



جغرافیا و روابط انسانی، زمستان ۱۴۰۲، دوره ۶، شماره ۳، صص ۳۱۶-۳۰۴

مروری بر اثرات اقتصادی صنعت گردشگری

میر امیر فروزان^{*۱}

۱- کارشناسی ارشد رشته‌ی مدیریت بازرگانی، دانشکده‌ی علوم اجتماعی، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران

amirforouzan1997@gmail.com

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۲/۲۷

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۲/۱۰

چکیده

صنعت گردشگری به عنوان یکی از صنایع خدماتی اهمیت بسیار زیادی در اقتصاد کشورها دارد. به مانند هر پدیده‌ی دیگری، گردشگری نیز دارای اثراتی بر جوامع است. اثرات اقتصادی یکی از مهم‌ترین آثار گردشگری است که می‌تواند تأثیرات توأمان مثبت و منفی بر مقاصد و جوامع میزبان داشته باشد. از این رو، بررسی اثرات اقتصادی صنعت گردشگری از اهمیت بالایی برخوردار است. بر این اساس، هدف از این پژوهش، مروری بر اثرات اقتصادی مثبت و منفی صنعت گردشگری بود. پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و به لحاظ ماهیت روش کار از نوع توصیفی-تحلیلی بود. روش گردآوری داده‌ها در این پژوهش نیز از نوع اسنادی-کتابخانه‌ای بود. نتایج پژوهش داد که صنعت گردشگری در یک منطقه می‌تواند به طور همزمان اثرات اقتصادی مثبت و منفی به همراه داشته باشد. به طوری که به موازات هر اثر اقتصادی مثبت در یک منطقه، می‌توان شاهد بروز اثرات منفی اقتصادی نیز بود و لازم است به گونه‌ای عمل شود که اثرات مثبت تقویت شده و تا حد امکان از بروز اثرات منفی جلوگیری شود.

واژگان کلیدی: اثرات اقتصادی، اثرات گردشگری، اقتصاد، صنعت گردشگری

مقدمه

امروزه گردشگری به بزرگ‌ترین صنعت بخش خدمات تبدیل شده است و از نظر پراکنش، صنعت شماره‌ی یک جهان محسوب می‌شود (ایمانی خوشخو و موسوی، ۱۳۹۶: ۱۲۸). اهمیت گردشگری در عصر حاضر بیش از همه وابسته به چرخه‌ی اقتصادی آن است که قابلیت بالایی در زمینه‌ی پویایی اقتصاد محلی و بین‌المللی دارد (طهماسب‌پور و همکاران، ۱۴۰۰: ۱۱۸). به گونه‌ای که در بسیاری از کشورها، گردشگری نیروی اصلی پیشبرد و رشد اقتصادی به شمار می‌رود و به اندازه‌ای در رشد اقتصادی و اجتماعی کشورها اهمیت دارد که اقتصاددانان آن را «صادرات نامرئی» نامیده‌اند (محمدی، درزیان عزیز و هادیان‌فر، ۱۳۹۹: ۵۵). بررسی اثرات گردشگری بر جوامع میزبان یکی از مهم‌ترین مؤلفه‌های برنامه‌ریزی گردشگری و مدیریت مقصد گردشگری است؛ بنابراین، پژوهش‌های قابل توجهی در این زمینه انجام شده است. در میان آن جنبه‌ها می‌توان سه گروه عمده از مزایا و نگرانی‌ها را شناسایی کرد: اثرات اقتصادی، اثرات اجتماعی-فرهنگی و اثرات زیست‌محیطی. مهم‌تر از همه، این اثرات باعث ایجاد تغییرات مثبت و منفی در جنبه‌های مختلف جوامع وابسته به گردشگری می‌شود (Kirilenko et al., 2021: 2). گرچه اثرات مثبت اقتصادی گردشگری مورد تأیید است، ولی بسیاری از پژوهشگران معتقدند که گردشگری اثرات منفی اقتصادی بر جامعه‌ی میزبان را نیز به دنبال دارد. به این ترتیب که معمولاً در مرحله‌ی اولیه‌ی توسعه‌ی گردشگری، فواید اقتصادی نمود پیدا می‌کند، ولی در مراحل بعدی و با توسعه در مقیاس انبوه و کنترل نشده، اثرات و پیامدهای منفی اقتصادی جلوه‌گر می‌شوند. بنابراین، لزوم مدیریت و کنترل اثرات گردشگری به منظور کاهش اثرات منفی و تقویت اثرات مثبت اهمیت می‌یابد (بدری و همکاران، ۱۳۸۸: ۱۵-۱۴).

بر اساس آنچه بیان شد و با توجه به اهمیت اقتصادی صنعت گردشگری، هدف از انجام پژوهش حاضر، مروری بر اثرات اقتصادی صنعت گردشگری است تا جنبه‌های اقتصادی مثبت و منفی توریسم برای جوامع و مقاصد توریستی مورد شناسایی و بررسی قرار گیرند و در نهایت به تقویت اثرات مثبت و کاهش اثرات منفی اقتصادی صنعت گردشگری کمک شود.

مبانی نظری

• مفهوم گردشگری و صنعت گردشگری

«گردشگری یا توریسم» واژه‌ای فرانسوی است که از ریشه‌ی «تور^۱» گرفته شده است که در زبان فرانسه دارای معانی مختلفی از قبیل حرکت دورانی، طی کردن پیرامون و گردش نمودن آمده است (حسام و همکاران، ۱۳۹۱).

