



**إحياء وتفعيل
طرق التواصل الثقافي بين الشعوب
طريق الحج الأفريقي نموذجاً**

**ورشة
العمل
الإقليمية**



**السياحة الثقافية في فضاء طريق الحج الأفريقي
(نحو إستراتيجية لتخفيف وطأة الفقر)**

د. علي محمد عثمان العراقي

جامعة وادي النيل
منسق مبادرة طريق الحج الأفريقي

مركز الشهيد الزبير للمؤتمرات

الخرطوم ٢٩ أبريل - ١ مايو ٢٠٠٨ م

السياحة الثقافية في فضاء طريق الحج الأفريقي

(نحو إستراتيجية لتخفيف وطأة الفقر)

علي محمد عثمان العراقي
جامعة وادي النيل
منسق مبادرة طريق الحج الأفريقي

(١) مدخل:

تهدف هذه الورقة لرصد حركة السياحة الثقافية في بعض دول الإقليم (فضاء طريق الحج الأفريقي) وأهميتها الاقتصادية ومدى إسهام هذا النشاط - بما يدره من عملات حرة ويوفر من عمالة- في تخفيف وطأة الفقر في هذه المجتمعات وتحقيق الرفاه.

وتبدأ الورقة بتوضيح بعض القضايا المفاهيمية المرتبطة بالمصطلحات الأساسية المتداولة كالسياحة، الفقر وغيرها لتصل لتعريفات تتفق مع منهج الدراسة ثم تدلف لاستعراض واقع السياحة الثقافية ببعض دول الإقليم وتختتم الورقة باقتراح مشروعات عملية في فضاء الطريق.

(٢) قضايا مفاهيمية:

(٢-١) مفهوم السائح:

بدأ الاهتمام ببلورة تعريف متفق عليه لمصطلح (سائح) منذ ثلاثينات القرن العشرين وذلك لحوجة الدول والمؤسسات لرصد حركة السياحة ومعرفة حجمها بعدما تبين دورها الاقتصادي وأثرها في معدلات التبادل الدولي؛ وقد أوصت لجنة خبراء الإحصاء التابعة لعصبة الأمم في ١٩٣٧م باعتماد التعريف التالي:

"يعتبر السائح أي شخص يسافر لمدة أربع وعشرين ساعة فأكثر إلى دولة غير الدولة التي يقيم فيها" (روبنسون، ١٩٨٥م).

ويلاحظ أن هذا التعريف تجاهل الرحالة والسياحة الداخلية كما أنه أدخل العمالة الأجنبية في تعريف "السائح".

وتوالت بعد ذلك المحاولات لعلاج الخلل في التعريف السابق حتى انعقد مؤتمر الأمم المتحدة عن الأسفار والسياحة الدولية في روما سنة ١٩٦٣م وأصدر تعريفاً معدلاً وهو:

"تصف عبارة سائح أي شخص زائر لدولة غير الدولة التي أتخذها مقراً لإقامته العادية لأي سبب غير ممارسة مهنة يؤجر عليها داخل الدولة المزاراة" (Peters, 1969)

وفي ١٩٧٠م أقرت لجنة السياحة بالاتحاد الدولي لمؤسسات السياحة الرسمية التعريف المعتمد حالياً والذي ينص على أن السائح هو:

"أي يقام أجنبي في دولة لما يزيد على أربعة وعشرين ساعة وأقل من العام لغير غرض العمل^١

(٢-١) أشكال السياحة :

السياحة هي إحدى ظواهر النشاط الإنساني وتتميز بخاصية الانتقال من مكان لآخر ومن بيئة ثقافية لأخرى على أن يكون هذا الانتقال مؤقتاً وليس بغرض الإقامة الدائمة ولا يدر ربحاً للسائح.

ويتم تصنيف السياحة لعدد من الأشكال وفقاً لمعايير متعددة مثل، معيار الحدود السياسية والذي يصنف السياحة لدولية وداخلية، معيار مدة الإقامة الذي يفرق ما بين السياحة الموسمية وسياحة الإقامة، المعيار الاجتماعي الذي يصنف

^١ للتوسع في تطور مفهوم السائح أنظر :-

- صلاح الدين عبدالوهاب، تخطيط الموارد السياحية، القاهرة، ١٩٨٨م.
- هـ. روبنسون : جغرافية السياحة، ترجمة ، محبات الامام، ١٩٨٥م.
- بدر مرسى، دراسة سوسيوولوجية للتنظيمات السياحية، الاسكندرية، ١٩٩٦م.

السياحة إلى فردية وأخرى جماعية- ثم معيار الدافع للسياحة والذي يقسمها إلى
سياحة ثقافية/ رياضية/ علاجية/ دينية/ اقتصادية/ مؤتمرات/ ترفيهية . (الروبي
١٩٨٨م/العنتيل ١٩٨٠م)

وما يهمننا - لأغراض هذه الدراسة- التأكيد على نوعين من أنواع السياحة وهما
السياحة الداخلية والسياحة الثقافية، فالسياحة الداخلية هي التي تتم داخل حدود البلد
بمعنى انتقال الفرد أو مجموعة أفراد من منطقة إلى أخرى داخل إقليم البلد الواحد؛ وقد
أكدت كثير من الدراسات أهمية السياحة الداخلية ودورها الفعال اقتصادياً - بخلاف
البعد الثقافي لها- في هيكل سياحة الدول، وذهبت دراسة (Eagle, 1998) إلى أن
حجم السياحة الداخلية في أستراليا يعادل (١٠) أضعاف السياحة الدولية لها.

