



UNWTO



UNITED NATIONS
ECONOMIC COMMISSION
FOR EUROPE



معهد سيناء العالي
للدراسات النوعية



GALAXIA TOURS
TRAVEL & TOURS SOLUTIONS



مؤسسات أسيوط
Assiut High Institutes

سياحة

تشهد أسرة كلية السياحة والفنادق - جامعة قناة السويس بأن

أ.د/ صورية شنبي - أ.د/ السعيد بن لخصر

قاموا بإلقاء بحث بعنوان

استخدام عناصر المزيج التسويقي الأخصر لتطوير مؤسسات الضيافة في المناطق السياحية العربية

ضمن فعاليات المؤتمر الدولي الثاني عشر لجمعية كليات ومعاهد وأقسام السياحة العربية

التغير المناخي وأثره على المنتج السياحي

(المشكلات والحلول)

الذي أقيم بفندق سيناوي لاجون - رأس سدر في الفترة من 7-9 فبراير 2023

رئيس المؤتمر
عميد الكلية

نائب رئيس المؤتمر
وكيل الكلية لشؤون الدراسات العليا والبحوث

مقرر المؤتمر

أ.د/ نيفين جلال عيد

أ.د/ فaten حمدي العليمي

أ.م.د/ عثمان محمد الصاوي



المؤتمر الدولي الثاني عشر لجمعية كليات ومعاهد وأقسام السياحة العربية

أجندة المؤتمر

التغير المناخي وأثره على المنتج السياحي (المشكلات والحلول)

من 7-9 فبراير 2023



فندق سيناوي لاجون - رأس سدر





أجندة المؤتمر

اليوم الأول 7 - 2 - 2023

التوقيت	الفعاليات
6 صباحاً	التحرك من أمام بوابة جامعة القاهرة
6.30 صباحاً	التحرك من أمام بوابة جامعة قناة السويس
9.30 - 10 صباحاً	الوصول إلى فندق Sinaway Lagon - رأس سدر
10 - 11 صباحاً	التسكين والإفطار بالفندق
11 - 11.30 صباحاً	التسجيل بالمؤتمر
11.30 صباحاً - 1 ظهراً	مراسم الجلسة الافتتاحية (السلام الجمهوري - القرآن الكريم)
	كلمة أ.د/ عمرو عزت سلامة
	أمين عام اتحاد الجامعات العربية
	كلمة أ.د/ ناصر سعيد مندور
	رئيس جامعة قناة السويس
	كلمة أ.د/ محمد سعد زغول
	نائب رئيس جامعة قناة السويس لشئون الدراسات العليا والبحوث
	كلمة أ.د/ نيفين جلال عيد
	رئيس المؤتمر وأمين جمعية كليات ومعاهد وأقسام السياحة العربية
	كلمات السادة رعاية المؤتمر
1 ظهراً	تسليم دروع المؤتمر والتقاط الصور التذكارية
1 ظهراً	استراحة Coffe Break
1.30 ظهراً	محاضرة بعنوان "Tourism and climate change: Transforming tourism for climate action" أ.د/ سعيد البطوطي
2 ظهراً	محاضرة بعنوان "التغيرات المناخية وأثرها على واقع وسلامة الآثار في الوطن العربي" أ.د/ محمد الكلاوي
2.30 ظهراً	محاضرة بعنوان "تطبيق التجربة الأسبانية في سياحة المسارات على التراث الإسلامي في القاهرة" أ.م.د/ إبراهيم العسال
2.30 - 4 مساءً	الغذاء بالفندق





أجندة المؤتمر

اجتماع جمعية كليات ومعاهد وأقسام السياحة العربية		4 - 5 مساءً	
أ.د/ عمرو عزت سلامة (أمين عام الاتحاد) - أ.د/ نيفين جلال عيد (أمين الجمعية) - أ.د/ معتز بالله فريد (سكرتير الجمعية) - عمداء الكليات والمعاهد (أعضاء الجمعية)			
الجلسات العلمية		5 - 7.30 مساءً	
قسم الإرشاد السياحي	قسم إدارة الفنادق	قسم الدراسات السياحية	
الجلسة الأولى		5 - 6.30 مساءً	
رؤساء الجلسة: أ.د/ محمد عبداللطيف - أ.د/ نجوى زعير - أ.د/ فادية البنداري - أ.د/ بوسي زيدان - أ.د/ إيناس يحيى الدين ممنسق الجلسة: أم.د/ هبة أبو عجمية	رؤساء الجلسة: أ.د/ سعيد سلامة - أ.د/ محمد الرزقي - أ.د/ نوال موسى - أ.د/ محمد عبد العزيز - ممنسق الجلسة: د/ كريم سليم	رؤساء الجلسة: أ.د/ غادة جمود - أ.د/ صابر بن عبدالجليل - أ.د/ عبير عطية - أ.د/ أسماء سعيد - ممنسق الجلسة: د/ مريم سامي	
	لمحات عن حياة البابا لاون الكبير أنديرا أدوارد - مفيدة حسن الوشاحي - سارة ماهر	دور التسويق الأخضر في تحسين صورة الفندق: من وجهة نظر العملاء يحيى زكريا	متطلبات تفعيل دور الاقتصاد الأزرق لتعزيز التنمية المستدامة بالقطاع السياحي المصري إسلام موسى - ميرال دويدار - سعاد عمران
	المات الظواهر الكونية السماوية في العصرين اليوناني والروماني فاطمة موسى - ميري مجدي - حياة حسام	أثر ممارسات إدارة الموارد البشرية الخضراء في دعم المسؤولية الاجتماعية: بالتطبيق على الفنادق المصرية يحيى زكريا	الدور الوسيط للمسمعة الخضراء في العلاقة بين إدارة الموارد البشرية الخضراء واستدامة الميزة التنافسية في شركات السياحة المصرية بسام الرميدي - أسماء عبدالفتاح
التغير المناخي ومواقع التراث الطبيعي في مصر: الغابة المتحجرة ووادي الحبتان علياء عاطف		المهن الاقتصادية الأرجوانية وأثرها في بناء مقاصد سياحية مستدامة: بالتطبيق على قرية القراموص بالشرقية إلهام صغير - نيفين جلال	
		أثر التفريغ المناخية على الأنشطة السياحية البحرية بمدينة رأس سدر مروة عبدالوهاب - إلهام صغير	





أجندة المؤتمر

<p>رؤساء الجلسة: أ.د/ محمد عبداللطيف - أ.د/ نجوى زعير - أ.د/ قدريه البنداري - أ.د/ نواصي زيدان - أ.د/ إيمان بهي الدين</p> <p>منسق الجلسة: أ.م.د/ هبة أبو عجيلة</p>	<p>The scenes of the Kiosk at the first and second dynasties period ريم أمين - حبيبة المنياوي - فانتن العليمي - مفيدة الوشاحي</p>	<p>رؤساء الجلسة: أ.د/ سعيد سلامة - أ.د/ محمد الزغبى - أ.د/ نوال مرسى - أ.د/ محمد عبد العزيز</p>	<p>تأثير ممارسات القيادة الاستراتيجية في تعزيز السلوك الإبداعي للعاملين بالتطبيق على بعض الفنادق المصرية. ياسر الجوهري - عثمان الصاوي - محمد الزغبى</p>	<p>رؤساء الجلسة: أ.د/ غادة همود - أ.د/ صابرين عبدالجليل - أ.د/ عيبر عطية - أ.د/ أسماء سعيد</p>	<p>دور التسويق السمعي في تعزيز الجودة المدركة لعلامة شركات الطيران دعاء جمال - نيفين جلال - رشا خليل</p>	<p>5.25 – 5.20 مساءً</p>
	<p>مناظر الجبل في العصر المتأخر هبة أيمن</p>	<p>تأثير ممارسات القيادة الاستراتيجية في التمكين بالتطبيق على بعض الفنادق المصرية. ياسر الجوهري - عثمان الصاوي - محمد الزغبى</p>	<p>منسق الجلسة: د/ كريم سليم</p>	<p>تأثير ممارسات القيادة الاستراتيجية في التمكين بالتطبيق على بعض الفنادق المصرية. ياسر الجوهري - عثمان الصاوي - محمد الزغبى</p>	<p>أثر تطبيق أبعاد التسويق التفاعلي للترويج للسياحة الاستشفائية: دراسة حالة منطقة وادي النطرون محمد عزازي - أسماء الأسرح</p>	<p>أثر التلوث البيئي على المنتج السياحي لإقليم مريوط رشا صيام</p>
			<p>تأثير ممارسات القيادة الاستراتيجية في التمكين بالتطبيق على بعض الفنادق المصرية. ياسر الجوهري - عثمان الصاوي - محمد الزغبى</p>	<p>Egypt as a pet friendly destination: A constraint analysis of pet's owners in Egypt رشا صيام</p>	<p>أثر استخدام منصة البيانات الإلكترونية في تعظيم إيرادات الشركات السياحية نادية ماهر - نيفين جلال - رضوه زرزور</p>	<p>5.30 – 5.35 مساءً</p>
			<p>استخدام عناصر الميزج التسويقي الأخضر لتطوير مؤسسات الضيافة في المناطق السياحية العربية رفعت عبدالله - صورية شنبى - السعيد بن لخصر</p>	<p>منسق الجلسة: د/ مريم سامي</p>	<p>أثر استخدام منصة البيانات الإلكترونية تحسين أداء العاملين بالشركات السياحية نادية ماهر - نيفين جلال - رضوه زرزور</p>	<p>5.35 – 5.40 مساءً</p>
				<p>دور الصحف الإلكترونية في تدعيم استراتيجية التنمية المستدامة وفق رؤية مصر 2030 آية عبدالجيد - علي عبدالله - محمود الملوك</p>		<p>5.40 – 5.45 مساءً</p>
					<p>دور الصحف الإلكترونية في تدعيم استراتيجية التنمية المستدامة وفق رؤية مصر 2030 آية عبدالجيد - علي عبدالله - محمود الملوك</p>	<p>5.45 – 5.50 مساءً</p>
					<p>دور الصحف الإلكترونية في تدعيم استراتيجية التنمية المستدامة وفق رؤية مصر 2030 آية عبدالجيد - علي عبدالله - محمود الملوك</p>	<p>5.50 – 5.55 مساءً</p>





