

## التوجه السياحي البيئي: الآثار و الحلول

د/برجم حنان  
جامعة عنابة

## Résumé :

## المخلص :

loin des préoccupations de l'environnement, le tourisme n'était pas intéressé par cette optique. Ce n'est qu'au début des années 80 que ce secteur a connu l'importance des causes environnementales

« Le développement du tourisme écologique doit se traduire par une gestion de toutes les ressources permettant à la fois de satisfaire les besoins économiques, esthétiques et sociaux, et de préserver l'intégrité culturelle, les écosystèmes, la biodiversité et les systèmes de soutien à la vie.

La globalisation des marchés touristiques et l'accroissement du nombre de destinations émergentes impliquent des effets sur l'environnement naturel et culturel d'une destination. Ces impacts sont confrontés à une conscience environnementale accrue de la clientèle touristique.

Une stratégie marketing pour un tourisme écologique durable, qui demande des changements dans les attitudes des entreprises touristiques, est donc une absolue nécessité.

يهدف هذا البحث إلى معالجة الانشغالات السياحية التي لم تكن ترتبط بالانشغالات البيئية ففي بداية الثمانينات فقط عرف هذا القطاع أهمية القضايا البيئية. ان تطوير السياحة البيئية يجب أن يترجم بتسيير لكل الموارد التي تسمح بتلبية الاحتياجات الاقتصادية، و الاجتماعية و كذا بالمحافظة على الثقافة و التنوع البيئي.

لذلك فإن عولمة الأسواق السياحية و ارتفاع عدد المقاصد السياحية يولد اليوم عدة آثار على البيئة الطبيعية والثقافية للمقصد حيث تتوقف الآثار على الضمير و الوعي السياحي للسياح و من هنا فإن تبني إستراتيجية تسويقية واضحة تهدف إلى تغيير السلوكيات إلى التوجه البيئي هي ضرورة حتمية .

## مقدمة :

بعيدا عن الانشغالات البيئية، لم تكن السياحة مهتمة بهذا التوجه الا حديثا، ففي الثمانينات فقط جاء الخبير المكسيكي هكتور سبالوس لاسكوراين ليربط هذا القطاع بقضايا البيئة، لتصبح إحدى أقوى و أكبر الصناعات التي عرفها العالم على الإطلاق منبعا للممارسات المسؤولة و المشجع الأول للمسائل المتعلقة بالطبيعة، بالموارد ، بالطاقة ، بالحيوان ، بالإنسان... الخ .

و قد زاد اهتمام المنظمات السياحية والهيئات العالمية بالتوجه السياحي البيئي الذي تحدثت عنه أيضا إحدى التظاهرات الهامة في ريو دي جانيرو عام 1992 اثر انعقاد قمة الأرض المعروفة التي أكدت ضرورة الإحساس بالمسؤولية من طرف المنظمات السياحية و كذا السياح بقضايا البيئة متبنين الممارسات المسؤولة في إطار إستراتيجية واضحة .

بالإضافة إلى أن السياحة البيئية كانت محل دراسة و موضوعا هاما في العديد من المؤتمرات العالمية كميثاق السياحة المستدامة في اسبانيا عام 1995 الذي نادى بوضع إستراتيجية للحد من آثار السياحة على البيئة ، و إعلان برلين عام 1997 و هي اتفاقية دولية حول التنوع البيولوجي و السياحة المستدامة، و غيرها من التظاهرات التي شهدت على أهمية إدماج التوجه البيئي في القطاع السياحي<sup>(1)</sup> .

و توالى المفاهيم في الظهور، فأصبحنا نتكلم عن السياحة المسؤولة، السياحة التضامنية، السياحة البيئية، السياحة العادلة، الخضراء، و التي تهدف كلها إلى القيام بالسياحة دون أن يكون هناك أثر سلبي على الطبيعة و مصلحة الأجيال اللاحقة .

