

المبحث السابع عشر

التأثيرات الناجمة عن السياحة والفرص التي تقدمها

السياحة كقوة محركة من أجل التغيير البيئي:

تتمثل هذه السياحة في خطوات رئيسية للتغيير المطلوب وهي:

١. السياحة قوة اقتصادية واجتماعية لا يستهان بها في العالم وقد تترتب على حجمها الحالي ونموها المستقبلي المحتمل تداعيات خطيرة بالنسبة للبيئة المحلية والبيئة العالمية. ففي عام (٢٠٠٤) كان هناك (٧٦٠) مليون سائح دولي. وتشير التوقعات لمنظمة الأمم المتحدة للسياحة العالمية إلى تضاعف هذا العدد بحلول عام (٢٠٢٠). وتتعلق هذه الأرقام بالرحلات الدولية. ومعظم البلدان يكون حجم السياحة المحلية أكبر بكثير من عدد السائحين الدوليين القادمين. ومن المعتقد أن السياحة حالياً تخلق (٢١٥) مليون وظيفة، أي (٨,١٪ من إجمالي الوظائف في العالم).

٢. تشير الاتجاهات والتوقعات الأخيرة إلى انتشار السياحة إلى مقاصد جديدة. ومن الناحية التناسبية سوف تنمو السياحة إلى البلدان الأقل تقدماً بأسرع منها إلى البلدان ذات الاقتصاديات المتقدمة خلال السنوات العشر القادمة، ويوجد الآن اهتمام سوقي متنامي بالسياحة الريفية وسياحة الأنشطة مقارنة بسياحة المنتجعات التقليدية. وعلى الرغم من أن هذا من شأنه أن يخلق فرصاً للنمو الاقتصادي والتخفيف من حدة الفقر، فإنه يحدث أيضاً

تأثيرات بيئية ناجمة عن السياحة في المناطق التي تكون قد ظلت غير متأثرة بنمو السياحة حتى الآن.

٣. بالإضافة إلى نمو السياحة الفوار، فإن هناك سبباً آخر لتوجيه اهتمام خاص إلى السياحة داخل سياق السياسات العامة البيئية هو تلك العلاقة الخاصة المتبادلة بين صناعة السياحة والبيئية. فعلى خلاف معظم الأنشطة الاقتصادية الأخرى، يعتمد ازدهار صناعة السياحة ذاته بشدة على نوعية البيئة. ذلك أن السياح يبحثون بصورة متزايدة عن الأماكن الجذابة غير الملوثة لكي يقومون بزيارتها، كما أن الانخراط في السياحة يمكن أن يجعل السكان المحليين كذلك أكثر إدراكاً للحاجة إلى الحفاظ على البيئة. وكما أن البيئة المرتفعة الجودة جزء رئيسي من المنتج السياحي، فيمكن أن تكون حليفاً لعملية حفظ البيئة وقوة اقتصادية وسياسية داعمة لها.

التأثيرات الرئيسية الناجمة عن السياحة:

- ١- يمكن أن تشمل التأثيرات السلبية للسياحة التي تقع على البيئة ما يلي:
 - انبعاث غازات الدفيئة والملوثات الأخرى مما يسهم في الإضرار العلمي وتغيير المناخ والإضرار بنوعية الهواء المحلي. وينتج ذلك بصورة رئيسية عن استخدام النقل الجوي والبري لأغراض السياحة. وتشير التقديرات إلى أن السياحة يمكن أن تسهم بنسبة تصل إلى (٥٠٢%) من انبعاثات غازات الدفيئة الاصطناعية، ويعزى إلى النقل (٩٠%) من هذا الإجمالي.
 - إقامة مرافق سياحية في البيئات الحساسة مما يؤدي إلى التدهور المادي للأراضي، وإلى الأضرار بالموائل وفقدان التنوع البيولوجي، وتدمير المناظر الطبيعية. كما يمكن للأضرار أن تحدث من جراء عملية التشييد ومن جراء التغييرات التي تعترى استخدامات الأراضي. كما أن فقدان البيئات السياحية الطبيعية هي الأشد خطورة من بين نتائج النمو السياحي.

• تشغيل المرافق السياحية مما يؤدي إلى استخدام الموارد غير المتجددة أو الثمينة كالمياه العذبة وأنواع الوقود الأحفوري، وتوليد الملوثات والنفايات. وتشمل الفئة الأخيرة مخلفات مياه المجاور النفايات الصلبة.

٢- يمكن للسياحة كذلك أن تحدث تأثيرات اجتماعية سلبية لها عواقب مهمة بالنسبة لإدارة الموارد البيئية. ففي الكثير من المجتمعات المحلية تكون ندرة المياه العذبة من أسباب الانشغال الرئيسية التي يمكن أن تزداد سوءاً بسبب نمو السياحة في تلك المناطق. ففي بعض المناطق يمكن أن يستخدم السياح من المياه يومياً ما يزيد (١٠) إلى (١٥) مرة عن استخدام السكان المقيمين. كما أن الاحتقان المروري الناتج عن السياحة يمكن أن يحدث تأثيراً خطيراً على نوعية الحياة المحلية، مما يستدعي حلولاً من قبل الإدارة الفعالية. وينطبق الشيء نفسه على فقدان المرافق العامة المادية التي يستخدمها السكان المحليون أو الإضرار بها.

٣- هناك العديد من الطرق التي يمكن للسياحة أن تسهم بها أيضاً إسهاماً إيجابياً في البيئة ويحدث ذلك إلى حد بعيد نتيجة للتأثيرات الاجتماعية والاقتصادية وهي تشمل:

أ- توفير مصدر مباشر للدخل اللازم للمحافظة على البيئة. ففي الكثير من البلدان لا تلقى المواقع الوطنية ومحميات الحياة البرية ما يكفي من الدعم المالي من الدولة، ويعتمد كثير منها على الدخل الذي يدفعه الزائرون، عن طريق رسوم الدخول وأوجه الإنفاق الأخرى، وذلك لدعم أعمال الصيانة والحفظ، ويمكن للمح التي يقدمها الزائرون والعمليات الراجعة التي تتطوع بها الجهات الصناعية أن تؤدي دورها.

ب- توفير مصدر للدخل للمجتمعات المحلية من الأنشطة السياحية مثل التزويد بالطعام والفندقة والإرشاد ومبيعات الصناعة اليدوية التي هي أقل تدميراً من الناحية البيئية من مصادر اكتساب الرزق الأخرى كالزراعة القائمة على القطع والحرف أو الصناعات الاستخراجية والصناعات الملوثة.

ت- تعميق الوعي بالجودة البيئية والقيمة الاجتماعية والثقافية المترتبة على ذلك فيما بين الزائرين والمجتمعات المضيفة مما يزيد من الاهتمام والدعم.

٤- إن السياحة مع ذلك صناعة تعتمد على التنوع البيولوجي، وتتأثر في حد ذاتها بتغير المناخ والتغير البيئي، كموجات الحرارة (مثل تلك التي حدثت في الصيف الأوروبي لعام ٢٠٠٣).