أجندة المؤتمر

<p>رؤساء الجلسة: أ.د/ محمد عبداللطيف - أ.د/ نجوى زغير - أ.د/ قدرية البنداري - أ.د/ بوسي زيدان - أ.د/ إيمان بهي الدين</p> <p>منسق الجلسة: أ.م.د/ هبة أبو عجيبة</p>	<p>Roots tourism in Egypt applied to the Greek community: A historical tourism study</p> <p>دعاء فتحي - عزة عبد السلام - محمد حراجي</p>	<p>رؤساء الجلسة: أ.د/ سعيد سلامة - أ.د/ محمد الزقبي - أ.د/ نوال مرسي - أ.د/ محمد عبد العزيز</p> <p>منسق الجلسة: د/ كريم سليم</p>	<p>تأثير التعويضات الإلكترونية على أداء الموظفين في الفنادق</p> <p>عبدالرحيم نصر</p>	<p>رؤساء الجلسة: أ.د/ غادة حمود - أ.د/ صابر عبد الجليل - أ.د/ عمير عطية - أ.د/ أسماء سعيد</p> <p>منسق الجلسة: د/ كريم سامي</p>	<p>أثر تبني الاقتصاد الدائري في تحقيق التنمية السياحية المستدامة بالمقصد السياحي المصري</p> <p>يوسينا رزق - عمير محمد - باسم حامد</p>	<p>6 – 5.55 مساءً</p>
	<p>The impact of climate changes on the sustainability of tourism activity: As applied to Alexandria city</p> <p>مرودة عزت - عزة عبدالسلام</p>				<p>تأثير التعويضات الإلكترونية على أداء الموظفين في الفنادق</p> <p>عبدالرحيم نصر</p>	<p>تقييم كفاءة التدريب الإلكتروني لطلاب كليات ومعاهد السياحة لتحسين مهاراتهم في سوق العمل</p> <p>طارق سباعي</p>
<p>رفقاء صاحب المقبرة بمناظر الصيد فى مقابر أشراف الدولة القديمة بسقارة</p> <p>سنية بشرى - مفيدة الوشاحي</p>	<p>أثر تطبيق ممارسات إدارة الموارد البشرية الخضراء في تحقيق استراتيجية التمايز</p> <p>حسن علي منصور - هند الشافعي</p>	<p>دور السياحة البيئية في تنمية مقومات الجذب السياحي الطبيعي: دراسة تطبيقية على واحة الداخلة</p> <p>أحمد سيف النصر</p>	<p>أثر التغيرات المناخية على واقع السياحة</p> <p>أحمد سيف النصر</p>	<p>تأثير إدارة مخاطر الطيور على التغيرات المناخية وسياحة مراقبة الطيور</p> <p>زكي أبو رفاعي - أسامة البسيوني - أسماء علي</p>	<p>6.05 – 6.10 مساءً</p>	<p>6.10 – 6.15 مساءً</p>
				<p>مناقشة مفتوحة</p>	<p>6.15 – 6.20 مساءً</p>	<p>6.20 – 6.15 مساءً</p>





أجندة المؤتمر

الجلسة الثانية		7.30 – 6.30 مساءً
<p>رؤساء الجلسة: أ.د / منيرة الوهابي - أ.د / مي زكي - أ.د / عبير عناني - أ.د / فائق العليمي - أ.د / سماح عبد الرحمن - أ.د / نهى مرمي</p> <p>ممنسق الجلسة: د / محمد رفعت</p>	<p>المدرسة الفنية للمقص جرجس عبد المسيح المقاري - ق ١٩: بالتطبيق على أيقونتين من دير أنبا مقار - دراسة أثرية فنية راندا وجدي</p>	<p>رؤساء الجلسة: أ.د / سعد عمران - أ.د / نشوى الشريف - أ.د / عزة ماهر - أ.د / عزة مسعود</p> <p>دور التسويق الحسي في تعزيز العلامة التجارية بشركة مصر للطيران دعاء جمال - نيفين جلال - رشا خليل</p>
	<p>التعليم الأخضر كأحد الاتجاهات الحديثة للدولة لتحقيق التنمية المستدامة: بالتطبيق على المدارس الفنية المتقدمة للسياحة والفنادق تامر عبد الرازق</p>	<p>6.35 – 6.30 مساءً</p>
	<p>دراسة العلاقة بين التدريب الصيفي وسوق العمل وفقاً لللائحة الموحدة للمعاهد العليا للسياحة والفنادق تامر عبد الرازق</p>	<p>6.40 – 6.35 مساءً</p>
	<p>أثر تطبيق حوكمة الشركات في تحقيق الميزة التنافسية: بالتطبيق على شركة مصر للطيران إيمان السحيلي</p>	<p>6.45 – 6.40 مساءً</p>
<p>تقييم دور المتحف القومي للحضارة في تنشيط حركة السياحة للقاهرة التاريخية تحية طلال - أسيل نجاتي</p>	<p>6.50 – 6.45 مساءً</p>	
<p>الدور الوسيط للمحتوى المقدم من المستخدم بين قيمة العميل ودوافع الشراء عبر الإنترنت محمد شرفاوي</p>	<p>6.55 – 6.50 مساءً</p>	
<p>مواقع جديدة لسياحة النيازك كاستراتيجية لتحقيق التنمية المستدامة في مصر رندا هازم</p>	<p>7 – 6.55 مساءً</p>	
<p>ممنسق الجلسة: د / محمد سعيد</p> <p>أثر التمكين والمرونة الوظيفية في رفع كفاءة أداء الموظفين: بالتطبيق على شركات الطيران في مصر سارة عبدالنعميم</p> <p>أثر إدارة الموارد البشرية الخضراء في الاستدامة التنظيمية بشركات السياحة المصرية بسنت صفوت - عزة ماهر - أحمد إبراهيم</p>	<p>6.55 – 6.50 مساءً</p>	





أجندة المؤتمر

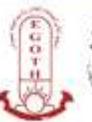
رؤساء الجلسة: أ.د/ مفيدة الوشاحي - أ.د/ مي زكي - أ.د/ عبير عناني - أ.د/ فائق العليمي - أ.د/ سماح عبد الرحمن - أ.د/ نهى عزيمي منسق الجلسة: د/ محمد رفعت	التداعيات السيكلوجية لتغير المناخ وتأثيرها علي التراث الشعبي الشفهي: العرائس الشعبية نموذجاً رندا حازم	رؤساء الجلسة: أ.د/ فريدة مجاهد - أ.د/ لينا مصطفى - أ.د/ محمد صلاح - أ.د/ معتز بالله فريد منسق الجلسة: د/ محمد خليل	دراسة تأثير النزاعات بين أوكرانيا وروسيا على صناعة الضيافة في مصر محمد عبد الجواد	رؤساء الجلسة: أ.د/ سعاد عمران - أ.د/ نشوى الشريف - أ.د/ عمرة ماهر - أ.د/ عمرة مسعود منسق الجلسة: د/ محمد سعيد	The effect of airlines' green image on the Egyptian air travelers' adoption of green practices غدير الماوردي	7 – 7.05 مساءً
	Climatic changes and its effect on medicinal heritage أمينة شعراوي		تقييم دور اتفاقيات صون الطيور المهاجرة في استدامة السياحة الأكثر رقة في مصر دعاء فتحي - نجية طلال		7.05 – 7.10 مساءً	
	Physical disabilities in Greco-Roman Egypt and measuring the role of archaeological museums and climate change in the innovation of smart technology to serve tourists with special needs: Applying to the museums of Alexandria, Cairo and Fayoum دعاء رجب		تقييم الاتصالات الخارجية والداخلية للأزمة في فنادق الخمس نجوم أثناء فيروس كورونا في مصر محمد عبد الجواد		7.10 – 7.15 مساءً	
			Leader humor and passenger-oriented organizational citizenship behavior in cabin crew هنن عبد الحميد	7.15 – 7.20 مساءً		
			مناقشة مفتوحة	7.20 – 7.25 مساءً		
					7.25 – 7.30 مساءً	
العشاء بالفندق					7.30 – 9 مساءً	
سهرة فنية بالفندق					9 – 11 مساءً	
اليوم الثاني 8 – 2 – 2023						
الفعاليات					التوقيت	
الإفطار بالفندق					8 – 10 صباحاً	
زيارة عيون المياه الكبريتية " رأس مطرمة" بوادي عسل					10 – 2 ظهراً	
الغذاء بالفندق					3 – 4 مساءً	





أجندة المؤتمر

جلسات الصالون الثقافي		4 - 6 مساءً
أ.د/ عوض عباس (إدارة الجلسة)	الجلسة الأولى (4 - 5 مساءً)	
أ.د/ علي عمر - أ.د/ ماجد نجم - النائبة/ نورا علي أ/ رفعت فياض / أ.م.د/ عثمان الصاوي (منسق الجلسة)	المؤسسات التعليمية ودورها تجاه التغير المناخي	
د/ خالد سعد (إدارة الجلسة)	الجلسة الثانية (5 - 6 مساءً)	
أ.د/ نشوى طلعت - أ/ محمد الحسانين - أ/ عادل الألفي أ/ محمد الشامي - أ/ أحمد الديري - د/ أسامة البيسوني أ.د/ معتز بالله فريد (منسق الجلسة)	دور الإعلام السياحي في التوعية المناخية	
الجلسة الختامية والتوصيات		6 - 7 مساءً
عشاء بسوق رأس سدر		7.30 مساءً
سهرة فنية		9 - 11 مساءً
العودة إلى الفندق		11 مساءً
اليوم الثالث 9 - 2 - 2023		
الفعاليات		التوقيت
الإفطار بالفندق		8 - 10 صباحاً
مغادرة الفندق		10 صباحاً
زيارة النقطة الحصينة برأس سدر		10 - 12 صباحاً
مغادرة رأس سدر والعودة إلى القاهرة / الإسماعيلية		12 ظهراً





تشرفنا بحضوركم الكريم



استخدام عناصر المزيج التسويقي الأخضر لتطوير مؤسسات الضيافة في المناطق السياحية
Using Green Marketing Mix Elements to Develop Hospitality Establishments in Tourism Area

أ.د. رفعت عبد الله سليمان حسين - جامعة قناة السويس بالإسماعلية
hrefaathussein54@yahoo.com

د. صورية شنبى جامعة المسيلة- الجزائر د. السعيد بن لخضر جامعة المسيلة- الجزائر

said.benlakhdar@univ-msila.dz

soureya.chenbi@univ-msila.dz

ملخص:

أدت التوجهات العديدة في مجال التسويق السياحي الى تقديم منتجات وخدمات سياحية تسير نحو تحقيق السياحة المستدامة، بالرغم من ان صناعة السياحة والتسويق لازال ينظر إليها بنظرة الربح السريع، وأنها تتعارض مع اهداف الاستدامة في المدى الطويل.

تقوم المنظمات الدولية الداعية الى تحقيق الاستدامة في المجال السياحي بوضع بصمات بيئية على الأنشطة السياحية، من أجل تحقيق المؤسسة المسؤولة بيئيا واجتماعيا التي تقوم بتقديم المنتجات الخضراء التي يركز عليها مفهوم التسويق الأخضر، والذي اصبح هدفا استراتيجيا لرفع القدرات التنافسية للمؤسسات السياحية وتطويرها، من خلال أساليب التكنولوجيا الحديثة التي تساعد في تحقيق استراتيجيات كل الأطراف ذات المصالح والعاملة في قطاع السياحة، كالمنتجين في مجال المطاعم والمقاهي، وكذا في خدمات الايواء كالفنادق وأماكن الضيافة المتعددة، وخدمات النقل التي تعتبر شريان كل النشاطات الاقتصادية بما فيها السياحة، إضافة الى تطوير المواقع والأماكن السياحية مختلفة المعالم، كالمحميات الطبيعية التي كانت نتاجا لنشر اهداف التنمية السياحية المستدامة في كل البلدان العربية.

الكلمات المفتاحية: عناصر المزيج التسويقي الأخضر؛ الأخضر لتطوير مؤسسات الضيافة؛ المناطق السياحية العربية.

