

توسعه جهانگردی ، مهمان نوازی و اوقات فراغت

فراغت و ماهیت استخدام

اهداف فصل :

اهداف این فصل بشرح زیرند :

- قرار دادن مفهوم تاریخی و اجتماعی جهانگردی ، مهمان نوازی و اوقات فراغت در موضوع مورد توجه .
- اشاره به معانی و مفاهیم کار و استخدام در جهانگردی ، مهمان نوازی ، و فراغت از بعد کلیدی اجتماعی ، تاریخی .

درفصل اول ، ما برخی از ویژگیهای وسیع مفهومی جهانگردی ، مهمان نوازی و اوقات فراغت را مورد بررسی قرار داده و این مفاهیم را با کاربردهای منابع انسانی این ویژگی ها توسعه دادیم . ما همچنین به جلوه های تعریفی این مفاهیم با توجه به رابطه متقابل آنها با هم اشاره کردیم . و در نهایت ، تفاوت مردمی که در جهانگردی کار کرده و نقشهای متفاوتی ایفا می کنند را پر رنگ کردیم . این فصل برخی از این موضوعیت ها را به صورت دقیقتری توسعه می دهد .

نظریه اوقات فراغت

توضیح اسمیت و مانل (۲۰۰۰) از اوقات فراغت به این نکته اشاره می کند که مفاهیمی از قبیل فراغت ، تفریح ، مسافرت و جهانگردی در طول زمان تغییر کرده و نمو نموده اند ، اما همچنان معانی متفاوتی در فرهنگها و جوامع گوناگون دارند . تعاریفی که در فصل اول ارائه شد ، از دید نویسنده ای که از منظر کشورهای توسعه یافته به موضوع نگاه می کرد بود . بعبارت دیگر تمام آنها بر مبنای استرالیا ، اروپا یا امریکای شمالی هستند که به ناچار نحوه نگرش آنها را تحت تاثیر قرار می دهند .

اوقات فراغت ، بعنوان نقطه شروع ، برای مشارکت در تفریح و سفر و جهانگردی حیاتی است . در جوامعی که بصورت اساسی ملکی هستند (وابسته به زمین) کشاورزی اساس حیات آنهاست تا اینکه تجارت ، کار بر روی زمین بصورت دوره ای سالیانه و هفتگی است و دوران بیکاری لاجرم با امور مذهبی و تعطیلات خانوادگی و مذهبی توأم است . جامعه اروپایی ، قبل از انقلاب صنعتی قرون هجده و نوزدهم بصورت عظیمی ملکی بوده با اکثریتی از مردم که از طریق زمین امرار معاش می کردند و اجاره نشین و دهقان بودند . در این شرایط زمانی به عنوان وقت آزاد معنای خود را به دشواری نشان می داد . در بسیاری از کشورهای در حال توسعه امروزی جوامع روستایی با مشکلات مشابهی مواجهند - تعهد به زمین در حدی که هیچ فرصتی برای مشارکت قابل توجهی در فعالیتهای غیر از زمین و غیر کاری وجود ندارد . فراغت یا اوقات غیر کاری برای افراد خارج از حکومت و نخبگان تاجر و یا حرف ، سابقا و در برخی از نقاط جهان هنوز هم به تعطیلات خاص مذهبی یا فرهنگی محدود

بوده و هست ، روزهای مقدس مسیحیان ، مسلمانان و یهودیان و جشنواره های سالانه ای مانند عید های فطر ، قربان ؛ سال جدید چینیهها ، عید پاک و ...

استثنا در مورد اروپای پیش از صنعتی و جهان در حال توسعه معاصر ، نخبگان اقتصادی و حرفه ای ، مردمی در مقام رهبری ، سیاسیون حکام ، پزشکان و وکلا هستند . منابع اقتصادی ، تحصیلات و سبک زندگی آنها مشروعیت داشتن اوقات فراغت و آزادی مشارکت در سفر و جهانگردی را می دهد . اروپا در قرن هجدهم شاهد گراند تور بود که جهانگردی آموزشی با پسران نخبگان جامعه بریتانیا بود که به بازدید از مراکز مهم فرهنگی و تاریخی فرانسه و ایتالیا اختصاص داشت که تا یکسال به درازا می کشید . جهانگردی خروجی امروزه ، از برخی کشورهای بسیار فقیر جهان بسیار شبیه این پدیده است .

مفهوم فراغت ، همانطور که کوپر و دیگران (۲۰۰۵) تعریف می کنند ، اساسا محصول صنعتی شدن و شهری شدن است . صنعتی شدن یک قشر متوسط در جامعه عموما شهری بوجود می آورد که دارای استقلال اقتصادی برای تعقیب فعالیتهای تفریحی ، مسافرت و جهانگردی هستند . همچنین الگوهای کاری بوجود می آورد که برده وار وابسته تقویم کشاورزی نیستند . ممکن است کارخانه ای به مدت یک یا دو هفته تعطیل شود در حالی که احشام را نمیتوان به این مدت طولانی نادیده گرفت . بسیاری از کشورهای اروپایی در اواسط و اواخر قرن نوزدهم قوانینی تحت عنوان تعطیلات با حقوق و دستمزد داشتند و تعطیلات صنعتی مانند فورتنايت گلاسکو در جولای رایج گشتند . همزمان وقت آزاد کارگران از یک به یک ونیم و به دو روز در آخر هفته ها افزایش پیدا کرد . این حرکت ها جامعه فراغتی جدیدی را بوجود آورد با منابع اقتصادی برای خرید فعالیتهای اوقات فراغت ، چه در خانه (سینما ، مسابقات فوتبال ، ورزشهای سازمان دهی شده) و چه در محیط بیرون دور دست (سفرهای یک روزه ، تعطیلات گسترش یافته) . سازماندهی مشارکت انبوه و تماشاگران نظام یافته ورزشی مانند فوتبال در اروپای غربی بر می گردد به زمانی که تعداد زیادی از مردم در مناطق شهری برای اولین بار زمان لازم برای عضویت در کلوب های محلی و تشویق تیم هایشان را داشتند .

بنابر این اوقات فراغت محصول تغییرات اقتصادی و بر اساس تجربیات جدید در دیگر نقاط جهان افزایش یافته به موازات میزان صنعتی شدن در کشورهایی مانند مکزیک و برزیل است . بعبارت دیگر هر چه رونق اقتصادی یک کشور بیشتر باشد ، تشریک مساعی دولت ، مستخدمین و استخدام کنندگان برای کوتاه تر کردن زمان کاری و افزایش اوقات فراغت بیشتر می شود . در مالزی و سنگاپور کاهش ساعات کاری کارمندان عمومی در روزهای شنبه مثال خوبی برای این فرآیند میباشد .

رشد اوقات فراغت در اروپای قرن نوزدهم و همزمانی آن با تغییر دانش فنی ، فرصتی برای تازه " رهاسدگان فراغتی " (آنهايي که زمان آزاد برای مشارکت در فراغت دارند) برای مورد استفاده قرار دادن این زمان بوجود آورد . آنها این کار را با مسافرت در تعداد زیاد به تفرجگاههای جهانگردی نو ظهور در دریا یا کوهها به انجام رساندند . توسعه خط آهن در میانه قرن نوزدهم در اروپا امکان جابجایی تعداد زیادی از مردم با سرعت بالا و هزینه پائین از شهرهای صنعتی مانند منچستر در انگلستان تا به تفرجگاههای ساحلی مانند بلک پول را فراهم ساخت . در آغاز چنین سفرهایی عموما یک روزه بود اما برخی مواقع بیشتر هم می شد . دسترسی به اوقات فراغت مردم را قادر به سفر می کرد (با استفاده از تکنولوژی مانند راه آهن) و فرصتهای مسافرتی ، رگه هایی از توسعه جهانگردی انبوه را نشان می داد . تغییرات تکنولوژیکی همچنین فرصتهای بیشتری برای گسترش امکان سفر و جهانگردی در طول قرن بیستم بوجود آورد . ظهور امکان سفر با وسیله موتوری کم هزینه در بین سالهای ۱۹۲۰ و ۱۹۳۰ در ایالات متحده به افرادی با امکان اوقات فراغت آزادی سفرهای مستقل محلی و طولانی تر را نیز می داد . همزمان حمل و نقل اتوبوسی بعنوان مکملی و در بعضی جاها بواسطه انعطاف سفر و ارزانی جایگزینی برای راه آهن در

اروپا و امریکای شمالی جهانگردی انبوه را گسترش داد. از میانه قرن بیستم به اینطرف بواسطه سفرهای کم هزینه خطوط هوایی، بسته های مسافرتی مدرن امروزی بازارهای جهانگردی اروپا، امریکای شمالی، ژاپن و استرالیا به گونه ای که الان وجود دارند درآمد. سفر هوایی مزیت دسترسی پر سرعتی را که سایر امکانات حمل و نقلی قادر به رقابت نیستند را برای کارکنان صنعتی و اداری با وقت فراغت محدود مهیا کرد. گامهای اخیر در گسترش مسافرت ظهور خطوط هوایی کم هزینه ابتدا در امریکا و سپس در اروپا و استرالیا و کمی با تاخیر در آسیا است که خطوط هوایی کم هزینه مدل کسب و کاری جدید و موفقی در مقایسه با فعالین سنتی مثل لوفت هانزا و مالزین ایرلاین و کانتاس (پندر و باوم ۲۰۰۰؛ کووا و باوم ۲۰۰۴) بکار گرفته اند. این خطوط هوایی برای مسافرت امکان حضور در عرصه بین المللی جهانگردی را بنحوی فراهم کرده اند که سابقا غیر ممکن بود. بهرحال مدارکی وجود دارد که نشان می دهد مدلهایی که توسط شرکتهای هوایی کم هزینه اتخاذ می شود در جوامع به صورت اختصاصی بوده و اقشاری که از لحاظ اقتصادی و تحصیلی در حاشیه هستند به این پروازهای کم هزینه دسترسی ندارند (باوم ۲۰۰۴، ۲۰۰۷ در آینده نزدیک).

دسترسی به اوقات فراغت فقط در مورد افرادی که استخدام هستند نیست. افزایش مشمولیت در تحصیلات تمام وقت و پاره وقت به این معنی است که دسترسی به اوقات فراغت با تقویم مدارس نیز دیکته می شود. تعطیلات مدارس در بسیاری از کشورها در زمانی قرار دارد که تقاضای سفر و جهانگردی به اوج خود رسیده است و این تعطیلات بعنوان مطلوب ساز در استفاده از اوقات فراغت استخدام شدگان عمل میکنند.

بسیاری از کشورهای توسعه یافته تغییرات ساختار جمعیت شناختی را تجربه می کنند که این مطلب در درک و مطلوبیت استفاده از فراغت بسیار مهم است. ساختار نیروی کار تغییر کرده است و این تغییر ادامه دارد، مشارکت زنان در کار خارج از خانه در کشورهای توسعه یافته و بسیاری از کشورهای در حال توسعه در حال رشد است. این مسئله پیامدهایی در اوقات فراغت و مشارکت در تفریحات توسط بانوان و فرزندانشان را در پی دارد. کارهای بدون کارمزد و پرداخت، چه در خانه و چه در فعالیت های داوطلبانه جامعه، در بسیاری از جوامع اغلب کمتر بها داده می شوند و اوقات فراغت کمتری نسبت به مشاغل با پرداخت و کارمزد به آنها اختصاص داده می شود. در بسیاری از کشورهای اروپایی و امریکای شمالی و برخی از جوامع آسیایی بهبود عوامل سلامتی و دیگر عوامل باعث شده مردم بیشتر از گذشته زندگی کنند، سن بازنشستگی افراد کاهش یافته است، ترکیب این دو عامل با هم باعث شده که افراد مسنتر وقت و منابع مالی کافی برای مشارکت در فعالیتهای فراغتی مانند تفریح و سفر و جهانگردی را داشته باشند. ورزشهای تفریحی مانند دریانوردی، پیاده روی های مسافتهای طولانی با افزایش مشارکت افراد میانسال و بالاتر مواجه است.

