

See discussions, stats, and author profiles for this publication at: <https://www.researchgate.net/publication/329453079>

دور السياحة المستدامة في التنمية الاجتماعية والاقتصادية The Role of Sustainable Tourism in Social and Economic Development

Conference Paper · April 2018

CITATIONS

0

READS

3,622

1 author:



[Mahmoud Milhem](#)

Al-Quds Open University

15 PUBLICATIONS 0 CITATIONS

[SEE PROFILE](#)

Some of the authors of this publication are also working on these related projects:



Human Resource [View project](#)



Organizational Justice [View project](#)

دور السياحة المستدامة في التنمية الاجتماعية والاقتصادية

The Role of Sustainable Tourism in Social and Economic Development

مقدم إلى:

المؤتمر العلمي التنموي الثاني الدولي المشترك، بعنوان:

السياحة والتنمية: الواقع والتحديات

والذي تنظمه

جامعة القدس، وجامعة القدس المفتوحة، ومحافظة الخليل

خلال الفترة 23-25 / 4 / 2018م

في مقر محافظة الخليل

د. محمود إبراهيم ملحم

أستاذ إدارة الأعمال المساعد

عضو هيئة تدريس- جامعة القدس المفتوحة

mmilhem@qou.edu

00972599989345

00972559695976

ملاحظة: المشاركة في المحور الثاني: دور السياحة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية

ملخص البحث:

هدف هذا البحث المفاهيمي إلى استقصاء مضامين السياحة، من حيث مفهوماها، وأنواعها، ومقوماتها، وأهم خصائصها، كما تطرّق إلى مفهوم التنمية السياحية المستدامة، ومبادئها، وأهدافها، وأيضاً، ناقش البحث دور السياحة المستدامة في التنمية الاجتماعية والاقتصادية، وذلك من خلال محاولة الإجابة عن التساؤلات الآتية:

1. ما مفهوم السياحة؟ وما أنواعها؟ وما مقومات النشاط السياحي؟ وما أهم خصائصه؟
2. ما مفهوم التنمية السياحية المستدامة؟ وما مبادئها؟ وما أهدافها؟
3. ما دور السياحة المستدامة في التنمية الاجتماعية والاقتصادية؟

وجاءت استنتاجات البحث على النحو الآتي:

1. يُعدّ النشاط السياحي من أهم الأنشطة الاقتصادية، لما له من تأثيرات واضحة في حجم العمالة والحد من مستوى البطالة، فالعلاقة معنوية بين تنامي القطاع السياحي وزيادة فرص العمل، ليس في القطاع السياحي فحسب، وإنما في الكثير من القطاعات الإنتاجية ذات العلاقة بالقطاع السياحي والمكملة له.
2. وجود علاقة معنوية بين الإيرادات السياحية وميزان المدفوعات، فالنشاط السياحي يمثل أحد عناصر الصادرات، وكلما زادت الصادرات كلما تحسن ميزان المدفوعات. ومن الاستنتاجات، أيضاً، العلاقة الموجبة بين الإيرادات السياحية وبين الناتج المحلي الإجمالي، فالأنشطة السياحية تتم على أرض الدولة المضيفة، ما يعني أن إيراداتها تصب في الناتج المحلي لتلك الدولة.
3. المنافسة الشديدة في صناعة السياحة، ومن ثم؛ صعوبة استقطاب السياح، وتعذر ضمان جذبهم وإرجاعهم نظراً لكثرة المغريات السياحية في مناطق العالم المختلفة.

وخلص البحث إلى عدد من التوصيات، أهمها:

1. تنمية الوعي الثقافي بين المواطنين بأهمية النشاط السياحي، ومدى تأثيره في زيادة معدل النمو الاقتصادي للبلد، فالرقي السلوكي في التعامل مع السائحين يولّد انطباعات إيجابية لديهم تُشجّعهم للعودة مرة أخرى، أو في أقل تقدير فإنهم سيستقرون ويرجعون إلى زيارة البلد، وهذا يتطلب إنشاء لجان متخصصة تعمل، وباستمرار، على إصدار النشرات التوعوية، وعقد الندوات وورشات العمل ذات العلاقة، بالإضافة إلى المتابعة الميدانية الدورية لاستطلاع آراء السائحين (من حيث الموجود: ما الذي أزعجهم، وما الذي أرضاهم، ومن حيث غير الموجود: ما الذي يتطلعون إليه).
2. الإيرادات السياحية تتدفق من الأنشطة السياحية بمسمياتها المختلفة، لتشمل جميع نواحي الإنفاق التي يقوم بها السائحون خلال فترة تواجدهم في البلد المضيف، ما يتطلب إعادة صياغة منظومة المنتجات السياحية في ذلك البلد، بحيث لا تقتصر على السياحة الدينية، وذلك من خلال الاهتمام الجذّي بالأفكار الإبداعية التي تسهم في (زيادة الوقت الذي يمكثه السائح في البلد، وفي تطوير أنواع الأنشطة السياحية التي لا تزال إسهاماتها ضعيفة في رفد الناتج المحلي من إيرادات السياحة).
3. على الحكومة زيادة تخصيص الموارد اللازمة لتطوير المناطق السياحية، وتشجيع القطاع الخاص (المحلي، والعربي، والأجنبي) على الاستثمار السياحي من خلال تقديم التسهيلات للمستثمرين (تسهيل الإجراءات، تخفيض أو إعفاء ضريبي لفترة معينة،...). كما ينبغي على العاملين في صناعة السياحة ضرورة انتهاز وسائل جذب منافسة لإرضاء السائحين وإسعادهم على أمل إرجاعهم مرة أخرى، أو على الأقل الترويج لمناطقهم السياحية من خلال كلمة الفم، وغيرها.

الكلمات المفتاحية: السياحة المستدامة، التنمية الاجتماعية والاقتصادية.

مقدمة:

يمكن وصف السياحة على أنها عنصراً فعالاً في التغيير الاقتصادي والاجتماعي، فهي نموذج للعلاقات المتنوعة والمتجددة بين شعوب العالم وثقافتهم وحضاراتهم، إذ تؤدي إلى التفاهم وإحلال السلام بين هذه الشعوب وإلى تبادل المعرفة، كما تساعد على التقارب الفكري والثقافي والاقتصادي، وقد باتت من أهم المواضيع الاقتصادية والاجتماعية التي تهتم بها الكثير من الدول المتقدمة والنامية بوصفها تحتل موقعا هاما في اقتصادياتها، وهي تسهم بشكل واضح في تحسين مستوى الدخل القومي من خلال الاستثمارات الوطنية والدولية في المناطق السياحية، فالسياحة تزيد من مستوى العمالة وتعمل على تخفيض نسبة البطالة في المناطق السياحية. وكما جاء في (زين الدين "أ"، 2016، ص 3)، فقد برزت الأهمية الاقتصادية لقطاع السياحة بعد أن أصبح هذا القطاع، في النصف الثاني من القرن العشرين، أحد أهم المكونات في الهيكل الاقتصادي لكثير من دول العالم، حيث يحتل قطاع السياحة على مستوى العالم المركز الرابع كقطاع تصديري، بعد البترول والكيماويات والأغذية، وله الصدارة في استخدام وتشغيل وسائل النقل الجوي والبحري والبري. أما (UNWTOa, 2015)، فقد أشارت إلى أن عدد العاملين (بصورة مباشرة أو غير مباشرة) في القطاع السياحي حوالي 11 % من القوى العاملة في العالم، وأصبحت السياحة تلعب دوراً أساسياً في التنمية الاجتماعية والاقتصادية.

