

التجربة السعودية في إدارة وتطوير السياحة

سعيد أوكيل

ملخص:

يتناول هذا البحث موضوع السياحة ودورها في التنمية المستدامة من خلال عرض تجربة المملكة العربية السعودية من زاوية الإدارة والتطوير للقطاع والنشاطات المرتبطة به. ويرى المؤلف ضرورة الانتقال من اعتبار السياحة صناعة، وخاصة وأن معظمها ملوثة، إلى اعتبارها نظاماً متكاملًا يقلل الآثار السلبية أو يزيلها، مما يعني أن قطاع السياحة ونشاطاته ترتبط بعضها البعض، وأن أي خلل أو فجوة بين المكونات أو العناصر يعرض إلى مشاكل وتدني جودة الخدمات سواء كانت في الفنادق أو السفريات أو الإطعام أو التكوين أو غير ذلك. وللمعنيين بالأمر من مدراء وسلطات إذن أن يعملوا بنظرة نظمية عسى أن يفتح ذلك آفاقاً واعدة لسياحة تضمن الاستدامة في الجزائر، وفي بقية البلدان التي تزخر بالموارد الطبيعية والبشرية.

محاور المداخلة:

- 1- تعريف السياحة وخصائصها،
- 2- الأسس المعاصرة في إدارة وتطوير نظم (صناعات) السياحة،
- 3- أهمية ودور الريادية والابتكار في نظم وأسواق السياحة،
- 4- ملامح التجربة السعودية،
- 5- الخلاصة والدروس الممكن الاستفادة منها.

تعريف السياحة وخصائصها:

وفق المنظمة العالمية للسياحة (1993)، فإن السياحة هي عبارة عن "نشاطات الافراد المسافرين إلى أماكن خارج محيطهم العادي لمدة معينة وبهدف إما التمتع، أو مزاولة الأعمال أو غايات أخرى¹". وعليه تكون وحدة القياس هي السائح(ة) وليس مجرد مسافر(ة)، مما يعني أن عدد المسافرين عبر المطارات لا يصح أن يعتبر كمؤشر لقياس حجم السياحة أو كثافتها. ومن خصائص السياحة العامة يمكن ذكر ما يلي²:

- هي منتج/خدمة مركب(ة) معقد(ة)³،
- هي منتج/خدمة غير مادي(ة)⁴،
- هي منتج/خدمة قابل للنفاد⁵،
- هي منتج/خدمة «لتصدير» بامتياز،
- تعتبر من النشاطات المكثفة أو المستخدمة لليد العاملة⁶،

- تتأثر بالعوامل الداخلية والخارجية وتتأثر عدة جوانب (بيئة، ثقافة، سلوك ...)،
- كل وجهة سياحية منه توفر تجربة فريدة ومختلفة،
- وهي تتصف بالموسمية⁷،
- وتجدر الإشارة إلى أن أهمية السياحة تتجلى في كونها تأتي في المرتبة الثالثة عالمياً بعد الصناعات البترولية والإلكترونية، كما يمكن أن تكون مصدر للمزايا التنافسية مقاسة بمؤشر التنافسية في السفر والسياحة⁸.

1- الأسس المعاصرة الأربعة في إدارة وتطوير نظم (صناعات) السياحة:

ضمن الأدبيات المختصة للسياحة يمكن إستخلاص أربعة أسس في إدارة وتطوير نظم السياحة المعاصرة وهي:

أولاً- التكاملية والشمولية: وهما يضمّان العناصر التالية:

