

تحلیل و بررسی نقش دولت در مدیریت و برنامه‌ریزی بحران‌های گردشگری؛

مطالعه موردی بحران کرونا

زین‌العابدین کرمی^۱

دانشجوی کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی گردشگری، واحد گرمسار، دانشگاه آزاد اسلامی، گرمسار، ایران

داود حسن آبادی

استایار گروه جغرافیا، واحد گرمسار، دانشگاه آزاد اسلامی، گرمسار، ایران

شهرزاد لطفی

کالج دیوید گیم، دوره A-level، لندن، انگلیس، بریتانیا

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۱/۳۱ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۵/۱

چکیده

مدیریت و برنامه‌ریزی گردشگری کنشی است جمعی که بازیگران مختلفی از سازمان‌ها و نهادهای دولتی و غیر دولتی در آن نقش آفرین هستند. مدیریت این پدیده هم در حالت عادی و هم در مواقع بحرانی ضروری است. یکی از مهم‌ترین کنش‌گران حوزه مدیریت گردشگری دولت است که نقش تسهیل‌گر و مقررات‌گذاری این حوزه را بر عهده دارد. اما پدیده‌ای که اکنون صنعت گردشگری را در ایران و کل جهان تحت تاثیر منفی قرار داده است بحران کرونا است. هدف این مقاله بررسی نقش دولت در مدیریت تاثیر این بحران در صنعت گردشگری است. سوال اصلی مقاله حاضر است که دولت چگونه می‌تواند پیامدهای بحران کرونا را در صنعت گردشگری ایران مدیریت کند؟ روش این مقاله توصیفی تحلیلی است. روش جمع‌آوری داده‌ها نیز کتابخانه‌ای است. نتایج مقاله نشان می‌دهد که دولت اولاً بایستی برآورد درستی از میزان زیان‌های ناشی از بحران کرونا در حوزه گردشگری داشته باشد و در ادامه با شناسایی حوزه‌هایی که کم و بیش دچار زیان و آسیب شده‌اند بخشش‌های مالیاتی را برای آن‌ها در نظر بگیرد. همچنین مهیا کردن فضای مجازی و فراهم کردن زیرساخت‌های این حوزه برای رونق بخش گردشگری از دیگر اقدامات مفید دولت برای حمایت از صنعت گردشگری در برابر بحران کروناست.

واژگان کلیدی: صنعت گردشگری، بحران‌های گردشگری، بحران کرونا.

مقدمه

با گذشت بیش از ۵۰ سال از زمانی که بانک جهانی نخستین پروژه گردشگری (توریسم) برای توسعه خود را در دو کشور آفریقایی یعنی مراکش و تونس آغاز کرد، بحث نقش گردشگری (توریسم) در توسعه پایدار جوامع همچنان داغ باقی مانده است. گردشگری (توریسم) هنوز هم در بین عامه مردم به عنوان یک صنعت و بازار لوکس و محدود به اقشار مرفه شناخته می‌شود. البته نمی‌توان کتمان کرد که این برداشت به ظاهر منفی، حداقل در برخی جوامع با واقعیت منطبق است. مدیریت کلان ضعیف در بخش گردشگری (توریسم) می‌تواند آثار منفی گاه جبران‌ناپذیری در شهرها، پارک‌های ملی و بناهای تاریخی بر جای بگذارد و همچنین زیرساخت‌های محلی، اقشار بومی و منابع در اختیار آن‌ها را در معرض تهدید جدی قرار دهد (Amirnejad, 2009). در همین راستا بحث گردشگری (توریسم) پایدار^۱ امروز بیش از هر زمان دیگری مورد توجه نهادهای بین‌المللی قرار گرفته است. سازمان جهانی گردشگری (توریسم) که از نهادهای وابسته به سازمان ملل متحد است، گردشگری (توریسم) پایدار را این گونه تعریف می‌کند: گردشگری (توریسم) پایدار در قبال تأثیر اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی حال و آینده خود کاملاً مسئولیت‌پذیر است و نیازهای گردشگران، صنعت و بازار گردشگری (توریسم)، محیط‌زیست و جوامع میزبان را مدنظر قرار می‌دهد (Mirzaei, 2009).

گردشگری (توریسم) پایدار می‌تواند آثار اقتصادی، اجتماعی، زیست‌محیطی، فرهنگی و حتی امنیتی مثبت و پایداری از خود در جوامع بر جای بگذارد. بانک جهانی به تازگی با تشریح اهمیت گردشگری (توریسم) پایدار برای توسعه همه جانبه کشورها و مناطق گردشگر پذیر، ۲۰ دلیل را برای اثبات این ادعا تبیین کرده است: ۱- گردشگری (توریسم) محرک مناسب برای رشد اقتصادی است. صنعت و بازار ۷۶۰۰ میلیارد دلاری سفر و گردشگری (توریسم)، بزرگ‌ترین صنعت و بازار بخش خدمات در جهان به شمار می‌رود و بیش از ۱۰ درصد از تولید ناخالص جهان را به خود اختصاص داده است (Honarvar, 2009). رشد صنعت و بازار گردشگری (توریسم) می‌تواند تولید ناخالص داخلی کشورهای گردشگرپذیر را افزایش دهد و درآمد مالیاتی بیشتر را نصیب دولت این کشورها کند. درآمدهای ارزی حاصل از گردشگری (توریسم) حتی می‌تواند در سایر بخش‌ها نیز سرمایه‌گذاری شود و به بهبود رشد اقتصادی منجر شود (Fathollahi, 2007).

ارزش صادرات خدمات گردشگری (توریسم) (پذیرش گردشگران خارجی) در سال ۲۰۱۶ حدود ۱,۴ تریلیون دلار بوده است و صنعت و بازار گردشگری (توریسم) از این لحاظ پس از صنعت و بازار پتروشیمی و نفت، بالاتر از صنایعی مانند خودروسازی و مواد غذایی، در جایگاه سوم جهان قرار دارد. درآمدهای صادراتی کشورهای در حوزه گردشگری (توریسم) در فاصله سال‌های ۲۰۱۰ تا ۲۰۱۵ تقریباً ۲۵ درصد رشد داشته و صنعت و بازار گردشگری (توریسم) از این نظر نیز رتبه اول را به خود اختصاص داده است (Ahmadi and Agha Latifi, 2014).

^۱. Sustainable Tourism

صنعت و بازار گردشگری (توریسم) در حال حاضر از لحاظ نرخ رشد سرمایه گذاری خارجی در جایگاه دوم صنایع جهان ایستاده است و تنها صنعت و بازار ارتباطات را در این زمینه بالاتر از خود می بیند. امروز بسیاری از شرکت های مشاوره سرمایه گذاری به سرمایه گذاران توصیه می کنند وارد صنعت و بازار گردشگری (توریسم) شوند. در سال ۲۰۱۶ حدود ۸۰۶ میلیارد دلار سرمایه در سراسر جهان جذب صنعت و بازار گردشگری (توریسم) شده است، در حالی که صنعت و بازار نفت و گاز در این سال ۶۸۰ میلیارد دلار سرمایه جذب کرده است (Azar and Khadivar, 2014). در اغلب کشورهای گردشگری پذیر، توسعه صنعت و بازار گردشگری (توریسم) به بهبود قابل توجه زیرساخت هایی مانند فرودگاه ها، راه ها، شبکه آب رسانی، انرژی، خدمات درمانی، شبکه های تلفن همراه، بهداشت، امنیت و ... منجر می شود و مردم بومی نیز مانند گردشگران از این پیشرفت ها سود خواهند برد (Ardestani, 2008). در حال حاضر بیش از ۲۹۲ میلیون نفر در سراسر جهان در بخش گردشگری (توریسم) مشغول کار هستند، یعنی از هر ۱۰ نفر شاغل در جهان امروز، یک نفر در بخش گردشگری (توریسم) شاغل است. در قاره آفریقا اشتغال مستقیم و غیرمستقیم در صنعت و بازار گردشگری (توریسم) از سال ۲۰۰۰ تا ۲۰۱۴ دو برابر شده است، به طوری که هم اکنون بیش از ۲۰ میلیون آفریقایی از این صنعت و بازار امرار معاش می کنند (Skidmore, 2006). هدف این مقاله بررسی نقش دولت در مدیریت تاثیر این بحران در صنعت گردشگری است. سوال اصلی مقاله حاضر است که دولت چگونه می تواند پیامدهای بحران کرونا را در صنعت گردشگری ایران مدیریت کند؟ روش این مقاله توصیفی تحلیلی است. روش جمع آوری داده ها نیز کتابخانه ای است.

رویکرد نظری

گردشگری از آغاز تا به حال تحولات زیادی را پشت سر گذاشته است. گردشگری مدرنیته با مفهوم تکنولوژی همراه بوده است. سیر تحولات مدرنیته و تکنولوژی در گردشگری در دو بعد عمل نموده است از یک سو انگیزه های گردشگران و جهت گیری و تنوع سفرها را سبب شده و از دیگر سو مقاصد گردشگری را برای جذب گردشگری به رقابت واداشته است. در هر حال گردشگری دارای ویژگی های خاص خود است. گردشگری کنش حاصل از روند مدرنیته است که تمایز با مفهوم جهانگردی دارد. پردازش به گردشگری در مفهوم تحولات مدرن و تکنولوژی می تواند راهکارهایی برای برنامه ریزی و توسعه گردشگری دانست. دیدگاه مورد استفاده در پژوهش اهمیت زیادی دارد؛ و برای گردشگری دیدگاه ساختاری در پیرامون گردشگری مورد بررسی قرار می گیرد (Williams, 2004).

گردشگران هر کدام با هدف خاصی به سیر و سفر می پردازند، بنابراین شناخت انگیزه گردشگران در بحث گردشگری (توریسم) مهم است: والن اسمیت^۱ شش نوع گردشگری (توریسم) را در طبقه بندی خود، به شرح زیر بیان می کند:

