

صنعت گردشگری باید بومی شود و بدبینی نسبت به آن از بین برود

اشاره:

صنعت گردشگری در سطح بین‌المللی در آستانه یک خیز می‌باشد و پیش‌بینی منابع مطلق حکایت از آن دارد که این صنعت در قرن بیست و یکم جایگاه والاتری را در اقتصاد کشورهای جهانگردد پذیر کسب خواهد کرد. صنعت گردشگری که به صنعت بدون آلودگی معروف شده است، می‌تواند منبع کسب درآمد ارزی، رونق فعالیت دیگر بخش‌های اقتصادی (ساختمان، صنایع سبک و دستی و...)، ایجاد فرصت‌های جدید اشتغال و... باشد و از این رو کشورهای دارای جاذبه‌های گردشگری (تاریخی، فرهنگی و طبیعی) سرمایه‌گذاری وسیعی را برای ایجاد امکانات مناسب جهت جذب جهانگردان بین‌المللی به عمل آورده‌اند و یا در جهت رشد سرمایه‌گذاری‌های موجود اقدام می‌نمایند.

برای ایران اسلامی که از فرهنگ غنی و کهن هشت‌هزار ساله برخوردار است و از مواهب و زیبایی‌های طبیعی نیز بی‌نصیب نمی‌باشد، چشم‌پوشی از توسعه صنعت گردشگری و جذب جهانگردان خارجی به منزله از دست دادن فرصت‌های اقتصادی غیرقابل جبران می‌باشد. از این رو دست‌اندرکاران و برنامه‌ریزان بخش گردشگری باید راهکارهای مناسبی را برای رونق این صنعت اتخاذ نمایند.

در زمینه موانع توسعه صنعت گردشگری و وضعیت موجود، خبرنگار نشریه «بررسی‌های بازرگانی» با آقای مهندس اکبر جمخوار معاون بنیاد مستضعفان و جانبازان انقلاب اسلامی و مدیرعامل سازمان سیاحتی و مراکز تفریحی بنیاد، گفت‌وگویی دارد که با هم می‌خوانیم.

■ **تشکیلات سازمان سیاحتی و مراکز تفریحی بنیاد مستضعفان و جانبازان را تشریح فرمایید.**

□ این سازمان با سه معاونتی که دارد، شامل معاونت هتل‌ها، سیاحتی و مراکز تفریحی، در زمینه جهانگردی و ایرانگردی فعال است.

معاونت هتل‌ها با ۲۰ هتل در ۱۱ استان کشور و حدود ۶۰۰۰ تخت اقامتی، پذیرای مهمانان داخلی و خارجی

است.

حوزه معاونت سیاحتی با در اختیار داشتن ۸ مؤسسه مسافرتی و مجتمع تورگردانی به جذب جهانگردان خارجی می‌پردازد و در این زمینه فعال است. این بخش دارای ۷ دفتر گردشگری در کشورهای مختلف است.

حوزه معاونت مراکز تفریحی با در اختیار داشتن ۴ مرکز تفریحی در زمینه جذب گردشگران داخلی و خارجی

فعالیت می‌کند.

■ **دفاتر گردشگری خارج از کشور بنیاد در چه کشورهایی تأسیس شده‌اند؟**

□ ۷ دفتر گردشگری بنیاد در کشورهای اسپانیا، ژاپن، امارات متحده عربی، کانادا، سوئیس، آلمان و فرانسه دایر شده‌اند.

این دفاتر عملکرد بسیار موفقی داشته‌اند، به طوری که بر اساس یک

برنامه زمان بندی در آینده به تعداد آنها افزوده خواهد شد.

■ عملکرد سازمان سیاحتی و تفریحی بنیاد در دومین برنامه توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشور را تشریح نمایید.

۱۱ این سازمان در برنامه دوم توسعه چند اقدام اساسی را انجام داده که ایجاد اقامتگاه (هتل) در شهرهای آبادان، یاسوج، شهرکرد، بزم و بازسازی تمام اقامتگاه‌های تهران بخش مهم آن است.