أما السياحة الثقافية فنعني بها حركة السياح تجاه بعض المقاصد بدافع ثقافي،
ولئن تعارف الناس قديماً على الآثار كمكون رئيسي لهذا النوع من السياحة فإن
الدراسات الحديثة قد ذهبت بعيداً وتوسعت في مفهوم موارد السياحة الثقافية ولعل أبرز
الاجتهادات دراسة (Helder De Costa, 1998) والتي فصل فيها الموارد الثقافية
لتشمل :

١. المصنوعات اليدوية .
٢. تاريخ الإقليم، العادات والتقاليد والمعمار .
٣. المأكولات المحلية .
٤. الفن والموسيقى .
٥. نمط وشكل الحياة .
٦. الدين والمعتقدات .
٧. اللغات المتداولة .
٨. الملابس والزى التقليدي .

إن السياحة الثقافية- وهي مدار اهتمامنا- قد تنامت بشكل ملحوظ خلال السنوات
الماضية وأصبحت تحتل موقعاً متقدماً في أنماط السياحة الدولية، ولعل مرد ذلك لزيادة

حركة الوعي في المجتمعات وإحساس السائح بضرورة البحث والمعرفة عن الحضارات،
والتقافات والتنوع البشري الهائل وذلك عوضاً عن سياحة المتعة والشواطئ.

(٣-١) الموارد السياحية:

ينتقل السائح من مكان إقامته لمقصد سياحي واشباعاً لدوافع متعددة وللتمتع بالموارد
السياحية بهذا المقصد وانتفاعاً بها؛ ولئن أُنقِ على أن المورد (Resource) هو "كل
شئ يشبع حاجة الشخص أو رغبته (Hegazi, 2001) فإن الموارد السياحية ليست
استثناءً من هذا التعريف الجامع.

والموارد أو الجواذب السياحية هي كل ما يتوافر في الدولة أو المنطقة المعينة ويكون
صالحاً لتلبية دافع سياحي محدد، ولذا تتباين الموارد السياحية وتتنوع تنوعاً كبيراً
وتظل هذه الموارد خاماً وغير مستغلة حتى يتم تحويلها لمنتج (Product) ويحدث ذلك
فقط عند دخولها في منظومة تضم رأس المال البشري المدرب والقادر على التسويق
ورأس المال المادي الذي يؤدي لإنشاء البنيات الأساسية وطاقات الإيواء وغيرها؛
ويلاحظ أن هنالك نقلة نوعية كبيرة قد حدثت في مفهوم (المورد السياحي) وذلك بإدخال
المجتمع المحلي بعاداته وتقاليد ولغاته الأمر الذي يسر لاحقاً بروز مدارس السياحة
المتصالحة مع البيئة (Ecotourism) والسياحة المسؤولة (Responsible Tourism)
وغيرها من اتجاهات لم تقف عند حد توسيع مفهوم (المورد) بل وطالبت بضرورة إدماج
المجتمع المحلي في عمليات التخطيط والتنفيذ لبرامج التنمية السياحية.

إن للمنتج السياحي (المورد) خصائص متعددة تميزه عن غيره من منتجات الخدمات
وقد حدد (Eagle, 1997) هذه الخصائص في :

١. يتم استهلاك المنتج السياحي في الموقع بعيداً عن المنزل.
٢. لا يمكن تعبئة أو تخزين المنتج السياحي أو استرجاعه إلا في شكل حكايات أو
ذكريات.
٣. يعتبر المستهلكون (السواح) منخرطون بشكل أساسي في إنتاج خبراتهم وترويجها
وبالتالي يعتبرون جزءاً من منظومة التسويق السياحي.

٤. لا يمكن تخزين المنتج السياحي في أوقات قلة الطلب وبيعه عند الرواج وتنامي حجم الطلب.
٥. تتم عمليات إنتاج واستهلاك المنتج السياحي بصورة تدريجية.
٦. إن الصورة الأساسية للمورد والتي يطلق عليها (خبرات الموقع تبدأ في التبلور قبل وأثناء المشاركة في البرنامج السياحي).

(٤-١) الفقر:

الفقر من المفاهيم متعددة الأبعاد التي تحاول وصف ظاهرة اجتماعية واقتصادية بالغة التعقيد والتشابك من جهة، وهو مفهوم يختلف باختلاف المجتمعات وأدوات القياس والخلفية الفكرية والأخلاقية لدارس الظاهرة من جهة ولئن اتفق على أن: (الفقر هو عدم القدرة على تحقيق الحد الأدنى من مستوى المعيشة).