در همین زمان و با توجه به جمعیت مسن جامعه، در این جوامع کاهش مردم جوان را نیز داریم که این مورد نیز بر روی فراغت و سفر و جهانگردی نیز تاثیر دارد و تاثیر سنتی تعطیلات مدارس را کاهش می دهد. در این کتاب تاثیرات کاهش جمعیت جوان بر جهانگردی سفر و فراغت و روی نیروی کار بررسی می شود، این موضوعیت در فصل ۷ بیشتر توسعه یافته است.

توسعه جهانگردی، مهمان نوازی و فراغت – مشارکت از نخبگان به سمت انبوه

بمنظور درک محیط منابع انسانی در صنایع جهانگردی بین المللی، مهمان نوازی و فراغت، ضروری است ابتدا منشاء جهانگردی و مهمان نوازی و رشد بخش های این صنایع به وضع امروزی بعنوان مشارکت انبوه در صنعت را مرور نمود. سپس

به موازات این باید آن قسمت محیط متغییر منابع انسانی را که از رشد جهانگردی ، مهمان نوازی و اوقات فراغت حمایت می کنند مورد بررسی قرار دهیم . ما اکنون توسعه این بخش را از اقلیت زیارتی نخبگان قرن هجدهم تا تبدیل شدن به یک صنعت بین المللی با مشارکت انبوه مورد بررسی قرار می دهیم . نیروی محرکه پشت این تغییرات ، همانطور که خواهیم دید ترکیبی از عوامل اجتماعی ، فرهنگی ، اقتصادی و فناوری است . نیروهای مشابهی محرک تغییر با توجه به استخدام در جهانگردی ، مهمان نوازی و فراغت هستند .

خیلی ساده لوحانه خواهد بود اگر بخواهیم توسعه جهانگردی ، مهمان نوازی و فراغت را در سطح بین المللی همگن ببینیم . همانطور که در فصل اول دیدیم صنعت جهانگردی ، مهمان نوازی و اوقات فراغت در محصولاتشان به همان اندازه سازمان و ساختارشان بسیار متفاوت هستند . بخاطر دلایل گوناگون فرهنگی ، اجتماعی ، اقتصادی ، سیاسی و فن آورانه ؛ جهانگردی ، مهمان نوازی و فراغت در یک حالت جسته گریخته ای قرار دارند ، برخی جاها در مرحله اشباع قرار دارند بسیار پیشتر از مقاصد دیگری قبل از شناسایی . فراتر از گستره ما خواهد بود که تمام عوامل پشت صحنه توسعه جهانگردی ، مهمان نوازی و فراغت و چگونگی تاثیر آنها در استخدام (اشتغال) در این بخش را بررسی کنیم . در انجام این کار ناچاراً توجه ما به سمت کشورهای خواهد بود که بصورت واضحی در حرکت به سمت جهانگردی انبوه مشارکت دارند ، ابتدا بریتانیا ، اما همچنین کشورهای دیگر شمال غربی اروپا ، و امریکای شمالی هم مد نظر هستند .

اروپا ، یا بصورت دقیقتری اروپای غربی در صدر جهانگردی ، مهمان نوازی و فراغت مدرن قرار دارند ، همانطور که میدانیم و یا همانطور که پامپل و لوری (۱۹۹۳) این را بیان می کنند "در اروپا بویژه در بریتانیای کبیر بود که صنعت جهانگردی بوجود آمد ، پالوده شد و توسعه یافت" .

صنعت جهانگردی ، مهمان نوازی و فراغت را می توان در رشد شهرنشینی در مصر باستان ، یونان و روم ردگیری کرد . در بررسی منشا هتلها در بریتانیا بورر (۱۹۷۲) اشاره می کند که : "اولین مهمانپذیرها در این کشور ، جایی که مسافرین بعد از روزها مسافرت می توانستند بخورند ، بیاشامند و بخوابند ؛ قبل از اینکه انگلیس ها به آنجا برسند ، بوسیله رومی ها معرفی شدند" . این تاسیسات در تمام امپراتوری روم برای تلاشهای جنگی و امور مستعمراتی بنا شده بودند و بر روی بازارهای مسافرتی خاص تاکید داشت تا اینکه مسافرت های عمومی .

بهرحال پیشینه صحیح جهانگردی انبوه امروزی را می توان در "گراند تور" جستجو کرد که در طول قرون شانزده تا نوزده گل کرد . در اصل بصورت اولیه مختص اشراف بود که از بریتانیا شروع شد و فرانسه ، ایتالیا ، سوئیس ، آلمان و کشورهای پائین را شامل می شد و توسط تاونر در ۱۹۸۵ ص ۳۰۱ "توری از شهرهای اروپای غربی که بصورت اولیه اما نه بصورت انحصاری برای تحصیل و لذت تشکیل شده بود" تشریح شده است .

مفهوم اصلی گراند تور مربوط به سفر به تفرجگاهها و آبهای درمانی (معدنی) مد روز قرن هجدهم میشد که الگویی از زندگی اشرافی محسوب می شد و این در ساختار استخدامی رایج پشتیبان سفر در این دوران نیز منعکس بود . سفرهای ثروتمندان با تمام یا بخشی از خدم وحشم هایشان . در موردسفرهای داخلی به بث ، دئاویل ، یا وی ماوت از بسیاری از خانوارها تشکیل می شد . مشایعت در گراند تورها تا حد زیادی تعدیل شده بود اما شامل یک معلم خصوصی ویک یا چند خدمتکار شخصی می شد . امکانات اقامتی اکثراً خانه خانواده هایی از سطح مشابه بود و کمتر کاربرد تجاری داشت . از آنجایی که اشتغال در این زمان بسیار محدود بود ، امکان شناسایی مشاغل مرتبط با جهانگردی وجود ندارد .

در حالی که گراند تور روزهای خوب خود را طی میکرد ، یکی از تغییرات مهم آنرا می توان زمان تور دانست که از متوسط ۴۰ ماه در اواسط قرن شانزده تا ۴ ماه در ۱۸۳۰ در زمان مسافرت با قطار کاهش یافت (تاوئر ۱۹۸۵ ص ۳۱۶) . این کوتاه شدن تجربه در طول زمان از ویژگیهای توسعه جهانگردی بوده و ادامه آن از ویژگیهای مهم روند بازار امروزی است . این نشانگر تغییرات در سبک زندگی ، اجتماعی ، اقتصادی و شرایط کاری ، بهبود حمل و نقل و سایر فن آوری ها است ، اما شاید مهمترین مورد ، تعمیم تجربه از طریق مشارکت انبوه است . بوزارد (۱۹۹۳) به صورت درستی در این مورد بحث می کند که صنعتی شدن در اروپا امکان این تغییر را بوجود آورد ، در زمان جهانگردی پیشرفته ، دسترسی گسترده به مسافرت فراغتی مهیا شد که فارغ از اشرافیت و کلاس بالای گراند تور بود (ص۱۸) .

این پیوند بین صنعتی شدن و توسعه جهانگردی انبوه بعنوان اهمیت بریتانیا در توسعه جهانگردی بعنوان یک صنعت است . طبق اظهارات فیفر (۱۹۸۵) قبل از دوران اثر راه آهن در ۱۸۲۰ در حدود ۱۵۰۰۰۰ مسافر بریتانیایی در سال از اروپا بازدید می کردند ، نشانگر یک رشد قابل توجه از زمان "دوران طلایی" گراند تور است (پوون ۱۹۹۳ ، ص ۳۰) . بطور مشابهی در امریکا سفر نخبه محور بود . زیمرمان (بدون تاریخ) اشراف و طبقات بالا بمدت یک ماه به مسافرت می رفتند . اکثر مردم کارگر سفر نداشتند . مسافری در محلی بمدت هفته ها اقامت می کردند که می توانست یک هتل و با مهمان نوازی یک دوست یا فردی باشد که برای وی نامه معرفی داشتند . آنها سبک سفر می کردند . در کنار چمدانها و کیف های پر از البسه و زیورآلات و لوازم آرایشی ، مسافران اشرافی اضافاتی را نیز با خود داشتند : پرستاری برای بچه ها ، منشی (دستیار) ، فامیل های دور برای شبه-خدمتکاری .

ابتدا ، الگوی این تغییر وقتی بود که رشد ثروت طبقات میانی با شهرنشینی جهانگردی را توسعه دادند و اقدام به سفر این طبقه از نوع مسافرت نخبگان بود . بنابراین مسافرت های داخلی ، بعنوان مثال ، به سمت محل های کنار دریا گرایش پیدا کردند . در همین زمان برخی از تفرجگاههای خاص مانند بلک پول توسعه یافتند تا نیازهای جهانگردان تازه رها شده را پاسخ دهند . شبیه به همین ، مدل انقلاب پسا-صنعتی جدید مسافرت های اروپایی از بریتانیا همان شریانهای گراند تور را در مقیاسی پی می گرفتند که بدون فن آوری راه آهن و مهارت های سازمانی و کارآفرینانه نوآوران صنعت مسافرت همچون توماس کوک امکانپذیر نبود .

کوک مسیر صنعتی شدن جهانگردی را اشاره می کند ، اشارات او به کالای مصرفی ، در دسترس تمام کسانی است که زمان و هزینه را بتوانند متحمل شوند . امکان بسته بندی کردن (بصورت بسته در آوردن) تجربیات جهانگردان ، که ویژگی کلیدی این فرآیند است ، تلویحا پیچیدگی سر هم کردن عناصر جهانگردی را که ورای تخصص اکثر مسافران بالقوه ، بویژه کارکنان طبقه متوسط ماهر و تازه ثروتمند شده است را شناسایی می کند . این گروه از مسافران جدید که اصولا از مراکز شهری در حال رشد هستند ، نه تنها از تغییرات فن آوری مسافرت منتفع می شوند بلکه از عناصری مانند دسترسی به منابع مالی که قبل از انقلاب صنعتی در دسترس گروه های کوچکی بود و پیدایش تعطیلات همراه دستمزد و تحصیلات جهانی در حال افزایش در اکثر کشورهای اروپایی نیز نفع می برند .