^۱.Tour

واژه‌ی توریسم نخستین بار در سال ۱۸۱۱ میلادی در مجله‌ای انگلیسی زبان به نام «اسپورتینگ مگزین»^۱ آمد. در آن زمان این لغت به معنای مسافرت به منظور تماشای آثار تاریخی و بازدید از مناظر طبیعی برای کسب لذت به کار می‌رفت (ستایش‌منش، ۱۴۰۲: ۵۲). اما امروزه بر اساس تعریف سازمان جهانی توریسم^۲، گردشگری یا معادل دقیق و درست انگلیسی آن، توریسم، به کلیه‌ی فعالیت‌های افرادی اطلاق می‌شود که به مکان‌هایی خارج از محیط عادی خود به منظور گذراندن ایام فراغت، انجام کار و سایر هدف‌ها، برای مدت کم‌تر از یک سال می‌روند. به این ترتیب، محدوده‌ی توریسم از مسافرت‌هایی که صرفاً به منظور گذراندن تعطیلات و سپری کردن چند روز برای دیدار دوستان و آشنایان و بازدید از مناطق جذاب انجام می‌گیرد، بسی فراتر می‌رود. توریسم در معانی وسیع آن، علاوه بر گروه اشاره شده، شامل افرادی می‌شود که در ارتباط با کار و حرفه‌ی خویش سفر می‌کنند و آنان که فعالیت‌های علمی و تحقیقاتی انجام می‌دهند. به این ترتیب، دامنه‌ی تأثیرگذاری بر محیط و تأثیرپذیری آن از محیط، بسیار وسیع‌تر می‌شود (فرجی‌راد و آقاجانی، ۱۳۸۸: ۶۲). گفتنی است، به فرآیندها، فعالیت‌ها و نتایج حاصله از ارتباط و تعامل میان گردشگران، فعالین صنعت گردشگری، جامعه‌ی محلی و محیط پیرامون، «صنعت گردشگری» گفته می‌شود که موجبات جلب و پذیرش گردشگر در مقصد را فراهم می‌سازد، بنابراین صنعت گردشگری مجموعه‌ای از فعالیت‌ها، خدمات و صنایع مختلفی است که به یک تجربه‌ی سفر می‌انجامد (سیف‌اللهی، حاضری و حسینی، ۱۳۹۵).

• اهمیت گردشگری

اهمیت گردشگری ناشی از فواید و مزایای بی‌شماری است که برای هر کشور میزبان به همراه دارد. اما اهمیت واقعی گردشگری ناشی از ماهیت آن و نحوه‌ی تعریف و ساختار آن است. گردشگری به رشد و توسعه‌ی کامل یک کشور کمک می‌کند: یکی با به ارمغان آوردن ارزش‌ها و مزایای اقتصادی متعدد. و دوم، با کمک به خلق ارزش، تصویر و هویت برند کشور. صنعت گردشگری ورای مقاصد جذاب و یکی از عوامل مهم رشد اقتصادی است. صنعت گردشگری به دلیل مزایایی که به همراه دارد و به دلیل نقش آن به عنوان یک فعالیت تجاری که تقاضا و رشد بسیاری از صنایع را ایجاد می‌کند، حائز اهمیت است. گردشگری نه تنها به فعالیت‌های اقتصادی بیش‌تر کمک می‌کند، بلکه باعث ایجاد اشتغال، درآمد بیش‌تر و نقشی به‌سزا در توسعه‌ی کشور می‌شود (Amanovich, 2022).

¹.Sporting Magazine

².World Tourism Organization (WTO)

• اثرات گردشگری

همچنان که در مقدمه نیز بیان شد، اثرات گردشگری به طور کلی به سه گروه عمده تقسیم می‌شوند: الف) اثرات اقتصادی، ب) اثرات اجتماعی-فرهنگی و ج) اثرات زیست‌محیطی. هر کدام از آن‌ها دارای تأثیرات مثبت و منفی هستند. به طور خلاصه، اثرات اقتصادی شامل تأثیرات مثبت فرصت‌های شغلی، افزایش استاندارد زندگی، سرمایه‌گذاری جدید، احیای فعالیت‌های کسب‌وکار و رشد کلی اقتصادی است. تأثیرات منفی در حوزه‌ی اقتصادی افزایش مالیات بر دارایی، هزینه‌ی کالاها و خدمات و قیمت زمین است. علاوه بر اثرات اقتصادی، «گردشگری به تغییرات اجتماعی در سیستم‌های ارزشی، رفتار فردی، ساختار و روابط خانوادگی، سبک زندگی جمعی، سطوح ایمنی، رفتار اخلاقی، بیان خلاقانه، مراسم سنتی و سازمان‌های اجتماعی کمک می‌کند». در سطح اجتماعی «ملموس‌تر»، گردشگری به موازات ارتقاء امکانات و زیرساخت‌های تفریحی، تراکم ترافیک، شلوغی، جرم و جنایت و سایر مشکلات اجتماعی را افزایش می‌دهد. اثرات فرهنگی شامل تأثیرات مثبت احیای علاقه به فرهنگ‌های محلی و جهانی و تأثیرات منفی مخرب بر فرهنگ‌های سنتی است. در نهایت، اثرات زیست‌محیطی با تأثیرات مثبت بر آگاهی عمومی با حفاظت از محیط زیست و ظاهر فیزیکی جوامع همراه است، در حالی که افزایش آلودگی، کاهش منابع طبیعی و فشار بر حیات وحش جزء تأثیرات منفی تلقی می‌شوند (Kirilenko et al., 2022: 2-3). اینک در ادامه‌ی پژوهش، اثرات اقتصادی صنعت گردشگری به طور گسترده‌تری مورد شناسایی و بررسی قرار می‌گیرند.