ABSTRACT:

The many trends in the field of tourism marketing have led to the provision of tourism products and services that are moving towards achieving sustainable tourism, although the tourism industry and marketing are still viewed with the view of quick profit, and they are inconsistent with the goals of sustainability in the long term.

International organizations calling for achieving sustainability in the field of tourism put environmental fingerprints on tourism activities, in order to achieve an environmentally and socially responsible institution that provides green products on which the concept of green marketing is based, which has become a strategic goal to raise and develop the competitiveness of tourism enterprises. through the methods of modern technology that help in achieving the strategies of all parties with interests and working in the tourism sector, such as producers in the field of restaurants and cafes, as well as in accommodation services such as hotels and multiple hospitality places, and transportation services that are the lifeblood of all economic activities, including tourism, in addition to the development of sites Tourist places have different features, such as natural reserves, which were a product of spreading the goals of sustainable tourism development in all Arabic countries.

Key words: Elements of the green marketing mix, green for the development of hospitality institutions, Arab tourist areas.

مقدمة:

أدت التوجهات العديدة في مجال التسويق السياحي إلى إنشاء منتجات وخدمات سياحية تسير نحو تحقيق التنمية المستدامة بأبعادها المختلفة والتي تظهر فيما يسمى بالسياحة المستدامة، بالرغم من أن صناعة السياحة والتسويق لا زال ينظر إليها نظرة الربح السريع وتعارضها مع أهداف الاستدامة في المدى الطويل، فالتنمية المستدامة لا تسمح فقط بالاقتصاد في تكاليف الطاقة والمواد الأولية، فهي تقوم بإرضاء الزبون عن طريق تحسين الصورة وتحقيق متطلباته الحالية والمستقبلية، وكذا تقوم المنظمات الدولية الداعية إلى تحقيق مبادئ الاستدامة في المجال السياحي والتي دعت لها منظمة السياحة العالمية بوضع بصمات بيئية على الأنشطة السياحية من أجل تحقيق المنظمة المسؤولة بيئيا واجتماعيا، مما أدى إلى ظهور المنتجات الخضراء التي يركز عليها مفهوم التسويق الأخضر الذي أصبح هدفا أساسيا في السنوات الأخيرة وخاصة بعد انتشار مبادئ السياحة المستدامة (الخضراء) منذ سنة 1995.

اعتبرت هاته الأخيرة أن تطوير المنتجات السياحية هدفا استراتيجيا يسعى إلى رفع القدرة التنافسية للمؤسسات السياحية من خلال التكنولوجيا المتطورة، والتي يحققها تطبيق أساليب التكنولوجيا الحديثة لتحقيق استراتيجيات الأطراف المتعاملة في قطاع السياحة والتي بدورها تشمل المنتجين في مجال المطاعم والمقاهي، وكذا في خدمات الإيواء كالفنادق وأماكن الضيافة بكل أنواعها، وخدمات النقل التي تعتبر شريان النشاطات السياحية مختلفة المعالم ومنها المحميات الطبيعية التي ظهرت نتيجة لنشر أهداف التنمية السياحية المستدامة في كل البلدان.

الإشكالية:

مما سبق تظهر إشكالية هذه الورقة البحثية في محاولة توضيح مفهوم التسويق السياحي الأخضر ومدى استخدام عناصر المزيج التسويقي في السياحة المستدامة.

أهمية وأهداف الدراسة:

تعتبر علاقة التسويق بالسياحة وفق مبادئ الاستدامة بأبعادها المختلفة موضوعا شديدا الأهمية باستخدام وسائل عديدة تضمن تنمية النهج التسويقي لخدمة التنمية السياحية المستدامة بغرض إظهار الطابع المستدام للمنتج السياحي وكل عناصر المزيج التسويقي الأخرى والتي يظهر فيها الاتصال كعنصر أساسي لخدمة المستهلكين. تهدف هاته الدراسة إلى محاولة التعرف على بعض المفاهيم المتعلقة بالتسويق الأخضر في قطاع السياحة في إطار التنمية المستدامة.

أولا: السياحة عامل في التنمية المستدامة

إن انتشار التلوث والاختلالات البيئية خاصة أصبحت تهدد الحياة البشرية، وكلها تسير ضد تيار التنمية المستدامة، وارتباط السياحة مباشرة بالجانب البيئي والاجتماعي فهي أكثر القطاعات ارتباطا بمواكبة التنمية المستدامة، فيالنظر لخصوصيتها وديناميكيته أصبحت أكثر حضورا في مسألة التنمية المستدامة، فقد برز مصطلح الاستدامة في أدبيات السياحة من خلال مصطلح الأخلاق، العدالة، التضامن...، فبالإضافة إلى النظام السياحي (المؤسسة، السائح...) هناك عناصر هامة أخرى كالإطار الاقتصادي¹.

ويعد تطور السياحة بعد الحرب العالمية الثانية وازدياد الاهتمام بالجانب الاقتصادي مع إهمال الجوانب البيئية، سببا رئيسيا في بداية الاهتمام خاصة في عقد الثمانينات بأساليب ووسائل حماية البيئة، وأصبحت التنمية السياحية لا تنصب فقط على الأهداف الاقتصادية مثل السابق، بل كذلك العمل على الحفاظ على البيئة بكل جوانبها وأبعادها، من أجل الاستفادة أكثر من الموارد السياحية الطبيعية لأطول فترة زمنية ممكنة، وهكذا أدى هذا إلى ظهور مفهوم السياحة البيئية

1- علاقة السياحة بالتنمية المستدامة: سننظر هنا لبعض النقاط التي تربط بين السياحة والتنمية المستدامة والتي سوف نقودنا لما يطلق عليه بالسياحة المستدامة.

1.1- صعوبات التوفيق بين السياحة والتنمية المستدامة: ارتفع المستوى المعيشي للأفراد بالموازاة مع الاختلالات الاجتماعية والبيئية، فالتنمية الاقتصادية تساهم في الاضطرابات والاختلالات البيئية (الإيكولوجية)، بحيث يؤدي ذلك إلى تدمير أسس ثمينة للأجيال القادمة، فمن جهة النشاط السياحي ينتج عنه استهلاك للطاقة (النقل، الإيواء، التسلية...)، وهذا يعتبر اهتلاك للمحيط الجغرافي بسبب انتشار حدة التلوث والضوضاء، فالنقل يأخذ الجانب الأكبر في النشاط السياحي وهو مصدر للغازات الملوثة (غازات العوادم).

وعلى هذا فنتائج النشاط السياحي غير مستقلة عن أهداف السياحة، فمثلا تأثرت الحظائر الوطنية والمحميات بهاته الملوثات ومن ثم حدث اختلال في طبيعتها كمصدر للتنفس، كما أن حظائر التسلية تعمل على استقطاب الزوار بهدف

¹ - المجلس الاقتصادي والاجتماعي، هيئة الأمم المتحدة، تقرير OMT لجنة خبراء التنمية المستدامة "تنمية السياحة المستدامة"، ماي 2001، ص 02.

تحقيق المداخل دون مراعاة للأضرار والآثار الطبيعية وتجاوز الحدود الإيكولوجية، فالسواح هم الذين يتحملون مستوى التلوث وآثاره الناتجة عن النشاط السياحي بالدرجة الأولى.²

2.1- التنمية المستدامة كمتغير إستراتيجي للسياحة: رغم صعوبة التوفيق بين السياحة والتنمية المستدامة، فالسياحة المستدامة احتلت مكانة هامة في الحوارات السياسية، وأخذت مشكلة التنمية المستدامة للسياحة مقياساً دولياً ابتداءً من مؤتمر ريو دي جانيرو عام 1992، فقد تبنت حوالي 200 دولة الأجندة 21 المتعلقة بالبرنامج الخاص بصناعة السفر والسياحة، من جهتها الجماعات المحلية تعمل على نشر حلول إيكولوجية للنشاط السياحي كحل مشكلة النقل من خلال المركبات النظيفة كالترامواي والنقل الكهربائي أو الهجين، واستخدام ممرات خاصة بالدراجات والراجلين...

من جهة أخرى فالتنمية المستدامة أصبحت مطلباً أساسياً من قبل السياح (السياحة البيئية المستدامة)، فقد اعتمدت بعض الدول على تطبيقات إيكولوجية في السياحة، واستخدمت مصطلحات جديدة كالسياحة التضامنية والأخلاقية، فأصبح منهج مشاركة المواطن كأساس للسياحة المستدامة للإجابة على وتلبية التوقعات. فالمبادرات السياسية والشعبية تغير من طرق الإنتاج والاستهلاك وتسمح بالحصول على شكل تنظيمي وحركة تكامل مع التنمية المستدامة في قطاع السياحة وما يتعلق به من قطاعات أخرى، فالتحليل النظامي يساعد في حل التعقيدات التي يتصف بها عالم السياحة.³

3.1- الكفاية بين التنمية المستدامة وتنمية النظام السياحي: إن الجوانب الهيكلية والوظيفية للتحليل النظامي تسمح بتشخيص النشاط السياحي، كمجموعة مركبة لوسائل داخلية وخارجية في تفاعل مشترك لتحقيق أغراض محددة مسبقاً، فمن أجل أن تعمل المنظمة السياحية بكفاءة وتحقق سياسة التنمية المستدامة، فإن التحليل النظامي يبرز ضرورة التوفيق بين الخصوصية الهيكلية والوظيفية للنظام السياحي ومخاوف التنمية المستدامة ومعيقاتها.

فالقطاع السياحي، المواقع السياحية أو المؤسسات السياحية، كلها تتعلق بأنظمة مركبة مفتوحة (في تبادل مع محيطها لموارد المعلومات) قصد الوصول إلى التوفيق بين أبعاد التنمية المستدامة والنشاط السياحي (التنمية المستدامة مع بيئة النظام السياحي) من جهة، ومن جهة أخرى التنمية المستدامة ووظيفة النظام السياحي.

فيما يتعلق بالكفاية بين التنمية المستدامة وبنية النظام السياحي فنتم من خلال تعيين أي مقياس لتكامل التنمية المستدامة مع العناصر التالية للنظام السياحي (حدوده، موارده القابلة للقياس، واحتياجاته من الطاقة والمعدات والمعلومات).

أما فيما يخص الكفاية بين التنمية المستدامة ووظيفة النظام السياحي فتكون من خلال تعيين أي مقياس لتكامل التنمية المستدامة مع عناصر وظيفة النظام السياحي (كندفقات مخزونات الاحتياط، مراكز القرارات التي تدير تدفقات المخزونات، التنظيم المؤقت للتدفقات، وحلقات الدوران).⁴

4.1- تخطيط السياحة المستدامة: إن السياحة المستدامة تتطلب خيارات سياسية صعبة أيضاً بالإضافة إلى الجوانب الاقتصادية، الاجتماعية والبيئية وكذا التكامل الثقافي، تركز هذه الخيارات السياسية على مساومات معقدة في شتى المجالات، كما تتطلب رؤية أوسع من الرؤية التقليدية المستعملة في التخطيط واتخاذ القرارات في المكان والزمان، وهناك عدة مبادئ يمكن للمخطط اعتمادها كإشارات ومن بينها نذكر:⁵

- اعتبار السياحة وتطويرها جزءاً من استراتيجيات التنمية المستدامة، بحيث تكون متكاملة ويشترك فيها كل الأطراف العامة والخاصة لزيادة الفوائد؛

- التخطيط بشكل مستدام وإعطاء الأولوية في المخططات لحماية البيئة؛

- اختيار التنمية السياحية الملائمة عن طريق تحليل التخطيط في كل المجالات؛

- إشراك السكان المحليين في التخطيط والتنمية بمساعدة الهيئات العامة والخاصة؛

- توفير المعلومات اللازمة والأبحاث فيما يخص مجال السياحة، خاصة ما يتعلق بالسكان المحليين، من أجل مشاركتهم إلى أقصى حد؛

- اعتماد التقييم والمراقبة من خلال كل مراحل التخطيط والتنمية المتعلقة بالنشاط السياحي، من أجل معرفة نقاط الضعف والتهديدات والقضاء عليها، وتحديد نقاط القوة والفرص من أجل استغلالها في الوقت المناسب.

