

العلاقات العامة السياحية .. الطريق نحو تحقيق التنمية السياحية المستدامة

Tourism Public Relations.. The way towards achieving sustainable tourism development

محمودي محمد بشير (*)

جامعة الشهيد محمد لخضر الوادي، (الجزائر)، mohamed.bachir32@yahoo.com

تاريخ الاستلام: 2021/09/ 27 تاريخ القبول: 2021/10/ 14 تاريخ النشر: 2022/05/ 11

إن الحديث عن العلاقات العامة السياحية يُجرنا للحديث عن السياحة المستدامة الذي يعتبرها الكثيرون مجرد أماكن أثرية ومواقع تاريخية، وماهي في حقيقة الأمر تُعد هوية المكان أو المنطقة التي تُعتبر جزءًا من ذلك البلد. لذا فالسياحة تُعد بمثابة هوية بلد أو مجتمع يهتم بحماية التراث الثقافي للمقاصد السياحية، والاستغلال الأمثل للموارد الطبيعية والسياحية والثقافية المتاحة دون استنزافها، إضافة لحماية الثقافات المحلية وخصائصها البيئية والثقافية والاجتماعية. في المقابل تعد العلاقات العامة في مجال السياحة وحدة تتكون من أجزاء وأنظمة فرعية تتداخل وتتبادل العلاقات فيما بينها وتعتمد كل منها على الآخر بشكل متكامل لتحقيق أهداف النظام السياحي الذي يشمل العديد من الأنظمة الفرعية كالخدمات، السياح، المنشآت السياحية، الاجهزة الرسمية والبيئة الخارجية.. .

الملخص

الكلمات الدالة العلاقات العامة؛ العلاقات العامة السياحية؛ التنمية؛ السياحة المستدامة.

Abstract: Talking about tourism public relations leads us to talk about sustainable tourism, which many consider to be mere archaeological places and historical sites, and what in fact is the identity of the place or region that is part of that country. Therefore, tourism is considered as the identity of a country or society concerned with protecting the cultural heritage for tourist destinations, and making optimal use of the available natural, tourism and cultural resources without depleting them, in addition to protecting local cultures and their environmental, cultural and social characteristics.

On the other hand, public relations in the field of tourism is a unit consisting of parts and sub-systems that overlap and exchange relations among themselves and depend on each other in an integrated manner to achieve the objectives of the tourism system, which includes many sub-systems such as services, tourists, tourist facilities, official agencies and the external environment...

Keywords: Public relations; tourism public relations; development; sustainable tourism

*المؤلف المرسل.

1. مُقدّمة:

تلعب العلاقات العامة السياحية دورا أساسيا في تحقيق التنمية السياحية المستدامة ، وهذا انطلاقا من الصورة الذهنية التي تركها لدى جماهيرها سواء كان ذلك على مستوى جمهورها الداخلي (السائح المحلي) أو على مستوى جمهورها الخارجي (السائح الأجنبي)، حيث تحتاج المنشآت السياحية إلى استخدام كافة فنون الاتصال من الدعاية والترويج والتنشيط المستمر للإعلان والإعلام وهو ما يمكن أن تقوم به العلاقات العامة، من هذا المنطلق سوف نبين من خلال دراستنا البحثية المكتوبة، أهمية العلاقات العامة في مجال السياحة المستدامة، والأهداف المراد تحقيقها والوصول إليها، ناهيك عن تصنيفات السياحة المستدامة من طرف العلاقات العامة والآثار الإيجابية والسلبية التي تنجم عن السياحة المستدامة للمجتمع.

2. مدخل مفاهيمي للعلاقات العامة السياحية

1.2 . مفهوم العلاقات العامة:

• التعريف اللغوي: في البداية تُبين أنّ المصطلح "Les Relations Publiques" باللغة الفرنسية و "Public Relations" باللغة الإنجليزية له إشكالية في اللغة العربية عند ترجمته الدقيقة التي تعني العلاقات العامة مع الجماهير، فكلمة (Public) أو (Publiques) لا تعني عامة (Général) ولكن "جمهور"، مما يجعل من المصطلح باللغة العربية مجالا للظن السيء بهذه المهنة ويجعلها موطنًا للظن والتفسير على نحو يجعلها "علاقات خاصة" و"غير مشروعة"⁽¹⁾.