■ در سومین برنامه توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشور سازمان سیاحتی و مراکز تفریحی بنیاد چه اهدافی را دنبال خواهد کرد؟

۱۱ در برنامه سوم توسعه قرار است هر سال ۵۰۰ اتاق به مجموعه‌های سازمان سیاحتی بنیاد اضافه شود و امید می‌رود در پایان برنامه حدود ۵۰۰۰ تخت اقامتی به مجموعه تخت‌های موجود اضافه شود. سرمایه‌گذاری این برنامه از منابع داخلی بنیاد و منابع خارجی تأمین خواهد شد و مقدمات کار فراهم شده است.

در برنامه سوم همچنین ایجاد دفاتر گردشگری در کشورهای ایتالیا و انگلستان مدنظر می‌باشد که به مجموع دفاتر فعال کنونی اضافه خواهد شد.

■ بنیاد برای جذب گردشگران خارجی چه برنامه‌هایی را تدارک دیده است؟

۱۱ بنیاد با توجه به امکاناتی که در ۱۱ استان کشور در زمینه جذب گردشگران دارد، برنامه‌های مستوعی را برای جهانگردان خارجی فراهم کرده است. اهم این برنامه‌ها عبارتند از:

- سفرهای گروهی فرهنگی برای بازدید از آثار و تمدن پیش از اسلام، تمدن اسلامی و جاذبه‌های فرهنگی ایران.

- سفرهای گروهی طبیعت‌گرا

(اکوتوریسم) ایران با همکاری سازمان حفاظت از محیط زیست این امکان فراهم شده است که جهانگردان خارجی از مناطق تحت حفاظت و شکارگاه‌های ایران دیدن کنند.

- سفرهای گروهی ورزشی که امید است در سال ۲۰۰۱ رالی تهران - پاریس در قالب آن برگزار شود.

- سفرهای گروهی بازدید از گونه‌های مختلف حیات وحش و پرندگان، کوهنوردی، بازدید از محلهای تولید فرش و سایر جاذبه‌های صنایع دستی نیز برنامه‌ریزی شده است.

■ برای جلب جهانگردان خارجی و تحصیل ارز چه نوع تبلیغاتی را در دستور کار دارید؟

۱۱ سازمان سیاحتی و مراکز تفریحی بنیاد تلاش کرده است سه نوع تبلیغ بین‌المللی را در دستور کار خود قرار دهد.

۱- از طریق دفاتر خارج از کشور که آنها به‌طور مرتب همایش‌هایی را برای سرپرستان سفرهای گروهی و مؤسسه‌های مسافری خارجی برگزار می‌کنند و در جریان همایش‌ها آنان را ترغیب می‌کنند تا به مشتریان خود سفرهای گروهی (تورهای) مربوط به ایران را بفروشند.

۲- برگزاری مراسم شب ایران با دعوت از جهانگردان خارجی. در این مراسم با نشان دادن فیلم و اسلاید، جاذبه‌های گردشگری ایران معرفی می‌شود و از جهانگردان دعوت می‌شود تا از ایران دیدن کنند.

۳- شرکت در ۲۲ نمایشگاه خارجی در سال و آرایه جاذبه‌های جهانگردی ایران و نیز دعوت از گردشگران علاقه‌مند به دیدار از ایران.

۴- دعوت از سرپرستان سفرهای گروهی (تورگردانان) خارجی به همراه خبرنگاران و اربابان جراید برای دیدن

ایران.

ایسن برنامه باعث شده است روزنامه‌نگاران پس از بازگشت از ایران در مجلات خود تبلیغات زیادی در زمینه دیدن از ایران انجام دهند.

۵- در سال گذشته در تلویزیون‌های ژاپن، اسپانیا و فرانسه فیلم‌هایی از جاذبه‌های طبیعی و تاریخی ایران به نمایش گذاشته شد که تأثیر بسیار زیادی در جذب جهانگردان خارجی برای بازدید از ایران داشت.

■ برنامه‌های ایجاد امکانات گردشگری بر چه اساسی پایه‌گذاری شده است و آیا امکانات گردشگری بنیاد ضررده است یا خیر؟

□ سیاست سازمان سیاحتی و مراکز تفریحی بنیاد، هتلداری نیست، بلکه هتل‌سازی است.