با رسمی شدن مشارکت در فراغت ، فعالیتهای این عرصه با توجه به جهانگردی و مهمان نوازی تحت تاثیر قرار گرفت . سرمنشاء رسمیت و تجاری شدن فراغت ، آنگونه که اقتصاد جهانی امروز رایج است ، بصورت اولیه در ناحیه اروپا شکل گرفت که از ترکیب ریشه های این فعالیتهای در یونان باستان (بازی های المپیک ، برای مثال) تمدن روم ، کارناوال های اروپای مرکزی بوجود آمد ، جشنواره ها و فعالیتهای ورزشها جوامع شهری در دوره صنعتی شامل رخدادهای ورزشی مهم و متعاقب

آن سینماها . ویل و لینچ (۲۰۰۱) انقلاب صنعتی را نقطه عطفی در تاریخ فراغت معرفی می کنند ، وقتی که ریشه درک از زمان نسبت به جوامع زمین محور تغییر کرد . این زمانی بود که مردم از وظیفه-محوری که از دوران کار متاثر بود به زمان-محوری روی آوردند . تقاضای محصولات صنعتی و سرمایه داری ساختار کاری مقومت ناپذیری را تحمیل می کرد که بر روی زندگی فراغتی هم ناچارا تاثیر گذار بود . سازماندهی فراغت و بالطبع آن سفر و جهانگردی از ساختار تحمیلی بر زندگی ها بوسیله زندگی دفتری و کارخانه ای متاثر بود . کشورهای توسعه یافته تاریخ جهان شمول رایجی از تحولات فراغتی ندارند چرا که تجربه هر کشور در دامنه ای از عوامل متفاوت تحت تاثیر قرار گرفته است . در مورد استرالیا ، ویل و لینچ (۲۰۰۱) دو تاثیر مهم در فرهنگ و فراغت معاصر را معرفی می کنند . این عوامل از طرفی از سنتهای جامعه بومی نشات می گیرند و از طرفی از فرهنگ اروپایی بویژه بریتانیایی متاثر است . این تاثیرات متفاوت خود را وقتی آشکار می سازند که تمایل استرالیایی ها را در بیرون از خانه و حیات وحش که منعکس از فرهنگ بومی است را در کنار هواداری متعصبانه ورزشهای سازماندهی شده از هر نوع سابق ای از فرهنگ و فراغت اروپایی است میبینیم . تجاری شدن امروزی فراغت تا حدود زیادی مدیون تاثیرات آمریکایی ها در قرن بیستم و تاثیرات فن آوری مانند رادیو ، فیلم و تلویزیون است . بسیاری از فعالیتهای فراغتی در جوامع غربی تجاری شده در دست سازمانها در سطح مسیعی در دنیا در دسترس هستند .

فراغت در کشورهای در حال توسعه در خط متفاوتی از دموکراتیک و مشارکت مردمی قرار دارد . در جاهایی که محدودیت زمانی وجود ندارد ، مثل بچه های افریقای جنوبی ، تسهیلات و تجهیزات ورزشی به راحتی برای مشارکت مردمی وجود ندارد . آکیمپانگ و آمبلر (۲۰۰۲) مسئله اوقات فراغت و زمانهای غیر کاری را در آفریقا بیشتر مورد بررسی قرار داده اند . اولین گام آنها بررسی فراغت از سه فاز : مستعمراتی ، پسا مستعمراتی و توسعه مدلهای مدرن مصرف گرایی سرمایه داری بود . آنها اشاره می کنند که در حدود ۱۰۰ سال پیش اوقات فراغت واژه ای کاملا نا آشنا در کشورهای آفریقای هم از دید اقتصادی و هم مهمتر از آن از دید سبک زندگی بود . با استعمارگری و سازمانهای رسمی زمان ، روند به سمت فراغت در سطح محدودی و همگام با کشورهای توسعه یافته برای افشار نخبه و تحصیل کرده فراهم آمد . آکیمپانگ و آمبلر بویژه گسترش ورزش و مشارکت در آن را بویژه در ورزشهایی مثل فوتبال و بوکس بررسی کرده و مراحل شکوفایی این فعالیتهای در جوامع روستایی کشورهایمانند سنگال و کامرون بررسی کردند .

مشارکت در فعالیتهای فراغتی فقط برای بخش بندی های اقتصادی و طبقات اجتماعی محدودیت ایجاد نمی کرد . دلایل مذهبی و سیاسی نیز محدودیتهایی برای مشارکت بوجود می آورد . ویل (۲۰۰۲) اشاره می کند که پاکدینان پروتستان قرن هفدهم فعالیتهای ورزشی و سرگرمی در روزهای یکشنبه را تحریم می کردند . در زمان امروزی نیز محدودیت های مشابهی برای مشارکت آزاد افراد در روزهای یکشنبه در برخی جوامع مانند اسرائیل و جوامع منفک غرب اسکاتلند وجود دارد . محدودیت ها همچنین برای مشارکت گروههای خاص نیز اعمال می شود . نازی های آلمان استفاده از وسایل ورزشی و شنا را برای یهودیان در ۱۹۳۰ ممنوع کرده بودند ؛ مشارکتهای فراغتی در جنوب ایالات متحده تا ۱۹۶۰ تفکیک شده بود ؛ در ایران امروزی نیز ورود بانوان به استودیوم های فوتبال در طول زمان مسابقه ممنوع است .

ویلیام (۲۰۰۲) در مورد این مسئله بحث می کند که علی رغم تمام تغییراتی که در جهانگردی و مهمان نوازی و فراغت صورت پذیرفته و آن را به پدیده امروزی که میبینیم در آورده ، مسائل و موضوعیتهایی وجود دارد که از ۲۰۰ سال پیش تا به امروز بدون تغییر باقی مانده اند . این مسائل به روابط تازه-استعماری بین بازدیدکنندگان و جوامع میزبان و همچنین بین جهانگردان و محیط طبیعی مربوط می شود .

جهانگردی قرن نوزدهم بیشتر بر روی اکتشاف ، شکار و تجارت در مستعمرات تمرکز داشت . این حقیقتی است که تسلط بر مستعمرات به مسائل غیر همبستگی زمین و منابع طبیعی با تکیه بر قومیت ، نژادی و جنسیت تکیه دارد . این شکل از جهانگردی و دستیافته هایش در کنترل کلونی ها ، تورگردانان ، و مالکان کشتیان بخاری و راه آهن داخلی کشورها بود . جهانگردی بعنوان استخراج کننده منابع طبیعی مثل تجارت پوست ، عاج ، جانوران برای ایجاد ثروت و به خطر انداختن این منابع شناخته میشود . با توسعه جهانگردی انبوه در ۱۹۵۰ و دهه ۶۰ باعث شد که طبقه متوسط وارد "خوش گذرانی و آفتاب" در دنیای توسعه یافته شود . حتی با شکل جدید جهانگردی ۱۹۸۰ و ۱۹۹۰ بهره کشی غیر بومی و طبیعی همچنان ادامه داشت . با رشد و گسترش جهانگردی مدرن و اسروزی "جهانگردی ماجراجو" که شامل پیاده روی گردش ، کرله پستی روها ، طبیعت گردی ؛ کنترل بیشتری بر منابع اعمال شده و میزان سوء استفاده کاسته شد .

تغییرات الگو و ساختار صنعت جهانگردی ، مهمان نوازی و فراغت (و بویژه بسته های تجاری) پیامدهای اجتناب ناپذیری بر ماهیت استخدام (اشتغال) در این صنعت دارد . این مطلب تغییرات موازی وسیعی را در بخشهای صنایع دیگر مانند تولیدات معادن ، و اخیرا در کشاورزی موجب می شود .

پیدایش سفر طبقات متوسط یا بورژوازی باعث تغییرات اساسی گردید ، برای اینکه اولاً آنها قادر نبودند از خدمات مهمان نوازی همتایان اجتماعیشان نفع برند و میبایست از امکانات اقامتی تجاری و وسایل حمل و نقل عمومی استفاده می کردند ، ثانيا قادر نبودند کل خانوارها را به مقصد منتقل کنند و نیازمند خدمات دستیاری در طول سفر و مقصد بودند . و در نهایت اوقات فراغت برای این طبقه بصورتی که برای اشراف زادگان قدیم بود مهیا نیست . به خاطر این موضوع امکان جابجایی با کل خانوار بمدت طولانی مهیا نبود .

چرخه اشتغال در پشتیبانی از صنعت نو پای تجاری جهانگردی ، مهمان نوازی و فراغت بخاطر مشارکت این اقشار جدید شاید در حال تغییر باشد ، اما توسعه انتظارات مصرف کنندگان بسیار کندتر است . فرهنگ خدمت رسانی پشت سر جهانگردی با وجود اینکه جهانگردی یک فعالیت دموکراتیک و مردمی است ، اما عده معدودی مبادرت به این کار می کنند ، به اقشار خاصی محدود می شود .

فرآیند تعطیلات سازی اختصاصی به سمت مشارکت انبوه با همان فعالیتها و محل های مشابه در توسعه جهانگردی تکرار می شود و جهانی شدن فعالیتها را افزایش می دهد . در گامهای اولیه ، پیشگامان ماجراجوی ثروتمند پا به مقاصد جهانگردی خاصی می گذارند (کسانی که ما گروه الف می نامیم) ؛ این فاز اول بوده و تا زمان کوتاهی دوام می آورد ، بعد گروهی (گروه ب) که از لحاظ دسترسی به منابع مالی و وقت محدودیت بیشتری دارند به مقصد متوجه می شوند ، افرادی که می توان آنها را لذت جوینان دانست ؛ سپس مقیاس بزرگی از سفرهای ارزان تر و اقامتگاههای محدودتر توسعه می یابند و قیمت مقصد کاهش می یابد و یا حداقل در گستره قیمتی وسیعتری عرضه می شود . ارزش کل ریزش جدید جهانگردی شاید خیلی قابل توجه تر از حالت قبل نباشد اما بی تردید تاثیرات محیطی و اجتماعی بیشتری خواهد داشت . اشتها بیش از حد مقصد منجر به ترک مقصد توسط پیشگامان خواهد شد و آنان به سمت مقصد جدیدتری که احتمالا دورتر و کمتر توسعه یافته تر خواهد بود خواهند رفت .

این فرآیند در پایان هر طیف عمر مقصد تکرار می شود . ادامه توسعه مقصد فشار هزینه ای بازدیدکنندگان را کاهش داده و افرادی که سابقاً توانایی سفر به آنجا را نداشتند اکنون می توانند به علت امکان دسترسی بهتر و هزینه کمتر به آنجا سفر کنند (گروه ج) . این هجوم گروه ج باعث مهاجرت گروه ب به مقصد دیگری می شود که احتمالاً گروه الف قبل از آنها به آنجا رفته است . استینک (۱۹۹۳) جدولی را پیشنهاد می کند که در جدول ۲.۱ منعکس شده است .

دسته				
دوره	طبقه زمین دار / مشهورین	بورژوازی	بازار انبوه	دلیل تغییر
قرون ۱۷ و ۱۸	گراند تور			
قرن ۱۸	آبگرم های معدنی	گراند تور / سفرهای آموزشی		رشد طبقه متوسط صنعتی
قرون ۱۸ و اوایل قرن ۱۹	تفرجگاههای کنار دریا	آبگرم های معدنی		
میانه قرن ۱۹	مدیترانه در زمستان / ریشه تور	تفرجگاههای کنار دریا	گشت و گذار با قطار	ظهور سفر ریلی / تعطیلات با دستمزد
اواخر قرن ۱۹	آلبینیزم / مدیترانه در تابستان	رینه تور / مدیترانه در زمستان	تفرجگاههای دریایی (داخلی)	
اوایل قرن ۲۰	تور جهانی	آلبینیزم / مدیترانه در تابستان	تفرجگاههای دریایی / آبگرم معدنی (داخلی) / کمپ های تعطیلاتی	تاثیر اولیه وسایل موتوری بر روی مسافرت فراغتی
میانه قرن ۲۰	تعطیلات چندگانه / سفرهای کشتی های تفریحی	مسافرت به مقاصد دورتر	مدیترانه در تابستان	مسافرت با خطوط هوایی / کاهش اسناد سفر
اواخر قرن ۲۰	تعطیلات چندگانه / فعالیتهای تعطیلاتی	تعطیلات چندگانه / سفرهای کوتاه و بلند مدت کشتی های تفریحی	سفر به دورتر / تماما شامل	جمبو جت
اوایل قرن ۲۱	مقاصد نخبه / سفرهای فضایی	تعطیلات چندگانه / وقفه های فرهنگی	سفرهای مسافت بلند / مسافرت با کشتی تفریحی	خطوط هوایی کم هزینه / ملاحظات امنیتی / ملاحظات سلامتی

جدول ۲.۱. دوره هایی در توسعه جهانگردی اروپا

از این رو ممکن است که توسعه جهانگردی را در بریتانیا و آلمان بصورت پی در پی ترسیم کرد . شاید برخی از مراحل این توسعه بهمان سادگی مدل و پله پله ای نباشد . بعنوان مثال بلک پول در شمال غربی انگلیس که برای فراغت طبقه کارگری صنعتی توسعه داده شده است طبق مدل از بازارهای اشراف و طبقه متوسط عبور نکرده است . فرآیند مشابهی از اشتها و دموکراتیک شدن مشارکت نیز با توجه به استفاده گسترده از اوقات فراغت در اروپا و در نتیجه آن رشد مشارکت در جهانگردی و مهماننوازی و فراغت در برخی از کشورهای در حال رشد و تازه صنعتی شده می تواند ترسیم شود .

