التنمية السياحية المستدامة ودورها في الازدهار الاقتصادي ومكافحة الفقر والبطالة

أ. كشكوش بومدين:أستاذ مساعد (أ)، كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير، جامعة أبي بكر بلقايد- تلمسان

boumed13t@yahoo.fr

Résumé : *Le tourisme est devenu une composante des échanges mondiaux d'une importance majeure, désormais supérieure à celle des hydrocarbures ou des véhicules automobiles. Dans de nombreux pays en développement, de petites et moyennes dimensions géographiques ou démographiques, il s'affirme désormais comme la principale source d'exportation. Il est dès lors indispensable d'étudier l'évolution quantitative du phénomène, ses tendances à long terme et sa signification socio-économique pour les pays en développement. la contribution réelle du tourisme au processus de croissance et de développement durable et l'impact du tourisme sur le développement social et notamment sur l'éradication de la misère et de la pauvreté et le chômage.*

***Mots clés** : composante des échanges mondiaux, source d'exportation, tendances socio-économique des pays en développement, croissance et de développement durable, éradication de la misère et de la pauvreté et le chômage.*

ملخص:

أصبحت السياحة من أهم المتغيرات في المبادلات التجارية الدولية بل أصبحت تفوق صناعات المحروقات وصناعة السيارات. في العديد من الدول النامية خاصة منها الدول الصغيرة والمتوسطة في المساحات الجغرافية والسكانية تعتبر السياحة المصدر الأساسي لجلب العملة الصعبة وبالتالي تحسين ميزان المدفوعات. ولهذا كان من المهم دراسة التطورات هذه الظاهرة وأبعادها الاقتصادية والاجتماعية بالنسبة للدول النامية.

إن المساهمة الحقيقية للسياحة في عملية التطور والتنمية المستدامة والآثار الناجمة عن السياحة في التطور الاجتماعي وخاصة في القضاء على البؤس والفقر والبطالة.

كلمات المفتاح: المبادلات التجارية الدولية، مصدر للصادرات، اتجاهات الاقتصادية والاجتماعية، النمو والتنمية المستدامة، القضاء على البؤس والفقر والبطالة.

مقدمة:

تفعيل بدور السياحة في اقتصاديات العالم وتقديرا لدور صناعة السياحة كقاطرة للإقتصاد الوطني لكثير من الدول المتقدمة والنامية باعتبارها مصدر لتوفير العملات الصعبة وكذلك توفير فرص العمل وكعامل من أهم العوامل التنمية المستدامة عملت المنظمة العالمية للسياحة على إظهار مزايا هذا القطاع في التنمية والتنمية الشاملة وكذلك في مكافحة الفقر والازدهار الاقتصادي فعملت على تطوير السياحة بمفهومها الشامل لتبرز ميكانيزمات العديد من الدول الدينية والثقافية والتراثية والحضارية والتاريخية والطبيعية عبر العصور ولتنمية القيم الانسانية النبيلة المبنية على السلام والاحترام المتبادل في إطار تنمية مستدامة[1].

ونظرا لأهمية القطاع السياحي عملت كل المنظمات التي تنشط في السياحة على تطوير استراتيجيات لتنمية هذا القطاع. ولهذا سوف نطرح الاشكالية التالية:

هل السياحة لها دور في ازدهار الاقتصادي والتنمية؟

للإجابة عن هذه الاشكالية سنتناول هذا الموضوع من خلال المحاور التالية:

- نظرة على الاتجاهات والتطورات في مجال السياحة
- إدخال مبدأ الاستدامة في القطاع
- أهم التطورات المستقبلية لتنمية السياحة المستدامة
- وضع استراتيجية هادفة في القطاع
- مكافحة الفقر والبطالة من خلال التنمية السياحية المستدامة.

I – الاتجاهات والتطورات في مجال السياحة:

I– 1– الاتجاهات في مجال السياحة

بعدما كانت السياحة عبارة عن نشاط لا تستمتع به سوى فئة قليلة نسبيا من الناس في مستهل هذا القرن[2]، تطورت هذه الظاهرة وأصبحت أحد أكبر الظواهر الاقتصادية والاجتماعية في القرن العشرين، كما أصبحت ظاهرة جماهيرية في البلدان الأكثر نموا بحلول السبعينات وأصبحت في متناول فئات أوسع من الناس في معظم البلدان.

وفي عام1999 [3] بلغ عدد الوافدين من السياح الدوليين 664 مليون بينما بلغت الايرادات من السياحة الدولية 455 بليون دولار خلال التسعينات إزداد عدد الوفدين الدوليين بمعدل 4,2%. وقد فاق عدد التنقلات السياحية الداخلية بكثير عدد الوافدين من السياح الدوليين والتي يصعب تحديد عدد هؤلاء السياح. وتعد السياحة حاليا والتي هي عبارة عن قطاع يجمع بين طائفة واسعة من الأنشطة الاقتصادية من أكبر الصناعات في العالم وهي عبارة عن قطاع يجمع بين العديد من الأنشطة المختلفة التي تشكل الاقتصاد الوطني والعالمي.

ففي عام 1998 تحققت نسبة 7,9% من قيمة صادرات السلع والخدمات على الصعيد العالمي من السياحة وهذه النسبة تتجاوز صناعات رائدة لها سمعة كبيرة في العالم. مثل صناعة السيارات والمواد الكيميائية.وبالفعل أصبحت السياحة أكبر القطاعات الاقتصادية[4] بالنسبة للتجارة الدولية في قطاع الخدمات وأصبحت السياحة بالنسبة لبلدان عديدة وخاصة النامية منها وحتى البلدان النامية الجزرية والدول ذات الاقتصادات الأكثر والأكثر تنوعا. أهم قطاع من قطاعات النشاط الاقتصادي والتي تعتبر من أهم المصادر لعائدات النقد الأجنبي وأصبحت في معظم البلدان مصدرا هاما من مصادر فرص العمل. بالإضافة إلى توسع السياحة بصورة قوية إجمالا، فإن ما يميز تنمية السياحة هو انتشارها الجغرافي الكبير والمتواصل وتنويع الوجهات السياحية العالمية. وإن كانت هذه الوجهات تختلف من جهة إلى أخرى لقد كانت كلها تقريبا في غرب أوروبا وأمريكا الشمالية 97% من مجموع الوافدين من السياح في العالم وقد سجلت هذه النسبة انخفاضا قليلا سنة 1999 إلى 62% مع تزايد حصص هذا السوق لفائدة البلدان النامية والاقتصادات التي تمر بمرحلة انتقالية لا سيما في جنوب شرقي آسيا ووسط أوروبا وشرقها وأمريكا اللاتينية. أما افريقيا وباستثناء بلدان قليلة في شمالها، فإنها لا تزال وجهة سياحية ذات عدد قليل من الزائرين لا تتعدى السياحة الدولية إليها نسبة 2,5%.