فكلمة "العلاقات" تعني: "الرّوابط والآثار المتبادلة التي تنشأ استجابة لنشاط أو سلوك مقابل، والاستجابة شرط أساسي لتكوين علاقة اجتماعية، وفي الواقع الاجتماعي قد تكون

بين فرد وفرد أو بين الفرد وجماعة، وقد تكون هناك علاقات متبادلة بين الظواهر والنظم، وقد تكون العلاقات خارجية بين جماعات وجماعات أخرى⁽²⁾. أمّا كلمة "عامة" فيقصد بها: "الجماهير أو مجموعة الجماهير المختلفة التي يتصل عملها أو ترتبط مصالحها ونشاطها بالهيئة أو المؤسسة أو الشركة وفي معظم الأحيان يمكن القول أنّ هناك جمهور خاص لكل هيئة خدمات أو إنتاج ويتكوّن من مجموعة المتعاملين أو المستفيدين أو المهنيين بنشاط المؤسسة أو الهيئة أو الشركة"⁽³⁾.

• التعريف الإصطلاحي: وظيفة إدارية ذات طابع مخطّط تهدف المنشأة من خلالها إلى كسب تفهم وتعاطف وتأييد أولئك الذين لهم علاقة بها والمحافظة عليها عن طريق تقييم الرأي العام المتعلق بها من أجل ربط سياستها وإجراءاتها قدر الإمكان بالمصلحة العامة⁽⁴⁾.

• التعريف الإجرائي: هي عملية مستمرة تعتمد على نشاط اتصالي مخطّط يهدف إلى تنمية وإقامة علاقات ثقة ووفاء مع جماهير المنظمة سواء كان ذلك على مستوى الجمهور الداخلي (جمهور العاملين) أو مستوى الجمهور الخارجي (جمهور المتعاملين) بغية تحقيق برامج معينة - سياسة محدّدة - استراتيجية مرجوة - تعديل اتجاهات - تغيير سلوكيات .. .

2.2 مفهوم العلاقات العامة السياحية:

العلاقات العامة في مجال السياحة هي الأداة أو حلقة الاتصال التي تعمل على تقوية وتنمية العلاقات بين المهتمين أو المنتفعين بالسياحة داخل البلاد أو خارجها سواء كان ذلك بين بلدين أو أكثر وسواء كان اتجاه السياح من جهة ما أقوى أو أضعف عنه في الجهة الأخرى أو كان توازنا كما تعمل على تغذية كل طرف للطرف الآخر بالمعلومات السياحية الصحيحة، مع العمل على تنمية وتحسين واستمرار هذه العلاقات مما ينتج عنه زيادة في عدد السياح في

الاتجاهين أو أحدها وتعمل العلاقات العامة على نشر الوعي السياحي في الاتجاهين أو أحدها وتعمل العلاقات العامة على نشر الوعي السياحي وتنمية روح المعرفة بكل ما يتعلق بالسياحة⁽⁵⁾.

3.2. أسباب الاهتمام بالعلاقات العامة في مجال السياحة:

ويمكننا حصر الأسباب التي أدت إلى الاهتمام بالعلاقات العامة في مجال السياحة في مجموعة أسباب هي⁽⁶⁾:

3.2.1. تزايدت قوة ونفوذ الرأي العام في المجتمعات الديمقراطية وذلك لتزايد وعي الجمهور وتزايد الأجهزة الاتصالية وتعديدها وتنوعها بما أدى إلى اطلاع الجمهور في كل بقاع العالم لكل ما يدور ويحدث وهذه المشاهدة أثارت رغبة الكثيرين في التعرف عن قرب لكثير من البلاد والمواقع مما نشط الأسفار والرحلات.

3.2.2. كبر حجم المنظمات أدى إلى تضخم عدد الأفراد العاملين في هذه المنظمات والأجهزة بحيث أصبحت القوى العاملة تمثل جمهورا يستحق العناية به، والاهتمام بشؤونها لما يتمتع به من قوة ونفوذ وهو الجمهور الداخلي الذي تحرص العلاقات العامة على كسب رضاه وتأيينه.

