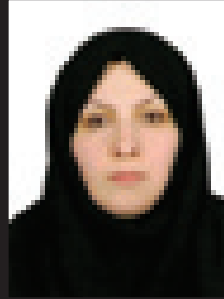


گردشگران همسایه، از قلم افتادگان صنعت گردشگری



محمد صالحی فرد

دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه ریزی شهری - مدیر مرکز تحقیقات معماری و شهرسازی آسه عصمت میرکیان بجنستانی (کارشناس و پژوهشگر مطالعات شهری)

(سرشماری زائران - برنامه بودجه استان خراسان - ۱۳۶۵)، به عبارت دیگر از کل تعداد گردشگران و جهانگردان خارجی کلان شهر مشهد، گردشگران کشور افغانستان ۳۱/۸۳ درصد کل گردشگران را تشکیل می‌دادند، یعنی در حقیقت حدود یک سوم درآمدهای اقتصادی و تبادلات فرهنگی - اجتماعی گردشگری دومین کلان شهر مذهبی جهان اسلام با کشور دیوار به دیوارش بود.

در سال ۱۳۸۱، تعداد گردشگران استان به حدود ۲۹۸ هزار و ۴۲۹ نفر رسید که بیش از ۹۵ درصد گردشگران خارجی استان را گردشگران شهر مشهد تشکیل می‌دادند. در این سال سهم کشور افغانستان از تعداد گردشگران خارجی شورهای چون ازبکستان، آذربایجان، قرقیزستان، قزاقستان، ترکمنستان، تاجیکستان، ارمنستان و پاکستان به ویژه مسافران وارد شده از طریق خطوط هوایی به مشهد، سهم قابل ملاحظه‌ای است، زیرا در این سال از میان یک هزار و ۳۷۹ نفر گردشگر کشورهای فوق که از طریق خطوط هوایی وارد مشهد شدند سهم کشور افغانستان ۵۲۳ نفر بود. طی ۸ ماهه آخر سال ۱۳۸۱ نیز از ۳ هزار و ۹۲۴ نفر گردشگر از کشورهای فوق که از طریق خطوط هوایی به مشهد سفر کرده‌اند، باز هم کشور افغانستان بالاترین سهم را در بین کشورهای فوق داشته است (۲۶۹۰ نفر). متأسفانه امکان تجزیه و تحلیل دقیق آماری تعداد گردشگران کشورهای خارجی شهر مشهد به دلایل بسیاری از جمله ضعف سیستم آماری و نبود آمار دقیق امکان پذیر نیست. به هر حال، به نظر می‌رسد به لحاظ کمی و کیفی مقوله گردشگران افغانی شهر مشهد بعد از سال ۱۳۶۵ دچار تغییرات و تحولات زیادی شده است، در حالی که در پایان دهه ۶۰ و اوایل دهه ۷۰ سهم کشورهای آسیای میانه در گردشگری شهر مشهد بسیار چشم گیر است، اما در سال‌های اخیر تأثیر گردشگران عرب به ویژه گردشگران کشورهای

موقعیت خاص جغرافیایی و استراتژیکی کشور افغانستان، صرف نظر از دیدگاه ژئوپلیتیکی و نگرش جغرافیای سیاسی از جنبه‌ها و ابعاد ساختاری دیگر نیز قابل تأمل و بررسی است. در این میان همجواری این کشور با استان خراسان و تبادلات گسترده اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی با این استان از سوئی و سکونت چند دهه افغانه در استان خراسان به ویژه در کلان شهر مشهد و تبادلات آداب و رسوم، فرهنگ، سنن، زبان این مهاجران با شهروندان خراسانی (به ویژه شهروندان مشهدی) و اختلاط اجتماعی ناشی از آن سوی دیگر، بستر مناسبی را برای گسترش و توسعه صنعت گردشگری و جهانگردی میان این کشور در حال ظهور (بازسازی پس از جنگ) با استان تاریخی - فرهنگی خراسان و به ویژه شهر مشهد ایجاد کرده است، فرصت مغتنمی که باید قدر لحظه‌های آن را دانست.

بهر حال، شکی نیست که جهت افزایش تردد مسافران، تبادل کالا و... میان کلان شهر مشهد و کشور همسایه، لزوم توجه به برخی زیر ساخت‌ها، ضوابط و مقررات، تجهیزات و امکانات و از همه مهم تر قابلیت‌ها و پتانسیل‌های دو طرف، شرط اساسی و ضروری، در نخستین نگاه به چشم اندازی آتی است. مسلماً تقویت مناسبات اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی میان کلان شهر مشهد و کشور همسایه، مستلزم نوعی نگرش برنامه ریزی شده بر مبنای شناخت دقیق روند تاریخی و شرایط کنونی (وضع موجود) است، در این خصوص بررسی‌های آماری شاید گام نخستین باشد که مورد نظر قرار گیرد.