وتشمل بعض الاتجاهات الرئيسية لتنمية السياحة من الناحية النوعية تزايد تجزئة السوق واستحداث أشكال جديدة لسياحة لا سيما تلك المرتبطة بالطبيعة والحياة البرية والمناطق الريفية والثقافية وتحديد الرحالات والجولات السياحية التقليدية. هذا ما يدفع الكثير من المستهلكين أي السياح إلى رفع الطلب السياحي على هذه الوجهات الجديدة والبرامج المعدلة كذلك توعية السكان بضرورة احترام البيئة ورفع الاحساس بالمسؤولية خاصة عند السكان المحليين.

تعتبر السياحة أحد أكبر الصناعات في العالم وأحد أسرع القطاعات الاقتصادية نموا ولوحظ أن النمو المتوقع في قطاع السياحة والاعتماد المتزايد للعديد من البلدان النامية وحتى البلدان الصغيرة الجزرية على هذا القطاع بوصفه أحد أكبر المشغلين والمساهمين في اقتصادها، أبرز الحاجة إلى إعطاء اهتمام خاص للعلاقة القائمة بين الحفاظ على البيئة وحمايتها والسياحة المستدامة ودورها في الازدهار الاقتصادي ومكافحة الفقر. نظرا لأهمية السياحة والدور التي تلعبه في تعظيم الميزة التنافسية لكل الدول ذات الواجهات السياحية الهامة وذات الجذب السياحي. نظرا لدور الصناعة السياحية كمحرك للاقتصاد الوطني في مختلف المجالات باعتباره يوفر العملات الصعبة ويوفر فرص العمل الهائلة سواء المباشرة أو غير المباشرة وكعامل من أهم العوامل التنمية المستدامة فإن المنظمة العالمية للسياحة والمنظمات الأخرى الدولية التي تنشط في هذا المجال والحكومات والخواص وكل الفاعلين في هذا المجال تعمل بالتعاون على ترقية هذا القطاع في العالم وتطويره وتبرز من خلاله كل المقومات السياحية لكل دولة سواء الدينية أو الثقافية، التراثية والحضارية والتاريخية والطبيعية منها عبر العصور وكذلك تعمل OMT على تنمية القيم الانسانية النبيلة المبنية على السلام والأمن والاحترام المتبادل بين الشعوب لكل العادات والتقاليد والأعراف وغيرها.

I–2 – ادخال مبدأ الاستدامة في تنمية السياحة

تواجه السياحة التقليدية والناشئة الكثير من الضغوط على بيئتها الطبيعية والثقافية والاجتماعية الاقتصادية وهذا نتيجة زيادة في الطلب السياحي على المواقع المختلفة وقد أدى هذا النوع الذي يهدف إلى تحقيق فوائد على حساب تلك المواقع[5] إلى إحداث آثار سلبية تضر بالبيئة والمجتمعات وتدمر الأساس الذي قامت عليه السياحة. كانت بعض الحكومات والمنظمات الدولية قبل التسعينات قد تناولت موضوع السياحة وبعض الآثار السلبية لها والتي ظهرت بشكل كبير في المجتمعات ذات الوجهات السياحية الهامة ومن بين تلك الآثار السلبية نرى:

تدهور التقاليد والقيم الثقافية لتلك المجتمعات الأضرار بالبيئة في المواقع السياحية والأماكن الطبيعية، استغلال الأطفال، الدعارة، العمالة الغير الدائمة وغير مستقرة.

أما فيما يخص الأضرار بالبيئة فقد حدثت بفعل الإفراط في استهلاك الموارد والتلوث ورمي النفايات التي تنجم عن تطوير البيئة التحتية والمرافق السياحية والنقل والأنشطة السياحية.

لكن في نفس الوقت تم الإقرار من طرف المنظمات والخبراء والباحثين بأن السياحة لها قدرات هائلة في التنمية مما يجعلها تعود بالفوائد الاقتصادية الكبيرة على المجتمعات المضيفة.

وتعد السياحة وسيلة من وسائل النمو ووسيلة لتخفيف حدة الفقر، والحفاظ على الثروات الطبيعية والثقافية وغيرها من المنافع. لكن بشرط أن نوضع لقطاع السياحة خطط مناسبة واستراتيجية تسير هذا القطاع وبرؤية طويلة الأمد. ولقد اقترحت OMT المنظمة العالمية للسياحة مبدأ السياحة المستدامة في أوائل العام 1988 حيث كان متوقع من السياحة المستدامة أ، تؤدي إلى إدارة جميع الموارد بطريقة تتيح تلبية الاحتياجات الاقتصادية والاجتماعية والجمالية مع الحفاظ في الوقت ذاته على الثقافة والعمليات الايكولوجية والتنوع البيولوجي والتوازن البيئي. لقد أصبحت المجتمعات ذات الوجهات السياحية تكتسب تدريجيا نوع من الوعي بمشاكل السياحة غير المستدامة وآثارها السلبي على هذه المجتمعات فبدأت تولي اهتمام كبير لموضوع الاستدامة وبدأ تتناول هذا الموضوع في كل السياسات والاستراتيجيات والخطط الوطنية والاقليمية والمحلية في مجال السياحة هذا من جهة ومن جهة أخرى أصبح بعض السياح هم الذين يطالبون بوجهات السياحية ذات بيئة أفضل تتوفر على خدمات سياحية والتي تعود على تلك المجتمعات المحلية بالفائدة وتساعد على نمو الاقتصاديات المحلية.

