

عوامل موفقیت اروپا در بخش گردشگری



یکی از مهم‌ترین دلایلی که گردشگری توانسته به اقتصاد اول کشورهای توسعه‌یافته اروپایی تبدیل شود، سیاست‌گذاری درست سیاستمداران و تصمیم‌گیران حوزه گردشگری است. شاید یکی از دلایل آن، عدم برخورداری این کشورها از منابع نفتی و معدنی باشد که موجب شده است تا تلاش برای استفاده از ظرفیت صنعت گردشگری، در اولویت این کشورها قرار بگیرد.



/// مقدمه

در این کشورها بتواند جایگاه خود را در سطح بالایی کسب کند.

یکی دیگر از عواملی که امروزه به‌عنوان مهم‌ترین مسئله در صنعت گردشگری مطرح است، بحث امنیت بالا و الزام رعایت حقوق گردشگران است. حذف برخوردهای سلیقه‌ای و حتی نژادپرستانه در کشورهای اروپایی و همچنین ارتقای آگاهی جامعه در زمینه فرهنگ مهمان‌نوازی باعث شده تا این اقتصاد گردشگری بتواند جای خود را در کشورهای اروپایی پیدا کند.

برنامه‌های بلندمدت و دارای چشم‌انداز، باعث شده تا سیاست‌گذاران، مجریان سیاست و بخش خصوصی بتوانند برنامه‌ای درازمدت برای صنعت گردشگری پیاده کنند و همین موضوع امنیت آینده اقتصادی جامعه اروپایی

صنعت گردشگری در جهان امروز توانسته است به‌عنوان صنعت اول در اقتصاد مطرح شود. یکی از مهم‌ترین دلایلی که گردشگری توانسته به اقتصاد اول کشورهای توسعه‌یافته اروپایی تبدیل شود، سیاست‌گذاری درست سیاستمداران و تصمیم‌گیران حوزه گردشگری است. شاید یکی از دلایل آن، عدم برخورداری این کشورها از منابع نفتی و معدنی باشد که موجب شده است تا تلاش برای استفاده از ظرفیت صنعت گردشگری، در اولویت این کشورها قرار بگیرد.

کشورهای اروپایی نیز از تاریخ ارزشمندی برخوردار هستند و زمینه فرهنگی و تاریخی آن‌ها به همراه فرهنگ بالای حفاظت از آثار تاریخی و فرهنگی، باعث شده تا تکیه بر گردشگری



رضا سلطانی

مشاور گردشگری اروپا

را تضمین می‌کند؛ برای مثال، بررسی دقیق و پژوهش‌های تخصصی و بسیار دقیق باعث شده است که صنعت گردشگری بتواند جایگاه خود را روزه‌روز با تکیه بر این پژوهش‌ها ارتقا دهد. بررسی رفتارها و سلیقه مخاطبان و جامعه میزبان و همچنین پیگیری نیازهای مختلف، به درک بالاتری از مسائل این صنعت منجر شده است.

جذب و آموزش نیروهای متخصص یکی دیگر از عواملی است که صنعت گردشگری در کشورهای اروپایی با تکیه بر آن به جایگاه بالایی رسیده است. در کنار تمام مسائل، صنعت گردشگری توانسته با توسعه زیرساخت‌های لازم، خدمات مناسب را برای سلیقه‌ها و گروه‌های مختلف ارائه دهد.

تبلیغات و بازاریابی درست و همچنین توجه ویژه به این مقوله، باعث شده است که در کنار امنیت، روابط دیپلماتیک و سیاست‌گذاری صحیح، صنعت گردشگری بتواند جایگاه خود را در میان مخاطبان مختلف پیدا کند.

صنعت گردشگری با افزایش امید به زندگی و نشاط اجتماعی می‌تواند آینده و کیفیت فعالیت‌های جامعه را ارتقا دهد و این اتفاق در کشورهای اروپایی رخ داده و منجر به تقویت این حوزه شده است.

صنعت گردشگری اروپا؛ الگویی برای کشورهای درحال توسعه

صنعت گردشگری در دهه‌های اخیر توانسته جایگاهی بی‌بدیل در اقتصاد جهانی پیدا کند. تازه‌ترین گزارش‌های اتحادیه اروپا نشان می‌دهد که این بخش اکنون حدود ۲۵/۹ درصد از کل درآمد گردشگری بین‌المللی را در اختیار دارد؛ سهمی که نه تنها اقتصادهای توسعه‌یافته‌ای مانند اسپانیا، ایتالیا و فرانسه را تحت تأثیر قرار داده، بلکه به الگویی برای کشورهای درحال توسعه تبدیل شده است.

