

نمایشگاه جهانی توریسم در

لندن

فرصتی برای جذب گردشگران بیشتر در
دوران بحران اقتصادی



علیرضا کیوانی نژاد

در لندن افتتاح شد. این نمایشگاه در تقویم جهانی ثبت شده و یکی از مهم‌ترین آوردگاه‌های گردشگری به شمار می‌رود. البته این نمایشگاه تنها به گردشگری اختصاص ندارد و قصد دارد با تمهیداتی خاص مردم را به مسافرت ترغیب کند. در دنیای امروز و به ویژه مقطع کنونی که بحران مالی دیگر رمقی برای فکر کردن به مسافرت باقی نگذاشته، برگزاری چنین نمایشگاه‌هایی می‌تواند فرصت خوبی برای تبلیغ سفر باشد. شرکت‌های بزرگ و دفترهای گردشگری با تمام توان در این نمایشگاه حضور یافتند تا از رقابتی خبر دهند که در کشورشان وجود دارد. این نمایشگاه می‌تواند هشدار باشد برای دیگر کشورها، که به این عرصه، توجه بیشتری نشان دهند. امارات متحده عربی از آن دست کشورهایی به شمار می‌آید که برای جذب گردشگران بیشتر و جبران ضررهای مالی، که از زمان بروز بحران جهانی اقتصاد متحمل شده، با بیشترین توان در این نمایشگاه شرکت کرد. هفتاد و هفت شرکت از سوی این کشور در نمایشگاه گردشگری لندن شرکت کردند که از این میان پنجاه و یک شرکت تنها به امیرنشین دبئی اختصاص داشت.

"گاردین" در بخش دیگری از گزارش خود به اظهار نظر کارشناسان در این مورد پرداخته است. این نمایشگاه بازدید

هرسال در ماه نوامبر و با نزدیک شدن به روزهای پایانی سال، لندن میزبان نمایشگاهی با موضوع معرفی جاذبه‌های گردشگری و رونق آن در کشورهای مختلف است. این نمایشگاه با عنوان «توریسم جهانی» از هشتم تا دوازدهم نوامبر بر پا می‌شود و کشورهای مطرح جهان که در این صنعت بزرگ، حرفی برای گفتن یا زیرساخت‌های قابل اعتنایی در این زمینه دارند با حضور در این نمایشگاه تخصصی، در پی تثبیت جایگاه خود و افزایش مشتریان خود هستند. نگاهی به تقویم جهانی توریسم که از سوی یونسکو (سازمان آموزشی، علمی و فرهنگی سازمان ملل متحد) تدوین شده است، نشان می‌دهد که این نمایشگاه هر ماه در یکی از پایتخت‌های مهم جهان برگزار می‌شود و هر بار کشوری به عنوان مهمان در آن شرکت خواهد کرد. این بار ویتنام به عنوان کشور مدعو در نمایشگاه لندن حضور یافت تا ظرفیت‌های خود را نشان دهد.

روزنامه "گاردین" در گزارشی به چند و چون برپایی این نمایشگاه پرداخت و از آن به عنوان فرصتی برای بازاریابی و توجه به پتانسیل‌های غفلت شده گردشگری یاد کرد. در این گزارش آمده است: «سی‌امین نمایشگاه جهانی بازاریابی گردشگری (WTM)، با حضور بیش از ۵۰ هزار شرکت‌کننده



عمومی نداشت و فقط کارشناسان و دست‌اندرکاران صنعت گردشگری می‌توانستند در آن حضور یابند. در این میان کشورهایی که انتظار می‌رفت با توجه به جغرافیای خاصی که دارند حضور چشم‌گیری داشته باشند، به قدری کم فروغ ظاهر شدند که نامی از آنها در گزارش‌ها آورده نشد. شاید ایران از آن دست کشورها باشد. گاردین گزارش می‌دهد، مالزی با ۶۰ اژانس و تنی چند از هتلداران نامی در این نمایشگاه حضور داشت.

در بخشی از گزارش گاردین به نقل از «اندی وارن میدین» یکی از کارشناسان برجسته گردشگری در انگستان آمده است: «کشورهایی که در این نمایشگاه حرفی برای گفتن نداشتند در سالهای آتی هم نمی‌توانند ادعا کنند که می‌خواهند به رشد این صنعت کمک کنند. وقتی از کشوری چندین شرکت حضور دارد در حالی که امکان چندانی برای عرضه به مسافران ندارند این سؤال پیش می‌آید که چطور کشورهای صاحب امکان دیدنی، گامی برای رونق نمایشگاه و صنعت گردشگری بر نمی‌دارند. من امسال با یکی از هتلداران پارسی حرف زدم. او مدیریت یکی از هتل‌های هیلتون را عهده‌دار بود. وقتی از او پرسیدم چرا در این نمایشگاه شرکت کرده است آن هم با توجه به اینکه نه پاریس نیاز به معرفی دارد نه هتل‌های هیلتون؟! گفت: «در این عرصه تلاش و پشتکار می‌تواند جای شهرت و معروفیت را بگیرد. اگر هتلی در جایی خوش آب و هوا بنا شود، امکانات خوبی ارائه دهد و ارزان هم باشد آن وقت کاری از دست من و هتلم ساخته نیست. من امروز اینجا هستم تا از تجربه دیگر سایر هتلدارها استفاده کنم و به خودم یادآوری کنم که چون مدیر هتل هیلتون هستم از تبلیغ و رقابت بی‌نیاز نیستم».

در این نمایشگاه مدیران شرکت‌های گردشگری ضمن گفت و گو با هم، به تبادل تجربیات پرداختند و از طرف دیگر، مشاوران زیادی حضور داشتند که توانستند راهکارهای جدید و نوین جذب مشتری را به مدیران شرکت‌های گردشگری و هتلداران آموزش دهند.

ترکیه یکی دیگر از کشورهای شرکت کننده در نمایشگاه گردشگری لندن بود که با استفاده از فرصتی که نمایشگاه در اختیارش قرار داده بود، در غرفه‌ای بزرگ پتانسیل‌ها و توانمندی‌های خود را معرفی کرد. بیش از هشتاد اژانس گردشگری ترک در این نمایشگاه شرکت کرده بودند! مسئولان گردشگری ترکیه در حاشیه معرفی جاذبه‌های گردشگری این کشور باز هم «مولانا» را شاعری ترک تبار معرفی کردند و با این اقدام بار دیگر نشان دادند که ایران در حفظ گنجینه‌هایش هیچ اهمیتی به خرج نمی‌دهد. در کاتالوگی که از سوی مسئولان این غرفه در اختیار بازدیدکنندگان قرار می‌گرفت آمده بود: «ترکیه سالانه بیش از ۱۷ میلیارد دلار درآمد توریستی دارد.» ضمناً این کشور یک گروه خبرنگار و عکاس را نیز با خود آورده بود تا از آخرین تحولات، گزارش‌های مبسوطی تهیه و در نشریات معتبر چاپ کنند. «ویتنام» که به عنوان کشور مدعو در این نمایشگاه حضور داشت با استفاده از این فرصت استثنائی بیست و یک شرکت توریستی و گرداننده هتل را با خود همراه کرده بود، تا هرچه بیشتر خود را به عنوان یک مهره در عرصه گردشگری معرفی کند. این در حالی بود که ایران با برخورداری از جاذبه‌های متنوع گردشگری تنها به حضور کم فروغ ۹ اژانس در این نمایشگاه بسنده کرده بود که این جای بسی تاسف دارد.

