

## الظروف التمكينية للتغلب على العوائق

ترجمة بتصرف  
أ.د. مضر خليل عمر

يمكن أن يكون للسياحة آثاراً إيجابية أو سلبية اعتماداً على كيفية التخطيط لها وتطويرها . مطلوب مجموعة من **الشروط التمكينية لكي تصبح السياحة مستدامة** : **المساهمة في التنمية الاجتماعية والاقتصادية** ، **ضمن قدرات تحمل النظم البيئية والعتبات الاجتماعية والثقافية** . يقدم هذا القسم توصيات لإنشاء البيئة المواتية لزيادة الاستثمار في التنمية السياحية المستدامة ، والتغلب على العوائق في مجالات (1) التوجه إلى القطاع الخاص ؛ (2) تخطيط الوجهة وتطويرها ؛ (3) والسياسات المالية للاستثمار الحكومي ؛ (4) التمويل والاستثمار ؛ (5) توليد الاستثمار المحلي . وتستند التوصيات إلى حد كبير على توصيات السياسة الصادرة عن فرقة العمل الدولية حول تنمية السياحة المستدامة .(ITF-STD)

تشير اتجاهات سوق السياحة إلى أن **المحركات الرئيسية** نحو قرارات استثمارية سياحية مستدامة هي **التغيرات في طلب المستهلك** ؛ **الإجراءات التجارية لخفض التكاليف التشغيلية وزيادة القدرة التنافسية** ؛ سياسات وأنظمة متماسكة لحماية البيئة ؛ **تحسينات التكنولوجيا** ؛ **الجهود الخاصة للمسؤولية البيئية والاجتماعية والحفاظ على الموارد الطبيعية** . يقود هؤلاء التحول في صناعة السياحة وتحديد العوائد على الاستثمارات . الخصائص النظامية لصناعة السياحة المستدامة تؤكد على ضرورة **المزيد من الاستثمار في كفاءة استخدام الطاقة والمياه** ، و **التخفيف من اثر تغير المناخ** ، و **الحد من النفايات** ، و **الحفاظ على التنوع الحيوي** ، و **الحد من الفقر** ، و **الحفاظ على الأصول الثقافية وتعزيز الروابط مع الاقتصاد المحلي** .

المدخرات والعوائد الأعلى المتوقعة من الاستثمار في إجراءات تلك المجالات في مشاريع استثمارية خضراء جديدة ، و **خلق ذاتية تنفيذ ديناميكية للتخضير** التي يمكن أن تعزز القدرة التنافسية وتعزيز الاستدامة . حاجز شامل نحو خضرة أكثر أو أكثر استدامة للاستثمار السياحي هو عدم الفهم والاعتراف بالقيمة التي تم إنشاؤها للشركات ، المجتمعات والوجهات من تخضير السياحة . **تبادل المعرفة والمعلومات والخبرات بين الجهات العامة والخاصة والمجتمع المدني خطوة أولى ضرورية نحو التغلب على هذه العوائق**

### التوجه للقطاع الخاص

**السياحة هي صناعة غير متجانسة** حيث المئات (وأحياناً الآلاف) من الممثلين يعملون بشكل متعدد في قطاعات السوق ، حتى داخل البلد الواحد أو منطقة واحدة . وتشمل هذه القطاعات السياحة التقليدية والجماعية بالإضافة إلى المجالات المتخصصة مثل السياحة البيئية والمغامرة السياحية ، السياحة الريفية ، السياحة المجتمعية ، رياضة صيد الأسماك ، والسياحة البحرية ، ومؤخراً ، السياحة الصحية . **الشركات الرئيسية في صناعة السياحة** معنية بالإقامة ، وتنظيم الجولات السياحية ، والنقل (البري والجوي ، والمائي) . وبالإضافة إلى ذلك ، تتمتع السياحة بروابط متنوعة من خلال العديد من الأنشطة الاقتصادية ، من السكن ، الترفيه والتسلية ، إلى وسائل النقل ، الخدمات المهنية والإعلان ، من بين الآخرين . بينما يمكن للجميع ، بل ويجب عليهم ، الاستفادة من الوسط وعلى المدى الطويل ، حيث **يُطلب التخضير إجراءات مختلفة تماماً واستثمارات** ، وتستفيد منها الشركات في مختلف المجالات والطرق - **لا توجد**

استراتيجية واحدة أو "وصفة" واحدة يتبعها الجميع . ولذلك يجب أن تشمل الاستراتيجية المتמاسكة لنمو السياحة الخضراء جميع القطاعات والأنشطة ، والطرق التي يتفاعلون بها .