- 1- وقت الوصول وعملية الاستقبال؛
 - 2- الإيواء (طبيعة الإقامة) والتغذية (الأنواع المحلية)؛
 - 3- جانب الصحة والنظافة؛
 - 4- الأمن والسلامة؛
 - 5- النقل والمواصلات والتوصيل؛
 - 6- شبكة الاتصال؛
 - 7- سرعة الاستجابة للرغبات وجودة الصيانة، وضبط الأمور الشخصية،
 - 8- توفر الطرق، المسارح، الحدائق، المنتزهات، أماكن التوقف الاسترخاء؛
 - 9- فرص ومساحات التسويق ... الصناعات تقليدية الحفلات المهرجانات؛
 - 10- لحظة وعملية الوداع.
- والجدير بالملاحظة هنا هو أن أيّ خلل في أيّ أو بعض هذه العناصر سوف يؤثر سلبياً على السياحة. كما يجدر التمييز بين مفهومى الصناعة السياحية⁹ ونظام السياحة، إذ حسب (Gunn, 1988) فإن الصناعة تعتبر جزءاً من النظام، وهذا إذن أشمل، وبالتالي فهو يأخذ بعين الاعتبار جميع العناصر المؤثرة والتي ينتج عنها آثار مختلفة، منها الإيجابية ومنها السلبية والتي يستوجب معالجتها، كالتلوث أو التمييز وغير ذلك. بينما المفهوم الصحيح للسياحة هو الذي يأخذ بالمقاربة النظمية¹⁰ التي تعتنى بكل جوانب المشكلة أو الموضوع.

ثانياً- التأطير والتنظيم: وينطويان على العناصر التالية:

1. وضع القوانين والإجراءات التنفيذية للنشاطات السياحية بشكل فعلي وفعال؛
2. اعتماد سياسة سياحية عبر الهياكل الإدارية المختلفة ومنها "الوزارة المعنية"، المديرات، المكاتب، الجمعيات، الوكالات، المواقع ...؛
3. التنسيق الفعال بين مختلف الأطراف والجهات المعنية بالسياحة؛
4. ربطها بنظام وشبكات المعلومات؛
5. التمشي مع فرص عصرة أو رقمية عمليات الاشهار والترويج والعمليات المختلفة؛

6. التخطيط التفاعلي¹¹ مع وضع الاستراتيجيات في إدارة الموسميّة¹²؛
 7. ضمان التأطير البيداغوجي إلى جانب تلقين لغة الأعمال الدولية، أي الإنجليزية¹³؛
 8. تثبيت الإجراءات للمحافظة على الموارد والمحيط والبيئة¹⁴، أي السياحة البيئية.
- ثالثاً- التركيز على الزبون¹⁵ والذي يتضمن ما يلي:**
1. اعتبار السائح كضيف محترم وليس كسلعة، ثم إنه أكثر وعياً ومعلوماتياً في يومنا هذا < الإنتاج الثنائي للقيمة: سائح/مقدم الخدمة؛
 2. استقطابه من خلال التقرب إليه أينما كان، وباعتبار التكلفة والوقت وكذلك الجوانب الصحية والعائلة والاهتمام به والأمن والأمان والسلوك، إلخ..؛
 3. مراعاة احتياجاته وقدراته وعناصر ثقافته؛
 4. مبادرة تقديمه الجديد أو المختلف بشكل مستمر؛
 5. كسب ثقته وتجديدها باستعمال واستغلال التحريات الالكترونية؛
 6. اعتبار الملاحظات والتعليق وخاصة تلك التي يتم تدوينها بصورة علانية؛
 7. وضع المواقع الإلكترونية بشكل جيد وسهل للقارئ العادي¹⁶؛
 8. تكثيف الجهود في التسويق الإلكتروني¹⁷؛
 9. إجراء الدراسات المقارنة¹⁸؛
 10. ضمن البلدان العشرة الأولى الأكثر استقطاباً في عام 2014 فقط المغرب يبرز كإقليم عربي والمسلم الوحيد¹⁹.