اقتصاد گردشگری در اعداد و ارقام

بر پایه آمار رسمی کمیسیون اروپا، تنها در سال ۲۰۲۳ بیش از ۱/۱ میلیارد سفر با اقامت شبانه در میان شهروندان اتحادیه اروپا ثبت شده

است. این سفرها معادل بیش از ۵/۷ میلیارد شب اقامت در هتل‌ها و مراکز گردشگری بوده و کشورهای آلمان، فرانسه و اسپانیا بیشترین سهم را در تعداد سفرها داشته‌اند.

درآمد این بخش نیز قابل توجه است؛ اسپانیا حدود ۱۲/۳ درصد از تولید ناخالص داخلی خود را از طریق گردشگری به دست می‌آورد و در کرواسی این رقم به بیش از ۱۱ درصد می‌رسد. پرتغال، ایتالیا و اتریش نیز وابستگی بالایی به درآمدهای توریسم دارند. رشد هفت درصدی اقامت‌ها در سه‌ماهه نخست ۲۰۲۴ نسبت به سال قبل، نشان‌دهنده بازگشت پرقدرت این صنعت پس از بحران‌های اخیر از جمله پاندمی کروناست.

سیاست‌گذاری‌های کلیدی اتحادیه اروپا

بررسی‌ها نشان می‌دهد که اروپا با تکیه بر مجموعه‌ای از سیاست‌های هماهنگ توانسته جایگاه خود را در عرصه گردشگری تثبیت کند:

۱. حمایت قانونی از حقوق گردشگران

قوانین مشخصی در اتحادیه اروپا تدوین شده که حقوق مسافران در صورت تأخیر، لغو بلیط یا مشکلات پکیج‌های سفر را تضمین می‌کند. این چارچوب‌ها موجب افزایش اعتماد گردشگران و امنیت سفر شده است.

۲. اعتمادسازی در خدمات آنلاین

اتحادیه اروپا اخیراً «کد رفتار برای بررسی‌های آنلاین» را معرفی کرده که مانع انتشار نظرات جعلی درباره اقامتگاه‌ها می‌شود. این اقدام علاوه بر شفافیت، رقابت سالم بین هتل‌ها و اقامتگاه‌ها را تقویت کرده است.

۳. پایداری و حفاظت محیط زیست

با اجرای پروژه‌هایی تحت عنوان «گردشگری پایدار»، کشورهای اروپایی در تلاشند تا مصرف انرژی و آب را مدیریت و میزان آلاینده‌ها را کاهش دهند. این سیاست بخشی از European Green Deal است که آینده صنعت گردشگری را با محیط‌زیست سازگار می‌کند.

۴. توانمندسازی نیروی انسانی

پروژه FUTOURWORK بر آموزش، بهبود وضعیت شغلی و حمایت از کارکنان صنعت گردشگری تمرکز دارد. این اقدام به ارتقای

کیفیت خدمات و کاهش کمبود نیروی متخصص کمک می‌کند.

۵. توسعه زیرساخت‌ها و امنیت

اتحادیه اروپا با دیجیتالی سازی خدمات و توجه به گروه‌های خاص مانند سالمندان و معلولان، دسترسی گسترده‌تری برای گردشگران فراهم کرده است. همچنین استانداردهای ایمنی و خدمات اضطراری به‌طور مداوم تقویت می‌شوند.

چالش‌ها و نقاط ضعف

با وجود این دستاوردها، صنعت گردشگری اروپا همچنان با مشکلاتی روبه‌رو است:

• وابستگی فصلی؛ بیشتر مقاصد به تابستان محدود شده و در فصول دیگر رکود دیده می‌شود،

• فشار بر جوامع محلی؛ در برخی مناطق مانند جزایر یونان، رشد گردشگری باعث افزایش قیمت مسکن و فشار بر ساکنان بومی شده است،

• تمرکز بر مقاصد شناخته‌شده؛ تمرکز گردشگران بر شهرهایی مثل بارسلونا و ونیز، به ازدحام، آلودگی و فرسایش میراث فرهنگی منجر شده است،

• چالش‌های زیست‌محیطی؛ مصرف بی‌رویه منابع و تغییرات اقلیمی همچنان تهدیدی جدی به شمار می‌رود.

درس‌هایی برای کشورهای درحال توسعه

تجربه اروپا نشان می‌دهد که برای تبدیل گردشگری به صنعت اول، کشورها باید چند محور کلیدی را دنبال کنند:

- تدوین قوانین شفاف و حمایت از حقوق گردشگران،
- ایجاد سامانه‌های شفاف برای امتیازدهی و بازخورد واقعی،
- سرمایه‌گذاری در آموزش نیروی انسانی و بهبود شرایط کاری،
- توسعه زیرساخت‌های حمل‌ونقل، خدمات سلامت و فناوری‌های دیجیتال،
- مدیریت پایداری و حفاظت از میراث فرهنگی و طبیعی،
- برنامه‌ریزی بلندمدت با چشم‌انداز ۱۰ تا ۲۰ ساله. III