



نیاز به بازاندیشی و تحول در گردشگری



♦ دکتر فرزانه حقیقت قهفرخی
دکتری مدیریت گردشگری و مدرس دانشگاه

صنعت گردشگری از ابتدای هزاره جدید در سراسر جهان با بحران‌های زیادی مواجه بوده که پایداری آن را به خطر انداخته است. مسائلی همچون بیماری سارس، رکود اقتصادی، تروریسم، بلایای طبیعی و اخیراً همه‌گیری ویروس کرونا از جمله این موارد هستند. هر بحرانی آسیب‌های چشمگیری به اقتصاد، جامعه، محیط‌زیست و زندگی وارد می‌نماید. همه‌گیری بیماری کووید ۱۹ با بیش از ۱۸۰ میلیون بیمار و ۴ میلیون مرگ در بیش از ۲۰۰ کشور در سراسر جهان گسترش یافت. در این رهگذر، صنعت گردشگری یکی از بخش‌هایی است که به شدت تحت تأثیر همه‌گیری بیماری کرونا قرار گرفت. درآمدهای گردشگری در سراسر جهان در سال‌های ۲۰۲۰ و ۲۰۲۱ بیش از ۴ تریلیون دلار کاهش یافت و نرخ بیکاری بین ۵.۵ تا ۱۵ درصد افزایش یافت. از آنجا که گردشگری نقش مهمی در تأمین ثبات اقتصادی کشورها ایفا می‌کند، تأثیر کووید ۱۹ بر صنعت گردشگری اثرات زنجیره‌ای در سایر بخش‌ها همچون حمل‌ونقل، تولید، غذا و نوشیدنی را به همراه داشت.

در این بین کشورهایی که بخش اعظمی از اقتصاد آن‌ها متکی بر صنعت گردشگری بود آسیب بیشتری دیدند. هر اندازه درصد درآمدهای گردشگری نسبت به تولید ناخالص داخلی بیشتر باشد، خطر آسیب‌پذیری اقتصاد کشور از یک بحران بیشتر می‌شود؛ به‌عنوان مثال تایلند یکی از کشورهایی است که اقتصاد آن متکی بر درآمد گردشگری است و حدود ۱۸،۲۱ درصد از تولید ناخالص داخلی (GDP) آن در سال ۲۰۱۹ از صنعت گردشگری بوده است. این در حالی است که در سال ۲۰۲۰، بسیاری از مشاغل گردشگری در تایلند تعطیل شدند. از این‌رو نیاز به بررسی و بازاندیشی در چگونگی فعالیت صنعت گردشگری پس از این بحران از اهمیت زیادی برخوردار است. در این مقاله به بررسی راهکارهایی که پژوهشگران و سازمان جهانی گردشگری در بازیابی صنعت گردشگری بیان می‌کنند می‌پردازیم.

پژوهشگران معتقدند همه‌گیری بوجود آمده توسط بیماری کرونا، صنعت گردشگری و محیطی را که در آن فعالیت می‌کند، تغییر خواهد داد. این بحران جهانی می‌تواند فرصتی برای شناسایی احتمالات جدید و پذیرش تغییراتی در مدل‌های کسب‌وکار گردشگری به سمت اصول پایدار باشد. یکی از تأثیرات حیاتی که همه‌گیری کووید ۱۹ بر گردشگری داشت، تسریع دیجیتالی شدن فرآیندها در صنعت گردشگری بود. از دیگر اثرات آن می‌توان به کاهش انتشار گازهای گلخانه‌ای که ناشی از کاهش سفر بود اشاره کرد. این تغییرات می‌تواند فرصتی برای بازنگری در مدل‌های گردشگری پایدار باشد.

اگرچه همه‌گیری کووید ۱۹ تمامی بخش‌های گردشگری را برای چندین ماه متوقف کرد، اما از سرگیری کامل آن پس از پایان همه‌گیری، مانند دوره قبل از همه‌گیری نخواهد بود. به عبارتی وقفه موقت به گردشگری فرصتی بی‌سابقه برای توسعه با رعایت اصول پایداری از طریق مبارزه با گردشگری انبوه که اثرات بسیار نامطلوبی مانند تخریب محیط‌زیست، بهره‌برداری اقتصادی یا افزایش جمعیت ایجاد می‌کند، ارائه می‌دهد.