فإن السؤال الأهم، كيف يتم قياس ذلك؟

لا بد من التأكيد على أنه مهما تعددت تعريفات الفقر فإن هنالك مكونان مهمان يظلان الأكثر حضوراً في كل التعريفات وهما:

١. مستوى المعيشة: والذي يعبر عنه بالاستهلاك من سلع محددة مثل الغذاء، الملابس أو السكن والتي تمثل الحاجات الأساسية للإنسان.
٢. الحق في الحصول على حد أدنى من الموارد وهو يركز على الدخل أي الحق في الحصول على الحاجات الأساسية أو القدرة على الحصول عليها. (الفارسي، ٢٠٠١م) (Misra & Puri, 1985)

ولكن ينبغي الانتباه إلى أنه ومع حضور هذين المكونين فإن أي تعريف إحصائي للفقر إنما يعكس مجموعة من القيم التي تضع الحد الأدنى من مستوى المعيشة لتلبية الحاجات الأساسية وذلك في إطار اجتماعي وثقافي محدد وفي فترة زمنية معينة (Atkinson, 1989)

ودونما دخول في تفاصيل فنية ومعادلات رياضية فإن هنالك ثلاثة مناهج لقياس الفقر هي:

١. منهج يعتمد على تحديد حجم الاستهلاك من سلع محددة.

٢. منهج يعتمد على الدخل الكلي لوحدة القياس (الفرد / الأسرة) .

٣. منهج يعتمد على تحديد حجم الرفاه الكلي .

لقد ثار جدل كثيف خلال الربع الأخير من القرن العشرين أيهما أولى بالرعاية: النمو الاقتصادي المجرد أم تحسين أوضاع الفقراء؟ وقد ذهب فريق من الاقتصاديين إلى أننا عندما نركز على المستويات المطلقة للمعيشة كمعيار فإن المتغير النسبي للتحليل هنا يكون الدخل (Fuentes, 2005)؛ وحيث أن دخول الأغنياء لا تؤثر على أوضاع الفقراء فلا داعي للاهتمام بها خاصة وأن النمو الاقتصادي يستفيد منه الأغنياء والفقراء سويًا (Dollar & Kray, 2001)، بل أكد البعض أن الفقر المطلق والتفاوت في توزيع الدخل قد انخفض خلال العشرين عاماً الماضية (Sala-i- Martin, 2002) وفي المعسكر الآخر وقف فريق آخر ناقد لهذه الأطروحة وذهب إلى أن التفاوت في توزيع الدخل يؤثر بشكل مباشر على رفاه الفقراء؛ وقد توصلت بعض الشروحات والتفسيرات إلى أن مدخل الحرمان النسبي بشرح العلاقة السببية ما بين التفاوت في توزيع الدخل والكفاءة الاقتصادية هذا فضلاً عن أن التفاوت يقود لعدم الاستقرار السياسي والاضطرابات الاجتماعية (Aghir & oHress, 1999)

وقد ذهب (Bourguignon, 2004) خطوة أبعد وحاول شرح العلاقة بين النمو، الفقر والتفاوت في توزيع الدخل فقال:

(أن تخفيف وطأة الفقر المطلق لهدف مهم للتنمية ولبلوغ هذا الهدف تحتاج الدول لتوليفة قطرية من استراتيجيات النمو وسياسات التوزيع .

قد تنامي هذا التيار خلال الأعوام الماضية ليتخذ مع مطلع الألفية الثالثة طابع التوافق العالمي بإقرار الجمعية العامة للأمم المتحدة سنة ٢٠٠٠م وثيقة (الأهداف الإنمائية للألفية) والتي اهتمت بقضايا طالما تجاهلتها النظريات التقليدية كقضايا التعليم، الصحة، المياه النقية، الفقر، تمكين المرأة وإقرار سياسات كلية بالدول تكون أكثر محاباة للفقراء (Pro-Poor Policy) لضمان استدامة النمو .

(٢) حركة السياحة العالمية:

إن السياحة كظاهرة انتقال بشري قديمة قدم التاريخ غير أنها عبر القرون تغيرت أشكالها وأنماطها إلى أن ظهرت السياحة المنظمة الحديثة في منتصف القرن العشرين (عبدالوهاب، ١٩٩٨م) وتطور هذا القطاع خلال القرن العشرين ليصبح نشاطاً إنتاجياً ويدخل في مجال (صناعة الخدمات) وليتحول من مجرد ترفيه وحركة غير مفسرة إلى صناعة لها اقتصادياتها ونظرياتها وتداخلها مع القطاعات الاقتصادية الأخرى.

يعتبر ظهور نمط (السياحة الشاملة الجماعية Mass Tourism في النصف الثاني من القرن العشرين هو التطور الأبرز في حركة السياحة العالمية حيث أصبحت تمثل نشاطاً اقتصادياً ضخماً يولد عائدات كبيرة للدول ويوفر فرص عمالة ويعمل على خلق متواليات هندسية للسياحة لترابطها بحولي (٧٠) صناعة أخرى (الرافعي، ٢٠٠٠م)

الجدول التالي يوضح تطور أعداد السواح خلال الفترة من (١٩٥٠م - ٢٠٠٠م)
جدول رقم (٢-١)