تهيمن الشركات الصغيرة والمتوسطة على صناعة السياحة ، الشركات ذات الحجم (SMES) على الرغم من وكالات السفر عبر الإنترنت ، ويتحكم منظمو الرحلات السياحية التقليدية الكبيرة في حصة مهمة من السفر الدولي من أوروبا ، و تتميز أمريكا الشمالية بالوجهات السياحية بسبب هيمنة الشركات الصغيرة . على سبيل المثال ، ما يقرب من 80% من جميع الفنادق في جميع أنحاء العالم هي شركات صغيرة ومتوسطة (المنتدى الاقتصادي العالمي 2009أ) ، وفي أوروبا تصل النسبة إلى 90% بالإضافة إلى ذلك ، مقدمي السلع والخدمات ، **تميل صناعة السياحة إلى أن تكون شركات محلية صغيرة** . الوصول إلى مجموعة واسعة من الشركات الصغيرة ، عبر العديد من القطاعات والقارات واللغات مهمة شاقة .

**بدون معلومات ومعرفة وأدوات ، سيكون التخضير من المستحيل تقريبا** . ومع ذلك ، إشراك هذه الجهات الفاعلة الحاسمة هو شرط ضروري لتحقيق استدامة الصناعة . ففي نيبال ، على سبيل المثال ، تم تقديم حوافز لمشاركة القطاع الخاص في فعاليات بناء القدرات وقد ساعد تنفيذ خطط العمل المستدامة لزيادة وصولهم إلى أسواق السياحة الدولية المستدامة ، وتحسين أداء المشاريع أثار اهتمام الشركات الأخرى للممارسات التجارية في السياحة المستدامة في نيبال ، وخلق التآزر في جميع أنحاء الصناعة (برنامج الأمم المتحدة للبيئة 2008).

**تنظيم الإدارة هو عنصر أساسي في استدامة الأعمال** . وفقا لباي وديل 2010 ، الإدارة الناجحة للتغيير (السياسي ، الاقتصادي ، الاجتماعي والتكنولوجي) أمر بالغ الأهمية للبقاء ونجاح الشركات الصغيرة والمتوسطة في مجال السياحة ، لا سيما فيما يلي ثمانية عوامل حاسمة : القدرة على التكيف والمرونة ؛ الالتزام والدعم ؛ التواصل والتعاون ؛ التعلم المستمر والتحسين ؛ رسم الاستراتيجيات ؛ الدافع والمكافأة ؛ البراغماتية و الأشخاص المناسبين (المتعاونين المهرة والمتحمسين).

يرى كيرياكيديو وجور (2005) أن الأداء الأفضل لعمليات الشركات الصغيرة والمتوسطة في مجال الضيافة والسياحة والترفيه ، حيث تشترك الصناعة في السمات الثقافية مثل التعاونية ، تحديد المهام والاستراتيجيات وتطوير العمل الجماعي وتنظيم عملية التعلم . لا تختلف شركات السياحة عن الشركات الأخرى عندما يتعلق الأمر بالمعايير التي يجب مراعاتها عند اتخاذ قرار بشأن الاستثمار . مهما يكن هنا بعض الخصائص المحددة التي سوف تؤثر على تكاليف الأعمال السياحية (دريميل وآخرون 2010) :

- تحتاج شركات السياحة إلى **عمالة كثيفة نسبيا** وبالتالي فإن تكاليف العمالة غالبا ما تشكل أكبر نسبة تكاليف في التشغيل ،

- تكلفة مدخلات استثمار رأس المال والتشغيل أعلى بالنسبة للمواقع النائية ؛
- تكلفة رأس المال سوف تجتذب علاوة حيثما يكون هناك **عدم يقين بشأن عائدات الاستثمار** في السياحة ؛
- يتحدد سعر الأراضي في المواقع السياحية المرغوبة وتحكمها المنافسة مع استخدامات الأراضي الأخرى التي قد تكون قادرة على دفع المزيد (بسبب عوائد أعلى)؛
- تكلفة تخطيط المشروع والموافقات ستكون مرتفعة إذا كان **التقييم طويل الاجل أو معقد**؛ و
- تشكل العمالة والأراضي نسبة عالية من المدخلات **وتخضع لضريبة الرواتب وضريبة الأراضي** .

والسؤال هو كيفية معالجة هذه القضايا الأساسية عند اتخاذ قرارات استثمارية مستدامة . في هذا الصدد ، يوصي ال-ITF-STD بأن "الشركات السياحية ، وينبغي للمؤسسات الحكومية المسؤولة عن السياحة

