

# האתגר של תעשיית התיירות: איך לנהל את תיירות-היתר?

Posted on 8 באוגוסט 2018 by עירית רוזנבלום



העיתונאי גרג דיקינסון טען בעיתון הטלגרף כי תיירות-יתר צריכה להיות "מילת השנה"  
**Categories:** תיירות, ראשי  
**Tag:** ברצלונה, UNWTO, תיירות-יתר, Overtourism, זוארב פולוקאשווילי, WTM, לונון, פיליפ קוטלר

תיירות-היתר היא החודש בת שש שנים. באוגוסט 2012 נעשה לראשונה שימוש בהשטאג בטוויטר במונח Overtourism. מאז הוא לא יצא מהלקסיקון מכיון שלסוגיית תיירות-היתר יש הרבה במשותף גם עם נושאים כמו שינויי האקלים.

בימים אלה מתמודדת גם ישראל עם הבעיה, כאשר התיירים הרבים הנוהרים אליה גודשים את נמל התעופה, את המלונות ואת אתרי התיירות, כמעט עד גבול יכולת התשתיות לשאתם.

במאמר על הנושא כותב הרולד גודוויין (Harold Goodwin), היועץ לתיירות אחראית של יריד התיירות WTM המתקיים מדי שנה בלונדון, כי הבעיה ידועה וקיימת זה שנים וכי יעדים מסוגלים לקלוט רק מספר מוגבל של מבקרים. למרות זאת, תעשיית התיירות דוחפת לבניית עוד מלונות, לבניית עוד מטוסים ולהגדלת מספר התיירים. כך נמדדת הצלחתם של רשויות תיירות ושרי תיירות, אך לדעתו, זו הערכה שגויה.

תיירות-יתר מתארת מצב שבו המארחים - או האורחים - מקומיים או תיירים, מרגישים שיש יותר מדי מבקרים וכי איכות החיים באזור או איכות החוויה, הידרדרו באופן בלתי מתקבל על הדעת. מצב זה הפוך לתיירות אחראית, שעניינה שימוש בתיירות כדי לשפר את חייהם של התושבים מזה ואת חוויית המבקרים מזה. לעתים קרובות מבקרים ואורחים כאחד חווים את ההידרדרות במקביל ומורדים בה.

אמנם המונח Overtourism הופיע לראשונה בטוויטר באוגוסט 2012, אולם בספרות האקדמית נכתב כבר בעבודה מ-2008 על הסיכון שבדייג-יתר ותיירות-יתר [2] שתי דוגמאות שבהן נעשה שימוש להפקת רווחים על חשבון המשאב. בבחינת רווח אישי - הפסד קולקטיבי.

לפי גודוויין, העולם מתחיל להתקדם אל מעבר להכחשה, אבל אנחנו עדיין משתמשים בלשון נקייה כמו "ניהול הצלחה" ו"התמודדות עם הצלחה", אולם עדיין יש יותר כיסוי לסוגיה בעיתונות המקומית ובמדיה המרכזית מאשר בעיתונות המקצועית. העיתונאי גרג דיקינסון טען בעיתון הטלגרף הבריטי כי תיירות-יתר צריכה להיות "מילת השנה".



גאודי והתיירים בברצלונה. התמודדות עם עומס יתר. צילום עוזי בכר  
הפתרונות של ברצלונה

מזכ"ל ארגון התיירות UNWTO, **זוארב פולוליקאשווילי**, נשאל באחרונה בראיון מה דעתו על האימרה שלפיה "אין תיירות-יתר, יש ניהול-חסר". הוא השיב שהוא מסכים עם האימרה וכי לדעתו הדרך הנכונה היא מדיניות המשלבת תיירות בת-קיימא בין המגזר הציבורי והפרטי.

פרופסור השיווק האמריקני **פיליפ קוטלר**, היה הראשון שטבע את הרעיון של ה-demarketing - החזרה-משיווק בשנת 1971, כאופציה של מדיניות וכלי ניהול בתמהיל השיווקי, כדי לצמצם את הצפיפות. שימוש בשיווק-מחדש נעשה הן בעמק הנאפה בארה"ב והן בקפריסין. עם זאת, הבעיה היא כי מקומות תיירות פופולאריים הפכו לחובה ורבים שואפים לשדרג אותם באמצעות צילום סלפי שלהם. והאתגר אינו מוגבל לערים: הבעיות מתעוררות גם בגנים הלאומיים ברחבי העולם.

בעיית תיירות-היתר זכתה להתייחסות בנובמבר 2017 בפסגת השרים של ארגון התיירות העולמי UNWTO, במסגרת יריד WTM London. ביריד השנה (5-7 בנובמבר 2018) יתקיים פאנל בנושא, שבו אמורים להשתתף נציגים מהערים ברצלונה, לונדון, ניו יורק ופריז, שיודעים משהו על הסוגיה.

ברצלונה שבספרד מתמודדת עם עומס תיירים יותר מכל עיר אחרת ואף היו בה הפגנות של אזרחים שקראו לתיירים להסתלק. העיר ניסתה כבר שיטות ניהול אחדות והיא מוכנה לחלוק את האסטרטגיות השונות שבהן היא משתמשת.