لذلك؛ تعد قضية الاهتمام بالقطاع السياحي، وتعظيم أنشطته، من القضايا الملحة الواجب الاهتمام بها، ودراسة جوانبها كافة، ومدى تشابكها مع النمو الاقتصادي وعملية التنمية المستدامة، ما يستلزم المحافظة على البيئة الطبيعية، والتي تتطلب إمكانات بشرية ومادية قادرة على إحداث نشاطات تحافظ على الموارد الطبيعية، لضمان الانتعاش الاقتصادي وتسهيل الاتصال بالطبيعة. ومن المفاهيم ذات العلاقة ما يعرف بالسياحة البيئية الهادفة إلى ربط الاستثمارات المحلية مع حماية البيئة والتنوع الحيوي والثقافي للمناطق السياحية وفق معادلة تنمية واحدة، ما يتطلب إعداد برامج سياحية تركز على توجيه السياحة نحو الأماكن المميزة بيئياً، مع ضرورة ممارسة سلوكيات سياحية إبداعية ومبتكرة غير مؤثرة سلباً على البيئة.

بناءً على ما تقدم، يرى الباحث أهمية بالغة في إجراء المزيد من البحوث المفاهيمية، لنقضي مضامين التنمية السياحية المستدامة، وصولاً إلى أفضل السبل والآليات التي تغفل تفعيل دور الأنشطة السياحية كداعم للدخل القومي، وكمؤثر فعال في التنمية الاجتماعية والاقتصادية.

مشكلة البحث:

تطرقت الكثير من الدراسات إلى موضوع السياحة، والتنمية السياحية المستدامة، من حيث المفهوم، والمقومات، والمبادئ، والأهداف؛ ولكن المقومات، والمبادئ اختلفت من دراسة إلى أخرى، وتباينت النتائج التي توصلت إليها تلك الدراسات، وبناءً على ذلك؛ جاء هذا البحث ليتناول أهم مقومات النشاط السياحي، والأدوار التي يمكن أن تحققها السياحة المستدامة في التنمية الاجتماعية والاقتصادية. ويمكن إبراز مشكلة البحث من خلال طرح التساؤلات الآتية:

1. ما مفهوم السياحة؟ وما أنواعها؟ وما مقومات النشاط السياحي؟ وما أهم خصائصه؟
2. ما مفهوم التنمية السياحية المستدامة؟ وما مبادئها؟ وما أهدافها؟
3. ما دور السياحة المستدامة في التنمية الاجتماعية والاقتصادية؟

أهداف البحث:

1. التعرف إلى مفهوم السياحة، وأنواعها، ومقومات النشاط السياحي، وأهم خصائصه.
2. مناقشة مفهوم التنمية السياحية المستدامة، والتعرف إلى مبادئها، وأهم أهدافها.

3. مناقشة الأدوار التي يمكن أن تحققها السياحة المستدامة في التنمية الاجتماعية والاقتصادية.
4. التوصل إلى مجموعة من الاستنتاجات والتوصيات، والتي يأمل الباحث أن تكون ذات فائدة سواء للباحثين الآخرين أو لذوي العلاقة، من خلال الانتقال من الجانب النظري إلى الواقع العملي، مقتنعاً بأهمية الدور الذي يمكن أن يحققه النشاط السياحي في نمو المجتمعات وتطورها.

أهمية البحث:

تبرز أهمية البحث فيما يأتي:

1. يُعدّ هذا البحث من البحوث المفاهيمية النادرة، وقد يكون الأول في فلسطين، حسب علم الباحث، والذي يتناول مفاهيم التنمية السياحية المستدامة، وسُبل تفعيلها لتعزيز التنمية الاجتماعية والاقتصادية.
2. يحاول البحث أن يثري الأدب النظري المتعلق بالتنمية السياحية المستدامة.
3. يسعى البحث للتعرف إلى المقومات الضرورية والمبادئ الأساسية الواجب الأخذ بها حتى يمكن تفعيل السياحة المستدامة في دفع عجلة التنمية الاجتماعية والاقتصادية، ومن ثم الوصول للجودة والتنافسية وفقاً للمعايير الدولية.

منهجية البحث:

تمّ اتباع المنهج الوصفي القائم على جمع البيانات من المصادر ذات العلاقة لبناء الإطار النظري للبحث، واستنباط وتحليل ما أوردته الأدبيات السابقة وصولاً للإجابات المتعلقة بتساؤلات البحث، فالاستنتاجات، فالتوصيات.

الإجابة عن تساؤلات البحث:

التساؤل الأول: ما مفهوم السياحة؟ وما أنواعها؟ وما مقومات النشاط السياحي؟ وما أهم خصائصه؟

عُرفت السياحة منذ العصور القديمة، فهي قديمة قدم الإنسان، وعريقة عراقة التاريخ، فمنذ أزمان طويلة والإنسان في حركة دائمة بين السفر والتنقل بحثاً عن أمنه واستقراره (السيسي، 2003، ص 9). ويمكن تعريف السياحة وفق ما جاء في (UNWTO، 2015) على أنها نشاط السفر بهدف الترفيه، وتوفير الخدمات المتعلقة بهذا النشاط. ويرى (زين الدين "أ"، 2016، ص 6) أن السياحة عبارة عن استخدام محدد لوقت الفراغ ولكل أشكال الاستجمام، وأنها تشمل معظم أشكال السفر، وما هي إلا حركة مؤقتة للناس إلى مناطق معينة خارج مناطق سكنهم وإقامتهم الدائمة، بحيث تشمل جميع النشاطات التي تمارس في المناطق المستهدفة، وكذلك؛ جميع الخدمات والتسهيلات التي يتم توفيرها لممارسة هذه النشاطات. ويُعد النشاط السياحي مزيجاً من عناصر مترابطة (بشرية، خدمية، سلعية)، فالمرشد أو الدليل السياحي ما هو إلا أحد الموارد البشرية الهامة في هذا المجال، أما مكاتب السياحة وشركاتها فهي مثّل على العنصر الخدمي، في حين تشير المنتجات الملموسة كالصناعات التقليدية إلى المكوّن السلعي، مع الإشارة إلى أن بعض المنتجات تعد خليطاً من السلع والخدمات كما في الصناعة الفندقية من مَبِيت وطعام وشراب. ومن التعريفات التي ركزت على النواحي الاقتصادية، بالإضافة إلى الإشارة إلى السياحة الداخلية والخارجية، ما جاء بها (الطائي، 2006، ص 14)، حيث عرّف السياحة على أنها كل العمليات المتداخلة وخصوصاً العمليات الاقتصادية المتعلقة بدخول الأجانب وإقامتهم وانتشارهم داخل وخارج منطقة أو ولاية أو دولة معينة. وفي

المقابل، فقد عرفت المنظمة العالمية للسياحة السياحة على أنها انتقال الأفراد من مكان لآخر لأهداف مختلفة، ولفترة زمنية تزيد عن 24 ساعة، وتقل عن سنة، مع توفير الخدمات المتعلقة بهذا النشاط (مقابلة، 2007، ص 25).