• اثرات اقتصادی صنعت گردشگری

اثرات اقتصادی مرتبط با گردشگری در نتیجه‌ی روابط عرضه و تقاضا در این صنعت، الگوهای مخارج بازدیدکننده و سرمایه‌گذاری مرتبط با آن و ساختار اقتصاد ایجاد می‌شود. عوامل عرضه-تقاضا بر تعداد بازدیدکنندگان، مدت اقامت و الگوهای مخارج آن‌ها تأثیر می‌گذارد، در حالی که ویژگی‌های ساختاری اقتصاد تمایل آن به گردش مجدد آن هزینه‌ها در داخل را تعیین می‌کند (Tohid Ardahaey, 2011: 207). زمانی که گردشگران اقدام به مسافرت می‌نمایند، مجموعه‌ای از فعل و انفعالات اقتصادی شروع می‌شود. این فعالیت، عوامل گوناگون تولید را به خدمت گرفته و با طیف وسیعی از فعالیت‌ها در ارتباط است. در این صنعت جاذبه‌ها و تسهیلات خدمات رفاهی به عنوان کالا به گردشگران عرضه شده و نیاز آن‌ها به دیدار منطقه و جاذبه‌های آن به عنوان تقاضا به شمار می‌رود. از طرفی خروج گردشگر از منطقه به سوی مناطق دیگر به عنوان تقاضا برای کالاهای موجود در خارج از منطقه بوده و خروج ارز و پول را به دنبال خواهد داشت؛ از طرف دیگر، ورود گردشگر به منطقه نیز به منزله‌ی تزریق است که به اقتصاد آن منطقه منظور می‌گردد. به عبارت دیگر، خروج گردشگران از مناطق به سوی سایر مناطق، مشابه وارد کردن کالا است و در مورد کشورها و مناطقی که مورد بازدید قرار می‌گیرند، صادرات کالا مفهوم پیدا می‌کند. در

اکثر ارزیابی‌های به عمل آمده از توسعه‌ی گردشگری در جهان سوم، تأثیرات اقتصادی مهم‌تر از ملاحظات دیگر است (براری، فیروزمند و هاشم‌پور، ۱۳۹۵: ۴۶-۴۵). هم‌چنان که پیش‌تر نیز ذکر شد، اثرات اقتصادی صنعت گردشگری به دو جنبه‌ی اثرات مثبت و اثرات منفی تقسیم می‌شوند که در ادامه به تفصیل مورد بررسی قرار می‌گیرند.

• اثرات مثبت اقتصادی صنعت گردشگری

اغلب، این اثرات مثبت اقتصادی است که دولت‌ها، شرکت‌ها و افراد را متقاعد می‌کند تا با توسعه‌ی مقصد گردشگری درگیر شوند. از جمله هتل‌ها، کاروانسراها، مهمان‌پذیرها یا جاذبه‌های گردشگری که درآمدی را برای ذی‌نفعان فراهم می‌نمایند و برای جامعه‌ی محلی شغل ایجاد می‌کنند. بخش مسافرت و گردشگری توانایی ایجاد انواع اثرات مثبت اقتصادی را دارد (Kumar, Hussain & Kannan, 2015: 405). مهم‌ترین این اثرات عبارت‌اند از:

۱- **جریان‌ات ارزی:** نظریه‌ی گردشگری منجر به رشد بیان می‌کند که گردشگری جهانی را می‌توان به عنوان یک عامل راهبردی بالقوه برای رشد اقتصادی در نظر گرفت. افزون بر این، مخارج انجام شده توسط گردشگران نوعی صادرات تلقی می‌گردد که موجب به دست آوردن ارز خارجی و بهبود تراز تجاری می‌شود. بنابراین، دریافتی‌های حاصل از توسعه‌ی گردشگری را می‌توان به عنوان یک منبع مهم درآمدی برای اقتصاد ملی در نظر گرفت. هم‌چنین از درآمدهای ارزی حاصل از صنعت گردشگری می‌توان برای واردات کالاهای سرمایه‌ای جهت تولید کالاها و خدمات استفاده نمود (کهنسال و توحیدی، ۱۳۹۲: ۵۶).

۲- **درآمدزایی و توزیع هزینه‌های گردشگران:** گردشگری از نظر قیمت و درآمد بسیار انعطاف‌پذیر است و تصمیمات به شدت تحت تأثیر تغییرات جزئی در قیمت و درآمد است. از آنجایی که کشش قیمتی اثرات مکرر و فوری دارد، به راحتی قابل تشخیص است تا کشش درآمدی. این تغییرات پیش‌رونده‌تر هستند و اثرات آن تنها پس از یک دوره‌ی زمانی مشخص قابل شناسایی است. مجموع درآمد حاصل از مخارج گردشگری با گسترش منطقه‌ی مورد اندازه‌گیری افزایش می‌یابد. این امر به این دلیل است که نشستی درآمد کاهش می‌یابد و در نتیجه نشان‌دهنده‌ی توانایی یک منطقه‌ی بزرگ‌تر برای تأمین کالا و خدمات مورد نیاز به جای واردات است. برخی از مؤسسات صنعت گردشگری کاملاً به هزینه‌های توریستی وابسته هستند، در حالی که برخی دیگر از ساکنان محلی سود می‌برند و بنابراین تنها بخش کوچکی از درآمد خود را از گردشگری به دست می‌آورند. درآمد دولت‌ها از گردشگری از طریق مالیات مستقیم بر نیروی انسانی گردشگری، شرکت‌های گردشگری و حمل‌ونقل، کارمزدها و هزینه‌های خدمات، و هم‌چنین از مالیات غیرمستقیم بر عوارض گمرکی، کالاهای مصرف شده توسط گردشگران، بازپرداخت سود و

وام و همچنین از درآمدهای به دست آمده از شرکت‌های تحت مالکیت یا تأمین مالی شده توسط دولت به دست می‌آید (Tohidy Ardahaey, 2011: 210-211).