5.1- تنمية مبدأ السياحة المستدامة: نتناول هذا العنصر من خلال بزوغ مبدأ السياحة المستدامة، حيث ان بزوغ مبدأ السياحة المستدامة نتج عن حركة المجتمع الدولي، وذلك من خلال مؤتمر ريو دي جانيرو، وتعرز في قمة جوهانسبورغ.

* **إسهامات ملتقى ريو (من التنمية المستدامة إلى السياحة المستدامة):** فقد تضمنت المذكرة الواحد والعشرون (أجندة القرن الواحد والعشرون) لمبادئ التنمية المستدامة كافة المجالات، من ضمنها القطاع السياحي، حيث تحدث الفصل الثامن من المذكرة عن تكامل القرارات بين البيئة والتنمية في كافة المجالات، ومنها السفر والسياحة، ففي المذكرة الـ21 للصناعة والسياحة والأسفار تم الاتفاق على خارطة طريق من خلال تعريف صناعة الأسفار والسياحة، ضمن التفاعل البيئي، الاجتماعي والاقتصادي وترقية تنمية المجتمع الدولي، وبالتالي فالأسفار والسياحة يجب أن تحقق حياة صحية غنية

²- Sandra Camus, Tourisme durable : une approche systémique, article sur Management et Avenir, cairn info, N°34 4/2010, p 257.

³-Idem, p258.

⁴- Idem, pp260-264.

⁵- صلاح الدين خربوطلي، مرجع سابق، ص 33.

بالثروات الطبيعية، تحافظ على البيئة ونظامها، الشيء الذي أدى إلى تفعيل السياحة المستدامة التي تراعي التأثيرات الاقتصادية، الاجتماعية، الثقافية والبيئية، وكذا مساهمة الجماهير في ذلك.⁶

* **إسهامات قمة جوهانسبورغ (سياحة مستدامة من أجل تنمية مستدامة):** بعد عشر سنوات من مؤتمر ريو قامت الأمم المتحدة بتنظيم قمة عالمية للتنمية المستدامة بجوهانسبورغ (جنوب إفريقيا) من 06 أوت إلى 04 سبتمبر 2002، حيث كان الهدف الأساسي هو القضاء على الفقر، ومن ثم تم التطرق إلى السياحة ودورها في التنمية خاصة السياحة المتعلقة بالطبيعة والبيئة، وتم الاتفاق بين المنظمة العالمية للسياحة (OMT) ومنظمة التعاون الدولي (CNUCED) على بحث وتحقيق سياحة مستدامة كمورد اقتصادي للقضاء على الفقر، وظهر مصطلح السياحة البيئية والسياحة غير المضرة بالبيئة.⁷

2- إمكانيات وحدود التنمية السياحية المستدامة والتصدي لتحدياتها الرئيسية:
1.2- إمكانيات وحدود التنمية السياحية المستدامة: تهدف إلى تعريف وشرح إمكانيات وأخطار السياحة المستدامة ضمن جوانب مختلفة:⁸

أ- الجانب البيئي: يشمل:

* **الفوائد التي تساهم في المحافظة على الموارد الطبيعية:** نظريا السياحة البيئية والسياحة المجتمعية (الطبيعية) تتطلب التسيير المستدام للموارد الطبيعية، للمحافظة على التنوع والأنظمة البيئية المهددة، ضمن بعض الشروط للسياحة البيئية يمكن أن تحقق حماية المناطق الطبيعية بفضل برامج المحافظة المطروحة، والتي تمول عن طريق الحكومة، منظمات المساعدة والدعم، أو المنظمات غير الحكومية، هذا البرنامج طبق سنة 2010 في كوستاريكا وناميبيا (كدول نامية أو دول الجنوب).

* **الأنشطة السياحية والضغوطات حول الأنظمة البيئية:** الأنشطة السياحية تقوم بالضغط على الأنواع والمواقع، فعدد كبير من السياح بدون قواعد وتنظيمات يعرضون البيئة للأخطار.

ب- الجانب الاقتصادي: يشمل:

* **الدخل والفوائد المتولدة على المستوى المحلي:** نظريا السياحة البيئية تعزز الاقتصاد المحلي بواسطة توليد المداخيل المباشرة، تمويل المشاريع الصغيرة (بواسطة المداخيل، وخلق وظائف مباشرة، مصالح استقبال السياح، التوجيهات الدائمة والمؤقتة... إلخ).

* **وراء الكواليس، التهرب المالي وتكاليف الفرصة:** من على الروابط الخلفية والأمامية، تظهر حقيقة السياحة، التي تعتبر قطاع يتم فيه التهرب المالي، عن طريق نفقات لا تقوم بإنشاء قيمة على المستوى الوطني أو المحلي.

ج- الجانب الاجتماعي: يشمل:

القدرات الجماعية والفردية المعززة: دراسات عديدة تعرض الفوائد الاجتماعية، غير المالية المحصلة من تنمية السياحة المجتمعية للطبيعة والسياحة البيئية، والتي تفتح فرص للحركة المهنية والاجتماعية.

2.2- التصدي للتحديات الرئيسية للتنمية السياحية المستدامة: يعاني قطاع السياحة كغيره من القطاعات من جملة من التحديات تحول دون تحقيق أهدافه، وكذا دون بلوغ المرتبة اللائقة به، ويجب التصدي لهذه التحديات كما يلي:⁹

أ- **السياحة وتغير المناخ:** تنشأ انبعاثات غازات الاحتباس الحراري من السياحة من قطاعات النقل والطاقة والبناء وسوف يتعين على أي سياسات تهدف إلى الحد من النمو المصاحب انبعاثات غازات الاحتباس الحراري أن تستهدف جميع هذه المجالات، وتشمل هذه السياسات ما يلي:

- اعتماد آليات كيبوتو الخاصة باتفاق الأمم المتحدة الإطاري بشأن تغير المناخ الذي يؤثر على النشاط السياحي، وآلية التنمية النظيفة، والتنفيذ المشترك.

- فرض ضرائب على الانبعاثات الغازية.

- استحداث تبادل حقوق إطلاق الكربون بالنسبة للنقل الجوي في السوق العالمية والقطاعات المؤثرة على المناخ.

- إدارة الجانب المتعلق بالطلب للحد من استخدام المستهلكين من خلال تدابير خاصة.

- التشجيع على استحداث تكنولوجيات الطاقة المتجددة ونظم النقل المحايدة من ناحية الكربون وتقديم الدعم المالي لذلك.

وسيكون التأقلم مع تغير المناخ بمثابة الوسيلة الوحيدة للتقدم في كثير من المقاصد التي تشكل الآن مواقع رئيسية لقضاء العطلات، ولذا فإن هناك حاجة لوضع أدوات لتقييم المخاطر لتحديد جوانب إمكانية التضرر نتيجة لتغير المناخ (مثل زيادة مخاطر الفيضانات وارتفاع مستوى سطح البحر وتقلص الشعاب المرجانية وزيادة حدة العواصف المدارية وزيادة إمكانية التضرر من الحرائق)، ولتنفيذ نظم الرصد لمتابعة التغيرات التي تحدث نتيجة لتغير المناخ مثل التغيرات في بيئة

⁶- Conférence des Nations Unies sur l'environnement et le développement (CNUED) Action 21, Déclaration de Rio sur l'environnement et le développement, Déclaration de principes relatifs aux forêts, principaux textes de CNUED, Nations Unies, New York, 1993.

⁷- Conférence des Nations Unies sur le commerce et le développement, UN, New York, 2001, p39.

⁸-Geraldine Froger, le Tourisme durable dans le sud, solution ou mirage?, Deboek supérieur ED, Revue Monde et Développement, n 157, 2012/01, pp36-43.

⁹- برنامج الأمم المتحدة للبيئة، ورقة معلومات أساسية بشأن السياحة والبيئة، الدورة الاستثنائية التاسعة لمجلس الإدارة، المنتدى البيئي الوزاري العالمي، دبي 07-09 فيفري 2005، ص ص 15-18.

ومناخ المقاصد والمزارات، والتغيرات في توافر الموارد، وزيادة وتيرة أحداث الطقس المسببة للمشاكل، وما إلى ذلك وسوف تشمل تدابير التأقلم، تدابير للحماية والعلاج تضمن سلامة هذه الأماكن في المستقبل.

ب- السياحة وصون التنوع البيولوجي: يعتبر التخطيط لاستخدام الأراضي والتحكم في تنمية السياحة عنصرا أساسيا في تلافي خسارة التنوع البيولوجي، وتشير المبادئ التوجيهية بشأن التنوع البيولوجي وتنمية السياحة في اتفاقية التنوع البيولوجي عام 2004 إلى اعتماد نهج منظم لتقييم تطورات السياحة في المناطق الحساسة.

وينبغي إتباع هذه المبادئ التوجيهية في تقييم واقتراح تدابير التخفيف من حدة آثار أي تنمية للسياحة في المناطق التي يرتفع فيها التنوع البيولوجي داخل أو خارج المناطق المحمية.

ويمكن أن تركز السياسات المؤثرة في سلوك السياح على تحسين تدابير الإدارة بالنسبة لتوافد الزوار (بحسب كل موقع) والأنشطة التعليمية، ووضع مدونات وقواعد تنظيمية، حيثما يكون ذلك ملائما.

كما يمكن أن تؤثر الحكومات في الطريقة التي تسهم بها السياحة في مهمة الصون في جميع أنواع المناطق المحمية من خلال:

- تحديد المبادئ التوجيهية الوطنية لتنمية السياحة في المناطق المحمية.
- إدماج المجتمعات المحلية ولاسيما تلك المستقرة داخل حدود المناطق المحمية في عملية اتخاذ القرارات بشأن تنمية السياحة واستدامتها.

- ضمان استخدام عائدات السياحة في صون المناطق المحمية.
- وضع لوائح قانونية لتقاسم إدارة المرافق السياحية مثل الامتيازات والتراخيص.