3.2.3. تزايد التنافس بين المنظمات السياحية وبعضها البعض وبدأ سياسة الاندماج الأفقي والرأسي فيما بين المنظمات السياحية الكبرى والفنادق والشركات ترتب عليه أهمية وضرورة الحرص على خلق الصورة والانطباع الذهني الطيب لدى جماهير العملاء والسائحين والزوار وغيرهم لزيادة نسبة السياحة وتدعيمها.

4.3.2. حرص المنظمات العالمية على ضبط وتنظيم السياحة العالمية بما يفيد مبدأ تحقيق المسؤولية الاجتماعية تجاه المنظمات والشركات السياحية وتجاه الجمهور وتحقيق التفاعل والتفاهم الاجتماعي في محاولة لضمانة المتعاملين على حسن الأداء ودقته.

5.3.2. التعامل مع الجماعات المختلفة والمهتمة بحقوق أعضائها والجماعات المهتمة بصناعة السياحة والمعنيين بها والموجودة في كثير من المجتمعات بضرورة الحصول على تأييدها ودعمها. مع وجود الاتحادات والتقابات... والجمعيات التي تمثل المجتمع المدني وترعي حقوق المسافرين.

3. مبادئ العلاقات العامة:

تستند العلاقات العامة إلى مجموعة من المبادئ وهي:

ل العلاقات العامة تبدأ من داخل المؤسسة: حيث لا يمكن أن نتصور مؤسسة تسعى إلى كسب الجمهور الخارجي وتُحمل الجمهور الداخلي، لأنّ الاهتمام بهذا الأخير وكسب ثقته ورضاه هو أول خطوة لنجاح أي مؤسسة، لأنّ العاملين بأي مؤسسة هم بمثابة مرآة عاكسة لصورة مؤسستهم، فهم ينقلون عنها الإنطباع الحسن للجماهير الخارجية، وذلك من خلال حديثهم عنها، أما إذا أهملت المؤسسة جمهورها الداخلي فإنّ هذا الأخير سيسخط عليها وينقل عنها صورة سيئة⁽⁷⁾.

لإن العلاقات العامة هي وظيفة إدارية مستمرة ومخططة تحتاج إلى ممارسة العملية الإدارية كالتهيئة والبحث العلمي والتنظيم والتنسيق شأنها شأن وظائف المؤسسة الأخرى⁽⁸⁾.

✓ كسب ثقة الجماهير: إنّ هدف العلاقات العامة لأي مؤسسة هو كسب ثقة الجماهير، وذلك من اجل تحقيق أهدافها وعليه يجب على أفراد المؤسسة أن يتدربوا حتى يتمكنوا من القيام بواجبهم لكسب هذه الثقة وذلك بحسن أدائهم لعملهم واحترامهم لجماهيرها⁽⁹⁾.

✓ استخدام أسلوب البحث العلمي: " يتعيّن على العلاقات العامة إتباع الأسلوب العلمي في جميع تصرفاتها أمام الأعمال الموكلة لجمهور العاملين...⁽¹⁰⁾

✓ تحتفظ العلاقات العامة بخصوصية كل عامل من جمهور العاملين داخل المؤسسة من خلال الإحتفاظ بأسرار جمهورها السابق والحالي.

4. المبادئ الأساسية للتنمية السياحية المستدامة:

تلي السياحة المستدامة احتياجات السائحين بشكل كامل ومرضي، كما أنّها تحافظ على المناطق السياحية والتراثية للأجيال القادمة، وزيادة فرض العمل لسكان المجتمعات المحليّة وللتنمية السياحية المستدامة عدد من المبادئ والمنافع منها مايلي⁽¹¹⁾:

◆ حماية البيئة وزيادة الاهتمام بالموارد الطبيعيّة والتراث الثقافي للمقاصد السياحية، وزيادة فرص الاستثمار وخلق فرص عمل في القطاع السياحي بشكل مباشر، وفرص عمل بشكل غير مباشر في جميع القطاعات المرتبطة بالنشاط السياحي.