رابعاً- ضمان الاستدامة: ومن عناصرها ما يلي:

1. اعتبار الطبيعة ك رأس مال جميع الناس والشعوب؛
2. إدارة الموارد البشرية في صميم العملية السياحية (تكوين، إلزام مهني)؛
3. التثبيت الفعلي والفعال لمختلف جوانب الجودة وضمان "الرجوع مرة أخرى": من الاهتمام إلى الفعل²⁰؛
4. تحقيق شروط السياحة المستدامة²¹ عن طريق:
 - الاستعمال الرشيد للموارد الطبيعية والبيئية؛
 - احترام والثقافة المحلية والتقاليد؛
 - تمديد عمر النشاطات الاقتصادية المرتبطة بشكل مربح وبالفائدة للجميع بما فيها الأجيال القادمة؛
5. تحقيق التوازن بين السائح والمواطن باعتبار تأثير السياحة على جودة الحياة²²؛
6. محاربة الإسراف والتبذير²³ والتلوث في الماء والتغذية والموارد الأخرى (توفرها وتدني سعرها // عدم الترشيح) السياحة الخضراء أي تحقيق الثنائي: التمتع والعناية بالطبيعة؛

7. العمل بالأخلاقيات المهنية والعامة²⁴، أي:

- حفظ الأمانات ونبذ السرقة والتحرش بجميع صورته؛
- العمل بمهنية في كل جوانب العملية السياحية²⁵؛
- الاهتمام بالآخرين؛
- معايير جودة عالية؛
- مهارات معينة وتجربة.

أهمية ودور الريادية والابتكار في مجال السياحة:

3-1: الريادية/ريادة الأعمال أو المقاولاتية²⁶:

أ- المقصود بريادة الأعمال هو الإقدام على إقامة منشأة أعمال في أي مجال بطريقة ينتج عن ذلك أرباح أو منافع مع قابلية مواجهة الخطر.

ب- مصدر الإنطلاق قد يكون من ملاحظة أو من إبتكار أو من حاجة معينة مثل حل مشكل أو توفير بديل أفضل أو طرح نموذج جديد... أو توفير خدمة محبذة لدي الزبائن إما بشكل دائم أو موسمي²⁷.

ت- مجال السياحة جذّ خصب بالنسبة لريادة الأعمال: مؤسسات سياحة بمختلف النشاطات المدعمة أو المكملة لها مثل:

1. مكاتب حجز وسفر،
 2. تنظيم رحلات وسفريات،
 3. مطاعم،
 4. نقل،
 5. تسويقيون، مهندسو تصميم ... فننون تشكيليون.
- لاحظ أنّ إدارة السياحة غير السياحة الريادية.

3-2: الابتكار²⁸ وينطوي على:

○ عملية تحسين أو تحديث أو طرح منتجات وخدمات جديدة وتقديمها بطرق مختلفة تتيح الاختيار والحصول على الرضى، وحيث يمكن التمييز بين:

- أ- منتجات/خدمات مبتكرة بشكل جذري، وتطرح لأول مرة في الأسواق،
- ب- منتجات/خدمات مبتكرة بشكل طفيف، حيث يتمّ تحسينها في جانب من الجوانب المختلفة،
- اعتماد الإبداع لإيجاد التحسينات والتغييرات لتفادي الروتين. ترويج السياحة الترفيهية، وكذلك الرحلات البحرية الحديثة²⁹ مثلاً والتي اكتسبت اهتماماً متزايداً في السنوات الأخيرة³⁰.
- استعمال التكنولوجيا يدعم قطاع السياحة بشكل كبير جداً عن طريق،
- أ- الجولة الافتراضية.

ب- الأقمار الصناعية وشبكة الاتصال والتموقع³¹.

ت- العروض السياحية الإلكترونية وبناء المواقع الشبكية (السياحة الإلكترونية).

ث- إيجاد حلول بديلة للمشاكل البيئية.

ج- التفكير بنموذج البساطة والإثارة وتمديد (مطاطية) الخدمة السياحية.

ح- المنة ابتكار في السياحة متوفرة بفتح الرابط التالي³².