- إنشاء شبكات للمناطق المحمية يمكن أن تستفيد من السياحة من العلامات التجارية المشتركة.
وعلاوة على ذلك يعتمد مستوى مساهمة السياحة في صون المناطق المحمية على قدرة مديري هذه المناطق على إقامة علاقات مثمرة مع القطاع الخاص، ويمكن أن تشمل هذه العلاقات إدراج المنطقة المحمية ضمن حزمة رحلات وخطوط، وتدابير لتوعية السياح قبيل الوصول إلى المنطقة والمساهمات المالية المباشرة. غير أن نشاط أعمال السياحة يتوقع مستوى معيناً من الجودة في الخدمات المتاحة في المناطق المحمية، ويمكن عندئذ أن تركز السياسات الحكومية على تدريب مديري المناطق المحمية على كيفية تطوير مرافق السياحة التي تراعي اعتبارات الجودة والبيئة وبرامج الشرح الشفوي، وإستراتيجيات وأدوات إدارة الاكتظاظ وإقامة نظم فعالة لرسوم الدخول... إلخ.

ونظرا للنمو المتوقع للسياحة والاحتياجات الناشئة عن ذلك مثل إقامة مرافق جديدة، فإن من المهم أن تراعي مواقع هذه المرافق وتصميمها وبنائها وأن تقلل إلى أدنى حد تلك التأثيرات السلبية المحتملة على النظم الإيكولوجية بصورة فعالة، بالإضافة للخسائر المحتملة للنباتات والحيوانات البرية.

ج- إشراك القطاع الخاص: تضطلع روابط صناعة السياحة بدور هام في إشراك نشاط أعمال السياحة وتشمل الأمثلة على ذلك الرابطة الدولية للفنادق والمطاعم، ورابطة السفر في آسيا المطللة على المحيط الهادي، والاتحاد الدولي لمشغلي الجولات السياحية، والتحالف الكاريبي للسياحة المستدامة (وهو جزء من رابطة الفنادق الكاريبي). وعلاوة على ذلك، بدأت الشبكات غير الرسمية مثل مبادرة مشغلي الجولات السياحية أيضا في الاضطلاع بدور هام في بناء استجابات مشتركة للكثير من قضايا الاستدامة.

وعلاوة على دور الحكومات في التخطيط لاستخدام الأراضي واستخدام الموارد الطبيعية وتوفير المرافق العامة الضرورية لاستكمال مبادرة القطاع الخاص في مجالات إدارة النفايات واستخدام الموارد الطبيعية (الطاقة والمياه) وتلافي التلوث، كما يمكن أن تضطلع الحكومات أيضا بدور معاون في بناء قدرات القطاع الخاص ولذلك أهميته على وجه الخصوص في المناطق التي تغلب عليها المنشآت متناهية الصغر والمتوسطة وصغيرة الحجم. ويمكن عندئذ أن تقوم جهود بناء القدرات بإقامة تآزر بين المجالات التقليدية مثل تنمية الأعمال المصحوبة بقضايا الاستدامة، وتعتبر المشورة المباشرة وإدارة دورات تدريبية محددة أو وضع كتيبات إرشادية من الوسائل التي يمكن أن تستخدم لبناء قدرات المنشآت الخاصة لمعالجة الاستدامة في عملياتها اليومية.

ويمكن أن تحدد عمليات وضع المبادئ التوجيهية ومدونات السلوك توقعات ومؤشرات لأداء الصناعة، كذلك فإن تشجيع تقديم التقارير المنتظمة والشفافة عن أداء الاستدامة يمكن أن يوفر مناخا مواتيا لاستمرار التحسينات، ويمكن أن تقوم مقاصد بأكملها أيضا بإعداد التقارير تحت إشراف السلطات المحلية واستنادا إلى مجموعة محددة من مؤشرات استدامة المقاصد.

ومن بين الأدوات الطوعية التي يمكن استخدامها لهذا الغرض، يعتبر إصدار شهادات الاعتماد من أكثر الوسائل انتشارا في قطاع السياحة، فإصدار الشهادات عبارة عن آلية لضمان تلبية أحد الأنشطة أو المنتجات لمعايير محددة سلفا قد تكون الحكومات والقطاع الخاص قد قاموا بوضعها بصورة مشتركة بينهما. وتشمل مزايا إصدار الشهادات ما لها من إمكانات في تمييز تلك الشركات التي حققت مستويات عالية من الأداء (على النحو المحدد في المعايير). غير أنه على الرغم من انتشار خطط إصدار الشهادات، لم يتحقق الكثير من حيث تكوين كتلة أساسية من الشركات التي حصلت على هذه الشهادات، غير أن الشركات التي اعتمدت كانت تتسم بالإيجابية الشديدة عموما بشأن النتائج (من منظوري البيئة ونشاط الأعمال على حد سواء).

ويمكن أن تحدد عمليات وضع المبادئ التوجيهية ومدونات السلوك توقعات ومؤشرات لأداء الصناعة، كذلك فإن تشجيع تقديم التقارير المنتظمة والشفافة عن أداء الاستدامة يمكن أن يوفر مناخا مواتيا لاستمرار التحسينات، ويمكن أن تقوم مقاصد بأكملها أيضا بإعداد التقارير تحت إشراف السلطات المحلية واستنادا إلى مجموعة محددة من مؤشرات استدامة المقاصد.

ومن بين الأدوات الطوعية التي يمكن استخدامها لهذا الغرض، يعتبر إصدار شهادات الاعتماد من أكثر الوسائل انتشارا في قطاع السياحة، فإصدار الشهادات عبارة عن آلية لضمان تلبية أحد الأنشطة أو المنتجات لمعايير محددة سلفا قد تكون الحكومات والقطاع الخاص قد قاموا بوضعها بصورة مشتركة بينهما. وتشمل مزايا إصدار الشهادات ما لها من إمكانات في تمييز تلك الشركات التي حققت مستويات عالية من الأداء (على النحو المحدد في المعايير). غير أنه على الرغم من انتشار خطط إصدار الشهادات، لم يتحقق الكثير من حيث تكوين كتلة أساسية من الشركات التي حصلت على هذه الشهادات، غير أن الشركات التي اعتمدت كانت تتسم بالإيجابية الشديدة عموما بشأن النتائج (من منظوري البيئة ونشاط الأعمال على حد سواء).

ويمكن أن تحدد عمليات وضع المبادئ التوجيهية ومدونات السلوك توقعات ومؤشرات لأداء الصناعة، كذلك فإن تشجيع تقديم التقارير المنتظمة والشفافة عن أداء الاستدامة يمكن أن يوفر مناخا مواتيا لاستمرار التحسينات، ويمكن أن تقوم مقاصد بأكملها أيضا بإعداد التقارير تحت إشراف السلطات المحلية واستنادا إلى مجموعة محددة من مؤشرات استدامة المقاصد.

ومن بين الأدوات الطوعية التي يمكن استخدامها لهذا الغرض، يعتبر إصدار شهادات الاعتماد من أكثر الوسائل انتشارا في قطاع السياحة، فإصدار الشهادات عبارة عن آلية لضمان تلبية أحد الأنشطة أو المنتجات لمعايير محددة سلفا قد تكون الحكومات والقطاع الخاص قد قاموا بوضعها بصورة مشتركة بينهما. وتشمل مزايا إصدار الشهادات ما لها من إمكانات في تمييز تلك الشركات التي حققت مستويات عالية من الأداء (على النحو المحدد في المعايير). غير أنه على الرغم من انتشار خطط إصدار الشهادات، لم يتحقق الكثير من حيث تكوين كتلة أساسية من الشركات التي حصلت على هذه الشهادات، غير أن الشركات التي اعتمدت كانت تتسم بالإيجابية الشديدة عموما بشأن النتائج (من منظوري البيئة ونشاط الأعمال على حد سواء).

ويمكن أن تحدد عمليات وضع المبادئ التوجيهية ومدونات السلوك توقعات ومؤشرات لأداء الصناعة، كذلك فإن تشجيع تقديم التقارير المنتظمة والشفافة عن أداء الاستدامة يمكن أن يوفر مناخا مواتيا لاستمرار التحسينات، ويمكن أن تقوم مقاصد بأكملها أيضا بإعداد التقارير تحت إشراف السلطات المحلية واستنادا إلى مجموعة محددة من مؤشرات استدامة المقاصد.

ومن بين الأدوات الطوعية التي يمكن استخدامها لهذا الغرض، يعتبر إصدار شهادات الاعتماد من أكثر الوسائل انتشارا في قطاع السياحة، فإصدار الشهادات عبارة عن آلية لضمان تلبية أحد الأنشطة أو المنتجات لمعايير محددة سلفا قد تكون الحكومات والقطاع الخاص قد قاموا بوضعها بصورة مشتركة بينهما. وتشمل مزايا إصدار الشهادات ما لها من إمكانات في تمييز تلك الشركات التي حققت مستويات عالية من الأداء (على النحو المحدد في المعايير). غير أنه على الرغم من انتشار خطط إصدار الشهادات، لم يتحقق الكثير من حيث تكوين كتلة أساسية من الشركات التي حصلت على هذه الشهادات، غير أن الشركات التي اعتمدت كانت تتسم بالإيجابية الشديدة عموما بشأن النتائج (من منظوري البيئة ونشاط الأعمال على حد سواء).

ومن بين الأدوات الطوعية التي يمكن استخدامها لهذا الغرض، يعتبر إصدار شهادات الاعتماد من أكثر الوسائل انتشارا في قطاع السياحة، فإصدار الشهادات عبارة عن آلية لضمان تلبية أحد الأنشطة أو المنتجات لمعايير محددة سلفا قد تكون الحكومات والقطاع الخاص قد قاموا بوضعها بصورة مشتركة بينهما. وتشمل مزايا إصدار الشهادات ما لها من إمكانات في تمييز تلك الشركات التي حققت مستويات عالية من الأداء (على النحو المحدد في المعايير). غير أنه على الرغم من انتشار خطط إصدار الشهادات، لم يتحقق الكثير من حيث تكوين كتلة أساسية من الشركات التي حصلت على هذه الشهادات، غير أن الشركات التي اعتمدت كانت تتسم بالإيجابية الشديدة عموما بشأن النتائج (من منظوري البيئة ونشاط الأعمال على حد سواء).

ومن بين الأدوات الطوعية التي يمكن استخدامها لهذا الغرض، يعتبر إصدار شهادات الاعتماد من أكثر الوسائل انتشارا في قطاع السياحة، فإصدار الشهادات عبارة عن آلية لضمان تلبية أحد الأنشطة أو المنتجات لمعايير محددة سلفا قد تكون الحكومات والقطاع الخاص قد قاموا بوضعها بصورة مشتركة بينهما. وتشمل مزايا إصدار الشهادات ما لها من إمكانات في تمييز تلك الشركات التي حققت مستويات عالية من الأداء (على النحو المحدد في المعايير). غير أنه على الرغم من انتشار خطط إصدار الشهادات، لم يتحقق الكثير من حيث تكوين كتلة أساسية من الشركات التي حصلت على هذه الشهادات، غير أن الشركات التي اعتمدت كانت تتسم بالإيجابية الشديدة عموما بشأن النتائج (من منظوري البيئة ونشاط الأعمال على حد سواء).

