

السياحة المستدامة كسبيل للحد من الفقر في الدول النامية

Sustainable tourism as a mean to overcome poverty in Developing Countries

دليمي محمد امين^{1*}، سلكة أسماء²

¹ جامعة تامنغست، الجزائر، m.dlimi@cu-tamanrasset.dz

² جامعة تامنغست، الجزائر، selkaasma@cu-tamanrasset.dz

تاريخ النشر: 2022/06/16

تاريخ القبول: 2022/05/27

تاريخ الاستلام: 2021/10/13

ملخص: تهدف هذه الدراسة إلى إبراز أهمية القطاع السياحي في التنمية الاقتصادية، ومدى مساهمته في القضاء على البطالة وتحسين المستوى المعيشي للبلدان النامية والرائدة في مجال السياحة. وتوصلت الدراسة إلى أن السياحة تعد مورد اقتصادي هام للعديد من دول العالم وخاصة البلدان النامية، وتخلق فرص للعمل والاستثمار بفعل التوسع في النشاط السياحي، لكن وبشكل عام تبقى مساهمة السياحة المستدامة في التخفيف من حدة الفقر ضعيفة مقارنة بحجم إمكانات واستثمارات هذا المجال.

كلمات مفتاحية: سياحة، صناعة السياحة، تنمية مستدامة. الحد من الفقر.

تصنيفات JEL: L83، Q01، E24، I32.

Abstract: This study aims to highlight the importance of the tourism sector in economic development and its contribution to eliminating unemployment and improving the standard of living of leading tourism developing countries. The study found that tourism is an important economic resource for many countries of the world, especially developing countries, and creates jobs and investment due to the expansion of tourism activity, however, the contribution of sustainable tourism to poverty alleviation remains weak compared to the size of the potential and investments this area.

Keywords: tourism; tourism industry; sustainable development; overcoming poverty.

Jel Classification Codes: L83, Q01, E24, I32.

1. مقدمة:

السياحة ظاهرة اجتماعية واقتصادية ظهرت بشكل مواز لنمو المجتمعات الصناعية ونتيجة لمجموعة عوامل منها زيادة وقت الفراغ وتحسين مستويات المعيشة لفئات اجتماعية كبيرة، ونتيجة لانتشار ملكية السيارة وتخفيف الإجراءات الدولية في مجالات السفر، لهذه الأسباب أصبحت السياحة لها قيمة عالية للعديد من الدول وبدأت بوضع استراتيجيات لتطوير وتنشيط صناعة السياحة من خلال استغلال العوائد من العملات الصعبة وتوفير الوظائف للاقتصاد المحلي.

ونظراً لما صاحب قطاع السياحة من نمو وتطور كبير للبنى التحتية والمنشآت الترفيهية والاقتصادية والخدمية في معظم دول العالم، كان لابد من الحفاظ على البيئة، وصون حقوق الأجيال القادمة، فظهر مصطلح ما يسمى بالسياحة المستدامة. حتى أن الأمم المتحدة أعلنت عام 2017 عام السياحة المستدامة من أجل التنمية، مبشرةً في ذلك بدور السفر الدولي في الحد من الفقر، و عليه في هذا المقال سنحاول البحث عن العلاقة الموجودة بين متغيري الدراسة وهما السياحة المستدامة والفقر.

1.1 إشكالية البحث:

مما سبق ذكره يمكن طرح الإشكالية الرئيسية التالية:

هل يمكن أن تساهم السياحة المستدامة في القضاء على الفقر في الدول النامية؟

من خلال الإشكالية الرئيسية سألقة الذكر، يمكن طرح السؤالين الفرعيين التاليين:

✓ هل ساهم قطاع السياحة في رفع نسبة العمالة وتحسين المستوى المعيشي للدول النامية؟

✓ هل يمكن الاعتماد على السياحة المستدامة في التخفيف من حدة الفقر في الدول النامية؟

2.1 فرضيات البحث: قصد الإجابة عن الإشكالية الرئيسية، وسؤالها الفرعيين نضع الفرضيات التالية:

الفرضية الرئيسية: تعتبر السياحة المستدامة قطاع استثماري مهم، يساهم في خلق مناصب عمل مباشرة وغير مباشرة في العديد من الدول النامية و التالي سيحد من الفقر فيها.

الفرضية الفرعية الأولى: يمكن لقطاع السياحة أن يستقطب اليد العاملة المؤهلة، وأصحاب الحرف والمهن التقليدية؛
الفرضية الفرعية الثانية: تساهم السياحة المستدامة في التخفيف من حدة الفقر بنسب ضئيلة.

3.1 أهمية البحث:

تكمن أهمية الموضوع بالدرجة الأولى إلى أهمية مفهوم الاستدامة في جميع القطاعات و من بينها القطاع السياحي .
و بالدرجة الثانية أهمية البحث في إبراز الدور الذي تلعبه السياحة المستدامة في تحسين المستوى المعيشي للأفراد، وكذا مدى مساهمتها في رفع نسب العمالة.

4.1 أهداف البحث: نهدف من خلال هذا البحث إلى:

- التعرف على مفهوم السياحة المستدامة ومقوماتها؛
- إبراز دور السياحة المستدامة في الحد من الفقر وتحسين المستوى المعيشي.
- كيف تتم مشاركة الأسر الفقيرة و المحدودة الدخل في النشاط السياحي.