3- إدارة السياحة في السعودية:

إن تجربة المملكة العربية السعودية في مجال السياحة مثيرة للانتباه، إذ تكاد تكون متناقضة وهذا باعتبار المقومات السياحية مقابل رتبها ضمن المجموعة الدولية. وإذ قد يكفي الاستثمار في السياحة الدينية بشكل فعال مع تيسير تأثيرات الدخول ليضمن البلد مداخيل معتبرة ويحفظ استدامة اقتصادها عندما تنفذ الثروة البترولية. مهما كان الأمر، فإن تحليل الدراسات والبيانات يتيح استنتاج العناصر التالية، وذلك من خلال ما كتب عنها إلى جانب الملاحظات الميدانية.

1. هناك استثمارات جدّ معتبرة (2012): 150 مليار ريال (\$1=3.75رس=22.27 دينار) وينتج عنها ما يلي،

أ- تحقيق توسيعات الحرمين مع بدء المرحلة الثالثة في أكتوبر 2014،

ب- ترخيص القطاع الخاص للمساهمة في الفنادق وخدمات النقل والمطاعم،

ت- زيادة حجم الإيواء في الحرمين (فنادق 5 نجوم وعالمية واعتماد البناء العمودي).

2. مقومات ضخمة ومتنوعة، لكن محدّدة إرادياً مع هيمنة السياحة الدينية:

أ- مع الحج مرة في العام والعمرات غالباً طوال العام تقلّص العرض، إذ للمرة الثالثة تمّ إقرار تخفيض عدد الحجاج ب 20% للخارج و50% للداخل³³، ولذلك لا نجد السعودية في المراتب الأولى في الوقت الحاضر، كما يبين الجدول التالي:

أسم البلد	الترتيب العلمي	عدد الزائرين القدمين بالملايين
أوكرانيا	14	23.0
تايلاند	15	22.4
كندا	16	16.3
اليونان	17	15.5
بلواندا	18	14.8
السعودية	19	14.3
موناكو الصين	20	13.6
هولاندا	21	11.7
مصر	22	11.2
كوريا	23	11.1
سنغافورا	23	11.1

ب- لكن لحسن الحظ بدأ تدارك الوضع نتيجة الوعي بأن البترول ثروة تتضاءل.

3. بدء التوجّه نحو بعض الأنواع الأخرى من السياحة ومنها:

أ- السياحة الصحراوية: الربع الخالي الشاسع والمثير للغاية والقصيم وغيرهما.

- ب- السياحة الجبلية: مناطق أبها وتبوك وغيرها (تصميم وتعبيد الطرق)،
 ت- السياحة الثقافية: زيارة المتاحف والمعارض (سايترك: علوم وتكنولوجيا)،
 ث- السياحة الطبية مع آفاق كبيرة نتيجة توفر المستشفيات المتخصصة والتي تحصلت على الاعتماد الدولي³⁴.
 ج- وهناك مشاريع استقطاب حديثة مثل مشروع واد الملوك وقرية سدير التراثية قرب العاصمة الرياض.

4. تقنين النشاطات السياحية:

- أ- وضع هذه تحت مسؤولية الهيئة العامة للسياحة والآثار، ومن مهامها:
 ■ النظر في أسعار الوحدات السياحية العمومية،
 ■ حق الإدارة في القيام بالتفتيش والمراقبة من حيث ضمان الحد الأدنى مقابل الحد الأقصى للجودة³⁵،
 ■ فرض العقوبات على التجاوزات (حملات الحج والعمرة).

5. إنشاء وترسيم الهيئة العامة للسياحة والآثار:

- أ- تحديد سبع مناطق سياحية عبر المملكة (الخريطة السياحية)،
 ب- اعتماد وتنفيذ نظام وقانون السياحة في السعودية (scta.gov.sa).

6. تشييد مرافق كبرى وصيانتها (حدائق؛ منتزهات؛ أبراج).

- أ- جسر الملك فهد يربط السعودية والبحرين،
 ب- مشروع جسر بري بلدان الخليج،
 ت- مشروع سكة حديدية خليجي،
 ث- معرض وطني³⁶،
 ج- تنظيم تظاهرات آخرها في مدينة "ينبع" من طرف البلدية: 2014/11/20.

