

جایگاه «گردشگر» و «مقصد» در معادلات گردشگری

بدون پیش‌بینی و سنجش تأثیرات گردشگری، نمی‌توان فرآیند مدیریت، برنامه‌ریزی، کنترل و نظارت مستمر را به‌خوبی اجرا کرد؛ آنچه در بسیاری از منابع آموزشی گردشگری و در عمل، به‌عنوان یک شرط اساسی در توسعه پایدار گردشگری برشمرده می‌شود. علاوه‌براین، وابسته بودن صنعت گردشگری به بسیاری از بخش‌ها و صنایع دیگر، تفاوت میان دیدگاه‌ها و منافع کارشناسان و دست‌اندرکاران گردشگری و نیز ماهیت پویا و همواره درحال تغییر صنعت گردشگری که ضرورت ارزیابی مستمر اثرات گردشگری را برجسته می‌کند، از جمله دشواری‌های موجود در زمینه ارزیابی اثرات گردشگری تلقی می‌شوند. در این مطلب و پیش از اشاره به اثرات اقتصادی، فرهنگی-اجتماعی و زیست‌محیطی گردشگری و نحوه کنترل این اثرات، به بررسی منشأ اثرات گردشگری می‌پردازیم تا به این ترتیب، فضای روشن‌تری برای آگاهی از سازوکار و عوامل موثر بر بروز هرکدام از انواع اثرات پدید آید.

افزایش دغدغه‌ها

در طول سه دهه گذشته، بشر بیش از هر زمان دیگری نسبت به تأثیرات مخرب ناشی از فعالیت‌های مختلف و همچنین ضرورت نظارت هرچه بیشتر بر اقدامات و ارزیابی پیوسته اثرات آنها واقف شده است. همین عامل موجب شده که توجه به مباحثی همچون گردشگری پایدار، توسعه پایدار، رشد سبز، انرژی‌های جایگزین، تغییرات اقلیمی و اصطلاحات دیگری از این دست، وارد دایره واژگان کارشناسان و تصمیم‌گیرندگان حوزه‌های گوناگون شود. این اصطلاحات که هر روز نیز برشمار آنها افزوده می‌شود، حاکی از افزایش دغدغه‌ها و توجه بیشتر به اثرات اجتماعی، زیست‌محیطی و اقتصادی فعالیت‌ها است. بنابراین، نخستین ابزار برای رفع دغدغه‌ها و مدیریت موانع، شناسایی عوامل موثر بر بروز اثرات است.

به‌طور سنتی اغلب مطالعات انجام گرفته پیرامون اثرات گردشگری تنها به درون مرزهای جغرافیایی یک مقصد گردشگری محدود می‌شود و کارشناسان با درنظر گرفتن ارتباط میان گردشگر و جامعه میزبان، به‌دنبال یافتن توجیهی برای بروز اثرات و راهکارهایی برای کنترل آنها هستند. البته به‌صورت کارشناسی نمی‌توان به این رویکرد خرده گرفت؛ چراکه این مساله در نوع عرضه و تقاضا در صنعت گردشگری ریشه دارد و تولید و مصرف در یک منطقه انجام می‌گیرد. با وجود این، طی بیش از یک دهه گذشته، مطالعات انجام‌شده در حوزه رفتارشناسی و جامعه‌شناسی گردشگری نشان داده که علاوه بر تأثیرات گوناگونی که حضور گردشگر می‌تواند بر یک مقصد گردشگری برجای بگذارد، آنچه گردشگر را نیز تحت تأثیر قرار می‌دهد، بسته به شدت و ضعف آن، می‌تواند موجب افزایش دایره تأثیرات به خارج از محیط جامعه میزبان شود و حتی بر جامعه مبدأ نیز تأثیر بگذارد. به‌همین علت نیز، امروزه بسیاری از کارشناسان حوزه اثرات گردشگری، اثرات بالقوه را به سه بخش پیش، حین و پس از سفر تقسیم‌بندی کرده و مورد ارزیابی قرار می‌دهند.

با توجه به آنچه گفته شد، اکنون به‌روشنی می‌توان منشأ اثرات گردشگری را به دو دسته عمده عوامل مربوط به گردشگر و عوامل مربوط به مقصد تقسیم کرد. عوامل مربوط به گردشگر، شامل آن دسته از مواردی می‌شود که گردشگران با خود وارد جامعه میزبان می‌کنند و درنهایت، تأثیری است که از آن جامعه می‌پذیرند. مانند:

- مدت زمان اقامت: سفرهای یک روزه در مقایسه با سفرهای بیش از ۵ روز اثرات اقتصادی به‌مراتب کمتری برای جامعه میزبان به‌همراه خواهند داشت. از سویی، گردشگرانی که مدت زمان بیشتری در مقصد اقامت داشته باشند، به مسائل و زوایای غیر توریستی جامعه میزبان بیشتر علاقه‌مند خواهند شد.

- فعالیت‌های انتخاب شده: نوع فعالیت‌های گردشگر تاثیر مستقیمی بر اوضاع اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی مقصد گردشگری دارد، اما امکان دخیل شدن در فعالیت‌های آموزشی توسط گردشگران، می‌تواند تاثیر بیشتری بر رویکرد و نوع نگاه آنان به جامعه میزبان داشته باشد.

- تاثیر نمایی گردشگران: این موضوع، اشاره به تقلید ساکنان بومی از رفتار گردشگران دارد؛ خواه این رفتارها مثبت باشد یا منفی. درجوامع سنتی، تقلید از گردشگران اغلب مغایر با ارزش‌های محلی است.

عوامل مربوط به مقصد نیز عناصری هستند که بخشی از مقصد و جامعه آن محسوب می‌شوند. مانند:

- وضعیت اقتصاد محلی: به هر میزان که اقتصاد محلی قدرتمندتر باشد، توانایی بیشتری برای تطبیق اهداف گردشگری با دیگر اهداف جامعه خواهد داشت.

- زیست‌پذیری فرهنگ میزبان: میزان سازگاری فرهنگ جامعه میزبان با دیگر فرهنگ‌ها و قدرت مقابله آن با تغییرات ناخوشایند. ضمن دوری جستن از برخوردها و تنش‌ها در این بخش مدنظر است.

- روند توسعه گردشگری: توسعه تدریجی زمان بیشتری برای ارزیابی رشد گردشگری در اختیار فعالان این صنعت قرار می‌دهد و در سوی مقابل، توسعه یکباره، موجب فشار بر زیرساخت‌ها، اثرات منفی زیست‌محیطی و نارضایتی مردم خواهد شد.

باید توجه داشت هر دو منشأ اثرات گردشگری، به یک اندازه قادر هستند بر چرخه گردشگری و فرآیند عرضه و تقاضا تاثیر بگذارند؛ به این ترتیب که گاهی تقاضای گردشگری می‌تواند موجب عرضه نوعی خدمات و محصولات، یا تغییر در آنها شود. همچنین گاهی این امکان نیز وجود دارد که دست‌اندرکاران و تصمیم‌گیرندگان حوزه گردشگری در مقصد، بر مبنای مصالح جامعه میزبان و به نفع صنعت گردشگری در یک منطقه، با ارائه محصول یا خدمتی جدید و سپس تبلیغ درباره آن، موجب برانگیختن تقاضا در میان مشتریان و گردشگران بالقوه خود شوند.

منبع: محمدرضا گوهری/ پژوهشگر و کارشناس ارشد اکوتوریسم از دانشگاه ایالتی وسترن استرالیا- دنیای اقتصاد