يعتبر قطاع السياحة من أهم القطاعات الاقتصادية التي تشهد نموا متزايد خصوصا في السنوات الأخيرة. وأصبح هذا القطاع يشكل الدعامة الأساسية لاقتصاد العديد من البلدان مهما كان مستواها التنموي متقدما ناميا أو ناشئا. ولقد اهتمت هذه البلدان بوضع وصياغة العديد من الخطط التنموية لهيكلتها قطاعها السياحي أو ما أضحي يسمى بالتنمية السياحية خلال العشريات السابقة. ولقد استندت هذه الخطط في مجملها على مفهوم التسويق كركيزة أساسية و رافد من روافد التنمية السياحية.

إن ارتباط البيئة بالتنمية السياحية أصبح اليوم من بين الانشغالات و القضايا الهامة التي تشغل المنظمات السياحية و الحكومات، و نبع هذا عن ظهور بض التيارات

و الجمعيات و الجماهير التي مارست ضغطا على هذه المنظمات تنادي من خلاله إلى التفكير في مصلحة الإنسان و البيئة على حد سواء نتيجة الممارسات الضارة التي قد تؤدي إلى عواقب بيئية وخيمة .

و من هذا المنطلق نتساؤل اليوم عن دور التسويق في تغيير ممارسات المنظمات السياحية إلى تبني التوجه البيئي كظاهرة حديثة تؤدي إلى كسب الحصص السوقية من جهة و كذا الالتزام بحماية البيئة من جهة أخرى . و هنا تتبين إشكالية هذا المقال التي تعالج المشكل التالي :

ما هي آثار السياحة على البيئة و دور التسويق في تبني الفلسفة البيئية ؟

ولكي نوضح أهمية هذا الإشكال يجب أن نبين توسع ظاهرة السياحة في العالم، فتكفي الإشارة إلى النمو السريع للحركة السياحية الدولية منذ النصف الثاني من القرن الماضي فلقد نمت الحركة السياحية الدولية من ( 25 ) مليون سائح عام 1950 إلى ( 213 ) مليون سائح عام 1975 والى ( 703 ) مليون سائح عام 2003 ومن المتوقع أن يتجاوز العدد من مليار سائح عام 2010 حسب دراسات منظمة السياحة العالمية الى 1.56 مليار سائح في 2020<sup>(2)</sup>. و الجدول التالي يبين ذلك :

جدول رقم (1): توقعات نمو أعداد السياح في العالم حسب القارات والأقاليم

(مليون سائح)

2020	2010	1995 سنة الأساس	القارات والأقاليم
77.3	47	20.2	إفريقيا
282.3	190.4	108.9	الأمريكيتين
397.2	195.2	81.4	شرق آسيا و الباسفيك
717.2	527.3	338.4	أوروبا
68.5	35.9	12.4	الشرق الأوسط
18.6	10.6	4.2	جنوب آسيا
1561.1	1006.4	565.4	العالم

المصدر: World Tourism Organization (WTO).

## 1- علاقة السياحة بالبيئة:

نتيجة للتوسع السريع في القطاع السياحي تواجه الجهات السياحية التقليدية و الناشئة مزيدا من الضغط على بيئاتها الطبيعية و الثقافية و الاجتماعية و الاقتصادية ثمة الآن إقرار بأن نمو السياحة الجامح الهادف إلى تحقيق فوائد قصيرة الأمد كثيرا ما يؤدي الى حدوث آثار سلبية تضر البيئة و المجتمعات و تدمر الأساس الذي تقوم عليه السياحة و تزدهر.

