

ترسيخ الثقافة السياحية في المجتمعات النامية .. التحديات والآفاق

مقدمة:

لقد حققت السياحة الدولية نمواً متسارعاً اعتباراً من عقود الستينات والسبعينات والثمانينات، حيث حققت نمواً مثيراً واستطاعت بعض الدول النامية أن تستفيد بشكل متزايد من النمو السياحي العالمي. بينما يحاول البعض الآخر، وهي تلك التي تفصلها مسافات بعيدة عن الأسواق المصدرة للسياحة، الاستفادة من النمو السياحي العالمي ومن التطورات السريعة في النقل الجوي والبحري والبري. فلقد أضحت السياحة صناعة متكاملة تتضمن التخطيط والاستثمار والتشييد والتسويق والترويج. وهي صناعة متعددة المراحل تتفاعل بل تعتمد على قطاعات الاقتصاد الأخرى، وبالتالي تعتبر عاملاً مساعداً لعملية التنمية الاقتصادية خصوصاً في مجال البنية التحتية للاقتصاد.

ومما لا شك فيه أن، مستوى أداء القطاع السياحي يعتمد بشكل مباشر على زيادة الإنتاجية في القطاعات التي تتصل به والخدمات التي تتفاعل معه، ومنها مرافق النقل، وشبكات الاتصالات، وخدمات الكهرباء والمياه، وحتى القطاعات المنتجة مثل القطاع الزراعي والصناعي. فلا يكفي تطوير المواقع السياحية الحديثة إذا كان من المتعذر الوصول إليها أو كانت تفتقر للخدمات الأساسية. وعلاوة على ذلك، فإن قطاع السياحة يجلب الاستثمار اللازم لتطوير الخدمات الأساسية في المناطق المجاورة للمواقع السياحية، وبالتالي يعطي حافزاً لتنمية القطاعات الأخرى.

فلا شك أن هناك علاقة وثيقة بين تنمية قطاع السياحة والتنمية الاقتصادية بمفهومها العام. فقد اهتمت البلدان المتقدمة بتطوير وتحسين مستوى الخدمات الأساسية التي تتفاعل مع تنمية قطاع السياحة، مثل النقل والاتصالات، والمياه والكهرباء، والخدمات الصحية. كما قامت هذه البلدان بتوفير أسباب الجذب السياحي الإضافية لتلبية احتياجات مختلف فئات السياح. وبفضل الجهود التي بذلتها للتوسع في تسويق السياحة وترويجها، ازداد عدد السياح الوافدين إليها.

1. مفهوم التنمية السياحية:

تعرف التنمية السياحية على أنها توفير التسهيلات والخدمات لإشباع حاجات ورغبات السياح، وتشمل كذلك بعض تأثيرات السياحة مثل: إيجاد فرص عمل جديدة و مداخيل جديدة. وتشمل التنمية السياحية جميع الجوانب المتعلقة بالأنماط المكانية للعرض والطلب السياحيين، التوزيع الجغرافي للمنتجات السياحية، التدفق والحركة السياحية، تأثيرات السياحة المختلفة¹.

فالتنمية السياحية هي الارتقاء والتوسع بالخدمات السياحية واحتياجاتها. وتتطلب التنمية السياحيي تدخل التخطيط السياحي باعتباره أسلوباً علمياً يستهدف تحقيق أكبر معدل ممكن من النمو السياحي بأقل تكلفة ممكنة وفي أقرب وقت مستطاع. ومن هنا فالتخطيط السياحي يعتبر ضرورة من ضرورات التنمية السياحية الرشيدة لمواجهة المنافسة في السوق السياحي الدولية.

2. عناصر التنمية السياحية:

تقوم التنمية السياحة في مختلف أنحاء العالم على مجموعة من العناصر من الواجب توافرها لتحقيق التنمية السياحة، لا تقتصر هذه العناصر على الدول المتطورة بل حتى دول العالم الثالث، ويمكن أن تقسم هذه العناصر إلى فئتين ، عناصر طبيعية تتعلق بطبيعة البلد، وعناصر من صنع الإنسان ينجزها رغبة في تحقيق مستوى عالي من التنمية في مجال السياحة ويمكن تلخيص هذه العناصر في:

- عناصر الجذب السياحي وتشمل العناصر الطبيعية مثل : أشكال السطح والمناخ والحياة والغابات وعناصر من صنع الإنسان ، كالمتنزهات واما لمتاحف والمواقع الأثرية التاريخية.
- النقل بأنواعه المختلفة البري، البحري والجوي.