أهداف السياسات العامة التي ترمي لجعل السياحة أكثر قوة:

١- أن التأثيرات البيئية الناجمة عن السياحة تحتاج إلى المعالجة من جانب الوكالات الدولية (يمكن الاطلاع على معلومات عن أنشطة برنامج الأمم المتحدة للبيئة في مجال السياحة في الوثيقة، والحكومات والمنظمات غير الحكومية والمجتمعات المحلية ومنشآت القطاع الخاص السياحية، بما في ذلك ما يتم من خلال العمل المتضافر).

٢- لا يجب تناول السياحة والتأثيرات البيئية بمعزل عن بعضها بعضاً وإنما داخل السياق الواسع للتنمية المستدامة مع العملاء اهتمام مساوي للاستدامة البيئية والاجتماعية والاقتصادية .

٣- يمكن ترجمة المفاهيم الاقتصادية والاجتماعية والبيئية لقوة السياحة إلى (١٢) هدفاً محدداً يمكن أن توفر حينئذ أساساً لصياغة سياسات بشأن التنمية والإدارة السياحية. وهذه الأهداف هي:

- أ- السلامة الاقتصادية: ضمان قدرة المقاصد والمنشآت السياحية على البقاء وقوتها التنافسية بحيث يمكنها أن تزدهر وأن تعطي منافع في المدى الطويل.
- ب- الرخاء المحلي: تعظيم مساهمة السياحة في تحقيق رخاء المجتمعات المضيفة بما في ذلك نسبة الزائرين الذين ينفقون أموالاً ويتم الاحتفاظ بها محلياً.
- ت- نوعية العمالة: زيادة عدد الوظائف المحلية التي تخلقها وتدعمها السياحة وتحسين نوعيتها بما ذلك مستوى الأجور وظروف الخدمة وتوافرها للجميع بدون تمييز على أساس من الجنس أو السلالة أو العجز أو أي معايير أخرى من هذا القبيل.
- ث- الإنصاف الاجتماعي: تشجيع التوزيع الواسع النطاق للمنافع الاقتصادية والاجتماعية الناشئة عن السياحة في جميع أنحاء المجتمعات المضيفة بما ذلك تحسين ما يتاح للفقراء من فرص ودخل وخدمات.
- ج- إرضاء الزوار: توفير خبرات مأمونة ومرضية ومشجعة لاحتياجات الزائرين وتوفيرها للجميع دون تمييز على أساس الجنس أو السلامة أو العجز أو أي معايير أخرى من هذا القبيل.
- ح- القوامة المحلية: إشراك المجتمعات المضيفة وتمكينها فيما يتعلق بعمليات التخطيط وصنع القرارات بشأن الإدارة والتنمية المستقبلية للسياحة في مناطقها وذلك بالتشاور مع أصحاب المصلحة الآخرين.

خ- رفاه المجتمع المحلي: الحفاظ على نوعية الحياة في المجتمعات المضيفة وتعزيزها بما في ذلك الهياكل الاجتماعية والوصول إلى الموارد والمرافق العامة والنظم الداعمة للحياة، مع تحاشي أي شكل من أشكال التدهور أو الاستغلال الاجتماعيين.

د- الثراء الثقافي: احترام وتعزيز التراث التاريخي والثقافة الأصلية والتقاليد وتفرد المجتمعات المحلية المضيفة.

ذ- التكامل المادي: المحافظة على جودة المناظر الطبيعية والحياة البرية وتدنية الضرر الذي يلحق بها.

ر- كفاءة استخدام الموارد: تدنية استخدام الموارد الشحيحة وغير المتجددة لتطوير المرافق والخدمات السياحية وتشغيلها.

ز- التنوع البيولوجي: دعم حفظ المناطق والموائل الطبيعية والحياة البرية وتدنية الأضرار الذي يلحق بها.

س- النقاء البيئي: تدنية تلوث الهواء والماء والأرض وتدنية توليد النفايات من جانب المشروعات السياحية والزائرين.

• **الفعاليات الرئيسية والحواجز الواجب التغلب عليها للسياحة أفضل:**

١- قد يكون من المفيد عند بحث الحواجز الرئيسية التي يجب التغلب عليها لإدماج مبادئ و نهج الاستدامة و سياحة أفضل في تنمية و إدارتها، أن يتم النظر في وضع ثلاثة أنواع من الفعاليات، أو أصحاب المصلحة ألا وهم:

أ- السياح.

ب- منشآت القطاع الخاصة السياحية.

ج- الحكومات.

٢- ولا يمكن للسياحة أن تصبح بحق أكثر أفضلية ما لم يفضل المستهلكون (السائحون) على الدوام تلك المقاصد والأنشطة الأكثر أفضلية عند اتخاذ القرار التي يهتمهم بالشراء. ويرجع السبب في ذلك بصورة عامة إلى أن هدف الصناعة تحريكها فرص السوق. وهناك بعض العلامات المشجعة من حيث استجابة السوق مع اهتمام أغلبية السائحين بنوعية البيئة في المقاصد حيث يمكن أن يؤثر ذلك على استماعهم، والإدراك المتزايد فيما بين السياح بما للسياحة من تأثير على البيئات والمجتمعات المحلية. وعلى سبيل المثال فيما يتعلق بالتأثير الكلي للسفر على انبعاثات غازات الدفيئة. ومن التحديات التي يتعين لها تحويل الهواجس إلى واقع فيما يتعلق باختيار أماكن قضاء العطلات، وفيما يتعلق بالسلوك وذلك عن طريق الترويج بصورة أكثر فعالية وتقديم المعلومات والإرشادات السعرية وكذلك ضمان أن تدرك هذه الصناعة الدوافع الجديدة في السوق مثل التراث الثقافى في السياحة الإيكولوجية، ولا تفترض ببساطة أن معظم السائحين غير مهتمين بقضايا نوعية البيئة وتأثيرات السيادة عليها.

٣- من التحديات الرئيسية أن الاعتبارات الاقتصادية وليست الاجتماعية البيئية، هي التي تشكل القوة المهنية التي توجه تنمية السياحة وسياساتها والارتقاء بها وبخاصة لدى البلدان النامية والبلدان التي تمر اقتصادياً بمرحلة انتقال. وتتأثر التأثيرات البيئية الناجمة عن السياحة إلى درجة كبيرة بالقرارات التي يتخذها مستثمرو القطاع الخاص ومشغلو المنشآت السياحية. وكما هو الحال في معظم الصناعات فإن مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات تحظى بالاعتراف المتزايد في قطاع السياحة وتجري تشجيعها من جانب الهيئات الصناعية القطاعية، على المستويين الدولي والوطني على حد سواء. ويبدو أن الاستجابات النظامية التي تتضمن تدابير مثل إعداد التقارير التي تتضمن الحتميات التنظيمية الثلاث المترابطة

وتسود نظم الإدارة البيئية فقط لدى عدد قليل من الشركات الكبرى. وتتمثل إحدى التحديات على وجه الخصوص في إشراك المنشآت متوسطة الحجم وصغيرة الحجم وضئيلة الحجم التي تشكل الأغلبية العظمى من منشآت السياحة في الاهتمام بقضايا البيئة. إن نسبة مثل هذه المشروعات التي تخطى بالاعتراف الواضح بأنها تمثل المعايير الموضوعية سلفاً والخاصة بالممارسات البيئية الجيدة كالمشاركة في برامج وضع العلامات الإيكولوجية نسبة ضئيلة جداً.