وقد عرّف (فراح، وبودلة، 2012، ص 100) السائح بأنه كل شخص ينتقل خارج مكان إقامته المعتادة لمدة لا تقل عن 24 ساعة، ولا تزيد عن أربعة أشهر، وذلك لأسباب ترفيهية، أو صحية، أو دراسية، أو الخروج للمهمات أو الاجتماعات. في حين عرّفه (Joseph A, 1992, p310) على أنه الشخص الذي يزور مكان معين لمدة تزيد عن يوم كامل دون أن تتجاوز السنة، ولمسافة لا تقل عن ثمانين كم، بغض النظر عن سبب الزيارة سواء كانت لأسباب دراسية، أو دينية، أو صحية، أو لغرض الترويح عن النفس.

بناء على ما تم سرّده، فالسياحة تذهب إلى جميع الأنشطة المتعلقة بتقديم الخدمات المتنوعة التي يحتاجها السائحون، سواء كان ذلك بصفة مباشرة أو غير مباشرة، مع التأكيد على أن السوق الموجهة لقطاع السياحة متنوعة الخصائص والأنماط السلوكية، فهي تمتد بين مواطنين من دول، في معظمها، مختلفة فكرياً واجتماعياً وثقافياً ودينياً. كما يُنظر للسياحة على أنها أهم القطاعات الخدمية الرافدة للدخل القومي، فهي تشكل منظومة متكاملة من الأنشطة المتنوعة، مع الإشارة إلى أن نطاق المنافسة الخاص بالقطاع السياحي يتعدى النطاق الإقليمي للدولة الواحدة، فهو عادة ما يتأثر بالتغيرات المصاحبة للبيئة العالمية.

أنواع السياحة ومسمياتها:

يمكن الإشارة إلى أنواع السياحة بمسمياتها المختلفة كما تناولها كل من (زين الدين "أ"، 2016)، (حميدانو، 2015، ص 17)، (دعيس، 2001، ص 12)، (توفيق، 1997) على النحو الآتي:

1. السياحة على أساس الموقع والحدود: سياحة دولية أو خارجية، سياحة محلية أو داخلية، سياحة إقليمية.
2. السياحة على أساس فترة إقامة السائح: تتم على مدار السنة (دينية، علمية،...)، سياحة موسمية (صيفية، شتوية).
3. السياحة على أساس مناطق الجذب السياحي: سياحة ثقافية، وهي غالباً تكون غير محددة بموسم معين (زيارة الأماكن التاريخية، والمواقع الأثرية، والدينية، والمتاحف)، سياحة طبيعية، يعد المناخ محركها الفعال (ترويحية، علاجية)، سياحة اجتماعية، ومن ضمنها سياحة المدن داخل الدولة الواحدة (علاقات اجتماعية، ترفيه وترويح عن النفس).
4. السياحة على أساس الهدف: قد تكون (علمية كما في المؤتمرات، سياحة رجال الأعمال، رياضية،...).
5. السياحة حسب وسيلة النقل: (جوية، بحرية، برية).
6. السياحة القائمة على أساس اقتصادي: بسبب انخفاض الأسعار في البلد المضيف، فرق العملة الناتج عن التحويل، إبرام صفات تجارية).

استناداً إلى ما سلف، يرى الباحث، بغض النظر عن نوع السياحة ومسمياتها، ومهما كانت دوافعها، فإنها تستلزم من البلد المضيف الالتزام الفعلي بالعديد من الأمور، أهمها:

- احترام السائح، وتوفير الأمن والاستقرار والحرية له.
- تطوير البنية التحتية.

- توفير الخدمات السياحية.
- إعلان الأسعار المتعلقة بالأنشطة السياحية، ومتابعتها باستمرار من حيث الالتزام.

مقومات النشاط السياحي، وخصائصه:

مقومات النشاط السياحي:

يعتمد النشاط السياحي على مجموعة من المقومات، من أهمها ما أشار إليها (عوينان، 2013، ص 29)، و (الطاهر، وإلياس، 2007، ص 147) على النحو الآتي:

1. **المقومات الطبيعية:** مختلف الظروف التي تشكل مقصداً من جمال الطبيعة والابتعاد عن كل تأثيرات الحياة الحضرية (المناخ: هادئ أو متسم بالإثارة، الحمامات الطبيعية، التضاريس من جبال ومسطحات مائية، المناطق الصحراوية).
 2. **المقومات التاريخية والأثرية:** كالأهرامات في مصر، أو قصر الحمراء في الأندلس،...
 3. **المقومات الدينية:** تعد مكة المكرمة من أشهر المواقع الدينية في العالم، وكذلك القدس وبيت لحم والخليل).
 4. **المقومات الثقافية:** رغبة السائحين في التعرف إلى عادات وتقاليد الشعوب الأخرى، وإلى صناعاتها التقليدية.
 5. **المقومات المادية:** مدى توفر البنى التحتية (المطارات، والموانئ، والطرق)، والبنى الفوقية (الفنادق، والمطاعم، ووسائل الترفيه).
 6. **المقومات المؤسسية:** المؤسسات القائمة على القطاع السياحي، سنّ القوانين والتشريعات المتعلقة بالسياحة، وضع خطط التسوق، وبرامج الترويج للسياحة.
- يرى الباحث، ضرورة الاهتمام بالمقومات المؤسسية، والمادية للترويج الفعال للسياحة، والاهتمام الجاد الهادف إلى توفير ما يشبع حاجات السائحين ويلبي رغباتهم ويحكي تطلعاتهم.

خصائص النشاط السياحي:

اتفق كل من (حميدانو، 2015، ص 10)، و (كواش، 2004، ص 19) في تناول أهم خصائص النشاط السياحي على النحو الآتي:

1. تعد السياحة نشاطاً اقتصادياً: حيث ينفق السائحون نقودهم في البلاد التي يزورونها من أجل الحصول على الخدمات التي يحتاجونها أثناء تواجدهم في تلك البلاد، إلى جانب مشترياتهم من الهدايا والتذكارات، وهذه النقود بدورها تنتقل في قنوات متعددة في سبيل توفير خامات ومواد ومتطلبات صناعة السياحة، ما يعني توفير فرص عمل جديدة، ما يؤدي إلى تزايد الدخل، وهو ما يعرف بالمضاعف Multiplier.
2. تتغير قرارات السائحين وتوجهاتهم بالتغيرات التي تحدث في تكاليف أنشطة السياحة.
3. تعد أنشطة السياحة صادرات غير منظورة، فهي لا تتمثل في ناتج مادي يمكن نقله من مكان إلى آخر، فالدولة المصدرة للمنتج السياحي (الدولة المضيفة) لا تتحمل نفقات نقل خارج حدودها كما هو الحال بالنسبة للمنتجات الأخرى التي تتطلب، بالإضافة إلى تكاليف إنتاجها، تكاليف نقلها إلى الخارج.
4. المنتج السياحي المتمثل في عوامل الجذب السياحي (الموارد السياحية: الطبيعية، التاريخية، الأثرية، الدينية،...) لا تباع إلا من خلال السياحة، فهذه الموارد لا تدر عائداً بطبيعتها إلا إذا بيعت في شكل منتج سياحي (المنتج نفسه يباع مرات لا نهائية إلى أن يشاء الله).
5. المنتج السياحي منتج مركب، فهو مزيج مكون من مجموعة عناصر متكاملة مع بعضها البعض، تؤثر وتتأثر بالقطاعات الإنتاجية الأخرى، ما يستلزم تكاتف الجهود للتنسيق بين كافة القطاعات الإنتاجية في البلد.