¹ - نور الدين هرمز، التخطيط السياحي والتنمية السياحية، مجلة جامعة تشرين للدراسات والبحوث العلمية

- أماكن النوم سواء التجارية منها كالفنادق أو أماكن النوم الخاص مثل: بيوت الضيافة وشقق الإيجار.
- التسهيلات المساندة بجميع أنواعها كالإعلان السياحي والإدارة السياحية والأشغال اليدوية والبنوك
- خدمات البنية التحتية كالمياه والكهرباء والاتصالات
- ويضاف إلى هذه العناصر جميعها الجهات المنفذة للتنمية، فالتنمية السياحية تنفذ عادة من قبل القطاع العام أو الخاص أو الاثنين معاً¹.

3. أسباب وعوامل الاهتمام بالقطاع السياحي:

نظرا إلى أنه يمكن اعتبار قطاع السياحة نشاطا أساسيا لما له من آثار مباشرة على القطاعات الاجتماعية، الاقتصادية والثقافية. حيث يمكن للنشاط السياحي أن يحقق ما لم يتمكن القطاع السياسي ولاحتى الثقافي تحقيقه خاصة فيما يتعلق بتوفير الفرص لانتقاء مختلف ثقافات الامم مما يحقق حوار ثقافيا عالميا من شأنه أن يضمن التآلف والتسامح بين الشعوب والامم ، وتعود ضرورة اهتمام الدول النامية عبر العالم بالقطاع السياحي إلى مجموعة من الاسباب نذكر منها:

الأثر على الناتج المحلي الإجمالي : يعتبر قطاع السياحة أكبر قطاع مكون للناتج المحلي في كثير من الدول غير البترولية.

العائد المالي الكبير الذي يمكن لهذا القطاع تحقيقه: حيث يمثل عاملا مهما في ميزان المدفوعات لكثير من الدول بما تحققه من عوائد؛ ويؤثر الدخل السياحي على ميزان المدفوعات أو الميزان التجاري تأثيرا مباشرا.

- الدور الكبير في محاربة ظاهرة البطالة لمختلف الطبقات الاجتماعية: حيث يعتبر قطاع السياحة اهم القطاعات المستقطبة للعمالة بمختلف أنواعها إما بصفة مباشرة عن طريق توفير مجموعة كبيرة من مناصب الشغل في القطاع السياحي كالعامل في شركات السياحة والفنادق والمحلات السياحية والمرشدين السياحيين، وإما بطريقة غير مباشرة تحقّقها القطاعات

¹ - غنيم محمد عثمان، التخطيط السياحي والتنمية، الأردن، 2004 ص 45-246.

الأخرى مثل: قطاع الزراعة، الثقافة والصناعات التقليدية والصناعات الغذائية وقطاع البناء والصحة... الخ.

الأثر الإيجابي على تطوير البنى التحتية : بحيث تؤدي تنمية قطاع السياحة إلى زيادة الاستثمارات في البنى التحتية المتمثلة في: المطارات، والطرق، والموانئ، والمتاحف، والفنادق... الخ.

بعث التنمية في المناطق الريفية : تساعد السياحة على تنمية المناطق الريفية عن طريق توفير جميع شروط الحياة الكريمة التي تغني سكان الارياف عن الهجرة إلى المدن، كما تضمن مبدأ تكافؤ فرص التنمية بين المناطق الحضرية والمناطق النائية.

إنعاش الميزانية العامة : يشكل قطاع السياحة مصدراً تموينياً مهماً للدول وذلك بما يقدمه للميزانية من عائدات الضرائب على الأنشطة الرئيسية (الضرائب على المطاعم، وأماكن الإقامة، ضرائب على المبيعات، رسوم دخول المتاحف والحدائق والمنتزهات العامة...¹).