٤- يحتاج تحقيق المزيد من قوة السياحة إلى دعم من الحكومات. وتشمل العقبات عدم فهم القوة والالتزام بها السائد بين مختلف القطاعات ومستويات الحكومة التي تتعلق بالسياحة. إن التأثير الذي يقع على السياحة نتيجة لاستتبات السلام والاستقرار مقابل النزاعات العسكرية والإرهاب تأثير كبير جداً، حيث ينهض الأمر الأول بالسياحة بينما يعوق الثاني تنمية هذا القطاع. وتشمل التحديات الحصول على المزيد من الدعم السياسي وزيادة الشفافية وتوزيع نطاق المعارف. وثمة حاجة إدماج السياحة في خطط التنمية الوطنية وتدعيم كل الأدوات المتاحة للحكومات للتأثير في التدابير التي تتخذ على الأرض، في المهارات والموارد اللازمة لتطبيق هذه الأدوات بصورة فعالة.

• دور الحكومات في السياحة:

يشير (سميث) إلى أن "الأجهزة الحكومية على كافة المستويات، من المستوى الدولي إلى مستوى المدن الصغيرة، تبنت دوراً تقدماً أكثر فاعلية لاستخدام كأداة للتنمية، وتعمل الأجهزة الحكومية باستمرار لتشجيع السياحة لمواجهة البطالة في المناطق التي تواجه مشكلات اقتصادية".

ومهما يكن نمط البنية السياسية للدولة، فهناك بالتأكيد شكل ما من أشكال التدخل الحكومي في السياحة. فالسياحة تتمركز أساساً في أمرين هما: الزمان والمكان، فهي تهتم بالزمان بسبب الطابع المسمي للمناطق المستقبلية للسياحة، وتهتم بالمكان وذلك لميل التدفق السياحي في الاتجاه نحو مناطق معينة ذات جاذبات مناسبة وبنية تحتية ملائمة. وكما ذكر ويليامز وشوفان " الطبيعة الخاصة للسياحة بعموديهما الثقيلين المكاني والموسمي - تتطلب عادةً شكلاً من أشكال التدخلية، سواءً لغرض التوزيع أو لغرض التحسين".

يتمثل دور الحكومات في تنشيط السياحة من خلال ما يلي:

- يتعين على الحكومات أن تقوم بتمحيص الدور التي تقوم به بوجه خاص لجعل السياحة أكثر استدامة وقوة، فإن المسؤوليات المرتبة على ذلك تشمل

خمسة مجالات رئيسية من اهتمام القطاع العام بالسياحة وهي:

التنسيق، والتخطيط، والتشريع والتنظيم، والتشغيل، و التحفيز. ويمكن أن نضيف إلى ذلك وظيفتين أخريتين وهما دور السياحة الاجتماعية ودور حماية المصلحة. وهذه الوظائف السبع للحكومات ستناقش فيما يلي:

• التنسيق:

إن التنسيق ضروري داخل وبين المستويات الحكومية المختلفة من أجل تجنب ازدواجية الموارد في الأجهزة السياحية والحكومية المتنوعة وفي القطاع الخاص، ومن أجل وضع استراتيجيات سياحية فعالة. ويشير "التنسيق" عادةً إلى المشكلة المتعلقة بالوحدات أو القرارات وضرورة العمل على أن يكون هناك تناغم فيما بينها، وألا يكون هناك تعارض بينها في الأهداف، وأن تعمل بأساليب متماسكة ومترابطة إلى حد معقول".

¹ كولن مايكل هول، ترجمة محمد فريد حجاب، السياحة والسياسة، المجلس الأعلى للثقافة، القاهرة، الطبعة الأولى ٢٠٠٣، ص ٥٤-٥٧.

ولكن هناك نمطان مختلفان من التنسيق ضمن هذا التعريف وهما:

التسيق الإداري وتنسيق السياسات. إن الحاجة إلى التنسيق الإداري. يمكن أن تحدث عندما يكون هناك اتفاق على الأهداف والغايات والسياسات بين الأطراف التي يجب التنسيق بينها، كما وأن الحاجة الملحة لتنسيق السياسة تظهر عندما يكون هناك نزاع على أهداف السياسة التي يجب العمل على تنسيقها وتنفيذها.

• التخطيط:

يتم التخطيط السياحي بعدة أشكال (التنمية، والبنية التحتية، والترويج، والتسويق) ومن خلال عدة أبنية (التنظيمات الحكومية المختلفة) وعلى عدة مستويات (الدولي، والوطني، والإقليمي، والمحلي، والقطاعي).

ويتجه التخطيط السياحي إلى أن يكون مرآة تعكس الميول الأكثر

اتساعاً في تقاليد التخطيط الحضري والإقليمي وأكثر من ذلك فإن

التخطيط للسياحة سوف يعكس أهداف الحكومة الاقتصادية والبيئية والاجتماعية على أي مستوى كان من مستويات تنفيذ العملية التخطيطية.

وهكذا ينظر إلى التخطيط من زوايا عديدة باعتباره عملية مواكبة

للساسة السياحية.

وفيما بعد ، دافع ليكوريش وآخرون بأنه " بدون اهتمام حكومي

بالتخطيط السياحي وتنمية السياحة فإن صناعة السياحة ستفتقر إلى

التماسك والتوجيه، وقد تؤدي مبادرات المدى القصير إلى مخاطر محتملة إلى

المدى البعيد"

وهكذا فإن التخطيط الحكومي للسياحة يفيد باعتباره حكماً بين

المصالح المتنافسة.

التخطيط هو الذي يمكن الحكومة والسلطة السياحية من مراعاة تلك العوامل لأن التخطيط يعتمد أصلاً على نظام جمع المعلومات وتحليلها، وهذه النمطية تتطلب من صانعي السياسة والمخططين دراسة جميع الجوانب والتأثيرات المحتملة لهذه الصناعة.

وتلك المواضيع تتبلور في النماذج التالية من الأسئلة¹:

المجال	الأسئلة
استراتيجية وتحليل السوق	<ul style="list-style-type: none"> - ما نوع المسافرين المستهدفين وكيف يمكن اجتذابهم؟ - وما نمط سفرهم واحتياجاتهم وسلوكهم؟
البنية التحتية	<ul style="list-style-type: none"> - هل توجد: مطارات- طرق- مرافق- نظم اتصالات ومواصلات؟ - وإذا لم يكن: ما هو اللازم للإنشاء والتطوير؟ وكيف سيتم التمويل؟
الموارد البشرية	<ul style="list-style-type: none"> - هل بإمكان المجتمع المحلي أن يزود السياحة بالقوى العاملة المناسبة؟ - ما هو مدى الحاجة لاستيراد عمالة؟ وما هي التخصصات؟

¹ خريوطي، صلاح الدين، السياحة صناعة العصر، مرجع سبق ذكره، ٢٦٥-٢٦٦.