۳- ایجاد اشتغال: گردشگری به دلیل تولید نیروی کار ذاتاً بخشی است که تسهیلات اشتغال زیادی ایجاد می‌کند. هر گونه هزینه‌ای که توسط یک گردشگر صورت می‌گیرد به این بخش به طور مستقیم و به سایر بخش‌هایی که به طور غیرمستقیم به بخش گردشگری عرضه می‌شوند، امکان ایجاد تسهیلات را می‌دهد. با این حال، با توجه به محدودیت استفاده از مکانیزاسیون و اتوماسیون در گردشگری، تحولات تکنولوژیکی در این بخش نیاز به پرسنل را به حداقل می‌رساند. بنابراین ارزیابی تأثیر گردشگری بر اشتغال دشوار است. به هر صورت، گردشگری سه نوع اشتغال در اقتصادهای منطقه‌ای و ملی ایجاد می‌کند: الف) اشتغال مستقیم: به نوع اشتغال ایجاد شده در تأسیسات گردشگری مانند اقامت، غذا، نوشیدنی، حمل‌ونقل و آژانس‌های مسافرتی اطلاق می‌شود که در بخش گردشگری وجود دارد و نیازهای گردشگری را به طور مستقیم برطرف می‌کند. ب) اشتغال غیرمستقیم: اشتغال در سایر بخش‌هایی را پوشش می‌دهد که مستقیماً برای مصرف‌کنندگان توریستی خدمت نمی‌کنند، اما از مخارج صورت گرفته در روابط گردشگری درآمد کسب می‌کنند، یعنی سایر بخش‌هایی که ورودی‌های بخش گردشگری را فراهم می‌کنند. به عنوان مثال، کارگرانی که در ساخت‌وساز یک واحد اضافی برای افزایش ظرفیت یک مرکز اقامتی به کار گرفته می‌شوند، یا کارکنانی که در یک کارخانه‌ی تولیدی کار می‌کنند، که کالاهایی را برای فروش در این تأسیسات تولید می‌کنند، می‌توانند مشمول اشتغال غیرمستقیم شوند. ج) اشتغال القایی: به اشتغال اضافی در اقتصاد ناشی از مصرف مجدد درآمدی اطلاق می‌شود که از روش‌های اشتغال مستقیم و غیرمستقیم به دست آمده است. افرادی که درآمد و سطح زندگی آن‌ها در نتیجه‌ی فعالیت‌های گردشگری افزایش یافته است، با صرف این درآمد کسب شده در سایر بخش‌های اقتصاد، فرصت‌های شغلی جدیدی ایجاد می‌کنند. اثر تکاثری گردشگری نقش مهمی در پیدایش اشتغال القایی دارد (Onder & Durgun, 2008: 366-367).

۴- تقویت فعالیت‌های کارآفرینانه: صنعت گردشگری برای گسترش، پویایی و برنامه‌ریزی، نیازمند مشارکت بخش‌های مختلف اقتصادی و اجتماعی یک جامعه است و هر بخش، مؤلفه‌های زیادی را شامل می‌شوند، از سوی دیگر، به دلیل وجود شمار زیاد شرکت‌های مختلف از بخش‌های دولتی و خصوصی، گردشگری به صورت پدیده‌ای پیچیده درآمد است و به همین دلیل، تفاوت‌های زیادی با صنایع دیگر دارد. بنابراین، گردشگری زمینه‌ی مناسبی برای کسب‌وکارهای کارآفرینانه فراهم می‌کند (دادورخانی، رضوانی و ایمنی قشلاق، ۱۳۹۰: ۱۸۳-۱۸۲). این بدان دلیل است که گردشگران دارای فرهنگ‌های مختلف، نیاز، سلیقه و خصوصیات هستند که کشور میزبان باید برای ارائه‌ی خدمات گردشگری و معرفی فرهنگ خود، به گونه‌ای خود را با فرهنگ مهمان مطابقت دهد که جذابیت و

اصالت فرهنگ خود را به صورت واقعی، کامل و هنرمندانه به گردشگر علاقه‌مند منتقل کند (اربابیان، زمانی و رحیمی، ۱۳۹۳: ۱۳۱).

۵- جذب سرمایه‌گذاران و توسعه‌ی زیرساخت‌ها: نتایج مطالعات بیانگر این واقعیت است که به دلیل ضعف بنیه‌ی مالی در اکثر موارد برای سرمایه‌گذاری در ساخت هتل‌ها، فروشگاه‌های بزرگ و سایر زیربناهای مورد نیاز گردشگری، ساکنان غیربومی یا خارجی وارد صحنه شده و اقدام به سرمایه‌گذاری می‌کنند و حتی اجناس مورد نیاز گردشگران را از سایر مناطق به آن‌جا وارد می‌کنند (نهادوندپور، رنجبر و مجتبی‌زاده خانقاهی، ۱۴۰۰: ۲۳۸).