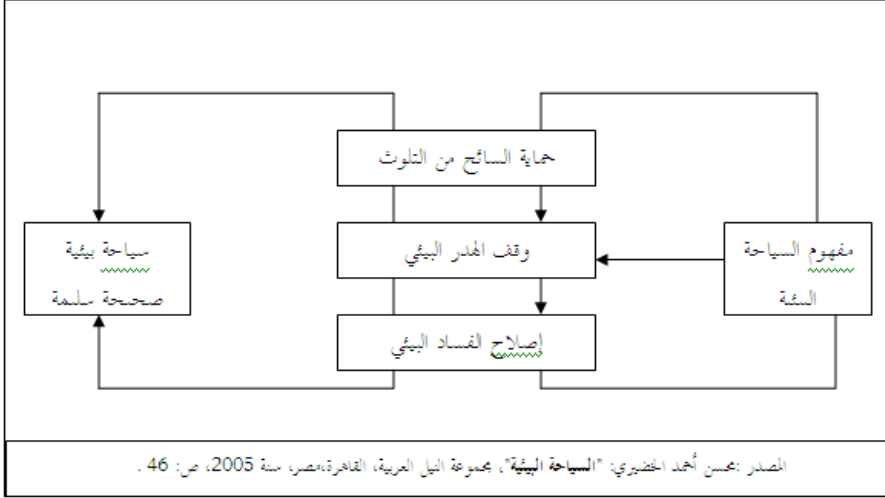
فقد كانت بعض الحكومات و المنظمات الدولية قبل التسعينات قد عالجت بعض الآثار السلبية للسياحة بما فيها الطرق غير مستقرة للعمالمة و استغلال الأطفال و تدهور التقاليد و القيم الثقافية و الأضرار البيئية في المواقع السياحية و الأماكن الطبيعية، و قد حدثت هذه الآثار البيئية المضررة بفعل الإفراط في استهلاك الموارد و التلوث و النفايات التي تنجم عن تطوير البنية التحتية و المرافق السياحية ما يجعلها تعود بفوائد اقتصادية على المجتمعات المضيفة و تتخذ كوسيلة من وسائل تخفيف حدة الفقر و الحفاظ على الثروات الطبيعية و الثقافية و غيرها .

وفي ظل ظهور ما يسمى بالاقتصاد الأخضر وكذا تنامي متطلبات تحقيق التنمية المستدامة و الحفاظ على البيئة، ظهر اتجاه حديث للتسويق السياحي يتمثل في التسويق السياحي البيئي أو ما يسمى بـ "السياحة البيئية".

وفي هذا السياق، تعتبر السياحة البيئية، حاليا، واحدة من أهم مجالات نمو السياحة في العالم، وتشير الإحصائيات والتقديرات أن الطلب على السياحة البيئية قد تنامي، مؤخرا، بنسبة تتراوح بين 10 و 30% في السنة.

2-أبعاد السياحة البيئية: لقد مر مفهوم السياحة البيئية بثلاث مراحل اتخذت ثلاث أبعاد رئيسية يظهرها لنا الشكل التالي:

## شكل رقم 01: أبعاد السياحة البيئية.



1-2: المرحلة الأولى: مرحلة حماية السائح من التلوث: تعني هذه المرحلة الابتعاد بالسائح إلى أماكن لا تحتوي على أية تهديدات تعرض حياته، وصحته للخطر، خاصة في المناطق البيئية البعيدة عن العمران، والحضارة... إلا أن هذه المرحلة قد صاحبها أخطار هددت البيئة ذاتها، كانت نتيجة للسلبات المختلفة التي مارسها كل من السائح، وشركات السياحة، وهذا ما انعكس بطبيعة الحال على البيئة مما أفقدها بعضاً من مناطقها للصلاحيّة كما هدد الأحياء الطبيعية فيها. (3)

2-2: المرحلة الثانية: مرحلة وقف الهدر البيئي: تتجسد هذه المرحلة في استخدام سياحة وأنشطة سياحية لا تسبب أي هدر ولا ينتج عنها أي تلوث، وبالتالي تحافظ على ما هو قائم، وموجود من أوضاع في المقصد السياحي.