ومن بين الأدوات الطوعية التي يمكن استخدامها لهذا الغرض، يعتبر إصدار شهادات الاعتماد من أكثر الوسائل انتشارا في قطاع السياحة، فإصدار الشهادات عبارة عن آلية لضمان تلبية أحد الأنشطة أو المنتجات لمعايير محددة سلفا قد تكون الحكومات والقطاع الخاص قد قاموا بوضعها بصورة مشتركة بينهما. وتشمل مزايا إصدار الشهادات ما لها من إمكانات في تمييز تلك الشركات التي حققت مستويات عالية من الأداء (على النحو المحدد في المعايير). غير أنه على الرغم من انتشار خطط إصدار الشهادات، لم يتحقق الكثير من حيث تكوين كتلة أساسية من الشركات التي حصلت على هذه الشهادات، غير أن الشركات التي اعتمدت كانت تتسم بالإيجابية الشديدة عموما بشأن النتائج (من منظوري البيئة ونشاط الأعمال على حد سواء).

ومن بين الأدوات الطوعية التي يمكن استخدامها لهذا الغرض، يعتبر إصدار شهادات الاعتماد من أكثر الوسائل انتشارا في قطاع السياحة، فإصدار الشهادات عبارة عن آلية لضمان تلبية أحد الأنشطة أو المنتجات لمعايير محددة سلفا قد تكون الحكومات والقطاع الخاص قد قاموا بوضعها بصورة مشتركة بينهما. وتشمل مزايا إصدار الشهادات ما لها من إمكانات في تمييز تلك الشركات التي حققت مستويات عالية من الأداء (على النحو المحدد في المعايير). غير أنه على الرغم من انتشار خطط إصدار الشهادات، لم يتحقق الكثير من حيث تكوين كتلة أساسية من الشركات التي حصلت على هذه الشهادات، غير أن الشركات التي اعتمدت كانت تتسم بالإيجابية الشديدة عموما بشأن النتائج (من منظوري البيئة ونشاط الأعمال على حد سواء).

ومن بين الأدوات الطوعية التي يمكن استخدامها لهذا الغرض، يعتبر إصدار شهادات الاعتماد من أكثر الوسائل انتشارا في قطاع السياحة، فإصدار الشهادات عبارة عن آلية لضمان تلبية أحد الأنشطة أو المنتجات لمعايير محددة سلفا قد تكون الحكومات والقطاع الخاص قد قاموا بوضعها بصورة مشتركة بينهما. وتشمل مزايا إصدار الشهادات ما لها من إمكانات في تمييز تلك الشركات التي حققت مستويات عالية من الأداء (على النحو المحدد في المعايير). غير أنه على الرغم من انتشار خطط إصدار الشهادات، لم يتحقق الكثير من حيث تكوين كتلة أساسية من الشركات التي حصلت على هذه الشهادات، غير أن الشركات التي اعتمدت كانت تتسم بالإيجابية الشديدة عموما بشأن النتائج (من منظوري البيئة ونشاط الأعمال على حد سواء).

ومن بين الأدوات الطوعية التي يمكن استخدامها لهذا الغرض، يعتبر إصدار شهادات الاعتماد من أكثر الوسائل انتشارا في قطاع السياحة، فإصدار الشهادات عبارة عن آلية لضمان تلبية أحد الأنشطة أو المنتجات لمعايير محددة سلفا قد تكون الحكومات والقطاع الخاص قد قاموا بوضعها بصورة مشتركة بينهما. وتشمل مزايا إصدار الشهادات ما لها من إمكانات في تمييز تلك الشركات التي حققت مستويات عالية من الأداء (على النحو المحدد في المعايير). غير أنه على الرغم من انتشار خطط إصدار الشهادات، لم يتحقق الكثير من حيث تكوين كتلة أساسية من الشركات التي حصلت على هذه الشهادات، غير أن الشركات التي اعتمدت كانت تتسم بالإيجابية الشديدة عموما بشأن النتائج (من منظوري البيئة ونشاط الأعمال على حد سواء).

ومن بين الأدوات الطوعية التي يمكن استخدامها لهذا الغرض، يعتبر إصدار شهادات الاعتماد من أكثر الوسائل انتشارا في قطاع السياحة، فإصدار الشهادات عبارة عن آلية لضمان تلبية أحد الأنشطة أو المنتجات لمعايير محددة سلفا قد تكون الحكومات والقطاع الخاص قد قاموا بوضعها بصورة مشتركة بينهما. وتشمل مزايا إصدار الشهادات ما لها من إمكانات في تمييز تلك الشركات التي حققت مستويات عالية من الأداء (على النحو المحدد في المعايير). غير أنه على الرغم من انتشار خطط إصدار الشهادات، لم يتحقق الكثير من حيث تكوين كتلة أساسية من الشركات التي حصلت على هذه الشهادات، غير أن الشركات التي اعتمدت كانت تتسم بالإيجابية الشديدة عموما بشأن النتائج (من منظوري البيئة ونشاط الأعمال على حد سواء).

ودارت مناقشات مكثفة على المستوى الدولي بشأن إنشاء نظام للاعتماد وهو مجلس إدارة شؤون السياحة المستدامة الذي يعتمد مختلف الخطط الدولية والإقليمية والوطنية، ويمكن أن تستفيد الحكومات من وضع نظام لإصدار الشهادات باعتبارها أداة لتعبئة المزيد من مبادرات القطاع الخاص بالنظر إلى ما يتيح ذلك من إمكانية تحقيق تكاليف أكثر انخفاضاً وما يحتمل أن يعود على البلد بأسره من فوائد إيجابية في شكل تحسين شهرته.

د- الاستهلاك المستدام: تعتبر تعبئة جانب الطلب في معادلة السياحة المستدامة أمراً حاسماً، والواقع أن السياحة صناعة تعتمد على الطلب بدرجة كبيرة وتتسم بإمكانية تضررها الشديدة من العوامل الخارجية مثل المخاطر الطبيعية والأخطار التي تتعرض لها الصحة والأمن واتجاهات السلوك، وبالتالي يجب تشجيع الطلب على الاستدامة في الخدمات السياحية باعتبارها الحلقة المفقودة في إقناع الفعاليات الرئيسية في الصناعة السياحية، للعمل على تحقيق الاستدامة بطريق أكثر موثوقية واتساقاً وفعالية، ويجمع الاستهلاك المستدام في قطاع السياحة بين قضايا الاستدامة في اختيار المقاصد ومقدمي الخدمات، وفي سلوك السياح خلال الإقامة في المقصد. ولذا فإن بناء الطلب على السياحة المستدامة يعتمد عندئذ على الأعمال التي تهدف إلى استثارة وعي السياح بالتأثير عليهم أثناء وجودهم في المقاصد وبالترويج لاختيارات الشراء المختلفة.

وقد تركزت معظم الجهود التي بذلتها روابط المستهلكين والمنظمات غير الحكومية والسلطات الوطنية والسلطات العامة المحلية، على توجيه السلوك السليم للسياح خلال عطلاتهم ابتداءً من المعلومات المحددة عن التجارة غير القانونية للهدايا التذكارية، إلى المعلومات العامة المدرجة كجزء من النصائح الحكومية الرسمية المتعلقة بالسفريات إلى مدونات السلوك التي تدعمها المنظمات غير الحكومية.

ولقد تركزت جهود أقل من ذلك بكثير على توجيه اختيار المستهلكين نحو منتجات السياحة المستدامة، وبوسع السياسات الحكومية أن تضطلع بدور هام في وضع إستراتيجيات للتسويق لدعم نشاط الأعمال الذي يملك سجلات استدامة مؤكدة، ومن شأن هذه التدابير أن تؤثر على الاستدامة حيث أنها ستوفر حوافز عملية للشركات لتطبيق الممارسات المستدامة ثم الحصول على مزايا التسويق المقدمة، وحيث أنها ستؤثر في سلوك المستهلكين من خلال إبراز أهمية هذه المنتجات. ويمكن أيضاً استخدام أدوات التسويق لضمان الاستدامة الاقتصادية من خلال ضمان وصول المنشآت الصغيرة إلى الأسواق حيث أنها لا تملك سوى موارد تسويق محدودة أو منعدمة على الإطلاق.

3- إستراتيجيات السياحة المستدامة، تعتمد إستراتيجيات تنمية السياحة المستدامة على تحاليل كيفية وكمية، تظهر أن النشاطات السياحية الفاعلة لا تتطابق مع مبادئ السياحة المستدامة، لكن الأخذ في الحسبان الثقافة المحلية كالتحليل البيولوجية والإيكولوجية الخاصة بالحظائر تنشأ ثقافة تربية بيئية عبر الإعلام والمتلقيات والمنظمات غير الحكومية... إلخ، وهكذا تختلف المواقف تجاه السياحة المستدامة.

1.3- موقف المقيمين نحو السياحة المستدامة: إن النظريات المختلفة قد قامت بالتعبئة، من أجل دراسة المبدأ، وتكلف كبير لمنهج ونظرية تحليل السياحة المستدامة، والتي تتطلب حرصاً أكبر وتكاليف أكثر على عائق المقيمين تجاه السياح ومبادئ السياحة المستدامة.¹⁰

2.3- موقف السواح تجاه السياحة المستدامة: رغم الدراسات القليلة في هذا المجال، إلا أنها صنفت الموقف حسب نوع السياحة، سياحة بيئية، سياحة طبيعية، سياحة حضرية، والنتائج بينت حساسية كبيرة للسياح البيئيون تجاه الاعتقاد والمواقف البيئية فيما يخص: الدفاع عن البيئة وحمايتها، المشاركة الانعكاسية بالخبرة، التحفيز، وبالتالي خلق بيئي يقترح انتهاز سابق للحاجيات الشخصية للزوار.¹¹

3.3- موقف الحكومات والمؤسسات تجاه السياحة المستدامة: المؤسسات والحكومات لها دورا كبيرا وفعالاً، وبالتالي انطبعا إيجابياً نحو السياحة المستدامة، حيث تصدر قرارات أساسية تحقق ترقية مخصصة للسياحة بصفة عامة، رغم قلة الدراسات إلا أنها تساهم في ترقية السياحة المستدامة مساهمة كبيرة.¹²

4.3- إستراتيجيات تنمية السياحة المستدامة: من بين العوامل المفتاحية لنجاح التنمية السياحية المستدامة، هي إتباع سياسات وإستراتيجيات ومخططات، وتجسيدها على أرض الواقع، من أجل خلق الشروط المثالية المتماشية مع السياحة المستدامة على المستويين الجهوي أو المحلي، وهناك أربعة مبادئ توجيهية يجب احترامها وهي:¹³

- إنشاء المؤهلات والمهارات الضرورية بالتنسيق الجيد والحوكمة على المستوى الجهوي أو المحلي؛
- تعزيز المناهج الجماعية المساهمة، بإنشاء شراكة عمومية وخاصة ومبادرات تعاون؛
- استعمال منهج الاستدامة بالإضافة إلى الابتكار لرفع وتشجيع وتعزيز الهوية الجهوية؛
- حشد الوسائل المالية والبشرية الضرورية وتوفيرها مع طموحات سياسة السياحة المستدامة.

أ- التسويق والمشاريع الإقليمية: وذلك بتشجيع التسويق الإقليمي للتنمية المستدامة، وطرح التنافسية بين الجهات، فيما يتعلق بطرح السياحة المستدامة في مخطط تسويقي فهو يتضمن ما يلي:¹⁴

¹⁰ - M baye Fall Diallo, Op Cit, pp211-212.