• اثرات منفی اقتصادی صنعت گردشگری

اگرچه اثرات اقتصادی گردشگری عموماً مثبت هستند، اما می‌توانند اثرات منفی اقتصادی از جمله نشتی درآمد، کاهش اشتغال سنتی و بیکاری فصلی و افزایش هزینه‌های زندگی را به دنبال داشته باشند. نشتی درآمد در گردشگری زمانی رخ می‌دهد که پول در یک منطقه‌ی مقصد از دست برود. این امر می‌تواند به این دلیل باشد که هتل‌ها متعلق به شرکت‌هایی هستند که در کشورهای دیگر فعالیت می‌کنند و سود آن از منطقه‌ی محلی گرفته می‌شود. هم‌چنین شرکت‌های بزرگ‌تر مسافرتی و گردشگری کالاها و خدمات خود را به صورت متمرکز خریداری می‌کنند تا بهترین قیمت‌ها را به دست آورند. توسعه‌ی گردشگری می‌تواند منجر به از دست رفتن مشاغل سنتی شود، زمانی که کارگران از صنایعی مانند کشاورزی، جنگلداری، معدن و ماهیگیری به مشاغل خدماتی در گردشگری منتقل می‌شوند. کشورهای در حال توسعه که سخت برای جذب گردشگر تلاش می‌کنند مشکلات مشابهی را در حفظ کارگران در صنایع اولیه تجربه می‌کنند. بیکاری فصلی می‌تواند در مقاصد گردشگری که در تمام طول سال فعال نیستند، مشکل‌ساز باشد و فشار مضاعفی بر منابع دولتی محلی و ملی وارد کند. هجوم بازدیدکنندگان به یک منطقه در تعطیلات می‌تواند قیمت کالاها و خدمات را بالا ببرد، به ویژه زمانی که تقاضا در فصل اوج زیاد باشد. این امر باعث ضرر مردم محلی می‌شود که ممکن است مجبور شوند قیمت‌های بالاتری برای غذا، نوشیدنی، سرگرمی، حمل‌ونقل، رویدادها و ... بپردازند. ممکن است هزینه‌های اضافی برای تأمین مالی تسهیلات و خدمات برای بازدیدکنندگان از جامعه‌ی محلی اخذ شود (Kumar, Hussain & Kannan, 2015: 406-407).

پیشینه‌ی پژوهش

• پژوهش‌های داخلی

بختیاری و یزدانی (۱۳۸۹) در پژوهشی با عنوان «بررسی آثار مستقیم و غیرمستقیم گردشگری بر اشتغال» به این نتایج دست یافته‌اند که به ازای ورود هر ۲۰ گردشگر به طور مستقیم یک شغل و به ازای ورود هر ۶ گردشگر در

مجموع (به طور مستقیم و غیرمستقیم) یک شغل جدید به وجود می‌آید. هم‌چنین با توجه به ظرفیت‌های بالای این صنعت در تولید و ایجاد اشتغال، با مدیریت و برنامه‌ریزی صحیح می‌توان از این مزایا استفاده و فرآیند حرکت به سوی توسعه‌ی پایدار را تسریع کرد.

ابراهیم‌نیا و همکاران (۱۳۹۲) در پژوهشی با عنوان «ارزیابی نقش گردشگری شهری در توسعه‌ی اقتصادی-محیطی شهر بابلسر» به این نتایج رسیده‌اند که گردشگری در زمینه‌ی اقتصادی، اثرات قابل توجهی داشته و افزون بر اشتغال‌زایی و درآمدزایی، باعث بالا رفتن قیمت‌ها و سوداگری زمین می‌شود. در زمینه‌ی زیست‌محیطی و کالبدی نیز ورود گردشگران موجب کاهش اراضی زیرکشت کشاورزی و تغییر کاربری آن‌ها، افزایش خدمات و تسهیلات کالبدی گردشگری، افزایش آلودگی و تخریب محیط زیست و سهولت دسترسی به شهر شده است. از این رو، با برنامه‌ریزی اصولی و تلاش برای استفاده‌ی بهینه از ورود گردشگران، می‌توان وضعیت اقتصادی، زیست‌محیطی و کالبدی شهر را بهبود بخشید.

شکوری، خوش‌نویس یزدی و ناطقیان (۱۳۹۶) در پژوهشی با عنوان «تأثیر توسعه‌ی گردشگری بر اقتصاد ایران» به این نتایج دست یافته‌اند که میان تعداد ورود گردشگران خارجی، نرخ ارز مؤثر واقعی و عدم ثبات سیاسی و تولید ناخالص داخلی حقیقی در ایران رابطه‌ی بلندمدتی وجود دارد. هم‌چنین ارتباط علی دوطرفه‌ای میان نرخ ارز مؤثر واقعی و رشد اقتصادی در کوتاه‌مدت و بلندمدت وجود دارد. به علاوه، گردشگری تا حدودی بخشی از فرآیند رشد داخلی بوده و وجود رشد ناشی از گردشگری در ایران تأیید می‌شود. فرضیه‌ی صادرات گردشگری با محوریت رشد اقتصادی نیز به شکل بهتری با اقتصاد ایران مطابقت دارد.

پروین، رضویان و توکلی‌نیا (۱۳۹۸) در پژوهشی با عنوان «ارزیابی تأثیر گردشگری در توسعه‌ی اقتصادی شهر تهران» به این نتایج دست یافته‌اند که رشد گردشگری و منابع درآمدی حاصل از آن می‌تواند یکی از عوامل مهم و مؤثر در توسعه‌ی اقتصادی و پایداری درآمدی شهر تهران باشد. به علاوه، توسعه‌ی صنعت گردشگری متأثر از عواملی مانند زیرساخت‌ها و تسهیلات، اطلاع‌رسانی و تبلیغات است.

بزازان، اسماعیلی و فارسی (۱۳۹۹) در پژوهشی با عنوان «اثرات اقتصادی ورود گردشگران داخلی به استان خراسان رضوی» به این نتایج دست یافته‌اند که به ازای ورود گردشگران داخلی در سال ۱۳۹۰، تولید استان خراسان رضوی ۱۲٪/۱۱ و اشتغال این استان ۴۷٪/۱۱ افزایش یافته است. هم‌چنین، بخش صنعت استان خراسان رضوی بیش‌ترین تأثیرپذیری را از ورود گردشگران داخلی داشته است و بخش‌های مرتبط با گردشگری نظیر حمل‌ونقل و انبارداری از یک سو و عمده‌فروشی و خرده‌فروشی از سوی دیگر رتبه‌های دوم و سوم را به خود اختصاص داده‌اند.

