

## السياحة والشباب

ورقة عمل مقدمة لملتقى السفر والاستثمار السياحي في دورته الرابعة بمدينة الرياض

٢٢-٢٦-٤/١٤٣٢هـ الموافق ٢٧-٣١/٣/٢٠١١م

إعداد

أ.د. صالح بن عبدالعزيز النصار

أستاذ المناهج وتعليم اللغة العربية/ كلية التربية/ جامعة الملك سعود

مدير الإستراتيجية الوطنية للشباب/ وزارة الاقتصاد والتخطيط

**أولاً: مقدمة**

يشهد الباحثون والمهتمون بالتنمية الاجتماعية والاقتصادية اهتماماً متزايداً بالسياحة ودراسة آثارها التربوية والاقتصادية والاجتماعية على الفرد والمجتمع. ويعود هذا الاهتمام إلى أن السياحة تعد من أكثر الصناعات نمواً في العالم، حيث أصبحت تؤدي دوراً بارزاً في اقتصاديات معظم دول العالم بوصفها أحد مصادر الدخل القومي. كما تعد السياحة ظاهرة اجتماعية لها جوانبها المختلفة والمتعددة الإيجابية منها والسلبية، وقد أدت السياحة إلى نشأة فرع من فروع علم الاجتماع المتخصص في مجال السياحة والترويج والذي يبحث في عناصر السياحة وارتباطاتها بعناصر البيئة الاجتماعية. كما تعد السياحة سلوكاً اجتماعياً يمهّد لحركة العمل والإبداع، ويتحدد ذلك بطبيعة التوجه الذي يتبناه أفراد المجتمع في تنظيم سلوكهم السياحي والترويحي.

ويعكس السلوك السياحي والترويحي إلى حدٍ كبير طابع القيم السلوكية والاجتماعية السائدة في مجتمع من المجتمعات، ولذلك فإن دراسة السلوك والفعاليات والأنشطة السياحية ومدى تليينها لرغبات فئات المجتمع المختلفة خصوصاً فئة الشباب تشكل مدخلاً مهماً من المداخل الأساسية في دراسة المجتمع.

وقد ركزت الخطط الخمسية التنموية للمملكة (خصوصاً الخطتين الثامنة والتاسعة) على الاهتمام بصناعة السياحة وتطويرها كمورد اقتصادي، وقد توج هذا الاهتمام بتأسيس الهيئة العامة للسياحة والآثار في عام ١٤٢١هـ وأُنيط بها تحويل السياحة من مجرد فعاليات اجتماعية وترفيهية غير منظمة إلى صناعة متكاملة العناصر. كما جعلت الإستراتيجية العامة لتنمية السياحة الوطنية المستدامة التي أعدتها الهيئة تنمية سياحة الشباب أحد أهدافها الرئيسية بوصفهم عاملين أو سياحاً.

**ثانياً: فئة الشباب**

يشير التوزيع العمري للسكان إلى أن عدد الشباب السعودي في فئة العمر (١٥ - ٢٩ عاماً) وهي الفئة العمرية التي ارتضتها الهيئة العامة للسياحة) بلغ نحو ٥,٦ مليون نسمة عام ١٤٣٠هـ (مصلحة الاحصاءات، ٢٠٠٩)، يشكلون نحو (٢٩%) من إجمالي السكان السعوديين. فيما يقدر عدد الشباب السعوديين العزاب لنفس الفئة بحوالي ٣,٧ مليون (مصلحة الاحصاءات ٢٠٠٧) أي ما يعادل ٢١% من إجمالي السكان السعوديين ويتوقع أن يصل العدد إلى ٥ مليون مع نهاية عام ٢٠٢٠.

ويتوزع هؤلاء الشباب في المملكة على النحو التالي: في منطقة الرياض ٢٤%، مكة المكرمة ٢١%، الشرقية ١٦%، المدينة المنورة ٦%، عسير ٨%، جازان ٦%، وأخرى للمناطق المتبقية مجتمعة بنسبة ١٩%.

