



از تمایلات تا توقعات گردشگران

مقدمه‌ای بر نظریه توسعه گردشگری در ایران

Photo by: Sunanta Wuthisakul

محسن قانع بصیر



مسئولیت مهم مدیریت کلان اجتماعی آن است که این گروه از نیروهای زاینده قدرت و ثروت اجتماعی را حتی‌المقدور از طریق رقابت به سوی این منابع هدایت کند.

در این میان یکی از میدان‌های بکر و زاینده قدرت که از طریق رقابتی مولد موجب پیوند سرمایه با نیروهای کارآفرین می‌شود، همین موضوع گردشگری است. در گردشگری نه تنها اکثر منابع مولد و خدمات متنوع اجتماعی در تمامی شاخه‌ها، فعال می‌شوند، بلکه جریانی از زایش ارزش افزوده، از طریق جذب منابع ثروت‌های خارج از کشور، به وجود می‌آید. در حقیقت گردشگری روندی است که طی آن، می‌توان از طریق جذب ثروت‌های مازاد اختصاص یافته برای اوقات فراغت در دیگر حوزه‌های اقتصادی، به داخل زمینه را برای توسعه بیشتر منطقه جذب فراهم کرد. در حقیقت گردشگران حاملان این منابع قابل جذب هستند. یا بهتر بگوییم ارتباط با آن‌ها زمینه را برای جذب این منابع فراهم می‌سازد.

در این میان هنر مدیریت گردشگری در جهت تحقق یک میدان رونق‌زا را می‌توان در شاخه‌های

عبارت دیگر سرمایه را به کسی بسپاریم که قدرت به کارگیری و آشکار سازی قدرت بیشتر از این سرمایه را داشته باشد.

توزیع منابع سرمایه اجتماعی به سمت آن دسته از فعالیت‌های اجتماعی که بتوانند موجب رفع ضرورت‌های مختلف شوند. یعنی به جای آنکه این ضرورت‌های اجتماعی از طریق فیزیکی و هزینه‌های سیاسی دفع شوند (که خود موجب افزایش هزینه‌ها و هدر رفتن آن‌ها می‌گردند) از طریق روند اقتصاد توسعه‌ای رفع شوند (روندی که خود موجب تبدیل هر ضرورت به منبعی قدرت‌زا می‌شود).

اکنون در می‌بایم که در هنگام توزیع منابع کمیاب قدرت اجتماعی با دو پرسش مهم روبه‌رو خواهیم شد: پرسش "چه کسانی؟" و "چه برنامه‌ای؟".

به عبارت بهتر، اولین پرسش آن است که: چگونه می‌توان نیروهای کارآفرین و توانمند برای فعالیت‌های زایای کشور را کشف کرد.

طبیعی است که مهم‌ترین بستر کشف این نیروها، از طریق وجود رقابت در عرصه‌های مولد و زایای منابع قدرت اجتماعی پدید می‌آید.

معضل اصلی در صحنه مدیریت گردشگری کشور فقدان نظریه‌ای است که متأسفانه هنوز نتوانسته‌ایم به ابعاد اصلی آن دست یابیم. متن زیر کوششی است برای تدوین مقدمه‌ای بر این نظریه

یکی از موضوعات بسیار حیاتی و استراتژیک در عرصه اجتماعی هر کشوری از طریق تحلیل جریان چگونگی توزیع منابع اجتماعی برای سرمایه‌گذاری آشکار می‌شود. اگر بخواهیم هنر اداره یک جامعه را در تعریفی کوتاه خلاصه کنیم می‌توانیم چنین

گوئیم: "هنر اداره هر جامعه‌ای به چگونگی جریان توزیع منابع قدرت موجود در همان جامعه مربوط می‌شود" هر چه منابع موجود به مقدار بیشتری به دست کارآفرینان و توانمندان زاینده برسد به همان مقدار کارنامه مدیریت کلان اجتماعی مثبت‌تر خواهد شد.