04. لماذا الثقافة السياحية؟

لماذا الثقافة السياحية للوطن وللشعب أو للفرد مطلوبة؟ الجواب: الثقافة السياحية مطلوبة للأُمور التالية:

بالنسبة للوطن:

تساهم السياحة في البناء العمراني والاقتصادي للبلدان وإظهار مكوناتها السياحية، عن طريق التعريف بالآثار والمواقع السياحية والثقافية والدينية والترفيهية. وكذلك هي تدفع بالتنمية الإقليمية لكل بلد إلى الأمام من خلال تطوير مؤهلاته الطبيعية والاقتصادية والاجتماعية والبشرية، مثل بناء التحتية (طرق ومرافق أساسية متنوعة)، قطاعاته الاقتصادية ومهنه وصناعاته التقليدية، منتجاته الزراعية والغذائية، تجارته، خدماته في مجال النقل وغيرها من المجالات) وتراثه الثقافي والديني والفني. وجلب المستثمرين إلى مختلف مرافق السياحة والقطاعات المصاحبة لها. وجلب العملة الصعبة التي تمكن البلدان من القيام بتسديد مشترايتها من الخارج على أحسن وجه.

¹ - كافي مصطفى يوسف، صناعة السياحة كأحد الخيارات الإستراتيجية للتنمية الاقتصادية، دار الفرات للنشر

وبالنسبة للشعب:

تتطلب السياحة التعامل مع ضيوف وسياح البلد بالصدق والأدب والترحاب لإعطاء الانطباع الحسن عن نفسها أولاً وعن بلدانها بشكل عام. وكذلك توفر فرصة الاستفادة من التعارف الثقافي ما بين الشعوب والاقتناس من ثقافة السياح وحتى من مظاهرهم وسلوكياتهم. ولكن هذا يتطلب خططا حكيمة لحماية بلدانها وشعوبها من أي مسيء إليهما ثقافيا أو عقائديا أو أمنيا وغيرها من مساوئ الانفتاح السياحي العشوائي الذي لا يراعي الالتزام بالمبادئ والأخلاق الإنسانية السامية وفي مقدمتها القيم التي أتى بها الدين الإسلامي الحنيف. وينبغي العمل على أن توفر لجميع فئات المجتمع إمكانات السفر وفق شروط مناسبة ماديا ومعنويا وزمنيا.

وبالنسبة للفرد:

تعتبر المناهج الدراسية لكل المراحل مفاتيح الثقافة الإنسانية، لذا فإن إدخال السياحة فيها مهم للفرد. والسياحة بدورها مهمة للفرد لأنها توفر له عند ازدهارها فرص العمل والتقدم الوظيفي، مثل العمل كمرشدين سياحيين، وكأستاذة لتدريس المناهج السياحية، والعمل في القطاع السياحي عموما. وتعلم السياحة لكل شخص القدرة على كتابة المذكرات وكيفية أخذ الصور وربما كتابة المقالات السياحية من خلال أجواء المتعة والراحة التي تنتهي له. وتدريب السياحة الشباب على تحمل مسؤوليتهم في تدبير شؤونهم الخاصة ومواجهة الصعاب وتمنحهم الآفاق الرحبة للتعرف مع شباب شعوب أخرى، وهي تساهم بذلك في بناء شخصية الفرد الثقافية وفتح آفاق تطلعه إلى ما وراء حدود مدينته وبلده، وتجعله يحس بأهمية تعلم اللغات وفوائدها، حيث إنها تعد مفاتيح الثقافة السياحية.

05. تطور النشاط السياحي في العالم :

شهد عدد السائحين في العالم زيادة من 457.2 مليون سائح سنة 1999 إلى 696.7 مليون سائح سنة 2000، أي بمتوسط معدل نمو سنوي قدره 4.3 سنويا، وفي عام 2000 ازداد

عدده بنسبة 7.2%، وهو أعلى معدل نمو على مدار العقد الفائت بأكمله، إلا أن ذلك العدد شهد ترجعا كبيرا جدا في سنة 2001 بنسبة 6%، حيث تأثر القطاع السياسي بتدهور الأوضاع الاقتصادية في بلدان أمريكا وأوروبا وآسيا، حيث رافق هذا التراجع في القطاع السياحي التراجع الذي عرفه النمو الاقتصادي العالمي من 4.7 سنة 2000 إلى 2.7 سنة 2001.