### ثالثاً: تعريف سياحة الشباب

تعرف الهيئة العامة للسياحة والآثار (١٤٣٠هـ) سياحة الشباب بأنها: "الرحلات السياحية التي يقوم بها الشباب بشكل فردي أو جماعي في داخل المملكة أو خارجها، وتكون بشكل رئيسي لأحد الأغراض التالية: الترفيه والاستجمام، التخيم أو الاستمتاع بالطبيعة، ممارسة أو مشاهدة الرياضة، والاستكشاف والمغامرات".

### رابعاً: حجم السوق السياحي

ينطوي سوق السياحة الوطني على ثلاثة أنواع للسياحة هي: السياحة الوافدة، السياحة المحلية، والسياحة المغادرة. وهذه الأنواع الثلاثة تؤثر بشكل مباشر في سياحة الشباب السعودي. وقد تطورت مؤشرات هذه الأنواع على النحو التالي (فصل السياحة والآثار، الخطة الخمسية التاسعة، ٢٠٠٩م):

#### ١-٤ - السياحة الوافدة:

تشير البيانات في الجدول إلى أن عام ١٤٢٩/٢٨هـ (٢٠٠٨) شهد قدوم نحو ٨,٦ مليون رحلة سياحية إلى المملكة. وقد استحوذت الرحلات المرتبطة بسياحة الأعمال والمؤتمرات بنحو (٤٣%)، ثم زيارة الأصدقاء والأقارب بنحو (٣٣%)، وقضاء العطلات/التسوق بنحو (١٣%)، وأخرى بنحو (١١%).

#### ٢-٤ - السياحة المحلية:

شهدت مؤشرات السياحة المحلية خلال خطة التنمية الثامنة تطوراً ملموساً، حيث تم تنفيذ نحو ٢٤,٦ مليون رحلة سياحية عام ١٤٢٩/٢٨هـ (٢٠٠٨). وقد استهدف نحو (٦٤,٥%) من الرحلات السياحية مناطق مكة المكرمة والرياض والشرقية، والتي استقبلت نحو (٣٦,٥% و ١٣,٥% و ١٤,٦%) من مجموع الرحلات على التوالي، في حين توزعت النسب الباقية، والبالغة نحو (٣٥,٥%) من إجمالي الرحلات على المناطق الأخرى. ويُعد التسوق وزيارة الأقارب والأصدقاء الغرضين الرئيسيين لرحلات السياحة المحلية،

حيث تستحوذ الرحلات لهذين الغرضين على نحو (٥٤%) و(٣٨,٣%) على التوالي من إجمالي رحلات السياحة المحلية، عام ١٤٢٩/٢٨هـ (٢٠٠٨).

#### ٤-٣- السياحة المغادرة:

بلغ إجمالي عدد الرحلات السياحية الخارجية لمواطني المملكة (السياحة المغادرة) نحو ٤,١ مليون رحلة عام ١٤٢٩/٢٨هـ (٢٠٠٨)، شكلت الرحلات لغرض قضاء العطلات والتسوق نحو (٧٩%) منها. وأنفق السياح المغادرون من المملكة نحو ١٩,٦ بليون ريال.

وأما بالنسبة للرحلات المغادرة حسب الغرض والوجهة، فتعد مصر أكثر الوجهات السياحية تفضيلاً لغرض قضاء العطلات والتسوق، وزيارة الأصدقاء والأقارب، في حين اتجهت أكثر الرحلات السياحية لغرض الأعمال والمؤتمرات إلى الإمارات العربية المتحدة.

#### خامساً: القضايا والتحديات

حددت خطة التنمية التاسعة (فصل السياحة والآثار، ٢٠٠٩هـ) خمس قضايا رئيسية تواجه قطاع السياحة بشكل عام وسياحة الشباب بشكل خاص، وهذه القضايا هي: السياحة الداخلية، الوعي السياحي، المنتجات السياحية، الجهيزات الأساسية، والحرف والصناعات التقليدية. وفيما يلي عرض مختصر لهذه القضايا وانعكاساتها على سياحة الشباب في المملكة.