بنابراین جریان این توزیع باید به صورتی انجام شود که بتوانند دو میدان زیر را در بر گیرند:

توزیع منابع سرمایه اجتماعی، به گونه‌ای که بتوان بیشترین توان کارآفرینی یک جامعه را فعال کرد. به



زیر ردیابی کرده و طبعاً در همین شاخه‌ها بسترهای رقابت را فراهم نمود:

جذب گردشگرانی که دارای بیشترین سهم مالی ویژه فراغت در جیب‌های خود می‌باشند.

هنر جذب بیشترین سهم از این پول‌های در جیب گردشگران، به سوی خود.

هنر ایجاد خاطره‌ای خوش، به طوری که هر گردشگر به نیروی بالفعل تبلیغاتی برای جذب دیگر گردشگران شود. به عبارت دیگر از یک انتقال دهنده موقت ثروت به یک انتقال دهنده دائمی تبدیل شود.

بدین ترتیب با سه نیروی مهم در گردشگری و آشکار سازی آثار مثبت و مهم آن در توسعه روبرو می‌شویم. سه نیرویی که به یکدیگر وابسته‌اند. به طوری که فقدان هر یک می‌تواند به بی‌اثر شدن دو میدان دیگر فرجام یابد. و در نتیجه کل این جریان تاثیر گذار مهم بر توسعه را بی‌اثر کند. اینان عبارتند از: قدرت یافتن و جذب گردشگر، نیروی جذب مقدار بیشتری از سهم پولی که گردشگر در جیب خود گذارده و سرانجام هنر ایجاد خاطره‌ای خوش در گردش. بدین ترتیب جذب گردشگر بدون استفاده از ماکزیمم سهمی که او برای گردشگری‌اش اختصاص داده هم‌چنین بدون ایجاد خاطره‌ای خوش در او به نتیجه نخواهد رسید.

گردشگری

قدرت جذب گردشگر قدرت جذب پول در جیب گردشگر ایجاد خاطره‌ای خوش در گردشگر در آمد یا افزایش ثروت

سهم هزینه‌های خدماتی سهم توسعه مستقیم مالیات سهم توسعه غیر مستقیم مانده خارج شده (خدمات مستقیم) (خدمات پایه)

در این شکل، ملاحظه می‌فرمایید که سهم درآمد حاصل از گردشگری به چهار بخش: هزینه‌های خدماتی، سرمایه‌گذاری مستقیم، مالیات یا (سرمایه گذاری غیر مستقیم) و خروج این درآمدها از چرخه گردشگری تقسیم می‌شود. طبیعی است که هر چه گردشگری سودآورتر شود، از سهم مانده خارج شده از این بخش کاسته و بر حجم سرمایه‌گذاری در این بخش افزوده می‌گردد.

کارنامه گردشگری کشور را باید در هنر جذب مجموعه نهادهای خدماتی گردشگری از طریق ایجاد خاطره‌ای خوش در گردشگران دنبال کرد. گردشگری حرفه‌ای است که به‌ویژه به هنر ایجاد رابطه پیوند مستقیم دارد.

هنر ایجاد رابطه

هنر ایجاد رابطه سرخوشانه در گردشگری امری ساده نیست و دارای پیچیدگی‌های خاص خود است. پارادوکس مهم در گردشگری آن است که، از یک سو گردشگر با انگیزه خاصی که حاصل تمایل حضور او در میدانی از فرهنگ و زندگی ناشناخته است، وارد قلمرو هدف سفر خود می‌شود. و از طرف دیگر خود دارای سلیق، خواسته‌ها و تمایلات مختلف برای به دست‌یابی به خدماتی است که پیشینه آن‌ها حاصل فرهنگ و زندگی خودش می‌باشد. بنابراین در گردشگری وضعی خاص پدید می‌آید.

جدول تحلیل دو میدان تمایلات و توقعات در گردشگری.