مدل استینک با توجه به توجهات تغییرات اقتصادی و توسعه بازار-محور برای اقتصادهای باز طراحی شده است و برای کشورها و اقتصادهای در حال توسعه و یا کشورهای اروپای شرقی بویژه اتحاد جماهیر شوروی سابق جوابگو نیست . در این کشورها توسعه جهانگردی اجتماعی کم هزینه ، از طریق آژانسهایی (کارگزارانی) مانند اتحادیه های تجاری و سازمانهای اجتماعی سازماندهی می شود که مشارکت مقیاس انبوه را بدون توجه به محدودیتهای دسترسی به منابع اصلی اقتصادی تحمیل می

کند . مشابهت های روشنی را در سازماندهی جهانگردی سیاسی-اجتماعی برای بویژه جوانان در آلمان نازی در طی دهه ۱۹۳۰ می توان مشاهده کرد . اصولاً از بعد داخلی ، این شکل از جهانگردی طبق اظهارات هال :

به صورت حیاتی شکلی از رفاه شهروندان و برای ظرفیت های بهره وری اقتصادی محسوب می شود . در دسترس بودن

فراغت و جهانگردی ، عنصر مهمی از چرخه تولید و باز تولید محسوب می شود . علی رغم تبعی (زیرنظر) بودن در

ملاحظات سیاسی و ایدئولوژیکی ، بهرحال جهانگردی داخلی بصورت عظیمی سازماندهی شده است . (هال ۱۹۹۱ ، ص ۸۴) .

هال با اشاره به هلاسز که چارچوبی از جهانگردی مجارستان در دهه ۱۹۵۰ را ارائه می کند ادامه می دهد :

شبکه گسترده ای از تفرجگاههای تعطیلاتی . با توجه به توصیه های اتحادیه های تجاری ، کارگران می توانند از تعطیلات

کاهش قیمتی لذت برند ، یا ، حتی بعنوان پاداش ویژه بصورت مجانی . تفرجگاههای ویژه تعطیلاتی برای مادران به همراه

فرزندان کوچک وجود دارد . بنا به مهتد کودک ها و شیرخوارگاهها و مدارس و سازمانهای جوانان ، هزاران نوجوان و

جوان تعطیلاتشان را در کمپ های تابستانی بصورت مجانی و یا با پرداخت مبلغ اندکی سپری می کنند . (هلاسز در هال

۱۹۹۱ ، ص ۸۵) .

جهانگردی اجتماعی البته یک موضوع صرف اروپای شرقی نیست و ادامه آنرا می توان در فرانسه ، بلژیک و سنگاپور و تا حدودی در عملکرد سازمانهایی در بریتانیا و ایالات متحده در بخش کمپ های تابستانی مشاهده کرد . ریچاردز (۱۹۹۲) منشا جهانگردی اجتماعی اروپای غربی تا دهه ۱۹۳۰ با عبور از قوانین تعطیلات با دستمزد را مورد رهگیری قرار میدهد . او سه مدل از جهانگردی قابل شناسایی در ۱۹۸۰ پیشنهاد میکند . یکی در موضوع اروپای شرقی کاملاً بحث شد ، جایی که تمام اشکال جهانگردی اجتماعی محسوب می شد . مدل اروپای شمالی بر روی مصرف فردی تاکید می کرد ، با جهانگردی اجتماعی محدود برای گروههای بسیار کم درآمد . مدل سوم وابسته به مدل اول است و بیشتر در اروپای جنوبی مقبول است ، جایی که توجهات بیشتر بر روی امکانات اقامتی کم هزینه برای گروههای کم درآمد است ، با کنترل توزیع بوسیله خدمات اجتماعی و اتحادیه های تجاری (ریچاردز ۱۹۹۲ ص ۱) .

مدل استینک بر این دلالت دارد که هیچ پر کننده ای در سطوح برای بازار جهانگردی انبوه برای کشورهای توسعه یافته ای که تخلیه شده اند وجود ندارد . اگر چه این مطلب صحیح است که کاهش تفرجگاههای ساحلی مانند سیتون کرو در شمال انگلیس و بنگور و بری در ایرلند غیر قابل اجتناب است . به هر حال در سطح بین المللی ، مدل در بعد فراملی با تفرجگاهها یا مقاصدی که در طبقات پایین تهی شده اند جوابگوست . هتلهای در هنگ کنگ تغییرات مشابهی در گروههای امکانات اقامتی از اولین مسافری بین المللی از سرزمین اصلی چین را پذیرفته است .

مدل استینک در بررسی رشد اهمیت جهانگردی داخلی و خارجی در کشورهای در حال رشد نو ظهور مانند آسیا نیز مربوط و معتبر است . هند با طبقه متوسط در حال رشد ، و سایر کشورهای صنعتی مانند کره جنوبی ، مالزی ، تایوان و تایلند همه مواردی از مدل استینک در عمل است ، فقط با این تفاوت که با محللهای متفاوت و دامنه زمانی متفاوت صورت می پذیرد .

این کشورها رشد بسیار سریعی را تجربه می کنند که در طول ۲۰ الی ۳۰ سال به مراحل مشارکت انبوه جهانگردی می رسند که در مقابل دو قرن توسعه در اروپا قابل مقایسه است .

گسترش مدل استینک بصورت موثری توسعه جهانگردی از اشغال اقلیت نخبگان تا به مشارکت انبوه در اکثر کشورهای توسعه یافته را ترسیم می کند . مانند بقیه مدلها با احتیاط با این مدل باید برخورد شود ، تا ساده سازی بیش از اندازه باعث در نظر نگرفتن برخی همبستگی ها و نادیده انگاشتن روابط داخلی پیچیده بسیاری از عوامل تغییر در جهانگردی نشود . بهرحال مسجل است که توسعه جهانگردی به توسعه انبوه آن در اقتصادهای بسیار توسعه یافته نشانگر یکی از پدیده های بسیار وسیع اجتماعی نیمه دوم قرن بیستم می باشد . با نگاه به آینده و پذیرفتن این مدل ، مدل پیشنهاد می کند که واژه طبقه در امر مشارکت در طول دو قرن اخیر بسیار با تغییرات روبرو بوده و در آینده با توجه به رشد فن آوری و دسترسی به منابع زمان و کاهش هزینه ، سفر در تمام سطوح رخنه خواهد کرد و این واژه معنای خود را از دست می دهد . سرعت گسترش پدیده های نوین مانند جهانگردی فضایی که در مقیاس بزرگتر به بازار عرضه می شود نشانگر گستردگی بخشهای مختلف است . تمایز در مفهوم مشارکت جهانگرد ممکن است افزایش یافته و مشخص تر شود .

مدل استینک یک مدل کاملا رفتاری و بر مبنای تعداد در حال رشد جهانگرد بوده و بنظر در مقابل پاسخهای جامعه میزبان منفعل عمل مینماید . مدلهای پایداری با وسیع تر شدن تقاضا با مشمولیت جامعه در برنامه ریزی و توسعه جهانگردی (مورفی ۱۹۸۵) ، فرض ساده جهانگردی فقط بر مبنای رشد تقاضای مصرف کننده را مورد پرسش قرار می دهند . منفعل نبودن جامعه میزبان پدیده جدیدی نیست ، برای مثال حساسیتها و اصطکاک جامعه محلی و تعداد بازدیدکنندگان در حال تغییر در گزارشات توسعه جهانگردی مسئله رایجی است . در حالی که برخی جوامع از گسترش جهانگردی منتفع می شوند بسیار دیگری نیز جهانگردی را عاملی مضر برای محیطی می دانند که در آن زندگی می کنند . برای مثال ساکنین دریاچه اطراف آبشار نیاگارا در کانادا افزایش بازدیدکنندگان را برای خلوت خود و ازدحام بیش از حد با بی میلی بر خورد می کنند . بنا بر این توسعه جهانگردی فقط تحت تاثیر عوامل خارجی کشورهای مبدا نیست . بلکه جامعه محلی و پاسخ میزبانان نسبت به اشغال جهانگردان در نوع خود می تواند بر روی تعداد و ماهیت ورودی بازدیدکنندگان تاثیر بگذارد .

مدل که بعد از استینک گسترش یافت نشانگر تحركات جهانگردی ، مهماننوازی و فراغت از اقلیت نخبه جامعه به ، حداقل در کشورهای توسعه یافته ، گستره وسیع دسترسی اکثریت مردم است . جهانگردی را می توان یک فعالیت مصرفی معمول در رقابت با سایر کالاها دانست که سهمی در درآمد تحت اختیار اکثر خانواده ها دارد اما با این وجود جزئی از مصرف هر روزه نیست . بورتون (۱۹۹۴) نسبتی از جمعیت اروپای غربی را که به خارج مسافرت می کنند بدون توجه به چارچوب زمانی به تصویر کشید ، ۶۹ درصد مردم آلمان ، ۶۷ درصد بلژیکی ها ، ۶۵ درصد هلندی ها ، ۵۰ درصد مردم سوئد ، ۳۵ درصد بریتانیای کبیر ، ۸ درصد مردم اسپانیا و ۷ درصد یونانیان . با ظهور دسترسی گسترده به پروازهای کم هزینه همانطور که بورتون اشاره می کند ، این اشکال مطمئنا افزایش قابل توجهی خواهد یافت . پیوند واضحی بین عوامل جغرافیایی از یک طرف و عامل قدرت اقتصادی کشورها از طرف دیگر می تواند برقرار شود . منابع جایگزین به نرخ مشارکت تعطیلاتی نگاهی دارند ، که شامل جهانگردی داخلی در کشورهای گوناگون است و منجر به رقمی معادل ۸۰ درصد کشورهای اسکانندیناوی ، و گستره ای بین ۵۰ تا ۷۵ درصد در دیگر کشورهای شمال غربی اروپایی و مقدار کمتری برای اروپای جنوبی و شرقی است .

این تغییرات از مصرف نخبگان به سمت انبوه که در طول یک دوره ۲۰۰ ساله قابل رهگیری است – با سرعت قابل ملاحظه ای از ۱۹۴۵ – ممکن است به عوامل مختلف اجتماعی ، اقتصادی ، سیاسی و فن آوری ارتباطی مربوط باشد . آسان است به

عواملی مانند قوانین تضمین کننده تعطیلات با پرداخت برای کارمندان ، راه آهن ، وسایل موتوری ، ظهور سفرهای هوایی سریع و ارزان ، و راحت تر شدن قوانین محدود کننده سفر در کشورهای مختلف اشاره کرد . اما بهرحال واقعیت کلاف درهم پیچی از عناصری است که تغییرات را در عرصه اقتصادی و اجتماعی بسیاری از کشورها منعکس می کند . تقریباً غیر ممکن است که عاملی را بعنوان مهمتر از سایر عوامل معرفی کنیم و گروهی از عوامل هستند که موثر عمل مینمایند . با وجود اشارات به جهانگردی انبوه ، گستره و وسعتی از مشارکت مردم در جهانگردی که امروزه شاهد هستیم در هیچ دوره ای وجود نداشته است .