6. السياحة الدولية منتج تصديري، يتعرض في كثير من الأحوال إلى درجة من عدم الاستقرار، لأنه يتأثر بقوى خارجية، ومرونة عالية بالنسبة للتكاليف، بالإضافة إلى مشاكل الموسمية المؤثرة في النشاط السياحي (اضطرابات سياسية، تغيرات مناخية، العطل الدراسية، عطل الأعياد،....).

7. عدم قابلية المنتج السياحي للتخزين أو النقل من مكان إلى آخر وفقاً لآلية العرض والطلب، وخاصة أن الطلب على المنتج السياحي، في معظمه يتصف بالموسمية، ما يعني عدم ثبات مستويات التشغيل في صناعة السياحة.

8. المنافسة الشديدة في صناعة السياحة، ومن ثم؛ صعوبة استقطاب السائحين، وتعذر ضمان جذبهم دورياً (سنوياً) نظراً لكثرة المغريات السياحية في مناطق العالم المختلفة، ما يحتم على العاملين في صناعة السياحة ضرورة انتهاز وسائل جذب منافسة لإرضاء السائحين وإسعادهم على أمل إرجاعهم مرة أخرى، أو على الأقل الترويج لمناطقهم السياحية من خلال كلمة الفم Word of Mouth، وغيرها.

بناء على ما تقدّم، يمكن للباحث تناول أهم السمات والمكونات التي يستند إليها مفهوم النشاط السياحي:

- نشاط يُنتج مجموعة من العلاقات الملموسة (مادية وغير مادية) تحدث نتيجة سعي السائح إلى إشباع حاجة أو رغبة لديه في مكان غير مكان إقامته الدائمة.
- عملية اختيارية، فالتنقل القسري لا يعد نشاطاً سياحياً.
- محدّد بفترة زمنية لا تقل عن يوم ولا تتجاوز السنة.
- أسباب القيام به كثيرة (الرياضة، الاستجمام والترويح عن النفس، الدراسة، العلاج، زيارة الأماكن الأثرية، والدينية،...) شرط أن لا يكون الهدف منه القيام بأعمال تجارية دائمة.
- عملية مرغوبة ومرحّب بها ومنشودة من قبل المنطقة المضيفة (المقصود زيارتها).
- نشاط تصديري، غير مستقر، في بيئة تنافسية (يستلزم ترويج سياحي فعال).

وتمثّل المنافع التي يحصل عليها السائح من السلع والخدمات المقدمة له نظير ما يدفعه من مقابل مادي مجموعة العلاقات المادية، في حين تُفهم العلاقات غير المادية من خلال تّواصل السائح مع المنطقة التي يزورها، فيتعرّف إلى أهلها وعاداتهم وتقاليدهم وثقافتهم وحضاراتهم.

التساؤل الثاني: ما مفهوم التنمية السياحية المستدامة؟ وما مبادئها؟ وما أهدافها؟

من خلال الوصول إلى التوافق والتنسيق بين مختلف القطاعات الإنتاجية في بلد ما يمكن تحقيق التقدم في نوعية الحياة، وتحقيق الرخاء للمواطنين، وهذا ما يُعرف بالتنمية الاجتماعية والاقتصادية في ذلك البلد، ولن يتأتى ذلك إلا بتحقيق الأهداف المرحلية في القطاعات الإنتاجية كافة، ومن بينها القطاع السياحي؛ فالعمل على تحقيق التنمية في المجال الصحي، مثلاً، هو في ذات الوقت مرحلة من مراحل الوصول إلى هدف أكبر، ألا وهو تحقيق التنمية الاجتماعية والاقتصادية، وذلك ينطبق على باقي القطاعات (التعليمي، التكنولوجي، السياحي،...). وقد عرّف (زين الدين "أ"، 2016، ص 12) التنمية السياحية على أنها عمليات موجهة لاستحداث تحولات هيكلية في بناء وتركيب المنتجعات السياحية التي تقدمها أية منطقة جغرافية، وذلك عن طريق الاستخدام الأمثل للموارد الطبيعية والاقتصادية والاجتماعية والعمرانية لهذه المنطقة، بما يتفق مع طلب الحركة السياحية واحتياجاتها، وذلك بهدف تكوين قاعدة اقتصادية فعالة يتحقق بموجبها تزايد نمو الحركة السياحية إلى المنطقة، وبالتالي زيادة في الدخل الحقيقي الناتج عن النشاط السياحي.

مفهوم التنمية السياحية المستدامة:

تعد السياحة واحداً من أهم مصادر الدخل القومي التي يُعتمد عليها لتحقيق التنمية المستدامة (حميداتو، 2015، ص 31). والاستدامة في التنمية السياحية تعبير جاء لأول مرة في تقرير لجنة الأمم المتحدة للبيئة والتنمية سنة 1987م، وكان يشير إلى التنمية التي تلبي حاجات الحاضر دون التضحية بقدرة الأجيال المستقبلية على تلبية احتياجاتهم (زين الدين "ب"، 2016، ص 123). ويمكن الإشارة إلى التنمية السياحية المستدامة Sustainable Development على أنها تنمية يُصار إليها بعد دراسة متعمقة في إطار التخطيط الشامل والمتكامل للتنمية بجوانبها المختلفة (الاقتصادية، الثقافية، الاجتماعية، البيئية) داخل أية منطقة تتواجد فيها مقومات التنمية السياحية الجاذبة للسياحة. ويعزف الاتحاد الأوروبي للبيئة والمتنزهات القومية، حسبما جاء في (زين الدين، 2016 "أ"، ص 13) التنمية السياحية المستدامة بأنها التنمية التي تدير الموارد بأسلوب يحقق الفوائد الاقتصادية والاجتماعية والجمالية، مع الإبقاء على الوحدة الثقافية والتنوع البيولوجي ومقومات الحياة الأساسية.

وعليه؛ ينبغي أن تعمل التنمية السياحية المستدامة على الاستخدام الصحي للموارد البيئية والطبيعية والاجتماعية والثقافية والحضرية للبلد المضيف، مع ضمان تحقيق منافع اقتصادية واجتماعية وثقافية لجميع أصحاب المصلحة على المدى الطويل.

مبادئ التنمية السياحية المستدامة:

تتمثل مبادئ التنمية السياحية المستدامة في عدة نقاط، أهمها ما أشار إليها (زين الدين، 2016 "أ"، ص 17)، وهذه المبادئ هي:

- خلق فرص جديدة للاستثمار، وبالتالي؛ خلق فرص عمل جديدة، ما يؤدي إلى زيادة الدخل القومي، وتحسين البنى التحتية والفوقية في البلد المضيف بما يتناسب مع البيئة المحيطة.
- مشاركة المجتمعات المحلية في اتخاذ قرارات التنمية السياحية، وبالتالي؛ خلق تنمية سياحية مبنية على المجتمع، وأيضاً، الارتقاء بمستوى تسهيلات الترفيه وإتاحتها للسائحين وللسكان المحليين على حد سواء، مع الأخذ في الحسبان تأثيرات السياحة في المنظومة الثقافية للمقاصد السياحية.
- حماية البيئة والاهتمام بالموارد الطبيعية والموروثات الثقافية للمجتمعات، والارتقاء بالوعي البيئي لدى السائحين والمجتمع المحلي، مع إيجاد معايير للمحاسبة البيئية، والرقابة على التأثيرات السلبية في السياحة، وتحقيق العدالة بين أفراد الجيل الواحد وبين الأجيال المختلفة من حيث الحق في الاستفادة من الموارد الاقتصادية.