2-3: المرحلة الثالثة: مرحلة إصلاح الفساد البيئي: تتمثل هذه المرحلة في التعامل مع أوضاع البيئة القائمة، وإصلاح الهدر البيئي، ومعالجة التلوث البيئي، وإصلاح ما تم إفساده بإرجاع الأوضاع إلى ما كانت عليه بمعالجة الاختلالات، وتهئية الأوضاع، والأحوال لتصبح أفضل وأحسن.

من خلال هذه المراحل الثلاث، فالسياحة البيئية تعمل على حماية السياح من مخاطر التلوث، والانبعاثات الغازية، والحفاظ على مستوى جيد من الاستضافة السياحية، وتقديم الخدمات المتكاملة لهم، مع الإبقاء على استدامة الموارد الطبيعية البيئية من جهة، واستمرارية النشاط السياحي، والمنشآت السياحية من جهة أخرى.

### 3- الآثار الايجابية للسياحة على البيئة (4) : ان السياحة مسؤولة عن حماية مناطق

العيش الطبيعية ، الحياة البرية ، المحميات الغابية ، كما أن المناظر الطبيعية الجميلة تمت حمايتها لكونها أحد دعائم الجذب السياحي. فحسب المنظمة العالمية للطبيعة (UICN) ، فإنه قد تم انشاء 100000 محمية طبيعية في العالم .

تعتبر السياحة أيضا عاملا هاما في الحفاظ على الموروث و الآثار و المواقع التاريخية ذات القيمة الدينية و الثقافية . و كذا مضخة أساسية للموارد المالية التي تساهم بدورها في الحفاظ و الدعم لمقومات الدول .

✓ **المساهمة المالية :** فالسياحة يمكن أن تساهم بطريقة مباشرة في تمويل المناطق الفقيرة والمعزولة ، فالموارد الآتية من تذاكر السفر و نشاطات السياح يمكن أن تضخ مباشرة إلى المقصد السياحي لحل المشاكل الاقتصادية و الاجتماعية التي يعاني منها ، بل و تقوم بإعاشه و تطويره في كافة نواحي الحياة . أما بالنسبة لمداخل الدولة ، فعادة ما تقوم الدول بوضع رسوم و ضرائب ، كما تفرض تراخيص خاصة لصيد الحيوانات و الأسماك و كل هذا يعتبر مداخل لدولة تدرها السياحة و تساهم في تسيير النشاطات السياحية و حماية المواقع التاريخية و الثقافية و المحميات الطبيعية و تهيئة المحيط.

✓ **إن مداخل السياحة المسؤولة يمكن أيضا أن تساهم في ترميم المباني القديمة التي يمكن أن تصبح لاحقا فنادق و مطاعم و متاحف و مراكز مؤتمرات تستقبل السياح ، بينما يمكن للبيوت الصغيرة المهجورة أن تحول إلى مقاهي و صالات شاي و مطاعم صغيرة في إطار إستراتيجية تسويقية تعتمد على التجديد و الابتكار . كما أن المصانع القديمة و المنازل المشهورة لشخصيات فنية قديمة و كذا القصور يمكن أن تكون عناصر جذب هامة للسياح .**

✓ **تحسين التسيير البيئي:** ان التسيير الجيد للمنظمات و الهئات السياحية و منها الفنادق مثلا يمكن أن تساهم في تمويل المناطق الطبيعية. و هذا يتطلب تنظيما دقيقا

لتنمية مستدامة و دراسة لمقومات كل منطقة ، لتخفيض التكاليف غير المبررة و ترشيد الموارد ، وكذا تجنب الإضرار والتدمير لعناصر و مقومات الجذب السياحي على المدى الطويل .