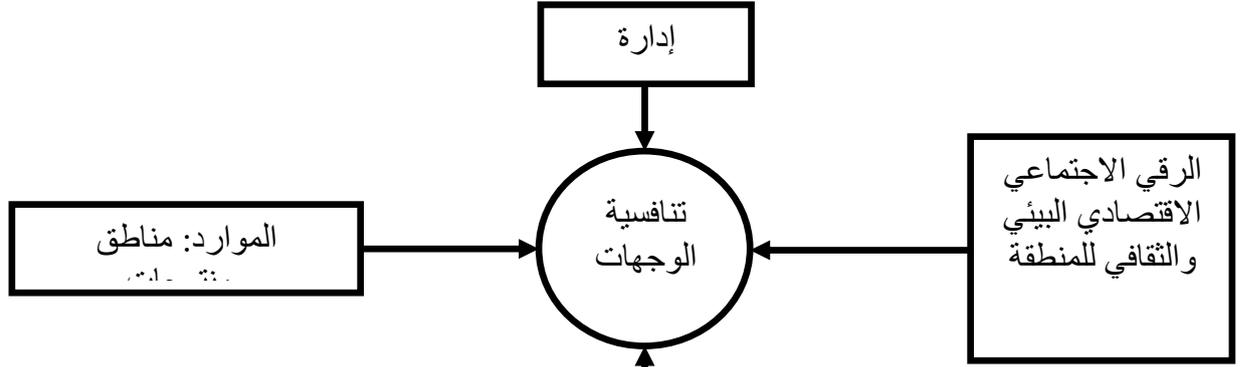
¹¹- Idem, p213.

¹² - Idem, p215.

¹³ - Gerard Seguin, Emmanuelle Benzet, Marketing du tourisme durable, Dunod, Paris: France, 2010, p124.

¹⁴ - Idem, p124.

- البيانات الاجتماعية والاقتصادية للطلب السياحي وتطوراتها؛
 - إمكانية الوصول نحو أسواق السياحة المستدامة؛
 - استحقاق نشاط السياحة المستدامة والوجهات السياحية؛
 - نفسية المستهلك المستهدف؛
 - العوامل المؤثرة على رضا المستهلك عن منتجات السياحة المستدامة؛
 - تسويق الأبراج؛
 - الأسعار والتكاليف؛
 - استعمال تكنولوجيا المعلومات؛
 - تمييز منتجات السياحة المستدامة ووضعياتها.
- والشكل الموالي يمثل أبعاد نموذج التنافسية في السياحة المستدامة.
- الشكل رقم (01): أبعاد نموذج التنافسية في السياحة المستدامة



Source: Gerard Seguin, Emmanuelle Benzet, Marketing du tourisme durable, Dunod, Paris: France, 2010, p124.

- ب- الوسائل والمساعدات المنهجية لمبادرات التي تسمح ب:¹⁵
- مرافقة فاعلي الإقليم في التسيير اليومي لمشاريعهم؛
 - التعيين بالمقارنة مع معايير محددة في إطار منطقي؛
 - التمويع بالمقارنة مع التطبيقات الجيدة للقطاع؛
- وهذا لا يتأتى إلا عن طريق مؤشرات معينة، وتقنيات ومعايير تقييم المشاريع.
- ج- المشاريع التي تنطوي على السياحة المستدامة: والتي تتمثل بالدرجة الأولى في:¹⁶
- الحفاظ الطبيعية الجهوية؛
 - المحطات المحمية؛
 - مشاريع تسيير المحيط؛
 - التسيير المتكامل للمناطق السياحية.
- د- التسويق كمتجه لتنمية الشبكات، والشراكة في السياحة المستدامة: وذلك عن طريق الشراكة العمومية والخاصة، وذلك ب:¹⁷
- تنمية الشعور بملكية واكتساب مشاريع السياحة المستدامة من قبل الفاعلين؛
 - المحافظة على الثقة بين الشركاء، التقنيين وكل الفاعلين الآخرين؛
 - خلق عملية آلية التنظيم عبر اتفاق اجتماعي، عن طريق التزام طويل المدى لمجموع الفاعلين في الإقليم؛
 - إبلاغ الشركاء بكل عمليات الالتحاقت والزيارات.
 - تكوين والمحافظة على الشرعية لكل تقاربات ومشاريع التنمية المستدامة؛
 - ضمان الارتباط أو التطابق.
- ثانيا: التسويق والسياحة المستدامة
- سنتطرق إلى علاقة التسويق بالسياحة المستدامة، من خلال تسويق السياحة المستدامة والتسويق السياحي المستدام.
- 1- تسويق السياحة المستدامة: من أجل إدارة سياسة تسويقية مناسبة للسياحة المستدامة، لا بد من استعمال وسائل لتسهيل توجيه نشاط المنظمات، ويهدف دراسة تسويق السياحة المستدامة سنتطرق لهذه العناصر كما يلي:¹⁸

¹⁵- Idem, p 125.

¹⁶- Idem, p 125.

¹⁷- Idem, p 125.

¹⁸- Gerard Seguin, Emanuelle Benzet, op cit, p63.

1.1- مكونات المزيج التسويقي في السياحة المستدامة: ويمثل المكونات التي تتوافق مع متطلبات السياحة المستدامة،

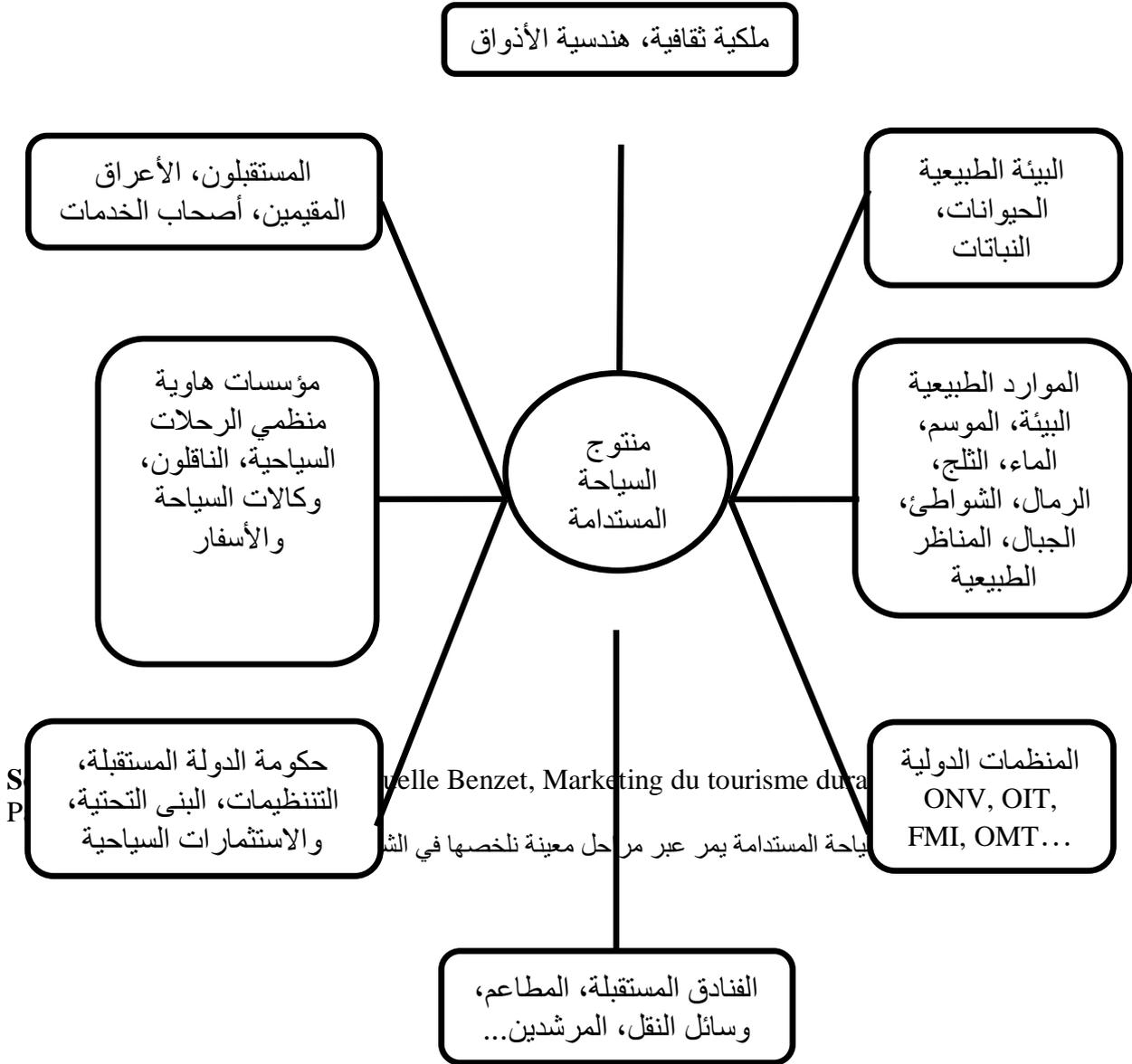
حيث هناك أربعة مكونات:

- النطاق أو المنتجات؛
- المردودية المالية أو المكون المالي (السعر)؛
- الجانب التجاري (التوزيع)؛
- الترويج والاتصال.

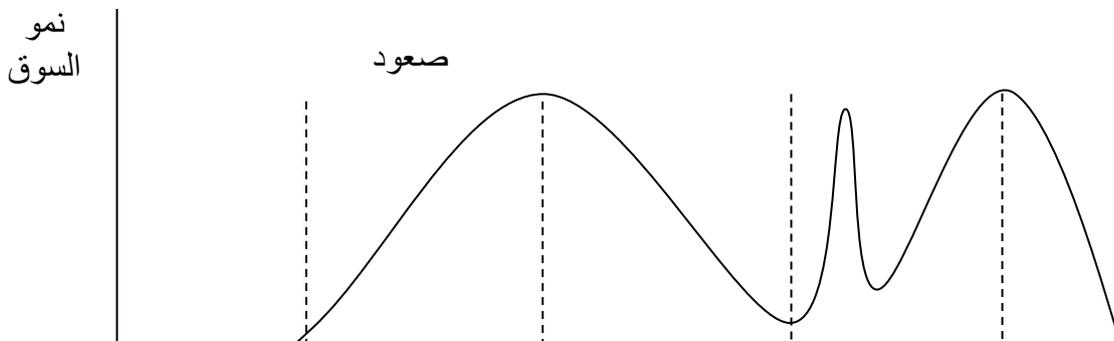
هذه العناصر مشتركة تكون سياسات أو الإستراتيجيات التي تسمح بتكملة الترابط، وتضمن تموقع المشاريع.

أ- منتج السياحة المستدامة: منتج السياحة المستدامة هو نتاج تضافر أبعاد (جغرافية، اقتصادية، ثقافية) على نطاق زمني لمقادير متغيرة (استجمام، تنزه، إقامة قصيرة، عطل) من خلال عمليات إنتاج مختلفة (فندق، إ طعام، نقل...)، ومحطات علاقية مركبة (أفراد أو جماعات، تجار أو غير ذلك بمعيار أو بعفوية). ويبين الشكل الموالي التعقيدات النظامية لمنتج السياحة المستدامة.

الشكل رقم (02): التعقيدات النظامية لمنتج السياحة المستدامة



الشكل رقم (03): مراحل منتج السياحة المستدامة



Source: Gerard Seguin, Emmanuelle Benzet, Marketing du tourisme durable, Dunod, Paris: France, 2010, p 66.