7. فاعلية شبكات الاتصالات والمواصلات:

- أ- ثلاث شركات اتصال كبرى متنافسة،
 ب- شبكة واسعة من الطرقات المزدوجة عبر كامل المملكة،
 ت- بدأ بتنفيذ المواصلات العامة في الرياض والدمام،
 ث- توفر التوكسي الفردي والجماعي عن طريق الهاتف الثابت والمتنقل.

8. تعزيز رقمية الخدمات:

- أ- العمل بالحكومة الإلكترونية (استخراج الجوازات وبعض التأشيرات)،
 ب- نظام الدفع الآلي لمختلف الخدمات (هاتف وكهرباء تذاكر، تسوق)،
 ت- الحجز الآلي (شركات الطيران ومعظم الفنادق).

9. توفير التكوين في مجال الخدمات الفندقية للشباب:

أ- كلية الساحة بجامعة الملك عبد العزيز³⁷،

ب- وقسم السياحة بكلية الإدارة بجامعة أم القرى³⁸،

ت- كلية السياحة والفندقة بالمدينة المنورة³⁹.

10. تنظيم قطاع صرف العملات:

أ- صرف العملات المختلفة في أغلب المدن، مع أكشاك في الفنادق، وفي محلات البيع ومجمعات التسوق،

ب- صرف مبلغ بشكل عادي ومبلغ بهوية.

11. إرادة قوية بالنهوض بالسياحة الصحراوية: وهذا باعتبار ما يلي:

أ- تمثل الصحراء في السعودية أربعة أخماس (5/4) من مساحتها الإجمالية،

ب- تنتعش السياحة خاصة في الشتاء والربيع،

ت- عشق السعوديين للبراري والفضاءات الواسعة، وهناك آفاق واعدة باعتبار أنواع النشاطات: الترحلق على الرمال، ركوب الكثبان، التخميم واكتشاف الآثار.

ث- مشاريع تأهيل الصحراء: "محميات طبيعية" وصحراء حائل،

ج- استغلال نظام (GPS) على أوسع نطاق. وإذ تعتبر مبادرة شركة البترول "أرامكو" العملاقة في الربع الخالي واعدة، وذلك من خلال شق المسالك، تثبيت المعالم ومسالك القوافل التجارية القديمة، وبناء الوحدات السكنية.

12. التحديات الكبرى:

أ- مشكلة التأثيرات (تأجيل النظر في التأثيرة السياحية الموحدة⁴⁰)،

ب- ضمان الأمن والاستقرار السياسي والاجتماعي،

ت- التأثير الثقافي والأخلاقي (رشوة الأجانب وتقاليدهم اللباس⁴¹).

ث- المنافسة الجوية (الأردن، مصر، الإمارات وقطر)، والاتجاهات الأخرى المستقطبة: (ماليزيا، تركيا، فلبين ... تونس)،

ج- ضعف استعداد الشباب السعودي للعمل في قطاع السياحة بسبب نوعية الثقافة ونظراً لعدم الاستقرار الوظيفي وضعف الأجور والحوافز وغير ذلك⁴².

ح- مشكلة الطوابير على الحدود (سعودية-بحرين) وضعف تنافسية الخطوط السعودية،

خ- مشاكل التبذير في الأطلعة (مطاعم تغرم الزبون/ جمعيات خيرية)،

د- مشاكل الآثار السلبية: السلوك غير المسؤول للسائحين⁴³،

ذ- ظاهرة النقل الفوضوي والتلوث البيئي (سلوك الأفراد والعائلات)،

ر- الأمية في المجال التكنولوجي (ضعف مستوى التجارة الإلكترونية⁴⁴).

