

جذب گردشگران خارجی به برنامه‌ریزی اصولی و جامع نیاز دارد

شماره:

در آستانه قرن بیست و یکم رقابت فشرده‌ای در بازار جهانی جذب جهانگرد میان شماری از کشورها به جریان افتاده است. به لحاظ اهمیتی که این صنعت در ارزآوری و اشتغال‌زایی دارد، کشورهای درگیر بحران بی‌کاری بیش از سایر کشورها در این بازار به رقابت برخاسته‌اند.

پیش‌بینی گردش مالی به میزان ۲۰۰۰ میلیارد دلار در سال در صنعت گردشگری (به جز حمل و نقل) انگیزه‌ای قوی برای گام نهادن به عرصه رقابت بین‌المللی جذب جهانگردان است. برای ایران اسلامی که از میراث تاریخی - فرهنگی غنی ایرانی - اسلامی برخوردار است، رقابت در عرصه گردشگری نباید به مراتب سهل‌تر از رقابت در بازارهای جهانی کالاها باشد. به خصوص آنکه اگر ایران بتواند فقط یک درصد گردش مالی صنعت گردشگری را تا سال ۲۰۲۰ میلادی جذب کند، می‌تواند به راحتی این منبع در آمد را جایگزین نفت کند. مسلماً پیشرفت در این عرصه رقابت نیازمند برنامه‌ریزی اصولی و بلندمدت است.

در این مقاله به بررسی جاذبه‌های گردشگری ایران و راه‌های جذب جهانگردان و ایرانگردان می‌پردازیم.

ژوئیه‌گاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی

به ایران سفر می‌کنند، بازدید از آثار باستانی است. تاکنون ۱۵۰ اثر باستانی برای بازدید جهانگردان آماده شده است که به سهولت قابل افزایش تا ۱۵۰۰ مورد می‌باشد. در هر استان ایران دست کم یک اثر باستانی در حد اهمیت تخت جمشید وجود دارد که به جهانیان و حتی ایرانیان شناسانده نشده است. از این رو فعالیت گسترده‌ای برای آماده‌سازی اماکن تاریخی جهت بازدید گردشگران ضروری است. برخی استان‌های ایران مانند فارس، اصفهان، خوزستان، کرمان، گلستان، خراسان و ... از حیث آثار تاریخی، جاذبه‌های فراوانی

خارجی علاقه‌مند به فرهنگ ایران می‌باشند و ایران مقصد جهانگردان فرهنگی است. با توجه به آنکه بیش از یک میلیون اثر تاریخی ارزشمند در ایران شناخته شده و نظر به اینکه بیش از ۲۰۰ هزار تپه باستانی در کشور موجود است که هنوز کاوش‌های باستان‌شناسی روی آنها انجام نشده است، ایران کشوری است که از جنبه تاریخی - فرهنگی، مورد توجه جهانگردان است. به لحاظ داشتن آثار باستانی، ایران بین ۱۰ کشور نخست دارای آثار باستانی جهان قرار دارد و هدف بیش از ۹۰ درصد جهانگردانی که

بر اساس گزارش منابع رسمی، با اجرای طرح‌های توسعه صنعت گردشگری و حمایت همه‌جانبه و منطقی دولت، صنعت گردشگری می‌تواند به اولین منبع درآمد ملی کشور تبدیل شود. لازمه تحقق چنین هدفی، تعیین جایگاه صنعت گردشگری در برنامه‌های توسعه اقتصاد ملی است.

در درجه نخست، شناسایی انگیزه‌های گردشگران برای بازدید از ایران است. بررسی‌های انجام شده نشان می‌دهد که جاذبه‌های فرهنگی ایران، مهم‌ترین عامل جذب گردشگران خارجی است. به عبارت دیگر، بیشتر مسافران

برای جذب ایرانگردان دارند، اما متأسفانه هنوز فعالیت وسیعی برای معرفی و تبلیغات مناسب در این زمینه صورت نگرفته است.

با توجه به آنکه تاکنون در جهان بیش از ۲۰۰ میلیون شغل از طریق گسترش صنعت گردشگری ایجاد شده و کشورهای

موفق در این زمینه سالانه تا ۷۰ میلیارد دلار درآمد ارزی از آن کسب می‌کنند، کاملاً قابل لمس است که تاکنون چه فرصت ارزشمندی برای احیای اقتصاد غیرنفتی کشور از دست رفته است.