اعتماد التكنولوجيا المبتكرة والمناسبة لتحسين كفاءة استخدام الموارد (وخاصة الطاقة والمياه) ، والتقليل من انبعاثات الغازات الدفيئة وإنتاج النفايات ، مع حماية التنوع الحيوي ، مما يساعد على الحد من الفقر والإبداع في ظروف النمو والتنمية المستدامة للمجتمعات المحلية . وعلى مستوى قطاع الفنادق الخاص يمكن للمالكين ومنظمي الرحلات السياحية وخدمات النقل لعب دورا رئيسيا في حماية البيئة والتأثير على السياح لاتخاذ خيارات مستدامة ، و زيادة الوعي البيئي العام ، بما في ذلك المسافر الواعي ، ليساهم في تطوير مجموعة من مبادرات الصناعة التطوعية وتعريف الأداء البيئي على المستوى الوطني والإقليمي والمستويات الدولية (برنامج الأمم المتحدة للبيئة 1998) . العديد من الشركات الكبرى تعالج بالفعل مشاكلها البيئية والآثار الاجتماعية . في العديد من البلدان ، يتم حساب الشركات الصغيرة والمتوسطة بالنسبة للغالبية العظمى من الشركات ويمكن أن يكون لها تأثير بيئي كبير؛ ومع ذلك ، فإنها تميل لتكون أكثر تفاعلا لمعالجة القضايا البيئية (قاسم 2009) . ومع ذلك ، فإن الضغط المتزايد يمكن إجبار المستهلكين على معالجة المزيد من التأثيرات لكي تظل قادرة على المنافسة .

### الظروف التمكينية لإشراك الصناعة

1) منظمات الترويج السياحي، يجب على وكالات إدارة الموارد وإدارة الوجهة والمنظمات (DMOs) ربط المنتجات السياحية (أي الحدائق والمناطق المحمية والمواقع الثقافية) بشكل وثيق مع مناصب التسويق . وهذا يضمن متسقا ومكانة لبيع فريد من نوعه في أسواق السياحة العالمية بناءً على تجارب عالية القيمة في الطبيعة و المواقع الثقافية في منطقة جغرافية مدمجة .

2) جمعيات صناعة السياحة والصناعة الأوسع حيث تلعب المنصات دورًا مهمًا في إشراك السياحة في الاستدامة وكذلك تنمية أدوات عملية للرد على العديد من التحديات المشتركة . كما هو الحال في معظم الصناعات ، مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات تتزايد بشكل معترف به في قطاع السياحة ويجري الترويج لهيئات الصناعة ، على المستوى الدولي وكذلك المستويات الوطنية . لكن الرد رسمي بما في ذلك تدابير مثل التقارير وأنظمة الإدارة البيئية ، و يبدو أن الشهادة منتشرة فقط داخل مجموعة مختارة من الشركات الكبرى . الشركات الصغيرة إلى حد كبير خارج هذا المجال ، ومجموعات الموردين المتنوعة قد لا تكون متصلة على الإطلاق . وقد أظهرت البلدان خبرة في العديد من الآليات الجيدة التصميم والأدوات اللازمة لتثقيف الشركات الصغيرة والمتوسطة ، وهذا أمر بالغ الأهمية ، ولكنها أكثر فعالية عندما تكون مصحوبة بخرسانة العناصر القابلة للتنفيذ .

3) مؤسسات التنمية الدولية مثل وكالات التعاون المتعددة الأطراف والثنائية ، ينبغي لمؤسسات تمويل التنمية (DFIs) الانخراط مباشرة بالإعلام والتثقيف والعمل بالتعاون مع صناعة السياحة لتكامل الاستدامة في السياسات وممارسات الإدارة ، وتأمين مشاركتهم الفعالة فيها لتطوير سياحة مستدامة . على المستوى الوطني ، ينبغي مشاركة الحكومة والمجتمع المدني ، وأن تكون جزءا حاسما من هذه الجهود لتنسيق العمل .

4) إن الاستخدام المتزايد لأدوات دعم القرار الموجهة نحو صناعة السياحة من شأنه أن يساعد في تسريع اعتماد الممارسات الخضراء . حلول الطاقة الفندقية ، توربينش و SUTOUR هي أمثلة على المشاريع المصممة لتقديم المساعدة للمؤسسات السياحية في أوروبا لتحديد الاستثمارات المحتملة وتوفير التكاليف لفرص اتخاذ القرار لضمان الربحية والقدرة التنافسية المستدامة (توفير المال والاستثمار في بيئة تدابير البناء والمعدات مع انخفاض استهلاك الطاقة)؛ توفير رضا الزوار بتحقيق مطالبهم وتطلعاتهم العالية الجودة البيئية ؛ تحقيق الاستخدام الفعال للموارد (التقليل من استهلاك المياه ومصادر الطاقة غير المتجددة)؛ تأمين بيئة

نظيفة (تقليل إنتاج ثاني أكسيد الكربون). وتقليل الهدر ؛ والحفاظ على التنوع الحيوي ، التقليل من استخدام المواد الكيميائية والنفايات الخطرة.