بسیاری از محققین بر این باورند که درس‌های آموخته شده از بحران می‌تواند گردشگری را در جایگاه پایدارتری قرار دهد و موضوعاتی همچون گردشگری انبوه، تغییرات آب و هوایی و رویکرد سیستمی به مدل‌های توسعه که صنعت گردشگری مبتنی بر آن‌ها است، بیشتر مورد توجه قرار گیرد. اگرچه برخی متخصصین نیز معتقدند زمانی که اکثر محدودیت‌ها برداشته شوند، شرکت‌های گردشگری برنامه بازیابی قابل‌توجهی را آغاز می‌کنند و کمتر نگران مسائل اجتماعی و زیست‌محیطی هستند؛ زیرا مسائل اقتصادی بقای آنان را تضمین می‌کند. همچنین شرکت‌های کوچک گردشگری که معمولاً مستعد اقداماتی در راستای پایداری هستند، بدون مشوق‌های دولتی،

توان حمایت از تغییر مدل‌های کسب‌وکار با رویکردی پایدارتر را نخواهند داشت.

اگرچه چندین دیدگاه نیز نسبت به ناپایداری صنعت گردشگری به دلیل فقدان یک چشم‌انداز بلندمدت که اهداف اجتماعی و زیست‌محیطی را در نظر می‌گیرد، هشدار می‌دهند و افزایش خطرات مکرر تغییرات آب و هوایی و مشکلات بهداشت جهانی را بیان می‌کنند، اما در شرایط فعلی که این بخش نیاز به بازیابی دارد، تغییرات ساختاری اساسی برای بخش گردشگری بر اساس مدل‌های توسعه پایدار، بیشتر مورد نیاز است. پایداری این صنعت همچنین می‌تواند تاب‌آوری آن را در مواجهه با بحران‌های بزرگی مانند همه‌گیری ناشی از کووید ۱۹ تضمین کند.

همه‌گیری بیماری کرونا باعث آسیب‌پذیری مشاغل در گردشگری، بویژه در کشورهای کوچک و کم‌درآمد گردید. از نقطه‌نظر تغییرات جهانی، همه‌گیری این بیماری جهانی درس‌هایی برای صنعت گردشگری، سیاستمداران و محققان به همراه داشت، اما در عین حال راه را برای فرصت‌های جدید هموار کرد. چالش پیش روی گردشگری تبدیل بحران به فرصتی برای تسریع تحول پایدار گردشگری است.

همان‌گونه که پیش‌تر بیان شد، حتی پس از اعلام پایان همه‌گیری ناشی از کووید ۱۹، جهان به خود اجازه بازگشت به سطوح و الگوهای گردشگری قبلی را نمی‌دهد. علیرغم ابهاماتی که این بحران بهداشتی و اقتصادی در صنعت گردشگری ایجاد کرد، یکی دیگر از مسیرهای بازیابی آن، تثبیت فعالیت‌های مربوط به گردشگری داخلی است.

در حالی که کووید ۱۹ اثرات منفی بر صنعت گردشگری بر جای گذاشت، اثرات مثبتی بر محیط‌زیست همچون بهبود کیفیت هوا در شهرهای سراسر جهان (به دلیل کاهش ترافیک و تعطیلی صنایع سنگین)، احیای گونه‌های گیاهی و جانوری و فعالیت بیشتر حیات وحش به همراه داشت و به‌طور کلی منجر به احیای منابع طبیعی گردید. با این حال، استراتژی‌های مربوط به مدیریت منابع ملی پس از کووید ۱۹ هنوز در حال بررسی است.