• پژوهش‌های خارجی

Sugiyarto, Blake & Sinclair (2002) در پژوهشی با عنوان «تأثیر اقتصادی گردشگری و جهانی شدن در اندونزی» به این نتایج دست یافته‌اند که رشد گردشگری اثرات مثبت جهانی شدن را تشدید می‌کند و اثرات نامطلوب آن را کاهش می‌دهد. تولید افزایش و رفاه بهبود می‌یابد. به علاوه اثرات نامطلوب بر کسری بودجه‌ی دولت و تراز تجاری نیز کاهش می‌یابد.

Fayissa, Nsiah & Tadasse (2008) در پژوهشی با عنوان «تأثیر گردشگری بر رشد و توسعه‌ی اقتصادی در آفریقا» به این نتایج دست یافته‌اند که درآمدهای صنعت گردشگری به میزان قابل توجهی هم به سطح فعلی تولید ناخالص داخلی و هم به رشد اقتصادی کشورهای جنوب صحرای آفریقا کمک می‌کند، هم‌چنان که سرمایه‌گذاری بر سرمایه‌ی فیزیکی و انسانی نیز انجام می‌دهد. به علاوه، اقتصادهای آفریقایی می‌توانند رشد اقتصادی کوتاه‌مدت خود را با تقویت استراتژیک صنایع گردشگری خود افزایش دهند.

Souza et al. (2019) در پژوهشی با عنوان «اثرات اقتصادی گردشگری در مناطق حفاظت شده‌ی برزیل» به این نتایج دست یافته‌اند که هر ۱ دلار سرمایه‌گذاری در مناطق حفاظت شده ۷ دلار سود اقتصادی در پی دارد. هم‌چنین مجموع مشارکت‌های اقتصادی بیش از ۱/۳ میلیارد دلار در کل فروش، ۳۴۲ میلیون دلار درآمد شخصی و ۴۷۳ میلیون دلار ارزش افزوده در تولید ناخالص داخلی ایجاد کرده و از ۴۳۶۰۲ شغل در سطح ملی حمایت می‌کند. به علاوه، این دیدگاه که اثرات اقتصادی گردشگری بر مناطق حفاظت شده و هم‌چنین به طور غیرمستقیم بر سایر مشاغل و جوامع محلی تأثیر می‌گذارد، تقویت می‌شود.

Hasanli, Rahimli & Salihova (2021) در پژوهشی با عنوان «اثرات اقتصادی گردشگری در آذربایجان» به این نتایج رسیده‌اند که گردشگری یکی از بخش‌های اصلی اقتصاد است و تا زمان همه‌گیری کووید-۱۹، حوزه‌ی مهمی برای اقتصادهای نوظهور و توسعه یافته به منظور جبران درآمدهای صادراتی ضعیف سایر کالاها و خدمات محسوب می‌شد. با این حال، در طول همه‌گیری کووید-۱۹ بخش گردشگری یکی از بخش‌هایی بود که بیش‌ترین تأثیر منفی را داشته است.

Gupta et al. (2023) در پژوهشی با عنوان «تأثیر اقتصادی گردشگری مبتنی بر طبیعت» به این نتایج دست یافته‌اند که گردشگری مبتنی بر طبیعت مزایای اقتصادی قابل توجهی برای جوامع اطراف مناطق حفاظت شده از جمله فقیرترین خانوارها ایجاد می‌کند. بسیاری از این مزایا، به طور غیرمستقیم و از طریق سرریزهای درآمد و تولید عاید می‌شوند. هر یک گردشگر اضافی درآمد سالانه‌ی واقعی را در این جوامع، ۱۶۹ تا ۲۴۰۰ دلار افزایش می‌دهد که به طور قابل توجهی بیش‌تر از هزینه‌های متوسط گردشگران است. برعکس، گردشگری از دست رفته به دلیل همه‌گیری کووید-۱۹ و هزینه‌های اقتصادی درگیری انسان و حیات وحش، تأثیرات منفی زیادی بر درآمدهای محلی دارند.

روش‌شناسی

پژوهش حاضر با هدف بررسی و مرور بر اثرات اقتصادی مثبت و منفی صنعت گردشگری صورت گرفته است. این پژوهش از نظر هدف کاربردی و به لحاظ ماهیت روش کار از نوع توصیفی-تحلیلی است. روش گردآوری داده‌ها در این پژوهش نیز به صورت اسنادی-کتابخانه‌ای است. در واقع با بررسی پژوهش‌های علمی داخلی و خارجی که در خصوص صنعت گردشگری و اثرات اقتصادی آن (به خصوص در سال‌های اخیر) انجام گرفته‌اند، سعی در استنتاج در این پژوهش‌ها شده است.