5) الترويج والاستخدام على نطاق واسع على المستوى الدولي للمعايير المعترف بها لسياحة مستدامة هي لازمة لمراقبة وإدارة العمليات السياحية . ويميل القطاع الخاص إلى الأداء الأفضل عندما تكون المعايير والأهداف والغايات واضحة يمكن تحديدها ودمجها في خطط الاستثمار والعمليات التجارية . معايير السياحة المستدامة العالمية (GSTC) ، الصادرة في أكتوبر 2008 ، يقدم التيار الواعد منصة لبدء عملية توحيد الفهم للجوانب العملية لسياحة مستدامة ، وإعطاء الأولوية للقطاع الخاص للاستثمار في القطاع . ينبغي اعتماد GSTC من أجل تقييم أداء الصناعة ودعم توصيات السياسة . على الصعيد الوطني وحتى المستوى دون الوطني ، GSTC ، مدعومة بتبادل بالمعلومات والوصول إلى الخبراء وذوي الخبرة ، ليشكل رواد "التخضير" خطوة حاسمة .

6) يمكن أن يتم تحقيق اقتصاديات النطاق في قطاع السياحة عن طريق التجميع . ببنية عالية الجودة هي مدخلا رئيسيا من قبل تلك الشركات المتابعة للمزايا التنافسية القائمة على الإدارة البيئية . وفي حالة السياحة ، الحفاظ على رأس المال الطبيعي للدولة ، الذي له تأثير قابل للتسلسل وتأثير تكميلي على العديد من الشركات . يمكن أن يعزز التجميع إلى الخلف والروابط الأمامية في سلسلة القيمة السياحية ودفع الاستدامة في الصناعة بأكملها ، **المعالم الطبيعية و الثقافية هي أصول التنمية السياحية الأكثر قيمة** . الكتلة السياحية يجب أن تشارك بنشاط في إدارة البيئة والحفظ عليها . التعاون النشط مع القطاع العام ومنظمات المجتمع سيعزز الوضع التنافسي للجميع .

وفي حالة كرواتيا، على سبيل المثال ، إيفانوفيتش وآخرون (2010) تظهر أن الشركات الصغيرة هي المهيمنة على حصة سوق السياحة في إجمالي عدد الشركات وتوليد أعلى فرص للعمل ومعدلات الدخل . ومع ذلك ، فإنها تظهر أيضا أدنى مستوى معدل إنتاجية . ينتج هذا الوضع جزئيا عن فهم محدود للفوائد المحتملة والتجميع في مجال السياحة ، بما في ذلك وفورات الحجم ؛ نمو المعرفة التكنولوجية والتنظيمية ، وزيادة حصتها في السوق .

### تخطيط الوجهة و تطويرها

تخطيط الوجهة واستراتيجيات التطوير عاملا حاسما في تخضير السياحة . كل وجهة فريدة من نوعها ، وبالتالي كل تطور يجب أن تكون الإستراتيجية حساسة للوجهة الفريدة الأصول والتحديات ، مع خلق رؤية لتنفيذ أهداف الوجهة للاستدامة البيئية . **مخطو الوجهة ومسؤولو السياسات هم في كثير من الأحيان غير مدركين للفرص التي توفرها السياحة الخضراء التي يمكن أن تصل إلى وجهتهم . وحتى أولئك الذين هم واعون عادة ما يفتقرون إلى المهارات أو الخبرة اللازمة لبناء الاستدامة في وجهة جديدة أو جهود مستمرة للتنمية .**

يتطلب النهوض بأهداف التخضير من خلال التخطيط السياحي وتطوير الوجهة القدرة الذاتية والقدرة المؤسسية على دمج مجالات السياسة المتعددة ؛ **النظر في مجموعة متنوعة من الأصول الطبيعية والبشرية والثقافية على مدى فترة زمنية ممتدة ؛ ووضعها في مكانها كقواعد ضرورية للقدرة المؤسسية . لا يمكن تنفيذ استراتيجية السياحة الخضراء بنجاح دون وجود القوانين واللوائح الصحيحة المعمول بها ، أو هيكل الإدارة الصحيح للإشراف عليها . ينبغي تشريع حماية البيئة ، والحد من التنمية الضارة ، ومكافحة الممارسات الضارة ، وتشجيع السلوك الصحي . قواعد واضحة في هذه المجالات ، بناءً على استراتيجية**

الوجهة وقاعدة أصولها الفريدة ، تحديد اتجاه وحجم ونطاق الحكومة والاستثمار الخاص في سياحة أكثر استدامة .

### ظروف تمكين تخطيط وجهة أكثر اخضراراً

1- المستوى الحكومي الأعلى والمجتمعي والخاص ، يجب على السلطات السياحية إنشاء آليات للتنسيق مع الوزارات المسؤولة عن البيئة ، الطاقة ، العمل ، الزراعة ، النقل ، الصحة والمالية والأمن والمجالات الأخرى ذات الصلة ، وكذلك مع الحكومات المحلية . متطلبات واضحة مثل تقسيم المناطق وتحديد المناطق المحمية والقواعد البيئية واللوائح ، وقواعد العمل ، والمعايير الزراعية ، والمتطلبات الصحية (خاصة فيما يتعلق بالمياه والنفايات والصرف الصحي) وضع "قواعد لعبة" واضحة لتحديد مناخ تشغيل الاستثمار . ترتبط قرارات هؤلاء ارتباطاً وثيقاً بالسياسة المالية والاستثمار التي تتم مناقشتها في القسم التالي .