بر اساس آمار منتشره از سوی سازمان جهانی گردشگری، در سال ۱۳۷۷ بیش از یک میلیون گردشگر خارجی از ایران بازدید کردند و درآمد ایران از محل جذب گردشگران خارجی به حدود نیم میلیارد دلار رسید. با توجه به توانمندی‌های بالقوه و بالفعل ایران در زمینه گردشگری از جمله جاذبه‌های تاریخی، فرهنگی و طبیعی و انجام برخی سرمایه‌گذاری‌ها برای ایجاد اقامتگاه‌ها و تأسیسات رفاهی و ... این درآمد واقعاً ناچیز است و به سهولت قابل افزایش تا سالانه چند میلیارد دلار می‌باشد.

کارشناسان عقیده دارند که برای رونق صنعت گردشگری کشور چند مقوله می‌بایست در برنامه‌ریزی‌ها مورد توجه قرار گیرد و در کنار آن سرمایه‌گذاری برای ایجاد تسهیلات و تجهیزات مورد نیاز صورت پذیرد. به عقیده برخی کارشناسان، ایران با پیش گرفتن سیاست تش‌زدایی، اولین گام مهم را برای جذب گردشگران خارجی برداشته است و برای تحقق این امر به حمایت و همکاری کشورهای صلح‌دوست نیز نیاز دارد.

در بحث جذب جهانگردان، نخستین اقدام لازم، شناسایی جلوه‌های گردشگری ایران در خارج از کشور است. فعالیت قابل توجه سازمان

○ با اجرای طرح‌های توسعه‌ای و حمایت همه‌جانبه دولت، صنعت گردشگری می‌تواند به نخستین منبع درآمد ملی تبدیل شود. مشروط بر آنکه جایگاه آن در برنامه‌های توسعه ملی مشخص و معین شود.

ایرانگردی و جهانگردی در بخش ارتباطات بین‌المللی و ایجاد شبکه «پیل فیروزه» در شبکه جهانی اطلاع‌رسانی «اینترنت» در خصوص آرایه اطلاعات گردشگری ایران و برقراری ارتباط با اتحادیه‌های بین‌المللی هتل‌داری و جهانگردی، درخور تقدیر است. اگرچه این وسیله اطلاع‌رسانی قوی می‌باشد، اما ضرورت دارد با ایجاد نمایشگاه‌ها در کشورهای مختلف جلوه‌های گردشگری ایران، آثار باستانی کشور و ... به خوبی برای علاقه‌مندان به سفر به ایران تشریح شود. از این رو چاپ بروشورهای تبلیغاتی مناسب و جذاب، کتاب‌های مربوط به آثار فرهنگی - تاریخی ایران، تبلیغات تلویزیونی، تابلوهای خیابانی و توزیع بروشورهای جذاب و حاوی اطلاعات کافی در دفاتر فروش بلیط خطوط هوایی خارجی و ... می‌تواند اقدام مناسب دیگری برای معرفی جاذبه‌های گردشگری ایران باشد.

برقراری پروازهای مستقیم بین تهران و پایتخت‌های کشورهای اروپایی، کشورهای اسلامی، شرق آسیا و ... تسهیل در رفت و آمدهای مسافران را به‌وجود می‌آورد. حتی اگر در کوتاه‌مدت امکان برقراری چنین پروازهایی نباشد، از طریق تبلیغات و بازاریابی مناسب در خارج از کشور و برقراری سفرهای گسرومی (تور) و استفاده از

پروازهای چارتر می‌توان زمینه لازم را فراهم ساخت. حتی می‌توان از خطوط هوایی خارجی که از آسمان ایران گذر می‌کنند یا از امکانات و تسهیلات

فرودگاهی کشور برای سوخت‌گیری استفاده می‌نمایند، باب مذاکره را بنام کرد تا بتوان در فرودگاه تهران، جهانگردان عازم

ایران را پیاده نمایند.

اقدام مهم‌تر، تسهیل در صدور روادید برای علاقه‌مندان به بازدید از ایران است. با توجه به آنکه ۹۰ درصد علاقه‌مندان به سفر به ایران را گردشگران فرهنگی تشکیل می‌دهند، می‌بایست نمایندگی‌های جمهوری اسلامی ایران در خارج از کشور برای این گروه تسهیلات صدور روادید در کوتاه‌ترین زمان ممکن را فراهم سازند. هر اندازه که در این زمینه تصور شود، فرصت‌های ارزشمندی از دست خواهد رفت که ضرر مستقیم آن به مردم به ویژه بیکاران وارد می‌شود. زیرا بر اساس پیش‌بینی‌های انجام شده از طریق گسترش صنعت گردشگری می‌توان در برنامه سوم حدود ۸۰۰ هزار فرصت شغلی در کشور ایجاد نمود.