✓ **التوعية والتحسيس بقضايا البيئة<sup>(5)</sup>** : ان ارتباط السياحة المباشر بالطبيعة و المحيط يفرض ضرورة تحسيس الجمهور سواء كانوا سكانا محليين أو سياحا بقضايا البيئة و المشاكل المتعلقة بها .و تبني سلوك مسؤول و تصرفات تحافظ عليها .ان صناعة السياحة يمكن أن تلعب دورا كبيرا بامتلاكها المعلومات اللازمة عن المحيط التي تعمل من خلالها على توعية السياح بمضار و نتائج ممارساتهم اللامسؤولة .فالسائح مثلا يعتبرون أكبر مستهلك لكميات كبيرة من المنتجات و الخدمات و الموارد ، فحسب دراسة فرنسية فان السائح الفرنسي يمكن أن يستهلك حتى 492 لتر ماء في اليوم كما أنه يستهلك كميات كبيرة من السلع التي يمكن أن تكون لها نتائج سلبية على المحيط على المدى الطويل .ان تشجيع السياح على اقتناء المنتجات التي تحترم الطبيعة طيلة حياتهم يمكن أن يكون له أثر ايجابي كبير على البيئة .

4- **الآثار السلبية للسياحة البيئية<sup>(6)</sup>** : اهتم خبراء السياحة بدراسة الأثر المتبادل بين السياحة و البيئة، إذ لوحظ بان التدفق الهائل للسياح للمواقع السياحية من شأنه أن يؤدي إلى تخريب و تدمير البيئة و تهديد الحياة الفطرية، مما يؤدي إلى تفتيت الإرث الحضاري للمنطقة. و هذا ما أدى إلى تعالي الأصوات المنادية بضرورة توظيف السياحة للمحافظة على البيئة، فالسياحة سلاح ذو حدين ، فهي من جهة يمكن أن تؤدي إلى انعاش اقتصادي و تقدم كبيرين ، الا أنها من جهة أخرى تعتبر من أكبر الصناعات تلويثا للمحيط ، مما يؤدي بنا إلى التساؤل اليوم :هل السياحة سبب أم هي ضحية التغيرات الطبيعية ؟ و من بين الآثار السلبية التي تنتج عن السياحة :

✓ تعتبر السياحة أكبر مستهلك للموارد الطبيعية و الطاقة كالأرض و الماء و البترول و الكهرباء والغاز و الغذاء و بالتالي فهي أيضا أكبر مولد للفضلات الملوثة للجو و المحيط .و حسب تقديرات المنظمة العالمية للسياحة فان عدد السياح يمكن أن يصل إلى مليار و نصف سائح تقريبا في أفاق 2020 كما ذكرنا سابقا ، و هذه الأرقام لا تأخذ في الحسبان السياحة الداخلية ، فهي تخص

فقط السياحة العالمية ، كما أنها توظف 231 مليون عامل في مشاريع تبلغ استثماراتها 1010.7 مليار دولار تتمثل في استثمارات جديدة تخص السياحة و السفر ، ان هذا الاستثمار الهائل و هذه الصناعة الضخمة من شأنها أن تولد آثارا وخيمة على البيئة .

و تجدر الإشارة إلى أننا اذا اعتبرنا الطبيعة و المحيط على أساس هذه المقاربة جزءا من السياحة ، فان على هذه الأخيرة أن تعمل على المحافظة عليها ،حيث أن محيطا جميلا و نظيفا هو دعامة أساسية لنجاح السياحة .

فمهما كان المقصد السياحي : جزرا أم دولا أم قري و مهما كان نوع السياحة ،فان لا أحد يمكن أن يبقى في شاطئ ملوث أو أن يتنزه في حظيرة مملوءة بالأوساخ و الفضلات .

إن انخفاض عدد السياح و الزائرين للمنطقة و يمكن أن يخفض من الإيرادات السياحية ، و بالتالي فان الأموال المجندة و المستثمرة في تسيير الفضلات و ترشيد الموارد و الطاقة تصبح غير كافية ،مما يجعل الآثار السلبية و العواقب وخيمة على المحيط .

إن انخفاض جودة الخدمات المقدمة من شأنه أيضا أن يخفض درجة جاذبية المقصد السياحي، و بالتالي يجر انخفاض الطلب. و لهذا يقوم خبراء التسويق السياحي اليوم بمجهودات كبيرة لتبني التوجه السياحي البيئي و إقناع السياح و السكان المحليين في الوجهات السياحية بأن يكونوا أكثر مسؤولية في ممارساتهم ،التي يمكن أن تكون ذات مردودية على المدى الطويل .

