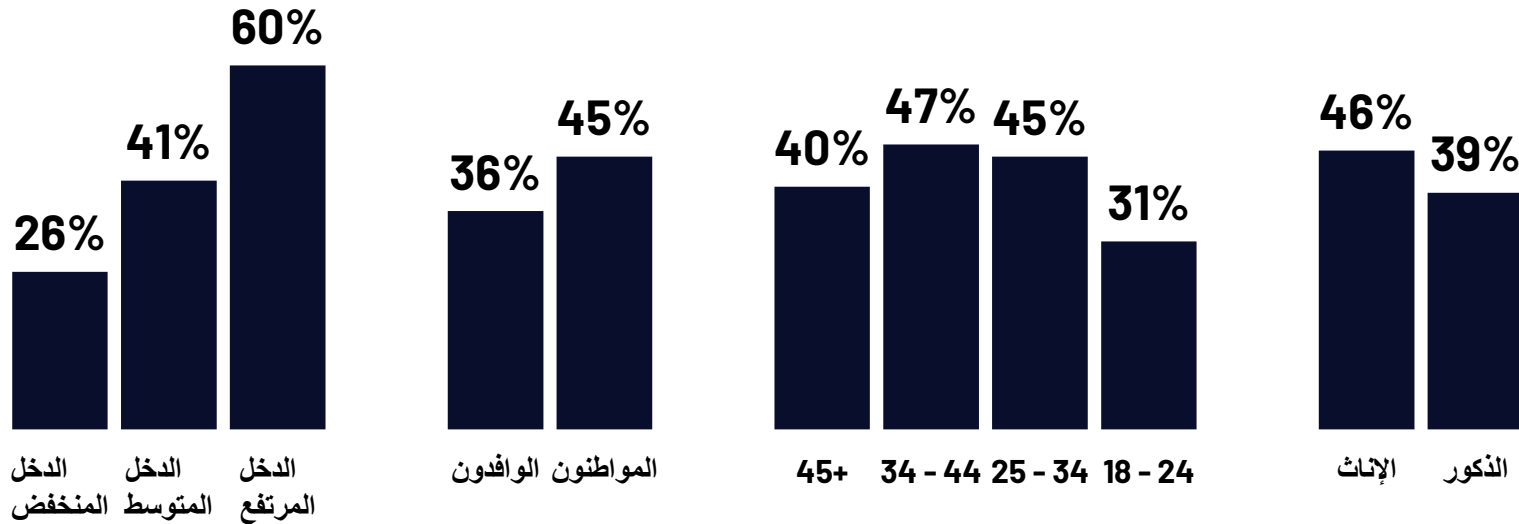
التغير في الإنفاق على الترفيه ووقت الفراغ خلال السنة الماضية

% - حسب الفئات الديموغرافية



الاستعداد للحفاظ على ميزانية الترفيه

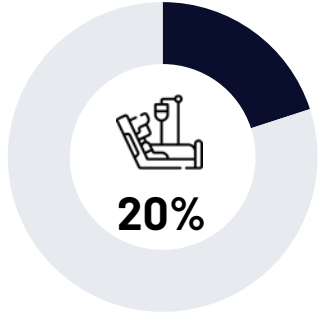
% الموافقة - حسب الفئات الديموغرافية



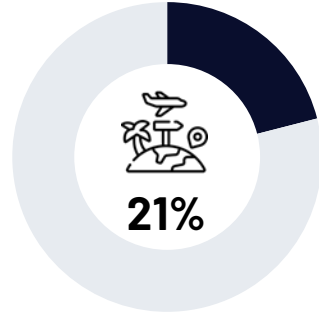
أنا على استعداد للتضحية بالإنفاق في مجالات أخرى للحفاظ على ميزانية الترفيه الخاصة بي

المخاوف المتعلقة بوقت الترفيه

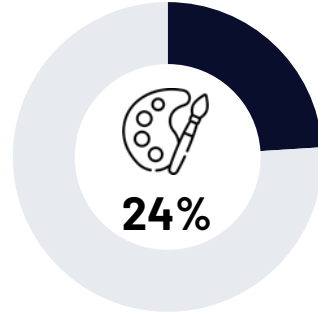
المخاوف المتعلقة بوقت الترفيه



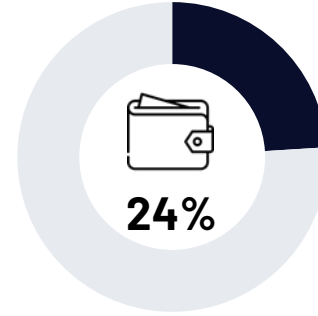
الإصابة بالمرض أثناء تواجدي بعيداً عن المنزل