5.1 منهجية البحث:

اعتمدنا في هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي لمعالجة إشكالية البحث وذلك من خلال تناول المحاور التالية:

المحور الأول: صناعة السياحة ونموها؛

المحور الثاني: أهمية القطاع السياحي في التنمية الاقتصادية؛

المحور الثالث: دور السياحة المستدامة في الحد من الفقر.

2. صناعة السياحة و نموها

إن صناعة السياحة هي صناعة مهمة واعدة وهي صناعة حديثة ظهرت في عالم اليوم ويسمى البعض صناعة القرن الحادي والعشرين وهي أولا وأخيرا صناعة خدمات (حيث تمثل 30% من خدمات التصدير في العالم). لأنها تقوم على إعداد و تجهيز المنتج السياحي، وعرضه في السوق للبيع وهو منتج خدمي غير ملموس وغير محسوس وغير مادي (معنوي)، وهو يختلف عن المنتجات الأخرى، فله خصائص تميزه عن غيره من الخدمات.

1.2 تعريف السياحة:

نورد فيما يلي بعض التعاريف لهذا المصطلح :

- عرفت السياحة في قاموس " Larousse " بأنها: "عملية السفر قصد الترفيه عن النفس، فهي مجموعة من الإجراءات التقنية، المالية والثقافية المتاحة في كل دولة أو كل منطقة والمعبر عنها بعدد السياح. (مهمل، 2019، صفحة 35)

- السياحة هي عبارة عن مجموع العلاقات والتصرفات المتولدة عن إقامة وارتحال الأفراد طالما أن هذه الإقامة وهذا الارتحال لا يقصد بهما الربح .

- السياحة هي مجموعة الظواهر والعلاقات التي تنشأ نتيجة السفر وإقامة الشخص الأجنبي إقامة مؤقتة وبحيث لا تتحول إلى إقامة دائمة أو ترتبط بعمل مأجور. (مقابة و الحاج ذيب، 2000، صفحة 21)

وتأسيسا على ذلك فالسياحة هي إحدى الظواهر الاجتماعية التي تفضي إلى انتقال الإنسان بصفة مؤقتة من المكان الذي يقيم فيه على سبيل الاعتياد إلى مكان آخر لأى غرض (مجالات وأنواع السياحة) غير غرض الهجرة أو العمل بأجر.

وتعرف صناعة السياحة بأنها: "تلك التنظيمات العامة والخاصة التي تتطلب تنمية وتوفير تسهيلات، من أجل إنتاج وتطوير وتسويق البضائع والمنتجات التي تسهم في تلبية احتياجات ورفاهية السياح، أساسها انتقال هؤلاء السياح من أماكن إقامتهم الدائمة إلى أماكن خارج محيطهم الاعتيادي، بعيدا عن ممارستهم أي عمل أو نشاط مأجور. (مرباح، عيسات، و صيفور، 2020، صفحة 170)

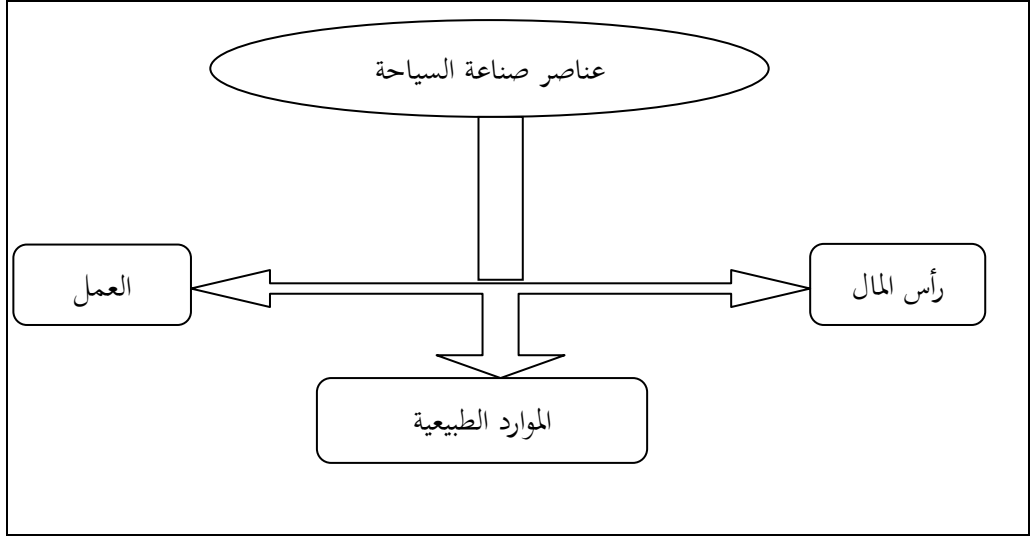
2.2 عناصر صناعة السياحة:

تساهم العناصر التالية في صناعة السياحة : (أحمد الطاهر، 2012، صفحة 09)

رأس المال: ويمثل الأموال المستثمرة في المشاريع السياحية بالإضافة إلى المنظمات السياحية وما فيها من مبان ومعدات ، وأدوات وأجهزة (كالفنادق والشركات السياحية) .
الموارد الطبيعية: وتمثل ما أوجده الله عز وجل من مقومات سياحية طبيعية مثل البحار، والأنهار، والمناخ، والجبال، والموقع الجغرافي فهذه هي عناصر الجذب السياحي.