جهانگردی ، مهمان نوازی و فراغت بین الملل – توسعه کار و استخدام (اشتغال)

مقیاس اشتغال در پشتیبانی از جهانگردی ، مهمان نوازی و فراغت معاصر منعکس کننده دامنه ای از تغییرات است که در کشورهای توسعه یافته صورت پذیرفته تا امروزه این صنعت بعنوان بزرگترین بخش اشتغال زای جهانی مطرح شود . توسعه کاری که در حقیقت گسترش یافته کارکرد خدماتی در منازل بود به ویژگی های سازمانی مرتبط با دیگر بخشهای صنعت ، بصورت اساسی با مقیاس تغییر و ویژگیهای اجتماعی و اقتصادی عظیمی در تعامل بود . بنابراین پیشینه تاریخی صنایع هتلداری و کیتیرینگ (پذیرایی) در کار کارکنان خدماتی خانه های قرون نوزده و اوایل بیست کشورهای توسعه یافته خوابیده است .

بنابر این رابطه غالب بین ارائه کننده خدمت و خدمت گیرنده در اروپای قرن نوزدهم بصورت بسیار نزدیکی از روی مدل داخلی خدمات موجود کشورها استخراج شده بود . همانطور که اسکالنن (۱۹۹۸) اشاره می کند برای اروپائیان شبه-فئودالی که در امریکای شمالی بدنبال کار بودند ، قرار گرفتن در کارهای خدماتی بصورت صریحی نفرت انگیز بود . بعنوان نتیجه مدلهای مهمان نوازی و خدماتی که در ایالات متحده وجود دارند از مدل "در خدمت" اجتناب کرده و رویکرد دموکراتیک تری را انتخاب می کنند . بهرحال اسکالنن در ادامه می افزاید بنظر می رسد مخالفت امریکایی ها با کارهای خدماتی از عدم درک صحیح آنها از تاریخچه خدمات اروپائیان ناشی می شود .

در فرهنگهای دیگر ، کارکنان جهانگردی ، مهماننوازی و فراغت مدرن از سنتهایشان قرنها رشد کرده اند . دیل (بدون تاریخ) درباره تجربه اش در مهماندار (خانم) یک بار در ژاپن می گوید .

آنچه من در باره مهماندار زن آموختم این بود که وی همتراز مدرن گیشا است ، حرفه قدیمی و مورد احترامی که بسیاری از

دختران ژاپنی را مثل یک حرفه جذب میسازد . گیشاها یادآور نماد دیرپای ژاپنی میباشند : کمال زنانه . آنها برای خدمت به

مردان تعلیم میدیدند و برخی از هنرهای سنتی مانند آواز ، رقاصی ، و نواختن آلات کلاسیک موسیقی مانند سامیسن (عود

ژاپنی) را میدانستند .

هتای مدرن آن مهماندار خانم بار ، لباسهای سنتی کیمونو را با لباسهای مهمانی کوکتیل تعویض کرده ، و بجای سامیسن از

جعبه های کاروکی (موسیقی مردمی از قبل ضبط شده ای که صدای خواننده حذف و بجای آن صدای فرد اضافه میشود ؛

امکان که در تمامضبط صوتها و دیسک خوانهای امروزی موجود است) استفاده می شود . او (مهماندار خانم بار) بسیار

ارزانتتر از اجداد خود ، هنوز همان ارزشها را ارائه می دهد : یک بانوی ایده آل ، برای سرگرم کردن ، گوش دادن ، جدی بودن ، جذابی و بذله گویی خیره کننده . این بعنوان یک شغل پست محسوب نمی شود . در حقیقت انتظار هیچ لطف خدمات جنسی از وی انتظار نمی رود - فقط کمی لاس زدن و تا حدودی شهوت انگیزی . بسیاری از دختران ژاپنی از اینکه بتوانند به مردان به این طریق خدمت کنند به خود افتخار می کنند و از اینکه چنین مهارتهایی داشته باشند و شناخته شوند افتخار می کنند . داشتن چنین کاری در ژاپن بعنوان یک زن ایده آل برای ژاپنی ها همچون هنر محترم است .

بازگشت به مفهوم غربی ، ساندرز (۱۹۸۱) بحث می کند که رشد صنعت هتلداری در اوایل قرن بیستم که در همان زمان خدمت داخلی محسوب می شد و با کاهش در فاز اول مواجه می شد که نتیجه ترکیبی از عوامل فشار (با افزایش تکنولوژی خدمت رسانی به کارکنان کمتری نیاز بود) و عوامل کشش (شرایط جذابتر و امنتر) در دوران گذار هتلداری بود . بنابر این تغییرات منعکس میشد در بخشی از شهری شدن و صنعتی شدن خانه ها . بحث می شود که سرمنشاء چنین تغییری در خیلی پیش تر از این در میانه های قرن نوزدهم قرار دارد ، و آثار آن بطور گسترده ای امروزه به علت صنعتی شدن و مشارکت گروههای میانه و کارگر منعکس می شود .

بخاطر فرآیند زودرس صنعتی شدن در بریتانیا ، فرآیندهایی که در بالا معرفی شد ، نسبت به سایر کشورهای اروپایی در بریتانیا بسیار زودتر اتفاق افتاد ، اما شباهتهایی نیز این فرآیند در بخش های هتلداری و کیتینگ با کشورهای آلمان و فرانسه دارد . بهرحال در کشورهایی که جهانگردی را بدون صنعتی شدن تجربه می کنند ، حرکت به اشتغال در این بخش کمی متفاوت از سایر بخشها است . رشد مشاغل مرتبط با جهانگردی و مهمان نوازی در کشورهای مدیترانه ای و نواحی روستایی غرب ایرلند و اسکاندیناوی بسیار شبیه اقتصادهای در حال توسعه حوزه کارائیب ، مالزی و تایلند است که اشتغال در بخش کشاورزی مبدل به اشتغال در بخش گردشگری ، مهماننوازی و فراغت می شوند . ترکیب فصلی از اشتغال در بخشهای مختلف از ویژگیهای مهم باقی مانده در این کشورها محسوب می شود .

فقط مدارک کمی در مورد هزاران اشتغالی که در این صنعت بوجود می آید ثبت میشود که علاوه بر بخشهای سنتی قلمرو هتل و کیتینگ و زیر بخشهایشان است . بهرحال بخشهایی وجود دارد که بنظر منطقی است که بدنبال رونق این صنعت اشتغال نیز افزایش می یابد . مثال خوبی از این عرصه ها صنایع دستی و سرگرمی جهانگردان است که بسیاری از مردم این مصنوعات را برای فروختن به جهانگردان تهیه می کنند و این امر با خرید اینها و انتقال آنها به خانه های گردشگران برای سالیان در جوامع آنها باقی می ماند و این بحث هست که بسیاری از این صنایع دستی بدون علاقمندی گردشگران نمی توانستند به حیات خود ادامه دهند ، از سوی دیگر این بحث نیز مطرح می شود که صنعتگران این بخش هنر را برای اینکه مصنوع خریداری شود فدای سلیق جهانگردان و ارائه به آنها صرف می کنند . لانق و وال (۱۹۹۶) مدارکی را در این مورد در بالی ارائه می کنند ، یعنی جایی که تولیدات صنایع دستی از حالت هنری خارج شده و به تولید صنعتی روی آورند . فرآیند مشابهی برای رقص و موسیقی و سایر عناصر فرهنگی نیز می تواند بوجود آید که باید مدنظر قرار گیرند . اشتغال در بخشهای پارکهای موضوعی و محیط های شبیه مانند والت دیسنی نیز از جمله سرگرمی های فرهنگی و اشاعه آنها محسوب میشوند .

سایر نواحی اشتغال جهانگردی ، اشتغال خود را از دورنمای منطقه مشروعیت می بخشند که بسیار قبل از جهانگردی نیز بوده است مانند منطقه اسکی آلپ و امکانات ماهیگیری در طول سواحل اروپا . این مورد باز از همپوشانی اشتغال در این صنعت با

سایر بخشها محسوب می شود ، که بیش از یک منبع برای اشتغال مهیا می کند که بیشتر هم جنبه فصلی داشته و اشتغال کمکی محسوب می شود . یکی دیگر از اینمنابع که جدیدا معرفی شده اگریتوریسم یا گردشگری مزرعه ای است که منبع اصلی این اشتغال زمین و مزرعه است که بخشی از تولیداتش را برای پاسخگویی به نیاز جهانگردی و مهماننوازی صرف می کند و درآمد اضافی را در ایام اوج تقاضا از این راه و از طریق ارائه خدمات جانبی و اشتغال زایی اضافی کسب می کند . گردشگری مزرعه ای با اینکه مفهوم جدیدی است ، اما در گستره وسیعی از اروپا ، استرالیا ، نیوزلند ، افریقای جنوبی و ایالات متحده در حال افزایش است و بعنوان عامل و اندازه (سنجه) توسعه جهانگردی در کشورهایی مانند مالزی محسوب می شود . تمایزی از این نوع در کشاورزی قویا از سوی دول ملی و کارگزاران فرا ملی مانند اتحادیه اروپایی مورد حمایت قرار می گیرد به منظور کاهش اتکا به سوسپید در بخش کشاورزی و حفظ اشتغال روستایی .

توسعه جهانگردی ، مهماننوازی و فراغت فرصتهایی برای گسترش فعالیتهای موجود اقتصادی فراهم می آورد ، که باعث اشتغال زایی هم می شود که در گستره ای از طراحی خدمات برای جامعه محلی بمنظور پاسخگویی به نیازهای بازدیدکنندگان قرار می گیرد . دامنه گسترده ای از مشاغل می توانند در این رده قرار گیرند که شامل بانک ها ، کلوپ ها ، گاراژها ، بارها ، رستورانها ، مغازه ها (بویژه سوغات فروشی ها) ، تاکسیها و تمام فعالیتهای بازار جامعه محلی که با پشتیبانی بازدیدکنندگان تقویت شده و رشد میابند . که رشد جهانگردی ، مهماننوازی و فراغت نه تنها رشد آنها در سطوح مختلف را می افزاید بلکه باعث تغییر ماهیت اشتغال و پایداری آنها نیز می شود . اگرچه بسیاری از این فعالیت ها بدون حضور جهانگردان نیز امکان پذیر بوده و امکان ادامه حیات دارد اما سطح فعالیت و اشتغال آنها در عدم وجود این بازار آمیخته کاهش میابد . البته توانایی این کسب و کارها در جذب جهانگردان باعث رونق و ایجاد واحدهایی برای خدمات رسانی اختصاصی به بازدید کنندگان می شود که باعث ایجاد اشتغال در سطح جدیدتری با همان مهارتها می شود .