و تظهر الآثار السلبية للمحيط عل المقصد أو المكان عندما تتجاوز استخدامات السياح و ممارساتهم إمكانيات المقصد السياحي و المحيط الطبيعي مولدة اختلالات . في إطار سياحة غير مراقبة .

**1-أثر السياحة على جودة الهواء :** فزيادة عدد السياح في العالم فان هذا يجر زيادة في استخدام وسائل النقل بكل أنواعه:بري ،بحري و جوي و هو يعتبر أحد أكبر الدعائم التي تركز عليها السياحة .

إن استخدام النقل من شأنه أن يلوث الهواء و يساهم في زيادة حرارة الأرض ، كما أنه يعمل على زيادة الضجيج و الازدحام و انبعاث الغازات .



يجدر بنا القول أن أكثر المقاصد السياحية و أشهرها في العالم كـالمكسيك ، فرنسا ، إيطاليا ، أمريكا ..الخ تظهر أيضا في قائمة البلدان الأكثر تلويثا لجودة الهواء .

يعتبر النقل عنصرا و متغيرة هامة أيضا في المساهمة في نقل المواد و الفضلات من مكان تهيئة المشاريع السياحية، و هذه الأخيرة تساهم بدورها هي الأخرى في تلويث المحيط باستخدامها للموارد و هدرها للطاقة .  
و لا يجب أن ننسى انبعاثات الغازات من الطائرات كأكسيد الآزوت الذي يلوث الجو باعتبار أن السياحة تشكل اليوم 60 % من النقل الجوي .

2-أثر السياحة على الماء : إن السياحة ليست المسؤول الوحيد على تلويث المياه ، إلا أنه بالمقابل ، فإن الأودية و الأنهار و الشواطئ و البحيرات أين يمكن أن يسبح السياح و يصطادوا السمك تعتبر مهمة جدا في صناعة السياحة . ففي مقاصد كثيرة تعمل السياحة على تلويث الماء انطلاقا من تصريف المياه المستعملة و الصرف الصحي من المنظمات السياحية و المواد الكيميائية التي ترميها البواخر و السفن .

كما أن السياحة تعتبر أيضا أكبر مستهلك للماء ، فبالنسبة للفنادق و المسابح و ملاعب القولف ، فإن هذا يمكن أن يساهم في ندرة الماء و انخفاض مستويات السدود .

إن استهلاكات السياح أنفسهم في العطل خاصة في فصل الصيف في المناطق الحارة يمكن أن يكون معتبرا جدا و أن يتجاوز حتى استهلاكات سكان المنطقة السياحية المحليين .

### 3-آثار تلويث الماء :

الموارد المحلية (7): يمكن أيضا للسياحة أن تعمل على تخفيض الموارد المحلية كالغذاء و المواد الأولية لتصبح كمياتها قليلة و محدودة. بفعل تضاعف عد السياح في فترات الذروة ليصل إلى عشرات الأضعاف مما يشكل ضغطا على الموارد المحلية التي تغطي احتياجات السكان ، و التي تعمل على الحفاظ على رفاهية السياح مثل التدفئة و التكييف و الماء الساخن و الغذاء من الخضر و الفواكه ..الخ .

4-المشاكل المتعلقة باستغلال الأراضي<sup>(8)</sup>: تعتبر المنظمات الفندقية المسؤول المباشر على هذا المشكل نتيجة التوسع العمراني لها على حساب المساحات الخضراء و الجبال و الغابات . و كذلك على حساب نشاطات كثيرة مثل الزراعة و الصيد و الاستغلال الغابي . و يمكن ذكر المحطات السياحية منها على سبيل المثال .ان كل هذا يؤدي إلى تدهور الأراضي و انخفاض جودة تربتها و كذا فقدان التنوع البيئي .