2- المنظمات العاملة في مجال تنمية السياحة ، وينبغي أن تستفيد الاستراتيجيات من الأساليب والأدوات العلمية ذات المصدقية التي تشمل الاقتصاد ، النهج والتقييمات البيئية والاجتماعية للتنمية المستدامة التي من شأنها أن تساعد أصحاب المصلحة المرتبطين بمكونات سلسلة القيم المختلفة لفهم البيئة والتأثيرات الاجتماعية والثقافية .

3- توفر الخطط أو الاستراتيجيات الرئيسية للسياحة نهج جانب العرض لتطوير وجهة سياحية . ويجب أن تشمل هذه الخطط القضايا البيئية والاجتماعية من أجل إدارة الأصول الهامة وتعزيز النتائج الخضراء . تكون برامج التحول الأخضر أكثر فعالية إذا تم إنتاجها بواسطة عملية تخطيط تشاركية متعددة أصحاب المصلحة ، وكذلك من خلال تطوير الشراكات على المستويات المحلية والوطنية والإقليمية والدولية . الاتفاقيات البيئية والاجتماعية المتعددة الأطراف ، وينبغي للمنظمات التي تدعمها أن تكون مدرجة في العملية . ينبغي لأصحاب المصلحة من القطاعين العام والخاص والمجتمع المدني اتخاذ قرارا بشأن نوع صناعة السياحة التي يريدون تعزيزها على المدى المتوسط والطويل ، مع الأخذ في الحسبان التأثيرات المحتملة على قاعدة الموارد الطبيعية فرص التنمية للبلاد .

لذلك ، فإن إنشاء مؤسسة سليمة الإطار مطلوب . التنسيق بين الجهات الفاعلة وإنفاذ اللوائح البيئية هي الشروط الأساسية . بالإضافة إلى ذلك ، عند الاستثمار في استدامة السياحة ، الرئيسية ، قصيرة ومتوسطة المدى ينبغي اتباع الأهداف طويلة المدى ، بناءً على :

- المساهمة في أرصدة الاقتصاد الكلي للبلاد .
- إنشاء التوظيف المحلي المباشر وغير المباشر ؛
- استخدام المواد الخام والمدخلات المحلية .
- الفوائد التي تحققت في القطاعات الإنتاجية الأخرى (المضاعفات خارج الصناعة)؛
- التأثيرات على التنمية المحلية والفقير .
- التحديث والتنوع واستدامة سلسلة القيم السياحية ؛ و
- نمو الطلب الداخلي والخارجي من أجل السياحة المستدامة .

4- عند الترويج للسياحة المستدامة ، سياسة تخطيط الوجهة ضرورية لإنشاء سمعة دولية سليمة ، علامة تجارية وطنية تميز البلاد وتضعها بشكل تنافسي . وفقاً لفيوتشر براند 2008 ، في حين أن السياحة غالباً ما تكون المظهر الأكثر وضوحاً للعلامة التجارية القطرية . فمن الواضح أن تؤثر السمعة وقيم العلامة التجارية للبلاد على مكانة المنتجات والسكان وفرص الاستثمار وحتى مساعدات التمويل الخارجي . لذلك ، مطلوب

شمولية نهج الأمة من أجل موامة الجمهور ومبادرات القطاع الخاص لخلق علامة تجارية قطرية ناجحة على أساس الاستدامة .

5- **تقييم القدرة الاستيعابية والنسيج الاجتماعي** وينبغي النظر في أن تأخذ في الحسبان **الأثار الداخلية والخارجية للسياحة في الوجهة** ، بينما من الصعب تقييمها بسبب الاختلافات الكبيرة من وجهة إلى أخرى ، الحد الأقصى للعبثات يمكن الاتفاق عليها لتوفير التوجيه لتطوير سياسات التخطيط .

### السياسات المالية والأدوات الاقتصادية وتخضير السياحة

يتطلب استخدام الأدوات الأكثر تطوراً ضمن اختصاص الحكومة ، مثل السياسة المالية والاستثمار العام وآليات التسعير لمختلف المنافع العامة . وينبغي من الحكومة التركيز على الاستثمار السياحي في دوافع الأهداف الرئيسية لأعمال الإدارة المستدامة . وينبغي أن تكون الحوافز متنسقة مع حماية البيئة وخلق القيم المضافة . **اتجاهات السوق والمزايا التنافسية يجب أن تكون معززة بشكل متبادل** . وفي هذا الصدد ، **تماسك السياسات هو شرط ضروري** . ومن منظور وطني ، وينبغي لسياسة السياحة المستدامة أن تعالج إخفاقات السوق (بما في ذلك العوامل الخارجية) بطريقة متنسقة ، وتجنب خلق تشوهات إضافية من خلال تدخلات الحكومة ، مثل الأسواق ، يمكن للحكومات أن تفشل .