◆ زيادة إيرادات الدّول من خلال فرض الضرائب على الأنشطة السياحية المختلفة، وتطوير البنية التحتيّة والخدمات المقدّمة للسائحين في المقاصد السياحية المضيفة للسائحين.

◆ توفير العديد من التسهيلات الترفيهية للسائح، وإتاحتها كذلك للسكان المحليين، وزيادة الوعي البيئي لدى السائحين والعاملين في القطاع السياحي وكذلك لدى المواطنين المحليين.

◆ الاهتمام بدراسة الآثار المختلفة للسياحة سواء كانت بيئية، إقتصادية، إجتماعية وثقافية داخل المقصد السياحي، والاستخدام الأمثل والفعال للأراضي بما يتناسب مع ظروف البيئة المحيطة.

◆ تحديد الطاقات الاستيعابية للمواقع السياحية، لتجنب الأضرار بهذه المواقع والضغط على المرافق والبنية التحتية، والتبادل الثقافي والاجتماعي بين السائحين وسكان المجتمعات المحلية.

◆ حماية الثقافات المحلية وخصائصها البيئية والثقافية والاجتماعية (التراث، العادات، الظواهر الاجتماعية والاقتصادية، المستوى الحضاري والثقافي)، إضافة إلى الإستغلال الأمثل للموارد الطبيعية والسياحية والثقافية المتاحة دون استنزافها.

5. خصائص السياحة المستدامة:

انطلاقا من التعريف السابقة يمكن تلخيص خصائص السياحة المستدامة لأي بلد في النقاط الآتية⁽¹²⁾:

أ- أهما من أهم القطاعات الخدمية التي أصبحت تشكل مصدرا رئيسيا للدخل الوطني في الإقتصاديات الحديثة، لأنها تمثل منظومة متكاملة من الأنشطة المختلفة.

ب- نطاق المنافسة التي يتحرك فيه قطاع السياحة يمتد إلى خارج النطاق الإقليمي للدولة الواحدة، لهذا فهو أيضا يتأثر بالتغيرات التي تطرأ على البيئة العالمية.

ج- مقومات العرض السياحي تتميز بالندرة الشديدة والحساسية الشديدة للتغيرات التي تطرأ على قطاعات النشاط الإنساني الأخرى في المجتمع، سواء تعلق الأمر بالهبات الطبيعية التي تتمتع بها الدولة، الموروثات الحضارية القديمة أو الحديثة أو بالمكتسبات الحديثة المعاصرة من بناءات أساسية وخدمات تكميلية.

6. تصنيفات السياحة المستدامة:

يمكن تصنيف السياحة المستدامة وفق لخمس عناصر أساسية:

1.6 السياحة الصحية أو العلاجية: تكمن هذه السياحة على مستوى المركبات المعدية التي تزخر بها بلادنا شرقا وغربا، ومن خلال منابعها المتوفرة على مستوى المنتجعات الصحية، وهذا بهدف التداوي والعلاج من امراض الظهر، العظام، الروماتيزم.. .

2.6 السياحة الدينية: يكون هذا النوع من السياحة على مستوى الزوايا والمساجد التاريخية منذ الاستعمار وقبله، إضافة إلى الكنائس التي أنشأت من قبل المستعمر من خلال فتحها وجعلها كمتاحف يستقبل فيها الزوار والسياح الأجانب بهدف تنشيط السياحة المحلية.

3.6 السياحة البيئية: من خلال زيارة السياح الأجانب وحتى المحليين المحميات النباتية والحيوانية المتوفرة في أي بلد، حيث تزخر بلادنا بعدد من المحميات التي صنفت عالميا كمحمية بيئية، وهذا بهدف إجراء بحوث ودراسات عمل عليها والإطلاع على الأسرار البيئية التي تحويها.