از دیگر راهکارهایی که به‌منظور کاهش اثرات این بحران در کوتاه‌مدت و بلندمدت بیان می‌گردد ارائه چارچوب مبتنی بر تاب‌آوری برای مدیریت اثرات کووید-۱۹ با مدنظر قراردادن ذینفعان مختلف (واحدهای دولتی، جوامع محلی، گردشگران و مشاغل گردشگری) در راستای انجام اقدامات بازیابی است. برخی پژوهش‌ها نیز به مفهوم تغییر و تحول سازمان در راستای بازیابی پایدار صنعت گردشگری اشاره می‌کنند. این پژوهش‌ها معتقدند اگرچه پایداری از مباحث مورد توجه در مدیریت مشکلات ناشی از کرونا است و از زمینه‌های مورد توجه

کشورهایی که
بخش اعظمی
از اقتصاد آن‌ها
متکی بر صنعت
گردشگری بود
آسیب بیشتری
دیدند. هر اندازه
درصد درآمدهای
گردشگری نسبت
به تولید ناخالص
داخلی بیشتر
باشد، خطر
آسیب‌پذیری
اقتصاد کشور
از یک بحران
بیشتر می‌شود؛
به‌عنوان مثال
تایلند یکی از
کشورهایی است
که اقتصاد آن
متکی بر درآمد
گردشگری است
و حدود ۱۸،۲۱
درصد از تولید
ناخالص داخلی
(GDP) آن در
سال ۲۰۱۹ از
صنعت گردشگری
بوده است. این
در حالی است
که در سال
۲۰۲۰، بسیاری
از مشاغل
گردشگری در
تایلند تعطیل
شدند.

همچنین این سازمان با درک نقش حیاتی رسانه‌ها در ترویج گردشگری پایدار و شروع مجدد سفر به شیوه‌ای ایمن، مشارکت‌های استراتژیکی را با رسانه‌های بین‌المللی و تأثیرگذار و باهدف افزایش آگاهی عمومی در مورد ارتباط بیشتر اقتصادی، توسعه اجتماعی و فرهنگی این بخش در پیش گرفت؛ به‌عنوان مثال کمپین #Restart_Tourism از نفوذ و اعتبار شبکه‌های بین‌المللی با صدها میلیون بیننده، استفاده و سازمان جهانی گردشگری را به‌عنوان صدای جهانی این بخش معرفی کرد.

از آنجاکه سازمان جهانی گردشگری بر اهمیت حفاظت از معیشت و کسب‌وکارهای کوچک تأکید دارد، تلاش کرد تا با نگاه به آینده و استفاده از فرصت‌های موجود و با ارائه برنامه‌های آموزشی لازم، افراد بیشتری از این صنعت بهره ببرند. در این راستا آموزش و پژوهش را در اولویت قرار داد. این صنعت به افرادی با مهارت و تجربه نیاز دارد تا نیازهای بازار فعلی و آتی را برآورده کنند و در نهایت، رقابت‌پذیری و پایداری مقاصد گردشگری را افزایش دهند. وقفه ایجاد شده به‌واسطه کرونا فرصتی را فراهم کرد تا این سازمان دوره‌هایی در زمینه‌های مختلف مدیریت گردشگری و مهمان‌نوازی با همکاری دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزشی مختلف در سراسر جهان به شکل آنلاین برگزار نماید.

در همین حال، سازمان جهانی گردشگری با همکاری شرکت گوگل، یک برنامه شتاب آنلاین برای وزرای گردشگری کشورهای عضو این سازمان، انجمن‌های برتر مسافرتی و گروه‌های گردشگری برگزار نمود. اولین جلسات به میزبانی کشورهای مصر، عربستان سعودی و امارات متحده عربی برگزار شد. در این جلسات آموزش‌های طراحی شده‌ای جهت کمک به مقاصد برای جذب بازدیدکنندگان و مدیریت بهتر بخش‌های گردشگری خود و همچنین بهره‌مندی از بینش بهتر در جمع‌آوری داده‌ها و تجزیه و تحلیل آن‌ها ارائه گردید. این برنامه فرصتی جهت به اشتراک گذاشتن دانش و ابزار به‌صورت تعاملی و تقویت و توسعه ظرفیت‌ها و شایستگی‌های متخصصان گردشگری در حوزه‌های خود بود.