^۱ - Vallen Smith

- گردشگری (توریسم) قومی: در این نوع گردشگری (توریسم)، گردشگران به منظور مشاهده سبک زندگی افراد بومی و اقوام، سفر می‌کنند. فعالیت‌های متداول در چنین محل‌هایی شامل دیدار از منازل افراد (Rahimpour, 2005). بومی، حضور در جشن‌ها و شرکت در مراسم مذهبی آنهاست. هدف گردشگری (توریسم) قومی، شناخت اقوام مختلف و شرکت در تجربه‌های آنهاست.
 - گردشگری (توریسم) هنری: در این گردشگری (توریسم)، گردشگر دوست دارد تا هنرهای ملل و مردم دیگر را شناخته و با آنها آشنا شود. شناخت هنرهای دستی، آشنایی، دیدن و شنیدن موسیقی و حرکات موزون، تماشای تئاتر و نمایشنامه‌ها و فیلم‌های هنری، در زمره فعالیت‌های گردشگران در این نوع گردشگری (توریسم) است (Rahimpour, 2005).
 - گردشگری (توریسم) تاریخی: این دسته از گردشگران به بازدید از موزه‌ها، مسجدها، کلیساها و آثار تاریخی و بناهای باستانی می‌پردازند که یادآور شکوه و عظمت کشورهای باستانی مانند ایران، مصر و یونان است. در این نوع، گردشگران از اجرای نمایشنامه‌هایی که وقایع مهم دوران گذشته را بازسازی می‌کند استقبال خواهند کرد.
 - گردشگری (توریسم) مبتنی بر طبیعت یا طبیعت‌گرا: تاکید گردشگر طبیعت‌گرا بر جاذبه‌های طبیعی و محیطی است. هدف آن پناه بردن به آغوش طبیعت زیبا و تحسین جاذبه‌های طبیعی است. گردشگر طبیعت‌گرا علاقه‌مند به شگفتی‌های جهان هستی همچون آبشارها، جنگل‌ها، کوهستان‌ها، کویرها، صحراها و سایر جاذبه‌های طبیعی است. فعالیت‌های گردشگران طبیعت‌گرا شامل پیاده روی، عکسبرداری، کوهنوردی و اردو زدن در محیط‌های طبیعی و لذت بردن از جلوه‌های طبیعت است. مناطق شهری قابلیت زیادی برای توسعه این نوع گردشگری (توریسم) داشته و توسعه گردشگری (توریسم) مبتنی بر طبیعت شهری، می‌تواند در رشد و توسعه جوامع شهری نقش مهمی ایفا کند (Rahimnia et al., 2013).
 - گردشگری (توریسم) تفریحی و ورزشی: گردشگر تفریحی و ورزشی توجه خود را معطوف به شرکت در فعالیت‌های ورزشی، استفاده از چشمه‌های آب معدنی، حمام آفتاب و دیگر فعالیت‌های اجتماعی در یک محیط دلنشین و راحت می‌کند. مناطق مورد علاقه آنان به‌طور معمول سواحل دریا، پیست‌های اسکی، زمین‌های بازی و میدان‌های اسب‌دوانی است. گردشگر تفریحی مایل است تا زمانی را که در سفر سپری می‌کند، برای تمدید اعصاب و رفع خستگی و تفریح استفاده کند.
 - گردشگری (توریسم) مرتبط با کار: هدف این نوع گردشگری (توریسم) تفریح و یا استراحت نیست، بلکه انجام بخشی از حرفه و کار در مدت سفر است. مشخصه این گردشگری (توریسم) شرکت در کنفرانس‌ها، گردهمایی‌ها و سمینارهای علمی، تحقیقاتی و تخصصی است (Faraji, 2002: 54-53).
- توجه به گردشگری امروزه در اقتصاد جهانی به عنوان یک پارامتر بسیار مهم در امر پویایی اقتصاد محلی می‌باشد با جذب گردشگر در محیط می‌توان جریان درآمد و ایجاد اشتغال حاصل شود این در حالی است که امروزه تجدید ساختار اقتصادی در پی تقاضاهای فزاینده برای درآمد و اشتغال میل به مصرف محیط در قالب امر اقتصادی و

فرهنگی دارد. یکی از شیوه های مصرف محیط، گردشگری می باشد که عرضه محیط برای مصرف گردشگران به تبع درآمد و اشتغال ایجاد می نماید. (Briedenhan, 2004: 71). بنابراین توجه به گردشگری برای پویایی اقتصادی در مقیاس های محلی و کوچک اهمیت دارد. علاوه بر آن کنش های فرهنگی می توانند شکل دهنده یک شناخت و افزایش آگاهی پیرامون خود ارجاعی های فرهنگ بومی باشد.

پدیده گردشگری امروزه گستره جهانی یافته است که خود ناشی از توسعه نوآوری های تکنولوژی و گسترش همه جانبه سرمایه داری در عصر کنونی می باشد. این جریان ها (توسعه - اطلاعات و ...) با عواملی چون افزایش درآمد، اوقات فراغت، سطح رفاه و بهبود ارتباطات گردشگری را جلوه های دیگری بخشیده است و سبب شده است که گردشگری همان نقشی را ایفا کند، که انقلاب صنعت و بازاری در زمینه تحول اجتماعی ایفا نمود (Perdue Et al. 1990). گردشگری باعث جابجایی و پویایی انسان ها، فرهنگ ها و عقاید و ارزش ها را و در یک مختلف پدید آورده است. (Payli Yazdi and Saghaei, 2004: 25). گردشگری در اقتصاد صنعت و بازار برپایه تجارت آزاد قادر به تعدیل اقتصادی، مناطق مختلف می باشد.

آثار اقتصادی حاصل از فعالیت در توسعه منطقه ای، پیرامون افزایش فرصت های اقتصادی در زمینه اشتغال و توزیع درآمد و در سطوح طبقاتی (wearer, 2000: 257) به ایفای نقش می پردازد. ارزش حقیقی گردشگری در هر منطقه بستگی به فراوانی و کیفیت منابع گردشگری و تامین منابع انسانی برای اشتغال و ایجاد درآمد همراه با در پیش گرفتن مدیریتی کار آمد در صحنه فعالیت گردشگری دارد. بنابراین باید وضعیت گردشگری در مقیاس جهانی و در کشورها مورد بررسی قرار گیرد. در گردشگری میزان تأثیر آن را می توان در اقتصاد مشاهده کرده که مهمترین اثر توسعه این صنعت و بازار، ایجاد اشتغال است. گردشگری می تواند به کاهش بیکاری و کسب درآمد منتهی شود. بر اثر گردشگری شغل های متعددی نیز می تواند ایجاد گردد. در توسعه گردشگری در افزایش درآمدهای مالیاتی نیز تأثیر مستقیم دارد. بخشی از درآمدهای مالیاتی از مالیات بر شرکت ها و مالیات فروش اخذ می شود.

وقتی که شمار گردشگران افزایش یابد، قطعاً میزان فروش و به تبع آن درآمدهای مالیاتی نیز افزایش می یابد. با ورود گردشگر، تقاضا برای کالاهای بومی و تولیدی افزایش می یابد و گردشگر شخصاً وارد صنعت و بازار می شود، کالای خرد و ارز وارد می کند. لذا اقتصاد کشور میزبان، از درآمدهای فراوان مردم کشورهای غنی، منتفع می شود. بنابراین گردشگری بخشی از فعالیت های اقتصادی است که کمتر تحت تأثیر مسایل تجاری قرار می گیرد. اثرات اقتصادی گردشگری را می توان به سه دسته تقسیم کرد، اثرات اقتصادی مستقیم: تغییرات تولید مربوط به اثرات بی واسطه و تغییر در هزینه های گردشگری مانند افزایش در تعداد گردشگری در یک هتل که باعث افزایش تغییرات در افزایش درآمد آن هتل می شود، اثرات اقتصادی غیر مستقیم: تغییرات در افزایش تولید کالاها و فرآورده های صنایع و بخش های مرتبط اقتصادی آن جامعه مانند صنایعی که محصولات و خدمات را در یک هتل را تولید می کند (Sirgy & Cornwell, 2001).

والقایی: تغییرات در فعالیت هایی هستند که مخارج خانوار از درآمدی که به طور مستقیم یا غیرمستقیم به عنوان نتیجه ای از مخارج گردشگری بدست آید به آن منتج می شود، مانند فروشها، درآمد و مشاغل که از مخارج خانوار از

حقوق و دستمزد اضافی یا درآمد مالک نتیجه می شود، تقسیم کرد. از جمله کارکردهای اقتصادی گردشگری، نقش آفرینی جهت اشتغال‌زایی مستقیم فعالیت‌های خدمات گردشگری و غیر مستقیم و القایی بر روی سایر فعالیت‌های مرتبط با گردشگری در بخشهای صنعت و بازاری کشاورزی و یا سایر گونه‌های خدماتی آن منطقه است. ورود گردشگر به کشور موجب افزایش صادرات می شود، مبادلات و همکاری‌های بین‌المللی گسترش و افزایش می یابد، سرمایه‌گذاری در زمینه ایجاد تسهیلات، سبب جذب درآمدها از حوزه پس‌انداز و به جریان افتادن آن در سیستم اقتصادی کشور می شود از جمله عملکردهای مثبت این صنعت و بازار است (Development of urbanization, industry and tourism market in Iran: 225-226-227).

در دیدگاه جدید مدیریت گردشگری تغییر نگرش نسبت به نقش دو بخش دولتی و خصوصی در فرآیند توسعه جامعه مورد تأکید است. این نگرش که بر پایه نظریه جدید رشد اقتصادی قرار دارد، نقش اصلی دولت را در افزایش توان بخش خصوصی و نهادهای مردمی و نیز ایجاد تسهیلات برای فعالیت گسترده آنها در بخشهای مختلف جامعه می‌داند. در این زمینه دولت از طریق وضع قوانین و مقررات و ایجاد چهارچوب نهادی و مالی لازم برای توانمند ساختن بخش خصوصی و نهادهای مردمی زمینه نوآوری و خلاقیت را که لازمه توسعه اقتصادی شهری است فراهم می‌آورد. سابقه نظریه پردازان در مورد مدیریت و تصمیم‌گیری به عنوان عاملی اصلی و غالب در روند شهرسازی فراتر از قرن حاضر نمی‌رود. در این دیدگاه شهر نتیجه فرایند تصمیم‌گیری جزء به جزء و جمعی خانوارها، مؤسسات سرمایه‌گذاری، بانک‌ها، شهرداری‌ها، سازمان‌های قانونگذاری و بساز و بفروشهاست. از دیدگاه این گروه برنامه‌ریزی شهری، تصمیم‌گیری و شهرسازی به عنوان هنر مدیریت، بیشتر درگیر معیارهاست تا رفتارها (Hosseini, Golkuh & Habibi, 2015).

مدیریت شهری اولین بار زمانی مورد توجه واقع شد که در سال ۱۹۷۶ در کنار مفاهیمی چون برنامه توسعه پایدار شهری و پروژه شهر سالم در دستور کار یکی از برنامه‌های توسعه سازمان ملل^۱، با عنوان برنامه مدیریت شهری^۲ قرار گرفت. این برنامه که به منظور کمک به توسعه شهرهای جهان سوم مطرح شد مجموعه سیاستها و برنامه‌هایی است که برای شهرهای کشورهای در حال توسعه بخصوص شهرهای بزرگ ارائه می‌شود.

ساختار مدیریت شهری باید مبتنی بر اصولی باشد که در واقع پی و شالوده این ساختار را به وجود می‌آورند. این اصول را به ایجاز می‌توان چنین بر شمرد:

- ۱- اصل تربیت شهری و آموزش شهروندی
- ۲- اصل نظریاتی مداوم از شهروندان.
- ۳- اصل ضوابط مدون و منتشر شده برای آگاهی و راهنمایی شهروندان.
- ۴- اصل رعایت بعد زمان در اقدامات و اجرای امور.
۵. اصل جلب اعتماد بخش مردمی و بخش خصوصی.

¹ UNDP= United National Development Program

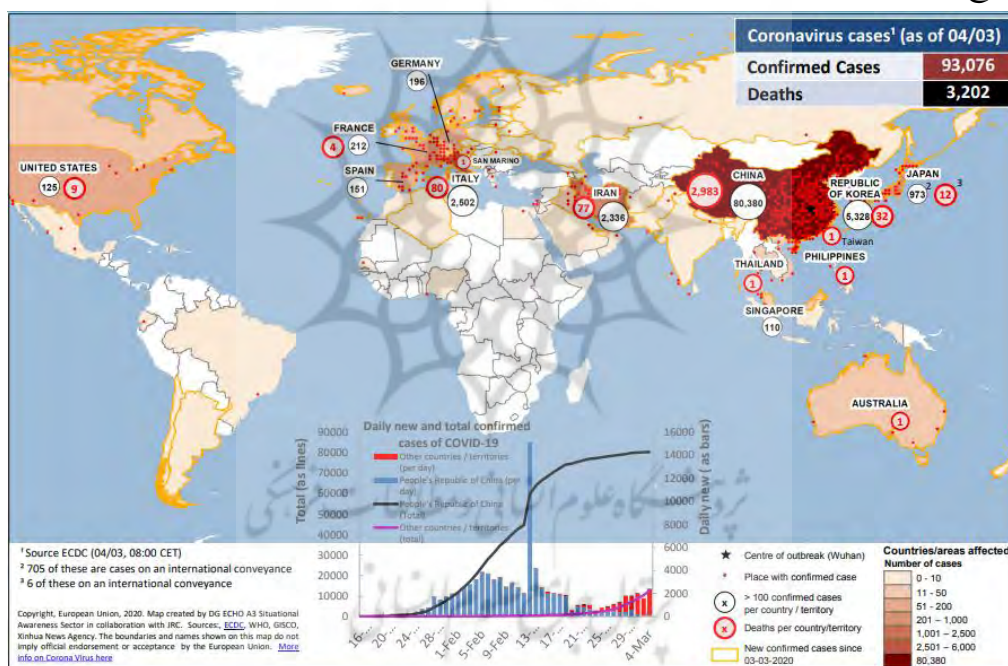
² UNP= Urban Management Planning

۶. اصل اختیار و مسئولیت.