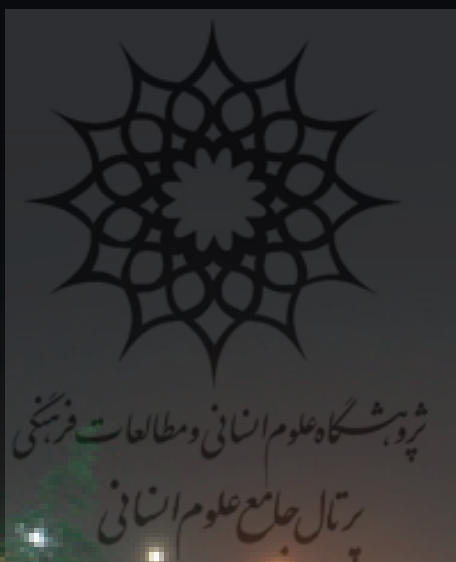
برآوردها نشان می‌دهد در حالی که در سال ۱۳۶۵ تعداد کل مسافران و زائران خارجی شهر مشهد حدود ۵۲ هزار و ۷۴۱ نفر بوده، سهم کشور افغانستان از گردشگران خارجی کلان شهر مشهد حدود ۱۶ هزار و ۷۹۱ نفر ذکر شده است

همه جانبه در مدیریت این صنعت در شهر مشهد احساس می‌شود.

به نظر می‌رسد در راستای رویکرد منطقه‌ای به گردشگری جهت توسعه آتی این صنعت، در درجه اول افزایش کمی و کیفی گردشگران کشورهای همسایه از اولویت بیشتری برخوردار باشد. در این میان کشور افغانستان به دلایل بسیاری از جمله پایان جنگ‌های داخلی و ایجاد ثبات، شناخت دیرینه ساکنان این کشور از کشورمان، اشتراکات مذهبی، زمینه‌سازی روابط اقتصادی در سطح کلان میان استان خراسان و کشور افغانستان و تلاش در بازسازی دوباره این کشور و... می‌تواند یکی از افق‌های آتی گردشگری کلان‌شهر مشهد باشد. لذا لازم است، تمامی چالش‌ها و تنگناهایی که به‌عنوان عوامل بازدارنده در جذب بیشتر گردشگران افغانی در کلان‌شهر مشهد است

حوزه خلیج فارس (قطر، کویت، بحرین، عمان و...) در صنعت جهانگردی شهر مشهد بسیار افزایش یافته است (دلایل این مسئله شاید عواملی چون حادثه ۱۱ سپتامبر و احساس ناامنی گردشگران عرب در سفر به کشورهای اروپایی و آمریکایی، هزینه نسبتاً کمتر گردشگری در ایران و شهر مشهد نسبت به سایر کلان‌شهرهای جهان، جنبه عرفانی و هدف زیارتی مشهد برای اکثریت گردشگران عرب، افزایش علاقمندی این گردشگران برای سرمایه‌گذاری در کلان‌شهر مشهد و... بوده است).

به نظر می‌رسد، اگر درصدد رونق صنعت توریسم و استفاده از مزایای بی‌شمار این صنعت به‌ویژه در زمینه کسب درآمد و اشتغالزایی هستیم، لزوم توجه به گردشگران داخلی و خارجی در قالب تدوین استراتژی کارآمد و برنامه ریزی‌های دقیق و



به درستی شناخته، تبیین و تشریح شوند. سپس راهکارهای متناسب با آنها در راستای جذب بیشتر گردشگران این کشور بررسی و ارائه شود. من به دلیل جلوگیری از اطاله کلام به صورت فهرست‌وار این دو موضوع را بررسی کرده‌ام. هر چند به اعتقاد من زمینه یک پژوهش گسترده و همه‌جانبه در این خصوص، کاملاً احساس می‌شود.

الف) چالش‌ها و تنگناهای گردشگری کلان‌شهر مشهد در جهت جذب گردشگران کشور افغانستان

— عدم شناخت جامع، کامل و دقیق گردشگران کشور افغانستان از توانمندی‌ها و قابلیت‌های گردشگری کلان‌شهر مذهبی مشهد در زمینه‌های تاریخی، فرهنگی، طبیعی و اکوتوریسم و...

— مشکلات ارتباطی و جابجایی گردشگران افغانستان

برای سفر به کلان‌شهر مشهد (به‌ویژه کمبود خطوط هوایی و مشکلات سیستم ناوبری هوایی، ضعف شبکه جاده‌ای استان با کشور همسایه، فقدان حمل و نقل ریلی و...) و

— آئین نامه، ضوابط و مقررات دست و پاگیر صنعت

گردشگری مشهد

— کمبود سرمایه‌گذاری در بخش‌های تبلیغاتی و

اطلاع‌رسانی به گردشگران افغانی و علاقمندان سفر به شهر مشهد

— فقدان برنامه‌ریزی منسجم و مشخص و مصوب نبودن

اهداف و سیاست‌های مرتبط با توسعه گردشگری شهر مشهد در سطح منطقه‌ای، به‌ویژه در ارتباط با کشور افغانستان