تمثل السياحة البيئية سوقا مربحا رغم صغره لكنه سريع النمو. لقد شهدت انشطة السياحة البيئية توسعا بصورة سريعة خلال العقدين الماضيين على الصعيد العالمي ومن المتوقع أن تزداد في النمو مستقبلا وتشهد السياحة البيئية توافد السياح إليها وذلك لمشاهدة المناظر الطبيعية الأصلية وتمتع بجمالها. وكثير من الأحيان لحماية هذه المواقع الطبيعية وحتى لا تطالها الآثار السلبية يتم مراقبتها من طرف هيئات مكونة من أخصائيين وحتى إشراك الأفراد المحليين في هذا. وعلى هذا الأساس يتم في بعض الأماكن دفع بعض المصاريف للدخول إلى هذه المناطق أو المحميات وتخصص جزء من هذه المداخيل للمحافظة على الطبيعة أو المناطق السياحية المهمة.

I-3- بعض التوقعات المستقبلية في القطاع السياحي

يتوقع أن تواصل السياحة نموها في المستقبل بسبب نمو السكان وتحسن الظروف المعيشية للأفراد والتطور الحضاري وخاصة في تطور أنظمة النقل وتوسيع نطاقها وظهور العطل المختلفة وأوقات الفراغ للأفراد[6].

وحسب التوقعات لمنظمة العالمية للسياحة OMT فإن عدد السياح الوافدين وخاصة الدوليين منهم سوف يتضاعف عددهم عدة مرات خلال العقدين المقبلين حيث يصل تقريبا إلى 1,6% بليون سائح سيزورون بلدنا أجنبية مختلفة بحلول عام 2020. وهذا الأمر سوف يزيد من الضغط على البيئات الطبيعية والثقافية والاجتماعية والاقتصادية للوجهات السياحية خاصة المشهورة منها. ولهذا يجب وضع كل التدابير والخطط والاستراتيجيات وبذل المزيد من الجهد للحفاظ على مبدأ الاستدامة في مجال التنمية السياحية. كما يتوقع نموا سريعا في السياحة بصورة عامة وكل أشكال السياحة وخاصة تلك التي لها علاقة مع البيئة. هذا ما يتطلب وضع تخطيطا خاصا وإدارة بنى تحتية خاصة من أجل حماية المواقع الطبيعية الهامة التي تكون في الغالب سريعة التلف جراء الضغط عليها. كما يجب توفير المال المناسب من أجل التنمية المستدامة لهذا القطاع الحيوي. ووضع استراتيجية لتنمية هذا القطاع.

II- استراتيجية التنمية السياحية وأهدافها:

II- 1- تعظيم الربح والعوائد الاقتصادية للسياحة

1. المداخيل السياحية من خلال زيادة كل من:
   - أعداد القادمين من السياح
   - معدل إنفاق السائح لكل ليلة
   - معدل إقامة السائح.

وهذه المداخيل الآتية من السياحة الدولية قد سجلت في الدول ذات الدخل المتوسط الضعيف وتليها الدول ذات الدخل المتوسط المرتفع وهذه المعطيات قد قدمها البنك العالمي. انظر شكل رقم 01

الإيرادات السياحة العالمية (بملايين الدولارات)

	1990	2001	2001-1990 %
دول ذات دخل ضعيف	10.970	16.709	52,3
دول ذات دخل متوسط ضعيف	22.403	71.418	218,8
دول ذات دخل متوسط عال	21.710	54.168	149,5
دول ذات دخل عال	212.121	319.585	50,7
المجموع العالمي	265.316	457.890	72,6

المصدر: المنظمة العالمية للتجارة، البنك العالمي

عدد القادمين من السياح الدوليين والحصة السوقية لكل منطقة

المناطق	2000	2001	2002	2003	2004	2005	حصة بنسب % (2000)	حصة بنسب % (2005)
العالم	689	688	709	697	766	808	100	100
أوروبا	396,2	395,8	407,4	408,6	425,6	443,9	57,5	54,9
الشرق الأوسط	140,8	143,7	147,6	147,7	149,5	158,8	20,4	19,8
آسيا	114,4	116,6	126,1	114,2	145,4	156,2	16,2	19,3
الأمريكيتين	128,2	122,2	116,7	113,1	125,8	133,1	18,6	16,5
افريقيا	28,2	28,9	29,5	30,7	33,3	36,7	4,1	4,5
افريقيا الشمالية	10,2	10,7	10,4	11,1	12,8	13,6	1,5	1,7
باقي افريقيا	18	18,2	19,1	19,6	20,5	23,1	2,6	2,9

المصدر: المنظمة العالمية للسياحة 2006

مداخيل السياحة الدولية حسب المنطقة في العالم

	2003 بملايين دولارات	2004 بملايين الدولارات	حصص بالنسب %	مداخيل القادمين 2004 (بالدولار)
العالم	524	262	100	820
اوروبا	282,7	326,7	52,5	780
الأمريكيتين	114,1	131,7	21,1	1050
آسيا	94,9	125	20,1	820
الشرق الأوسط	16,8	21	3,4	590
افريقيا	15,5	18,3	2,9	550

المصدر: المنظمة العالمية للسياحة، 2005

2. زيادة مساهمة السياحة في الناتج القومي الاجمالي.
3. التشجيع على استخدام عوامل الانتاج المحلية عند انشاء المؤسسات السياحية
4. تشجيع الأيدي العاملة المحلية في اشغال الوظائف المتاحة في قطاع السياحة.
5. خلق بيئة استثمارية خاصة لمشاريع السياحية وتعديل وتطوير التشريعات لتسهيل دخول رؤوس أموال إضافية للإستثمار وتوسيع قاعدة المشاريع والمهن السياحية وتحصل على بعض الحوافز لتشجيع الاستثمار، تشجيع اقامة مشاريع سياحية في كافة المناطق من اجل التنمية المحلية.