ان التسيير السيئ للأراضي و المرتبط أيضا باختيار مساحات بطريقة عشوائية و غير مدروسة يمكن أن يؤدي إلى مشاكل كبرى منها مثلا انزلاقات الأرض و الفيضانات .

5-تدهور الثروة النباتية<sup>(9)</sup>: حيث تتسبب المباني و المشاريع السياحية في تدهور الثروة النباتية و انقراض بعض الأنواع النادرة و تلويث المياه التي تسقي هذه النباتات. و قد تنتج الخسارة أيضا من بعض النشاطات السياحية مثل المخيمات و تسطير الطرق و المشي و جمع الفواكه و الخضر و الأزهار و الفطريات ، كما أنه في السياحة الشاطئية ، فان العديد من النشاطات السياحية أيضا يمكن أن تضعف التنوع البيئي المائي .

و يمكن ذكر على سبيل المثال رسو البواخر، الغوص، رياضة الصيد التنزه في القوارب و غيرها يمكن لها أن تتسبب في هشاشة الثروة الطبيعية البحرية مثل الحيد البحري المرجاني .

و يجدر القول إلى أن اتساع مساحات المباني السياحية في المناطق المنعزلة يجب أن يراقب بدقة لكي لا يتسبب في خسائر بيئية قد تكون عواقبها وخيمة على المدى الطويل.

و لا يجب أن ننسى تأثير النشاطات السياحية على الثروة الحيوانية التي باتت مهددة بالانقراض من طرف السياح الذين يصطادون الحيوانات أملين في أخذ صورة تذكارية لنجاح الصيد ، كما أن فضلات البشر يمكن أن يتسبب في اختلال التوازن الغذائي للحيوانات .

6- تحديات التسويق السياحي البيئي<sup>(10)</sup>: ان الرهانات التي يواجهها اليوم قطاع السياحة في تبني التوجه البيئي يتمثل أساسا في النقاط التالية :

- 1-الإعلام
- 2-كيفية الوصول و استهداف الأجزاء السوقية المناسبة
- 3-ما هي الطرق التسويقية الفعالة
- 4-ما هو دور المسير العمومي و الخاص
- 5-ما هو دور المؤسسات متعددة الجنسيات و السلاسل الفندقية الدولية في تطوير سياحة مستدامة بالتعاون مع الجماعات المحلية؟
- 6-ما هو دور تكنولوجيايات الاتصال و الانترنت في نقل المعلومات و الترويج السياحي

ان المشاكل كثيرة و التساؤلات متعددة

- 8- دور التسويق في المحافظة على البيئة<sup>(11)</sup>: يتجلى دور المسوق في المحافظة على البيئة في النقاط التالية:

- 1- التفكير في مشاريع سياحية تهدف إلى الحد من الممارسات غير المسؤولة للسكان المحليين من جهة و السياح من جهة في إطار تبادل و شراكة و علاقات تربط الاثنين .
- 2- أن المسوق يعمل على توعية و إرشاد السكان المحليين و السياح بضرورة القيام بممارسات لا تضر بالبيئة ، و كذا تعليمهم مبادئ السياحة البيئية
- 3- تشجيع سكان المنطقة على عرض منتجاتهم البسيطة التي يمكن أن تساهم كعناصر للجذب السياحي لتخلق ديكورا متكاملًا مع المناظر الطبيعية
- 4- تشجيع المنظمات الفندقية على تبني التوجه السياحي البيئي و تغيير ممارساتهم العادية إلى ممارسات مسؤولة ، عن طريق الاستثمار في تجهيزات و معدات تعمل على ترشيد الموارد و الحد من الاستخدام المفرط .
- 5- القيام بحملات إعلامية تشجع تبني التوجه البيئي .