وفقاً لما تقدّم، يمكن استخلاص الآتي:

- ضرورة السعي نحو زيادة الاستثمارات الوطنية والأجنبية لتحسين ميزان المدفوعات، ما يؤدي إلى توفير فرص عمل إضافية مع المساعدة في الحد من مشكلة البطالة، ما ينعكس إيجاباً على مستوى الدخل القومي.
- ضرورة المحافظة على التراث الثقافي بأشكاله المختلفة (عادات، تقاليد، فلكلور شعبي، تراث معماري،...)، ما يتطلب المشاركة المحلية لطوائف المجتمع كافة في القرارات المتعلقة بعمليات التنمية المستدامة، ومن ثم؛ في إنتاج متطلبات تلك التنمية.
- وضع سياسات تراعي الشروط المؤدية للمحافظة على البيئة، وذلك في مختلف المراحل والعمليات التي تمر بها التنمية السياحية، فمثلاً؛ يمكن استخدام التقنية الصديقة للبيئة في إدارة العمليات السياحية. أيضاً، ضرورة الحفاظ على التنوع البيولوجي بالاهتمام الجدي بالمحميات

الطبيعية، والحد قدر المستطاع من المواد الكيماوية الملوثة للبيئة وغير الداعمة لها. وهذا كله يستلزم إصدار التشريعات واللوائح ذات العلاقة باستخدام الموارد السياحية، كفرض غرامات مالية أو وضع قيود على المنظمات التي تزيد من تلوث البيئة، والتسهيل على المنظمات الداعمة للبيئة والصديقة لها.

أهداف التنمية السياحية المستدامة:

تُركز أهداف التنمية السياحية المستدامة على التنمية البشرية في تكاملها مع إستراتيجيات التنمية لمختلف الدول، حسب ظروف كل منها (السياسية، والاجتماعية، والاقتصادية). ويسهم قطاع السياحة (بطريقة مباشرة وغير مباشرة) في تحقيق هذه الأهداف التي يمكن حصرها في أهداف (اجتماعية، اقتصادية، بيئية)، وسيتم تناولها تباعاً، وبصورة موجزة لما جاء في (UNWTO, 2015)، على النحو الآتي:

أولاً: الأهداف الاجتماعية للتنمية السياحية المستدامة: ومن أهم هذه الأهداف:

1. رفع المستوى الصحي وتحقيق السعادة لأفراد المجتمع: حيث يمكن إعادة استثمار الإيرادات المتولدة عن السياحة في تحسين خدمات الرعاية الصحية وتطويرها.
2. القضاء على الأمية وتحسين منظومة التعليم: يمكن لقطاع السياحة أن يكون حافزاً في مجالات التعليم والتدريب لكلا الجنسين.
3. تحقيق المساواة بين الجنسين: حيث تعمل السياحة على تمكين المرأة، ومساعدتها للقيام بدور فعال في مجتمعها المحلي جنباً إلى جنب مع الرجل، وإيجاد مزيد من فرص توليد الدخل لها من خلال تزايد مجالات عملها بإقامة المشاريع السياحية والمساندة للسياحة.
4. تطوير المجتمع المحلي: إذ تسهم السياحة في إحداث التنمية الحضرية والريفية، وتقلل من عدم التوازن الإقليمي بإعطاء المجتمعات المحلية الفرصة لتطوير نفسها ذاتياً بما يناسب تركيبها الثقافية والاجتماعية.
5. تحقيق العدالة الاجتماعية: فالأنشطة السياحية تجمع بين شعوب ذوي ثقافات متنوعة، وبذلك؛ تتيح السياحة فرصاً للتفاهم والتسامح بين مختلف الثقافات والحضارات.

ثانياً: الأهداف الاقتصادية للتنمية السياحية المستدامة: ومن أهم هذه الأهداف:

1. القضاء على الفقر والجوع: يمكن للسياحة من إيجاد وظائف وأماكن عمل جديدة في مختلف مستويات المجتمع المحلي، بإقامة المشروعات الصغيرة والمتوسطة. كما يمكن للسياحة من زيادة الإنتاج الزراعي لتلبية احتياجات السائحين من الغذاء.
2. رفع كفاءة العمل، وإنتاجيته.
3. تطوير البنية التحتية بالإضافة إلى تطوير الصناعة، وذلك لجذب السائحين والاستثمارات الأجنبية، ما قد يؤدي إلى إقامة المزيد من المشاريع الإنتاجية.
4. ضمان تحقيق إطار عام للاستهلاك والإنتاج المستدام، من خلال توفير وظائف جديدة تأخذ في حسابها حماية البيئة، بالإضافة إلى تعزيز الثقافة المحلية، وتدعيم المنتجات التقليدية.

ثالثاً: الأهداف البيئية للتنمية السياحية المستدامة: ومن أهمها:

1. الاستخدام الواسع لمصادر الطاقة النظيفة، كالطاقة الشمسية.
2. إنشاء مناطق عمرانية جديدة: لتلبية متطلبات السائحين، ما يوجب الاستثمار في البنية الأساسية من طرق ومواصلات.
3. المحافظة على الزراعة المستدامة والغطاء النباتي: فالسياحة تقلل من الاستغلال الجائر للغابات ومصادر الثروة الطبيعية، كما تعمل على تدوير النفايات، وصيانة الموارد الطبيعية.

4. توفير إمدادات الصرف الصحي، والإمداد بالمياه النقية: حيث تلعب السياحة دوراً فعالاً في استخدام تكنولوجيا نظيفة وآمنة للحفاظ على المياه، والاستخدام الرشيد لها.

التساؤل الثالث: ما دور السياحة المستدامة في التنمية الاجتماعية والاقتصادية؟

تلعب السياحة دوراً هاماً في التنمية الاقتصادية للدول من خلال ما تحققة من مزايا وفوائد عديدة تعود على المجتمع من خلال الاستثمارات المتنوعة الموجهة للقطاع السياحي (حميدان، 2015، ص 26). وكصدر هام للدخل القومي، فإن قطاع السياحة يركز على الثقافة الوطنية، ويشجع المجتمعات المحلية على صون تراثها الثقافي، الذي هو جزء من تراث الإنسانية (عراقي، وعطا الله، 2010). وأصبحت صناعة السياحة تلعب دوراً كبيراً في الاقتصاد العالمي، فهي أحد عناصر التنمية المستدامة، وهي الأقل تلويثاً للبيئة، إذ إنها تحافظ على عناصر الجذب السياحي، ما يبرر عمليات المحافظة على التوازن الثقافي في المناطق السياحية. فالموارد الاقتصادية بمفهومها التقليدي حسبما جاء في (جامعة القدس المفتوحة، 2017)، و (عليوة، 2014، ص 75) تتمثل في أربعة عناصر (الأرض، العمل، رأس المال، الريادة)، وهذه الموارد مرتبطة ارتباطاً وثيقاً بالنمو الاقتصادي لأي بلد، والسياحة تتشابه مع هذه الموارد بدرجات متفاوتة، وإن أي تصرف خاطئ في استخدام هذه العناصر أو استغلالها، سيؤدي حتماً إلى أضرار واضحة في البيئة الموجودة فيها تلك العناصر، ومن هذا المنطلق؛ برز الاهتمام بمفهوم السياحة المستدامة، الذي يتعلق بشكل ومستوى السياحة التي تحافظ على المخزون الكلي من رأس المال، ويضاعف من حالة عدم التفاوت في استخدام الموارد بين الأجيال.