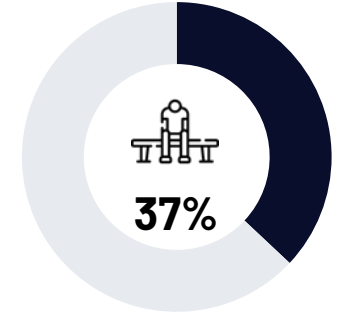
اختيار وجهة إجازة لا تلبي توقعاتي



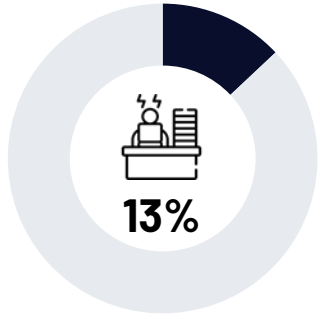
عدم القدرة على تحمل تكاليف هواياتي



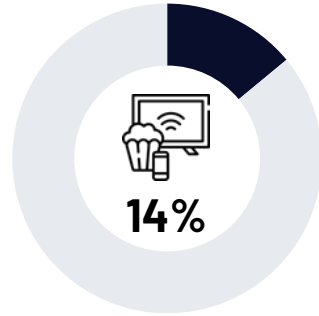
عدم القدرة على تحمل تكاليف الإجازات



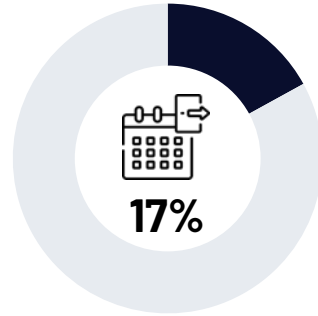
الملل



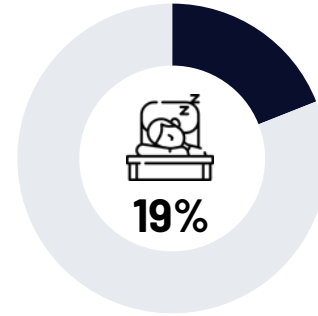
عدم القدرة على إدارة عبء العمل للاستفادة من الإجازات المدفوعة



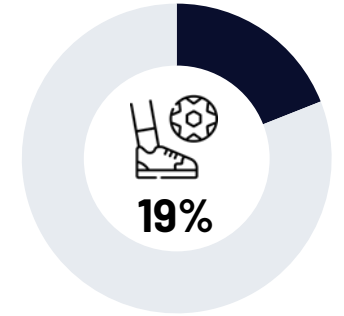
عدم إيجاد وقت كافٍ لمشاهدة محتوى على خدمات البث



عدم القدرة على أخذ وقت كافٍ من العمل لقضاء إجازة



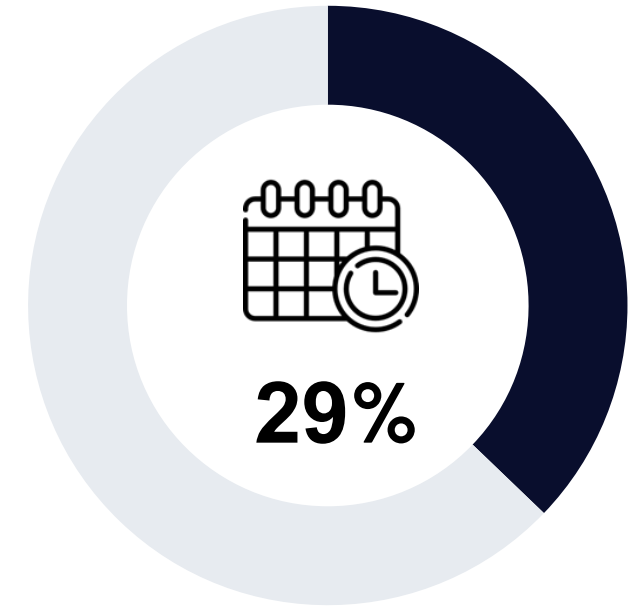
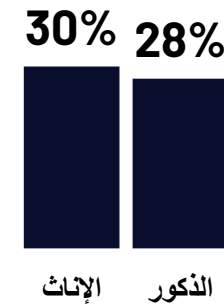
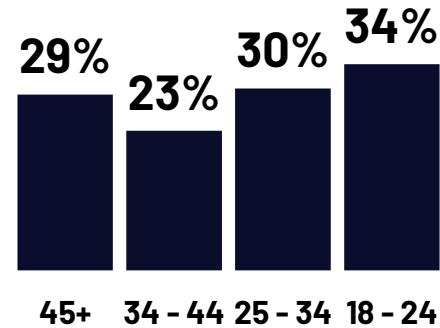
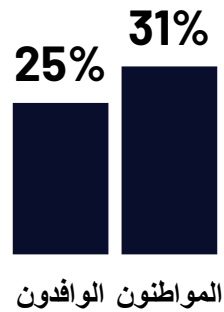
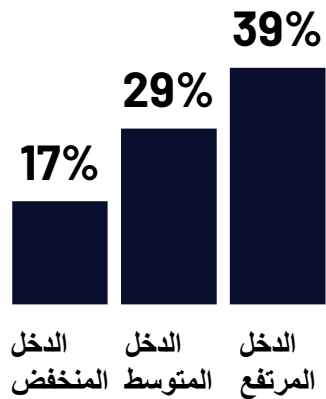
الشعور بعدم الإنتاجية



عدم وجود وقت كافٍ لهواياتي

المواقف تجاه اعتبار وقت الترفيه وقتًا ضائعًا

% الموافقة - حسب الفئات الديموغرافية



الوقت الذي يُقضى في الترفيه أو وقت الفراغ هو وقت ضائع

المنهجية المتبعة

حجم العينة

500 مشارك

معايير العينة

عينة تمثل المسافرين داخليًا والمقيمين في إجازات محلية والتوزيع السكاني حسب الجنس والعمر (18 عامًا فأكثر) والجنسية والمستوى الاقتصادي والاجتماعي

المنهجية

تم تنفيذ الاستبيان من خلال لوحة ابسوس الإلكترونية (Ipsos Online Panel)

النطاق الجغرافي

تم إجراء الدراسة في المملكة العربية السعودية بتغطية تشمل جميع أنحاء البلاد

للمزيد من المعلومات

Mohamad Jobeilly
Senior Client Director
Ipsos in KSA
mohamad.jobeilly@ipsos.com

Shireen Fatima
Research Manager
Ipsos in KSA
shireen.fatima@ipsos.com