عدد السواح	العام
٢٥ مليون	١٩٥٠م
١٦٦ مليون	١٩٧٠م
٤٣٦ مليون	١٩٩٠م
٦٨٤ مليون	٢٠٠٠م

ويلاحظ الزيادة الكبيرة والواضحة بمقارنة سنة ١٩٥٠م بأعداد السواح سنة ٢٠٠٠م وإذا حاولنا تفعيل الحركة السياحة بالأقاليم الجغرافية سنجد أن أوروبا (كمقصد سياحي) تستأثر بنسبة تتجاوز ٥٠% من الحركة كما نرى في الجدول التالي:

جدول رقم (٢-٢)

معدل النمو السنوي (%)	النصيب في السوق		النصيب في السوق %	عدد السواح الدوليين (مليون)					الإقليم
				٢٠٠٦م	٢٠٠٥م	٢٠٠٠م	١٩٩٥م	١٩٩٠م	
٢٠٠٦م	٥٥	٤٥	١٠٠	٨٤٦	٨٠٣	٦٨٤	٥٣٦	٤٣٦	العالم
٢٠٠٦م	٥٥	٤٣	٥٤ر٤	٤٦٠ر٨	٤٣٨ر٧	٣٩٢ر٥	٣١٠ر٨	٣٠٣ ٢٦٢	أوروبا
٧ر١	٧ر٧	٧ر٨	١٩ر٨	١٦٧ر٢	١٥٥ر٣	١١٠ر٦	٨٢ر٥	٥٦ر٢	آسيا الباسفيك
١ر٠	٢ر٠	٥ر٩	١٦ر١	١٣٥ر٩	١٣٣ر٢	١٢٨ر٢	١٠٩ر٠	٩٢ر٨	الأمريكتين
٦ر٥	٩ر٢	٨ر٨	٤ر٨	٤٠ر٧	٣٧ر٣	٢٧ر٩	٢٠ر١	١٥ر٢	أفريقيا

World Tourism Organization (2007)

المصدر:

ويلاحظ من الجدول ضآلة نصيب أفريقيا في سوق السياحة العالمي، فبينما تستأثر أوروبا بحوالي ٥٤ر٤% من هذا السوق وآسيا والباسفيك بنسبة ١٩ر٨% فإن نصيب أفريقيا كلها كمقصد سياحي لم يتجاوز في ٢٠٠٦م ما نسبته ٤ر٨% من إجمالي حركة السياحة العالمية.

ولتكتمل الصورة عن واقع حركة السياحة ونصيب أفريقيا من عائداتها، فلنستعرض موقف العائدات السياحية بالأسعار المحلية والدولار ومتوسط انفاق السائح للأعوام ٢٠٠٢م - ٢٠٠٣م - ٢٠٠٤م - ٢٠٠٥م - ٢٠٠٦م في أفريقيا وبعض الأقاليم الأخرى:

جدول رقم (٢-٣)

الدولة	نسبة التغير بالعملة المحلية %			النصيب في %	العائدات بالدولار		معدل إنفاق السائح (دولار)
	٢٠٠٢م و٢٠٠٣م	٢٠٠٣ و٢٠٠٤	٢٠٠٤م و٢٠٠٥		٢٠٠٥م و٢٠٠٦م	٢٠٠٥م	
العالم	-١٥	٩ر٨	٣ر٢	٤ر٣	٦٧٦	٧٣٣	٨٧٠
أوروبا	-١٥	٣و١	٢ر٥	٣ر٧	٣٤٨ر٨	٣٧٤ر٥	٨١٠
آسيا والباسفيك	-٨٧	٢٥ر١	٤	٨ر٩	١٣٤ر٥	١٥٢ر٦	٩١٠
الأمريكتين	-٢١	١١ر٦	٤ر٣	١ر٨	١٤٥ر٢	١٥٤ر٠	١ر١٣٠
أفريقيا	٢٣ر٨	٦ر٠	١٠ر٥	١٠ر٢	٢١ر٧	٢٤ر٣	٦٠٠

إن النظر للجدولين (٢-٢) / (٢-٣) لتعطينا الصورة الكاملة عن ضالة نصيب إفريقيا في سوق السياحة العالمية وتدني عائداتها، حيث لم يتجاوز نصيبها ٣٣% من جملة العائدات العالمية بحوالي ٢٠٨% لآسيا والباسفيك؛ بل أن إنفاق السائح القادم لأفريقيا هو الأدنى على مستوى العالم حيث لا يتجاوز (٦٠٠) دولار خلال رحلته بينما يصل لما يزيد عن (١١٠٠) دولار في أمريكا و (٩١٠) دولار في آسيا والباسفيك.

معلوم أن إنفاق السائح في المقصد المعين يعتمد بشكل مباشر على مدة الرحلة، توافر الخدمات وتعدد الجوائز وهذه محاور ما زالت أفريقيا تسجل فيها معدلات متدنية، وتتوقف برامج التنمية السياحية على مدى التحسن الذي يطرأ على هذه المحاور.

وتزداد الصورة قتامة إذا علمنا أن معظم الشركات السياحية الكبرى العاملة في أفريقيا ومنظمي الرحلات من خارج القارة؛ أي أن هذه العائدات مع ضالتها - لا يتمتع بها المجتمع المحلي.