منطقه هدف گردشگر. گردشگر منطقه زندگی گردشگر - سطح تمایلات گردشگر. سطح توقعات گردشگر - ایجاد کشش از طریق ارضا تمایلات وی - ایجاد کشش از طریق ارضا توقعات وی به آشنایی با حیطه‌های ناشناخته که متکی به فرهنگ خودش است. - ضرورت افزایش امکانات داخلی با توجه به - ضرورت مطالعه بر روی حوزه زندگی تمایلات گردشگر. - سهم جذب وجه در جیب گردشگر - سهم جذب وجه در جیب از طریق ارضا تمایلات وی. گردشگر از طریق ارضا توقعات وی. - رضایت در میدان ارضا تمایلات. - رضایت در میدان ارضا توقعات. بدین ترتیب پارادوکسی از طریق دو میدان "تمایلات" و "توقعات" پدید می‌آید. هر چه میدان تمایلات بهتر ارضا شوند، از سهم توقعات وی کاسته می‌شود و برعکس ناتوانی در ارضا تمایلات وی طبعاً بر سطح

توقعات وی خواهد افزود. در گردشگری بهترین حالت در موقعیتی پدید می‌آید که بتوانیم بیشترین سهم را از جیب وی از طریق دوروند فوق، نصیب خود کنیم.

در این شرایط باید بررسی شود که سهم هر یک از تمایلات و توقعات گردشگر چه مقدار است؟ و حالت بهینه این دو چگونه به دست می‌آید؟

نتیجه‌گیری کوتاه اینکه هر چه بر میزان ظرفیت این دو جریان به‌طور متناسب افزوده شود از رابطه معکوس این دو کاسته شده و بر میزان رابطه مستقیم افزوده می‌شود. بدین ترتیب در جوامعی که قادر به ارضا تمایلات گردشگر از طریق داشته‌های خود نیستند، به‌ناچار بیشتر بر روی ارضا توقعات وی که ریشه در فرهنگ منطقه‌ای گردشگر دارند تاکید کرده و سرمایه‌گذاری می‌کنند.

حتی ناتوانی در استفاده بهینه از منابع داخلی برای ارضا تمایلات گردشگر، خود موجب افزایش توقعات حاصل از منطقه زندگی گردشگر می‌شود. در این حال ناتوانی در ارضا گردشگر از طریق این حوزه، به نارضایتی در او فرجام یافته و اثری معکوس در جریان گردشگری خواهد گذارد.

در قلمرو تمایلات معمولاً به میدان‌هایی از داشته‌های حوزه جذب نظیر میراث‌های تاریخی، منابع تاریخی و داشته‌هایی مشابه توجه می‌کنند. داشته‌هایی که معمولاً منطقه زندگی گردشگر فاقد آن است. در منطقه توقعات گردشگر بیشتر به نوع زندگی و خدماتی که برای گردشگر در منطقه زیست خودش جالب است توجه کرده و کوشش می‌کنند بر ظرفیت کمی و کیفی این خدمات در حوزه جذب بیافزیند. تجربه تحولات ظاهر شده در گردشگری در سه دهه اخیر کشورمان، نشان داده است که وضع گردشگری در این دوره با توجه به تحلیل فرق بر اساس نکات زیر بوده است.

توجه و تاکید بر روی تمایلات گردشگر، متناسب با میراث داخلی منطقه جذب به‌طوری که به سایر شاخه‌هایی که قادرند موجب ارضا دیگر تمایلات در گردشگران شود، توجهی نکرده‌اند.

بی‌توجهی شدید نسبت به توقعات اصلی گردشگران، به‌طوری که این بی‌توجهی منجر به بروز جریانی معکوس شده است. بدین معنی که به جای ارضا توقعات گردشگران و تبدیل این جریان به روندی درآمدزا، نوعی جریان توقع از گردشگران در میزبان داخلی پذیرفته شده است. یعنی دست اندرکاران می‌خواهند این گردشگران باشند که به توقعات آن‌ها توجه کنند. این جریان نه تنها میدانی از بحران اقتصادی در این شاخه پدید آورده است، بلکه موجب توسعه گردشگری در دیگر کشورهای منطقه‌ای و مرزی، یعنی رقبای ما شده است. به‌ویژه کشورهای حاشیه جنوبی خلیج فارس بیشترین بهره‌برداری را از این روند کرده‌اند. هر چه توقعات ما از گردشگرانمان بیشتر شده است آن‌ها بر توان خود در ارضا توقعات این گردشگران افزوده‌اند. این جریان آن‌قدر شدت یافته که حتی ارضا ظرفیت بالای تمایلات گردشگران از طریق میراث‌ها، که تنها نیروی موجود ما می‌باشد را بی‌اثر کرده است.