تأمین امنیت جانی گردشگران نیز از مقوله‌های بسیار مهم است. با توجه به تبلیغات سویی که دشمنان انقلاب در خصوص فقدان امنیت جانی برای مسافران عازم ایران کرده‌اند، ضرورت دارد در این زمینه توجه ویژه‌ای می‌ذول گردد و حفاظت جان و مال گردشگران به عنوان یکی از وظایف عمده دولت و نیروهای انتظامی تلقی گردد.

در مرحله بعدی، ایجاد اقامتگاه‌های مناسب، تنظیم برنامه‌های گشت و ... می‌بایست مد نظر قرار گیرد. در حال حاضر از اقامتگاه‌های ستاره‌دار در حد

ظرفیت استفاده نمی‌شود و علت اصلی آن نیز کمی شمار گردشگران خارجی و ناچیزی بینه مالی عموم مردم برای استفاده از این امکانات می‌باشد.

به گفته محمد معزالدين معاون امور گردشگری وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی در اوایل شهریورماه سال گذشته، با بهره‌برداری از طرح‌های در دست اجرا در زمینه ساخت هتل، تا پایان سال، تعداد تخت‌های اقامتی ستاره‌دار کشور با ۳۰ هزار تخت افزایش به ۸۰ هزار تخت خواهد رسید که با توجه به سیاست گسترش صنعت گردشگری و جذب گردشگران خارجی، رقم بسیار ناچیزی است. رجیعی خسروآبادی معاون نظارت سازمان ایرانگردی و جهانگردی نیز در اواخر مهرماه سال گذشته در گفت و گو با خبرگزاری جمهوری اسلامی تعداد واحدهای اقامتی در سطح کشور را ۵۷۵ واحد، شمار واحدهای پذیرایی بین‌راهی را ۱۶۰۰ واحد و شمار دفاتر مسافری فعال در کشور را ۹۳۰ واحد اعلام کرد. وی همچنین گفت: از ابتدای سال قبل برای رفع نیاز ایرانگردان «شبکه اطلاع‌رسانی سروش» مجهز به ۴۸ خط تلفن راه‌اندازی شده که تاکنون ۵۶ هزار نفر از اطلاعات این شبکه بهره‌مند شده‌اند.

وی افزود: با مشارکت بخش خصوصی، مجتمع‌های «عبادی - رفاهی» در مسیر سفر گردشگران داخلی و خارجی و در فواصل ۵۰ تا ۶۰ کیلومتری از یکدیگر بنا می‌شوند. این مجتمع‌ها در چارچوب استاندارد دارای امکاناتی نظیر مسجد، اتاق و امکانات رفاهی، فروشگاه، تعمیرگاه و جایگاه بنزین خواهند بود.

با توجه به آنکه سرمایه‌گذاری در زمینه ایجاد تأسیسات گردشگری در توسعه این صنعت حایز اهمیت است، ضرورت دارد تسهیلات کافی به ویژه در

اختیار سرمایه‌گذاران خصوصی قرار گیرد تا ساخت اقامتگاه‌ها (هتل‌ها)، واحدهای پذیرایی در کنار آثار باستانی - فرهنگی و بین‌راهی و تأسیسات تفریحی - رفاهی، تسریع گردد.

بنا به گفته رییس سازمان ایرانگردی و جهانگردی مازندران؛ ۶۶ درصد واحدهای پذیرایی بین‌راهی این استان فاقد پروانه ساختمانی و ۳۵ درصد آنها فاقد پروانه بهره‌برداری هستند، در حالی که سالانه ۱۴ میلیون مسافر وارد این استان می‌شود.

روح‌الله اسحاقی گفت: ۶۴ درصد صاحبان واحدهای پذیرایی بین‌راهی استان مازندران یا بی‌سواد یا دارای مدرک تحصیلی ابتدایی هستند و فقط ۲ درصد آنها مدرک کاردانی و کارشناسی دارند.

وی اظهار داشت: گرانی، عدم رعایت موارد بهداشتی، فقدان اطمینان به غذاهای واحدهای پذیرایی بین‌راهی و فعالیت‌هایی که در مسیر حرکت مسافران وجود دارد، از علل نارضایتی گردشگران است.