ولا تزال دول أوروبا وأمريكا تحتلان الصدارة في عدد السواح، فقد شهد عدد الوافدين إلى هذه الدول زيادة بنسبة 3.6% بين سنتي 1990 و 2000، حيث وصل عدد السواح الوافدين إلى دول أوروبا في هذه الفترة 120 مليون سائح، و 36 مليون سائح بنسبة لدول الأمريكيتين، غير أنه ومع ارتفاع وتيرة نمو القطاع السياحي لدى باقي دول العالم خاصة أفريقيا وآسيا، فقد تراجعت حصة دول أمريكا وأوروبا من الاجمالي العالمي من نسبة 61.8% من الاجمالي العالمي إلى نسبة 57.8% من الاجمالي العالمي سنة 2001 بالنسبة لأوروبا و من نسبة 20.3% من الاجمالي العالمي إلى نسبة 17.4% من الاجمالي العالمي بالنسبة لدول أمريكا¹.

وحيث أن السياحة تتميز بالميل المتزايد لدى السائحين إلى زيارة مناطق جديدة، وبالنظر إلى التنافس السياحي واحتدام المنافسة بين مناطق الجذب السياحي مع دول كثيرا من دول العالم الثالث، فإن هذه الدول الجديدة تسجل ارتفاعا مستمرا في حصتها في سوق السياحة في العالم وتتجلى هذه المنافسة الجديدة من خلال معدلات النمو فوق المتوسط لعدد الوافدين السياح إلى كل من: شرق آسيا، الشرق الأوسط، جنوب آسيا ودول إفريقيا.

06. الثقافة السياحية في الدول النامية :

إن البلدان النامية ورغم تمتعها بميزة نسبية من حيث جذب السياح، لا سيما من حيث مواقع السياحة الثقافية وأسعارها المنخفضة، إلا أن نصيبها من السياحة العالمية لا يزال أدنى بكثير من إمكاناتها، لأن قطاع السياحة في هذه البلدان لا يزال يواجه قيوداً كبيرة منها قلة

¹ نجيل دبوز، مشاكل وأفاق التنمية السياحية المستدامة في البلدان الاعضاء بالمؤتمر الاسلامي:مجلة التعاون

الاستثمارات في البنية التحتية والخدمات الأساسية، ونقص الكوادر البشرية المتخصصة؛ بل أهم من ذلك: الافتقار إلى سياسة موجهة لتنمية السياحة وتسويقها. وباختصار يمكن القول أن القطاع السياحي في البلدان النامية لم يلقى الاهتمام اللازم الذي يستحقه كقطاع اقتصادي هام مدر للعملات الأجنبية وخالق لفرص العمل!

لقد صادف استقلال العديد من دول العالم الثالث السائرة في طريق النمو خلال عقدي الخمسينات والستينات من القرن الماضي ازدهار السياحة، ورأت هذه الدول كيف أن العديد من الدول المتقدمة جعلت من قطاع السياحة موردا اقتصاديا بفضل عائداتها المالية وانعكاساتها الإيجابية على العديد من القطاعات الأخرى كالأشغال العمومية والبناء والخدمات والتشغيل الخ... ورأت حكومات هذه الدول أيضا أن استغلال ثرواتها لإخراج شعوبها من التخلف لم يعد يقتصر على الثروات الفلاحية والمعدنية والبحرية فقط ، بل امتدت لتشمل المؤهلات الطبيعية والثقافية ذات الصبغة السياحية.

واقترء بالدول السياحية، تبنت العديد من دول العالم الثالث السائرة في طريق النمو سياسة النهوض بالسياحة، وكان عليها أن تعمل على إحداث منتجات سياحية وتسويقها لجلب المزيد من السياح والعملة الصعبة، وهذا يعني القيام بعمليات إنتاجية سياحية تشمل توفير التجهيزات الأساسية، إنشاء المطارات والموانئ والطرق، دعم الاستثمارات ، إحداث المنشآت والمقاولات السياحية، وتكوين الأطر من مختلف المستويات والتخصصات لاستقبال السياح وتسيير المؤسسات والمقاولات السياحية ، العمل ببرامج إنعاشية لفتح الأسواق الخارجية ، القيام بحملات إعلامية وإشهارية لتسويق المنتج السياحي الخ... ، ولهذا كان يقتضي العمل بسياسة تتضمن برامج ودراسات هادفة، وتوفير موارد مالية وبشرية كافية، مما جعل دول العالم الثالث أن تواجه صعوبات كبيرة لاستغلال مؤهلاتها السياحية وأن تلجأ إلى الخبرات والمساعدات التقنية والمالية الخارجية.