العمل: ويمثل ما جسده الانجازات الإنسانية العظيمة على مر العصور والتاريخ والتي تمثلها المقومات السياحية الصناعية كالآثار والمعالم الحضارية ، ويمثل هذا العنصر الجهود البشرية للعاملين في الأنشطة السياحية من حكومة وعامة وخاصة، وهو المحرك الرئيسي لأي نشاط سياحي خاص او نشاط إنتاجي عام والشكل (1) يبين ذلك.

الشكل 01: "عناصر صناعة السياحة"



المصدر: علي فلاح الزعبي، التسويق السياحي والفندقي، 2013، ص 85.

إن مميزات المنظمة السياحية والتي تصنع السياحة وتتميز بالكفاءة والفعالية هي: (علي فلاح، 2013، صفحة 88)

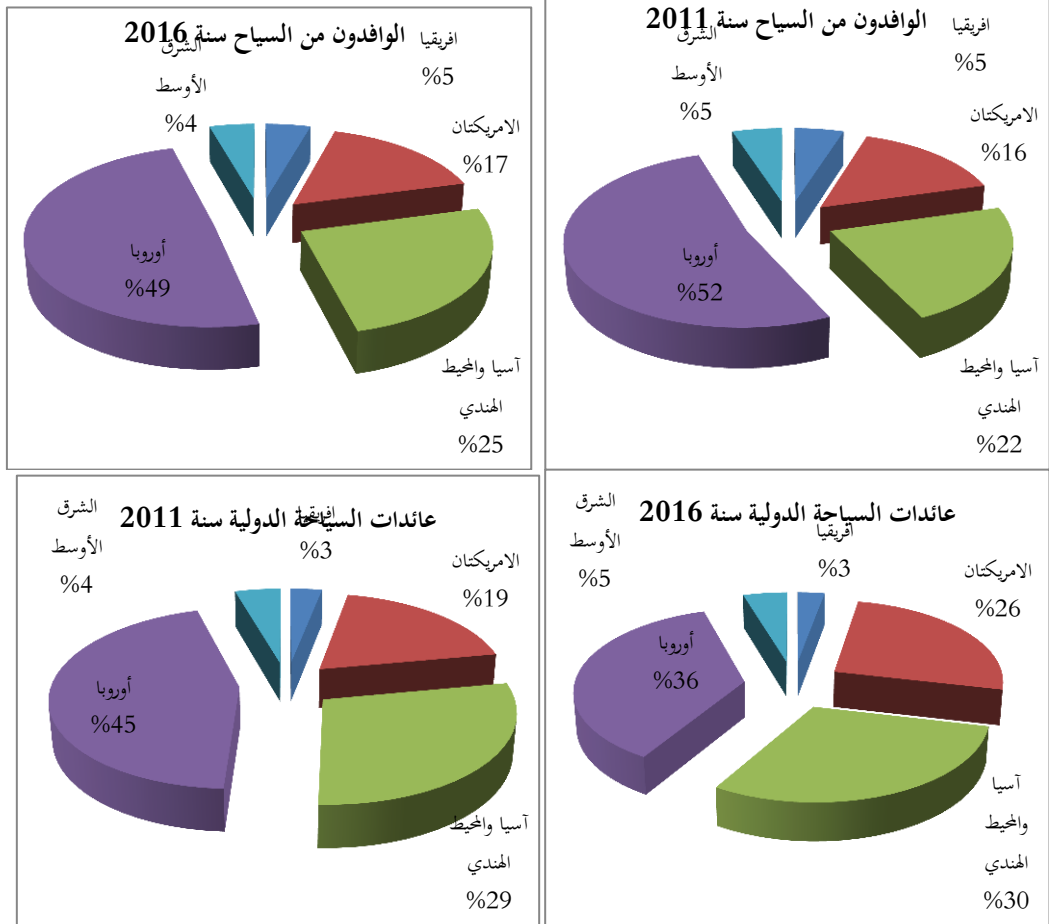
- إقامة الاتصالات مع الزبائن لإقناعهم .
 - التطور والتنمية وهذا يعني وجود خدمات جديدة مطورة مع إمكانية الترويج لها .
 - الرقابة من أجل تقييم الخدمات وتحقيق النجاح .
- ورغم هذه المزايا فإن هناك عددا من التحديات التسويقية التي تواجه شركات صناعة السياحة أبرزها:

- المنافسة العالمية المتزايدة.
- الحاجة للمزيد من أخلاقية المهنة والمسؤولية الاجتماعية .
- التوجه نحو التسويق المجتمعي في صناعة السياحة .

تعد صناعة السياحة من الصناعات التي تساهم بدرجة كبيرة في دفع معدلات التنمية بأنواعها على كافة المستويات، فهي تعتبر من أسرع الصناعات نموا فضلا عن المكاسب التي تحققها في مجال العلاقات الدولية ولذلك فقد وصفت صناعة السياحة بأنها العملاق الاقتصادي الجديد، ونتيجة لذلك فقد لقي النشاط السياحي اهتماما كبيرا في مختلف دول العالم وبصفة خاصة في الدول النامية نظرا لمردود تلك الصناعة في المجالات المختلفة في تحسين اقتصادها القومي. (أحمد الطاهر، 2012، صفحة 22)

وهو ما يتجلى بوضوح في الشكل الموالي الذي يبين لنا نسبة الوافدين من السياح والعائدات السياحية لمجموعة من المناطق في العالم، وذلك بين الفترة 2011 و 2016.