خلاصة:

- أو ماذا للجزائر أن تستفيد من هذه التجربة؟
- ضرورة اعتبار السياحة كنظام متكامل وليس مجرد صناعة تخضع للعرض والطلب يسيرها أو يديرها من هبّ ودبّ دون تكوين ومهارات وفكر ريادي؛
- ضرورة وضوح السياسة والاستراتيجية المعتمدة وتفعيلها وفق معايير (a la mode????)؛
- تخصيص استثمارات فعّالة في البنية التحتية ونظم المعلومات؛
- وجوب قيام الدولة بمهام التوجيه والمراقبة والاستعانة بالكفاءات الوطنية في المنظومة السياحية، سواء داخل الوطن أو خارجه؛
- مراقبة القطاع الخاص تجاه خدمة السائح(ة) والبيئة أو المحيط وتشجيعه على تتمين "المحلي"؛
- توفير فرص/هياكل (جوارية) للتكوين في مجال السياحة واعتماد معايير الجودة الأعلى؛
- اهتمام أكثر بالجوانب المرتبطة بالمواقع والخدمات الإلكترونية والمصرفية؛
- الجدية والحرص على تفعيل مختلف الإجراءات والاستمرار في تحسينها وتوسيعها؛
- تمسيس المواطن (فرض العقوبات =//= النهي عن المنكر) حول مسؤولياته في مجال السياحة (السلوك الأخضر لضمان التنمية المستدامة).

¹ - كالعلاج الطبّي أو الزيارات الدنيّة أو غير ذلك منها الأخلاقية وغير الأخلاقية.

² - (Ofilada, 2012).

³ - (Composite).

⁴ - (Intangible).

⁵ - (Perishable).

⁶ - (Labor-intensive).

⁷ - (Seasonality).

⁸ - (TTCI > Travel and Tourism Competitiveness Index).

⁹ - إعتبارها صناعة ينجرّ عنها إحتتمالات التلوّث ومختلف الآثار السلبية الأخرى.

¹⁰ - (Systemic approach).

¹¹ - (Selwin & Scot, 2011).

¹² - (<http://europe.unwto.org/event/international-conference-managing-seasonality-tourism>).

¹³ - (Bekri, 2012).

¹⁴ - (Eco-Tourism).

¹⁵ - (Customer-based: Goeldner & Ritchie, 2009).

¹⁶ - (Sattari et Walstrom, 2013).

¹⁷ - (e-marketing).

¹⁸ - (Benchmarking).

¹⁹ - (<http://www.ladepeche.fr/article/2014/10/24/1978624-les-10-villes-et-pays-a-visiter-en-2015->

²⁰ - (2015.html).

²¹ - (From concern to action > Kiron et al, 2013).

²² - (Bouadam, 2011).

²³ - (Uysal et al, 2012).

²⁴ - (Social and environmental responsibility).

- (Code of Ethics for Tourism) -⁽²⁴⁾
 (Johson et al, 2006) -⁽²⁵⁾
 (Entrepreneurship) -⁽²⁶⁾
 (أوكل، 2011) -⁽²⁷⁾
 (Innovation) -⁽²⁸⁾
 (Cruising) -⁽²⁹⁾
 (Zhou,2014) -⁽³⁰⁾
 (GPS) -⁽³¹⁾
 (<http://jtr.sagepub.com/content/early/2013/12/27/0047287513516390.full.pdf>) -⁽³²⁾
 (<http://mecometer.com/topic/international-tourism-number-of-arrivals>) -⁽³³⁾
 (Khan and Alam, 2014) -⁽³⁴⁾
 (القاضي، 2014) -⁽³⁵⁾
 (<http://www.colors.sa/Pages/default.aspx>) -⁽³⁶⁾
 (<http://tourism.kau.edu.sa>) -⁽³⁷⁾
 (<https://uqu.edu.sa/management-sciences-tourism-en>) -⁽³⁸⁾
 (<http://www.tvtc.gov.sa/English/TrainingUnits/CollegesOfTechnology/mcth/Pages/default.aspx>) -⁽³⁹⁾
 (الاقتصادية، 2014، العدد 7675) -⁽⁴⁰⁾
 (Yusuf, 2014) -⁽⁴¹⁾
 (الشمري، 2010) -⁽⁴²⁾
 (المسند، 2009) -⁽⁴³⁾
 (بدريسي، 2013) -⁽⁴⁴⁾