¹ - ناجي التوني ، دور وأفاق القطاع السياحي في إقتصادات الأقطار العربية ، ورقة عمل مقدمة للملتقى الدولي حول السياحة والتنمية، المعهد العربي للتخطيط – الكويت، 2001.

07. تأثير التنمية السياحية في المجتمعات النامية:

تؤدي مختلف الأنشطة السياحية الى جملة من الآثار الايجابية على الجوانب الاقتصادية و الاجتماعية و الثقافية للمجتمعات المستقبلية ، خصوصا لو تمت في اطار خطة تنمية سياحية مستدامة، تكون قضية محاربة الفقر والحد منه في مقدمة اولوياتها . و هناك الكثير من التجارب في الدول النامية تدعم هذه الفكرة و تفصح عنها بوضوح، بحيث تبوأ القطاع السياحي فيها مرتبة متقدمة بين القطاعات الاقتصادية الوطنية نذكر منها : السنغال - النيجر - بنين - بوركينا فاسو - مالي - غامبيا - غينيا - غينيا بيساو - موريتانيا - السيراليون ، حيث يشير واقع بيانات و احصائيات منظمة السياحة العالمية UNWTO الى تنامي صناعة السياحة في الدول النامية على نحو ملحوظ ، مسجلة عائدات بقيمة 203 مليار دولار امريكي في عام 2005 ، مع تحقيقها لموارد جيدة من العملة الصعبة في 46 دولة من اصل (49) دولة اقل نمو¹ .

الامر الذي دفع منظمة السياحة العالمية - World Tourism Organization الى الدعوة الي ترسيخ ثقافة السياحة في المجتمعات النامية ، كوسيلة و اداة فعالة يمكن لها ان تساهم في القضاء على مشكلة التخلف والفقر ، و من خلال برنامجها : السياحة المستدامة كأداة فعالة للقضاء على الفقر (المعروف اختصارا ب Programme) (ST - EP) والمطلق في مؤتمر القمة العالمي للتنمية المستدامة المنعقد في جوهانسبورغ (جنوب افريقيا) خلال الفترة من 26 اوت الى 4 سبتمبر 2002 كأحد الاهداف الانمائية لللفية ، و هي القمة المعروفة ب (ريو + 10) اي عشر سنوات بعد قمة ريو (قمة الارض) التي نظمتها الامم المتحدة في ريو دي جانيرو / البرازيل للفترة 3 - 14 حزيران 1992 . و هي سياحة (اي السياحة المستدامة) تهدف بالدرجة الاساس الى توليد المداخل و خلق فرص العمل المؤقتة و الدائمة في القطاع السياحي و القطاعات المرتبطة به (الزراعة ، النقل ، البناء و المقاولات ، التجارة ، الصناعات الحرفية اليدوية ، ...) ، و اتاحة مجالات المشاركة الواسعة و الفعالة للأشخاص من المجتمعات النامية في الأنشطة و الفعاليات السياحية خصوصا الفقراء منهم ، و على نحو سليم و دون ترك اية

¹ - احصائيات منظمة السياحة العالمية UNWTO ، 2007.

بصمة سلبية على النواحي الاجتماعية و الاخلاقية على المدى القريب و البعيد ، مع التوظيف الحقيقي للموارد الطبيعية و الثقافية المتوفرة في عملية تقديم منتجات سياحية عديدة و متنوعة، و على نحو يراعي مصالح الاجيال الحاضرة و المستقبلية لهذه المجتمعات و غيرهم.