II- 2- تفعيل مشاركة المجتمعات المحلية ودمجها في عملية التنمية السياحية

وهذا من خلال مايلي[7]:

1. اشراك المجتمعات المحلية في عملية التنمية السياحية كشريك استراتيجي وفاعل الذي يتم من خلال.
   - نوعية المجتمعات المحلية بأهمية السياحة
   - تحفيز المجتمعات المحلية لتوفير الأيدي العاملة والخدمات المساندة.
   - ابراز نشاطات المجتمعات المحلية وثقافتها وتراثها والأفكار الخلاقة لديها.
   - تشجيع تأسيس الجمعيات السياحية الأهلية للمجتمعات المحلية
2. توزيع المنافع السياحية جغرافيا بما يحقق خلق منتج سياحي في مختلف الأقاليم.
3. عقد الاتفاقات مع المنظمات السياحية العالمية مثل OMT في مجال التنمية السياحية.
4. تشجيع صناعة الحرف اليدوية وزيادة مساهمة المجتمعات المحلية في هذه الصناعة وذلك من خلال وضع أنظمة بالتعاون مع الحكومات لخلق قطاع حرفي متخصص في الصناعات التقليدية والتراثية.

II– 3– اعتبار قطاع السياحة كأداة فاعلة لتحسين دخل الفرد والحد من الفقر والبطالة[8]

1. للحد من الفقر والبطالة يجب الاستثمار في المناطق ذات الموارد المحدودة واستغلال كل من الموارد المتاحة لتنفيذ المشاريع السياحية في تلك المناطق.
2. إنشاء صندوق وميزانيته خاصة للتمويل القطاع السياحي وتنميته وذلك بمساهمة القطاع الخاص.
3. إعطاء قروض أو ابتكار أساليب تمويلية تهدف إلى زيادة فرص العمل لذوي الدخل المحدود أو المتدني
4. تكوين أفراد في هذا القطاع وإنشاء معاهد أو مدارس مختصة في القطاع السياحي.
5. تشجيع كل من المرأة والرجل على إنتاج السلع السياحية وتقديم الخدمات السياحية.
6. إعداد العاملين في قطاع السياحة والسعي إلى إيجاد فرص عمل جديدة ومتنوعة لإستقطاب كافة الفئات من المجتمعات المحلية بهدف تحسين مستويات الدخل ومكافحة الفقر والبطالة.

II– 4– تعزيز مبدأ الشراكة في الإدارة الوطنية للسياحة لتسيير هذا القطاع على أحسن وجه وتنميته يجب التعاون مع عدة قطاعات ومنها[9]:

أ) القطاع العام

ب) القطاع الخاص

ت) المجتمعات المحلية

ث) المنظمات غير الحكومية

ج) المانحون والممولون

لتحقيق التنمية المستدامة يجب تأسيس شراكة حقيقية بين القطاع العام والخاص وكل الشركاء وهذا لإحداث التنمية في القطاع السياحي وتجدير العلاقة بين مختلف القطاعات ومؤسساتها لزيادة الانعكاسات الايجابية للتنمية المستدامة الشاملة التي تحقق نقلة نوعية في الأهداف الاقتصادية والاجتماعية التنموية ضمن رؤية واضحة واستراتيجية فاعلة للإدارة الوطنية للسياحية.

أ) القطاع العام: هو المحرك الرئيسي والمخطط للإستراتيجيات وهو الذي يضع التشريعات والأنظمة والذي يقوم بتنسيق الشركاء في إطار الشراكة التبادلية بين مختلف القطاعات.

تطوير الهيئات السياحية ومكاتبها

توفير التقنيات والتمويل المالي لدعم المشروعات

وضع خطط وبرامج وسياسات للسياحة المستدامة بالتعاون مع كل الشركاء في عملية التنمية المستدامة سواء كان بشكل مباشر أو غير مباشر.

ب) **القطاع الخاص:** ضرورة تنشيط وتفعيل دور القطاع الخاص بما يمكنه بأن يكون الشريك الرئيسي القادر على تنفيذ المشروعات والإستثمار ليصبح أداة استثمارية وتمويلية وتسويقية. يتركز دور القطاع الخاص في توجيه وإقامة الاستثمارات والمشاريع التنموية المستدامة التي بإمكانها أن توفر تنمية إقتصادية يستفيد منها كل الأفراد والعاملون بصفة خاصة الذين ينشطون في مختلف المشروعات والقطاعات السياحية بشكل مباشر وغير مباشر. ضرورة تحفيز القطاع الخاص ليضطلع بدوره الحقيقي كشريك فعال ورئيسي في إدارة القطاع السياحي. ويكون حضوره من خلال:

- تمثيله بالهيئات السياحية وإدارة عمليات التخطيط والتسويق ورسم السياسات الترويجية
- تمثيله في المجالس الوطنية للسياحة
- تمثيله في اللجان السياحية والتي تهتم بإدارة القطاعات السياحية
- وضع تراخيص المهن السياحية مع وضع جهاز لإدارة الجودة فيها من خلال أجهزة الرقابة المختلفة.

ج) **المجتمعات المحلية:** ضرورة تنشيط وتفعيل المجتمعات المحلية في هذا القطاع لضمان التنمية المستدامة لمختلف المناطق. ويكون دور المجتمعات المحلية من خلال الأدوار الآتية:

– باعتبار هذا الشريك قطاع منتج ومورد للأيدي العاملة

– قطاع فاعل ومشارك في صنع القرار وتقديم الخدمات المساندة وخاصة في مشاريع التنمية السياحية.

د) **المنظمات غير الحكومية:** دورها يقتصر في تنمية قنوات الاتصال مع المجتمعات المحلية والمساهمة في إقامة مراكز التدريب المهني والوظيفي من أجل تحقيق أهداف التوعية والتثقيف والتدريب السياحي. كذلك إعداد الدراسات والأبحاث للآثار الناجمة للسياحة على كافة المجالات ومنها الآثار البيئية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية.

و) **الجهات الممولة والمانحة:** هم:

- الممولون للأنشطة السياحية
- والذين يضعون كل الدراسات والسياسات لهذا القطاع
- المزودون للخبراء ومستشارون فنيون وشركاء في تطوير التنمية السياحية المستدامة.

II- 5- رفع كفاءة البناء المؤسساتي لقطاع السياحة[10] وذلك من خلال مايلي:

1. الخطط والبرامج التنفيذية للقطاع بالتعاون مع كل الأجهزة الموضوعة من خلال:

أ- تطوير الهياكل المؤسساتية في القطاع السياحي العام والخاص.