الشكل(2): السياحة الدولية حسب كل منطقة (%) من الإجمالي العالمي) لسنتي 2011 و2016.



المصدر: منظمة التعاون الإسلامي، السياحة الدولية في الدول الأعضاء، الآفاق والتحديات 2017، ص 8.

من حيث هذا التوزيع الإقليمي نرى أن كل من أوروبا و آسيا و المحيط الهادئ و الأمريكيتان كأكثر ثلاث مناطق استقطابا للسياح ما بين 2011 و 2016. وقد ارتفع عدد الوافدين من السياح الدوليين على الصعيد العالمي من 982 مليون سائح في عام 2011 إلى 1235 مليون في عام 2016 أي بمتوسط نمو لهذا القطاع قدره 4,3 % ، كما يوضحه الجدول الموالي:

الجدول 01: "إحصائيات السياحة الدولية بحسب الوافدين والإيرادات للفترة 2011-2016".

سنة التقرير		2011		2016	
عدد الوافدين أو الزائرين (مليون)					
المنطقة	العدد	%	العدد	%	
إفريقيا	49	5	58	5	
الأمريكيتين	156	16	200	16	
آسيا والباسفيك	218	22	309	25	
أوروبا	504	51	615	50	
الشرق الأوسط	55	6	54	4	
الإجمالي (مليون)	982	100	1235	100	
نسبة التطور%	-		4.30%		
الإيرادات السياحية (بليون دولار)					
المنطقة	المبلغ	%	المبلغ	%	
إفريقيا	33	3	35	5	
الأمريكيتين	199	19.5	313	25,5	
آسيا والباسفيك	289	28	367	30	
أوروبا	463	45	447	36.5	
الشرق الأوسط	46	4.5	58	5	
الإجمالي(بليون دولار)	1030	100	1220	100	

المصدر: بن مويزة مسعود، 2018، ص 377.

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن نسبة الوافدين من السياح الدوليين في نمو سنوي ايجابي و مستقر، و هذا ما يتوافق مع زيادة طردية للإيرادات الدولية المتأتية من النشاط

السياحي، كما نلاحظ تركيز وجهة السياح إلى أوروبا وآسيا وبدرجة اقل الأمريكيتين، وبسبب التوترات وعدم الاستقرار تشهد كلا من إفريقيا والشرق الأوسط إقبالا محتشما للسياح.

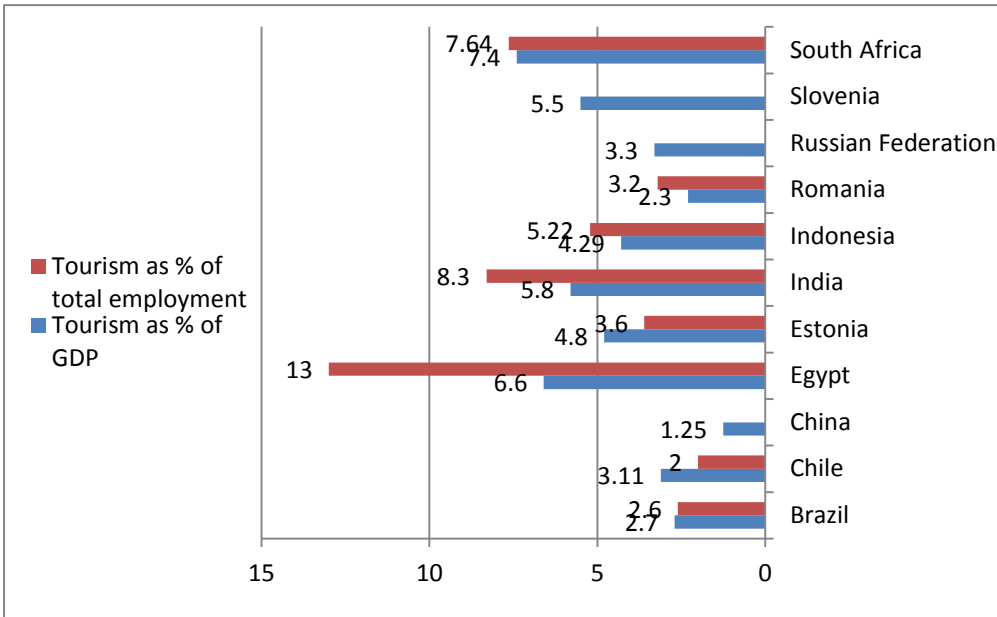
3. أهمية القطاع السياحي:

للسياحة أهمية بالغة في العديد من القطاعات و على رأسها القطاع الاقتصادي، حيث حازت مؤخرا على المزيد من الاهتمام بفعل مساهمتها في:

1.3 السياحة كحل للحد من البطالة:

إن التوسع في صناعة السياحة والمشروعات المرتبطة بها يساهم في توفير فرص عمل جديدة، مما يخفف البطالة ويؤدي إلى ارتفاع مستوى الدخل والرفاهية للمجتمع، وزيادة معدل نمو إنفاق السياح والتأثير المباشر للسياحة في توفير فرص عمل يكون أولا من القطاع السياحي للقطاعات المرتبطة به. (سعد، 2015، صفحة 206)

الشكل رقم 03: "مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي ونسبة العمالة في هذا القطاع لبعض الدول



المصدر: منظمة العمل الدولية، 2013، ص 05.