4.6 السياحة الثقافية: يكمن هذا النوع من السياحة في زيارة الأماكن والمعالم الحضارية والتاريخية، فلكل بلد آثاره ومعامله، ففي الجزائر مثلا العديد من المعالم والمناطق الأثرية كمنطقة تيمقاد الأثرية والأهرامات

5.6 سياحة المعارض والمؤتمرات: يكمن هذا النوع من السياحة في إقامة المعارض والمؤتمرات الدولية بهدف إستقطاب واجتذاب السياح الأجانب لزيارة بلدهم من خلال معارض الكتب والمعارض التجارية ومعارض الفنون التشكيلية ومعارض الصور.. إضافة إلى إقامة المؤتمرات الدولية في مجال الصحة والبحث العلمي وإستدعاء المشاهير كل في مجاله.

7. أهمية العلاقات العامة في مجال السياحة المستدامة:

لقد أصبحت السياحة من أهم الظواهر المميزة لعصرنا الحالي نظرا لما تتمتع به من اهمية في جوانب عديدة وتبرز هذه الأهمية في⁽¹³⁾:

أ- الأهمية البيئية والعمرانية: تمكن السياحة من تحقيق استغلال أمثل للموارد الطبيعية وتدفع للمحافظة عليها وعدم إساءة استخدامها، على اعتبار أنها ثروة وطنية، كذلك تدفع النشاطات السياحية على تنظيم وتخطيط وتحديث استخدامات الأرض بالشكل يحقق أقصى منفعة مع الاهتمام بالبيئة وبالبعد الاجتماعي للمعطيات سواء كانت طبيعية أو من صنع الإنسان وتبرز هذه الأهمية خاصة من خلال:

- المحافظة على المعطيات العمرانية: حيث تساعد السياحة في تبرير تكاليف عمليات الحفاظ على المواقع الطبيعية الهامة كتطوير العمليات الطبيعية وإنشاء الحدائق الوطنية والإقليمية والبنائيات ذات الطابع الجمالي وذلك لكونها عناصر جذب للسياح.
- تحسين نوعية البيئة: توفر السياحة الحوافر لتنظيف البيئة من خلال مراقبة الهواء، الماء، التلوث، الضجيج، معالجة النفايات، كما تساهم السياحة في تحسين الصورة الجمالية للبيئة ومن خلال برامج تنسيق المواقع والتصاميم الإنشائية المناسبة واستخدام اللوحات التوجيهية وصيانة المباني.

ب- الأهمية الاقتصادية للسياحة: تمثل السياحة قطاعا اقتصاديا رئيسيا لضخ العملات الصعبة، وجذب الإستثمارات الأجنبية، كما يوفر أعداد لا يستهان بها من فرص العمل، وتمكن من تحقيق استغلال أمثل للموارد الطبيعية والبشرية والحضارية والتاريخية المتاحة لخدمة الإقتصاد والمجتمع ومن أهم الآثار الاقتصادية للسياحة نجد:

- توفير العملة الصعبة: تعمل السياحة من خلال عائداتها على توفير العملات الصعبة التي ينجم عنها تحسين مستوى المعيشة ونوعية الحياة للمجتمع المدني ودعم للتنمية الشاملة على

المستوى الوطني والمحلي، حيث أنه في مطلع 2013 فإنّ المداخل السياحية بالعملة الصعبة قاربت 6.4 مليار دولار أمريكي.

• تحقيق التّكامل الرأسي والأفقي بين القطاعات الإقتصادية: إنّ التوسع في إنشاء المشاريع السياحية يرتبط به ظهور مشاريع أخرى جديدة، تمارس نشاطات اقتصادية معينة يزداد عليه الطلب نتيجة نشاط الحركة السياحية وزيادة الطلب السياحي، حيث يعمل على تطوير وتنشيط قطاع السياحة على إيجاد أنواع متعددة ومختلفة من العلاقات بين القطاعات الاقتصادية الأخرى الكثيرة والمتنوعة والتي ينجم عنها تحقيق عدة منافع اقتصادية مباشرة وغير مباشرة.