ويجب أن تكون التدخلات المختارة حافزاً لمزيد من الكفاءة في تخصيص السلع والموارد مما قد يحدث في غياب التحرك الحكومي ، وينبغي للسياسة الاجتماعية معالجة التعويضات والمزايا للعمال ، والوصول إلى تحسين الفرص ، تنمية الموارد البشرية ، واستراتيجيات تكامل سلسلة القيم . في حالة سياسات السياحة المستدامة ، **مزيد من التماسك من حيث الأهداف** (استثمارات الموقع ، تطوير محدد لمناطق الوجهة والبنية التحتية الوطنية والمحلية الاستثمارات) ، والإدارة (التنسيق المؤسسي ، دراسات تحليل الأثر) والحوافز (الفعالية ، التكلفة والمنفعة والكفاية) مطلوبة للحفاظ على مزايا تنافسية . حيثما أمكن ، استخدام وينبغي أن تستند الحوافز إلى أدوات السوق بدلاً من تدابير "القيادة والسيطرة" . بعض أشكال إخفاقات السوق تستحق اهتماماً خاصاً ، على وجه الخصوص تلك التي تمنع تعلم كيف يمكن للسياحة المستدامة الجديدة إنتاج الأعمال بشكل مربح (اكتشاف الذات للعوامل الخارجية) ، تعيق تزامن وتكامل الاستثمارات التي لا تستطيع الأسواق اللامركزية القيام بها (تنسيق العوامل الخارجية)، والمفقود من المدخلات العامة التشريعات والاعتماد والنقل والبنية التحتية الأخرى ، على سبيل المثال .

### ظروف التمكين المالية العامة والحكومية لسياسات الاستثمار

1) **في حالة السياحة** ، تدخل السياسات تجاهها ويمكن تبرير استدامة الاستثمار بقدر ما تعزز الظروف التمكينية الاستخدام المستدام من الموارد الطبيعية وبالتالي خلق العوامل الخارجية الإيجابية للمجتمع . البديل ، أقل الاستخدامات الإنتاجية للموارد الطبيعية (أي غير المستدامة ، الزراعة) أو أنشطة الاستنزاف المحتملة (أي بناء المساكن) يمكن تعويضها (تكلفة الفرصة البديلة) مع زيادة أدوات السياسة الربحية لشركات السياحة المستدامة وتوليد عوامل بيئية خارجية إيجابية . ينبغي تجنب الركوب المجاني (عدم امتثال الشركات) من خلال مراقبة الأداء الفعال وآلية تقييم الأثر . **هناك حاجة لإجراء تقييمات دورية وتحليل أثر الحوافز السياحية ، من الناحية الاقتصادية والاجتماعية والمنظور البيئي**.

- (2) تعريف الحكومة الحاسمة والالتزام بالاستثمارات في البيئة التمكينية الخضراء تلعب دوراً مركزياً في تحديد الاستثمار والتوجيه للقطاع الخاص . الاستثمارات الحكومية في المناطق المحمية والأصول الثقافية والمياه وإدارة النفايات والصرف الصحي والنقل والطاقة حيث تلعب الاستثمارات في البنية التحتية دوراً حاسماً في قرارات استثمار القطاع الخاص نحو النتائج الأخضر . الاستثمارات في البنية التحتية العامة المتعلقة بالسياحة أو الاستثمارات الخاصة يجب على شركات السياحة تقدير احتياجاتها الاجتماعية والآثار البيئية واعتماد تدابير اقتصادية لتعويض التأثيرات التي لا يمكن تجنبها.
- (3) ينبغي وضع سياسات ضريبية ودعم مناسب يتم تأطيره لتشجيع الاستثمار في التنمية المستدامة للأنشطة السياحية وتثبيط السياحة غير المستدامة . غالباً ما يتم اللجوء إلى استخدام الضرائب لإبقاء التطورات في حدود (على سبيل المثال ، الضرائب بشأن استخدام الموارد والخدمات في الوجهات ) والتحكم في المدخلات والمخرجات المحددة (مثل رسوم النفايات السائلة وخدمات النفايات).
- (4) يمكن الاستفادة من الامتيازات الضريبية والإعانات لتشجيع الاستثمار الأخضر في الوجهات والمرافق . يمكن تقديم الإعانات عند شراء المعدات أو التكنولوجيا التي تقلل من النفايات ، يشجع كفاءة استخدام الطاقة والمياه ، أو الحفاظ على التنوع الحيوي (المدفوعات مقابل الخدمات البيئية) وتعزيز الروابط مع الشركات المحلية و منظمات المجتمع .
- (5) وضع إشارات سعرية واضحة لتوجيه الاستثمار واستهلاك . سعر السلع العامة مثل إنتاج وإمدادات المياه والكهرباء والنفايات ترسل الإدارة إشارات مهمة إلى القطاع الخاص . كثيراً ما تقوم الحكومات بتسعير هذه السلع بمستويات منخفضة جداً (حتى في كثير من الأحيان مجانية) لتشجيع الاستثمار، فقط لتجد أن الأسعار المنخفضة تشجع النفايات ، واستنزاف المجتمعات وجعلها رفع الأسعار مكلف للغاية (مالياً وسياسياً).