<p>- وما هي احتياجات التأهيل والتدريب؟</p>	
<p>- كيف ستؤثر ظواهر السياحة على الثقافة المحلية؟ - هل سيبب الاستخدام خللاً في التقاليد العائلية؟ - لأي مدى يمكن استخدام الموارد الثقافية كالفنون والصناعات التقليدية كمشوقات سياحية دون الإضرار بها؟ - كيف سيكون موقف الزوار من السكان المحليين؟</p>	<p>التأثيرات الاجتماعية</p>
<p>- ما هي حسيبة الأثر الاقتصادي للسياحة ، الدخل وعوائد الضرائب؟ - لأي مدى يتوجب الاستيراد لبضائع تلزم السياحة؟ - ما نوع الحوافز اللازمة لعرضها لاجتذاب الاستثمارات؟</p>	<p>التأثيرات الاقتصادية</p>

ويظهر من تلك الأسئلة أن التخطيط هو عملية أساسية وواسعة تدفع الحكومات للتفكير نظامياً بالتأثيرات الشاملة المتعلقة بالسياحة ، وأهمية التخطيط لا يمكن تجاهلها وخاصة للمواقع الحساسة بيئياً أو للثقافات غير المعتادة على ظواهر غريبة تبدو لها مستكبرة ، ولا تقتصر السياحة وتطويرها على الدولة بل إن معظم خدماتها وأنشطتها يقوم بها القطاع الخاص الذي يمول بناء التجهيزات السياحية للخدمات والأنشطة.

• التشريع والتنظيم:

للحكومة سلسلة واسعة من القوى التشريعية والتنظيمية التي تمس صناعة السياحة بشكل مباشر أو بشكل غير مباشر. ويتراوح اهتمام الحكومة ما بين السياسات الخاصة بالجوازات والتأشيرات، التي تكون في بعض الحالات رادعاً للسفر، إلى اتفاقيات الطيران الدولية فيما يتعلق بحقوق المرور والهبوط والنقل، إلى استخدام الأرض، وسياسة العمل والأجور. وعلى المستويين المحلي والقومي، فإن الإجراءات العامة الخاصة بصناعة السياحة وحماية البيئة وسياسة الضرائب تؤثر بدرجة كبيرة على نمو الساحة.

ويتجلى دور الحكومة التنظيمي في حماية السائح وتحسين ظروف السفر من خلال الإجراءات التنظيمية التالية¹:

- قوانين وقواعد حماية المستهلك: مثلاً شرط الترخيص لمكاتب السفر تتضمن إيداع كفالة مالية لضمان مصلحة الزبائن ومن جهة أخرى تلزم بعض الأنظمة مكاتب السفر بإيداع السلف التي يدفعها المستهلكون في حساب مكفول يحجزها للتأكيد بأن تلك السلف ستستخدم للغرض من الحجوزات.
- قوانين السلامة من الحرائق: بتخصيص حد أدنى من المخارج والنور الاحتياطي في كل طابق بالفندق لأحوال الحريق.
- تعليمات السلامة الصحية في الطعام: لتطبيق الحد الأدنى من المقاييس الوقائية في منشآت ومرافق الإطعام
- تعليمات الكفاءة والأداء مثلاً في خدمة النقل يجب التأكد من المهارة والمعرفة لدى السائقين والركب الطائر وربابنة السفن.

¹ خربوطلي، صلاح الدين، السياحة صناعة العصر، مرجع سبق ذكره، ٢٦٧-٢٦٨.

• الحكومة كمستثمر^١:

إن دور الدولة (الحكومة) كمستثمر في التطوير السياحي يرتبط بشدة بمفهوم "تحرير رأس المال". وبسبب هذه العملية تقوم الدولة بتقديم حصة في تكاليف الإنتاج، مثل المساعدة في تقديم البنية التحتية أو الاستثمار في مشروع سياحي لإنتاج لرأس المال الخاص الاستثمار فيه. وفي هذه العملية يتم تحويل التكاليف التي يفترض أن تكون خاصة إلى تكاليف عامة أو اجتماعية. إن تقديم البنية التحتية، لا سيما شبكات النقل، ينظر إليه باعتباره عملاً رئيساً لتنمية المقاصد السياحية. وهناك وسائل عديدة رسمية وغير رسمية يمكن للحكومة، على جميع مستوياتها، استخدامها للمساعدة في تقليل تكاليف الإنتاج التي يتحملها القائمون بمهمة التنمية السياحية. وفي الحقيقة فإن عرض المساعدة الحكومية للتنمية يستخدم غالباً لتشجيع الاستثمار الخاص في مناطق معينة أو في مشروع سياحي، من خلال تقديم الأراضي الرخيصة أو القروض الحكومية، منخفضة الفائدة على سبيل المثال.

• التحفيز أو التشجيع:

يرى ميل وموري سون ١٩٨٥ أن الحكومات يمكنها أن تحفز السياحة بثلاثة أساليب وهي^٢:

- **الأسلوب الأول:** الحوافز المالية مثل القروض بفوائد منخفضة أو منح على إقامة السائح. ولكن "تقديم مثل هذه الحوافز، سواء في الدول المتقدمة أو

^١ كولن مايكل هول، ترجمة محمد فريد حجاب، السياحة والسياسة، المجلس الأعلى للثقافة، القاهرة، الطبعة الأولى ٢٠٠٣، ص ٦٠-٦١.

^٢ كولن مايكل هول، مرجع سابق، ص ٦٢-٦٣.

النامية، يظهر غالباً قلة الموارد المالية للاستثمار المحلي من ناحية، والطموح الزائد لتنفيذ برامج التنمية الاقتصادية من ناحية أخرى.

- **الأسلوب الثاني:** هو القيام بالبحوث لخدمة صناعة السياحة بدلاً من أن تقوم بها منظمات أو جمعيات فردية خاصة.

- **أما الأسلوب الثالث:** فيمكن من خلال دفع السياحة بالتسويق والتررويج وخدمة الزائر، بهدف زيادة الطلب على السياحة عموماً بالرغم من هذا الدفع يمكن أن يكون في شكل تررويج الاستثمار الذي يهدف إلى تشجيع استثمار رأس المال في الجذب السياحي والمرافق السياحية .

وكما يقول مدلتون (١٩٨٨) فإن التسويق والتررويج هما الوظيفتان السائدتان للإدارات الحكومية في مجال السياحة الوطنية، وهذا يعني أن تكون "السلطات في إدارة الدولة المركزية، أو أي تنظيم رسمي آخر، في خدمة تنمية السياحة على المستوى القومي".