#### ٥-١- السياحة الداخلية

تواجه السياحة الداخلية (الوافدة والمحلية) في المملكة منافسة قوية على المستويين الإقليمي والدولي. فعلى المستوى الإقليمي، تتمتع الكثير من الدول المجاورة بموارد وإمكانات سياحية جاذبة. مما يتطلب الاستمرار في تطوير السياحة الداخلية ودعمها وتحسين خدماتها ومواقعها الأثرية وبنيتها الأساسية، إضافة إلى تقديم حوافز للاستثمار في هذه المجالات، بحيث تنتوع الخدمات وتزداد المنافسة في السوق، ومن ثم تتخفض تكلفة الخدمات، وترتفع جودتها وصولاً إلى هدف تنمية السياحة الداخلية وزيادة جاذبيتها، مما ينعكس إيجاباً على ميزان الخدمات والتحويلات بميزان المدفوعات، ويزيد من إسهام قطاع السياحة في الناتج المحلي الإجمالي، وفي تنويع مصادر الدخل للاقتصاد الوطني.

**٢-٥- الوعي السياحي:**

لا يزال الوعي بأهمية السياحة للوطن والمواطن دون مستوى الطموحات. لذا فإن نشر الوعي السياحي بين المواطنين (وبالأخص فئة الشباب) يشكل أحد أهم التحديات التي تواجه تنمية السياحة الداخلية بالمملكة، وهو ما يتطلب إعداد برامج توعوية ونشرها بين الفئات المختلفة من المواطنين في جميع مناطق المملكة من خلال وسائل الإعلام (المرئية والمكتوبة والمسموعة) للتعريف بأهمية السياحة الداخلية، ودور المواطنين في تنشيطها.

**٣-٥- المنتجات السياحية:**

على الرغم من الجهود التطويرية حيال المنتجات والخدمات السياحية بالمملكة، إلا أن العرض الكلي من المنتجات السياحية المحلية المعدة بطريقة مبتكرة وجاذبة ومنافسة، من حيث الكم والكيف، لا يزال محدوداً، مما يتطلب الاستمرار في تطوير المواقع السياحية وتأهيلها واستثمارها، وتنمية المنتجات ذات الصلة بالسياحة الترفيهية سواء البحرية أو الصحراوية، أو سياحة الواحات والمؤتمرات والمنديات العلمية والتقنية وغيرها، ورفع جودتها.

**٤-٥- التجهيزات الأساسية:**

ترتب على عدم اكتمال التجهيزات الأساسية في بعض المواقع السياحية، تركيز الاستثمارات السياحية للقطاع الخاص في المراكز الحضرية وعلى سواحل البحر الأحمر والخليج العربي، إضافة إلى بعض المواقع القريبة من المراكز الحضرية. وفي المقابل، ظلت استثمارات القطاع الخاص السياحية محدودة في المناطق الداخلية. ويعزى هذا العزوف إلى أن التجهيزات الأساسية السياحية في بعض المناطق لا تزال دون مستوى المعايير الدولية الحديثة، مما يتطلب تطوير التجهيزات الأساسية ورفع مستوياتها، وتشجيع القطاع الخاص على الاستثمار في هذه المشروعات، في مقابل قيام القطاع العام بربط المواقع السياحية بشبكات التجهيزات الأساسية العامة (مثل الطرق والكهرباء والمياه وخطوط الهاتف ونحوها)، إضافة إلى تطبيق المعايير الدولية المتمثلة في العلامات الإرشادية والإجراءات الأمنية وغيرها.

**٥-٥- الحرف والصناعات التقليدية:**

أدت التحولات الاقتصادية والاجتماعية التي مرت بها المملكة خلال العقود الماضية إلى انحسار العديد من الحرف التقليدية التي اشتهرت بها عدة مناطق في المملكة. وعلى

الرغم من وجود عدد لا بأس به من الحرفيين، إلا أن القليل منهم لا يزال يحافظ على استمرارية الإنتاج الحرفي بالمملكة، ويمكن مشاهدة نماذج من إنتاجهم ضمن فعاليات بعض المهرجانات الوطنية.