### التمويل الأخضر للاستثمارات السياحية

الاستثمارات البيئية والاجتماعية نسبياً جديدة ، وتبقى خارج التيار الرئيسي المالي للأسواق (وخاصة في البلدان النامية) . في كثير من الحالات ، تكون الحواجز مبنية على تصورات خاطئة أو عدم وجود معرفة . على سبيل المثال ، بالنسبة للعديد من الاستثمارات الخضراء ، فترات الاسترداد والمبالغ ليست واضحة أو ثابتة (بسبب محدودية الخبرة) ، تخلق حالة من عدم اليقين بالنسبة للبنوك أو المستثمرين الآخرين ، ويمكن أن يعرض التمويل للخطر ، كما أن العديد من التمويل الأخضر يتضمن مكونات استثمارات يمكن قياسها بسهولة (مثل توفير الطاقة)، جنباً إلى جنب مع مكونات أكثر صعوبة للقياس مثل "رضا النزلاء" مما قد يجعل حساب العوائد أمراً صعباً .

وفي حالات أخرى ، شروط الإطار في دول الوجهة تحد من الاستثمار على سبيل المثال ، ارتفاع معدلات الفائدة في العديد من البلدان التي تقوم باستثمارات قابلة للحياة تماماً كما في الدول الغنية ، وغير قابلة للحياة في عالم البيئة المحلية . حالة أخرى يتم الاستشهاد بشكل متكرر في العديد من البلدان النامية أن المالية تصنف الاستثمارات "البيئية كونها" أصولاً غير منتجة" ، مما يتطلب من البنوك الاحتفاظ بزيادة الاحتياطيات ، مما أدى إلى ارتفاع أسعار الفائدة واستثمار أقل .

## الظروف التمكينية للتمويل

(1) العامل الوحيد الأكبر الذي يحد من قدرة الشركات الصغيرة والمتوسطة على التنقل نحو سياحة أكثر خضرة هو عدم القدرة على الوصول إلى رأس المال لهذا النوع من الاستثمارات . الاستثمارات الخضراء يجب أن ينظر إليها على أنها ذات قيمة مضافة وصنعت دون المساس باقتصادها والمزايا المالية . هذا يتطلب زيادة وعي القطاع الخاص بالقيمة الاستثمار الأخضر، وكذلك تنسيق السياسات مع وزارات المالية والسلطات التنظيمية .

(2) الصناديق الإقليمية لتنمية السياحة المحلية يمكن أن تساعد في التغلب على العوائق المالية أمام التحول إلى البيئة الخضراء حيث تولد الاستثمارات أيضاً جمهور العوائد (من خلال العوامل الخارجية الإيجابية). الاستثمار الأجنبي المباشر (FDI)، الأسهم الخاصة، محفظة الاستثمار وغيرها من مصادر التمويل المحتملة وينبغي أيضا أن تتماشى مع المشاريع المستدامة واستراتيجيات صناعة السياحة . يرى رينجبيك وآخرون (2010) أنه ليس كل المبادرات الخضراء ممكن القيام بها مالياً من الأحزاب المحلية أو الوطنية، والوجهات ليست دائما قادرة على توليد ما يكفي من الإيرادات من خلال مواردهم . عندما تكون قيود الموارد المالية المحلية موجودة، فإن الحصول على تمويل خارجي يمكن أن يساعد في ضمان واستدامة الاستثمارات على المدى الطويل .

(3) تعميم الاستدامة في الاستثمارات والتمويل لتنمية السياحة . وفي هذا الصدد، الاستثمار والتمويل المستدام في السياحة (SIFT) تعمل الشبكة على دمج توقعات المستثمرين من القطاع الخاص، وقوة الاستدانة من التمويل ومجتمع المانحين، واحتياجات تطوير الجهات . تهدف شبكة SIFT وضع معيار طوعي مشترك لتشجيع المزيد من الاستدامة في الاستثمارات السياحية ومن قبل المستثمرين من القطاعين العام والخاص والمتعددي الأطراف؛ تكثيف تمويل مشاريع السياحة المستدامة؛ يزيد والاستثمارات المستدامة في قطاع السياحة؛ تحسين قدرة الجهات النامية؛ والإفادة من المعرفة الفريدة والوصول إلى الآخرين . وينبغي أن تتغلغل الجهود على المستوى الإقليمي والوطني للمنظمات المالية المحلية (نظيراتها)، والمساعدة في دمج المبادرات المالية العالمية المستدامة الأخرى (على سبيل المثال، UNEP FI، مبادئ خط الاستواء) لدعم اللون الأخضر من الاستثمارات في مجال السياحة.