نتیجه‌گیری

نتایج پژوهش حاضر نشان می‌دهد که صنعت گردشگری در عین داشتن مزایا و اثرات مثبت اقتصادی، می‌تواند به طور موازی معایب و اثرات منفی اقتصادی نیز در یک منطقه به همراه داشته باشد. به عنوان نمونه، اگرچه گردشگری می‌تواند با ورود گردشگران خارجی به یک کشور موجب ورود ارز خارجی به آن کشور شود، اما در صورتی که وضعیت اقتصاد یک کشور به گونه‌ای باشد که توانایی و تمایل مردمش نسبت به مسافرت به کشورهای خارجی زیاد باشد، باعث خروج ارز از آن کشور می‌شود. یا اگرچه گردشگری می‌تواند باعث افزایش میزان درآمد یک منطقه شود، اما پدیده‌ی نشتی درآمد (به عنوان مثال در هتل‌های زنجیره‌ای بین‌المللی) ممکن است باعث از دست رفتن درآمد و سود برای آن منطقه شود. و یا با این‌که توسعه‌ی گردشگری می‌تواند به اشتغال‌زایی در مقاصد گردشگری کمک کند اما در همان زمان می‌تواند باعث از دست رفتن برخی مشاغل و در نهایت روی آوردن کارکنان آن به مشاغل مرتبط با گردشگری شود. همچنین ایجاد هماهنگی بین مشاغل مختلف برای ارائه‌ی خدمات بهتر به گردشگران امری مشکل است. افزون بر این‌ها، توسعه‌ی گردشگری در یک منطقه با وجود مزایایی که دارد، اما مستلزم سرمایه‌گذاری عظیم برای ایجاد یا تقویت زیرساخت‌ها در آن منطقه است. در نهایت این‌که اگرچه ورود گردشگران به یک منطقه و صرف هزینه از سوی آن‌ها برای خرید محصولات و خدمات منجر به کسب درآمد برای عرضه‌کنندگان و فروشندگان آن می‌شود، اما در بلندمدت باعث افزایش قیمت این محصولات و خدمات برای ساکنان و مردم محلی آن منطقه می‌گردد. بر این اساس، می‌توان گفت که صنعت گردشگری لزوماً دارای آثار مطلق اقتصادی مثبت و یا منفی نیست، بلکه هر اثر اقتصادی مثبتی از سوی گردشگری می‌تواند در آن واحد یک سری اثرات اقتصادی منفی را نیز برای جوامع و مقاصد گردشگری به همراه داشته باشد. از این رو، باید تلاش‌های فراوانی صورت گیرد تا اثرات مثبت تا حد ممکن تقویت شده و از میزان و شدت اثرات منفی کاسته شود.

منابع

- ابراهیم نیا سماکوش، سعید؛ خاکساری، علی؛ لطیفی، غلامرضا و دامادی، محمد (۱۳۹۲). ارزیابی نقش گردشگری شهری در توسعه اقتصادی-محیطی شهر بابلسر. فصلنامه‌ی اقتصاد و مدیریت شهری، دوره‌ی ۱، شماره‌ی ۳، ص ۳۱-۱۷.
- T اربابیان، شیرین؛ زمانی، زهرا و رحیمی، معصومه (۱۳۹۳). بررسی اثر گردشگری در توسعه‌ی کارآفرینی. مجله‌ی برنامه‌ریزی و توسعه‌ی گردشگری، دوره‌ی ۳، شماره‌ی ۱۰، ص ۱۴۶-۱۲۶.
- ایمانی خوشخو، محمدحسین و موسوی، سید محمد (۱۳۹۶). عوامل مؤثر بر تحقق زنجیره‌ی تأمین سبز صنعت گردشگری ایران. دوفصلنامه‌ی مطالعات اجتماعی گردشگری، دوره‌ی ۵، شماره‌ی ۱۰، ص ۱۵۵-۱۲۷.
- بختیاری، صادق و یزدانی، مرتضی (۱۳۸۹). بررسی آثار مستقیم و غیرمستقیم گردشگری بر اشتغال. اقتصاد مالی، دوره‌ی ۵، شماره‌ی ۱۳، ص ۶۰-۴۹.
- بدری، سید علی؛ مطیعی لنگرودی، سید حسن؛ سلمانی، محمد و علیقلی‌زاده فیروزجایی، ناصر (۱۳۸۸). اثرات اقتصادی گردشگری بر نواحی روستایی. مجله‌ی جغرافیا و توسعه‌ی ناحیه‌ای، دوره‌ی ۷، شماره‌ی ۱۲، ص ۳۵-۱۳.
- براری، معصومه؛ فیروزمند، مارال و هاشم‌پور، فهیمه (۱۳۹۵). بررسی تحلیل اثرات اقتصادی گردشگری شهری از دیدگاه شهروندان (مطالعه‌ی موردی: شهر بابلسر). مجله‌ی علوم جغرافیایی، دوره‌ی ۱۲، شماره‌ی ۲۴، ص ۵۵-۴۰.
- بزازان، فاطمه؛ اسماعیلی، مهناز و فارسی، فرشته (۱۳۹۹). اثرات اقتصادی ورود گردشگران داخلی به استان خراسان رضوی. پژوهشنامه‌ی اقتصادی، دوره‌ی ۲۰، شماره‌ی ۷۶، ص ۸۰-۵۵.
- پروین، محمد؛ رضویان، محمدتقی و توکلی‌نیا، جمیله (۱۳۹۸). ارزیابی تأثیر گردشگری در توسعه‌ی اقتصادی شهر تهران. پژوهش‌های دانش زمین، دوره‌ی ۱۰، شماره‌ی ۳، ص ۲۳۰-۲۱۴.
- حسام، مهدی؛ نگهبان، سعید؛ آشور، حدیثه و جبّاری، سحر (۱۳۹۱). تحلیل عوامل مؤثر بر بازاریابی جهانگردی در جزیره‌ی ابوموسی. اولین همایش ملی توسعه‌ی سواحل مکران و اقتدار دریایی جمهوری اسلامی ایران. دانشگاه دریانوردی و علوم دریایی چابهار، منطقه‌ی سوم نیروی دریایی راهبردی ارتش جمهوری اسلامی ایران-کنارک، بهمن ۱۳۹۱.