إن الترويج السياحي من خلال الأجهزة الحكومية تطور بسبب الحاجة المتطورة لتررويج الأماكن السياحية وإقامة مكان سياحي متميز في السوق من حيث النوع والصورة. كما اعترف بيرس (١٩٩٢) فإن "الترويج العام للمقصد السياحي يتجه نحو تحقيق الفائدة لجميع القطاعات في الصناعة السياحية في المكان المعنى، بحيث تصبح السياحة "منفعة عامة".

● السياحة الاجتماعية:

يمكن تعريف السياحة الاجتماعية^١: "بأنها كافة الأنشطة والممارسات الهادفة للتعرف على قيم وعادات وتقاليد المجتمعات الأخرى وذلك من خلال

^١ د. محمد عبيدات، التسويق السياحي، دار وائل للنشر، الطبعة الثالثة، الجامعة الأردنية، ٢٠٠٨، ص ١٥٩.

سفر أو انتقال الأفراد إلى البلدان التي تشكل بالنسبة إليهم مجتمعات ذات ثقافات حضارية تتميز عن مجتمعاتهم وتستحق الزيارة والاهتمام بها وذلك لتحقيق المزيد من المعرفة بها والتعايش معها".

وتتضمن السياحة الاجتماعية تحديد فوائد الإجازات للجماعات الهامشية اقتصادياً مثل غير العاملين وربات البيوت والعائلات ذات العائل الواحد، وأرباب المعاشات والمعاقين.

والسياحة الاجتماعية: أصبحت معترفاً بها باعتبارها أحد مركبات السياحة الحديثة وهدفاً مشروعاً من أهدافها. إن توسيع نطاق الفوائد الجسمانية والنفسية الناجمة عن الراحة والسفر لتشمل أناساً أقل ثروة. يمكن أن ينظر إليه باعتباره دواءً وقائياً".

وبالسياحة الاجتماعية يمكن تحديد الأهداف الاجتماعية والاقتصادية والبيئية للسياحة بما يلي¹:

- **الهدف الكلي**: وهو "ضمان توفير حاجات السائحين والأفراد في كل جوانب الحياة بالصورة المثلى من خلال التسهيلات الجماعية الفعالة وحفظ الصحة البيئية".

- **الأهداف الجزئية**: وتشمل الهدف الاجتماعي الذي يعني "خلق أفضل الظروف الاجتماعية الممكنة للسائح والسكان المحليين". كما تشمل الهدف الاقتصادي الذي يعني "تشجيع صناعة السياحة بشكل تنافسي فعال". وهناك

¹ كولن مايكل هول، ترجمة محمد فريد حجاب، السياحة والسياسة، المجلس الأعلى للثقافة، القاهرة، الطبعة الأولى ٢٠٠٣، ص-٦٥.

أيضاً الهدف البيئي بمعنى "ضمان نوعية مريحة من المناطق السياحية الطبيعية والصناعية".

حيث كانت الوظيفة الاجتماعية الرئيسية للسياحة في بولندا وتشيكو سلوفاكيا السابقة هي "إعادة إنتاج القوى الجسمانية والعقلية للشعب العامل"

• مستوى تدخل الدولة:

تدخل الدولة وتوجيهاتها في مجال الاقتصاد يحدث بمستويات حكومية مختلفة، ومع أن الهيكل الإداري والعلاقات بين تلك المستويات تختلف من بلد إلى آخر، فإن هناك أربعة مستويات أساسية تشمل بشكل عام جميع أجهزة السلطات الحكومية:

1. المستوى العالمي:

لأن السياحة الدولية لها طابع عالمي فإن التدخل بذلك المستوى ضرورة تحتمها تلك الصفة، ويمكن أن يأخذ عدة أشكال:

الأول: عن طريق المنظمات الدولية المتخصصة، وتختلف تلك المنظمات عن المنظمات التجارية والاقتصادية لأنها تتولى مواضيع غير اقتصادية محورها التنسيق السياسي هدفه مصلحة المجتمع الإنساني ككل. والمشهور من تلك المنظمات:

▪ **الأمم المتحدة:** التي تجمع وتخدم المجتمع الدولي، وميزة الأمم المتحدة

أن قراراتها يمكن دعمها بقوة قرارات مجلس الأمن والتدخل بوسائل تصل إلى القوة العسكرية، ويضمن الأمم المتحدة توجد منظمات فرعية مثل برنامج الأمم المتحدة الإنمائي وبرنامج الأمم المتحدة للبيئة والمنظمة العالمية للطيران المدني.

▪ أكبر وأهم منظمة حكومات سياحية عالمية هي المنظمة العالمية للسياحة وهي وكالة تنفيذية لبرنامج الأمم المتحدة الإنمائي، تضم أكثر من مئة وثلاثون دولة عضوه ومئات الأعضاء المتضمنين من الفعاليات السياحية. ويتبع المنظمة مجلس تنفيذي واللجان الإقليمية للسياحة.

▪ الاتحاد الأوروبي وجمعية دول جنوب شرق آسيا.

الثاني: الاتفاق متعدد الأطراف، وتلك الاتفاقيات تتضمن مبادئ وأسس لتنظيم العلاقات التجارية والاقتصادية الدولية، وأهمها:

- الاتفاقية العامة للتجارة والتعرفة (غات).
- الاتفاقية العامة للتجارة في الخدمات (غاتس).
- اتفاقية التجارة الحرة لشمال أمريكا (ناقتا).
- المجموعة الأوروبية (أي. سي).

الثالث: الاتفاقيات الجوية الثنائية: وهي تحدد المجالات والشروط لحقوق النقل الجوي بين دولتين، وهذا الحصر في حدودها يشكل حرجاً في مجال السياحة الدولية لأنها تطبق بين الدول الموقعة فقط، وهذا يعني أن على البلد أن يفاوض ويبرم اتفاقيات مع كل دولة ترغب بإقامة نقل جوي.

المسألة الهامة في مجال التدخل الحكومي الدولي هي السيادة للحكومة الوطنية، وسيادة الدولة تعني أن التدخل الدولي يعتمد على قبول التعاون الاختياري، ولذلك فإنه باستثناء الأمم المتحدة فالمنظمات الدولية بشكل عام لا تملك الوسائل لتنفيذ تلك الاتفاقيات، وهذا الواقع يخلق صعوبات أمام الأجهزة الدولية التي تواجه أحياناً التحفظات في مجال بعض بنود تلك الاتفاقيات، والواقع يشير إلى أن الدول تفضل أن التصرف لتعمل حسب مصالحها بدل أن تتخلى عنها لاتفاق متعدد الأطراف، وتبرز تلك المشكلة أمام إنشاء نقل جوي

عالمي، وهكذا يبقى موضوع نفاذ الاتفاقيات الدولية بالنسبة للدولة يتجه إلى شكل النصيحة والإرشاد، فمنظمة دولية قد تضع أهدافاً لأعضائها من الدول ولكنها مضطرة لتجميع موافقات الدول ليتم تطبيقها من قبلهم.