این پدیده ، یعنی ادغام مصرف محلی با مصرف جهانگردی باعث بازارهای آمیخته ای با خاصیت فصلی برای کسب و کارهای سرویس دهنده به این بازارها میشود . بنابر این مطالعه مشاغل و کسب و کارهایی در شهرهایی مانند کلیفدن در کنمارا ، ایرلند ، کلندر در اسکاتلند ، و جرج تاون در پنانگ مالزی نشان می دهد که چگونه اشتغال در جهانگردی ، شامل خود اشتغالی ها ، طبق مدل بالا از ترکیب تمایز بازار کسب و کار محلی و گسترش سرمایه گذاری اختصاصی توسعه یافته اند . در قیاس با این تفرجگاههای مخلوق جهانگردی مانند بریجتن و بورنماوت در انگلیس ، ماگالوف در ماجورکا ، گلدن سنذر در بلغارستان ، و لانگکاوای در مالزی با کسب و کارها و اشتغال هایی هستند که با تمرکز اولیه بر نیازهای جهانگردی بوجود آمده اند .

کارهای جهانگردی ، مهماننوازی و فراغت در کشورهای توسعه یافته به این وضوح و شکل سنتی در فعالیتهای استخدامی منعکس نمی شوند . همانند بسیاری از صنایع ، رده ها و اشتغال های جدید برای پاسخگویی به تغییرات فن آوری و بازار و خدمات در طول گذر به جهانگردی انبوه بوجود می آیند . خدمه خطوط هوایی مثالی از این فرآیند جذاب اما دو رگه است . خلبانان خطوط هوایی و خدمه پشتیبان آنان در تاریخ این صنعت جدید بوده و سابقا بیشتر بر مبنای خدمات ارتشی و یا سرگرمی بوده . که آغاز بکار خلبانان جنگ جهانی دوم در دوران پس از جنگ در این عرصه نمونه واضحی از این مطلب بوده و هنوز هم ارتش منبع مهم جذب نیروی کار خطوط هوایی مطرح دنیا است . خدمه کابین به همان اندازه پرسنلی که در زمین جزو کارکنان پرواز محسوب می شوند نیز در رده اشتغال زایی جهانگردی قرار می گیرند که به اندازه کار در هتلها برای این صنعت رایج نمی باشد . جهانگردی ، مهماننوازی و فراغت امروزی اشتغال فنی قابل توجهی را نیز ایجاد می کند ، مانند پارک های موضوعی و مراکز تندرستی .

تغییر الگوهای کاری در جهانگردی ، مهمان نوازی و فراغت

پیشینه تاریخی در رشد جهانگردی ، مهمان نوازی و فراغت اشاره به این نکته دارد که توسعه در پاسخ به تغییر ساختار صنعت الگوهای کاری را تغییر می دهد که تفاوت مهمی را در روشهای کاری مرتبط با کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه ایجاد می کند . این تاثیرات بخشی اقتصادی و بخشی دیگر فرهنگی ، مصرفی و فن آورانه است . رشد ساختارهای متفاوت اشتغال در صنعت می تواند مستقیماً به تقاضای صنعت که در پاسخ به مشارکت انبوه در امر جهانگردی کشورهای توسعه یافته برای تغییر انتظارات تقاضای جهانگردان مرتبط باشد . آلتز و آلترز (۲۰۰۴) در مورد اشتغال در بخش هتلداری هاوایی بحث می کنند و به ساختار کاری و تخصیص نقشها در محل کار اشاره می کنند که منعکس کننده عوامل وظیفه ای (آن کاری که باید انجام شود و زمان انجام آن) ، ترجیحات مصرف کنندگان (چه کسی بازدیدکنندگان علاقه مندند بینندگان کارها را انجام می دهد) ، وضعیت اجتماعی و قومی (چه گروه از کارمندان چه کاری را انجام می دهند) و انتخاب های کارمندان و سبک زندگی (کارگران چگونه زمانشان را سازماندهی می کنند و منابعشان را مدیریت می کنند) . این مطالب نشان می دهند که ماهیت اشتغال در صنعت جهانگردی ، مهماننوازی و فراغت را عوامل در هم باف پیچیده ای تعیین می کنند که بسیار پیچیده تر از زمان صنعتی شدن این فعالیت در قرون نوزدهم و اوایل بیستم است .

فصلی بودن که در مفاهیم دیگر کاری چون کشاورزی ، ماهیگیری و . . . به آن اشاره شد . فصلی بودن فقط به جهانگردی ، مهماننوازی و فراغت مختص نمی شود و در اکثر فعالیتهای زمین محور مسئله تازه ای نیست . فصلی بودن در فعالیتهایی مثل کشاورزی ، امنیت شغلی را پائین می آورد و اعتماد به اشتغال کاهش پیدا می کند که با تقسیم کار جدید در عرصه زمین این مسئله تا حدود زیادی در قرن نوزدهم و بعد از صنعتی شدن کاهش پیدا کرد .

جهانگردی انبوه در جاهایی که برای مدت کوتاهی اتفاق می افتد ، تقاضا برای نیروی کار و مهارت را که سابقاً وجود نداشت ایجاد می کند . این موقعیتهای شغلی موقت بوده و دارای پایداری نیستند که امکان رشد و ترقی را بوجود آوردند . جهانگردی فصلی که می تواند کمی بیشتر از سه ماه به طول انجامد در برخی از نواحی اروپا ، امریکای شمالی و دیگر جاها می تواند نیروی کار لازم را از برخی منابع جذب نماید . نیروی کار محلی می تواند در کنار نیروی کار ثابت امکانات اقامتی جذب شود که این کار در جزایر یونان و فرینگز غربی در اروپای شمالی بیشتر انجام می گیرد . در اینجاها جهانگردی بر روی جمعیت بیکار تمرکز می کند مانند زنان خانه دار و یا دانش آموزان و دانشجویان در دوره های تعطیلاتشان . اشتغال های جهانگردی - محور اولین تجربه کارهای با دستمزد (با پرداخت) برای بخش وسیعی از جمعیت در نواحی که به بازدیدکنندگان وابسته اند را می دهد . و در نهایت توسعه جهانگردی الگوهای جدیدی از اشتغال مهاجرت را برای کسانی که در برخی از فصول بطور موقتی به تفرجگاههایی برای کار مهاجرت می کنند را میدهد مانند جنوب فرانسه ، نواحی ساحلی انگلیس همانند اسپانیا و یونان . این نوع از اشتغال در عرصه رستوران و هتلها بسیار رایج است اما جدیداً در بخشهایی مانند نمایندگان تور ، سرگرم کنندگان ، فروشندگان اشتراک زمانی و . . . نیز دیده می شود که از اروپای شمالی به سمت مدیترانه در ماههای تابستان سرازیر می شوند . بنابراین فرآیندی از تحرکات فصلی در پاسخ به اشتغال جهانگردی در سطح وسیعی با حمل و نقل ارزان و در دسترس ایجاد می شود .

مهاجرت برای پشتیبانی تقاضای نیروی کار فصلی در جهانگردی ، مهماننوازی و فراغت در برخی از زیر بخشهای این صنعت برای پر کردن اشتغال فرای محلی در فصلهای کلیدی نیز محسوب می شود که در فصل ۶ تحت عنوان تاثیر تمایز نیروی کار در محل اشتغال بررسی می شود . مهاجرت مقیاس بزرگ کارگران در جهانگردی ، مهماننوازی و فراغت از اروپای شرقی به

کشورهای دیگر اروپای غربی مانند ایرلند و اسکاتلند ، نه تنها چگونگی سازماندهی کارها را تغییر داده است بلکه در ماهیت خدماتی که به مهمانان در این مقاصد عرضه می شود نیز تغییراتی را ایجاد کرده است . این مطلب را بدین گونه میتوان بیان کرد که در فرهنگ خدمات نیز تغییراتی اعمال می شود که عمدتاً باعث ارتقا و استاندارد شدن (بین المللی شدن) نیز می شود . بیرد (۱۹۸۹) درباره این مفهوم نیز موقعی که درباره رشد سریع جهانگردی در لانکاکوسی مالزی از میانه ۱۹۸۰ بحث می کند اشاراتی می کند ، که عمل واردات نیروی کار در مقیاس بزرگ از سرزمین اصلی مالزی و با پیش زمینه های فرهنگی متفاوت و گوناگون که قادر به ارائه مهماننوازی بومیان خود جزیره نبودند .

باوم (۱۹۹۳) الگوهای سنتی مهاجرت‌های کاری مربوط به جهانگردی اروپا را مورد بررسی قرار می دهد که از پیرامون اروپا به سمت مرکز و مراکز شهری حرکت می کردند . که بویژه در بین ایرلندی ها ، ایتالیایی ها و اسپانیایی ها در طول فصل رکود رایج بوده است که باوم اشاره میکند این مطلب می تواند بعنوان از دست دادن مهارت برای این افراد در مراکز شهری محسوب شود . این مفاهیم در فصل ۶ عمیقتر بررسی خواهند شد . در کل تاثیر فصلی بودن با ناپایداری شغلی ناگزیری که ایجاد میکند در بعد استانداردهای عملیاتی می تواند بسیار مهم باشد ، فشار یادگیریهای کافی و سریع ، انگیزش کارکنان و وفاداری و عدم امنیتی که در آنان القا شده است .

رابطه بین فصلی بودن و کار در جهانگردی ، مهماننوازی و فراغت در ادبیات موضوع بصورت فزاینده ای اشاره شده است . همچنین بعد دیگری از اشتغال در جهانگردی ، مهماننوازی و فراغت ، انعطاف پذیری چیدمان کاری از جمله مواردی است که بسیار مورد توجه تحقیقات است (این مطلب در فصل ۵ بیشتر بررسی شده است) . وود (۱۹۹۷) در عین مسامحه تاثیرات فصلی بودن اشتغال هتلها و کیتترینگ ها ، انعطاف پذیری کارهای نیمه وقت برخی از مطالعات را مورد اشاره قرار داده و رشد فرصتهای کاری برای کارکنان و بویژه زنان را بیان می کند . ماهیت تقاضا در صنعت جهانگردی به شکل است که گزینه پاره وقت از مدتها بعنوان استراتژی مهم نیاز نیروی کاری در اوقات اوج تقاضا پذیرفته شده است . بنابراین در این صنعت سیستمی از اشتغال پاره وقت پذیرفته شد در بخشهای مختلف مانند خانه داری و تشریفات و غیره وجود دارد که شاید سنت سرگرم کردن مهمانان در قرون هجده و نوزده در خانه های بزرگ نشأت گرفته شده باشد . کارهای غیر رسمی در جهانگردی ، مهماننوازی و فراغت در سازمانهای رسمی بخاطر کارگزارانی که روابط طولانی مدتی را با این سازمانها برقرار می کردند نیز جا افتاده است . سایر بخشهای جهانگردی و مهماننوازی الگوهای تقاضای روزانه ای دارند که نیازمند کار منعطف است . تاسیسات تخت و صبحانه هستلهای جوانان از جمله مثالهایی هستند که برای مدت کوتاهی مثل صبح فقط نیروی کاری نیاز دارند یا پروازها و کشتیهای تفریحی به مراکزی که مرسوم نیستند ، کارمندان تمام وقت در ایستگاههای محلی نیاز ندارند . در بحث فراغت نیاز به تخصص های حرفه ای مانند ورزشهای آبی ، اسب سواری و موسیقی سنتی ممکن است دچار نوسانات شدید و روابط غیر رسمی و پاره وقتی بین مشتریان و ارائه کنندگان خدمات و سازمانها بوجود آید .