كما سبق ذكره، فالسياحة صناعة كثيفة العمالة إلى أبعد الحدود، ومصدر مهم للتوظيف، وهي من ضمن أكبر القطاعات التي توجد الوظائف في العالم، وتتطلب درجات متفاوتة من المهارات، وتسمح للشباب والنساء، والعاملين المهاجرين بالدخول السريع إلى سوق العمل، كما في

الشكل السابق فقد بلغت نسبة العمالة في السياحة مقارنة بالعمالة الكلية في مصر مثلاً: 13 %، تلتها الهند ب: 8,3 % و جنوب إفريقيا ب: 7.6 %.

المهن المباشرة ليست هي الوظائف الوحيدة المرتبطة بأنشطة هذه الصناعة؛ هناك أيضا العديد من الأعمال التي لها علاقات غير مباشرة مع الصناعة، وتتضمن الأنواع المتعددة من عقود العمل: العمل بدوام كامل، ولجزء من الوقت، والمؤقت، والعارض، والموسمي في كثير من الأحيان، تتخطى السياحة الحدود المتغيرة بين الاقتصاد غير الرسمي والاقتصاد الرسمي، من خلال عدد من المؤسسات الرسمية التي تقدم فرص عمل في السوق السوداء. كفرص البيع للسياح في الشوارع في مناطق حركة المرور المزدحمة هي فرص كسب الرزق ومعظمها للنساء والأطفال، وفي أنشطة مثل أكشاك الطعام، ومبيعات الحلي والحرف اليدوية الحرفية، وعلى النقيض من الصناعات الأخرى، يميل العمل للتوجه نحو من هم أقل من 35 سنة، نصفهم يبلغ عمرهم 25 سنة أو أقل، والعدد الكبير منهم من النساء.

مثلت العمالة في صناعة السياحة أكثر من 260 مليون وظيفة عام 2012 أي 8.7 ٪ من العدد الإجمالي للوظائف (المباشرة وغير المباشرة) أو وظيفة من كل 11 وظيفة . ومن المتوقع أن يوفر الاقتصاد العالمي لهذه الصناعة 296 مليون وظيفة بحلول 2019 .

2.3 السياحة كمصدر لزيادة إيرادات الدول:

لقد شهد العقد الأخير من القرن العشرين وبداية القرن الحادي والعشرين نموا ملحوظا وغير مسبوق في قطاع السياحة على المستوى العالمي، وهو ما رأيناه في الجدول(1). تعتبر إيرادات السياحة من أكبر القطاعات التصديرية بعد البترول، ومن الملاحظ أن صناعة السياحة أصبحت من المكونات الرئيسية في اقتصاديات العديد من الدول كما أنه من المتوقع أن تقود صناعة السياحة النشاط الاقتصادي العالمي في العقود القادمة لما تحققه من نمو في العائدات الاقتصادية المحققة من هذه الصناعة .

هذا ولم يقتصر السوق السياحي على الدول ذات الشهرة التقليدية في هذا المجال بل دخلت إلى هذا الميدان دول نامية و من بينها الدول العربية التي لم تكن من قبل تهتم بالسياحة الاهتمام الكافي .

وهو ما نلاحظه في الجدول الموالي:

الجدول رقم 2: إيرادات قطاع السياحة ونسبتها من الناتج المحلي الإجمالي في الدول العربي

معدل النمو بين 19-18	2019			2018			
	نسبة المساهمة في الناتج المحلي الإجمالي (%)	نسبة المساهمة في إجمالي السياحة العربية (%)	القيمة المضافة لقطاع السياحة (مليون دولار)	نسبة المساهمة في الناتج المحلي الإجمالي (%)	نسبة المساهمة في إجمالي السياحة العربية (%)	القيمة المضافة لقطاع السياحة (مليون دولار)	
6.4	10.0	25.60	79,469	9.5	25.60	74,709	السعودية
5.1	13.9	18.80	58,179	13.4	19.00	55,346	الإمارات
22.0	15.9	15.60	48,299	15.8	13.60	39,587	مصر
2.5	13.7	7.50	23,234	13.0	7.80	22,658	الجزائر
7.0	8.4	5.60	17,333	8.1	5.50	16,192	العراق
1.6	8.3	4.90	15,166	7.8	5.10	14,929	قطر
2.0	10.8	4.10	12,661	10.5	4.30	12,417	المغرب
1.6	16.3	2.90	8,914	16.0	3.00	8,770	لبنان
-20.2	16.5	2.00	6,234	16.3	2.70	7,807	السودان
-6.2	8.2	2.00	6,220	8.4	2.30	6,632	عمان
-0.3	5.0	2.20	6,763	4.8	2.30	6,783	الكويت
0.5	14.6	1.80	5,650	14.2	1.90	5,623	تونس
7.0	19.5	1.50	4,783	19.5	1.50	4,472	اليمن
7.9	10.1	1.40	4,424	9.7	1.40	4,099	الأردن
0.5	23.0	1.30	3,925	24.0	1.30	3,904	فلسطين
4.8	6.7	0.80	2,577	6.5	0.80	2,460	البحرين
31.9	8.5	0.70	2,307	8.3	0.60	1,749	سوريا
8.5	4.6	0.60	2,009	3.9	0.60	1,851	ليبيا
9.3	27.1	0.30	857	26.9	0.30	784	جيبوتي
3.4	13.2	0.30	975	13.4	0.30	943	موريتانيا
0.2	19.7	0.10	235	19.6	0.10	234	جزر القمر
10.2	11.4	100	310,214	10.4	100	291,949	المجموع