وی ضرورت استاندارد کردن تأسیسات گردشگری را گوشزد کرد و آن را راهکار مناسبی در طرح سامان‌دهی مسیرهای گردشگری استان ذکر نمود.

مدیر حمل و نقل و پایانه‌های آذربایجان غربی نیز اوایل آبان‌ماه در گفت و گو با خبرگزاری جمهوری اسلامی اظهار داشت: در نیمه نخست سال افزون بر ۱۲۱ هزار مسافر از طریق پایانه‌های مرزی استان (بازرگان و سرو) وارد خاک جمهوری اسلامی ایران شدند. مهندس اکبر جباری با اشاره به امنیت کامل و امکانات مناسب جاده‌ای ایران گفت: در نیمه نخست سال ۱۳۷۸ مسافران خارجی با استفاده از ۳۴۰ دستگاه خودروی جمعی (اتوبوس) از طریق ایران به کشورهای ثالث سفر

کرده‌اند.

این آمارها نشان می‌دهد که ایران نه‌تنها مقصد گردشگران، بلکه مسیر عبور آنها نیز می‌باشد و لذا با ایجاد امکانات مناسب اقامتی و گردشگری می‌توان از عبور مسافران گذری (ترانزیت) نیز کسب درآمد ارزی نمود.

اما موضوع مدیریت در بحث گردشگری حایز اهمیت است. مدیریت مطلوب عامل مهم برای رشد درآمد صنعت گردشگری است. متأسفانه در ایران هنوز موضوع مدیریت این صنعت مورد توجه قرار نگرفته است. تربیت نیروی انسانی ماهر و متخصص مهم‌ترین راهکار توسعه صنعت گردشگری است. تشویق جوانان به تحصیل در رشته‌های مرتبط با صنعت جهانگردی و دایر کردن دانشکده‌های با ظرفیت مناسب با تقاضای روزافزون صنعت گردشگری می‌بایست در دستور کار بخش آموزش عالی کشور قرار گیرد.

به عقیده کارشناسان، تربیت نیروی انسانی کارآمد برای فعالیت در بخش گردشگری بر خلاف تأسیس اقامتگاه‌ها و سایر امکانات رفاهی و تفریحی، یک کار بلندمدت است و توجه خاص مقامات کشور و بخش جهانگردی را می‌طلبد.

به گفته دکتر جعفری استاد دانشگاه ویسکانسین امریکا در همایش بین‌المللی کیش، جهانگردی و سفر، در بسیاری از کشورها، تربیت نیروی انسانی متخصص در امور مختلف جهانگردی تا سطح دکترا و بالاتر رواج دارد و مؤسسات مرتبط با این صنعت به دلیل حساسیت آن، از به‌کارگیری نیروی غیرمتخصص خودداری می‌کنند.

وی متذکر شد، با توجه به گسترش امکانات سفر در جهان، گردشگران اینک کارورزیده و جهان‌دیده شده‌اند و انتظارات آنها برای دریافت خدمات در سطح بسیار بالایی می‌باشد.

مخرب فرهنگی داشته باشند، خواه و ناخواه این تأثیرگذاری را انجام می‌دهند، ادعای مبتنی بر واقعیت نمی‌باشد.

از آن گذشته، معمولاً گردشگران در سطح بین‌المللی در سنین چهل سالگی به بعد اقدام به سفرهای جهانگردی برای بازدید از اماکن باستانی می‌کنند و همین امر نشان می‌دهد که افراد مسن‌تر کمتر در فکر ارایه الگوهای نادرست فرهنگی می‌باشند. از این رو لازم است در زیربنای فکری جامعه نسبت به گسترش

صنعت

گردشگری، تحولی اساسی صورت پذیرد. در این زمینه نقش رسانه‌های جمعی، خطبای نماز جمعه

و جماعات و دستگاه‌های متولی توسعه گردشگری حایز اهمیت است.

در پایان ذکر این نکته ضروری است که دولت می‌بایست از تصدی‌گری در بخش گردشگری خارج شود و با ایجاد فضای مساعد برای توسعه این بخش، اقدامات و سرمایه‌گذاری‌های لازم را به بخش خصوصی واگذار کند. با این حال رشد سرمایه‌گذاری در این بخش منوط به ارایه تسهیلات بانکی مناسب است.