— نگرش منفی و نامناسب شهروندان و حتی مسئولان

شهری مشهد در خصوص اتباع افغانی (عموم شهروندان به این گردشگران همانند اتباع ساکن سال‌های قبل این کشور در شهر مشهد نگاه می‌کنند)

— مشکلات مربوط به سیستم‌های پولی و بانکی به‌ویژه

برای تبدیل پول

— کمبود شدید امکانات و تجهیزات شهری و منابع مالی

برای گسترش توریسم در شهر مشهد

ب) راهکارهای افزایش گردشگران کشور افغانستان

در کلان‌شهر مشهد

— تهیه کتب، نشریات، کاتالوگ‌ها، استفاده از وسایل ارتباط

جمعی، اینترنت و به‌ویژه طرح‌ها و برنامه‌های جامع و کامل

جهت شناخت و ارائه پتانسیل‌ها، توانمندی‌ها و قابلیت‌های

گردشگری مشهد برای کشور افغانستان با توجه به شناخت

دقیق از ساختار فرهنگی-اجتماعی شهروندان این کشور

— زمینه‌سازی و بسترسازی مناسب در راستای جذب

سرمایه‌گذاری‌های بخش‌های گوناگون اعم از دولتی و خصوصی

جهت توسعه گردشگری شهر مشهد و کشور افغانستان

(سرمایه‌های داخلی و خارجی) و اعطای تسهیلات و خدمات

ویژه به بخش‌های خصوصی (کاهش مالیات‌ها، وام‌های کم

بهره بانکی و...)

— بررسی و ارائه طرح‌ها و برنامه‌های پژوهشی-کاربردی

در خصوص شناسایی علل و انگیزه ورود گردشگران افغانی به شهر مشهد و بررسی مشکلات و معضلات این گردشگران به‌صورت موردی و...

— ارتقای مهارت و تخصص، دانش و آگاهی نیروی انسانی شاغل (مستقیم) و درگیر (غیر مستقیم) در صنعت گردشگری کلان‌شهر مشهد

— ایجاد دفاتر و آژانس‌های مختص گردشگری کشور

افغانستان در شهر مشهد و چند شهر بزرگ کشور افغانستان

جهت تبادل دائم گردشگر (کالا، مسافر و...) و امکان انتقال

اطلاعات بین این آژانس‌ها و مراکز

— کمک به افزایش فرهنگ عمومی شهروندان مشهدی

و افزایش سطح دانش و آگاهی آنان در خصوص شیوه‌های

برخورد و کمک به توسعه گردشگری به‌ویژه در خصوص

گردشگران کشور افغانستان

— افزایش کمی و کیفی تأسیسات، تجهیزات و خدمات

مورد نیاز گردشگران افغانی شهر مشهد و استاندارد سازی

سطح ارائه شده این خدمات با سطوح بین‌المللی

— برگزاری همایش‌ها و کنفرانس‌های مختلف آموزشی،

علمی و... بین شهر مشهد و کشور افغانستان

— افزایش کمی و کیفی خطوط مواصلاتی و ارتباطی

کلان‌شهر مشهد (استان خراسان) و کشور افغانستان به‌ویژه

از دیدگاه امنیت، سرعت تردد، ضریب دسترسی و سهولت

جابجایی

— ایجاد نمایشگاه‌های بین‌المللی کشور افغانستان در سطح

شهر مشهد و استان خراسان و برگزاری این نمایشگاه‌ها در

کلان‌شهر کشور افغانستان جهت معرفی بیشتر قابلیت‌های

شهر مشهد، در واقع شرکت فعال واحدهای صنعتی، تجاری

و بازرگانی شهر مشهد در نمایشگاه‌های کشور افغانستان به

منظور جلب توریست بیشتر

— بکارگیری الگوها، متدها و شیوه‌های عملی خصوصاً

در بخش بازاریابی در تمامی مراحل جهت جذب بیشتر

گردشگران افغانی

— ترویج انواع خاص سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری،

جستجوی پیشنهادهایی از سوی سرمایه‌گذاران داخلی و

خارجی و مساعدت در امر طراحی پروژه‌های مرتبط با توسعه

بازار گردشگری کشور افغانستان در شهر مشهد

— استفاده از نمایندگی‌های افرادی در بنگاه‌های روابط

عمومی و انعقاد قرارداد بخش‌های دولتی و خصوصی با

شرکت‌هایی که وضعیت توانمندی و جاذبه‌های گردشگری

شهر مشهد را در بازار گردشگری کشور افغانستان معرفی

جامعی می‌کنند.

با توجه به جایگاه، صنعت گردشگری در کشور و سهم

اندک ما از درآمد جهانی آن، استراژی تدوین شده در این باره

نیازمند بازنگری است. تدوین برنامه‌های دقیق در این مورد

ضروری به نظر می‌رسد. بدون شک جذب گردشگران کشور

افغانستان به کلان‌شهر مشهد، از این‌پایه مستثنی نیست.

منابع در دفتر نشریه موجود است.