می‌دانیم که رابطه‌ای مستقیم میان صیانت از میراث‌های ملی با جریان توسعه گردشگری وجود دارد. جریان بی‌توجهی به توقعات گردشگران، نه تنها به افزایش قدرت جذب دیگر کشورهای منطقه‌ای انجامیده است، بلکه موجب کاهش شدید ظرفیت و نیروی صیانت از میراث‌های فرهنگی و تاریخی‌مان شده است. متأسفانه این وضع آثار تخریبی زیادی بر روی این میراث‌ها گذارده است.

افزایش قدرت ارضا توقعات گردشگران در کشورهای حاشیه جنوبی خلیج فارس که به دلیل ضعف ما بوده است در کاهش امنیت منطقه‌ای و ملی ما تأثیرگذار شده است. به‌طوری که این کاهش منجر به افول جریان قدرت حضور منطقه‌ای ما شده است.

بی‌توجهی به حوزه توقعات گردشگران، به‌طور طبیعی موجب کاهش جریان سرمایه‌گذاری‌های خدماتی در کشور شده است. کاهشی که می‌تواند ظرفیت اشتغال و فرهنگ کار را در کشور به‌شدت به مخاطره اندازد. بنابراین بخش عظیمی از خدمات که قادرند بر اشتغال و فرهنگ کار تأثیر مثبت گذارند، از چرخه فعالیت خارج شده‌اند.

توجه یکسویه به تمایلات گردشگران، آن‌هم به‌طور محدود، موجب بروز این برداشت غلط و یکسویه در دست‌اندرکاران کشور شده است. که



گردشگران را، تبدیل به افزایش امکانات بیشتر برای توسعه آن‌ها کرده است.

برای هر اشتباهی باید بهایی پرداخت. اشتباهی که در این حوزه مهم کرده‌ایم، بهای سنگینی را بر دوشمان گذارده است. ما به‌جای آن که این عرصه مهم و تأثیرگذار بر روی توسعه کشور راه صورت نیرویی قوی و با توان رقابت در کنارمان فعال‌تر کنیم، بدست خود غده‌ای چرکین را پدید آوردیم. غده‌ای که نه تنها گردشگران ثروتمند خارجی‌مان را بلکه گردشگران ثروتمند داخلی‌مان را نیز جذب خود کرده است.

به‌راستی بهای این اشتباهات خطرناک را چه کسانی باید پرداخت کنند.

“هنر اداره هر جامعه‌ای به چگونگی جریان توزیع منابع قدرت موجود در همان جامعه مربوط می‌شود” هر چه منابع موجود به مقدار بیشتری به دست کارآفرینان و توانمندان زاینده برسد به‌همان مقدار کارنامه مدیریت کلان اجتماعی مثبت‌تر خواهد شد.

گویا گردشگری یعنی همین جریان تکراری بازدید گروهی از میراث‌های ما. به همین دلیل نیز سازمان میراث فرهنگی کشور متولی گردشگری شده است در حالی که میراث‌های فرهنگی، تنها بخشی کوچک از میدان تمایلات گردشگران می‌باشند، ضمن آن که در جریان این تفویض مسئولیت، هیچ توجهی به حوزه توقعات گردشگران نشده است.

سرانجام مدیریت ضعیف و ناتوان این بخش در استفاده بهینه از دو میدان تمایلات و توقعات گردشگران، موجب ظهور نوعی جریان عمل‌گرایی و روزمرگی در این شاخه استراتژیک توسعه کشور شده است. به‌ویژه ظهور این جریان معکوس، یعنی؛ تبدیل توجه به توقعات گردشگر به اعمال فشار توقعات خود به گردشگر، میدان را برای فعالیت این مدیران محدود کرده و مدیران توانمند، دیگر علاقه‌ای به فعالیت در این شاخه از خود بروز نمی‌دهند. نگاه کنید به تجربه جزیره کیش در مقابل تجربه دبئی. مقایسه این دو با یکدیگر نشان می‌دهد که علی‌رغم پیشسازی فعالیت جذب در جزیره کیش، ضعف ما در توجه به توقعات