ان دور المسوق هام جدا في تغيير السلوكات التي يمكن أن تضر بالبيئة بكل أشكالها ، حيث أن باستطاعته خلق الدافع إلى القيام بسياحة تحترم الإنسان و الحيوان و النبات و تحافظ على التوازن البيئي

## الخاتمة:

لكي يضمن قطاع السياحة توسعه دون الإضرار بالبيئة، لابد عليه أن يغير أساليب تشغيل نشاطاته إلى ممارسات ترضي البيئة و لا تضر بها.و أن يعتبر هذا التزاما و مسؤولية بيئية يجب أن يقوم بها على أكمل وجه .فكما يعمل المنتجون على تحسين جودة منتجاتهم و خدماتهم لترضي الأسواق المستهدفة ، فعلى السياحة أيضا أن تحسن أيضا في ممارساتها البيئية .و للوصول إلى هذا الهدف يتوجب الالتزام بالنقاط التالية :

1- تبني التسيير البيئي من خلال إستراتيجية تسويقية واضحة من طرف المنظمات السياحية .

2- الاهتمام بالسياحة البيئية التي تعتبرها منظمة السياحة العالمية أسرع الأسواق السياحية نموا وانتشارا في السنوات العشر الأخيرة.

3- ضخ مداخيل السياحة لتطوير المناطق المعزولة و الفقيرة و الحد من البطالة

4- التوعية والإرشاد و التوجيه لكل من لع علاقة مباشرة كانت أو غير مباشرة بالسياحة

5- التكوين الجيد للمسؤولين في السياحة ليستطيعوا الخوض في الممارسات البيئية

6- تجنيد المجتمع المدني للقيام بدوره لتنمية السياحة البيئية

7- الاهتمام بالمحميات الطبيعية و إحاطتها بمختلف الخدمات التي يحتاجها السياح

## المراجع:

- 1- سليمان بن عبد العزيز المشعل، " الصحة البيئية، الواقع و الطموح"، المكتب التنفيذي لمجلس وزراء الصحة لدول الخليج، 2011، ص 43
- 2- احمد حسين رضوان، احمد يحي إسماعيل، السياحة البيئية المستدامة في مصر [http://www.cpasegypt.com/pdf/Ahmed\\_Hosny\\_Radwan/R/5.pdf](http://www.cpasegypt.com/pdf/Ahmed_Hosny_Radwan/R/5.pdf)
- 3- مرزوق عايد القعيد، " السياحة البيئية في الأردن و السبل الكفيلة لتنميتها"، المؤتمر العلمي الرابع، الريادة و الإبداع استراتيجيات الأعمال في مواجهة تحديات العولمة، جامعة اربد الأهلية، الأردن، 2005
- 4- سالم حميد سالم، طارق سلمان: الأصالة التفاعلية بين السياحة و البيئة المستدامة، المجلة العراقية لبحوث السوق و حماية المستهلك مجلد (1)، عدد (2)، 2009
- 5- د. سامح غرابية و د. يحيى الفرحان، المدخل إلى العلوم البيئية، عمان، 2002 ص18
- 6- محمد عبد الفتاح محمد عبد الله: "تنمية المجتمعات المحلية من منظور الخدمة الاجتماعية"، المكتب الجامعي الحديث، مصر، سنة 2006، ص: 100.
- 7- محمد صالح الشيخ، الآثار الاقتصادية و المالية لتلوث البيئة ووسائل الحماية منها، ط1، مكتبة و مطبعة الإشعاع الفنية، الإسكندرية، مصر، 2002، ص 94.
- 8- Barry C., Les hôtels passent au vert, Réseau de veille en tourisme, 2007 p 15.
- 9- Bonnes pratiques environnementales dans le secteur hôtelier, Centre d'activités régionales pour la production propre, 2006 p45.
- 10- حميد الطائي، المفهوم المجتمعي للتسويق في صناعة السياحة، الملحق الأول حول التسويق في الوطن العربي "الواقع و آفاق التطوير"، الإمارات العربية المتحدة، 2002، ص 64
- 11- حميد الطائي، مرجع سبق ذكره ، ص65.