إن معظم الدول في فضاء طريق الحج الأفريقي من المحيط الأطلسي وحتى البحر الأحمر - أو ما أُصطلح على تسميته بالساحل الصحراء - تتمتع بنشاط سياحي قل أو كثر وخاصة في مقاصد السياحة الثقافية، ولكن يتردد السؤال الأهم في ما مدى استفادة المجتمعات المحلية من عائدات هذه الأنشطة؟ فهل أسهمت حركة السياحة المحلية في تقديم صورة إيجابية للخارج عن ثقافة وعقائد هذه المجتمعات؛ أم يتعامل السائح مع الأرض وتجاهل ساكنيها؟! وكيف يمكن توظيف كل المقاصد السياحية - خاصة الثقافية - لتوصيل وتحذير الوعي برسالة الأمة الواحدة المتفقة على الكليات والمتنوعة الخصوصيات؟!

كل هذه الهواجس والهموم هي ما دفعت الباحث بكتابة هذه الورقة، وسأحاول فيما يلي تقديم إطار معرفي للقضية ومن ثم إخراج بعض البرامج العملية.

(٣) السياحة في فضاء الطريق:

تحو سياحة لصالح الفقراء:

يقصد بمصطلح (السياحة لصالح الفقراء)؛ Pro-poor tourism أنها السياحة التي تخلق وتحقق عائدات وفوائد صافية للفقراء وتتجنب سلبيات السياحة التقليدية (ODI,1999) وقد برز هذا الاتجاه كتطور طبيعي لضمان استفادة المجتمع المحلي من موارده السياحية والعمل على إدماجه في مراحل النشاط السياحي كافة. إن أبرز ميزات السياحة أنها يمكن أن تكون برنامجاً جيداً لتخفيف وطأة الفقر إذا ما إتبنت على مفاهيم الاستدامة (Sustainability) وذلك لأن وجد معظم الموارد السياحية في الريف وقدرة السياحة على توليد الدخل وتنظيم الارتباطات تجعل منها نشاطاً منحازاً للفقراء وقادرة على ضمان توزيع أكثر عدالة للدخل للمجتمع وتقليل حدة التفاوت وذلك يمر بعدة خطوات أبرزها :

١. قيام الحكومة بإقرار سياسات سياحية تستنبط مفاهيم الاستدامة بالانحياز للفقراء وتنظيم استفادتهم من النشاط السياحي ولا يتم ذلك إلا بتجاوز الأجهزة الحكومية (المؤشرات النقدية) في التخطيط السياحي والنظر لما

وراء العائدات والبحث عن مكوناتها، نمط توزيعها هيكل القوة العاملة في القطاع السياحي.

٢. المدخل المتوازن في التخطيط السياحي، فدمع المستويات المحلية يجب أن يكون مترافقاً مع تحسين أوضاع البيئة والدفع باتجاه إقرار سياسات الجودة في هذا القطاع.

٣. تطوير وتقوية الارتباطات الاقتصادية ما بين السياحة والقطاعات الأخرى.

٤. إقامة وتيسير عمل شركات ما بين قطاع الأعمال الصغيرة ومتناهية الصغر (Small/ micro) بما فيها مشروعات المجتمع المحلي وهيكل الصناعة العالمية للسياحة وذلك للاستفادة من الخبرات الضخمة للشركات الكبرى العاملة في هذا القطاع وتخييرها لصالح المجتمع المحلي عبر الاستثمارات الصغيرة، برامج التسويق وبناء القدرات.

٥. تقييم وتنفيذ برامج تمويل تستهدف المشروعات الصغيرة ومتناهية الصغر في القطاع السياحي؛ فهذه المشروعات هي السبيل الأفضل لتنظيم استفادة الفقراء من عائدات السياحة.

إنه من الضروري - لضمان حسن تنفيذ كل ما ذكر سابقاً - إحكام التنسيق والتكامل

بين كل الجهات ذات الصلة بالنشاط السياحي وذلك على النحو التالي:



وقد حاولت بعض الدراسات المهمة بمنهج (السياحة لصالح الفقراء) تحديد أطر عملية لتحرك الفاعلين الرئيسيين في القطاع السياحي لتخفيف وطأة الفقر، ومن أبرز هذه الدراسات: (Goodwin, 2004), (Ashley, 2004), (Jamieson & oHes 2004), (005) حيث اقترحت استهداف الفقراء عبر ما أسمته (نطاق الفقر Poverty Zoon) وذلك بعد توفر عدد من الاقتراحات وهي:

١. أن يكون (نطاق الفقر) واقعاً في منطقة تخطط الحكومة فيها لتنمية السياحة ولها - المنطقة - ارتباط بقطاعات اقتصادية مختلفة.
٢. قدرة الجهاز الحكومي والفاعلين الرئيسيين على وضع خطة إستراتيجية لتنمية الموارد البشرية في المنطقة.
٣. إجراء مسح شامل يظهر الجوانب السياحية القائمة والمحتملة (موارد طبيعية، ثقافية، الخ...).
٤. ضمان قدرة المجتمع المحلي على تقديم الخدمات المطلوبة بواسطة السواح.