- إنشاء دائرة الدراسات والأبحاث والاستراتيجيات
- إنشاء دائرة المعلوماتية والإحصاء السياحي المتخصص
- إنشاء مجلس إستشاري أعلى يضم كل الشركاء
- إنشاء مجلس الأعمال (استثمار المواقع السياحية وإدارة المواقع السياحية).
- إنشاء نظام المعلومات الجغرافي GIS السياحي

2. تحديث وتطوير نظام تصنيف ومراقبة الفعاليات السياحية.
3. تقديم الدعم الفني للجهات ذات العلاقة بمشاريع البنى التحتية والتطوير الحضاري.

ب- إنشاء وحدة الحسابات التابعة للسياحة بالتنسيق مع المنظمة السياحة العالمية OMT وهذه الوحدة عبارة عن آلية إحصائية تتضمن مايلي:

- الوقوف على السياحة من جانب الطلب والعرض والعلاقة بينهما
- مساهمة السياحة بالناتج المحلي الاجمالي
- معرفة مكانة السياحة مقارنة مع القطاعات الاقتصادية الأخرى
- عدد العاملين في القطاع السياحي
- حجم الاستثمارات بهذا القطاع
- المداخيل الضريبية التي نجمت عن صناعة السياحة
- تأثير السياحة على ميزان المدفوعات الوطني
- مميزات القوى البشرية بالسياحة.

ونظرا لأهمية القطاع السياحي في الاقتصاد الوطني، فإن مثل هذه الوحدة التي تعني بالإحصاء، فهي أكثر من ضروري وذلك لأهمية البيانات الإحصائية الدقيقة في وضع الاستراتيجيات والخطط اللازمة ومساندة أصحاب القرار لتنفيذ السياسات الخاصة بقطاع السياحة كذلك من خلال هذه الوحدة يتم التعامل مع الهيئات السياحية الدولية مثل المنظمة العالمية للسياحة OMT وتنسيق معها الدائم والكامل.

ج- إنشاء نظام المعلومات الجغرافي GIS

إن إعداد قاعدة البيانات الإلكترونية تعتبر من المعلومات المتوافرة من الجهات ذات العلاقة لتأسيس النظام الأساسي لقاعدة المعلومات للسائح حيث تشمل هذه المعلومات والبيانات مايلي (الخرائط بكل أنواعها، الرسومات، الطرق، المعلومات، المواقع السياحية والأثرية والتاريخية والبيئية لكل الوجهات السياحية المختلفة والمطاعم، المواقع للخدمات السياحية، تطوير نظام الاتصال مع الجهات ذات العلاقة لتبادل المعلومات المختلفة المتعلقة بالمواقع السياحية.

II- 6- وضع سياسة التسويق والترويج السياحي.

- نؤكد على القطاع العام والخاص على توفير التمويل الضروري للتسويق السياحي وهذا حسب المعايير الدولية.
- تنويع وتكثيف النشاطات التسويقية محليا اقليميا ودوليا، وتقديم الحوافز التشجيعية.
- تطوير سياسات وبرامج التسويق السياحي[11]
- العمل من خلال الترويج للمنتوج السياحي على الحد من الموسمية السياحية.
- التركيز على بعض أنواع سياحات الرائجة مثل المؤتمرات والمعارض وغيرها.
- إقامة بعض الخطط التسويقية المشتركة بين الأقاليم.

في الأخير يمكننا القول:

لوصول إلى التميز في الأداء من خلال سلسلة القيمة السياحية Tourism Value Chain ومن خلال الشراكة ما بين القطاع العام والقطاع الخاص في التخطيط والتسويق والتطوير هذا القطاع يجب توفر مايلي. انظر الجدول

المعلومات والمبيعات	المعابر والنقل	الوصول والتوجيه	الطعام والإيواء	المواقع والأنشطة	الخدمات
هيئات السياحة	المطارات	الاشارات	الفنادق	المدن السياحية	الإدلاء
وكلاء السياحة	الحدود	الارشادية	المخيمات	التسوق	الخدمات الطبية
والسفر	الطيران	اكشاك المعلومات	مشاركة الوقت	الترفيه	مراكز الأعمال
المطويات	السكك الحديدية	المنشورات	المتنجعات	المنتزهات	الخدمات التجارية
الإعلام	السيارات	السياحية	المطاعم	الشواطئ	
الإنترنت	السياحية	الخرائط السياحية	الوجبات السريعة	الأحداث الثقافية	
المنظمات غير	قوارب النقل	خطوط الخدمة الهاتفية		المواقع التاريخية	
الحكومية	السيارات العمومية			مدن الألعاب والتسلية	
	الحافلات السياحية			الحياة البرية المغامرة	

III- مكافحة الفقر والبطالة من خلال التنمية السياحية المستدامة:

توجد فجوة كبيرة ومتعاظمة في توزيع الثروة العالمية، فقد كان عدد فقراء العالم 400 مليون في عام 1970 ونحو 900 مليون في عام 1975 وفق تقدير البنك الدولي. واستمر هذا العدد يتصاعد حتى بات في عالمنا الآن 2.1 مليار نسمة يعيشون على أقل من دولار يوميا و2.8 مليار نسمة على أقل من دولارين في اليوم. وتشير آخر الدراسات الاقتصادية إلى أن 25% من سكان العالم يحصلون على 75% من الدخل العالمي، إلا أن 10% الأغنى من سكان الولايات المتحدة يزيد دخلهم عن دخل الـ 43% الأكثر فقرا في العالم. (www.worldbank.org)

III- 1- السياحة ركيزة أساسية في اقتصاديات الخدمات:

تعتبر السياحة مصدرا متجددا بعكس ما هو عليه الحال في كثير من الموارد الأخرى كالبترول، ولها العديد من الآثار الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والبيئية المباشرة وغير المباشرة. فقد ظهرت السياحة الجماهيرية Mass Tourism في الدول الصناعية نتيجة التطور في نهاية الستينات وبداية السبعينات من القرن العشرين استجابة للعديد من العوامل الاقتصادية والاجتماعية والتحول الصناعي وظهور الطبقة الوسطى وتطور صناعة النقل والتغيرات التكنولوجية والإدارية وغيرها. وبرزت السياحة في القرن الحالي على أنها الركيزة الأساسية والمحورية في اقتصاديات الخدمات حيث تنفرد بقدرتها على مساندة المجتمعات المحلية للإستجابة للتحديات العالمية، إذا تم إدارتها بالشكل المطلوب آخذين بالحسبان أخلاقيات المهنة وحقوق الفقراء والمسؤولية الاجتماعية والتنمية المستدامة للصناعة السياحية (Mill, 1990)[12].