۷. اصل بازبینی و تجدیدنظر در اقدامات انجام شده و پند آموزی از تجربیات گذشته (Nawabakhsh and Arjmand, 1996: 199-196).

محیط مورد مطالعه

کروناویروس‌ها^۱ خانواده بزرگی از ویروس‌ها و زیر مجموعه کروناویریده هستند که از ویروس سرماخوردگی معمولی تا عامل بیماری‌های شدیدتری همچون سارس، مرس و کووید ۱۹ را شامل می‌شود. کروناویروس‌ها در دهه ۱۹۶۰ کشف شدند و مطالعه بر روی آن‌ها به طور مداوم تا اواسط دهه ۱۹۸۰ ادامه داشت. این ویروس به طور طبیعی در پستانداران و پرندگان شیوع پیدا می‌کند، با این حال تاکنون هفت کروناویروس منتقل شده به انسان، کشف شده‌است. آخرین نوع آن‌ها، کروناویروس سندرم حاد تنفسی ۲^۲، در دسامبر ۲۰۱۹ در شهر ووهان چین با همه‌گیری در انسان شیوع پیدا کرد.



نقشه ۱: گسترده ویروس کرونا در جهان

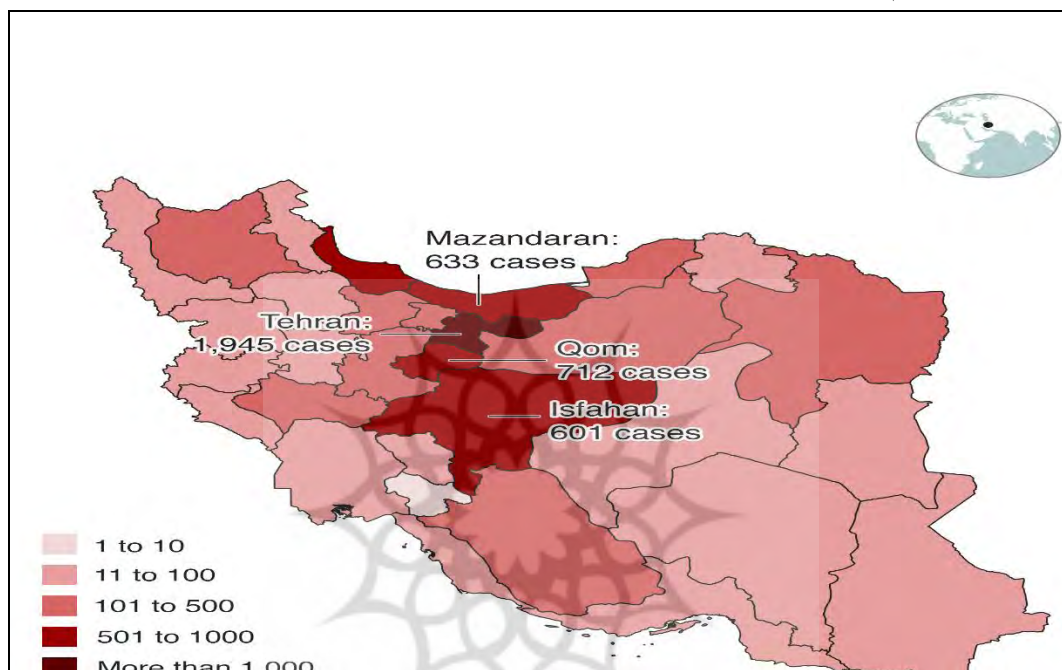
Source: (<https://reliefweb.int>)

در ایران، در تاریخ ۲۹ بهمن ۱۳۹۸، به دنبال فوت ۲ بیمار با عوارض تنفسی در بیمارستان کامکار قم، شایعاتی درباره مرگ این بیماران به علت کروناویروس شکل گرفت. اما دانشگاه علوم پزشکی قم با تکذیب شایعات مربوط به مبتلا بودن این دو بیمار فوت شده به کروناویروس، اعلام کرد که تاکنون هیچ گونه شواهدی تشخیصی مبنی بر ابتلا به بیماری کرونا دیده نشده‌است. در تاریخ ۳۰ بهمن اولین موارد از کروناویروس جدید در شهر قم از طریق روابط عمومی وزارت بهداشت گزارش شد. رئیس مرکز اطلاع رسانی و روابط عمومی وزارت بهداشت اعلام کرد که نتایج

^۱ . Coronaviruses

^۲ . SARS-CoV-2

آزمایش اولیه ۲ مورد از موارد مشکوک را از نظر ابتلا به کروناویروس، مثبت گزارش شده است. بیمارستان کامکار قم نیز بعنوان محل قرنطینه و مراجعه بیماران و موارد مشکوک به کرونا مشخص شد. در همین روز، رئیس دانشگاه علوم پزشکی قم اعلام کرد که در چهار روز گذشته شاهد گسترش بیماری‌های تنفسی در قم بودیم و طی این مدت ۲ نفر در یکی از بیمارستان‌های قم بر اثر بیماری تنفسی فوت کردند که امروز تست اولیه این دو فرد در مورد بیماری کرونا مثبت اعلام شد.



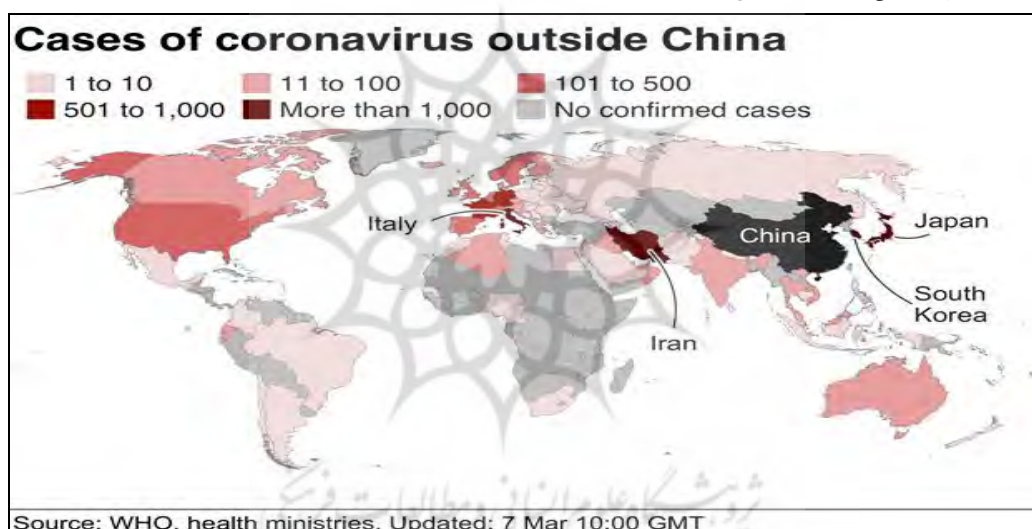
نقشه ۲: وضعیت بیماری کرونا در ایران

Source: (<https://reliefweb.int>)

به گفته روابط عمومی وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی ایران تا ظهر جمعه ۲۹ فروردین ۱۳۹۹، از ۳۱۹ هزار و ۸۷۹ آزمایش تشخیص کووید-۱۹ انجام شده در ایران، تعداد ۷۹ هزار و ۴۹۴ بیمار مبتلا شناسایی شده که از این تعداد ۴ هزار و ۹۵۸ نفر جان باخته‌اند و همچنین ۵۴ هزار و ۶۴ نفر از مبتلایان به این ویروس تاکنون بهبود یافته‌اند. طبق آمار رسمی، ایران پس از ایتالیا، اسپانیا، ایالات متحده آمریکا، فرانسه و بریتانیا بیشترین تعداد جان باختگان بر اثر ابتلا به کرونا را داشته‌است. این آمار تا تاریخ ۱۹ اسفند صرفاً بر مبنای موارد مثبت تست کرونا طبق استاندارد سازمان جهانی بهداشت و از این تاریخ بر مبنای عوارض بالینی سی تی اسکن ریه در کنار تست بوده است.

در ابتدای اسفند، پس از همه‌گیری کووید نوزده در ایران سعید نمکی وزیر بهداشت ایران گفت مراکز بهداشتی و درمانی نیز در کل کشور آماده‌باش هستند. در حالی که وزارت بهداشت پیشنهاد محدودیت موقت رفت‌وآمد به اماکن زیارتی و مذهبی قم را ارائه کرده بود، این امر از سوی مسئولین اماکن مذهبی قم اجرا نشد. به طوری که در دوم اسفند، کیانوش جهانپور، مسئول روابط عمومی وزارت بهداشت ایران، از محدود نشدن تجمعات در مراکز مذهبی از جمله زیارتگاه‌های استان قم انتقاد کرد. طی روزهای آتی بتدریج بسیاری از مکان‌ها و رخدادهای عمومی از

جمله مدارس، مراکز آموزش عالی و دانشگاه‌ها، اکران‌های سینمایی، کنسرت‌ها و نمایش‌های تئاتر، مسابقات و لیگ‌های ورزشی کشوری، تهران و سایر شهرها دیگر تعطیل شد و ساعت کاری ادارات دولتی در چندین استان کاهش یافت. عفونت‌زدایی بخش‌هایی از استان‌های تهران، قم و گیلان، راه‌اندازی بیش از ۵۶ آزمایشگاه برای تشخیص ویروس کرونا، تولید و انجام روزانه دست کم شش هزار آزمایش رایگان تشخیص برای بیماران بستری مشکوک به کرونا، از دیگر اقدامات دولت برای مقابله با شیوع این ویروس بود. در روز ۲۱ اسفند روحانی اعلام کرد که دولت مشکلات قرنطینه شهرها را بیش از فوایدش می‌داند و قصد قرنطینه هیچ شهری را فعلاً ندارد. در ۳ فروردین ماه ۱۳۹۹ رئیس مرکز روابط عمومی و اطلاع‌رسانی وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی اعلام کرد که «قرنطینه سطح سه‌علیه کرونا در حال اجراست» اما محدودیت‌های بیشتر مستلزم حکومت نظامی است که نه ممکن است و نه مطلوب. در ۲۳ فروردین طرح فاصله‌گذاری هوشمند به اجرا درآمده است و بخش عمده‌ای از اصناف با رعایت پروتکل‌های بهداشتی مجدداً فعال شدند.



نقشه ۳. وضعیت کرونا در ایران و سایر کشورها

Source: <https://www.who.int>

یافته‌ها

یکی از بخش‌های زیان‌دیده در پی شیوع ویروس کرونا در دنیا، صنعت گردشگری است. این مسئله به اندازه‌ای جدی می‌باشد که بسیاری از مرزهای زمینی و هوایی بر روی برخی از کشورها بسته، تعداد خیلی زیادی از موزه‌ها به صورت موقت تعطیل و حتی برگزاری مسابقات مختلف بین‌المللی و اروپایی همچون لیگ اروپا و مسابقات سری آ ایتالیا که گردشگران زیادی برای تماشای این مسابقات از نزدیک به استادیوم‌ها می‌روند به تاریخ دیگری موکول شده‌اند. اما موضوع مهم در این رابطه، تاثیر ویروس کرونا در صنعت گردشگری کشورها تا سال ۲۰۲۱ نیز می‌باشد که بسیاری از دولتمردان، کارشناسان گردشگری و کارکنان این حوزه را نگران کرده است. در فرودگاه فرانکفورت تاثیر گسترش ویروس کرونا بر صنعت گردشگری و حمل و نقل این کشور قابل مشاهده می‌باشد. به شکلی که در تعدادی از کشورها همچون ایتالیا، کره جنوبی، چین و ایران تعلیق پروازهای لوفت‌هانزا در دستور کار

قرار گرفته است و آمار مسافران روبه کاهش است. در حال حاضر، از نشانه‌های مشهود تاثیر شیوع ویروس کرونا بر صنعت گردشگری آلمان می‌توان به صف‌های کوتاه گیت‌های فرودگاه‌ها اشاره کرد. همچنین در این بین سخنگوی انجمن مسافرتی آلمان اعلام کرد که تمایل مسافران برای رزرو هتل و بلیت در سال جاری بسیار کم شده است. ناگفته نماند که بزرگترین گردهمایی صنعت گردشگری جهان که پیش از این قرار بود در تاریخ ۴ الی ۸ مارس در برلین آلمان برگزار شود، لغو شد (Ahmadi Etal., 2014).