• تحسين وضعية ميزان المدفوعات: تعمل السياحة كصناعة تصديرية على تحسين ميزان المدفوعات بالنسبة للدول المستقبلية للسياحة، من خلال ماتضخه من عائدات سواء على شكل استثمارات أو ضرائب أو رسوم، وذلك لأنّ ميزان المدفوعات يعتبر قيدا مزدوجا ينظم كافة المعاملات بين دولة ما وسائر العالم، والسياحة جزء من هذه المعاملات، وهو يتكون من ميزان المعاملات التجارية وحركة رأس المال. فالدخل السياحي يؤثر على القيمة الصافية للميزان السياحي الذي يؤثر بدوره على النتيجة الصافية للميزان التجاري وهذا الأخير له أثر على ميزان المدفوعات.

- الأهمية الاجتماعية والثقافية: تبرز السياحة عمليات المحافظة على التوازن الثقافي في المواقع السياحية من خلال المحافظة على عناصر الجذب السياحي من حيث:

- المحافظة على الموروث التاريخي والثقافي والأنماط المعمارية والمعاصرة المُميّزة.
- احياء الفنون والمناسبات التقليدية والصناعات التقليدية وبعض مظاهر الحياة المحلية.
- تساعد العائدات السياحية مختلف المتاحف والمرافق الثقافية المختلفة مثل المسارح، وكذا تنظيم المهرجانات والمناسبات الثقافية كونها عناصر جذب للسياحة الداخلية والخارجية.

• دعم التبادل الثقافي بين المجتمعات (السياح والسكان).

بالإضافة إلى أنه من خلال السياحة يمكن تعلم ثقافة مختلف المناطق وبالتالي يزداد التفاهم المشترك والاحترام وتلاقي القيم والعادات قبولا من الجانبين، وتخلق روح الوحدة بين المجتمعات وتقريب المسافات الثقافية بينهم، إضافة إلى أن السياحة تمكن من معرفة ماضي الشعوب وتاريخها وحماية التراث التاريخي والحضاري للشعوب مما يزيد من حركة الاتصال والتوطين فيما بينها، مما قد يؤدي لتطوير السياحة المحلية في الكثير من الدول.

8. أهداف العلاقات العامة في مجال السياحة:

بناء مما سبق يمكن تلخيص أهداف العلاقات العامة في مجال السياحة المستدامة لأي

بلد في النقاط الآتية:

✓ خلق فرص استثمار متنوعة بتنوع النشاط السياحي، وبالتالي توفير مناصب عمل جديدة للسباب وخريجي الجامعة وتنوع الإقتصاد.

✓ الرفع من مداخيل الدولة في مجال العملة الصعبة من خلال فرض الضرائب والرسوم على مختلف النشاطات الساحية.

✓ كسب ثقة الجماهير من السياح المحليين والاجانب وذلك بحسن أدائهم لعملهم واحترامهم من خلال تلبية جل الإحتياجات الأساسية والكمالية للسائح والإرتقاء بالمستوى المعيشي.

✓ تنمية وترقية الوعي البيئي بالقضايا البيئية لدى السياح والعاملين والمجتمع المحلي، للمساهمة الهامة التي يمكن للسياحة تقديمها للبيئة والاقتصاد.

9. التنمية المستدامة وعلاقتها بالسياحة:

لقد أصدرت اللجنة العالمية المعنية بالبيئة والتنمية عام 1987 برئاسة رئيسة وزراء النرويج

آنذاك gro harlem brundtland تقريراً بعنوان: Our Common Future والذي يعني

مستقبلنا المشترك وتعرف هذه الوثيقة أيضا بـ brundtland report وتشير إلى أنّ إنشاء مؤسسات بيئية موجودة بشكل منفصل غير كافين لأنّ القضايا البيئية جزء لا يتجزأ من جميع سياسات التنمية وهي ضرورية للإعتبارات الاقتصادية والسياسات القطاعية وينبغي دمجها كجزء من قرارات الطاقة والقضايا الاجتماعية والجوانب الأخرى للعمل الإنمائي⁽¹⁴⁾.

أ. إقتصاديا: بالنسبة للدول المتقدمة في الشمال فإنّ التنمية المستدامة تعني إجراء خفض عميق ومتواصل في استهلاك هذه الدول من الطاقة والموارد الطبيعية، وإجراء تحولات جذرية في الأنماط الحياتية السائدة، أما بالنسبة للدول الفقيرة فالتنمية المستدامة تعني توظيف الموارد من أجل رفع مستوى المعيشة للسكان الأكثر فقرا في الجنوب.