المصدر: منظمة السياحة العالمية 2020، وتقرير صندوق النقد الدولي

نلاحظ من خلال معطيات الجدول أن عام 2019 قد شهد ارتفاعاً في إيرادات قطاع السياحة على مستوى الدول العربية لتصل إلى حوالي 313.6 مليار دولار، مقارنة بنحو 281.5 مليار دولار تم تحقيقها خلال عام 2018، مُسجلة زيادة بلغت نسبتها 11.4%، وجاء ذلك كنتيجة أساسية لارتفاع عدد السياح الوافدين إلى الدول العربية بنحو 2.9% ليصل إلى 107 مليون سائح خلال عام 2019 مقارنة مع 104 مليون سائح في عام 2018، وذلك حسب إحصائيات منظمة السياحة العالمية وتقارير صندوق النقد العربي

وللسياحة أهمية و فوائد أخرى لاقتصاديات الدول تتمثل في : (عميش، 2011، صفحة

(13

4.3 توفير العملة الصعبة: حيث أن السياحة تعمل من خلال عائداتها على توفير العملات الصعبة، التي ينجم عنها تحسين مستوى المعيشة ونوعية الحياة للمجتمع المحلي ودعم للتنمية الشاملة على المستوى الوطني والمحلي، حيث أنه في مطلع 2013 فإن المداخل السياحية بالعملة الصعبة المتراكمة ستقارب 6,4 مليار دولار أمريكي.

5.3 تحقيق التكامل الرأسي والأفقي بين مختلف القطاعات الاقتصادية: التوسع في إنشاء المشاريع السياحية يرتبط به ظهور مشاريع أخرى جديدة، تمارس نشاطات اقتصادية معينة يزداد عليها الطلب نتيجة نشاط الحركة السياحية وزيادة الطلب السياحي، حيث يعمل تطوير وتنشيط قطاع السياحة على إيجاد أنواع متعددة ومختلفة من العلاقات بين القطاعات الاقتصادية الأخرى الكثيرة والمتنوعة ينجم عنها تحقيق عدة منافع اقتصادية مباشرة أو غير مباشرة.

5. تحسين وضعية ميزان المدفوعات وزيادة القيمة المضافة: تعمل السياحة على تحسين ميزان المدفوعات بالنسبة للدول المستقبلية للسياح من خلال ما تضخه من عائدات سواء على شكل استثمارات أو ضرائب أو رسوم، فعندما تكون مداخل العملة الصعبة أكبر من أو تساوي نسبة خروج العملات الأجنبية، فإن رصيد هذا الميزان يكون عاملاً لتوازن ميزان المدفوعات على مستوى الاقتصاد الوطني وتكون له مساهمة فعالة في الدخل الوطني، إضافة إلى أن جميع المنافع السابقة الذكر تؤدي إلى تحقيق زيادة ملموسة في القيمة المضافة، والتي بدورها تؤدي لزيادة في الناتج الوطني للدولة . (عميش، 2011، صفحة 14)

4. السياحة المستدامة و الحد من الفقر

نحاول من خلال هذا المحور التعريف بمصطلح السياحة المستدامة مع إبراز دورها في توفير مناصب عمل وتحسين المستوى المعيشي للأفراد.

1.4 مفهوم السياحة المستدامة:

عرفها سعد إبراهيم حمد بأنها: " الاستغلال الأمثل للمواقع السياحية من حيث دخول السياح بأعداد متوازنة للمواقع السياحية على أن يكونوا على علم مسبق ومعرفة بأهمية المناطق السياحية والتعامل معها بشكل ودي وذلك للحيلولة دون وقوع الأضرار على الطرفين". (سعد، 2015، صفحة 201)

كما تعرف السياحة المستدامة حسب منظمة السياحة العالمية بأنها: "السياحة التي تأخذ بالاعتبار الكامل، آثارها الاقتصادية، الاجتماعية والبيئية، الحالية والمستقبلية، مع تلبية احتياجات الزوار، الصناعة، والمجتمعات المضيفة". (بن موزة، 2018، صفحة 379)

وبالتالي يمكن القول أن السياحة المستدامة تعني تلبية احتياجات السياح، مع مراعاة الآثار الاقتصادية والاجتماعية والبيئية الحالية والمستقبلية، و الحفاظ على المناطق السياحية للمجتمعات المضيفة.

2.4 سبل الحد من الفقر عن طريق السياحة المستدامة:

بالإضافة إلى الجانب الأهم في وجهات السياحة المستدامة وهو تضمينها لعنصر الحفاظ على البيئة، هناك من جوانب السياحة «المستدامة» أيضا، مدى استفادة المجتمعات المحلية منها، بداية بالحد من الفقر الذي يعتبر الهدف الأول من أهداف التنمية المستدامة التي أقرتها منظمة الأمم المتحدة في خطتها حتى سنة 2030 ، ولقد تم الاعتراف بأهمية صناعة السياحة في الحد من الفقر، وتيسير عملية التنمية في الاقتصاديات الأقل نموا والاقتصاديات الناشئة. اذ ترتبط الأهمية المتزايدة للسياحة في البلدان النامية ارتباطا وثيقا بدور التوظيف في تعزيز الأهداف الإنمائية للألفية؛ خاصة فرص العمل والحد من الفقر، والنوع الاجتماعي وتمكين المرأة، والعلاقة بين التوظيف والاستدامة البيئية. (مجلس التجارة والتنمية، 2013، صفحة 14).