و يعرف عن القطاع السياحي بأنه من اكثر القطاعات استخداما للعمالة بمختلف انواعها ، و وفقا لتوقعات مجلس السفر و السياحة العالمي فان صناعة السياحة و السفر ستكون في طليعة الصناعات الاسرع نموا خلال 2013 -2021 على النطاق الدولي مع امكانية خلقها لنحو (66) مليون فرصة عمل ستشمل الفقراء ايضا و الفئات المحرومة و المعدومة اقتصاديا من سكان الدول النامية .

08.مشاكل التنمية السياحة في المجتمعات النامية:

1. اعتماد الدول النامية وتركيزها على المنتجات السياحية الموروثة مما اثر على تطوير منتجات جديدة يدعم ديمومة السياحة، وقلة التمويل لبعض المنتجات السياحية والتركيز دائما" على منتج سياحي رئيسي دون الآخر، والتميز بين منتج سياحي وآخر قد يكون السبب بعدم استدامة ذلك المنتج.
2. عدم توفر البنية التحتية بالمواقع السياحية الواعدة بالإضافة إلى ضعفها بين الدول النامية.
3. عدم تفعيل التعاون والتنسيق المشترك بين شركاء التنمية السياحية في البلدان النامية.
4. صعوبة الإجراءات والأنظمة الإدارية والتمويلية بالدول النامية.
5. ضعف تأهيل بعض العاملين في قطاع السياحة بسبب عدم توفر مراكز تدريب متخصصة قادرة على خدمة هذا القطاع لكون العنصر البشري من أهم ركائز التنمية السياحية.
6. عدم توعية المجتمعات المحلية بأهمية السياحة ودورها في تنمية فرص العمل والاقتصاد المحلي.
7. الظروف السياسية والأمنية التي تمر بها الدول النامية خاصة في المنطقة العربية في الوضع الحالي يؤثر سلبا" على استدامة التنمية السياحية.
8. عدم وعي الدول بالأهمية الاقتصادية للمنتجات الحرفية وتطويرها كرافد اقتصادي لتنمية المجتمعات المحلية.

9. لا توجد جمعيات مهنية سياحية في بعض الدول النامية لدعم صناعة السياحة.
10. عدم التركيز على السياحة كمصدر أساسي للاقتصاد في بعض الدول النامية وتركيزها فقط على تطوير المصادر الاقتصادية القائمة.

09. إجراءات ترقية وترسيخ الثقافة السياحية في الدول النامية

لأن السياحة تعتبر وسيلة مهمة لتعريف الآخرين بالتراث الثقافي و الحضاري لكل دولة ومنطقة، وتساعد على خلق ثقافة متجددة بين كافة الشعوب النامية، وتعمل على خلق فرص عمل وتوليد للدخل وتخفيف القيود علي ميزان المدفوعات والمساهمة بالتالي في التنمية الاقتصادية وجب على كل دولة من الدول النامية التي تطمح إلى تحقيق التطور المأمول في القطاع السياحي وترسيخ ثقافة سياحة لدى شعبها اتخاذ الإجراءات والتدابير التالية:

1. توزيع التنمية على مختلف المناطق والأقاليم بما في ذلك المناطق النائية بوضع برنامج لضمان تنمية متوازنة .
2. الحفاظ على الهوية والتقاليد والعادات الخاصة بكل دولة والتي تعتبر أرث ثقافي هام.
3. تدعيم القطاعات الاقتصادية الغير مباشرة المرتبطة بصناعة السياحة مثل (الاستشفاء، السياحة الزراعية والبيئية ، السياحة الثقافية ، سياحة المؤتمرات ، سياحة التسوق ...الخ) بما يحقق التغلب على الموسمية في النشاط السياحي.
4. إنشاء مؤسسات تمويلية مدعومة من الحكومات لدعم وتنشيط السياحة في الدول النامية.
5. تخصيص الأراضي السياحية و دعم شركات التمويل والتطوير العقاري لتنمية البنية التحتية لها.
6. تخصيص ميزانية طارئة لخدمة قطاع السياحة في دول العالم الثالث لاستخدامها في الحالات الطارئة.
7. الاستخدام الأمثل للموارد السياحية وزيادة نوعية الإنتاج وتقليل الهدر في استخدام تلك الموارد، واستغلال هذه الموارد في منتجات سياحية فعالة.
8. تنمية وتطوير ودعم منظمي الرحلات السياحية عبر دول العالم الثالث لتسويق المنتجات السياحية المختلفة.