المراجع:

باللغة العربية:

- 1- المسند عبد الله (2009): "رؤية مقترحة للحدّ من الأثر السلبي للسياحة الصحراوية" جامعة القصيم، السعودية.
- 2- الشمري مرزوق بن معزي (2010): "معوقات توطين المهن السياحية في المملكة العربية السعودية"، مؤتمر السياحة العربية: (الواقع - التحديات - المأمول) شرم الشيخ - مصر.
- 3- الفقير بدر بن عادل محمد (2012): الموارد السياحية في المملكة العربية السعودية: التوزيع والخصائص، الرياض، السعودية.
- 4- القاضي سعد بن عبد الرحمن (2004): "الرؤية المستقبلية لنظم ضمان الجودة في السياحة في المملكة العربية السعودية"، ملتقى الجودة الأول بمنطقة عسير "الجودة في صناعة السياحة"، أبها، السعودية.
- 5- أوكل، م-س (2011): الابتكار التكنولوجي لتحقيق التنمية المستدامة وتعزيز التنافسية، العبيكان، الرياض، السعودية.

المراجع باللغة اللاتينية:

- 1- Bekri, L. (2012): ESP for Tourism and Hospitality in Algeria: Prospects for Curriculum Design" Master thesis, University of Oran.
- 2- Bouadam, K. (2011): "The national strategy of tourism development in Algeria: issues, opportunities and limitations", Review of Applied Socio-Economic research, issue 2, pp. 23-37;
- 3- Colliers International Tourism (2011): Saudi Arabia Tourism;

- 4- Goeldner C. & Ritchie (2009): *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*, New Jersey, J. Willey;
- 5- Gunn, C. (1988). *Tourism planning: Basics, concepts, cases* (3rd ed.). Washington, DC: Taylor & Francis;
- 6- Heeley, J. (2011): *Inside City Tourism: A European Perspective*, Channel View Publications, Clevedon;
- 7- Henderson J.C (2011): "Religious Tourism and its Management: The Hajj in Saudi Arabia" *Int. Journal of Tourism Research*, vol. 13, pp. 541 – 552;
- 8- Johnson et al, (2006): *Entrepreneurship education: towards a disciplined-based framework*, *Journal of Management Development*, 25 (40-54);
- 9- Khan, h., and Alam, M. Sh. (2014): "Kingdom of Saudi Arabia: A Potential Destination for Medical Tourism", *Journal of Taibah University Medical Sciences*, DOI: 10.1016/j.jtumed.2014.01.007;
- 10- Kiron, D. et al, (2013): *Sustainability's Next Frontier*", *MIT Sloan Management Review*, December;
- 11- Ofilada, T..A.A. Jr (2012): *Slides, School of Hospitality management*;
- 12- Sattari, S. and Walstrom, A. (2013): "Tourist websites in the Middle East: readable or not", *International Journal of leisure and Tourism Marketing*, vol. 3, no.3, pp.201-213.
- 13- Saudi Commission for Tourism and Antiquities (?): *Tourism Investments in Saudi Arabia*;
- 14- Selwin, T and Scott, J. (2011): *Thinking Through Tourism*, MacMillan, Oxford;
- 15- Sharpley, R. (2011): *The Study of Tourism: past Trends and Future Directions*, Routledge, London;
- 16- Yusuf, N. (2014): "Tourism development in Saudi Arabia", *Journal of Business and Management Research*, vol. 8, no. 2, pp. 65-70;
- 17- Uysal, M. Sirgy, M.J., and Perdue, R.R (2012): "The missing Links" in: Uysal, Sirgy and Perdue (Eds.) (eds.): *Handbook of Tourism and QOL*, Springer;
- 18- Zhou, P. (2014): "Research in Cruise Industry Dev. Bottlenecks in China" *IJBRM*, vol. 5-4, pp. 64-71;
- 19- <http://www.wttc.org>