کارهای منعطف پاسخی طبیعی به نیازمندی های چرخه کسب و کارهای جهانگردی است . در بسیاری از سازمانهای جهانگردی و مهماننوازی و فراغتی مدلهای کاری منعطف در کنار کارهای خدماتی دائمی و با وجود تمام فشارهای شخصی ناشی از عدم امنیت کاری و سایر مشکلات این شکل از کار با هماهنگی جریان دارد . بهرحال ، مدل پایه اشتغال در جهانگردی ، مهماننوازی و فراغت در کشورهای توسعه یافته از بخش کشاورزی و صنعت باقی مانده : اشتغال تمام وقت ، با انتظار کار کردن فقط با یک نیروی کار . تا دوره پس از جنگ ، بهرحال ، این بدون امنیت و حمایت اشتغالی بود . در کشورهای در حال توسعه ادغام چند موقعیت اشتغالی تمام وقت بجای استفاده از اشتغال موقت راهی است که اکثر سازمانها بر

میگزینند و این به این خاطر است که بعلاوه ارزان بودن نیروی کار در این کشورها آنها نیازی نمی بینند از نیروی پاره وقت استفاده کنند و خود را با نوسانات تقاضا هماهنگ نمایند . بنابراین مدل‌های منعطف عملیاتی اشتغالی در کشورهای در حال توسعه کمتر از کشورهای توسعه یافته استفاده می شوند .

بهرحال ، ساختار دهی مجدد اقتصادی در بسیاری از کشورهای توسعه یافته رشد قابل توجهی در اشتغال بخش خدمات را به همراه داشته است ، با در نظر گرفتن اشتغال پاره وقت ، نیروی کار منعطف و نیروی کار بانوان . این چنین ساختاردهی مجددی تأثیراتی را بر روی اقتصاد کشورها دارد ، اما با پشتیبانی مجموعه پیچیده ای از تغییرات محیطی ، رقابت بازار ، جهانی شدن ، تجارت آزاد و اموری مانند امنیت اشتغال همراه است . این مسائل و آثار اجتماعی آنها در فصل ۵ بیشتر بررسی خواهند شد . این تغییرات علاوه بر بهبود اوضاع کارکنان ، برای سازمانها نیز این امکان را مهیا میسازد که با بهتر تنظیم کردن برنامه های کاری با استفاده از نیروی منعطف و اشتغال موقت بتوانند نیازهای کارکنان در چرخه های کاری را برآورده سازند . این مسئله همچنین منعکس کننده انتظارات در حال تغییر نیروی کار با توجه به توازن شخصی آنها در مورد زمان کاری و زمان غیر کاری هم در بعد کوتاه مدت و هم بلند مدت است . این یک حس عمومی جهانی است که موافقتنامه ها بین المللی و ملی در سالهای اخیر برای انعطاف پذیرتر شدن نیروی کار با توجه به حذف حمایتها و کنترل های حاشیه ای طراحی شده اند اما نتایج این مناظرات در آینده به کجا می انجامد هنوز معلوم نیست .

نتایج ، بهر حال نشان دهنده افزایش نسبت فرصتهای اشتغال جدید در بریتانیا ، برای مثال در بخش خدمات است . در این صورت جهانگردی ، مهماننوازی و فراغت و بویژه در این بین هتلداری و کیتزینگ مسئولیت مهمی در رشد اشتغال در این بخش خدمات را دارند . اشتغال در این بخش حداقل دو برابر اشتغال در سایر بخش های خدماتی است ، مشارکت بانوان بویژه بصورت پاره وقت افزایش قابل توجهی داشته است . مشاغل پاره وقت همچنین بیش از دو سوم جایگاههای شغلی موجود در خدمات برای مردان است . این رشد در مشاغل پاره وقت نتیجه هزینه های زیاد اشتغال دائم است که بویژه در بین کارکنان زن مشهود است . وست وود (۲۰۰۲) این اشتغال های جدید را با توجه به روندهای موجود در بریتانیا و سایر نقاط جهان مورد پرسش قرار می دهد . ماهیت اکثر مشاغل جهانگردی ، مهماننوازی و فراغت این است که معمولاً برای افرادی با تخصص پائین و تعلیم کم به آسانی در دسترس است (باوم ۲۰۰۲) . در همین حال شرایط و پاداش به گونه ای است که کارکنان را اغلب به سمت مشاغل کیتزینگ (چه از نوع پیمانکاری و چه مستمر) می کشاند و بطور سنتی اینان مشاغل جذابی هستند . از این رو گردش شغلی این مشاغل ذاتاً بالا است ، البته این مسئله موضوع جدیدی نیست ، جورج اورول (۱۹۳۳) به این مطلب می پردازد . بعنوان نتیجه می توان اشاره کرد که سطح تحرک کارکنان در این صنعت چه در سطح مدیریتی و چه در کارگران غیر ماهر بالا است . وود (۱۹۹۷) سلسله مباحثی در مورد جنبه گردش شغلی کارکنان بویژه در بعد کارگران غیر ماهر دارد . در سطح حرفه ای صنعت هتلداری ، باوم (۱۹۹۶) دریافت که مدیران هتلهای ایرلند که به پست جدید انتقال یافته اند در حدود ۱۵ ماه بعد جابجا می شوند . بخشی از این گردش شغلی بخاطر عامل فصلی بودن این صنعت است ، اما بخش دیگر آنگونه که رایلی (۱۹۹۶) توضیح می دهد ، بخاطر بازار ضعیف داخلی نیروی کار صنعت جهانگردی است . رایلی مقایسه ای بین ویژگی های بازار قوی نیروی کار حرفه هایی مانند پزشکی و سلامت و بازار صنایع جهانگردی ، مهماننوازی و فراغت ، بویژه هتلداری و کیتزینگ انجام داده است که در فصل ۳ مفصل تر بحث می شود .

در مبحث مدل‌های گوناگون کارهای منعطف ، برخی مدارک نشان می دهد که معرفی و حفظ ویژگی ها و خصوصیات ملی نیروی کار معاصر برای برخی از بخشهای صنعت جذاب است . غذاهای سریع و آماده از جمله پیشروهای این امر در بین دانش

آموزان و دانشجویانی هستند که در بلند مدت تمرکزی برای این شغل ندارند . این نگرش به افرادی که وقت و انرژی و تخصص لازم برای کار دائم ندارند را در این بخش مهیا می کند . نیروی کار دورانی معاصر ، مدلی را به نمایش می گذارد که می تواند برای کسب و کارهای جهانگردی ، مهماننوازی و فراغتی جذاب باشد و تعداد زیادی از جایگاههای کم مهارت را ارائه کند که با گذر زمان دارای استاندارد شده و سیستماتیک می گردد . از نقطه نظر یک مستخدم (استخدام شده) ناپایداری و عدم اطمینان یک شغل منعطف می تواند مشکل ساز باشد ، اما با این وجود این مسئله می تواند مزیت نیز تلقی شود . لای (۲۰۰۵) دریافت که کارکنان یک آژانس بین المللی که نیروی کار هتلهای اصلی لندن را مهیا می کند از فرصت اشتغال منعطف نهایت استفاده را می کنند و بدون اینکه جریمه شوند می توانند برای مدت تعطیلات به پیش خانواده هایشان برگردند . بنابراین جهانگردی ، مهماننوازی و فراغت در کشورهای توسعه یافته به بخشی با مشارکت انبوه تبدیل شده است که روند گرایش به خلق نیروی کار جدید برای بازار گسترده مصرف کنندگان در حال افزایش است . رشد فرصتهای شغلی پاره وقت ، فصلی و موقت در اکثر بخشهای این صنایع به معنی بازگشت به جایگاه های شغلی در شرکتهای مرتبط با جهانگردی نشانگر بازمعرفی به دنیای اشتغال برای جوانان و خانمها است . در همین زمان این نیروی کار پاره وقت ، در گستره وسیعی ، خود در نوع خود یک جهانگرد تقریباً فصلی داخلی یا بین المللی است . و برای اولین بار در چنین شرایطی ما نیروی کاری را داریم که خود جهانگرد است با نیازهای مشتریان سابق ، بنابراین فاصله ای که در بین خدمات مورد انتظار جهانگردان و برداشت نیروی کار از این انتظارات (خدمات ادراک شده) در گذشته وجود داشت ، امروز دیگر معنایی ندارد . با تغییرات الگوی کار جهانگردی ، مهماننوازی و فراغت ممکن نخواهد بود که روابط سابق بین کارفرما (مهمان) و میزبان که در روزهای اول توسعه این صنعت وجود داشت امروز نیز پابرجا باشد . جهانگردی ، مهماننوازی و فراغت در بسیاری از کشورهای توسعه یافته به سمتی توسعه یافته است که سهم عمده ای از بازدیدکنندگان و کسانی که برای برآوردن نیازهای آنان در تلاشند ، تفاوت اساسی در دیدگاهها و پیش زمینه ذهنی آنها در زمینه اقتصادی و اجتماعی وجود ندارد . این مسئله موقعی مشهودتر است که بازدیدکنندگان و کسانی که برای برآوردن نیازهای آنان کار می کنند را در مناطق تفرجگاهی مانند بلک پول و بنی دورم را مورد بررسی قرار دهیم که در اقتصادهای توسعه یافته روز به روز بارزتر می شود . هنوز هم روابط آقا-خدمتکاری که در ریشه های تاریخی اشتغال جهانگردی ، مهماننوازی و فراغت وجود داشته ادامه دارد اما در جهانگردی مدرن امروزی بسیار کمرنگ تر شده است ، اما ردپای این مسئله ، امروزه نیز تا حدودی در عرصه کسب و کارهای رایج در بخش های این صنعت مانند خطوط کشتی تفریحی و هتلها و رستورانها وجود دارد .

یکی از نیروهای محرک در پشت سر این تغییرات ، افزایش رونق اقتصادی در کشورهای توسعه یافته است که با کاهش قابل توجهی در هزینه های سفر همراه گشته و این یعنی مشارکت قابل عرضه گسترده مصرف کنندگان در جهانگردی ، مهماننوازی و فراغت . اما باید توجه داشت که دموکراتیزه شدن مشارکت بازدیدکنندگان و مستخدمین (کسانی که مشغول به کار است) در این صنایع فقط یک پدیده متاثر از اقتصاد نیست . ماهیت مشاغل از پایه های فنی به یکسری مهارتهای عمومی قابل بحث تغییر کرده است که مسائلی از قبیل مهارتهای ارتباطی ، زبانی و تکنولوژی اطلاعاتی را پوشش می دهد . که در فصل ۵ بیشتر بحث شده است . بعنوان نتیجه ، بخشهای جهانگردی ، مهماننوازی و فراغت ، کارکنانی را شاید فقط در کوتاه مدت جذب می کند که نیازهای احساسی و زیبایی شناسانه کار را برآورده می سازد و آنها (کارکنان) را در هرچه نزدیکتر شدن به مشتریان یاری می رساند . برای برخی از استخدام کنندگان ، آنها نیاز دارند که افرادی را بکار بگیرند که نیکسون ، وارهرست و ویتز (۲۰۰۳) کارگران "با سبک" می نامند ، یعنی مردمی که از لحاظ احساسی و فیزیکی با کاری که انجام می دهند و محیط آن کار مطابقت داشته باشند و با محصولات و خدمات کاملاً منطبق بر خواستههای مشتری که می فروشند

شناخته شوند. گوئریر و دیگران (۱۹۹۸) این مطلب را در سنگاپور بررسی می کند، جایی که کارگران مهماننوازی (هتلداری) برای انتخاب محل کار خود بسیار نشان تجاری (برند) حساس هستند (یعنی به برند جایی که می خواهند کار کنند اهمیت می دهند)، از این رو:

سنگاپوری های جوان و امروزی (مدرن) بکار در خدمات رغبتی ندارند مگر تصویر محصول خدماتی که می خواهند کار کنند

با مد روز آنها طیب (پذیرش) خاطر داشته باشد. کار کردن در گوچی یعنی محصولی که بخشی از خود آنهاست. (گوئریر

و دیگران، ۱۹۹۸، ص ۳۴).