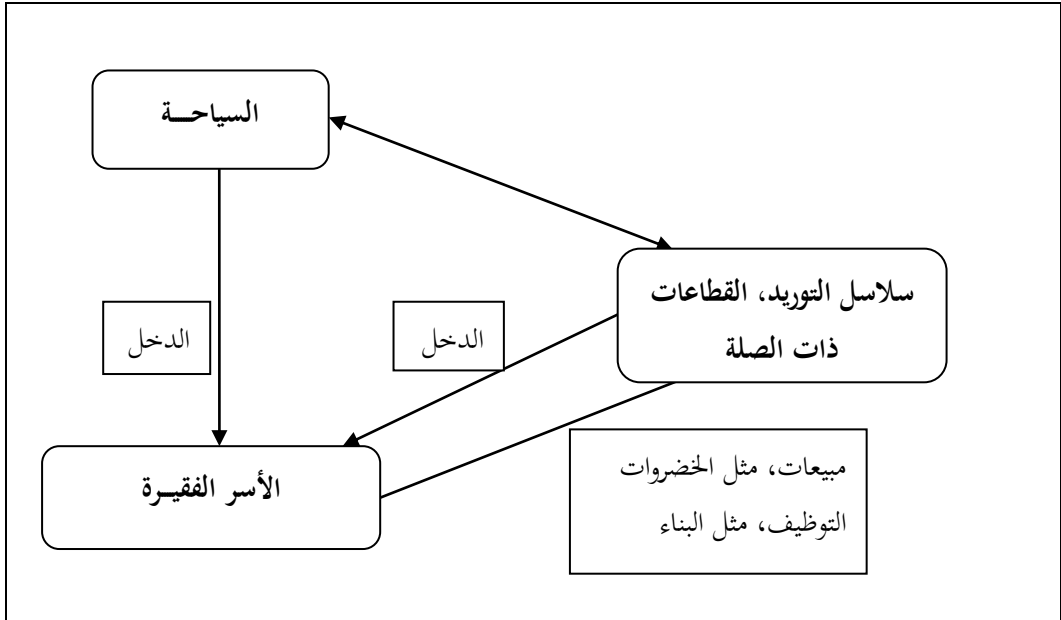
وعلى الرغم من خفض معدلات الفقر المدقع إلى أكثر من النصف منذ عام 2000، إلا أن عُشر سكان المناطق النامية لا يزالوا يعيشون وأسرهم على أقل من 1.90 دولار يوميا، ويوجد ملايين أخرى ممن يكسبون يوميا أكثر من ذلك قليلا. وأحرز تقدم كبير في عديد الدول في شرق آسيا وجنوب شرقها، مع ذلك لم يزل 42% من سكان أفريقيا جنوب الصحراء يعيشون تحت خط الفقر.

إن الفقر أكثر من مجرد الافتقار إلى الدخل والموارد ضمانا لمصدر رزق مستدام، حيث إن مظاهره تشمل الجوع وسوء التغذية، وضآلة إمكانية الحصول على التعليم وغيره من الخدمات الأساسية، والتمييز الاجتماعي، والاستبعاد من المجتمع، علاوة على عدم المشاركة في اتخاذ القرارات. لذا يتعين أن يكون النمو الاقتصادي جامعا بحيث يوفر الوظائف المستدامة ويشجع على وجود التكافؤ. ولا بد من تنفيذ نظم الحماية الاجتماعية للمساعدة في تخفيف معاناة البلدان المعرضة لمخاطر الكوارث، ولتقديم الدعم في مواجهة المخاطر الاقتصادية الكبيرة. وستساعد تلك النظم في تعزيز استجابة المتضررين للخسائر الاقتصادية في أثناء الكوارث، فضلا عن أنها ستساعد في نهاية المطاف في القضاء على الفقر المدقع في أشد البقع فقرا. (مجلس التجارة والتنمية، 2013، صفحة 14)

3.4 المشاركة المباشرة وغير المباشرة للفقراء في السياحة:

العلاقة بين السياحة والفقر متعددة وديناميكية وفي هذا السياق، فإن العلاقة بين السياحة والقطاعات ذات الصلة شرط مسبق للحد من الفقر حيث سيقدم الشكل الموالي كيفية مشاركة الفقراء في السياحة: (منظمة العمل الدولية، 2013، صفحة 11)

الشكل رقم 04: "المشاركة المباشرة وغير المباشرة للفقراء في السياحة"



المصدر: منظمة العمل الدولية، 2013، ص 11.

المشاركة المباشرة في السياحة هي عندما يقوم الفقراء بتقديم السلع والخدمات للسياح. إنهم من الممكن أن يعملوا في الفنادق أو المطاعم، أو يقوموا ببيع المنتجات اليدوية على الأرصفة، أو تشغيل العربات أو الزوارق للسياح، أو يقوموا باستضافتهم في قراهم و منازلهم. المشاركة غير المباشرة هي عندما يعمل الفقراء في القطاعات التي تقوم بالتوريد للسياحة. أنهم من الممكن أن ينمو ويقوموا ببيع الخضروات التي تقدم في الفنادق السياحية، أو يقوموا بالعمل في البناء، أو التأثيث الناعم للفنادق.