وانطلاقاً من الأهمية المتزايدة للحرف والصناعات التقليدية في تأصيل الهوية الثقافية، والإسهام في المحافظة على التراث الوطني والاستفادة منه في تطوير السياحة بالمملكة، فضلاً عن توفير فرص وظيفية، فإن الأمر يتطلب النهوض بهذا القطاع وتطويره من خلال إيجاد جهاز حكومي (جديد/ أو ضمن جهاز قائم) يتولى الإشراف على هذا القطاع ويوجه نشاطاته، مع قيام القطاع الخاص والحرفيين بالمهام التنفيذية، وذلك ضمن خطة وطنية لتنمية وتطوير الحرف والصناعات التقليدية في المملكة. (المصدر: خطة التنمية التاسعة، وزارة الاقتصاد والتخطيط، ٢٠٠٩)

### سادساً: الوضع الراهن لسياحة الشباب

المصدر: مدى تلبية الفعاليات السياحية لمتطلبات الشباب، دراسة مركز أسبار حول الشباب والسياحة، ٢٠٠٦م.

١. يتمركز حوالي (٦٠%) من سكان المملكة في منطقة الرياض ومكة المكرمة والشرقية، وهو ما يتطلب مراعاة ذلك عند إعداد الإستراتيجيات والبرامج الخاصة بالفعاليات والنشاطات السياحية، بحيث تتضمن تلك البرامج ما يدفع إلى التنوع والتعدد في النشاطات والفعاليات تمثلاً لما يجري في المناطق الحضرية الأهلة في الدول المتقدمة التي تسعى إلى جذب السياحي. وهذا سيساعد على جعل المدن الرئيسية في المملكة مناطق جذب للشباب والعائلات في المواسم السياحية، ولاسيما أنه يتوافر لتلك المدن الكثير من التسهيلات في وسائل النقل والفنادق وغيرها.

٢. النسبة العالية من الشباب (٥٨,٣%) يرغبون في قضاء عطلة نهاية الأسبوع داخل مناطقهم، ونحو (٦٠%) من الشباب يرون أن الفعاليات والنشاطات السياحية المقامة في مناطقهم إما "غير كافية" أو أنها "كافية بدرجة قليلة"، الأمر الذي يتطلب ضرورة زيادة وتنوع تلك الفعاليات، ولاسيما في مناطق كالحدود الشمالية والجوف ونجران والباحة لتستجيب لتطلعات الشباب. وهذا يساعد على الحد من التوجه إلى قضاء بعض إجازات نهاية الأسبوع في بعض دول الجوار.