- دادورخانی، فضیله؛ رضوانی، محمدرضا و ایمنی قشلاق، سیاوش (۱۳۹۰). تحلیل نقش گردشگری در توسعه‌ی ویژگی‌های کارآفرینانه و گرایش به کارآفرینی در بین جوانان روستایی (مطالعه‌ی موردی: روستای کندوان و اسکندان شهرستان اسکو). پژوهش‌های جغرافیای انسانی، دوره‌ی ۴۳، شماره‌ی ۴ (پیاپی ۷۸)، ص ۱۹۵-۱۶۹.
- ستایش‌منش، مهدی (۱۴۰۲). بررسی تأثیرات سیاسی گردشگری. جغرافیا و روابط انسانی، دوره‌ی ۵، شماره‌ی ۴، ص ۶۰-۴۸.
- سیف‌اللهی، ناصر؛ حاضری، هاتف و حسینی، سیده وجیهه (۱۳۹۵). بررسی رابطه‌ی بین توسعه‌ی صنعت گردشگری با بهبود شاخص فضای کسب‌وکار؛ مطالعه‌ی موردی کشورهای منتخب در حال توسعه. پنجمین کنفرانس بین‌المللی پژوهش‌های نوین در مدیریت، اقتصاد و حسابداری، سن‌پترزبورگ-روسیه، مرداد ۱۳۹۵.
- شکوری، بهرام؛ خوشنویس یزدی، سهیلا و ناطقیان، نیلوفر (۱۳۹۶). تأثیر توسعه‌ی گردشگری بر اقتصاد ایران. پژوهشنامه‌ی اقتصاد و کسب‌وکار، سال ۸، شماره‌ی ۱۶، ص ۵۲-۳۳.
- طهماسب‌پور، زهرا؛ فرهنگی، علی‌اکبر؛ نعیمی، عبدالله و آسایش، فرزاد (۱۴۰۰). بررسی چگونگی تأثیر بازاریابی دیجیتال بر توسعه‌ی صنعت گردشگری (مورد مطالعه: هتل‌های جزیره‌ی کیش). نشریه‌ی علمی تخصصی شباک، دوره‌ی ۷، شماره‌ی ۶ (پیاپی: ۶۳)، ص ۱۲۸-۱۱۷.
- فرجی‌راد، عبدالرضا و آقاجانی، سمیه (۱۳۸۸). تحلیلی نو پیرامون گردشگری و جدیدترین طبقه‌بندی آن. فصلنامه‌ی جغرافیایی سرزمین، دوره‌ی ۶، شماره‌ی ۲۳، ص ۷۲-۶۱.
- کهنسال، محمدرضا و توحیدی، امیرحسین (۱۳۹۲). بررسی رابطه‌ی علی میان گردشگری و رشد اقتصادی در کشورهای عضو منطقه‌ی منا. فصلنامه‌ی اقتصاد مقداری، دوره‌ی ۱۰، شماره‌ی ۴، ص ۷۲-۵۵.
- محمدی، سارا؛ درزیان عزیزی، عبدالهادی و هادیان‌فر، نیلوفر (۱۳۹۹). توسعه‌ی گردشگری با رویکرد بازاریابی سولومو. برنامه‌ریزی و توسعه‌ی گردشگری، دوره‌ی ۹، شماره‌ی ۱، ص ۶۹-۵۵.
- نهاوندپور، ماریا؛ رنجبر، محسن و مجتبی‌زاده‌ی خانقاهی، حسین (۱۴۰۰). تحلیلی بر وضعیت امکانات و تسهیلات گردشگری و نقش متقابل آن‌ها بر توسعه‌ی گردشگری (مطالعه‌ی موردی: شهرستان آستارا). فصلنامه‌ی علمی-پژوهشی نگرش‌های نو در جغرافیای انسانی، دوره‌ی ۱۳، شماره‌ی ۲، ص ۲۵۲-۲۳۳.

- Amanovich, P.F. (2022). The importance of tourism. (P. 117-118). International Conference on Studies in Humanity, Education and Sciences, Helsinki, Finland, January 2022.
- Fayissa, B., Nsiah, C. & Tadasse, B. (2007). The impact of tourism on economic growth and development in Africa. Department of Economics and Working Paper Series, 1-21.
- Gupta, A., Zhu, H., Bhammar, H., Earley, E., Filipski, M., Narain, U., Spencer, P., Whitney, E. & Taylor, J.E. (2023). Economic impact of nature-based tourism. Plos One, Vol. 18, No. 4, P. 1-16.
- Hasanli, Y., Rahimli, G. & Salihova, S. (2021). Economic impact of tourism in Azerbaijan: a sam-based multiplier model. (P. 151). 70th International Scientific Conference on Economic and Social. Baku, Azerbaijan, June 2021.
- Kirilenko, A.P., Ma, S., Stepchenkova, S.O., Su, L. & Waddell, T.F. (2021). Detecting early overtourism: bringing together objective and subjective indicators of tourism benefits. Journal of Travel Research, Vol. 62, No. 2, P. 1-23.
- Kumar, J., Hussain, K. & Kannan, S. (2015). Positive vs negative economic impact of tourism development: a review of economic impact studies. (P. 405-413). 21st Asia Pacific Tourism Association Conference. Apta & Taylor's University, Kuala Lumpur, Malaysia, May 2015.
- Onder, K. & Durgun, A. (2008). Effect of tourism sector on the employment in Turkey: an econometric application (P. 365-373). Ministry of National Defence, Turkey, April 2008.
- Souza, T.V.S.B., Thapa, B., Rodrigues, C.G.O. & Imori, D. (2019). Economic impacts of tourism in protected areas of Brazil. Journal of Sustainable Tourism, Vol. 27, No. 6, P. 735-749.
- Sugiyarto, G., Blake, A.T. & Sinclair, M.T. (2002). Economic impact of tourism and globalisation in Indonesia. (P. 1-34). Christel DeHaan Tourism and Travel Research Institute, University of Nottingham.
- Tohid Ardahaey, F. (2011). Economic impacts of tourism industry. International Journal of Business and Management, Vol. 6, No. 8, P. 206-215.