ایتالیا، اولین کشور قاره سبز می‌باشد که با معضل کرونا دست و پنجه نرم می‌کند. در همین مورد برای مهار زودتر کرونا در ایتالیا، مقامات این کشور سعی کردند در همان ابتدا سفرها را به سمت شمال ایتالیا محدود کنند. میلان نیز از شهرهای توریستی و مهم ایتالیا به شمار می‌رود که ورودی‌های آن بسته و مراکز مهم گردشگری و فرهنگی آن همچون کاتدرال (کلیسای دومو) و اپراهاوس هم تعطیل شده‌اند. از طرفی بخش‌های شمالی این کشور که در بهار و تابستان پذیرای توریست‌های بسیار زیادی برای اسکی در کوهستان هستند هم به چالش کشیده شده‌اند و پیش‌بینی می‌شود که شاهد تعداد کمی از علاقه‌مندان باشیم.

دیگر شهر مهم و توریستی ایتالیا، ونیز نیز از اوایل سال ۲۰۲۰ با مشکلات زیادی مواجه شده است. این شهر که در هر خیابان از آن گردشگران زیادی قابل مشاهده هستند حال به یک منطقه‌ی بسیار آرام تبدیل شده است. خبرگزاری نیویورک تایمز نیز در این مورد اشاره کرد که در سه ماه گذشته، گردشگری ونیز با شرایط بسیار سختی مواجه شده است. در ابتدا سیل‌های متعدد و حال شیوع ویروس کرونا برای گردشگری این شهر دردسرساز شده است. همچنین با اعلام اتحادیه متشکل از هتلداران محلی «ونیز» ۵۰ درصد از سفرها به این شهر در هفته اخیر لغو شده‌اند. این درحالیست که ونیز تنها به صنعت گردشگری خود می‌بالد. با شیوع ویروس کرونا در اروپا، موزه لوور پاریس فرانسه نیز تا اطلاع ثانوی به تعطیلی کشیده شد. این درحالیست که در سال ۲۰۱۹ میلادی ۹,۶ میلیون نفر از این موزه دیدن کردند که در این بین سه چهارم آنها خارج از فرانسه بودند. درحالت عادی، محبوب‌ترین موزه دنیا روزانه میزبان ده‌ها هزار نفر از علاقه‌مندان و بازدیدکنندگان است. فرانسه، مقصد اصلی گردشگران چینی است به طوری که حدود ۲,۲ میلیون چینی هر سال به این کشور سفر می‌کنند.

در پی ترس جهانی از ویروس کرونا، گردشگری جهان وارد بحران عظیمی شده است که اثر ویروس کرونا کووید-۱۹ بر گردشگری جهان غیرقابل انکار است و پیش‌بینی‌های سران براساس تجارب قبلی شان با بحرانی مشابه مثل سارس و H1N1 که در آن زمان صنعت گردشگری توانسته بود پس از بحران‌هایی مانند سارس در سال ۲۰۰۳ و بحران اقتصادی سال ۲۰۰۹ بلافاصله روی پای خودش بایستد روبرو هستیم. در همین راستا، سازمان جهانی گردشگری^۱ فراخوانی برای چالش راه‌حل‌های شفافبخش راه‌اندازی کرده است که از طرف سازمان بهداشت جهانی^۲ هم حمایت می‌شود و در اصل فراخوانی برای دستیابی به مبتکرانه‌ترین استارت آپ‌ها، کارآفرینان و فناوری‌های موجود از سرتاسر دنیا است تا راه‌حلی برای کمتر کردن تاثیر کرونا در حوزه گردشگری جهان بر روی گردشگری

^۱ . UNWTO

^۲ . WHO

فراهم کنند و از عاشقان سفر، کسب و کارها و مقام‌های فعال در این بخش حمایت شود تا این بحران با کمترین آسیب‌ها به پایان برسد (Azar and Khadivar, 2014).

ویروس کرونا صنعت توریسم جهانی را دچار مشکل کرد از جمله هتل‌های زنجیره‌ای بزرگ و پلتفرم‌های دیجیتال مثل بوکینگ، ناوگان‌های حمل و نقل زمینی، ریلی و دریایی، هوایی، و اپراتورهای کروز و ... را وادار به لغو رزورها در کشورهای آسیایی کرد. اینها تنها تعداد کمی از ضربه‌های سخت به صنعت سفر هستند که دچار سریع‌ترین واکنش‌ها شدند مخصوصاً وقتی که این شیوع در سال جدید که یکی از پرترددترین فصل‌های سفر در آسیا مخصوصاً ایران که در بحران اقتصادی قرار داشته رخ داده است. ایام عید در ایران یکی از مهم‌ترین زمان‌ها (فصل پیک) برای کسب و کار عرصه گردشگری محسوب می‌شد زیرا به دلیل تعطیلات، بیشترین سفرها توسط گردشگران داخلی صورت می‌گرفت. سفرهایی که منجر به رزرو هتل‌های شهرهای مختلف در ایران از جمله مشهد، شیراز، کیش و ... می‌شد و میزان قابل توجهی از درآمد سالانه معمولاً در همین ۱۵ روز کسب می‌شد که با توجه به ادامه شیوع این ویروس برای بعد از تعطیلات عید احتمالاً برخی از فعالان این حوزه ورشکست خواهند شد.

انجمن بین‌المللی حمل و نقل هوایی^۱ برآورد کرد که امسال درآمد حمل و نقل هوایی جهان پنج درصد کاهش خواهد داشت که به معنی ۲۹,۳ میلیارد دلار کمتر (حدود ۲۷۰۰۰ میلیون یورو) است؛ بر اساس نظرسنجی اخیر انجمن سفرهای تجاری جهان از ۴۰۱ شرکت مسافرتی، ۶۵ درصد از آن‌ها دیدارها و برنامه‌های خود را به دلیل شیوع ویروس کرونا لغو کرده‌اند. درحالی که اوپک تقاضای جهانی نفت را ۱۹ درصد، ۱۰۰,۷۳ میلیون بشکه کمتر کرده است. سقوط بازار سهام هم در این روزها مشاهده شده است که بر خطوط هوایی اصلی، اپراتورها و هتل‌های آمریکایی، اروپایی و آسیایی تاثیر داشته است.

یکی از بدترین موارد متعلق به بیمه گذار زوریچ اسپانیا است که همه‌ی سفرهای ۲۰۰۰ عضو را در داخل و خارج از اسپانیا لغو کرد و آنها را که در سفر هستند، وادار به بازگشت کرد. همچنین در اروپا، طرح پیشنهادی لوفت هانزا دوام آورده است که به کارکنان پیشنهاد مرخصی بدون حقوق را داد تا با اثرات منفی لغو پروازها به چین که ۱۳ هواپیما را به زمین نشاند است، مقابله کند. کمپانی‌های دیگر مثل BBVA سفر کارمندان به چهار منطقه‌ی درگیر شامل ژاپن، ایران، کره جنوبی، سنگاپور و چین را لغو کرد. بانک دویچه همه سفرهایش به ایتالیا را کنسل کرد. همچنین لغو بسیاری از گردهمایی‌های مهم نظیر بزرگ‌ترین نمایشگاه صنعت گردشگری جهان در برلین شده و دیگر رویدادها در صنعت گردشگری نظیر تعطیلی موزه لوور و لغو پروازها را رقم زده است. این اتفاقات ناگوار برای گردشگری، محدود به اروپا و استرالیا نمی‌شود. در خاورمیانه و در عربستان هم کرونا شرایط خاصی ایجاد کرده و بسیاری از مراکز شلوغ و پرتردد این کشور تعطیل شده است. بحث‌هایی در رابطه با تعطیلی مهم‌ترین و مقدس‌ترین مرکز مسلمانان یعنی کعبه و خانه خدا در شهر مکه نیز مطرح شده است. در هفته‌های پیش عربستان حج

^۱. IATA

عمره را تعطیل کرد و اجازه ورود به زائران خانه خدا را نداد. ایتالیا مهد فرهنگ و هنر اروپا، این روزها تبدیل به کانون اصلی کرونا در قاره سبز شده است. سهم ایتالیا در اقتصاد گردشگری دنیا حدود ۱۳ درصد است و مشاغل زیادی در این کشور وابسته به گردشگری هستند. شیوع کرونا در ایتالیا باعث لغو شدن تمام برنامه‌های فرهنگی، ورزشی و هنری این کشور شده ضمن اینکه ۹۰ درصد تورهای گردشگری به مقصد ایتالیا لغو شده است. همچنین بسیاری از هتل‌های این کشور تعطیل شدند و باقی آنان در آستانه تعطیلی قرار دارند.

مهم‌ترین موزه دنیا در پاریس یعنی موزه لوور هم تعطیل شده و فرانسه تمهیدات ویژه‌ای برای جلوگیری از شیوع کرونا در نظر گرفته است. پاریس دیگر مراکز گردشگری خود را تعطیل کرده و در ورودی‌های کشور سخت‌گیری‌های بسیاری انجام می‌دهند. طبق پیش‌بینی اتحادیه اروپا، کرونا خسارتی حدود یک میلیارد یورویی به کشورهای عضو این اتحادیه وارد کرده است. با احتساب این آمار و شیوع گسترده این ویروس جدید، صنعت گردشگری در کل دنیا فلج شده است. کشورهای گردشگر فرصت و گردشگر پذیر همگی درگیر کرونا هستند و تا آخر این بحران مشخص نیست کرونا چند میلیارد دلار به گردشگری آسیب خواهد زد. ۵۰ میلیون شغل را در صنعت گردشگری و مسافرت در سطح جهان از بین ببرد. اهریمن اجتماعی مسافرت؛ اهانتم مبالغه آمیز و اشتباه رسانه؛ فجایع اقلیمی؛ مالیات مناطق؛ ورشکستگی خطوط هوایی و اپراتورها؛ و بی‌ثباتی سیاسی و رکود اقتصادی بازارهای بزرگ - که نمایانگر کاهش جهانی تجارتهای گردشگری در آینده نزدیک خواهد بود. همه‌گیری جهانی ویروس کرونا کوید ۱۹ در این میان آژانس‌های گردشگری و هتلداران بیشترین ضرر را از نظر تاثیر کرونا ویروس بر صنعت گردشگری دیده‌اند و حداقل ماه‌ها یا حتی یکسال طول خواهد کشید که دوباره صنعت گردشگری داخلی و خارجی کشورها شروع به فعالیت کنند یکسری از تاثیرات عبارت است از زنگ خطر سلامت جهانی؛ کمبود هواپیما در پی بحران بوئینگ ماکس (Ardestani, 2008).