٢. التدخل الوطني:

التدخل الحكومي في مستوى البلد يمكن أن يكون شاملاً ومؤثراً على نجاح صناعة السياحة، والمجالات الرئيسية للتدخل تشمل ما يلي:

▪ **المدخل والمخارج:** إن الحكومة الوطنية تتحمل المسؤولية عن مراقبة

أهم مجال أساسي في السفر الدولي، وهذا يشمل دخول وعبور أراضيها، وهذا الحق يتضمن مسائل هامة وخطيرة، تلك المسؤوليات تستدعي تنظيم أمور الدخول والإقامة والخروج وأهمها: إصدار التأشيرات - مراقبة الحدود - المطارات - النظم النقدية والجمركية والصحية بالنسبة للسفر - والموقف من السائح أو فئة من السياح.

▪ **السياسة والتخطيط:** وظائف التخطيط والسياسة للحكومة هي

مطلقة في مجال صناعة السياحة، فالسياسة السياحية يمكن أن توجد ضمن مستويات حكومية متعددة، لكنها على المستوى الوطني تبدو أشمل ووجود وزارة وطنية أو إدارة متخصصة معنية بالسياحة تكون مهمتها الأساسية تطوير السياحة ورفع دورها في الاقتصاد، والوزارات سيكون لها جهازها ونظامها وتمويلها الخاص.

▪ **تتمية البنية التحتية:** القاعدة الأساسية لإنشاء وتطوير السياحة هي

البنية التحتية، وهي ضرورية للسكان والزوار على السواء وتحتاج

إلى رؤوس أموال كبيرة تحييج الدولة إلى جمع الموارد من الضرائب والسندات وضمانات القروض.

- **الترويج:** العديد من الحكومات تتولى دوراً نشطاً في الترويج للبلد كمواقع ومقاصد للعالم الخارجي، وهذا النوع يكون مفيداً بشكل خاص للبلدان التي تفتقد صناعتها السياحية موارد مميزة لتنفيذ حملات تسويق ضخمة.

٣. التدخل المحلي:

على المستوى المحلي يوجد التدخل الحكومي أيضاً ويكون مباشراً ومؤثراً، والمجالات الرئيسية لتدخل الحكومة محلياً هي:

- إدارة عملية تنظيم الأرض: وهي تتضمن قوانين تخصص وظيفي وأنماط التصميم.
- تطبيق القوانين والأنظمة المتعلقة بالصحة والسلامة والاستخدام، مثل مقاييس النظافة والسلامة في منشآت الإطعام والشراب والكحول والسلامة المهنية.
- الترخيص للأشخاص والمؤسسات بالعمل على إنشاء وتشغيل وشؤون الفعالية السياحية.

❖ إدارات السياحة الوطنية (N.T.A) :

١. دورها في أنشطة الترويج:

الإدارة الوطنية للسياحة قد تأخذ شكل مكتب سياحي وطني (N.T.O) وهذا الشكل موجود في بعض الدول كوسيلة لتجنب تبعثر الأعمال والسياسة السياحية أو تكون وزارة أو مؤسسة عامة تتولى سياسات وأهداف السياحة الوطنية ولذلك من الصعب التعميم عن

نموذج عام لإدارات السياحة الوطنية، لكن المعروف أن معظم تلك الأجهزة أنشئت وعملت كجهاز تسويقي وقامت بوضع استراتيجيات ترويجية ذات أساس متين وذلك لدعم التسويق الذي يقوم به القطاع الخاص ومن أبرز الأنشطة التي تقوم بها السياحة الوطنية في مجال الترويج:

- ترويج سياحي عام للبلد بهدف التسويق وتقوية الموقف التنافسي والحصول على حصة البلد من السوق السياحي والتوزيع بين المقاصد في داخل البلد.
 - تشجيع القطاع الخاص بالدعم والتعاون وتنفيذ الترويج والمشاركة في وضع السياسات السياحية الوطنية.
 - تمثيل البلد في المهرجانات والمعارض التجارية السياحية الخارجية.
 - إنتاج وتوزيع مواد الدعاية السياحية في الأسواق المستهدفة.
 - إقامة وترويج مناسبات وأنشطة خاصة.
 - التعاقد والقيام ببحوث سوق وتحليل.
 - افتتاح مكاتب معلومات سياحية ودعم التسويق في الخارج.
- وتدل المؤشرات أن أنشطة الترويج تكلف إدارات السياحة الوطنية مبالغ كبيرة تصل أحياناً إلى أكثر من (٥٠%) من ميزانيتها للترويج لبعض الإدارات الكبيرة. ومع تطور السياحة اتسعت مهام الإدارات الوطنية للسياحة وهي تختلف من بلد لآخر حسب توجهاتها ومستوى السياحة لديه، وقد صنفت المنظمة العالمي للسياحة وظائف الإدارات الوطنية في خمس فئات رئيسية:
- إدارة عامة للسفر والسياحة.

○ تخطيط وتطوير سياحي.

○ بحوث ودراسات.

○ تأهيل وتدريب.

○ ترويج وتسويق.

❖ هيكل إدارة السياحة الوطنية:

تختلف هياكل إدارات السياحة الوطنية وعلاقتها مع الإدارات الحكومية الأخرى، لكن بشكل عام هناك ثلاثة أشكال أساسية لها وهي:

- سكرتارية الدولة للسياحة، وهي مكتب عالي المستوى مستقل أو داخل وزارة أو تابع مباشرة لمجلس الوزراء، وللمكتب تمثيل أو عضوية في المستويات التنفيذية العلية للحكومة، مثال ذلك وزارة السياحة والآثار والحياة البرية في (أوغندا).

- وكالة أو دائرة حكومية داخل مديرية أو مكتب خاص ضمن وزارة مثل مكتب السياحة الموجود داخل وزارة النقل والمواصلات في (تايوان).

- شركة أو سلطة سياحية شبه رسمية، وهي تحوي غالباً ممثلين أعضاء من القطاع الخاص وتمول بالاشتراك بين القطاع العام والخاص، وتعمل باستقلالية أكثر من الحكومة مثل هيئة السياحة الكندية، وهذا هو اتجاه العديد من الدول حالياً وهناك شكل آخر هو نمط لجهاز حكومي لكنه ليس إدارة سياحية لكنه يقوم بدور مشابه، وهو جهاز تعاوني مركزي يتألف من ممثلين من عدة إدارات، وهو يعمل كمنتدى يضم الأنشطة المتعلقة بالسياحة (التجارة - الموارد البشرية - العلاقات الدولية).