ولم يعد يقتصر المفهوم الجديد للسياحة المستدامة على المنظور الاقتصادي فحسب، بل أصبحت هناك استجابة لمقتضيات التنمية المستدامة فيما يتعلق بانعكاسات النشاط السياحي على البيئة البشرية والطبيعية، بما تتضمنه من حماية لحقوق الأجيال القادمة ومقدراتهم، ومن حماية للبيئة الثقافية والاجتماعية أيضاً. ومن زاوية أخرى، يتعرض كوكب الأرض لتحولات خطيرة تجاه المناخ والبيئة بسبب تصرفات الإنسان السلبية، وتلويثه للبيئة من خلال أنشطته المتنوعة الإنتاج والاستهلاك، فإذا لم توضع السياسات البيئية السليمة موضع التطبيق فإن ذلك قد يؤدي إلى حدوث النمو الاقتصادي السريع على حساب البيئة. فالسياحة أحد أهم القطاعات الاقتصادية لدى كثير من الدول النامية من خلال إسهامها في التخفيف في عجز ميزان المدفوعات كونها أحد أهم مصادر العملات الأجنبية، وفي كثير من البلدان (إندونيسيا، تايلاند، كينيا،...) تفوقت العائدات من الأنشطة السياحية على عائدات القطاعات السلعية الأولية حتى أصبحت مصدراً هاماً وحيوياً للدخل الأجنبي للبلاد (M. Tea and M. J. , 1991, p288).

التأثيرات الاجتماعية والثقافية للسياحة المستدامة:

انتقال السائحين، ذوو اللغات والعادات والثقافات والديانات المتنوعة، يولد تأثيرات اجتماعية وثقافية، من أهمها ما جاء به كل من (العروسي، 2015)، (لطيف، 1994، ص 44) على النحو الآتي:

- التحولات الطبقيّة: تحفز السياحة كثيراً من الأشخاص على ممارسة الأنشطة السياحية، ما يؤدي إلى زيادة دخولهم، وبالتالي رفع مستوى حياتهم الاقتصادية والاجتماعية وينقلهم من شريحة اجتماعية معينة إلى شريحة اجتماعية أعلى.
- الاهتمام بالبيئة، والتراث الشعبي والفني والعادات والتقاليد للبلد المضيف.

- التطور والرفقي الاجتماعي: تعد السياحة أحد أهم أسباب التطور الاجتماعي في الدول السياحية، حيث تتاح الفرص أمام أفراد المجتمع المضيف للتعرف إلى الاهتمامات والأفكار والثقافات الأجنبية من خلال تعاملهم واتصالهم المباشر مع السائحين، ما يسهم في انفتاحهم على العالم الخارجي.
- التبادل الثقافي: تعمل السياحة على التقليل من الفوارق، وزيادة الاحترام المتبادل بين السائحين وشعوب الدول المستقبلية لهم.

التأثيرات الاقتصادية للسياحة المستدامة:

تؤثر الأنشطة السياحية في الكثير من الأنشطة الاقتصادية الأخرى، فالسياحة تحتاج إلى خدمات مكملتها قطاعات اقتصادية متنوعة، فالسائح لا بد أن يأكل ويشرب، ويتنقل، ويحتاج إلى مكان يبيت فيه، وقد يحتاج إلى مصرف، ومؤسسات ترفيهية، وقد يستخدم مخرجات مؤسسات التسويق السياحي (مرشد سياحي، ترويج سياحي، مطبوعات متنوعة...)، وبناءً عليه، يمكن تناول تأثيرات الأنشطة السياحية في الدخل القومي وفقاً لما جاء في (جامعة القدس المفتوحة، 2016)، (حميداتو، 2015، ص 10)، (عليوة، 2014، ص 69)، (رجب، وصقر، 2007، ص 8)، (دبور، 2004، ص 3)، (Brian H. John Fletcher, 1996, Passim)، (Malaga M. et. all, 1990, p187)، (Robert and Morrison)، (M., 1985, p226) على النحو الآتي:

أولاً: التأثيرات المباشرة للأنشطة السياحية في الدخل القومي:

طرح المنتج السياحي في السوق يتطلب تشغيل مختلف الموارد الإنتاجية؛ وأثمان هذه الموارد هي مكونات الدخل القومي، وكما جاء في النظرية الكينزية، فالاستثمار هو العنصر الأساس المؤثر في النظام الاقتصادي، وعليه؛ فإن زيادة الدخل الناتج عن السياحة تُسبب زيادة في الإنفاق الاستهلاكي المصروف على السلع والخدمات النهائية، وكذلك زيادة الإنفاق الاستهلاكي للمنشآت السياحية والعاملين فيها، ما يولد زيادة في الإنفاق الاستثماري لإقامة المشاريع السياحية والمكملة، حيث إن الطلب على الاستثمار هو طلب مشتق من الطلب على الاستهلاك.

ولا يقتصر تأثير الدخل السياحي في الدخل القومي على الزيادة الأولية في الدخل السياحي، إنما يمتد إلى زيادات متتالية في المجتمع ناتجة عن الزيادة في الدخل السياحي، وهذا ما يُعرف بأثر المضاعف السياحي Tourist Multiplier، وهذا المضاعف تتغير قيمته (زيادة أو نقصان) وفقاً لدرجة الترابط بين القطاع السياحي وباقي القطاعات الاقتصادية في البلد. ومن هذا المنطلق؛ فإن زيادة الدخل السياحي تعدّ حافزاً للمستثمرين ولرجال الأعمال لزيادة الاستثمار في القطاع السياحي وغيره من القطاعات التي تقدم خدماتها إلى هذا القطاع، ما ينعكس إيجاباً على كل من الدخل، والاستهلاك، ومن ثم الإنتاج، وأيضاً؛ يؤدي الدخل الناتج عن السياحة إلى زيادة الصادرات من خلال إنفاق السائحين على المنتجات السياحية (سلع وخدمات)، والذي بدوره يعمل على زيادة الدخل القومي للبلد المضيف.

ثانياً: التأثيرات غير المباشرة للأنشطة السياحية في الدخل القومي:

إن الزيادة في الطلب من القطاعات الاقتصادية التي لها علاقة مع القطاع السياحي، والمتولدة أساساً من الزيادة في إنفاق القطاع السياحي على المنتجات (سلع وخدمات) المنتجة محلياً، تؤدي إلى زيادة في حجم الناتج القومي المتحقق من هذا التأثير المباشر وغير المباشر للأنشطة السياحية، ما يعني زيادة في الدخل القومي نتيجة الأثر المحفز للتغير الإيجابي في الإيراد السياحي.

ويرى (George Nainhans, 1980) حسبما جاء في (صقر، 1997، ص 179) أن الدول التي تمتلك عناصر الجذب السياحي وذات الكثافة العالية لعنصر العمل، عليها أن تتخصص في إنتاج المنتج السياحي ومبادلته بالسلع ذات الكثافة في عنصر رأس المال من الدول الأخرى، فكلما زاد الإنفاق على القطاع السياحي، والنتائج أساساً عن الزيادة في الإيرادات السياحية، كلما أدى ذلك إلى تحسين في ميزان المدفوعات، ويحدث ذلك عندما تتفوق الإيرادات السياحية على الإنفاق السياحي.