نهاد گردشگری ملل متحد در گزارشی اعلام کرد به نظر می‌رسد گردشگری و مسافرت بین‌المللی به خاطر ویروس کرونا ۲۰ تا ۳۰ درصد کاهش یابد. این نهاد جهانی در مورد کاهش شدید مسافرت‌ها و زیان شهرهای توریستی در جهان هشدار داده است. سازمان بین‌المللی گردشگری اعلام کرده این میزان کاهش در مسافرت‌ها باعث ضرر و زیان ۴۰۰ تا ۵۰۰ میلیارد دلاری برای کشورها و شرکت‌های فعال در زمینه گردشگری خواهد شد. بسیاری از کشورهای پذیرنده گردشگر هستند اکنون به خاطر شیوع ویروس کرونا در قرنطینه به سر می‌برند. کارشناسان معتقدند که این تاثیر تا سال ۲۰۲۱ ادامه پیدا خواهد کرد. چراکه هر روز تعداد پروازهای کنسل شده، نه تنها در چین بلکه در کل قاره آسیا، بیشتر و بیشتر می‌شود و خیلی از مردم دنیا با این دردسر مواجه شده‌اند که اگر همین حالا نیاز به سفر به یک کشور دیگر پیدا کنند، باید چه کار کنند و چگونه باید از یک سفر مهم و ضروری خود صرف نظر کنند.

تفاهک دیگری که افتاده این است که خیلی از توریستان سراسر دنیا پروازهای ماه‌های آینده شان به کشورهای حوزه جنوب شرقی آسیا را کنسل کرده‌اند و از ترس اینکه تا آن موقع کرونا ویروس مهار نشود، برنامه سفر خود را لغو کرده‌اند. در واقع همه مردم دنیا ترسیده‌اند که بخواهند در جایی در نزدیکی چین حضور داشته باشند و ترجیح

می‌دهند تا جای ممکن از آن دوری کنند. احتمالاً تا چندین ماه دیگر هیچ کسی به مقاصد گردشگری مثل مالدیو، جنوب آفریقا و استرالیا سفر نکند! کارشناسان تخمین زده اند که تاثیر کرونا ویروس تقریباً تا ۶ تا ۱۲ ماه دیگر در صنعت گردشگری دیده شود و ممکن است که در این زمان، یک سری از کمپانی‌های بزرگ گردشگری بین ۲۵ میلیون تا ۵۰ میلیون دلار خسارت بدهند. شرایط آب و هوایی شمال آسیا به گونه است که شما در هر زمانی از سال می‌توانید به آن سفر کنید. اما بحث حوزه جنوب شرقی آسیا کاملاً متفاوت است. در واقع همین زمانی که کرونا ویروس شایع شده است، فصل توریستی کشورهای حوزه جنوب شرقی آسیا است که کلاً بحث سفر به این کشورها کنسل شده است. از اردیبهشت به بعد هم که کم بارش باران در این قسمت از آسیا بیشتر می‌شود و با این حساب می‌توان گفت که عملاً این کشورها فرصت جذب توریست را امسال از دست داده اند و خیلی از توریستانی که قصد سفر به کشورهای جنوب شرقی آسیا را داشته اند، تا سال دیگر منتظر می‌مانند و تا چند ماه آینده، حتی اگر کرونا ویروس رفع شود، عزم سفر نمی‌کنند! به هر حال این طور که پیش می‌رود، احتمالاً ۹ ماه تا ۱۲ ماه طول بکشد تا تاثیر کرونا ویروس بر صنعت گردشگری کم کم از بین برود و صنعت گردشگری بتواند به روال عادی خود برگردد (Skidmore, 2006).

سازمان جهانی گردشگری دو روز پیش دومین ارزیابی‌های خود از بازار گردشگری جهان در سال ۲۰۲۰ را ارائه داد. در گزارش جدید این سازمان باتوجه به ایجاد اختلال در سفر و تجارت تحت تاثیر کرونا، آمار ورود گردشگران بین المللی و درآمد حاصل از گردشگری با کاهش چشمگیری مواجه شده است. این سازمان حدود دو ماه پیش با انتشار اولین پیش بینی خود از بازار توریسم ۲۰۲۰ با اعلام آمار گردشگران بین المللی در سال ۲۰۱۹، میزان رشد گردشگران بین المللی در سال ۲۰۲۰ را بین ۳ تا ۴ درصد برآورد کرده بود؛ اما اکنون باتوجه به اپیدمی کرونا در سراسر جهان با تغییر پیش بینی خود میزان ورود گردشگران بین المللی را با کاهش ۱ تا ۳ درصدی ارزیابی کرده است؛ به طوری که تاکنون بازار گردشگری جهانی طی دو ماه اول با خسارت‌هایی بین ۳۰ تا ۵۰ میلیارد دلار مواجه شده است. پیش تر سازمان جهانی گردشگری برای سال ۲۰۲۰ بیشترین میزان رشد را برای آسیا و اقیانوسیه و خاورمیانه بین ۵ تا ۶ درصد در نظر گرفته بود؛ اما اکنون در ارزیابی‌های اولیه سال ۲۰۲۰ افت ۹ تا ۱۲ درصدی را برای این مناطق برآورد کرده است. اگرچه تخمین میزان خسارت در مناطق گردشگری بسیار زود است؛ اما این سازمان احتمال کاهش میزان درآمد گردشگری در سراسر جهان را تخمین می‌زند.

در همین راستا این سازمان خواستار حمایت مالی و سیاست گذاری کلان و ایجاد برنامه‌هایی برای بازیابی و اقدامات گسترده به منظور بهبود بازار گردشگری و اقتصاد آسیب دیده است. تعهدات سیاستی و مالی و بهبود اقتصادی و اجتماعی باتوجه به انعطاف پذیر بودن توریسم امکان بازیابی این صنعت را بسیار حائز اهمیت قرار می‌دهد. در همین راستا سازمان جهانی گردشگری به عنوان یکی از بخش‌های سازمان ملل متحد در حوزه گردشگری و توسعه پایدار آمادگی خود را برای ارائه راهنمایی و حمایت از اقدامات بهبودی اعضای خود، بخش گردشگری خصوصی و دولتی کشورها از جمله سازمان دهی رویدادها و نمایشگاه‌های بین المللی اعلام کرده است.

به گزارش «دنیای اقتصاد» تاثیر منفی شیوع ویروس کرونا محدود به چین و جنوب شرق آسیا نخواهد بود و اکنون تمام جهان تحت تاثیر این اپیدمی قرار گرفته اند. بسیاری از مقاصد اصلی گردشگری جهان با شیوع ویروس کرونا ابتدا در چین و جنوب شرقی آسیا و سپس در سراسر جهان با کاهش ناگهانی ورود گردشگران مواجه شده و خسارت‌های بسیاری بر این صنعت وارد شده است و رکود اقتصادی ناشی از بازار گردشگری ضربه سهمگینی بر کل اقتصاد جهانی وارد خواهد کرد (Amirnejad, 2009).

با افزایش روند شیوع کرونا در سراسر جهان آژانس‌های مسافرتی و هتل‌ها با رکود اقتصادی بسیاری مواجه شده اند که ماه‌ها و حتی تا یک سال ادامه خواهد داشت و تاثیرات بلندمدتی بر بازار توریسم خواهد گذاشت و پیش بینی برخی کارشناسان بیان کننده ادامه این روند نزولی تا سال ۲۰۲۱ است. سفرهایی که از ابتدای سال ۲۰۲۰ به مقاصد جنوب شرقی آسیا برای ماه‌های فوریه و مارس لغو شده بود، اکنون به لغو شدن سفرها در سراسر جهان منجر شده است. تاثیر این ویروس بر صنعت هتلداری بین ۶ تا ۱۲ ماه خواهد بود و ۳ تا ۶ ماه این صنعت تحت تاثیر شدید اپیدمی ویروس کرونا خواهد بود و ۳ تا ۶ ماه نیز زمانی برای بهبود یافتن وقایع گذشته ناشی از این ویروس لازم است. در دهه‌های اخیر بازار توریسم یک عامل مهم در توسعه پایدار، رشد اقتصادی، اشتغال و ایجاد تفاهم نامه‌های بین المللی محسوب می‌شود که شیوع ویروس کووید ۱۹ در کل زنجیره گردشگری تاثیرگذار خواهد بود؛ زیرا حدود ۸۰ درصد این بازار را شرکت‌های کوچک و متوسط تشکیل می‌دهند و معیشت میلیون‌ها نفر در سراسر جهان به ویژه در جوامع آسیب پذیر متکی بر توریسم است.

شیوع ویروس کرونا در چین منجر به لغو و به تعلیق درآمدن تورهای گردشگری از چین و سراسر دنیا در پی اعلام وضعیت اضطراری از سوی سازمان بهداشت جهانی شده است. همچنین محدودیت‌های پرواز و سفر منجر به خالی شدن بخش اعظم گردشگری‌ترین مقاصد جهان همچون انگکور در کامبوج و کاخ بزرگ در بانکوک و کاخ امپراتور توکیو شده است. به گزارش شرکت مسافرتی فورواردکیز، رزرو هتل‌ها و بلیت‌ها برای تعطیلات سال نو چینی‌ها در سال ۲۰۲۰ نسبت به سال ۲۰۱۹ حدود ۷/۳ درصد افزایش یافته بود؛ اما پس از ایجاد محدودیت‌های مسافرتی با کاهش ناگهانی ۶/۸ درصدی مواجه شد. گردشگران چینی در تایلند که حدود ۳۰ درصد از گردشگران خارجی را به خود اختصاص می‌دهند حدود ۱/۲ تا ۱/۳ میلیون نفر سفر خود به این کشور را در ماه‌های فوریه و مارس لغو کرده اند.

همچنین ۸۰ درصد از پروازهای رزرو شده از چین به تایلند بین ماه‌های فوریه تا آوریل لغو شده است. در نتیجه این کاهش گردشگران چینی، بسیاری از مشاغل گردشگری در مقاصد مهمی چون بانکوک، پوکت، چیانگ مای و پاتایا تغییرات بسیاری یافته و برخی از آنها به طور کامل تعطیل شدند. بنا بر اعلام مقامات تایلندی با شیوع ویروس کرونا تایلند بیش از ۳ میلیارد دلار ضرر کرده است. در ژاپن گردشگران چینی به عنوان بزرگ ترین منبع بازار گردشگری خارجی با ۹/۶ میلیون نفر ۲۷ درصد از توریست‌های خارجی را به خود اختصاص می‌دهند و یک سوم از هزینه‌های توریست‌های بین المللی این کشور حدود ۳۸ درصد با مبلغ ۱۵/۶ میلیارد دلار را تامین می‌کردند؛ اما

شیوع ویروس کرونا منجر به کاهش چشمگیر گردشگران چینی به این کشور شد و بسیاری از آژانس‌های مسافرتی پکیج‌های مسافران چینی را تا مارس لغو کردند. همچنین با تغییر زمان المپیک ۲۰۲۰، المپیک توکیو نیز به احتمال زیاد در اواخر پاییز و ابتدای زمستان پیش از سال نو برگزار خواهد شد.