(4) إرساء مناهج الشراكة لنشر تكاليف ومخاطر تمويل الاستثمارات للسياحة المستدامة. في حالة الشركات الصغيرة والمتوسطة، على سبيل المثال، إلى جانب الرسوم المنزلة وأسعار فائدة مواتية لمشاريع الاستدامة، الدعم العيني مثل الدعم الفني أو التسويقي أو التجاري والمساعدة الإدارية، يمكن أن تساعد في تعويض المتطلبات النقدية للشركات من خلال تقديم الخدمات لهم بتكلفة منخفضة . بالإضافة إلى القروض وضمونات القروض يمكن أن تشمل فترات سماح أكثر ملاءمة، وتخفيف المتطلبات المتعلقة بضمونات الأصول الشخصية أو تقديم فترات سداد أطول . القروض المستدامة تمكن من إقامة المشاريع السياحية بضمونات من وكالات الإغاثة والشركات الخاصة، وخفض المخاطر وأسعار الفائدة .

## الاستثمار المحلي

وكما نوقش أعلاه، فإن السياحة المستدامة تخلق المزيد من فرص المساهمة الاقتصادية المحلية من السياحة . جانب غالبا ما يتم التغاضي عنه، الروابط هي أنها توفر أيضاً فرصاً لزيادة الاستثمار في المجتمعات المحلية . بالأحرف الكبيرة وتعزيز الأعمال التجارية الرسمية في سلسلة

القيمة السياحية للفرص الاقتصادية المحلية (من خلال العمالة المحلية المساهمة والآثار المضاعفة) مع تعزيزها أيضاً القدرة التنافسية المحلية بين السياح ، تطالب بقدر أكبر المحتوى المحلي . يتم التعرف على هذا الوضع المربح للجانبين في مبادرة ST-EP التابعة لمنظمة السياحة العالمية . والجدير بالذكر أن العديد من مستهدفى الآليات في تعزيز الاستثمار وكذلك تعزيز الدخل المحلي .

وهذا يعزز عددًا أكبر وتنوعًا أكثر للرحلات في وجهة معينة ، "شراء محلي" الحركة في قطاع الأغذية والمشروبات والنمو من المنافذ المتخصصة . الجهود التي تبذلها شركات السياحة تضمن المجتمعات المحلية ضمن خلق القيمة العامة والمبادرات الخاصة لتدريب العمال المحليين ، وتطوير البنية التحتية والصناعات الداعمة ، تخلق ظروفًا جديدة لتطوير الأعمال ، وأكثر من ذلك **النمو العادل والحد من التسرب** . هذه الشركات تتطلب الاستثمار، ويمكن أن تتوقع نموًا كبيرًا في الفرص في الوجهات الناجحة .

### الظروف التمكينية لزيادة المساهمة المحلية

- 1- تعزيز سلاسل القيم السياحية لدعم استثمار الشركات الصغيرة والمتوسطة . الوجهة السياحية عادة ما تكون مستقرة و كافية لتوفير الضمانات للمستثمرين والمصرفيين . عقود طويلة الأجل للمنتجات وإنشاء خدمات للفنادق أو الشركات "الأساسية" الأخرى المناسبة ، والآليات البسيطة .
- 2- التوسع في استخدام آليات الإقراض التضامني للسماح لمجموعات الموردين المحليين بالحصول على الائتمان وبناء رأس المال . الإقراض التضامني (الضمانات المقدمة من مجموعة أقران) أثبتت نجاحها في مصايد الأسماك والزراعة والحرف اليدوية - جميع الصناعات ذات أهمية حاسمة لنجاح مستدام للوجهات السياحية .
- 3- تعزيز وصول بنك التنمية إلى الأفراد والشركات الصغيرة غير المؤهلة للحصول على الائتمان ، أو يشاركون في تقديم الخدمات العامة (مثل إدارة المناطق المحمية ، والتوجيه ، إدارة النفايات ، إنشاء البنية التحتية ، من بين أمور أخرى) .
- 4- **إنشاء صناديق أولية للسماح بصناعات خضراء جديدة للتطوير محليا** . على سبيل المثال ، مجمعات الطاقة الشمسية ويمكن استيراد الأنظمة الكهروضوئية كاملة ، أو يمكن تجميعها محليا من المستورد . وهذا الأخير يشجع الاستثمار المحلي ويعزز المساهمة الاقتصادية المحلية . إنه أيضا يسمح بتكييف التقنيات لتناسب بشكل أفضل احتياجات السياحة المحلية .