ولكن، في الدول النامية، التي تعيش فترات تَصَحُّم، وذات الاستقرار السياسي الأقل، تُعدّ السياحة اختياراً ذا مخاطرة أعلى نتيجة تذبذب العائد من النشاط السياحي بمرور الوقت، ما يسبب آثاراً سلبية في اقتصاد الدول المضيفة، ما يبرر عدم الثقة والتردد في الاستثمار في القطاع السياحي، ما يعني واردات رأسمالية أقل. إلا أن (فريدمان) صاحب نظرية "الدخل الدائم" يرى أن عدم استقرار عائد التصدير (كما عائد السياحة) قد يكون مفيداً للنمو، حيث ينظر إلى العائد غير المستقر على أنه مرحلة انتقالية تُحَفِّز على الادخار، ومن ثم الاستثمار، وصولاً إلى معدلات نمو أعلى.

وشدّد (Tony and Etienne, 2002) على ضرورة تفعيل الترويج السياحي في الدول النامية كقوى محركة للتنمية الاقتصادية والاجتماعية، وكإستراتيجية رئيسة تؤدي إلى تنشيط القطاع السياحي وتفعيله، ما يسهم في تحقيق معدلات أعلى في النمو الاقتصادي وتنمية المجتمع المحلي بالتركيز على الأنشطة الاقتصادية المحلية، وبالتالي يخفف من حدة الفقر ويرفع من مستوى العمالة على حساب البطالة. وأكدت (عمارة، 2002) على أن علاج مواطن الضعف، وزيادة القدرة التنافسية Competitiveness للقطاع السياحي تتطلب تكامل جهود كل من الحكومة، وقطاع الأعمال السياحي، والمؤسسات الخاصة، وحتى المواطنين، ما يستلزم مزيداً من التوعية الهادفة إلى تنشيط الفكر السياحي، وترسيخ أسس ومبادئ الثقافة السياحة، وانعكاساتها الصحية على كل أصحاب المصالح (الحكومة، منظمات الأعمال، المواطنين).

بناءً على ما تقدّم، فالنشاط السياحي قادر على خلق فرص عمل ليس فقط في أنشطة القطاع السياحي، ولكن، أيضاً، في أنشطة القطاعات غير السياحية. كما يعد القطاع السياحي أحد الأنشطة الرئيسية التي تسهم في رفع معدل النمو الاقتصادي، ومن ثم زيادة الدخل القومي، من خلال التأثيرات الاقتصادية والاجتماعية التي يحققها في نواحٍ متعددة، أهمها:

1. دعم ميزان المدفوعات: من خلال تخفيف عجز هذا الميزان، فقطاع السياحة أحد المصادر الهامة للعملة الأجنبية، كما أن زيادة الصادرات تؤدي إلى تحسين ميزان المدفوعات، وما الإيرادات السياحية، في حقيقة الأمر، سوى صادرات.
2. زيادة حجم العمالة، والحد من نسبة البطالة: تعتمد السياحة على المورد البشري اعتماداً كبيراً، حيث إن كل شخص يعمل مباشرة في قطاع السياحة يشكل فرص عمل جديدة لتشغيل أشخاص بصورة غير مباشرة في القطاعات الاقتصادية الأخرى؛ إذ يلعب النشاط السياحي دوراً هاماً في زيادة وتنوع فرص العمل في الدول المضيفة، من خلال روابطه الأمامية والخلفية (سلع وخدمات معيشية وترفيهية تنشط قطاعات وصناعات غير قائمة أساساً على السياحة).
3. زيادة الناتج المحلي الإجمالي: السياحة وعاء ضريبي هام، ويؤدي نمو القطاع السياحي إلى زيادة إيرادات الدولة من خلال الضرائب المفروضة على الأرباح التي يحققها المشتغلون في الصناعات والمهن والأعمال المتصلة بصناعة السياحة.

استنتاجات:

1. يُعدّ النشاط السياحي من أهم الأنشطة الاقتصادية، لما له من تأثيرات واضحة في حجم العمالة والحد من مستوى البطالة، فالعلاقة معنوية بين تنامي القطاع السياحي وزيادة فرص العمل، ليس في القطاع السياحي فحسب، وإنما في الكثير من القطاعات الإنتاجية ذات العلاقة بالقطاع السياحي والمكملة له.
2. وجود علاقة معنوية بين الإيرادات السياحية وميزان المدفوعات، فالنشاط السياحي يمثل أحد عناصر الصادرات، وكلما زادت الصادرات كلما تحسن ميزان المدفوعات. ومن الاستنتاجات، أيضاً، العلاقة الموجبة بين الإيرادات السياحية وبين الناتج المحلي الإجمالي، فالأنشطة السياحية تتم على أرض الدولة المضيفة، ما يعني أن إيراداتها تصب في الناتج المحلي لتلك الدولة.
3. الإيرادات السياحية تتكون من عنصرين (مدة تواجد السائح في البلد المضيف، متوسط إنفاق السائح).
4. المنافسة الشديدة في صناعة السياحة، ومن ثم؛ صعوبة استقطاب السياح، وتعذر ضمان جذبهم وإرجاعهم نظراً لكثرة المغريات السياحية في مناطق العالم المختلفة.

التوصيات:

1. تنمية الوعي الثقافي بين المواطنين بأهمية النشاط السياحي، ومدى تأثيره في زيادة معدل النمو الاقتصادي للبلد، فالرقي السلوكي في التعامل مع السائحين يولد انطباعات إيجابية لديهم تُشجّعهم للعودة مرة أخرى، أو في أقل تقدير فإنهم سيسوّقون ويروّجون إلى زيارة البلد، وهذا يتطلب إنشاء لجان متخصصة تعمل، وباستمرار، على إصدار النشرات التوعوية، وعقد الندوات وورشات العمل ذات العلاقة، بالإضافة إلى المتابعة الميدانية الدورية لاستطلاع آراء السائحين (من حيث الموجود: ما الذي أزعجهم، وما الذي أرضاهم، ومن حيث غير الموجود: ما الذي يتطلعون إليه).
2. الإيرادات السياحية تتدفق من الأنشطة السياحية بمسمياتها المختلفة، لتشمل جميع نواحي الإنفاق التي يقوم بها السائحون خلال فترة تواجدهم في البلد المضيف، ما يتطلب إعادة صياغة منظومة المنتجات السياحية في ذلك البلد، بحيث لا تقتصر على السياحة الدينية، وذلك من خلال الاهتمام الجدي بالأفكار الإبداعية التي تسهم في (زيادة الوقت الذي يمكثه السائح في البلد، وفي تطوير أنواع الأنشطة السياحية التي لا تزال إسهاماتها ضعيفة في رفد الناتج المحلي من إيرادات السياحة).
3. العمل نحو تعظيم قيم العنصرين الرئيسيين المكونين للإيرادات السياحية (مدة تواجد السائح في البلد، متوسط الإنفاق للسائح)، فزيادة تلك الإيرادات تأتي من زيادة عدد السائحين، وطول الفترة التي يقضيها كل منهم في البلد، ما يجعل من الضروري إقامة الشقق الفندقية ذات الدرجات المتنوعة (لترضي كافة الفئات)، وكذلك، التنوّع في تقديم الخدمات المساندة للسياحة المقصودة كإقامة النوادي والمطاعم والمقاهي الشعبية والفلكلورية في أماكن قريبة من تواجد السائحين، أو في مناطق بعيدة مع توفير وسائل نقل مناسبة ومتواجدة باستمرار، وبأسعار ومواعيد معلنه للسائحين.
4. على الحكومة زيادة تخصيص الموارد اللازمة لتطوير المناطق السياحية، وتشجيع القطاع الخاص (المحلي، والعربي، والأجنبي) على الاستثمار السياحي من خلال تقديم التسهيلات للمستثمرين (تسهيل الإجراءات، تخفيض أو إعفاء ضريبي لفترة معينة،...). كما ينبغي على العاملين في صناعة السياحة ضرورة انتهاز وسائل جذب منافسة لإرضاء السائحين وإسعادهم على أمل إرجاعهم مرة أخرى، أو على الأقل الترويج لمناطقهم السياحية من خلال كلمة الفم، وغيرها.
5. أن تُدرج وزارة التربية والتعليم مقررات ذات علاقة بالسياحة ضمن البرامج الدراسية في المراحل الابتدائية، والإعدادية، والثانوية. وإدراج السياحة كتخصص جديد في الجامعات.