فقدان گردشگران چینی در دیگر نقاط دنیا همچون اروپا و قاره آمریکا تاثیرگذار بوده است و در آمریکای شمالی سفر گردشگران چینی حدود ۲۲/۵ درصد کاهش یافته است. فرانسه که سالانه ۲ میلیون توریست چینی به این کشور سفر می‌کرد دچار خسارت‌های بسیاری شده و در سه ماه اول سال ۲۰۲۰ با حداقل ۳۳ درصد کاهش همراه خواهد بود. بازار گردشگری ایتالیا نیز بعد از شیوع کرونا بدترین بحران در تاریخ اخیر این کشور را تجربه می‌کند و حتی حادثه ۱۱ سپتامبر نیز تا این حد این صنعت را تحت تاثیر قرار نداده بود. این ویروس شهرهای اصلی گردشگرپذیر این کشور همچون فلورانس، ونیز و رم را مورد هدف قرار داده است. بنابر اعلام فدراسیون گردشگری ایتالیا بیش از ۹۰ درصد رزرو هتل‌ها و آژانس‌های مسافرتی برای ماه مارس لغو شده است. قرنطینه‌ی مردم شهرهای آلوده به این ویروس و کنترل رفت آمد شهروندان این شهرها به شهرهای یکی دیگر از راهکارهایی است که سازمان جهانی بهداشت توصیه کرده است و این اقدام برای کانون اصلی ویروس یعنی کشور چین به شدت موثر بوده است. بنا به اظهارات مقام‌ها و مسئولان شهرها تقریباً همه استان‌ها اعلام کرده اند که حاضر به پذیرش مسافران نوروزی نخواهند بود هر چند که راهکاری برای مقابله جدی با سفر ارائه نشده است. از مناطق شمالی کشور، استان مازندران اولین استانی بود که از اواسط اسفند ۹۸ به صورت رسمی اعلام کرد ورودی‌های شهر را به روی مسافران خواهد بست. علی‌الخصوص که پس از اعلام تعطیلی مدارس تا آخر سال، موج مسافرانی که به شمال روانه شدند اوج گرفت که باعث شد استان مازندران برای جلوگیری از ورود مسافران از نیروی انتظامی و پلیس برای اجرای این حکم کمک بگیرد. به غیر از مازندران استان‌های گیلان، خراسان رضوی، چهارمحال بختیاری و کهگیلویه و بویر احمد، اصفهان، شیراز، کرمانشاه، یزد، ایلام، اردبیل و هرمزگان نیز اعلام کرده اند که از ورود افراد غیر بومی و خودروها با پلاک دیگر شهرها جلوگیری می‌کنند و حاضر به پذیرش هیچ مسافری نمی‌باشند. هرچند ممنوعیت سفر داخلی سراسری نمی‌باشد و در همه‌ی شهرها این محدودیت به درستی اعمال نمی‌شود ولی تقریباً همه‌ی مسئولان استان‌ها اعلام کرده اند که در ایام نوروز هتل‌ها و مسافرخانه‌ها تعطیل می‌باشد و خانه‌های شخصی نیز به مسافران اجازه داده نمی‌شود. در پی تصمیم شواری عالی سلامت جزیره‌ی کیش و نامه مدیر عامل منطقه آزاد کیش به وزارت راه و شهر سازی برای اعمال محدودیت سفر به جزیره کیش موافقت کرد و دستور منع فروش تور و بلیط هواپیما برای کیش را صادر نمود که نتیجتاً تور کیش هم کنسل شد (Fateh Elahi, 2007).

شهر مقدس مشهد که یکی از شهرهای زیارتی اصلی کشورمان به حساب می‌آید و دائماً در طول سال میزبان مسافرین خود است و جزء مقاصد گردشگری شلوغ کشورمان است، برای جلوگیری از گسترش ویروس در شهر مشهد تعداد پروازهای آن کم شده و دستور منع فروش تور مشهد و بلیط هواپیما برای مشهد مقدس صادر شده است. شرایط فوق در ایران باعث متوقف شدن حرکت قطارها در کشور و لغو پروازهای داخلی و خارجی بسیاری شد و لغو

شدن سفرها سردرگمی‌های زیادی را برای مسافری و دست اندرکاران صنعت گردشگری ایران بوجود آورده است و آنها را در شرایط بغرنج قرار داده است. مهمترین بخش آن مربوط به استرداد هزینه بلیط هواپیما و قطار برای رزرو تورها و هتل است. که در همین راستا کلیه ایرلاین‌ها و شرکت‌های ریلی بنا به شرایط ایجاد شده و طبق قوانین و بخشنامه‌ها میبایست مسافری بدون جریمه سفرهای خود را کنسل کنند. با این وجود در حال حاضر بازار گردشگری ایران به کما رفته است چون از طرفی گردشگرانی که قصد سفر داخلی را داشته‌اند سفرهای خود را لغو کردند و از سوی دیگر مسافران خارجی که قصد سفر به ایران را داشتند نیز سفرهای خود را به حالت تعلیق در آوردند. به همین دلیل فعالان حوزه و بازار گردشگری با سکتة سفرهای ورودی به کشور و سفرهای داخلی مواجه هستند. این اتفاق بعد از افزایش قیمت بنزین و ماجرای سقوط هواپیما اتفاق افتاده و با این وضعیت صاحبان آژانس‌های مسافرتی سفرهای نوروز ۹۹ را در حجم بسیار پایین (نزدیک به صفر) ارزیابی می‌کنند.

این روزها بازار گردشگری ایران در یک وضعیت فوق‌العاده به سر می‌برد و با شیوع ویروس مهلک کرونا، بسیاری از فعالان این حوزه با مشکلات مختلفی مواجه شده‌اند، به حدی که اغلب دفاتر مسافرتی از کاهش میزان فروش بلیت‌ها و تعطیلی تورهای مسافرتی معترض هستند. در این بین برخی از کشورها از جمله ترکیه به بستن مرزهای خود اقدام کرده‌اند و از ورود گردشگران ایرانی به کشور خود ممانعت می‌کنند. همین امر همچنین باعث شده بسیاری از تورهای مسافرتی داخلی برای گردشگران ایرانی حتی در ایام تعطیلات نوروز لغو شود. بیش از ۵۰ نفر از فعالان بازار گردشگری در جلسه‌ای حاضر شدند تا راهکاری برای این مشکلات پیدا کنند. آنها از کنسلی بیش از اندازه سفرها به علت لغو پروازها متضرر شده‌اند و در حال حاضر نیز باید پول مسافران را به آنها بازگردانند. از طرفی به علت اینکه در کشورهای خارجی برای همین مسافران اقامتگاه‌هایی را رزرو کرده‌اند با این اتفاق از نظر اقتصادی به شدت متضرر خواهند شد، چون قوانین کنسلی اجازه لغو بدون جریمه عرف را نمی‌دهد. از سوی دیگر فعالان عرصه گردشگری عنوان کردند که ایام عید یکی از مهم‌ترین زمان‌ها (فصل پیک) برای کسب و کارشان محسوب می‌شود زیرا به دلیل تعطیلات بیشترین سفرها توسط گردشگران داخلی صورت می‌گیرد و میزان قابل توجهی از درآمد سالانه‌شان در همین ۱۵ روز کسب می‌شود و اگر شیوع این ویروس برای بعد از تعطیلات عید همچنان ادامه داشته باشد احتمالاً برخی از فعالان این حوزه ورشکست خواهند شد. در حال حاضر اغلب سفرهای داخلی لغو شده است؛ به طوری که براساس آمار یکی از مدیران دفاتر مسافرتی تورهای مشهد به علت ترس از ابتلا و گسترش کرونا کنسل و موجب شده تا همه هتل‌های این شهر بدون مسافر باشند همچنین در شهر قم نیز در حال حاضر حتی یک مسافر در هتل‌ها اقامت ندارد. به گزارش «دنیای اقتصاد» در جلسه‌ای که در شورای عالی هوایی کشور که به منظور بررسی بحران کرونا و وضعیت گردشگری کشور تشکیل شده بود تصویب شد که تمامی هواپیماهای ورودی و خروجی پس از پیاده کردن مسافران کاملاً ضد عفونی شوند و تمامی مسافران و گردشگرانی که قصد خروج از کشور را دارند، باید پیش از سفر کارت سلامت دریافت کنند که برای صدور کارت سلامت به گردشگران قرار است در تمامی فرودگاه‌ها یک اتاق برای معاینه و یکی برای قرنطینه تعبیه شود. ایران تحت تحریم‌های شدید

آمریکا به سر می برد، و به درآمد حاصل از گردشگری نیاز دارد. با این حال، شیوع ویروس کرونا ضربه شدیدی بر این صنعت وارد ساخته است. کرونا باعث لغو مراسم و جشن های نوروزی در ایران شد، زمانی که باید اوج رونق گردشگری در آن کشور باشد. دولت دستور داده آژانس های مسافرتی تمام تورها و بلیت های صادر شده را لغو و مبلغ را به مشتریان مسترد نمایند. بسیاری از شرکت های مرتبط با صنعت گردشگری و سایت های رزرو هتل مجبور به تعدیل نیرو شده اند. به دلیل شرایط ایجاد شده شرکت های گردشگری و مسافرتی مجبور به تعدیل ۸۰ درصدی نیروهایشان شده اند چرا که صنعت گردشگری در ایران در عمل با بن بست مواجه شده است. این در حالی است که هدف دولت روحانی جذب ۲۰ میلیون گردشگر سالانه تا سال ۲۰۲۵ میلادی بود تا کمبودهای ناشی از تحریم امریکا جبران شود.

نقش دولت در مدیریت تاثیر بحران کرونا بر گردشگری

بحران گردشگری در حقیقت به صورت هرگونه رخدادی که عملکرد طبیعی مقصد را تهدید کند و انجام کسب و کار مرتبط با گردشگری را مختل کند یا تهدیدی برای ایمنی گردشگران باشد، تعریف می شود. محققان در این خصوص معتقدند که واژه بحران در صنعت گردشگری به هر حادثه ای اشاره دارد که باعث ایجاد شرایط اضطرار ناگهانی شود. یک طبقه بندی جالب توجه از بحران های گردشگری وجود دارد. برخی محققان سه نوع بحران را معرفی می کنند؛ نخست بحران های ناگهانی که در واقع آن قدر سریع اتفاق می افتد که بدون علائم هشداردهنده و یا نشانه های اندک اتفاق می افتد و فرصت هیچ برنامه ریزی برای مقابله با آن وجود ندارد. بحران های پدیدار شده شکل دیگری از بحران ها گردشگری هستند که در واقع سرعت وقوع آنها آهسته تر از گروه قبلی است و تا حدودی توانایی اقدامات لازم برای محدود کردن آثار مخرب آن وجود دارد. بحران های ثابت نیز ممکن است هفته ها، ماه ها یا سال ها زمان برای وقوع آنها نیاز باشد. یک طبقه بندی دیگر نیز به عامل انسانی اشاره می کنند و در واقع سه نوع بحران را معرفی می کنند که شامل «بدون دخالت انسان»، «با دخالت غیرمستقیم انسان» و «با دخالت مستقیم انسان» می شود. طبقه بندی دیگری نیز برای بحران های صنعت گردشگری تاکید می کند بحران هایی که صنعت گردشگری را تهدید می کنند یا طبیعی هستند مانند سونامی، زلزله، توفان و از این دست؛ یا انسان ساخت هستند مانند سقوط هواپیما، حملات تروریستی، جنگ و امثال اینها (Mirzaei, 2009).

برخی دیگر از محققان نیز دسته بندی دیگری از بحران های گردشگری ارائه داده اند. ایشان چهار دسته از عوامل خطرزا را برای صنعت گردشگری معرفی می کنند؛ تروریسم، جنگ و بی ثباتی سیاسی، اپیدمی بیماری و جنایت و بزهکاری. بحران ها می توانند در سطوح مختلف به وقوع بپیوندند. بسیاری از وقایع محلی و نادر مانند بمب گذاری و آدم ربایی نیز می توانند برای سال ها بر یک مقصد یا حتی کل کشور تاثیر بگذارند. بلایایی مانند گردبادها یا سونامی، مناطق فراوانی را تحت تاثیر قرار می دهند. برخی حوادث محلی یا ملی می توانند کل صنعت گردشگری را برای مدت های مدیدی تحت تاثیر قرار دهند. بیماری های فراوانی، به ویژه بیماری های مسری و قابل انتقال از راه هوا نیز می توانند بر گردشگری اثر بگذارند.