9. حماية وتطوير المواقع الأثرية التاريخية والدينية لتنمية السياحة المستدامة من خلال شركات التنمية السياحية.
10. تخصيص الأراضي السياحية و دعم شركات التمويل والتطوير العقاري لتنمية البنية التحتية لها.
11. توعية المجتمعات النامية من خلال برامج إعلامية تحسن مفهوم المجتمعات ونظرتها للسياحة بشكل عام.
12. إعداد الدراسات والأبحاث الاجتماعية والاقتصادية للحفاظ على ثقافة المجتمعات المحلية ورصد الأثر الاقتصادي والبيئي لتنمية السياحة.
13. بناء آلية التعاون بين الهيئات والمنظمات الحكومية الجمعيات المهنية في إطار دول العالم الثالث، بين الدول النامية والدول المتطورة لدعم صناعة السياحة بما يضمن مشاركة أصحاب الأعمال في تخطيط وتنمية السياحة بشكل فاعل ويذلل ما قد ينشأ من عقبات يواجهها القطاع الخاص السياحي.
14. تدعيم شبكة البنية التحتية الحالية بين الدول النامية بما يتناسب مع احتياجات المواقع السياحية شاملة كافة أشكال هذه البنية من طرق ومطارات داخلية وكهرباء ومياه وغيرها.
15. الالتزام بالمبادئ الأساسية للتنمية المستدامة والمحافظة على المقومات البيئية وعلى التراث الطبيعي والحضاري وترسيخ قيم التواصل والتعارف بين الدول والشعوب النامية.
16. المحافظة على الحرف اليدوية الموجودة ودعم وتنشيط المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لتنمية تلك الحرف.
17. إنشاء ودعم شركات التنمية السياحية المحلية والدولية لتطوير صناعة السياحة..
18. الشراكة بين القطاع العام والخاص لتطوير مفاهيم تخدم السياحة بما ينسجم مع متطلبات كل بلد.
19. اعتماد قطاع السياحة كأداة فاعلة لتحسين دخل المواطن والحد من الفقر والبطالة.
20. تفعيل مشاركة المجتمعات المحلية ودمجها في عملية التنمية السياحية.

خاتمة

مما لا شك فيه أن بإمكان قطاع السياحة أن يلعب دورا كبيرا في التنمية الاقتصادية في البلدان النامية ليس فقط بسبب ما تتمتع به هذه البلدان من موارد سياحية مستغلة وغير مستغلة، بل بسبب الزيادة الكبيرة في عدد مواطنيها الذين يسافرون إلى شتى بلدان العالم سواء للعمل أو للترفيه أو لأي أغراض أخرى، لذلك من الواجب إجراء دراسات لتقييم أداء القطاع السياحي في الدول النامية من أجل تشخيص أهم المشاكل والعراقيل التي يواجهها قطاع السياحة في هذه الدول، والعمل على إرساء صناعة سياحية متطورة ومستدامة في البلدان النامية، وتعزيز التعاون بين دول العالم الثالث في هذا المجال.

قائمة المراجع:

1. نور الدين هرمز ، التخطيط السياحي والتنمية السياحية ، مجلة جامعة تشرين للدراسات والبحوث العلمية، سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية المجلد (28) العدد 3، 2006.
2. غنيم محمد عثمان، التخطيط السياحي والتنمية، الأردن، 2004 ص 45-246.

3. **كافي مصطفى يوسف**، صناعة السياحة كأحد الخيارات الإستراتيجية للتنمية الاقتصادية، دار الفرات للنشر والتوزيع 2006، ص 106.
4. **نبيل دبور**، مشاكل وآفاق التنمية السياحية المستدامة في البلدان الاعضاء بالمؤتمر الاسلامي:مجلة التعاون الاقتصادي بين الدول الاسلامية، 2004، ص03.
5. **ناجي التونسي** ، دور وآفاق القطاع السياحي في إقتصادات الأقطار العربية ، ورقة عمل مقدمة للملتقى الدولي حول السياحة والتنمية، المعهد العربي للتخطيط – الكويت ، 2001.
6. **احصائيات منظمة السياحة العالمية UNWTO** ، 2007.