

اثر اقتصادی توریسم داخلی در شرایط بحران

سفر مردم درون مرزهای کشور خود را گردشگری داخلی می‌نامند. این نوع سفر احتمالا یکی از اولین انواع گردشگری در دنیا بوده است. تمرکز کشورها بر درآمدهای گردشگری بین‌المللی باعث شده بعضا توجه چندانی به این نوع گردشگری نداشته باشند. با این حال، در حال حاضر ۸۰ درصد جریان گردشگری در دنیا، گردشگری داخلی است. شرایط خاصی مانند وسعت و تنوع در کشورها، دور بودن از سایر کشورها و دلایلی از این قبیل سبب شده کشورهایی مانند آمریکا، چین و استرالیا توجه ویژه‌ای به این نوع گردشگری داشته باشند. در ایران نیز به دلایلی مانند وسعت، تنوع طبیعی و فرهنگی، مشکلات روادید و البته درآمد پایین مردم، گردشگری داخلی درصد نسبتا بالایی از کل گردشگری کشور به خود اختصاص داده است.

گردشگری داخلی دارای ویژگی‌های خاص خود است. گردشگران داخلی آشنایی بیشتری با مقاصد گردشگری کشور خود دارند و زبان، رسوم، قوانین و آب و هوای آنجا را بیشتر می‌شناسند. به همین دلیل است که این نوع گردشگران به نقاط مختلفی از کشور سفر می‌کنند؛ در حالی که گردشگران بین‌المللی محدود به مقاصد خاص هستند. گردشگران داخلی همچنین به برندها وفادارترند و این موجب بهبود کیفیت برندها می‌شود؛ مثلا گردشگران داخلی بیشتر با گز، سوهان و صنایع دستی آشنا هستند و این برندها برای فروش بهتر باید کیفیت بهتری ارائه دهند. در حالی که یک گردشگر خارجی چنین محصولاتی را می‌خرد و با خود می‌برد ولی گردشگر داخلی می‌خرد، به دیگران هم توصیه می‌کند و اگر گذرش احتمالا دوباره به آن مقصد خورد باز هم از آن کالا می‌خرد.

نزدیکی، یکی دیگر از ویژگی‌های گردشگری داخلی است. یک خانواده تهرانی ممکن است چند بار آخر هفته هوس شمال و جاده‌چالوس کند. یک خانواده گرگانی نیز ممکن است بارها و بارها به اقامتگاه‌هایی در افراتخته و زیارت سفر کند. از همین رو وفاداری گردشگران داخلی به مقاصد گردشگری به سبب نزدیکی بیشتر است. نزدیکی همچنین سبب می‌شود سفر با خودروی شخصی نقش پررنگی در گردشگری داخلی داشته باشد. آشنایی بیشتر گردشگران داخلی به مقصدها در کنار نزدیکی بیشتر، سبب می‌شود قیمت نقش ویژه‌تری ایفا کند. گردشگران داخلی مانند گردشگران خارجی نیستند که بیایند و به هر قیمتی بمانند و محصول بخرند و بروند. آنها دنبال جایی هستند که قیمتش به کیفیتش بیارزد. البته برای گردشگران داخلی اصلا مهم نیست جایی که می‌خوانند یک اقامتگاه رسمی است یا غیررسمی، هتل است یا پلاژ است، یا ویلا یا حتی یک خانه شخصی؛ بلکه برایشان مهم است به قیمتی که دارد بیارزد و کیفیتش آنها را راضی نگه دارد.