ب. على الصعيد الإنساني والاجتماعي: تسعى التنمية المستدامة إلى الإستقرار في النمو السكاني، ووقف تدفق السكان عن المدن، وذلك من خلال تطوير مستوى الخدمات الصحية والتعليمية في الأرياف، وتحقيق أكبر من المشاركة الشعبية في التخطيط للتنمية.

ج. على الصعيد البيئي: تعني التنمية المستدامة الإستغلال الأمثل للأراضي الزراعية، والموارد المائية في العالم، مما يؤدي إلى مضاعفة المساحات الخضراء على مستوى الكرة الأرضية.

د. على الصعيد التقني والإداري: التنمية المستدامة هي التي تنقل المجتمع إلى عصر الصناعات والتقنيات النظيفة التي تستخدم أقل قدر ممكن من الموارد والطاقة، وتنتج الحد الأدنى من الغازات والملوثات التي تؤدي إلى رفع درجة حرارة سطح الأرض والتي تضر بطبقة الأوزون⁽¹⁵⁾.

10. آثار السياحة على التنمية المستدامة:

العلاقة الوثيقة والمباشرة بين السياحة والتنمية المستدامة، تخلق وضع حساس حيث يمكن أن تكون السياحة مضرّة للغاية ولكن أيضا إيجابية للغاية بالنسبة للتنمية المستدامة⁽¹⁶⁾:

* الآثار الإيجابية:

- تلعب السياحة دورا هاما وأساسيا في تكوين الناتج المحلي الإجمالي نتيجة لما تحققه من إيرادات سياحية وبالخصوص الدول التي تتميز بكونها بلد سياحي.
- القطاع السياحي كثيف التشابك ويرتبط مع العديد من القطاعات الأخرى، وهذا ما يعني إمكانية على توليد فرص العمل بحيث تفوق حدود القطاع السياحي وتمتد لتصل القطاعات الأخرى التي تجهزه بالمسلتزمات، وفي هذا الصدد وفر القطاع السياحي أكثر من 100 مليون وظيفة بشكل مباشر في سنة 2016، وعند أخذ التأثير غير المباشر هذا الرقم إلى 300 مليون وظيفة.
- وخلق فرص العمل ضروري للحد من الفقر، حيث يوفر قطاع السياحة فرص العمل والوظائف للعمال ذوي المهارات المحدودة لاسيما الفقراء منهم والإناث والشباب، وبالتالي تمثل السياحة ملاذا لهم من البطالة والفقر.
- تعد السياحة مصدرا رئيسيا لإيرادات النقد الأجنبي للحكومات، على سبيل المثال سيحتاج السياح الدوليون القادمون على شراء عملة البلد المضيف بغرض الإنفاق، وسيؤدي ذلك إلى زيادة الإيرادات العملة الأجنبية للبلد المضيف وإلى خلق الطلب على العملة المحلية به مما يؤدي إلى ارتفاع سعر الصرف عملة البلد المضيف. ووفقا لإحصائيات المنظمة السياحة العالمية، بلغت إيرادات النقد الأجنبي من السياحة الدولية 476 مليار دولار في عام 2000 وولدت قيمة اعلى من صادرات النفط والسيارات.
- إضافة قيمة اقتصادية ملموسة للموارد الطبيعية والثقافية، يمكن أن تترجم بدخول مباشرة (نفقات الزائرين)، تستخدم في زيادة الدعم لأجل صيانتها من قبل المجتمعات المحلية.

- تساعد السياحة على تحقيق التقارب والتفاهم بين شعوب العالم، مما يؤدي إلى تكوين رأي عام دولي للسلام والأمن الدوليين، كما تساهم في التقارب الحضاري والثقافي والرياضي بين شعوب العالم.

* الآثار السلبية:

وعلى العكس مما سبق يمكن للسياحة:

- أن تضع ضغط مباشر على النظم الإيكولوجية الهشة، مما يتسبب في تدهور البيئة المادية وتعطل للحياة البرية.