بنابراین بر طبق این اسناد دمکراتیزه (همه گیر) شدن مشارکت در جهانگردی چه از بعد مصرف کنندگان و چه افرادی که کار می کنند به صورت گسترده ای در کشورهای توسعه یافته مطلبی را بوجود می آورد که به آن فاصله اجتماعی باریک (یا حتی بدون فاصله) بین کارکنان و مشتریان جهانگردی، مهماننوازی و فراغت می گویند. بعنوان نتیجه می توان این مطلب را بیان کرد که نقشهای از درون بهم پیوسته ای بین مشتریان و کارکنان وجود دارد که به راحتی می توانند از یک سمت کانترا (میز پذیرش) به سمت دیگری جابجا شوند، بطوریکه احساس خیلی قابل توجهی از تغییر جایگاه بوجود نیاید. شعار ریتز کارلتون که می گوید "ما خانمها (Ladies) و آقایانی (Gentlemen) هستیم که به خانمها و آقایان سرویس می دهیم" در این مورد صدق می کند. در مورد دیگری یکی از پیشکسوتان خطوط هوایی نیکی لائودا استانداردهای جدیدی تحت عنوان "نمادگرایی دموکراتیک" در سال ۱۹۹۱ ارائه داد که در پی آن خطوط هوایی وی از یکسری لباس های متحدالشکلی (یونیفرم) - با بکار بردن جین - استفاده کرد تا محیط غیر رسمی توامان با ادب برای بیشتر شدن تماس های شخصی (صمیمی) بوجود آید (چارچیل ۱۹۹۴). با خطوط هوایی جدیدش نیکی لائودا گامی اساسی برداشته و به خدمه کابینش اجازه داد تا لباسهای غیر رسمی خود را به نحوی که کمی از دیگران مشخص تر باشند استفاده کنند (سایت airlinecrew.net به آدرس:

<http://www.airlinecrew.net/ubbthreads/showflat.php?cat=&number=130011&main=12971>

2 بازدید در تاریخ ۲۳ می ۲۰۰۵).

در بسیاری از جهات این مثال ها ما را به موقعیتی در اقتصادهای توسعه یافته می رساند که در نقطه مقابل آن چیزی است که آغاز کردیم، یعنی جایی که مسافری و خدمتگذاران آنها در موارد اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی از یکدیگر کاملاً گسسته بودند. آنها این فاصله اجتماعی را کاملاً پذیرفته بودند و اعتقاد داشتند که هر کسی در جای خودش. با دموکراتیزه شدن جهانگردی، مهماننوازی و فراغت محیطی بوجود آمد - حداقل از لحاظ تئوریک - که خدمتکار و مهمان برابر هستند.

بگذارید این بحث را از موضوع کشورهای توسعه یافته خارج کرده و به کشورهای فقیر و در حال توسعه بپردازیم که این روزها نیز در بحث جهانگردی، مهماننوازی و فراغت سهمشان افزایش یافته است. در این کشورها فاصله اجتماعی قابل توجهی بین مشتریان و افراد ارائه دهنده خدمت وجود دارد، همانگونه که در روزهای آغازین جهانگردی، مهماننوازی و فراغت در کشورهای امروز توسعه یافته وجود داشت. محدودیت های اقتصادی آشکاری برای مشارکت در جهانگردی، مهماننوازی و فراغت از سوی افرادی که در بخش های مختلف این صنعت در کشورهای فقیر آفریقا، آسیا و حوزه کارائیب مشغول به کارند وجود دارد. بهرحال همانگونه که بحث شد فواصل اجتماعی، فقط پدیده اقتصادی نیستند، در بسیاری از کشورهای در حال توسعه ابعاد فرهنگی و سیاسی هم به همان اندازه مهم هستند. رفتار جهانگردی بین المللی و عملکرد بخشهای مختلف

نشانگر فرهنگ غرب-محور برای مردمی است که در هند ، تانزانیا یا کوبا زندگی می کنند تا نسبت به مردمی که ساکن استرالیا ، کانادا ، یا هلندند . ترکیب این واگرایی (اقتصادی ، فرهنگی ، سیاسی) است که فاصله اجتماعی بزرگی را بین مشتریان جهانگردی ، مهماننوازی و فراغت و کارکنان این بخش در کشورهای در حال توسعه بوجود آورده است .

مطالعه موردی قانون کلاب ساندویچ

سرچشمه گرفت نویسنده این مورد در این هتل بجای یک غذای اصیل جامائیکایی ، یک کلاب ساندویچ سفارش داد . خدمتکار (خانم) وقتی غذا را آورد سر سخن را چنین باز کرد :

" این کلاب ساندویچ را می بینید . برای شما ۷ دلار و ۹۵ سنت هزینه خواهد داشت [یا چیزی شبیه این] . میدانید من باید چقدر کار کنم تا پول خرید یکی از اینها را بدست آورم ؟ "

نویسنده این مطالعه اعتراف کرد که نمی داند .

" حدود ۱۶ ساعت . من ساعتی ۵۰ سنت برای کارم در اینجا می گیرم ، پس من هیچ وقت قادر نخواهم بود یکی از اینها را بخرم در حالی که چیزی هم برای تغذیه بچه هایم باقی بماند . "

بطور کاملا واضحی ، مهماندار جامائیکایی در این هتل نمی تواند بعد از اتمام شیفت کاریش براحتی استراحت کند و یک کلاب ساندویچ بگیرد (یا هر غذای دیگری از منو) . عوامل اقتصادی از هرگونه همگرایی بین مصرف کننده و مستخدم (استخدام شده) در جهانگردی ، مهماننوازی و فراغت ممانعت می کند . فواصل اجتماعی بسیار آشکاری در بین مهمانان و کسانی که به آنها خدمت می کنند وجود دارد . این اتفاق نویسنده این مطالعه را واداشت تا مطالعه ای در مورد رابطه قیمت یک کلاب ساندویچ و حقوق افرادی که آن را سرو (سر میز می آورند) می کنند در کشورها و قاره های مختلف انجام دهد .

کلاب ساندویچ (یا ساندویچ کلاب) تقریبا یک منوی جهانی هتلهای استاندارد از بوئینس آیرس تا بیرمنگام و واشینگتن تا ویندهوک است ، معمولا کلاب ساندویچ را ساندویچی می دانند از سینه مرغ پخته با گوشت نمک سود شده خوک به همراه گوجه فرنگی کاملا آبدار و پخته شده با کاهوی حلقه حلقه شده در بین دو یا سه تکه نان تست به همراه سس مایونز (استرالدی ۲۰۰۴) ، اما نحوه آماده سازی آن در بین کشورهای گوناگون و زمانهای مختلف ، فرق می کند ، تا پاسخگوی ملاحظات فرهنگی (مسلمانان گوشت خوک نمی خورند) و زمانی (نسخه های سالم تر و بهداشتی تر این غذا در اوایل قرن بیست و یکم نسبت به زمانهای قبل در دسترس است) باشد . موسسه ورزش استرالیا (AIS) از سالم ترین نوع این غذا در برنامه های رژیم خود استفاده می کند .

استرالدی پیشینه این غذا را تا قرن نوزدهم و منطقه ساراتوگا کلاب هاوس در ایالت بالای نیویورک ردگیری می کند . اگرچه این موضوع مورد بحث بسیاری بوده است ، اما در این شکی نیست که منشا این غذا در ایالات متحده بوده است و در اوایل قرن بیستم بتدریج محبوبیتش در دنیا افزایش پیدا کرده است . بویژه محبوب شاه ادوارد هشتم ، پادشاه انگلیس و همسر امریکایی وی ، والیس سیمپسون بوده است . امروزه همانگونه که استرالدی اشاره می کند در اکثر هتلهای جهان می توان این غذا را یافت .

مفهوم قانون کلاب ساندویچ استعاره ای از فاصله اجتماعی در جهانگردی ، مهماننوازی و فراغت است که از بحثی در کافی شاپ هتل کینگ استون جامائیکا در اوایل ۱۹۹۰

جهانگردی ، مهماننوازی و فراغت محسوب می شود . جایی که مشارکت دوگانه امکان پذیر است فاصله اجتماعی کم و جایی که امکان پذیر نیست ، فاصله اجتماعی بسیار زیاد است .

سوالات بحث برانگیز مطالعه موردی

۱. قیمت یک کلاب ساندویچ را در هتلی که با آن آشنا هستید استخراج کنید و آنرا با متوسط ساعات کاری مهمانداران آن منطقه مقایسه کنید .
۲. چرا کلاب ساندویچ معیار (شاخص) خوبی برای فاصله اجتماعی است ؟
۳. چه مشکلاتی ممکن است در اعمال قانون کلاب ساندویچ بوجود آید ؟

در یک زمان ، خرید کلاب ساندویچ مشابه در هتلی در استکهلم برای مهماندار ۱ ساعت و ۳۰ دقیقه از کارش را می برد که بسیار شبیه به سانفرانسیسکو است . در لندن (قبل از معرفی قانون حداقل دستمزد) ، ۲ ساعت و ۳۰ دقیقه . در سنگاپور ۶ ساعت و در مومبای (بمبئی) هندوستان نزدیک ۱۱ ساعت . در هانوی ویتنام بیش از ۴۵ ساعت برای خرید محصول مشابه . بر پایه این تحقیق غیر علمی می توان منطقا نتیجه گرفت در کشورهای صنعتی مردم نقش دو گانه ای را بعنوان مصرف کننده و کارگر خدماتی ایفا می کنند که چنین نقشی در جاهای دیگر تصورش بدلائل اقتصادی و فرهنگی ممکن نیست .

بنابراین قانون کلاب ساندویچ یک سنجه روشنگر برای فاصله اجتماعی بین مصرف کنندگان و کارکنان

سوالاتی برای بحث و مرور فصل

۱. جنبه های تاریخی جهانگردی ، مهماننوازی و فراغت را در منطقه ای که با آن آشنا هستید را بررسی کنید . دلایل اصلی توسعه آن چیست ؟ ویژگی های اصلی کدامها هستند ؟ آیا مدارکی از منشاء این صنعت در منطقه شما باقی مانده است ؟
۲. با استناد به شهر یا منطقه ای که با آن آشنائید ، میتوانید اسنادی از تاریخ جهانگردی آنجا ارائه دهید مدل استینک را تائید یا رد می کند ؟
۳. فرصتهای تعطیلاتی و مسافرتی خود با خانواده تان را که در ۴۰-۵۰ سال گذشته از آن لذت برده اید مد نظر قرار دهید . آیا هیچ تفاوت جدیدی در نوع تعطیلات و سفر یا جایی که برای بازدید می رفتید و یا فاصله جاذبه با محل زندگیتان بوجود آمده است ؟ می توانید چارچوب تعطیلاتی آن زمان را با الان مقایسه کنید ؟
۴. از تجربه کاری خود کمک بگیرید و یا از یک فرد مجرب یا بازنشسته سوال کنید . تغییرات اصلی و اساسی که در ماهیت کار الان با گذشته روی داده چه مواردی است ؟ دلیل این تغییرات چیست ؟ کاربردش چیست ؟
۵. کاربرد کاهش فاصله اجتماعی بین مشتری و فرد خدمتگذار در صنعت جهانگردی ، مهماننوازی و فراغت برای مدیران کسب و کارهای این عرصه چیست ؟
۶. آیا خدمت رسانی به مهمانان در صنایع جهانگردی و مهماننوازی لزوما باید پست و دون باشد ؟