ب- **السعر أو المكون المالي للسياحة المستدامة:** البعد المالي للسياحة المستدامة هو عامل مفتاحي هام، قصد استدامة النشاط، فإشياء البنى التحتية، الفنادق، النقل، الإطعام...، تدخل كتكاليف للمشروع، ودراسة الأسعار التجارية هو أمر لا غنى عنه قصد ضمان المرودية، كما أن توقعات المرودية يجب أن تكون صحيحة للحصول على نظرة متوسطة المدى، اعتماداً على تطوير البرنامج.

ج- **توزيع منتجات السياحة المستدامة:** يعتمد مبدأ توزيع منتجات السياحة المستدامة على ثلاث مبادئ أساسية هي:
- السياحة المستدامة لا يمكن اعتبارها كظاهرة موضحة، وإنما كاتجاهات تنمية للنشاط؛
- أغلب القنوات التقليدية تستعمل لتسويق المنتجات؛

- التخفيضات التجارية تكون على مستوى كل فاعلي النشاط (المصممون، المشغلون المحليون والمواطنون المحليون).
د- **ترويج منتجات السياحة المستدامة:** يختلف الترويج في السياحة المستدامة، من سياحة المناطق التي تتعلق بالترويج الإجمالي للمنطقة أو الموقع الخاص بالنشاط السياحي، في حين ترويج النشاطات السياحية يتعلق بترويج المنتجات الفردية المنتجة من قبل منظمو العملية السياحية المحليين أو الدوليين، حيث يتطلب إشهار وإعلام وترويج للبيع بالإضافة إلى الكتيبات والكتالوجات لترويج الاتصال عن طريق الصالونات والملققات، وكذا الأيام الدراسية والتكوين.

هـ- **كيفية وضع خطط تنفيذ تسويق السياحة المستدامة:** وضع خطة لتنفيذ برنامج السياحة المستدامة هي مهمة معقدة، حيث أن مبدأ وضع خطة يكون عن طريق مجموعة المصممين لإنجاز أي مشروع، ويوجد ثلاث مجموعات للمصممين من أجل تنفيذ السياحة المستدامة هم:
- البرمجة البيئية (الأخلاق والتنمية المستقبلية)؛
- خطة عمل للتسويق تخص المنطقة؛
- تطوير المشروع.

و- **وسائل رقابة ومتابعة تنفيذ برنامج السياحة المستدامة:** إن متابعة برنامج تنمية السياحة المستدامة يسمح بوضع بطارية وسائل التسويق التقليدي، وتتمثل وسائل الرقابة والمتابعة للسياحة المستدامة في:
- ميزات متبعة برامج السياحة المستدامة من خلال المعطيات الكمية والنوعية؛
- تنمية النشاط السياحي المستدام لتوضيح الأهداف؛
- لوحات القيادة لمتابعة برامج السياحة المستدامة.

ز- **الوسائل المستعملة لضمان تنمية النهج التسويقي لخدمة السياحة المستدامة:** وتشمل:
* **مخطط المرافقة:** ينجز بغرض متابعة تنفيذ المنتج ومن ثم المشروع، من خلال تتبع الخطوات والمراحل التقليدية لبرنامج تنمية التسويق.

* **إجراءات الميزانية:** لتحديد مدة ووظيفة ونوع المنتجات المراد وضعها في التنفيذ للمشروع.
كما أن مخططات التمويل تعد وفقاً لتقدم العمليات في أغلب الأحيان، لمشروع السياحة المستدامة، وتستفيد من مساعدات عمومية، حسب سياسات الإقليم أو الجهة أو الحكومات.

2- **التسويق السياحي المستدام:** نتطرق في هذا العنصر إلى:
1.2- **التسويق السياحي المستدام (عندما يكون كل شيء أخضر):** كان يعتبر هذا المصطلح هدفاً منذ العشريات الثلاث الأخيرة، وذلك عندما عرفت مبادئ السياحة المستدامة (OMT 1995)، حيث تحاول المنظمات الدولية الكبرى ومنشؤو المؤسسات السياحية الصغيرة، وضع بصمات إيكولوجية على نشاطاتهم السياحية، من أجل تنمية مقاربات اجتماعية مسؤولة واقتصادية متوازنة، فالعديد من الحكومات أنشأت سياسات التنمية المستدامة من أجل صناعتها السياحية.

أغلب المنظمات الكبرى لها قوانين أخلاقية وسياسات المسؤولية الاجتماعية، كذلك فالسائح يرغب في تحقيق أمنياته الخاصة والتي تتميز بالضمير والصدق، وشيئاً فشيئاً أصبح المستهلكون **يقتنون** منتجات خضراء، هذا الاهتمام المتزايد بالبيئة والاستدامة تم تحويله إلى دراسات من وجهات مختلفة، ورغم هذا التطور الحاصل أصبح ليس فقط من الضروري، بل من المستعجل إنشاء طرق أخرى للحكومة السياحية.

¹⁹ - Pascal Marcot, Laurent Bourdeau, la Communication du Développement touristique durable des sites du patrimoine mondial, ESKA, Revue communication et management, vol 11, 2014/02, pp59-64.

2.2- التسويق والسياحة، والأدوات المضادة للتنمية المستدامة: هناك العديد من التوجهات في مجال التسويق السياحي والثقافي للقيام بها، كإنشاء منتجات سياحية على مستوى مناطق محمية، مراقبة الطلب عن طريق الأسعار، ورغم أن السياحة المستدامة تعتبر كوسيلة مثالية للسياحة، التنمية الاقتصادية، وتعزيز التراث، فإن السياحة ووسائل التسويق التي ترافقها ينظر إليها كقوة أقل استدامة، فالتغيرات الجديدة تعتبر كمتحضرات، بينما منطقيًا صناعة السياحة والتسويق لا تزال إلى حد كبير تتموقع على الربح في المدى القصير، وتتعارض مع الحفاظ على الموارد في المدى الطويل. كالعلاقة المتناقضة بين الملكية والسياحة، والخوف من غسل الأموال الإيكولوجية (Greenwashing)، بتحويل مناظر طبيعية من صورتها الحقيقية قصد جذب سواح أكثر، مما يساهم في زيادة التلوث، والذي يتعارض مع السياحة المستدامة.

3.2- السياحة والاتصال المستدام: رغم مخاطر غسل الأموال الإيكولوجي وسياسة التزييف، فالمسيرون يعلمون أن التنمية المستدامة تسمح ليس فقط باقتصاد التكاليف في الطاقة والمواد الأولية، لكن أيضا بتحسين الصورة أمام الزبائن ومتطلباتهم، في هذه الحالة يمثل الاتصال خصوصية هامة، حيث يسمح بشرح أو تفسير أهداف وخيارات المنظمة، فيما يخص المحافظة على البيئة، والأبعد من ذلك ما يتعلق بالجوانب الاجتماعية والأخلاقية الخاصة بالمستهلكين، وذلك بغرض إظهار الطابع المستدام للمنتج السياحي، كما يلعب الاتصال دورا في إنشاء صورة للوجهات، حيث تكلم بعض الباحثين على أن استدامة الموارد المحلية هي عنصرا أساسيا لصورة الوجهات السياحية، كما أن الوسائل التعليمية تسمح للأفراد بإدراكهم لبعض الرقابات في حياتهم وبيئتهم، وكذا تشرح للمستهلكين وتقدم لهم معلومات حول جوانب هذه المنتجات وتقنيات العمل بها.

3- السياحة المستدامة والمستهلك المسؤول اجتماعيا: عادة ما تركز الأبحاث المتعلقة بالسياحة المستدامة على تطبيق مبادئ الاستدامة على الوجهات السياحية، وعلى جانب عرض السوق، وكذا المستهلكين.

بنظرة واسعة الاستهلاك المسؤول اجتماعيا يجمع كل سلوكيات الاستهلاك، أين يأخذ الفرد في الحسبان النتائج العامة لاستهلاكه الخاص، المتنزهون المسؤولون يعملون على تحقيق مصالحهم البسيطة ويأخذون في الحسبان تأثير استهلاكهم على البيئة، وهذا يشمل الشراء حسب درجة مسؤولية المؤسسات، وحول السلوكيات، مثل تفضيل منتجات بعض الدول، أو العكس مقاطعة منتجات بعض الدول.

من الأسئلة التي يمكن طرحها هي معرفة هل هناك صلة بين السياحة المستدامة والاستهلاك المسؤول اجتماعيا، في هذا الصدد يمكن تلخيص الاستهلاك المسؤول في خمسة عوامل:²⁰

- * رفض الشراء من قبل المؤسسات التي تم الحكم فيها بعدم المسؤولية، مثل استغلال عمل الأطفال، عدم احترام حقوق الأجراء، تلويث المحيط.
- * شراء المنتجات التي يكون جزء من سعرها لأغراض محددة.
- * الاستعداد لمساعدة ودعم التجارة الصغيرة، والدفاع على التشغيل المحلي، وسياسة التنويع.
- * الحساسية تجاه منتجات بعض البلدان أو المناطق.
- * الاستعداد لتخفيض حجم الاستهلاك لما هو ضروري حقيقة.

خاتمة:

التنمية السياحية المستدامة هي التي تركز على تلبية احتياجات السياح والمناطق المضيفة للأجيال المتعاقبة، كما تعمل على المحافظة على الموارد السياحية والطبيعية، من خلال التكامل بين مختلف الأبعاد الاقتصادية الاجتماعية والبيئية وتحافظ على التنوع البيولوجي، وعدم إحداث اختلال بالتوازن البيئي الناتج عن تصرفات الإنسان، والتي تكون متمثلة في تصرفات السائح وما قد يحدثه من تلوث وإضرار بالبيئة، لذا لا بد للسائح أن يتميز بصفات تجعله بدون شك سائح مختلف ومتميز وصديق للبيئة.

فالسياحة المستدامة والاستهلاك المسؤول اجتماعيا، هما مصطلحين لنفس القيم بالنسبة للمستهلك، فالسياحة هي استهلاك قبل كل شيء، ذو خبرة تتعلق بأبعاد تلمذية ومؤثرة للمستهلكين، والاستهلاك المسؤول اجتماعيا يجب أن يعطي على الأقل جزءا من المتعة الشخصية، ومن هذا المنظر العطلة هي المتنفس الوحيد للأوكسجين بالنسبة للسائح، مع نسيان كل القيود من خلال تلبية الرغبات الموجودة في الذهن.

وقد خلصت الدراسة إلى أنه من أجل تحقيق عناصر وأهداف التنمية السياحية المستدامة، يجب الاهتمام بجانب التطوير في كل المجالات ذات الصلة والتي تركز على عناصر المزيج التسويقي في السياحة المستدامة، كما يجب تركيز الأبحاث المتعلقة بالسياحة المستدامة على تطبيق الاستدامة على الوجهات السياحية وعلى جانب عرض السوق (بما فيه أماكن الضيافة وكذا المستهلكين).

²⁰-Agnes François Leccompte, Isabelle Frinaaller, les Français et le tourisme durable: proposition d'une typologie, Management prospective ED, Revue Management et avenir, France, 2009, n 29, pp313-323.