در حال حاضر دولت تسهیلاتی نظیر معافیت مالیاتی به میزان ۵۰ درصد برای ساخت هتل و محاسبه هزینه‌های آب، برق، تلفن و گاز به نرخ صنعتی را در نظر گرفته است. اما این تسهیلات کافی نمی‌باشد و می‌بایست اعتبارات بانکی بیشتری در اختیار مستقاضیان سرمایه‌گذاری در این بخش قرار گیرد.

اطلاعات کافی از سابقه تاریخی اثر می‌باشند. چنانچه قرار باشد سیاست توسعه صنعت گردشگری مد نظر قرار گیرد، می‌بایست در این زمینه سازمان میراث فرهنگی و دانشکده‌های تاریخ کشور در فکر ارایه تعلیمات کاربردی به دانشجویان باشند تا بتوان پس از فراغت از تحصیل از آنها به طور گسترده در آثار تاریخی کشور استفاده کرد.

در مجموع می‌توان گفت: برای توسعه صنعت گردشگری و کسب درآمد

○ مهم‌ترین عامل جذب گردشگران خارجی، آثار باستانی و فرهنگی ایران است، از این رو منظور ۹۰ درصد جهانگردانی که به ایران می‌آیند، بازدید آثار باستانی است.

ارزی مناسب از آن به نفع اقتصاد ملی، تهیه و تدوین برنامه‌های جامع در این خصوص ضروری است. این برنامه می‌بایست تمامی جوانب کاربردی را مد نظر قرار داده و از تبلیغات و بازاریابی جذب گردشگر تا تمامی امکانات و تسهیلات مورد نیاز وی از ورود به ایران تا بازگشت به موطن را در برگیرد. تمامی مسوانع کار می‌بایست به دقت مورد شناسایی و ارزیابی قرار گیرد و راه‌کاری مناسب برای رفع آنها پیش‌بینی و تدارک دیده شود. در همین حال فرهنگ‌سازی در جامعه در زمینه فواید گسترش صنعت گردشگری (از نظر ارزآوری و ایجاد اشتغال)، نحوه برخورد مناسب با گردشگران خارجی، نحوه گزینش گردشگران (گردشگران فرهنگی) و ... به مردم آموزش داده شود.

این ادعا که گردشگری تهاجم فرهنگی به دنبال دارد، در عصر کنونی که ماهواره‌ها و سایر رسانه‌های صوتی تصویری و نوشتاری به طور گسترده در اختیار مردم می‌باشند و چنانچه آثار

وی نقش اقامتگاه‌ها در ارایه خدمات را مهم خوانند و ضعف‌های آن را گوشزد کرد و گفت: این خدمات با استانداردهای جهانی فاصله زیادی دارد. در این همایش، محسن قریب مدیرعامل مؤسسه توسعه سیاحتی کیش ضمن تأکید بر ضرورت فرهنگ‌سازی عمومی در بخش‌های مختلف گردشگری، گفت: گردشگران، خریداران خدمات هستند و از این دید باید تا سرحد امکان به آنها خدمات مطلوب ارایه داد.

با توجه به اهمیت ارایه خدمات مطلوب به گردشگران و ضرورت تخصص داشتن ارایه‌کنندگان این خدمات، ذکر

این نکته ضروری است، نخستین دانشکده هتل‌داری کشور در شهر مشهد تأسیس خواهد شد. هدف از تأسیس این دانشکده، تربیت نیروی انسانی متخصص در زمینه گرایش‌های مختلف هتل‌داری و توسعه صنعت گردشگری است.

هزینه ساخت این دانشکده را هتل‌داران مشهد با اهداء بیش از ۳ میلیارد ریال، تقبل کرده‌اند. مشهد یکی از قطب‌های جهانگردی ایران است و ۷۴ هتل با ۱۷ هزار تخت دارد و از این نظر، در ایران رتبه اول را دارد. تهران با ۵۴ هتل رتبه دوم را دارد.

جعفر عطار عضو جامعه هتل‌داران ایران متذکر شد، هر گروه جهانگردی برای پنج نفر فرصت شغلی ایجاد می‌کند و در پویایی چرخه تولیدات صنعتی و صنایع دستی نیز اثر شایان توجهی دارد.

بحث تخصص در زمینه‌های گوناگون گردشگری، از مقوله‌های بسیار مهم در توسعه این صنعت است. در حال حاضر بسیاری از اماکن تاریخی کشور فاقد راهنمایان مسلط به زبان خارجی و دارای