المدافعون عن إدارة السياحة الوطنية كجهاز رسمي بشكل وزارة أو مكتب سياحة له ثلاث مزايا:

- **الأولى:** يسمح لصانعي السياحة أن يعملوا في ظل أوضاع السياحة الشاملة وهذا موضوع هام لأن سياسة الدولة غالباً لها تأثيرات عديدة مختلفة بعضها يمكن توقعه فمثلاً الحكومة يمكن أن تصدر قيوداً على استيراد لحم البقر لحماية ثروتها دون اعتبار أن مثل هذا القيد قد يعرض عمل آلاف عمال المطاعم التي تعتمد على لحوم البقر، والجهاز الرسمي المركزي هو الذي يدرك ويقرر المصلحة العامة أكثر من مصالح فئة أو نشاط.

- **الثانية:** الجهاز المركزي السياحي يستطيع من خلال الجهاز الحكومي وداخله تحقيق رفع مستوى السياحة كما يحاول الحصول على التمويل والدعم السياسي اللازم، كما يمكنه بحسب سلطاته وصفته أن يقدم الأطر لتواصل قطاع السياحة مع الأنشطة الحكومية، ومن جهة أخرى يمكن للجهاز أن يوضح أهمية السياحة للاقتصاد ككل وتوعية الجمهور بذلك.

- **الثالثة:** يجب أن يكون معلوماً بأن الحكومة فقط تستطيع التعاون والتنسيق مع الحكومات الأخرى وذلك من خلال التنسيق والاتصال وإبرام اتفاقية تعاون سياحي لدعم الأنشطة السياحية بين البلدان.

❖ **إدارات السياحة الوطنية وموضوع تدخل القطاع العام في السياحة:**

الخاصية العامة لجهاز السياحة الرسمي هي أنه يمثل الدولة ككل من خلال مهامه وأنشطته وبشكل خاص في مجال الترويج والتسويق، وتعتمد تلك الأجهزة على تمويلها بميزات خاصة من الدولة، وبعض المحللين يرون في ذلك

الجهاز ضمانة لتحقيق المصلحة العامة للبلد في مجال السياحة . وفي مجال تحقيق التوازن بين دور القطاع العام والخاص في مجال السياحة نجد مستويات متباينة في مختلف دول العالم وأبرزها كمثل:

- الدول المتقدمة: كالولايات المتحدة والمملكة توصف بسيادة القطاع الخاص مع بعض الدعم من القطاع العام.

- دول متقدمة: كإيطاليا- اسبانيا- فرنسا- النمسا، توصف بسيطرة القطاع العام في مجال التخطيط والتنظيم.

- دول متقدمة: كاليابان والسويد ، تدخل محدود من القطاع العام.

- دول نامية تمثل كوبا- غواتيمالا- المغرب. سيطرة للقطاع العام مع مساهمة بسيطة للقطاع الخاص.

- دول نامية: كاليهند وكاراكو، قيادة للقطاع العام وانضمام واقعي للقطاع الخاص وقد لوحظ بأن ضعف تدخل الدولة في الترويج والتسويق السياحي يمكن أن يؤدي إلى الخلل بين الطلب والبنية التحتية ومحدودية الموارد في المقصد.

• حلول هيكلية للسياحة:

١- يجب أن تستند السياحة إلى الإدماج السليم والفعال للاستدامة والقوة) في السياسات العامة للسياحة إلى وضع تدابير محددة ونشر الأدوات التي تتناول:

أ- النطاق العام للسياحة وشكلها، بما في ذلك قضايا النطاق، والقدرات والتوزيع في الحيز والزمان وأنواعها للنواتج والسوق المستهدف.

ب- تشغيل المنشآت السياحية وتوفير الخدمات بما في ذلك قضايا مثل تحقيق الجودة والإدارة البيئية وتنمية الموارد البشرية وإدارة سلسلة العرض والتكامل مع الأنشطة الأخرى.

ت- تطوير مرافق السياحة وأنشطتها بما في ذلك قضايا الموقع والتصميم والبنية التحتية المرتبطة بذلك.

ث- سلوك السائحين بما في ذلك اختيار العطلات واختيار وسائل النقل والمرافق الأخرى والوعي بالحفاظ على البيئة وقضايا المجتمع المحلي في المقاصد التي يتم زيارتها.

٢- فيما يتعلق بالتنسيق مع القطاعات الأخرى، يمكن مؤازرة السياسات العامة التي تناول استدامة السياحة بربطها بشكل وثيق مع الاستراتيجيات الوطنية الأخرى الأعلى مستوى كتلك التي تتناول التنمية القومية ككل، أو الحد من الفقر أو الإدارة البيئية الشاملة. ففي البلدان النامية والبلدان التي تمر اقتصاداتها بمرحلة انتقال، تهيمن استراتيجيات الحد من الفقر بصورة متزايدة على ما تتخذه الحكومة من تدابير بشأن تطوير القطاعات المختلفة، وكذلك على الأولويات التمويلية كوكالات المساعدة الإنمائية الدولية. وتبذل السياحة الآن محاولات جديدة لإدخال السياحة بصورة أكثر إيجابية كأداة في تلك الاستراتيجيات الخاصة بالحد من الفقر، وهناك أيضاً فرصة لمراعاة البعد البيئي للسياحة في تلك الجهود.

٣- غالباً ما تكون استجابة الحكومة لاستدامة وقوة السياحة على المستوى الإقليمي أو المحلي أقل منها على المستوى الوطني. ومن المعروف أن التخطيط المتكامل لتنمية السياحة، وربطه بالإدارة البيئية يمكن أنه يبلغ أقصى فعاليته داخل إطار مقاصد سياحية محلية محددة ومعروفة. وقد اتبعت الكثير من البلدان مفهوم تنظيمات إدارة المقاصد السياحية التي

تتخذ دور والريادة في السياحة والتي تتطوي على قيام السلطات المحلية بالعمل في شراكة مع أصحاب المصلحة المحليين الآخرين.

٤- ويمكن أن تزداد فعالية هذه السياسات العامة بإنشاء هيكل تسمح بالتنسيق بين جميع أصحاب المصلحة وإتباع توليفة متوازنة من الأدوات.

• أدوات تنفيذ سياسات السياحة:

١- أدوات القياس:

وهي تسمح بتحديد مستويات تأثير السياحة ومجارة التغير ومنها:

- **مؤشرات الرصد:** يمكن استخدام المؤشرات لتحديد الأهداف التي تتوخاها السياسات ولقياس النجاح في تحقيق تلك الأهداف. ويمكن أن تغطي هذه المؤشرات مستويات السياحة (مثل أعداد الزائرين وتوزعهم) والتأثيرات (مثل استخدام الطاقة والمياه) . وجهود الإدارة (مثل مستويات التمويل لمبادرات محددة) والنتائج (مثل النسبة المئوية للسائحين الذين يستخدمون وسائل النقل العام). ويمكن تنفيذ الرصد بصورة رئيسية عن طريق قياسات حالة البيئة والمجتمع وعن طريق إجراء مسح منتظمة للزائرين والمنشآت السياحية والمجتمعات المحلية. ولن تبقى بعض المقاصد مصونة بشكل جيد إلا إذا كانت المجتمعات المحلية تحصل على حصة عادلة من إنفاق السياح، وينبغي أن يتم رصد ذلك أيضاً.