ومن أهم المتغيرات المحتملة في صناعة السياحة العالمية حسب تقارير الهيئات السياحية العالمية والخبراء والباحثين السياحيين (WTO, 2000) [13] ظهور نمو اقتصادية جديدة مثل الصين والهند، اتساع الفجوة بين الدول الغنية والفقيرة وتفاقم بعض المشكلات العالمية مثل نقص المياه والفقر وحقوق العاملين. بلغ الدخل السياحي كنسبة من دخل الخدمات عام 2000 للدول النامية 43.3% وللدول الأقل نموا حوالي 70.6% مقارنة مع حوالي 28% للدول الأخرى. كما بلغت نسبة الدخل السياحي للصادرات السلعية في الدول الصناعية 8.5%وللدول النامية 11.3%خلال نفس العام (Shah. 2000). كما بلغت بحمل الحركة السياحية العالمية حوالي 635 مليون سائح عام 1998، ازدادت إلى 700 مليون عام 2000 ويتوقع أن تصل 1.6 بليون سائح بحلول عام 2020 ينفقون حوالي 2 تريليون دولار أمريكي (WTO, 1997)[14]. حوالي 83% من الدول تعتبر السياحة أحد أهم خمس صادرات رئيسية لها، وتساهم السياحة بحوالي 35% من مصادرات الخدمات و8% من الصادرات السلعية عالميا (www.rethinkingtourism.org).

وقد حصلت الدول النامية على 35.5% من اجمالي الحركة السياحية في عام 1997 مقارنة مع 24% عام 1988. وتعتبر السياحة الدولية ذات أهمية أو تنمو بشكل واضح في حوالي نصف الثماني وأربعين دولة ذات الدخل المتدني، وبين الاثني عشرة دولة التي تحوي 80% من فقراء العالم. كما أن السياحة لها أهمية بارزة أو نمو متميز في 11 دولة منها (ILO, 2000)[15]. يمكن للفقراء الحصول على منافع محدودة من السياحة

مقابل تكاليف باهظة، إذا لم يتم إدارة العملية السياحية بالطرق العلمية المناسبة. فالمنافع التي يجب تعظيمها للفقراء تعتمد على مدى وكيفية مساهمتهم في العملية السياحية.

III- 2- اهتمام الدول الصناعية والنامية بتعظيم الأرباح في السياحة بدلا من مكافحة الفقر والبطالة:

لا زالت سياسات وبرامج التنمية السياحية في معظم الدول الصناعية والنامية تفتقر إلى أهداف وآليات عمل محددة تتعلق بالدور الفاعل الذي يمكن أن تلعبه السياحة في مجال مكافحة الفقر والبطالة، بينما يتركز اهتمامها على تعظيم الدخل الاقتصادي للسياحة ومساهمتها في الدخل المحلي الاجمالي. ومع الاستخدام الواسع والمبالغ به في الآونة الأخيرة لمفهوم "السياحة المستدامة" في المحاضرات والندوات والمؤتمرات واللقاءات السياحية كوسيلة ترويجية، إلا أن واقع الحال يبين أن الخطط والسياسات السياحية في غالبية الدول لا تبدي الاهتمام الكافي لإدماج المجتمعات المحلية في الإدارة السياحية وتفعيل مشاركتها وتعظيم المنافع المتحققة لها من خلال التنمية السياحية، وينصب اهتمامها على مضاعفة الآثار الاقتصادية الايجابية للسياحة دون اهتمام بالجوانب الثقافية والاجتماعية والبيئية.

تركز الدول النامية في العادة على الأبعاد الاقتصادية للسياحة وتنميتها في المدن الرئيسية ونادرا ما يكون هناك اهتمام بالتنمية السياحية المستدامة في المناطق النائية والريفية متجاهلة الدور لريادي للسياحة في الوصول لتلك المناطق ومعالجة مشاكل الفقر والبطالة فيها، على الأقل من خلال تنمية المشاريع السياحية الصغيرة والتي تتميز بقدرتها على توفير فرص العمل والدخل المناسب للأسر الفقيرة دون الحاجة إلى رؤوس أموال طائلة أو مهارات سياحية متميزة. هذا يعود للعديد من الأسباب أهمها أولويات التنمية وعدم توفر البنية التحتية اللازمة وضعف إقبال المستثمرين على إقامة المشاريع السياحية فيها. لذا فإن هناك تحد كبير أمام الحكومات والمستثمرين للإستجابة للمتغيرات من خلال التفكير الموضوعي واسع الأبعاد وتطوير الاستراتيجيات المناسبة لتعزيز دور السياحة المستدامة وتأثيرها على شرائح الفقراء في المجتمعات المحلية للمساهمة في تنميتها كمسؤولية اجتماعية من جهة، وللحد من تزايد الفجوة الاقتصادية بين السائح والمواطن من جهة أخرى. فقد بين المنتدى العالمي للتنمية المستدامة أن السياحة المستدامة هي ذلك النمط من السياحة الذي يمتاز حاليا. وفي المستقبل باستغلال وتشغيل الامكانات والموارد الطبيعية لإعادة توليدها ومضاعفة انتاجيتها المستقبلية. كما يثمن مساهمة الأفراد والمجتمعات المحلية والعادات والتقاليد وأنماط الحياة في تحسين التجربة السياحية. ويتقبل كذلك أن هؤلاء الأفراد يجب أن يكون لهم حص ادلة في المنافع الاقتصادية مع ضرورة الاهتمام بالاسترشاد بآراء الافراد والمجتمعات المحلية التي تقطن المنطقة. (www.wttc.org)[16]

III- 3- السياحة عامل لتنمية المناطق النائية والفقيرة:

وبالتالي فإن السياحة المستدامة بمفهومها العلمي الشامل هي ذلك النوع من السياحة الذي يوفر ويوافق بين حاجات السياح والمجتمعات المحلية الحالية في المنطقة ويعزز الفرص للمستقبلية فيها. فبالإضافة إلى الأبعاد الاقتصادية مثل توفير البنى التحتية كالطرق والمطارات والمجتمعات والفنادق والمطاعم والتسهيلات السياحية وفرص العمل المناسبة، فإن المفهوم يتضمن أبعادا غير اقتصادية في المجالات البيئية والثقافية والاجتماعية (Becken and Butcher, 2004).[17] ومع أن العديد من الدراسات تناولت موضوع السياحة المستدامة وأبعادها وعوائدها البيئية والاجتماعية والثقافية (Ryan, 2002 ; Hall and Page, 1999) إلا أنه لم يتم اقتراح إطار علمي واضح لتقييم مساهمتها الحقيقية (Machbeth and Jim NorthcoteJermy, 2004) فصناعة السياحة يمكن أن توصل التنمية إلى المناطق النائية التي يصعب الوصول إليها من خلال القطاعات الاقتصادية التقليدية. وللسياحة أثر واضح في تشجيع المواطن والمستثمر على إقامة المشاريع ذات العلاقة المباشرة أو غير المباشرة في التنمية السياحية وبالتالي خلق فرص عمل مناسبة في المنطقة. كما أن للسياحة دورا كبيرا في توفير البنى التحتية من شوارع وشبكات ماء وكهرباء وغيرها للمنطقة السياحية ليتم استخدامها من قبل السائح والمواطن معا.

توفر السياحة دخلا للحكومات وتساهم في تشغيل الأيدي العاملة ودعم ميزان المدفوعات وتنويع النشاط الاقتصادي (Magablih and Dieb, 2000)[18] والحد من مشاكل الفقر والبطالة. كما وتساهم في تعزيز الولاء والانتماء والاعتزاز بالوطن والإرث الوطني (Abdul Aziz, 1997) وتشجيع التفاهم وحوار الحضارات والسلام العالمي وصون الثقافة المحلية وتنميتها والحفاظ على البيئة وحماية الموارد البيئية الطبيعية (Abdul Wahab, 1992).

III- 4- دور السياحة في تخفيف الفقر وخلق فرص العمل:

وتمتاز صناعة السياحة باستخدامها الكثيف للأيدي العاملة في نشاطاتها المتنوعة التي تمتاز في الغالب بكونها صناعات صغيرة خاصة في المناطق الريفية التي تعني مثل هذه الفرص على محدوديتها الكثير للمواطن المحلي. كما تعتمد السياحة بشكل أساسي على استخدام الأيدي العاملة

بمستويات مختلفة: العمالة شبه الماهرة وغير الماهرة والمتخصصة بشكل دائم أو مؤقت. هذا الاستخدام يكون في مرحلة ما قبل الانشاء، مرحلة الانشاء ومرحلة التشغيل كما هو الحال في الفنادق، والمطارات والملاهي، والطرقات والخدمات السياحية. فمن بين كل تسعة وظائف عالميا، هناك وظيفة واحدة على الأقل في مجال السياحة حسب تقديرات مجلس السياحة والسفر العالمي (www.wttc.org). تمثل الأجور فرصة للفقراء في السياحة رغم توفرها لأقلية محدودة. وفي كثير من الحالات لا تتاح الفرصة للفقراء للحصول عليها. يمكن أن تكون المنافع العرضية قليلة جدا للشخص الواحد لكنها تكون موزعة بشكل واسع ويمكن أن تغطي تكاليف المدارس في العديد من الحالات. ومع موسميتها إلا أنها ذات منزلة اجتماعية مقبولة وعائد مناسب في العديد من الحالات (Ashley, 2000). لكن الفقراء يحتاجون لوقت طويل نسبيا لجمع الموارد المالية للإستثمار بالعملية السياحية، وربما لا تسنح لهم الرصةبالإستثمار لصعوبة الوقوف أمام الشركات الأجنبية ذات الخبرة والموارد المالية والإدارية والبشرية المتميزة. لهذا لا نجد غرابة في أن يكون شعار منظمة السياحة العالمية لعام 1997 السياحة هي "الصناعة الرائدة للقرن الحادي والعشرين في توفير الوظائف والمحافظة على البيئة" وشعارها لعام 2003 "دور السياحة في تخفيف الفقر وخلق فرص العمل وزيادة الترابط الاجتماعي" (www.UNWTO.org)[19].

وبينStalker أن السياحة توفر فرصة لنقل الأموال من الدول الغنية إلى الدول النامية التي تتوفر فيها المقومات السياحية من مناخ ملائم وشواطئ دافئة وصحراء جذابة (www.newint.org) [20]. لذا ركزت المنظمات العالمية على ضرورة مساهمة الدول الصناعية في معالجة مشاكل الفقر والبطالة في الدول الفقيرة، فحوالي 80% من الحركة السياحية العالمية انطلقت من 17 دولة صناعية (Seth, 1987)[21].

بالمقابل فان السياحة تساهم بشكل ملحوظ في 11 دولة من أصل 12 دولة تحوي 80% من فقراء العالم، 7 منها في آسيا (بنغلادش، الصين، الهند، أندونيسيا، نيبال، باكستان، الفلبين). وهذه الدول تشكل مقصدا سياحيا لتوفر مناطق الجذب الطبيعية والثقافية وتنوعها فيها. ويمكن للسياحة الريفية أن تساهم بشكل واضح في تنمية المجتمعات المحلية الفقيرة كمشغل رئيسي للأيدي العاملة وكذلك لكون العديد من الوظائف تحتاج إلى مهارات بسيطة يمكن للفقراء اكتسابها بيسر (iso.sdnpk.org)[22].