- أن تمارس ضغوطات كبيرة على المجتمعات المضيفة، وتؤدي إلى تفكك المجتمعات التقليدية.

- أن تكون مساهما كبيرا في التلوث المحلي والعالمي.

- أن تؤدي إلى التنافس على استخدام الموارد الشحيحة، ولا سيما الأراضي والمياه.

- أن تكون مصدر ضعيف وغير مستقر للدخل، كما أنها غالبا ماتكون حساسة جدا للتغيرات الفعلية أو المتوقعة للظروف البيئية والاجتماعية للوجهات السياحية.

الخاتمة:

نستخلص مما سبق أن صناعة السياحة المستدامة في أي بلد من بلدان العالم التي تسعى إلى ترقية وتطوير قطاعها السياحي بمختلف اشكالها وتصنيفاتها، وعلى اختلاف أنظمتها السياسية القائمة بها ، وجب ربطها بالعلاقات العامة السياحية لما تحويه من مبادئ وأهداف ووظائف (نفسية اجتماعية-إدارية تنظيمية- اتصالية إعلامية- بحثية) تجعلها في ريادة الدول التي تعمل على اجتذاب واستقطاب الحركة السياحية الإقليمية والدولية، حيث تمثل العلاقات العامة السياحية ركيزة أساسية واعدة لصناعة التنمية السياحية المستدامة في مختلف المجتمعات لما لها من تعاضم في إسهام القطاع السياحي في الناتج المحلي الإجمالي.

قائمة المراجع:

- 1- عصام الدين، فرج: إدارة العلاقات العامة، دار النهضة العربية، مصر، ط2، 2010، ص:05.
- 2- منير، محمد حجاب:الاتصال الفعال للعلاقات العامة، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 2007 ص:168.
- 3- حسن، منصور سمير: منهاج العلاقات العامة المنظور الخدمة الاجتماعية، دار المعرفة الاجتماعية، الإسكندرية، 2005، ص:13.
- 4- عليان، الطوباسي:الاتصال والعلاقات العامة. دار صفاء للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2005، ص:232.
- 5- فؤادة، عبد المنعم البكري: العلاقات العامة في المنشآت السياحية، القاهرة، عالم الكتب، 2004، ط1، ص26.
- 6- المرجع نفسه، ص 24.
- 7- المرجع نفسه، ص 62.
- 8- ربحي مصطفى عليان، عدنان محمود الطوباسي: مرجع سبق ذكره، ص 232.
- 9- محمد، مصطفى أحمد: الخدمة الاجتماعية في مجال العلاقات العامة، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، 2003، ص48.
- 10- عمر، الهمشري: الإدارة الحديثة للمكتبات ومراكز المعلومات، مؤسسة رؤى، عمان، 2001، ص 319.
- 11- منير، طي: قضايا في الاعلام المعاصر، دار سوهام للنشر والتوزيع، الجزائر، ط1، 2020، ص40.
- 12- نوال، هاني: تنافسية القطاع السياحي، مجلة الباحث، جامعة ورقلة، العدد 13، 2013، ص74.
- 13- مصطفى كافي يوسف، وآخرون: الإقتصاد السياحي، الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، د ط، 2017، ص ص 61.62
- 14- Petter p, r; Kazi f.j & John a,B. Antroduction to sustainable development. Unit kingdom, Earthscan. 2008, p 09.

عنوان المقال: العلاقات العامة السياحية.. الطريق نحو التنمية السياحية المستدامة

- 15- عبد القادر، أرفيس. السياحة المستدامة سبيل للتنمية المستدامة "قراءة في تجارب بعض الدول" مجلة الدّراسات الاقتصادية المعاصرة، المجلد05، العدد 02، 2020 ن ص 60.
- 16- مُجّد ساحل، عبد الحق بن نفات: إبراز العلاقة بين السياحة والتنمية المستدامة مع محاولة نمذجة البعد الاقتصادي للسياحة المستدامة في الجزائر للفترة (1995-2016). مجلة دراسات وأبحاث. العدد30، 2018، ص ص 138-139.