٣. ارتفاع نسب الشباب الذين يعتقدون أن الفعاليات والنشاطات السياحية "ليست كافية" في مناطق إقامتهم خصوصاً في كل من الحدود الشمالية (٥٢,٥%) والمنطقة الشرقية (٤٧,٥%)، وتبوك (٣١,٣%) وحائل (٣٠,٤%)، وهو ما يتطلب زيادة تلك النشاطات السياحية من خلال برمجة فعاليات إضافية في تلك المناطق تمشياً مع حاجة الشباب.
٤. ٤٧,١% من الشباب يفضلون قضاء إجازاتهم السنوية وعطلات الأعياد في منطقة أخرى في المملكة غير المناطق التي يسكنون بها، مما يستدعي تكثيف العمل على برمجة فعاليات ونشاطات سياحية تعزز السياحة الداخلية في المدن الجاذبة الأخرى. ولاسيما المصايف المعروفة، مثل: الطائف وعسير والباحة، بالإضافة إلى المدن الرئيسة الجاذبة مثل: الرياض وجدة و بعض مدن المنطقة الشرقية .
٥. نسبة الشباب في مناطق الشرقية والجوف والرياض الذين يفضلون قضاء إجازاتهم خارج المملكة مرتفعة إلى حد ما، إذ قدرت بـ (٤٦,٢%)، (٣٥,٠%) و(٣٤,٢%) على التوالي، مما يستدعي الاهتمام بهذه المناطق عند برمجة الفعاليات والنشاطات السياحية لجذب الشباب وتشجيعهم على السياحة الداخلية.
٦. ٥٠,٩% من الشباب يعتمدون على أحد أفراد الأسرة في تنظيم رحلاتهم، كما أن (١٧,٨%) من الشباب قاموا بالإشراف بأنفسهم على تنظيم رحلاتهم السياحية، أما نسبة من اعتمدوا على شركات السياحة لتنظيم رحلاتهم السياحية فلا تتعدى (٦,٧%). وهو ما يتطلب التوعية بدور الشركات السياحية، بالإضافة إلى تأسيس شركات متخصصة في تنظيم الرحلات السياحية داخل المملكة، وتشجيع القطاع الخاص للقيام بذلك.
٧. ٥٤,٧% من الشباب يفضلون استخدام السيارة في رحلاتهم السياحية، ثم تأتي الطائرة في المرتبة الثانية (٣٩,٢%). أما نسب من يستخدمون النقل العام والقطار فهي لا تكاد تذكر، حيث بلغت النسب (٣,٢%) و (٢,٣%) على التوالي.
٨. الفعاليات التي تلبي متطلبات الشباب بدرجة كبيرة انحصرت في: "مهرجان التسوق" (٥٠,٥%)، "الألعاب النارية وعروض الليزر" (٤٤,٠%)، "المسابقات المتنوعة" (٤٣,٧%)، "المسابقات الرياضية الشبابية" (٤١,٥%)، وأخيراً المسابقات والأنشطة العلمية (٤٠,٢%). وهو ما يدعو إلى ضرورة مواصلة برمجة مثل هذه الفعاليات وتكثيفها لأنها تمثل مجالات جيدة للاستجابة لمتطلبات الشباب.

٩. أهم الأسباب التي لا تشجع الشباب على حضور الفعاليات والنشاطات السياحية تمثلت في أن بعض تلك الفعاليات والنشاطات (أ) لا تلبى رغباتهم، (ب) وهي مملة وغير مسلية، أضف إلى ذلك (ج) عدم وجود الوقت الكافي أو المناسب لحضور تلك الفعاليات، وهو ما يمكن تفسيره بارتباط بعض الشباب بالعمل والدراسة وانشغالهم بالارتباطات الاجتماعية والنشاطات مع الأصدقاء. الأمر الذي يدعو إلى ضرورة استحداث فعاليات ونشاطات سياحية جديدة تستقطب اهتمام الشباب وتتوافق ورغباتهم، والعمل أيضاً على إعادة برمجة أوقات إقامة هذه الفعاليات بما يتوافق مع أوقات عطلة نهاية الأسبوع والإجازات.

١٠. أن الشباب (العزاب) أو غير المتزوجين يشكون من أن معظم الفعاليات والنشاطات السياحية مخصصة للعائلات مما يحرمهم من المشاركة فيها.

١١. أن بعض الفتيات لا يحرصن على حضور الفعاليات والنشاطات السياحية بسبب المضايقات التي يواجهنها من الذكور.

١٢. ٤٨,٥% من الشباب يعتقدون أن النشاطات الرياضية تلبى متطلباتهم "بدرجة كبيرة"، وهو ما يؤكد على نجاح مؤسسات الدولة في النهوض بقطاع الرياضة من خلال توفيرها للتجهيزات والملاعب الرياضية التي تواكب حاجات الشباب.

١٣. الفعاليات والنشاطات الاجتماعية تلبى متطلبات الشباب "بدرجة كبيرة" ٣٥,٧% أو "بدرجة متوسطة" ٣٢,٨%. كما أن الفعاليات والنشاطات الاجتماعية تلبى متطلبات الشباب "بدرجة كبيرة" في مناطق القصيم (٥١,٧%) وجازان (٤٢%) وعسير (٤٠,١%) وحائل (٣٩,٣%).