در روزهای اخیر تصمیمات بسیار موثری از دولت جهت حمایت از مشاغل و خانوارها اتخاذ شده که لازم است هر چه سریعتر عملیاتی شود. در شرائطی که بسیاری از کشورهای مدعی حمایت از مردم قادر نیستند هزینه‌های هنگفت تشخیص و درمان این بیماری تامین کنند، از افتخارات نظام جمهوری اسلامی ایران آن است که نه تنها هزینه‌های درمانی را تقبل کرده، بلکه سیاست‌های حمایتی خوبی را برای اقشار مختلف مردم دنبال می‌کند. با این حال تذکر دو نکته لازم به نظر می‌رسد: نکته اول با توجه به هزینه‌های سنگین برای دولت، لازم است تنها نیازمندان مشمول سیاست‌های حمایتی قرار گیرند. باید یک نگاه جامعی به اقشار و اصناف آسیب دیده وجود داشته باشد تا در چنین شرائطی از آلامشان کاسته شود. اولین قدم برای مواجهه با این بحران، بررسی دقیق و سریع وضعیت اقتصادی موجود و برآورد آسیب‌های ناشی میزان خسارت بوجود آمده برای مقابله با آن است. تا زمانی که شناخت درستی از میزان خسارت و بخش‌های اقتصادی که در مواجهه با این ویروس دچار اختلال شده‌اند، وجود نداشته باشد، تصمیم‌گیری و اتخاذ سیاست‌های اقتصادی بعدی هم چندان مفید نخواهد بود. لازم است تا هرچه سریعتر کمیته‌ای اقتصادی برای این منظور از طرف مراجع قانونی تشکیل شود. این کمیته باید در سطح ملی و استانی این قبیل آسیب‌ها شناسایی کند. بدیهی است که در چنین شرائطی توقع می‌رود برای برون‌رفت از مشکلات در کوتاه‌مدت سیاست‌های حمایتی مانند معافیت‌های مالیاتی و یا تعویق بدهی‌های بانکی و هزینه‌های بیمه‌ای و غیره از طرف دولت اتخاذ شود. همچنین اقشاری که هیچ درآمدی به غیر از درآمدهای حاصل از کار روزانه نداشتند لازم است به آنها پرداختی بلاعوض برای چند ماه صورت گیرد. این امور اگر چه تا حدودی دنبال می‌شود، اما تحقق کامل این حمایت‌ها امری ضروری است.

شیوع این بیماری هزینه‌های غیرقابل انکاری را به دولت تحمیل می‌کند. یکی از مسائلی که در این شرایط، نیاز بدان دو چندان احساس می‌شود توجه هرچه بیشتر به جلوگیری از هزینه‌های غیر ضروری دولت است. مدیریت هزینه‌ها و صرف کردن ثروت و سرمایه در جای صحیح آن، یکی از نیازهای اساسی دولت در چنین شرایطی است که نیازمند بازنگری جدی در مخارج و هزینه‌های دولت است. بدیهی است که در چنین شرائطی لازم است دولت برخی از مخارج عمرانی خود را نیز کاهش داده و یا به تاخیر بیندازد (اگر باعث کاهش بیکاری نشود). در راستای جلوگیری از فشارهای مالی و حقیقی اقتصاد دولت نقش مهمی دارد. اطمینان بانک مرکزی و وزارت اقتصاد از عدم سقوط اقتصاد در صورت ادامه بیماری اهمیت زیادی دارد. برخی مطالعات نشان داده در مواجهه اقتصادی با ویروس کرونا سیاست‌های مالی اهمیت بیشتری نسبت به سیاست‌های پولی دارد.

همان‌طور که پیش از این گفته شد، مهم‌ترین آسیب مستقیم از ویروس کرونا در ایران به فعالیت‌های عمده‌فروشی و خرده‌فروشی، تعمیر وسایل نقلیه موتوری و موتورسیکلت، فعالان حوزه حمل‌ونقل و فعالیت‌های پشتیبانی حمل‌ونقل، فعالیت‌های پست و پیک، فعالیت خدماتی مربوط به تامین جا و غذا مانند اقامتگاه‌ها و رستوران‌ها و فعالان حوزه آموزش می‌رسد. در این خصوص لازم است بسته‌های حمایتی از فعالان این مشاغل، خصوصا فعالان با ابعاد فعالیت کوچک و متوسط که آسیب جدی می‌بینند، ارائه شود. بسته‌هایی شامل بخشش عوارض صنفی توسط

شهرداری‌ها، بخشش مالیات‌های این دوره، ارائه فرصت برای بازپرداخت اقساط بانکی، ارائه فرصت برای پرداخت هزینه‌های آب، برق، گاز و تلفن، ارائه فرصت برای پرداخت حق بیمه‌ها و پرداخت وام با بهره پایین برای تامین گردش مالی مورد نیاز بنگاه‌های آسیب‌دیده. همچنین تامین مالی موقت خانوارهای آسیب‌پذیر این مشاغل از طریق پرداخت یارانه هدفمند در بازه زمانی شیوع تا فروکش کردن بیماری ضرورت دارد.

نتیجه گیری و دستاورد علمی پژوهشی

گردشگری برای به نتیجه رسیدن اهداف مورد نظر خود به پایداری و حفاظت محیط، احیاء و ثبات اقتصادی جوامع و توسعه تجارت گردشگری در مقیاس کوچک به عنوان یک شیوه عمل وابسته است. برآورد این راهبردها زمانی امکانپذیر است که یک نگرش درون متنی در تجمیع فعالیت‌های گردشگری وجود داشته باشد تا با شناسایی مناطق مستعد و گونه‌های مختلف گردشگری، راهکارهای لازم در تبیین توسعه گردشگری اخذ گردد. در این بین روش تحقیق در زمینه گردشگری می‌تواند با توجه به شاخص‌های مناسب از جمله جاذبه‌های گردشگری و پیرامون آن؛ راه‌های ارتباطی و سهولت دسترسی؛ ظرفیت‌پذیری گردشگر در واحد سطح؛ تاسیسات زیربنای - اقتصادی؛ امکانات سکونتگاهی؛ پتانسیل‌های فرهنگی و تمایل ساکنان محلی در جذب گردشگری؛ پیامدهای گردشگری در اشتغال، سطوح درآمد و افزایش سطح رفاه خانوارهای و بالاخره دستیابی به یک گردشگری پایدار صورت گیرد.

در این میان در بررسی اقتصادی، بررسی توان‌های محیطی منطقه در برآورد عرضه به عنوان محصول گردشگری مطرح می‌باشد که می‌تواند شناخت منابع فرهنگی، طبیعی و تاریخی نواحی و گونه‌های گردشگری که بر این پایه قابلیت عرضه دارند را در بر گیرد. همچنین برآورد تراکم و ظرفیت‌پذیری در نواحی روستایی؛ زیربنای اقتصادی در بخش‌های مختلف؛ توان‌سنجی اقتصاد در زمینه کشاورزی و دیگر بخش‌های اقتصادی؛ قابلیت عرضه دیگر محصولات موردنیاز گردشگران؛ بررسی و برآورد امکانات و گونه‌های مختلف سکونتگاهی و مراکز جمعیتی منطقه از جمله مواردی هستند که در بررسی اقتصادی باید مورد توجه قرار گیرد.

عرضه محصول گردشگری در یک منطقه با تقاضای گردشگری رابطه مستقیم داشته و تقاضا نیز به ارزش کالا، خدمات و تسهیلات همراه با جهت‌گیری تقاضا در صنعت و بازاریابی گردشگری وابسته است. جهت تقاضای گردشگری متغیر بوده و نسبت به هر یک از سطوح گردشگران رابطه‌ای معکوس دارد.

برآورد تقاضا برای گردشگری را می‌توان از جمع نقش درآمدها و محاسبه آن، هزینه‌های مسافرت و اقامت در هر مکان گردشگری محاسبه نمود. علاوه بر آن در برآورد تقاضا، شیوه‌های صنعت و بازاریابی و شناسایی صنعت و بازارها نیز باید مدنظر قرار گیرد.

پذیرش گردشگران در یک منطقه از نقطه نظر اجتماعی و فرهنگی، نحوه کنش‌پذیری و پویایی فرهنگ جوامع محلی در قالب احیاء آداب و رسوم و سنت‌ها شکل می‌گیرد و همچنین بازدید گردشگران از این جوامع به یک تجربه گردشگری منتهی می‌گردد. نوع و نحوه برخورد میزبان - گردشگر را در یک منطقه می‌توان از سه دیدگاه مورد توجه قرار داد. نخستین دیدگاه شیوه برخورد بین گردشگر - میزبان را به صورت پدیده‌ای قابل شناسایی با شماری از

پیامدهای مثبت و منفی به تصویر می‌کشد که ارزیابی آن بستگی به نگرش محقق به مسیر صحیح توسعه خواهد داشت. دومین دیدگاه، دیدگاه کارکردی عناصر مختلف جامعه می‌باشد که ممکن است تغییری را به عنوان نتیجه مستقیم گردشگری - نظیر رفتار اخلاقی، زبان و بهداشت - تجربه کند. سومین دیدگاه عمدتاً جنبه‌های تغییر فرهنگی را در نظر می‌گیرد که ناشی از نفوذ گردشگران در بازنگری مهارت‌ها و رسوم سنتی مانند صنایع دستی می‌باشد. هرچند تشخیص این دیدگاه‌ها در منظر اجتماعی به علت هم‌پوشی با هم عملاً مشکل است. از این رو فرهنگ‌های دیگر به عنوان سیستم‌های پایدار از ارزش‌ها، عقاید و مصنوعات که سازمان اجتماعی و فعالیت‌های منطقی را تایید می‌کند. می‌تواند در چارچوب گردشگری قابل شناخت و تبادل باشند. با این وجود نمی‌توان پیامدهای منفی گردشگری را در عرصه اجتماعی - فرهنگی نادیده گرفت ولی می‌توان در کاهش پیامدهای منفی آن در فرایندها توسعه کوشید در این راستا می‌توان راهکارهایی همچون کنترل جمعیت؛ حفاظت و نگهداری از سرویس‌های خدمات عمومی، رونق بخشی به صنایع محلی، احیا هویت فرهنگی و آداب و رسوم محلی؛ افزایش فرصت‌هایی برای ارتباط و مبادله اجتماعی را مورد توجه و تامل قرار داد.

ملاحظات زیست محیطی در ابعاد انسانی و طبیعی در برنامه‌ریزی گردشگری اهمیت بسیاری دارد. زایش مفهوم (گردشگری پایدار) خود وابسته به این موضوع می‌باشد. پایداری منابع که به صورت برآورد نیازهای اجتماعی امروزی بدون نابودی منابع برای برآوردن اجتماعات آینده تعریف شده است. خود در زمینه گردشگری می‌تواند در برگیرنده حفاظت از منابع گردشگری در چارچوب جاذبه‌ها و محیط پیرامون برای تداوم جریان گردشگری و رسیدن به سطحی از توسعه پایدار قلمداد گردد. در این میان توسعه پایدار گردشگری را در یک برنامه‌ریزی می‌توان با در نظر گرفتن رابطه‌ای که بین سه جزء محیط زیست گردشگری، گردشگران، مقصد و جامعه میزبان مورد توجه قرار داد. این رابطه می‌تواند پیچیده، پویا و سازنده یا مخرب باشد. گردشگری از یک سو می‌تواند اشتغالزایی و ایجاد درآمد را در اقتصاد محلی احیا کرده و نیز در تقویت فرهنگ محلی سهمیم باشد و در حفظ محیط زیست با بازسازی آن تغییر ایجاد کند. از دیگر سو گردشگری قادر است اقتصاد محلی را از جلوه بیاندازد و کیفیت زندگی و محیط زیست جوامع محلی را پایین بیاورد. بنابراین هدف گردشگری پایدار این است که با حفظ منابع طبیعی در درازمدت بین این سه جزء تشکیل دهنده گردشگری اعتدال موزون برقرار کند. بر این مبنا لازم می‌آید تا در سیاست‌های توسعه، ساختار و ترکیب تمامی تصمیم‌گیری‌های نهایی در زمینه گردشگری در فرایند توسعه پایدار مورد ارزیابی قرار گیرند. در این راستا توجه به ظرفیت‌پذیری منطقه برای توسعه گردشگری پایدار اهمیت بنیادی دارد چرا که این مفهوم به استفاده حداکثر از هر مکان بدون گذاشتن اثرات منفی بر منابع، کاهش خشنودی بازدیدکنندگان و بر جای گذاشتن آثار سوء بر جامعه، اقتصاد و فرهنگ محل اشاره دارد.