همچنین این سازمان در راستای حمایت از مشاغل، پلتفرم نوآورانه، کارخانه مشاغل را راه‌اندازی کرد که توسط شبکه جهانی مهمان‌نوازی، پشتیبانی می‌گردد. این پلت فرم برای ارتباط افراد مستعد با کارفرمایان گردشگری طراحی شده است و به کسب‌وکارها و سازمان‌های گردشگری کمک می‌کند تا بهترین نیروها را پیدا و جذب کنند.

تمامی این اقدامات در راستای بازبازی و تحول در صنعت گردشگری که همه‌گیری کرونا منجر به تعطیلی بسیاری از بخش‌های آن گردید، صورت گرفته است. ♦♦



در مدیریت بحران است، اما بهبود یک کسب‌وکار گردشگری از دیدگاه بقای آن کسب‌وکار و چگونگی وضعیت مالی آن نیز باید موردتوجه قرار گیرد.

با توجه به اهمیت این موضوع، سازمان جهانی گردشگری شعار «تفکری دوباره برای گردشگری» را به‌عنوان شعار روز جهانی گردشگری در سال ۲۰۲۲ انتخاب کرد و اقدامات تأثیرگذاری در این راستا انجام داد. با ایجاد این بحران، تلاش‌های سازمان جهانی گردشگری بر روی اولویت‌های زیر متمرکز گردید:

۱. ایجاد یک مکانیسم هماهنگ جامع و مرتبط که درک مؤثری از بحران ارائه دهد و اجرای برنامه‌های عملیاتی مؤثر را تضمین کند. این سازمان توجه خود را بر حمایت از تلاش‌های جهانی در مهار گسترش همه‌گیری کرونا و همچنین حمایت از میلیون‌ها معیشت وابسته به گردشگری متمرکز ساخت.

۲. ارائه راهنمایی‌های لازم به کشورها در راستای انجام اقدامات درست جهت حفظ مشاغل و کاهش تأثیر فوری بحران. این سازمان مجموعه‌ای از ۲۳ توصیه عملی ارائه کرد و خواستار حمایت مالی و سیاسی و اجرای مشوق‌های لازم برای اقدامات بازبازی باهدف قرار دادن بخش گردشگری شد.

۳. ارائه داده‌ها و اطلاعات قابل‌اعتماد و به‌روز برای ارزیابی تأثیر واقعی بحران، هم برای دولت‌ها و هم برای کسب‌وکارها. سازمان جهانی گردشگری به یک منبع اطلاعاتی معتبر جهت اطلاع‌رسانی سیاست‌ها و تصمیم‌گیری‌ها تبدیل شد.

در پی این بحران بی‌سابقه، راه‌اندازی مجدد گردشگری و نقش حیاتی که این بخش برای میلیون‌ها نفر در سراسر جهان دارد از اهمیت زیادی برخوردار است.

کمیته جهانی اخلاق گردشگری در راستای آیین‌نامه اخلاقی این سازمان با حمایت از گردشگران و مصرف‌کنندگان بر لزوم تضمین یک محل کار ایمن و سالم برای شاغلین در گردشگری در راستای توصیه‌های خاص سازمان بین‌المللی کار (ILO) برای بازگشت ایمن به کار تأکید کرد.

همه‌گیری بیماری

کرونا باعث

آسیب‌پذیری

مشاغل در

گردشگری، بویژه

در کشورهای

کوچک و

کم‌درآمد گردید.

از نقطه‌نظر

تغییرات جهانی،

همه‌گیری این

بیماری جهانی

درس‌هایی

برای صنعت

گردشگری،

سیاستمداران

و محققان به

همراه داشت، اما

درعین حال راه را

برای فرصت‌های

جدید هموار کرد.

چالش پیش روی

گردشگری تبدیل

بحران به فرصتی

برای تسریع تحول

پایدار گردشگری

است.