III- 5- تجارب بعض الدول في استخدام السياحة المستدامة لمكافحة الفقر والبطالة:

هناك بعض التجارب الغنية لبعض الدول في مجال استخدام السياحة المستدامة في مكافحة الفقر والبطالة. ففي وادي نمر بالا في الصين كان أحد أهم الأهداف الرئيسية للسياسات الحكومية تنمية القطاع السياحي على أنه القطاع الرئيسي للتنمية الاقتصادية لتوفير فرص العمل والحد من الفقر في الإقليم مما يساهم في تحسين نوعية المعيشة للمجتمع المحلي. ويمثل هذا نموذجا في تنمية المناطق الريفية من خلال الاستثمار في القطاع السياحي (www.world-tourism.org/regional)[23]. وفي الصين أيضا ساهمت السياحة في عام 1996 بمساعدة أكثر من 3 مليون شخص في حوالي 10 آلاف قرية من خلال النشاطات السياحية (www1.chinadaily.com)[24]. وفي فيتنام تلعب السياحة دورا رئيسيا في التنمية الاقتصادية والاجتماعية كأهم قطاع في الاقتصاد الفيتنامي. وأصبح التركيز السياحي ينصب على توسيع قاعدة المنافع المالية والتشغيلية للقطاع ضمن الجماعات الفقيرة من السكان بالتركيز على السياحة التي تعتمد على المجتمع المحلي (vietnamnews.vnagency.com).

وبين Haonga أن الغنى الثقافي والطبيعي في تنزانيا يؤهلها لمكافحة الفقر من خلال ما يعرف بمبادرة "السلام من خلال السياحة" (ipp.co.tz/ipp/guardian/2003)، وخلصت الندوة التي شارك فيها 110 مختصين من 18 دولة في كاتماندو/ نيبال إلى أن السياحة تعتبر قوة موجهة للحد من الفقر وإيجاد الفرص الوظيفية والتناغم بين أبناء المجتمع (www.welcomnepal.com). وأصبح دور القطاع الخاص أكثر أهمية وتزايدا في عملية إدماج المجتمعات المحلية في النشاط السياحي والمساهمة في الحد من الفقر والبطالة والمساهمة في مشاريع الحفاظ على البيئة والتنمية المستدامة (www.wttc.org).

وبشكل إلتزام منظمة السياحة العالمية بأمن وسلامة المجتمعات الفقيرة والبيئة التي يعيشون فيها مساهمة في التنمية السياحية المستدامة وتوفير المنافع للفقراء من خلال تشجيع النشاطات السياحية والاستثمار السياحي وإدماج المجتمعات المحلية في العملية السياحية (www.eldis.org/static).

خاتمة: أصبحت السياحة عصبا مهما في الحياة الاقتصادية لأي بلد ويبرز ذلك من خلال مؤشرات السياحة العالمية فقد بلغ تدفق السياح في العالم سنة 2008 أكثر من 900 مليون سائح بحجم انفاق يفوق 800 مليار دولار سنويا وتتوقع المنظمة العالمية للسياحة أكثر من 1.6 مليار سائح سنة 2020 وينفقوا 2000 مليار دولار هذا التطور الهائل في عدد السياح فضلا على ما يوفره القطاع السياحي من يد عاملة مباشرة وغير مباشرة وما يدور على الدول السياحية من رؤوس أموال واستثمارات أجنبية وخلق التنمية والحد من الفقر والبطالة إذا ما أحسن وضع استراتيجية وبرامج التنمية السياحية والتخطيط لها بإشراك كل الفاعلين في القطاع.

الهوامش:

1– أعدت هذا التقرير المنظمة العالمية للسياحة بوصفها مديرا للمهام في مجال تنمية السياحة المستدامة، وبمساهمات من وكالات ومنظمات دولية أخرى تابعة للأمم المتحدة. وهذا التقرير عبارة عن لمحة وقائمية موجزة الغرض منها إطلاع لجنة التنمية المستدامة على التطورات الرئيسية التي حدثت في هذا المجال.

2 – تقرير مؤتمر الأمم المتحدة للبيئة والتنمية، زهو دي جانيرو، 3–14 جوان 1992، المجلد الأول، القرارات التي اتخذها المؤتمر (منشورات الأمم المتحدة، القرار 1، المرفق الثاني).

3– قرار الجمعية العامة د إ – 2/29، المرفق.

4 – المصدر نفسه، الصفحة 67.

5– تقرير أعد بصورة مشتركة بين المنظمة العالمية للسياحة والمجلس العالمي للسفر والسياحة ومجلس الأرض.

6– الوثائق الرسمية للمجلس الاقتصادي والاجتماعي للأمم المتحدة مارس 2001، ص 4.

7 – قرار الجمعية العامة – إ – 2/29 المرفق.

8 – دليل عملي لرفع وتطبيق مؤشرات السياحة المستدامة (المنظمة العالمية للسياحة 1996).

9– قرار الجمعية العامة، المرجع السابق، ص67.

10– المجلس الاقتصادي والاجتماعي للأمم المتحدة 2 مارس 2001، تنمية السياحة المستدامة فقرات 17–19 ص 4.

11– تقرير المجلس الاقتصادي والاجتماعي، مرجع سابق، 2 مارس 2001، فقرة 6.

12 – Mill, Robert Christie. (1990). N.J, Prentice Hall, Inc, pp 3-11.

13 –WTO. (2000). « Tourism, The poor and other stakeholders , Asian experience ». ODI Fair-Trade in Tourism Paper. London : ODI

14 – WTO. (1997). « Tourism : 2020, vision ; influences, directioal flows and key trends, 2020, Madrid, Spain.

15 – ILO. (2000). Bureau of Statistics : Developing a labour accompling system for Tourism : issues and approches

16 – www. Wttc.org/mediaCentre/PovertySectorViewfrom (accessed on 23/6/2006).

17 – Becken, S., and Butcher, G. (2004). *Economic Yield Associated with Different Types of Tourists : A Pilot Analysis*. Paper presented at the CAUTHE 2004 Creating Tourism Knowledge, Brisbane (www.sciencedirect.com)

18 – Ryan, C. (2002). Equity, Management, *Power Sharing and Sustainability-Issues of the « New Tourism »*, Tourism Management, 23 : 17-26.

19 – www. UNWTO.org (accessed on 3/1/2006)

20 – www.newint.org/issue142/keynote.htm (accessed on 28/11/2005).

21 – Seth, Pram Nath. (1987). *Successful Tourism Management*, New Delhi, Sterling Publishers Pvt. Ltd., . p.2

22– isb.sdnpk.org/pipermail/ngo-list/2003-April/002982.htlm (accessed on 30/10/2005)

23 – www.world.tourism.org/regional/east_asia_&_pacific/image_country/guizhou.htm (accessed on 3/12/2005)

24– www1.chinadaily.com.en/chinagate/doc/2003-07/24/content_248409.htm (accessed on 21/12/2005)