- **تحديد حدود السياحة:** إن مفاهيم ونماذج قدرة الاستيعاب أو حدود التغير المقبول يهن أن تكون أدوات مفيدة جداً لتحديد السياسات الخاصة حجم وطبيعة وتوزيع السياحة في مقصد ما وفي ضمان القبول واسع النطاق لذلك.

٢- أدوات القياس والتحكم:

وهي تساعد الحكومات على ممارسة تحكم رسمي صارم في جوانب محددة من تطوير السياحة وتشغيلها كما يلي:

- التشريع والتنظيم وإصدار التراخيص . يتعين السيطرة على بعض الجوانب الأكثر أهمية بالنسبة لاستدامة السياحة كحقوق العاملين وأمان السائحين والنفايات الخطرة بواسطة التشريعات.ويمكن تطبيق تنظيمات إضافية على أنشطة معينة في مواقع محددة. ويمكن للقوانين المكرسة للسياحة أن تساعد في جانب الاهتمام بالنهوض بالقوة في هذا القطاع والعمل على تحقيقها ، ولكن مما لا يقل أهمية تحقيق التجانس والتواصل مع القوانين الأخرى التي تؤثر في السياحة كقوانين العمل والبيئة. ويمكن لعمليات إصدار التراخيص أن تساعد في تحديد المنشآت التي تمثل للتشريعات وأن تردع الآخرين.
- تخطيط استخدام الأراضي وإدارة التنمية. لهذه الأدوات المؤلفة أهميتها البالغة في النهوض باستخدام التنمية السياحية الجديدة. ويتعين أن يعكس التخطيط السياحي ما تم اتخاذه مؤخراً من الخطوات نحو التخطيط الأكثر تكاملاً والتخطيط التشاوري للأماكن والمجتمعات المحلية. إن عملية إدارة التنمية لضمان امتثالها للخطط يمكن أن تكون أكثر فعالية عن طريق استخدام أدوات محددة مثل إصدار توجيهات تخطيطية موجزة عن مواقع مخصصة واشتراطات واضحة لتقييم التأثير البيئي.

٣- الأدوات الاقتصادية:

- تشكل السلوك والتأثير من خلال الوسائل المالية وإرسال إشارات عن طريق السوق. وهي كما يلي:
- الضرائب والرسوم: يمكن أن تستخدم الضرائب والرسوم لتغيير سلوك السائحين والمنشآت ، مثلاً من خلال زيادة الأسعار ، وكذلك لزيادة الدخل المتحقق منهم لاستخدامه في عمليات الحفظ أو في المشروعات الاجتماعية.
- ويمكن فرض الضرائب والرسوم على القطاع بصورة عامة كضريبة المبيت أو الدخول أو الخروج أو على سلع محددة كالوقود أو على المخرجات مثل التصريفات أو على استخدام المرافق كالدخول إلى المتزهات الوطنية.

○ الحواجز والاتفاقيات المالية : يمكن أن تعطي للمنشآت حواجز لاتباع الممارسات الأكثر سلامة وذلك بفرض شروط محددة على تقديم القروض والمنح، وعلى منح الامتيازات للتشغيل أو خلق شركات بين القطاعين العام والخاص . ويمكن تقديم المساعدات المالية بصورة مباشرة لاستثمارات محددة أيضاً، مثلاً أو للتكنولوجية الأنظف.

٤- الأدوات الطوعية:

- توفير أطر أو عمليات تشجيع التقيد الطوعي من جانب أصحاب المصلحة بالنهج والممارسات المستدامة لقوة السياحة والتي تكون كما يلي:
- المبادئ التوجيهية ومدونات السلوك: يمكن لبيانات السلوك المقبول والسلوك غير المقبول أن توفر طريقة بسيطة وزهيدة التكاليف لتوجيه سلوك السائحين والمشروعات.
 - إعداد التقارير والمراجعة: يمكن حفز الإجراءات الرامية إلى تحسين قوة السياحة عن طريق الالتزام من جانب المنشآت للقطاع الخاص ومن جانب الحكومات بالبلاغ المنتظم عما يفعلونه والنتائج التي تحقق. ويمكن المساعدة على ذلك بواسطة المراجعة المنتظمة. ويمكن للحكومات أن تشجع هذه العملية بتقديم الأسوة الحسنة والتوصية بجدول أعمال لإعداد التقارير والمراجعة داخل قطاع السياحة.
 - عملية الاعتماد الطوعية: وتشمل التفتيش الموضوعي على المنشآت السياحية في ضوء معايير متفق عليها، والاعتراف بتلك المنشآت التي أن تشمل المخططات على معايير استدامة بيئية واجتماعية إلى جانب معايير الجودة الأكثر تقليدية ويمكن أن تقوم الحكومات باستهلالها أو إدارتها أو بدعمها فحسب.
 - المساهمات الطوعية: وتطور هذه حول تشجيع المنشآت السياحية والسائحين والزوار على العون والمشروعات الاجتماعية عن طريق هبات مالية طوعية أو مساعدة أخرى عينية.

٥- الأدوات الداعمة:

ويمكن أن تقوم الحكومات عن طريقها للحكومات بدعم المنشآت والسائحين لجعل عملياتهم وأنشطتهم أكثر قوة من خلال:

○ توفير بنية تحتية وإدارتها: يمكن لمستوى وطبيعة الاستثمار الحكومي في البنية التحتية والخدمات الضرورية للسياحة أن يؤثر بشكل مباشر على قوة هذه القطاع. وهذا يشمل:

- ١- توفير بنية تحتية للنقل مثل الطرق. وخدمات النقل العام.
- ٢- توفير منافع عامة كالمياه ومعالجة النفايات.
- ٣- توفير أمن وخدمات صورية.

○ بناء القدرات: يمكن تغطية القضايا الخاصة بالاستدامة بصورة كاملة عن طريق تقديم التدريب في مجال السياحة والخدمات الاستشارية إلى المنشآت والمجتمعات المحلية. ويمكن للحكومات إما أن تؤدي هذه الخدمات مباشرة أو تقدم الدعم لها. ويمكن تعزيز ذلك عن طريق تشجيع المنشآت على العمل معاً داخل شبكات ومن خلال شتى التقنيات مثل نشر أدلة الممارسات الجيدة ومواقع شبكة الويب.

○ التسويق والخدمات الإعلامية: تمثل هذه الأنشطة من الناحية التقليدية دوراً تقوم به الحكومات بالشراكة مع القطاع الخاص، ويمكن استخدامها مباشرة لتشجيع أشكال من السياحة أو منشآت محددة تكون أكثر قوة وكذلك تشجيع الزائرين والتيسير عليهم في القيام بالامتيازات المناسبة. إن هذه الأدوات السابقة الذكر لا تستبعد بعضها البعض ويمكن أن تكون نتائجها أكثر نجاحاً في الغالب إذا تم تطبيق عدداً منها معاً.