5. خاتمة:

اكتسبت صناعة السياحة قدرا كبيرا من الأهمية، ويمكن أن تلعب دورا هاما في التنمية المستدامة للدول خاصة النامية منها، إذا ما وضعت لها خطط ملائمة وأديرت بشكل سليم، وتُعدُّ على - نحو متزايد - مصدر مهم، للنمو، والتوظيف، والدخل، والإيرادات للعديد من البلدان النامية في العالم. وحاليا، تتبوأ هذه الصناعة مراكز متقدمة في عائدات التصدير لـ 20 بلد من البلدان الـ 48 الأقل نمواً، وتظهر نموا مطردا في 10 بلدان أخرى على الأقل. على هذا النحو، أصبحت السياحة إحدى المحركات الرئيسية للتقدم الاجتماعي والاقتصادي للعديد من البلدان، وأولوية التنمية بالنسبة لمعظم البلدان الأقل نمواً، وذلك بإيجاد الفرص الاقتصادية والاجتماعية والمساعدة على سد الفجوة بين الفقراء والأغنياء أكثر أهمية من أي وقت مضى.

1.5 النتائج: خلصت الدراسة للنتائج التالية:

- ✓ تعتبر السياحة مورد اقتصادي هام، لكن تبقى مساهمتها في الناتج المحلي ضعيفة؛
- ✓ السياحة صناعة كثيفة العمالة ومصدر مهم للتوظيف، وهي من ضمن أكبر القطاعات التي توجد الوظائف في العالم، فقد بلغت نسبة العمالة في السياحة مقارنة بالعمالة الكلية في مصر: 13 %، تلتها الهند ب: 8,3 % و جنوب إفريقيا ب: 7.6 %، وهو ما يثبت صحة الفرضية الأولى؛
- ✓ تعد صناعة السياحة من الصناعات التي تساهم بدرجة كبيرة في دفع معدلات التنمية بأنواعها على كافة المستويات، إلا أن مساهمتها في الحد من الفقر تبقى ضعيفة، وهو ما يثبت صحة الفرضية الثانية؛
- ✓ الحد من الفقر، يعتبر الهدف الأول من أهداف التنمية المستدامة التي أقرتها منظمة الأمم المتحدة في خطتها حتى سنة 2030.

2.5 التوصيات: فيما يلي بعض المقترحات التي توصي بها الدراسة:

- ✓ ضرورة الاستثمار في التنمية البشرية، عن طريق التكوين والتعليم والتدريب على مختلف المهن والحرف، ذات الطلب الواسع من طرف السياح؛
- ✓ تشجيع النشاطات التقليدية التي يشارك فيها السكان المحليون، للمساهمة في تنوع المنتجات السياحية وخلق فرص عمل؛
- ✓ الاستثمار في القطاع الفندقية للصمود في وجه المنافسة العالمية، وتحقيق السياحة المستدامة في البلدان الأقل نمواً؛
- ✓ إزالة كافة العراقيل لجذب الاستثمار الأجنبي في المجال السياحي، والتشجيع على تشغيل العمالة المحلية؛
- ✓ التعريف بالمنتج السياحي وإظهار جودته من خلال الدعاية والإشهار بكافة الوسائل.

6. قائمة المراجع:

- الزعبي علي فلاح. (2013). التسويق السياحي والفندقي. الأردن: دار ميسرة للطباعة والنشر.
- خالد مقابة، وفيصل الحاج ذيب. (2000). صناعة السياحة. الأردن: وائل للطباعة والنشر.
- عبد الرحيم أحمد الطاهر. (2012). تسويق الخدمات السياحية. مصر: دار الوفاء للطباعة والنشر.
- براهيم حمد سعد. (2015). التنمية السياحية المستدامة ومساهمتها في معالجة ظاهرة البطالة. مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية ، 19 (72)، الصفحات 199-213.
- طه ياسين مرياح، فطيمة الزهرة عيسات، و فضيلة صيفور. (31 12، 2020). صناعة السياحة في الجزائر في ظل التوجه نحو سياسة التنوع الاقتصادي. مجلة آفاق علوم الادارة والاقتصاد ، 04 (02)، الصفحات 167-186.
- عادل أمين مهمل. (26 12، 2019). دور الاستثمار السياحي الفندقي في التنمية الاقتصادية بالجزائر. مجلة آفاق علوم الادارة والاقتصاد ، 03 (02)، الصفحات 32-48.
- مسعود بن مويضة. (حزيران، 2018). دور السياحة في تعزيز أهداف التنمية المستدامة وفقا لتقارير منظمة السياحة العالمية. المجلة العالمية للاقتصاد والأعمال ، 04 (03)، الصفحات 372-394.

- سميرة عميش. (2011). أثر التنمية السياحية المستدامة على مواجهة ظاهرة البطالة. كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير- جامعة المسيلة. المسيلة- الجزائر.
- مجلس التجارة والتنمية. (2013). السياحة المستدامة: المساهمة في النمو الاقتصادي والتنمية المستدامة. الأمم المتحدة، (صفحة 14). جنيف.
- منظمة العمل الدولية. (2013). دليل الحد من الفقر من خلال السياحة. جنيف: منظمة العمل الدولية.