قائمة المراجع

المراجع العربية:

1. توفيق، ماهر عبد العزيز (1997)، صناعة السياحة، دار زهران للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن.
2. جامعة القدس المفتوحة (2017)، إدارة العمليات الإنتاجية، برنامج التعليم المفتوح، القدس.
3. جامعة القدس المفتوحة (2016)، مبادئ الاقتصاد "2"، برنامج التعليم المفتوح، القدس.

4. جورج نايهانز، تاريخ النظرية الاقتصادية: الإسهامات الكلاسيكية، 1720 - 1980، ترجمة صقر أحمد صقر (القاهرة: المكتبة الأكاديمية، 1997).
5. حميداتو، نصر (2015)، النشاط السياحي في الجزائر وأثره على النمو الاقتصادي، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الشهيد حمة لخضر، الوادي، الجزائر.
6. دبور، نبيل (2004)، مشاكل وآفاق التنمية السياحية المستدامة في البلدان الأعضاء بمنظمة المؤتمر الإسلامي: مع إشارة خاصة إلى السياحة البيئية، نشرة التعاون الاقتصادي بين الدول الإسلامية، السنة (25) العدد الثاني.
7. دعبس، يسرى (2001)، الجذب السياحي، سلسلة الدراسات السياحية والمتحفية رقم 10، الملتقى المصري للإبداع والتنمية، القاهرة.
8. رجب، عادلة، وصقر، هالة (2007)، سياسات الإصلاح الجديدة وأثرها على التنمية السياحية في مصر، سلسلة أوراق اقتصادية، رقم 37، مركز البحوث والدراسات الاقتصادية والمالية، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، جامعة القاهرة.
9. زين الدين، صلاح "أ" (2016)، دراسة لفرص وتحديات التنمية السياحية المستدامة في مصر، المؤتمر العلمي الدولي الثالث: القانون والسياحة، كلية الحقوق، جامعة طنطا، جمهورية مصر العربية، 24-26 نيسان.
10. زين الدين، صلاح "ب" (2016)، التنمية الاقتصادية، مدخل جديد للقضاء على النكد العام وتحسين مؤشر السعادة القومية، دار النهضة العربية، القاهرة، جمهورية مصر العربية.
11. السيسي، ماهر عبد الخالق (2003)، صناعة السياحة (الأساسيات والمبادئ)، مطابع الولاء الحديثة، شبين الكوم، جمهورية مصر العربية.
12. شكري، بن زعرور، ورشيد، ساطور (2017)، السياحة والنمو الاقتصادي في الجزائر: الأدلة من التكامل المشترك وتحليل السببية، متوفر على: <https://mpira.ub.uni-muenchen.de/78731>
13. الطائي، حميد عبد النبي (2006)، أصول صناعة السياحة، الوراق للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الثانية.
14. الطاهر، نعيم، وإلياس، سراب (2007)، مبادئ السياحة، دار المسيرة للنشر، الأردن، الطبعة الثانية.
15. عراقي، محمد إبراهيم، وعطا الله، فاروق عبد النبي (2010)، التنمية السياحية المستدامة في جمهورية مصر العربية، دراسة تقييمية بالتطبيق على محافظة الإسكندرية، المعهد العالي للسياحة والفنادق والحاسب الآلي، السيوف الإسكندرية، الفصل الثاني.
16. العروسي، محمد على (2015)، أهمية السياحة في اليمن ودورها في القضاء على الفقر، متوفر على: <https://www.facebook.com/QsmAlatharKlytAladabJamtSna/posts/681090528597535>
17. عليوة، زينب توفيق السيد (2013)، تقييم أثر النشاط السياحي في النمو الاقتصادي في مصر، بحوث اقتصادية وعربية، العدد 65، الصفحات 67-94، متوفر على: <http://www.caus.org.lb/PDF/EmagazineArticles/bouhothaqtisadiah65zeinbtawfikaw.pdf>
18. عمارة، أميرة محمد عبد السميع (2002)، تحليل القدرة التنافسية للقطاع السياحي المصري، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، جامعة القاهرة، جمهورية مصر العربية.

19. عوينان، عبد القادر (2013)، السياحة في الجزائر: الإمكانيات والمعوقات (2000-2025) في ظل الإستراتيجية السياحية الجديدة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر.
20. كواش، خالد (2004)، أهمية السياحة في ظل التحولات الاقتصادية: حالة الجزائر، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، الجزائر.
21. لطيف، هدى سيد (1994)، السياحة النظرية والتطبيق، الشركة العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، جمهورية مصر العربية، الطبعة الأولى.
22. معراج، هوارى (2004)، السياحة وأثرها في التنمية الاقتصادية العالمية: حالة الاقتصاد الجزائري، مجلة الباحث، العدد 01، الصفحات 21-28.
23. مقابلة، أحمد محمود (2007)، صناعة السياحة، دار الكنوز والمعرفة للنشر، عمان، الأردن، الطبعة الأولى.
24. فراح، رشيد، ويودلة، يوسف (2012)، دور التسويق السياحي في دعم التنمية السياحية والحد من أزمات القطاع السياحي، مجلة أبحاث اقتصادية وإدارية، العدد الثاني عشر.

References:

1. Brian H. Archer and John Fletcher, (1996) «The Economic Impact of Tourism in the Seychelles», Annals of Tourism Research, vol. 23, no. 1.
2. Europarc Federation (2014), European Charter for Sustainable Tourism in Protected Areas: Renewal and Retraining, International Academy for Nature Conservation. Isle of Vilm, Germany, April 1st - 4th.
3. Joseph A. Hegarty, «Towards Establishing a New Paradigm for Tourism and Hospitality Development», International Journal of Hospitality Management (New York), vol. 11, no. 4.
4. Malaga M. Thea Sinclair, Ann Clover and Alan Pack, 1990, «Hedonic Prices and the Marketing of Package Holidays», in: Gregory John Ashworth and Brian Goodall, eds., Marketing Tourism Places (London: Routledge).
5. M. Tea Sinclair and M. J. Stabler, 1991, The Tourism Industry: An International Analysis (Wallingford: CAB International).
6. Robert Christie Mill and Morrison M. Alestair, 1985, The Tourism System: An Introduction (Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall).
7. Tony Binns and Etienne Nelt, 2002, «Tourism as a Local Development Strategy in South Africa», Blackwell Publishing on Behalf of the Swedish Society for Anthropology and Geography (London), Geographical Annular, Series B., Human Geography, vol. 168, no. 3. September.
8. UNWTOa (2015), World Tourism Barometer , Vol. 13 August.
9. UNWTOb (2015), Tourism and the Sustainable Development Goals.

Electronic References:

1. <http://www.caus.org.lb/PDF/EmagazineArticles/bouhothaqtisadiah65zeinbtawfikaw.pdf>
2. <http://www.bits-int.org>