١٤. ٦٦,٧% من الشباب ليس لديهم علم بما يتم تنظيمه من الفعاليات والنشاطات السياحية، على الرغم من الجهود التي تبذلها الهيئة العامة للسياحة والآثار من خلال الوسائط الإعلامية المختلفة لتعريف أفراد المجتمع بالفعاليات والنشاطات التي تقام داخل المملكة.

١٥. أهم الفعاليات والنشاطات السياحية من وجهة نظر الشباب الذكور: مهرجان جدة في المرتبة الأولى، يلي ذلك عروض وسباقات السيارات والرالي والتطعيس، ثم مهرجانات التسوق، ثم الأمسيات والمسابقات الشعرية ثم العروض الفنية والثقافية، ثم مهرجان الجنادرية فالمحاضرات والأنشطة الدينية ومهرجان "كن داعياً، ... وغيرها.

١٦. أهم الفعاليات والنشاطات السياحية من وجهة نظر الإناث: مهرجانات التسوق وجاءت في المرتبة الأولى ، يلي ذلك مهرجان أبها ، والعروض الفنية والثقافية بساحة العروض بالدائري الشرقي بالرياض ومهرجان الجنادرية ثم مهرجان جدة، إلخ ... .

١٧. أهم عشر فعاليات ونشاطات سياحية يقترح الشباب إقامتها في مناطق المملكة تمثلت في الفعاليات الخاصة "بعروض وركوب الدراجات النارية" في المرتبة الأولى بالنسبة للذكور، ثم عروض وسباقات السيارات والرالي والتفحيط. وتأتي في المرتبة الثالثة النشاطات الرياضية والأندية وفي المرتبتين الرابعة والخامسة الرحلات والمخيمات البحرية والبرية والمسابقات الخاصة بالشباب. وتتصدر مهرجانات المسابقات والتسوق قائمة الفعاليات والنشاطات السياحية التي اقترحتها الفتيات، وتأتي الحفلات الغنائية والعروض والرقص والموسيقى في المرتبة الثانية، يلي ذلك الندوات والمحاضرات والأنشطة الدينية وتحفيظ القرآن.

١٨. أهم المعوقات التنظيمية والإدارية التي تعرقل تنظيم الفعاليات والنشاطات للشباب حسب بعض المسؤولين عن إدارات السياحة (الهيئة العامة للسياحة والآثار، ١٤٣٠هـ):

- تعدد الجهات التي تراقب المواقع التي يرتادها الشباب وتدخلات هيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر.
- تداخل الصلاحيات بين الجهات التي توافق على الفعاليات السياحية، وقد أشار المسؤولون إلى عدم وجود حدود واضحة بين الممنوع وغير الجائز والمسكوت عنه.
- ضعف التنسيق بين بعض الجهات التي يمكن أن يكون لها علاقة بالسياحة في المنطقة مثل الجمعيات الخيرية، مراكز الأحياء، المجلس البلدي، جمعيات الفنون... إلخ.
- تعدد الجهات الخاصة بالموافقة على إقامة الفعاليات والنشاطات الموجهة للشباب: كالفعاليات البحرية وسباقات الدراجات النارية والسيارات والغوص، بين عدد من الجهات الحكومية: كإدارة الشباب وحرس الحدود والإمارة وغيرها من الإدارات الحكومية.
- عدم توفر منظمين متخصصين في تنظيم الفعاليات والنشاطات السياحية وقلة الكوادر المدربة في مجال صناعة السياحة.

- غياب الهيكلية والتنوع في برامج ونشاطات المهرجانات التي تركز أكثرها على برامج الأسرة دون تنويع النشاطات للشباب.