سه ویژگی آشنایی بیشتر، نزدیکی و قیمت پایین‌تر سبب می‌شود که گردشگری داخلی سمت و سوی متفاوتی از گردشگری بین‌المللی داشته باشد. اول اینکه گردشگری داخلی به قشر خاصی خلاصه نمی‌شود و پولدار و فقیر در گردشگری داخلی حضور دارند. خانواده‌های بچه‌دار، افراد ناتوان جسمی و سایر گروه‌ها راحت‌تر به سفر داخلی می‌روند. این تنوع گردشگران تنوع تقاضا را در همه ابعاد سفر از قبیل اقامتگاه به دنبال دارد. این درحالی است که گردشگری بین‌المللی تمرکز جغرافیایی کمتری دارد و بستر توسعه در مناطق دورافتاده را فراهم می‌کند. اگرچه هر گردشگر داخلی هزینه بسیار کمتری خرج می‌کند، ولی مجموع درآمدهای گردشگری داخلی از گردشگری بین‌المللی بیشتر است.

اما گردشگری داخلی چه اثراتی بر اقتصاد و جامعه می‌گذارد؟ یکی از مهم‌ترین اثرات مثبت گردشگری داخلی این است که حساسیت بسیار کمتری به بحران‌های اقتصادی و سیاسی دارد. در واقع گردشگری داخلی به‌عنوان یک شوک‌گیر قوی در زمان‌های بحران عمل می‌کند. ترکیه بعد از بحران کودتا توجه ویژه‌ای به گردشگری داخلی خود داشت تا هتل‌هایش خالی نمانند. ایران نیز که هم‌اکنون درگیر بحران سیاسی با آمریکا شده است و بسیاری از گردشگران غربی و شرقی به دلایلی چون تحریم ویزای آمریکا قید ایران را زده‌اند می‌تواند بر گردشگری داخلی خود تمرکز کند تا فشار کمتری بر صاحبان مشاغل گردشگری وارد شود.

دومین تاثیر مهم گردشگری داخلی، بر توزیع درآمدهای گردشگری است به این شکل که در گردشگری داخلی تقریباً تمام زنجیره گردشگری از درآمدهای آن منتفع می‌شوند. همچنین بسیاری از مناطق کمتر توسعه یافته از منافع حضور گردشگران بهره می‌برند. در بسیاری از کشورها گردشگری داخلی به کمک بخش‌های کمتر توسعه یافته آمده است؛ شمال چین، شرق آلمان و جنوب لهستان و مناطق کوهستانی فرانسه از حضور گردشگران داخلی که با ترویج‌های دولتی همراه بوده بهره زیادی برده‌اند. در ایران نیز باید مناطق کمتر برخوردار مانند سیستان و بلوچستان، ایلام، گلستان، خوزستان و امثال آن مورد حمایت‌های دولت برای توسعه گردشگری داخلی قرار گیرند. این گونه حمایت‌ها همچنین می‌تواند وفاق ملی بیشتری به دنبال داشته باشد و همبستگی ملی را افزایش دهد.

از آنجا که همه قشر گردشگر با هر درآمدی امکان سفر در داخل کشور را دارند، گردشگری داخلی می‌تواند تنش‌های طبقاتی را نیز کاهش داده و با فراهم کردن امکان استراحت روحی و جسمی، کیفیت زندگی را در اقشار مختلف جامعه بهبود بخشد. بسیاری از شهرها و روستاها در ایران می‌توانند به کمک گردشگری داخلی معرفی شوند و از آنجا که گردشگری، صنعتی کاربر و خدماتی است بسیاری از مردم مناطق به تازگی معرفی شده می‌توانند در مشاغل کوچک مقیاس و خانگی گردشگری مشغول کار شوند. گردشگری داخلی همچنین اثرات مناسبی در اقتصاد کلان کشور دارد و منجر به صرفه‌جویی در هزینه‌های گردشگری بین‌المللی کشور می‌شود. در چنین شرایطی به نظر می‌رسد توجه به گردشگری داخلی می‌تواند برخی بحران‌های مبتلا به توریسم کشور را حل کند و عواید اقتصادی مناسبی نیز برای کشور به همراه داشته باشد.

منبع: عادل نیکجو/ کارشناس ارشد گردشگری - دنیای اقتصاد