إن توافر هذه الاشتراطات والتي يمكن تسميتها بالأركان الأساسية الاستراتيجية (السياحة لصالح الفقراء) وقدرة الجهات المختلفة على تلبيةها ضرورية لتجاوز المعوقات التي تحول بين الفقراء والاستفادة من التنمية السياحية والتي يحملها فيما يلي:

- أ) ضعف البرامج الحكومية والتي تستهدف القطاعات غير المنظمة في السياحة.
- ب) شح الخبرات الحكومية في قطاع السياحة والتي تستطيع تصميم وإدارة برامج تستخدم / السياحي كآلية لتخفيف وطأة الفقر.
- ج) عدم قدرة الفقراء على النفاذ لبرامج الافتراضي والاستفادة منها.

د) تعاني بعض المناطق الريفية - ذات المعدلات العالية من الفقر - من ضعف البنيات الأساسية كالطرق والاتصالات وغيرها والتي هي ضرورية لقيام حركة سياحية.

هـ) تعاني الجهات الحكومية والقطاع الخاص من ضآلة المعلومات والدراسات عن حجم السوق المستهدف الأمر الذي يعوق قدرتهم على صياغة إستراتيجيات لصالح الفقراء وابتداع منتجات مبنية على معلومات حقيقية.

استراتيجية (السياحة لصالح الفقراء) Pro-poor Tourism

إن مفهوم السياحة لصالح الفقراء كإستراتيجية وبرنامج عمل بعد آخر تظهت (النمو لصالح الفقراء) pro-poor growth والذي تكن ميزته الأساسية في تحقيق للعدالة وتخفيف حدة التفاوت في المجتمع وهذا ما يعتمد عند بلوغ برامج النمو التقليدية والتي وإن بلغت بالبلاد معدلات عالية في النمو إلا أن هذا النمو لا يؤدي بالضرورة لتخفيف حدة الفقر (Adams, 2003, Dallar & Kray 2000) ؛ ذلك أن زيادة الدخل قد لا تكون متساوية وبدرجة من التوازن في المجتمع النامي الذي يضم الفقراء (Kanbur & Squire, 1999) وفي هذا السياق يذهب (Kakawani, 2003) إلى أن النمو في بعض الأحيان قد يؤدي لزيادة معدلات الفقر وهذا ما أكده أيضاً (Ravallior, 199, 2003).

إن إستراتيجية (السياحة لصالح الفقراء) لها مطلوبات أساسية وضرورية لضمان حسن تنفيذها وهي:

1. مشاركة المجتمع المحلي وإدماجه كجزء أصيل وشريك فاعل في التخطيط، التنفيذ والمتابعة للإستراتيجية حيث أن هذه المشاركة تعمل على تمكين العلاقات بين أفراد المجتمع (Barker, 1995, Chaunbers, 1997).

٢. تغيير فلسفة التخطيط للتنمية والتي كان يقوم بها النخب وكبار موظفي الخدمة المدنية إلى فلسفة (من أسفل إلى أعلى) Bottom-up approach وذلك بإدماج مؤسسات المجتمع في عمليات التخطيط وتحديد الأولويات (Clark, 2002)، ويذهب (Chinsinga, 2003) إلى أن مشاركة الفقراء لن تكون ذات جدوى إذا لم تأخذ الطابع المؤسسي ويتم إدماجهم في هياكل التخطيط للتنمية كشركاء أصليين.
٣. اعتماد برامج التمويل المصغر ومتناهي الصغر كآلية أساسية لإدخال المجتمع المحلي - حول الموقع السياحي- في دورة النشاط الاقتصادي، والعمل على توسيع مفهوم (التمويل المصغر) ليشمل فضلاً عن الإقراض تقديم الخدمات المالية الأخرى (Elahi & Demopoulos, 2004) (Remenyi & Quinones, 2000)
٤. ضرورة الاستفادة من المعرفة والحكمة التقليدية للمجتمعات المحلية وتوظيفها كمورد سياحي وكآلية لتواصل الأجيال واستدامة المعارف وفي هذا السياق يذهب (Van Balken, 2002) إلى أن التنمية المستدامة لا يمكن بلوغها بدون ضمان المشاركة، المحلية المستندة إلى أرث وحكمة مميزة.
٥. النقل - ما أمكن- من حجم الإدارة الأجنبية للمشروعات السياحية؛ ذلك أن السياحة بما تتميز من درجة عالية من التكامل الرأسي والتي تربط الموقع السياحي في دولة نامية بكبار منظمي الرحلات وشركات الطيران وسلاسل الفنادق العالمية هذه الخاصية تجعل العائدات الحقيقية ضئيلة (Dieke, 2000, Azarya, 2004)

السياحة الثقافية في فضاء الطريق:

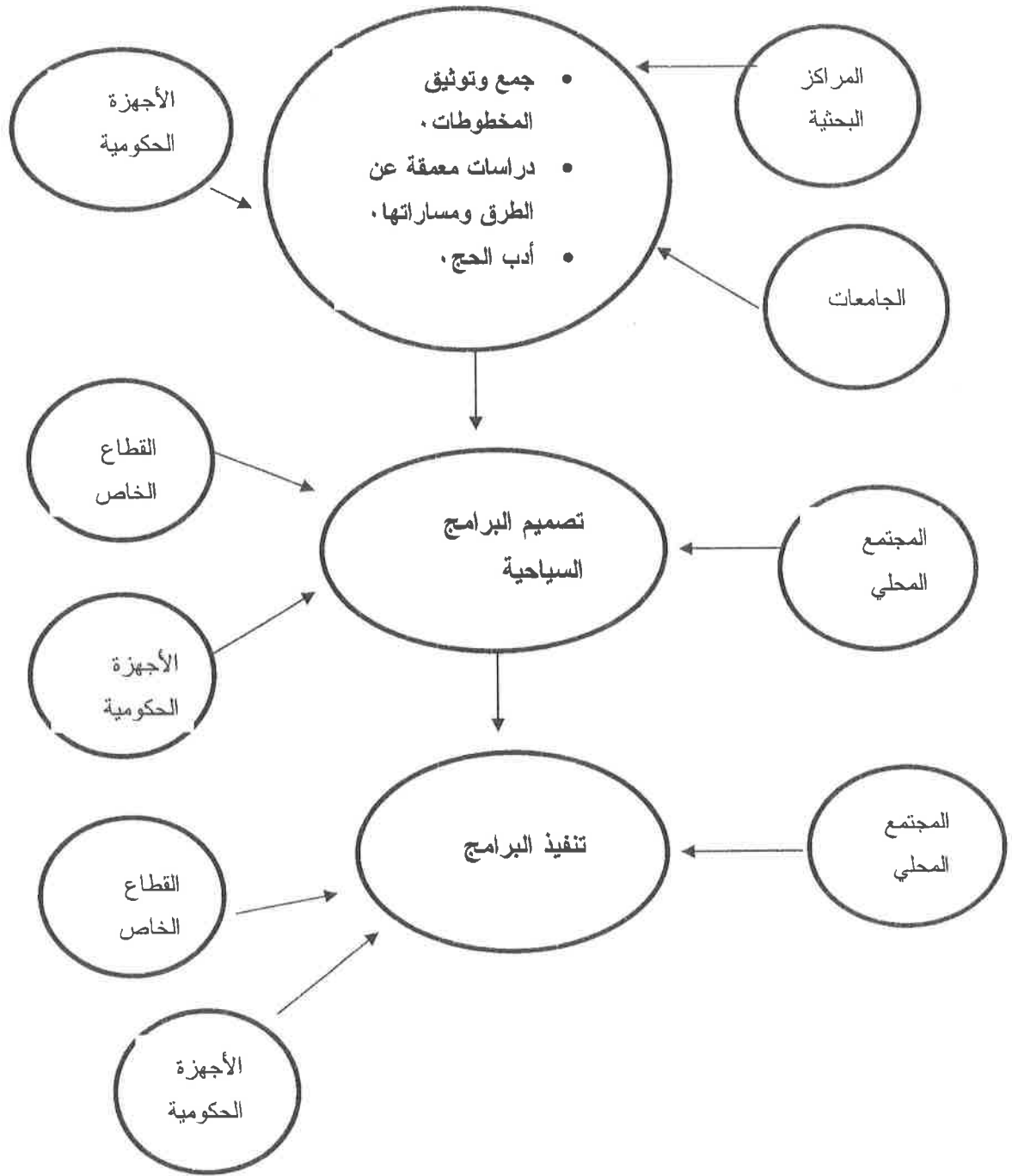
نحو إستراتيجية لتخفيف وطأة الفقر:

إن دول الإقليم- والممتدة من المحيط الأطلسي وحتى البحر الأحمر- تتمتع بمقومات سياحية هائلة وخاصة في الجانب الثقافي (آثار، نمط حياة، طرق قديمة،... الخ) مما جعلها مقصد مهم للسواح من كل أنحاء العالم، فكيف نجعل هذه الحركة تعمل لصالح المجتمع المحلي والفقراء؟ وكيف يدعم تدفق السواح الأهداف الكلية لمبادرة طريق الحج الأفريقي في تحسين الصورة وتعميق ترابط المجتمعات؟! وكيف يكون هذا البرنامج مدخلاً لزيادة التعاون الثنائي والإقليمي في فضاء الطريق؟! كل هذه الأسئلة وغيرها سنحاول الإجابة عليها في شكل برنامج عمل متكامل لدول الإقليم.

تسعى هذه الإستراتيجية- عوضاً عما تقدم- لتحقيق عدة أهداف أبرزها:

1. توظيف أدب الحج بما يحتويه من فلكلور لإبراز وتأكيد البعد الثقافي في أداء الشعيرة وأنها ليست (حركة بشر) فقط ولكنها حراك اجتماعي وثقافي هائل.
2. إبراز فضاء الطريق كمورد سياحي يمكن استغلاله لتعظيم المنافع الاقتصادية لدول الإقليم وخاصة المجتمعات المحلية.
3. تحسين صورة الإقليم في مخيلة الآخر والمساهمة في تغيير الصورة النمطية للأفريقي في وسائل الاعلام.
4. مساهمة السياحة الثقافية في تمكين المجتمعات المحلية وتخفيف وطأة الفقر.
5. زيادة معدلات السياحة البيئية بين دول الإقليم.