از گذشته دخالت دولت در اقتصاد کشور به عنوان در اختیار گرفتن سیستم اقتصادی شناخته شده است که در چنین وضعی بخش خصوصی نمی‌تواند فعالیت‌های چشمگیری داشته باشد، زیرا همه نهادها، سازمان‌ها و شرکت‌ها به دولت تعلق دارند. از سوی دیگر، به اعتبار مفهوم لغوی واژه سیستم اقتصادی مبتنی بر بازار، باید بدون دخالت دولت

عمل کند. اگرچه در کشورهای مختلف میزان دخالت دولت در امور متفاوت است، ولی حتی در جاهایی که ادعا می شود اقتصاد مبتنی بر بازار از قید و بندهای دولتی رها است، دولت به دلیل‌های گوناگون در آنها دخالت می کند. دولت به عنوان متولی فعالیت‌های صنعت گردشگری مطلوب است در زمینه‌های زیر ایفای نقش کند:

سیاست گذاری در صنعت گردشگری تحت تأثیر دو دسته از عوامل داخلی و خارجی است. عوامل داخلی عمدتاً عبارتند از قوانین، آداب و رسوم جامعه، ارزش‌ها، ایدئولوژی‌ها و گروه‌های فشار (هال و جنکینز، ۱۳۷۸: ۳۰) و عوامل خارجی شامل روند جهانی شدن و شرکت‌های بین‌المللی است. به طور کلی مقصود از سیاست، برنامه‌ای جامع است که هدف‌ها و رویه‌ها را در بر می گیرد. بنابراین، سیاست عمومی در برگیرنده نتیجه‌ها و هدف‌های مورد نظر دولت و روش‌های دست یافتن به این نتیجه‌ها است. برای مثال، دولت سیاستی را در پیش می گیرد که هدف آن، رشد اقتصادی است و می خواهد این کار را از طریق توسعه صنعت جهانگردی به دست آورد. سیاست جهانگردی بخشی از کل سیاست اقتصادی کشور است. در سیاست اقتصادی به ساختار و رشد سیستم اقتصادی توجه می شود و اغلب به صورت برنامه‌های ده ساله، طرح‌های دهه بعد تهیه می شود و با توجه به شرایط که در آینده به وجود می آید، رشد اقتصادی را تعیین می کند (گی، پیشین). برخی از جنبه‌های اصلی سیاست در حوزه گردشگری عبارتند از: نیروی کار، سرمایه گذاری، تأمین مالی، صنایع مهم و تجارت بازرگانی و روابط بین فرهنگی. بسیاری از دولت‌ها برای توسعه اقتصادی به صنایع خاصی کمک کرده و یا از آنها حمایت می کنند. دولت‌ها برای حمایت از بخش‌های مختلف اقتصادی یا صنایع مختلف به روش‌های گوناگون عمل می کنند. برخی از دولت‌ها با تدوین سیاست‌های صنعتی - که گاه به صورت برنامه‌هایی تصویب و اعلان شده است - می توانند هدف‌ها را به صورتی دقیق تعیین کرده، صنایع را ملی کنند و در صحنه شکل دادن به سیستم اقتصادی کشور نقش بسیار فعال و حیاتی برعهده گیرند (همان). چنانچه دولت از برنامه ریزی و اعمال کنترل بر سیاست‌های صنعتی (تصدی) در زمینه گردشگری پرهیز کند و تنها نقش حمایتی در جهت توسعه این صنعت داشته باشد، دست به کارهایی می زند که موجبات شویق و ترغیب افراد و سازمان‌ها به منظور سرمایه گذاری و فعالیت در این حوزه را فراهم می آورد. برای مثال می تواند برای تشویق افراد در سرمایه گذاری در بخش‌های خاصی از این صنعت، معافیت‌های مالیاتی در نظر گیرد و به توسعه ساختارهای زیربنایی و پارک‌های ملی کمک کرده و برای افراد و سازمان‌هایی مانند آژانس‌های جهانگردی، هتل‌ها، میهمان پذیرها و سایر افراد و نهادهای مدنی جواز صادر کند.

در صنعت جهانگردی نقش دولت در زمینه نظارت و تدوین مقررات اهمیت فراوانی دارد، زیرا مقررات دولتی برای حمایت از مصرف کننده به وجود می آیند. نظارت دولت می تواند در زمینه‌هایی از قبیل کنترل صرف پیش دریافت‌های مسافران در راه خدمات رسانی به آنها، ملزم کردن هتل‌ها به رعایت اصول ایمنی، رعایت قوانین و مقررات مربوط به سالم بودن غذا و اصول بهداشتی، نظارت بر حفظ منابع طبیعی و فرهنگی، اعمال کنترل بر فرایند ساختمان سازی، محل ساختمان و قوانین مربوط به منطقه بندی و طرح ساختمان‌ها و... باشد. پیش فرض برنامه ریزی فرهنگی، وجود برنامه ریز است. با توجه به اینکه برنامه ریزی فرهنگی امری کلان و گسترده است، برنامه

ریزان فرهنگی معمولاً دولت‌ها هستند. از این رو، نقش دولت‌ها در برنامه ریزی فرهنگی تا حدودی پذیرفته شده است. اختلاف نظرهای موجود در خصوص نقش دولت در برنامه ریزی فرهنگی، بیشتر مربوط به میزان و نحوه دخالت دولت‌هاست، نه در اصل تأثیر و دخالت دولت‌ها در برنامه ریزی فرهنگی. دو شیوه تقریباً متفاوت در خصوص میزان و نحوه دخالت دولت‌ها در برنامه ریزی فرهنگی می‌توان شناسایی کرد: الف) حمایت یا شیوه‌ای که معتقد به دخالت حداکثر دولت در امر برنامه ریزی فرهنگی است. این شیوه که یکی از نمونه‌های آن در آسیا، ایران و در اروپا، فرانسه است، دخالت‌های دولت را در برنامه ریزی فرهنگی به رسمیت می‌شناسد و اصولاً تنها برنامه ریز اصلی فرهنگی را دولت می‌داند. در کشور ما نیز، آنچه از اصول سیاست فرهنگی جمهوری اسلامی استنباط می‌شود و آنچه در صحنه عمل از فعالیت دولت‌های بعد از انقلاب پابرجا مانده، نشانگر اعمال این شیوه در امور فرهنگی است. ب) شیوه‌ای که معتقد به حمایت دولت از فعالیت‌ها و امور فرهنگی و نظارت بر آنهاست. این شیوه برنامه ریزی، دولت را تنها به این دو عرصه، یعنی «حمایت» و «نظارت» محدود می‌کند. در جهان کنونی، اکثر دولت‌های پیشرفته چنین سیاستی را پذیرفته و در امر برنامه ریزی فرهنگی برای دولت جایگاه تولی‌گری قائل هستند. گردشگری امروز به یک نهاد فرهنگی تبدیل شده است و به خودی خود یک آیین است. گردشگری نه تنها می‌تواند بر آینده فرهنگی میزبان تأثیر گذارد، بلکه می‌تواند الگوها و میراث فرهنگی فراموش شده را نیز احیا کند. لذا نظر به اهمیت فرهنگی پدیده گردشگری و نقش آن به عنوان یکی از مهم‌ترین عامل در تقویت ارتباطات بین فرهنگی ایران با سایر کشورها، فعالیت‌های این حوزه نیازمند واکاوی و بازنگری جدی است. اما نکته قابل توجه این است که با وجود موانع متعدد توسعه صنعت گردشگری در ایران و مشکلات و ضعف‌های مدیریتی و برنامه ریزی در این صنعت، دولت چگونه و تا چه میزان می‌تواند در برنامه ریزی این حوزه دخالت داشته باشد و نهادهای مدنی و خصوصی چگونه می‌توانند در پیشبرد سیاست‌های کلی و در راستای تحقق اهداف چشم انداز در این زمینه مشارکت داشته باشند.

References

- Ahmadi, F. Afshar, A. And Mr. Al-Taifi, A. (2014), Factors affecting the sense of belonging in the process of recreation in the residential context around the shrine of Imam Reza (AS), Noghhan neighborhood, Haft Shahr Magazine. D4, pp. 47 and 48, pp. 70-84.
- Azar, Adel and Khadivar, Ameneh (2014), Application of Multivariate Statistical Analysis in Management, Tehran: Negah Danesh Publications.
- Ardestani, Mohsen (2008), Fundamentals of Urban Tourism, Ministry of Culture and Islamic Guidance, Printing and Publishing Organization, Tehran.
- Skidmore, William (2006), Theoretical Thinking in Sociology, translated by Ali Mohammad Hazeri et al.
- Amirnejad, Saeed (2009), Explaining the strategy of sports tourism in the country, 7th International Conference on Physical Education and Sports Sciences.
- Fateh Elahi, Omid (2007), A Comparative Study of the Role of Factors Affecting the Development of Sports Tourism from the Perspective of Iranian and Turkish Sports Managers and Operators. Proceedings of the Sixth International Conference on Physical Education and Sports Sciences, Kish
- Mirzaei, Akbar (2009), A Study of Factors Affecting Motivation of Tourist Participants in Sports Events. 7th International Conference on Physical Education and Sports Science.

- Honarvar, Afshar, Farzad Ghafouri, Farzam Farzan and Ismail Sharifian (2007), Important Factors in Industry and Tourism Marketing (Tourism) Sports in Iran. Olympic Quarterly, 40.
- Nasouhian, Reza, Tavassoli Naeini, Manouchehr. (2020). Limitations and legal problems of foreign investment in the tourism industry while maintaining environmental considerations. Scientific and Research Quarterly New Attitudes in Human Geography, 12 (2), 269-293.
- Najafi, Abbas, Lotfi, Haidar, Mojtahedzadeh, Pirooz, Ezzati, Ezzatullah. (2020). Analysis and study of Iran's border geography in the Persian Gulf: A case study of tourism. Scientific and Research Quarterly of New Attitudes in Human Geography, 12 (2), 361-382.
- Niti, Mohammad Reza. (2020). Analyzing the role of tourism resources in the sustainable development of tourism in Hyderabad, India. Scientific and Research Quarterly of New Attitudes in Human Geography, 12 (2), 457-474.
- Original worker of Zenozi, Ghorban Ali, Ezatpanah, Bakhtiar, Valizadeh, Reza. (2020). Identify and analyze the effective developments in the future development of the commercial tourism industry with a future-research approach (case study: Jolfa city). Scientific and Research Quarterly of New Attitudes in Human Geography, 12 (2), 153-173.
- Rahai, Hassan, Iсталaji, Alireza, Ranjbar, Mohsen, Shariat Panahi, Majid Vali. (2019). The role of desert tourism in rural development (case study of Garmsar city). Scientific and Research Quarterly of New Attitudes in Human Geography, 12 (1), 1-26.

Latin references

- Hosseini Golkuh, SA., & Habibi, R. (2015). [The effect of the multicomponent marketing (p4) on increasing tourist attraction (A case study: Masooleh Historical City) (Persian)]. Geographical Journal of Tourism Space, 4(15), 105-25.

Internet references

<https://reliefweb.int>

<https://www.who.int>

A: W.T.O. (2000). *W.T.O Annual Report, Madrid: WTO.*

B: W.T.O. (2000). *Tourism Planning in Country of Philippine, Madrid: WTO.*

C: W.T.O. (2000). *Tourism Planning in Country of Oman, Madrid: WTO.*

D: W.T.O. (2000). *Tourism Planning in Country of Uganda, Madrid: WTO.*