### سابعا: تحليل رباعي لسياحة الشباب في المملكة ٧-١- نقاط القوة:

- الهبة الديموغرافية والنمو السريع لفئة الشباب في المملكة.
- سهولة الوصول الى الشباب عبر وسائل الاتصال الحديثة وخصوصا الانترنت.
- النمو الاقتصادي الذي تشهده المملكة في كافة المجالات.
- البيئة الاستثمارية الجاذبة في المملكة.
- تقبل الشباب للافكار الجديدة ورغبتهم في تجربتها.
- التنوع الجغرافي والاجتماعي للمملكة العربية السعودية ومناطقها المختلفة.

### ٧-٢- نقاط الضعف:

- محدودية البرامج والفعاليات السياحية الجاذبة للشباب.
- محدودية قدرة الشباب على الدخول الى المواقع العامة مثل المجمعات والمتنزهات والمراكز الترفيهية.
- الظروف الاسرية وطريقة التربية والنشأة.
- ضعف التسويق الاعلامي للأنشطة والفعاليات السياحية.

### ٧-٣- الفرص:

- ثقافة الشباب العالية مما يؤدي الى زيادة الطلب على الأنشطة السياحية النوعية.
- التنوع الجغرافي والبيئي في المملكة مما يسمح بتطوير منتجات سياحية جديدة.
- قدرة المملكة على توفير فعاليات سياحية بأسعار مناسبة مقابل الخدمات المقدمة من الدول المجاورة.
- الطلب العالي على الفعاليات السياحية مقابل العرض الضعيف.

**٧-٤- التحديات:**

- محدودية تقبل المجتمع للأنشطة الجديدة الموجهة للشباب.
- ضعف القدرة الشرائية وانخفاض دخل شريحة الشباب بسبب البطالة.
- العروض المنافسة والجاذبة للشباب من الدول المجاورة.
- الكوادر البشرية المؤهلة في تنظيم الفعاليات السياحية.
- ضعف التنسيق بين الجهات الحكومية ومؤسسات القطاع الخاص.

**ثامنا: التوصيات**

١. تكثيف الحملات التوعوية لتنمية الحس السياحي لدى المواطنين. ودفعهم للمشاركة في الفعاليات السياحية المتنوعة التي تقام في مناطق المملكة .
٢. تفعيل دور القطاع الخاص في مجالات الصناعة السياحية وتذليل الصعوبات والمعوقات التي تواجه هذه الصناعة.
٣. ضرورة أن تقوم الهيئة العامة للسياحة والآثار بإشراك الجمعيات الخيرية ومراكز الأحياء والنوادي الأدبية وجمعيات الفنون في برمجة أنشطة وفعاليات سياحية تستجيب لمتطلبات المناطق التي تقام فيها. وتجديد البنية التحتية للمنشآت السياحية وصيانتها دورياً حتى تواكب متطلبات الشباب.
٤. ضرورة وضع إستراتيجية علمية صلبة تهدف إلى زيادة اهتمام الشباب بالسياحة وتغيير النظرة التي يحملها بعضهم عنها.
٥. توفير عدد كافٍ من المتخصصين في تنظيم الفعاليات و النشاطات السياحية، الأمر الذي يستدعي زيادة الكوادر المدربة في مجال الصناعة السياحية.
٦. إيجاد الحلول العاجلة لبعض القضايا الاجتماعية التي تعيق ممارسة الشباب حقهم في السياحة والترفيه، والتميز بين الجنسين في دخول المواقع السياحية.
٧. ضرورة إشراك الشباب من الجنسين في تخطيط وتنظيم الفعاليات والنشاطات السياحية حتى تكون تلك الفعاليات الأقرب لاهتماماتهم ومتطلباتهم.

### المراجع

- الهيئة العامة للسياحة والآثار. (١٤٣٠). مشروع تنمية سياحة الشباب داخل المملكة العربية السعودية: إطار العمل.
- مركز أسبار للدراسات والبحوث والإعلام. (٢٠٠٦). مدى تلبية الفعاليات السياحية لمتطلبات الشباب.
- وزارة الاقتصاد والتخطيط. (١٤٣١هـ). الخطة الخمسية التاسعة.