ينبغي التأكيد على أن هذا البرنامج يرتبط بشكل مباشر بالبرامج الأخرى التي تطرحها المبادرة من جمع وتوثيق المخطوطات، الدراسات التفصيلية عن مسارات الطرق، وغيرها من برامج تجعل التناغم والانسجام مابين هذه البرامج أساسياً لحسن تنفيذ الإستراتيجية وذلك على النحو التالي:



كما يلاحظ من الشكل فإن إدماج المجتمع المحلي وإشراكه في التخطيط والتنفيذ لمرتكز أساسي من مرتكزات هذه الإستراتيجية وذلك لضمان مراعاة حاجات الفقراء وتعظيم استفادتهم من البرامج السياحية المقترحة ونقترح أن يسير العمل على النحو التالي:

١. إجراء مسوحات لبعض دول الإقليم لتحديد الجاذب الثقافية ذات العلاقة بالطريق ومدى إمكانية الاستفادة منها وتحويلها لمنتج سياحي مكتمل الأركان .
٢. عقد اجتماعات للخبراء وذلك للتداول وإجازة تقارير المسوحات والتوافق على خطة العمل التفصيلية .
٣. عقد اجتماع لوزراء السياحة والثقافة في دول الإقليم بحضور الخبراء + ممثلين للمجتمعات المحلية .
٤. بدء حملة إعلامية وذلك لتسويق الطريق كبرنامج سياحي قطري إقليمي .
٥. تنظيم وإطلاق برامج سياحية قياسية (Standard) في البعد الإقليمي وكمثال على ذلك:

- رحلة مانسا موسى .
 - برنامج العواصم الثقافية لطريق الحج الأفريقي .
 - رحلة المحمل (والتي كان يقوم بها السلطان على دينار من دارفور لكسوة (الكعبة) .
٦. تحديد برامج سياحية على المستوى القطري .

حيث أن منهج العمل في هذه الإستراتيجية هو تشاركي وتجميعي على مستوى الدولة والإقليم فإني أقترح وصفاً لأدوار الشركاء على النحو التالي:

أدوار الشركاء

الأدوار والتدخلات المطلوبة من الشركاء				الرقم	الهـدف
المانحون	القطاع الخاص	المجتمعات المحلية	الحكومات		
المساهمة في تمويل المسوحات وبناء القدرات	المساهمة في إجراء المسوحات	المساهمة في إجراء المسوحات	إجراء المسوحات للموارد السياحية وتصنيفها وتحديد أولويات التنمية	١	تحديد المقاصد السياحية في فضاء الطريق
تمويل الدراسات	المساهمة في إجراء الدراسات	المساهمة في إجراء الدراسات عن الطلب السياحي	إجراء دراسات معمقة عن خصائص الطلب السياحي والجنسيات	٢	رفع نصيب الإقليم في سوق السياحة

الأدوار والتدخلات المطلوبة من الشركاء				الرقم	الهـدف
المانحون	القطاع الخاص	المجتمعات المحلية	الحكومات		
تدريب الموظفين + المجتمع المحلي على مفاهيم إدارة المواقع والتمويل المصغر والنمو لصالح الفقراء •	عقد شراكات مع لجان المجتمع المحلي •	وضع الخطط والبرامج التي تضمن حسن إدارة المواقع وتوزيع العائدات بشكل أكثر عدالة (صناديق التنمية)	سن القوانين والتشريعات التي تساعد المجتمع المحلي على إدارة مواقعها والتمتع بعائداتها •	١	جعل السياحة تعمل لصالح الفقراء

المراجع :

العربية :

١. سعيد مرسي بدر : (١٩٩٦م)، البناء التنظيمي للفندق دراسة سوسولوجية للتنظيمات السياحية ، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية .
٢. اسامة الرافي: (٢٠٠٢م)، الاتجاهات الحديثة في السياحة، القاهرة .
٣. بنيل الروبي: (١٩٨٨م)، نظرية السياحة، مؤسسة الثقافة الجامعية .
٤. على العتيل: (١٩٨٠م)، فن تسويق السياحة، القاهرة .

المراجع الأجنبية:

1. Adams, E. (2003): "Growth, inequality Poverty, finding from a new data set. Poverty Reduction Group, Washington.
2. Azarya, V. (2004): "Globalization and International tourism in Developing Countries Current Sociology vol. 820.
3. Barker, (1995): "The Social World Dictionary, NASK press USA.
4. Chambers, R. (1997): "Whose reality Counts? "putting the First last", London
5. Chinsinga, B. (2003): "The Participatory Development Approach under a Microscope " the Case of the poverty alleviation programme in Malawi", Journal of Social Development in Africa, Vol. 18
6. Dieke, P. (2000): "Developing Tourism in Africa, Issues for Policy Consideration", Tourism and African Development, A.

7. Elahi, K. & Danaponlos, C. (2004): "Micro credit and the Third World, Perspective from Moral and Political Philosophy", International Journal of Social Service Vol. 31.
8. Kakawani, N. (2003): "Issues in Setting Absolute poverty Lines", Poverty and Social Development Bank.