اصولاً بخش خصوصی و سرمایه‌گذاران خارجی تا امروز رغبت لازم برای احداث اقامتگاه در محلهایی که نیاز به آن دارند، نشان نداده‌اند. لذا بر اساس یک برنامه مدون در محلهایی که قطب‌های آینده گردشگری کشور محسوب می‌شوند و یا اماکنی که هم‌اینک به عنوان قطب‌های گردشگری مورد استفاده قرار می‌گیرند، بنیاد اقامتگاه‌ها را می‌سازد و برای آن مشتری جذب می‌کند و پس از آنکه آماده شد، به بخش خصوصی تحویل می‌دهد. پیرو این سیاست، تعدادی از اقامتگاه‌ها آماده واگذاری است.

سازمان سیاحتی و مراکز تفریحی بنیاد جزو مجموعه‌های سودآور بنیاد است. این مجموعه در سال ۱۳۷۸ حدود ۸۰ میلیارد ریال سود داشت که برای تأمین نیازمندی‌های جانبازان و توسعه واحدهای تحت پوشش سازمان در نظر گرفته شده است. این رقم در سال آینده به حدود ۱۲۰ میلیارد ریال خواهد رسید. سیاست و راهبرد دیگری که سازمان

سیاحتی بنیاد آن را دنبال می‌کند، تغییر میزان اشتغال هتل‌های بنیاد از داخلی به خارجی است.

با توجه به این که بنیاد بهترین امکانات هتلداری را در کشور دارد، درصدد است زمینه را برای سفر جهانگردان خارجی به ایران فراهم کند و توانمندی‌های اقامتی در ایران را به آنان نشان دهد تا در این رهگذر درآمدهای ارزی بیشتری کسب نماید.

بنیاد سه هتل خود را در ایام نوروز به جهانگردان خارجی اختصاص داده، زیرا میزان علاقه و تقاضا برای سفر به ایران بالا رفته است. این سه هتل در اصفهان، شیراز و یزد قرار دارد.

■ برای صنعت گردشگری ایران چه موانعی را می‌شناسید. این موانع با انجام چه راهکارهایی قابل گذر است؟

□ موانع اصلی توسعه صنعت گردشگری در ایران، ساختار آن است. تا زمانی که ساختار صنعت گردشگری در ایران اصلاح نشود و مانند بقیه کشورها که در چارچوب جهانگردپذیر عمل می‌کنند، ما هم عمل نکنیم، این صنعت گرفتار موانع و مشکلات خواهد بود.

برای حل این معضل باید وزارتخانه گردشگری یا سازمان گردشگری زیر نظر بالاترین مقامات کشور تشکیل شود. در ایران به موضوع گردشگری به صورت یک موضوع فرعی نگاه و توجه می‌شود، در حالی که ابتدا باید ساختار این صنعت اصلاح شود.

- منابع انسانی این صنعت در کشور وجود ندارد. متأسفانه در زمینه گردشگری عناصر کارآمدی در کشور وجود ندارد و باید به سرعت عناصر کارآمد تربیت شوند.

بنیاد در این زمینه اقدامات زیادی انجام داده است که ایجاد دبیرستان و دانشکده هتلداری در مقطع کاردانی،

کارشناسی و کارشناسی ارشد از آن جمله است.

بنیاد در نظر دارد از سال آینده با همکاری دانشگاه شهیدبهشتی و علامه طباطبایی دانشجوی هتل‌داری و گردشگری را از طریق آزمون سراسری وارد این دانشگاه‌ها کند. اما این امر کافی نیست، بلکه برای آموزش و تأمین منابع انسانی باید یک عزم ملی وجود داشته باشد. باید دانشگاه‌های کشور و به‌ویژه در محل‌هایی که جهانگردپذیر است، اهتمام کافی برای آموزش پدید آید و در این راستا نیروی انسانی موردنیاز صنعت گردشگری تربیت شود.

- تسهیلات لازم برای سرمایه‌گذاری در صنعت گردشگری از سوی سرمایه‌گذاران بخش خصوصی ایران و خارجیان باید ایجاد شود. برای رفع این معضل باید تعرفه‌های ترجیحی و تسهیلات اساسی برای سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی پدید آید تا در این صنعت سرمایه‌گذاری کنند.

- کمبود تأسیسات زیربنایی در صنعت گردشگری یکی دیگر از مشکلات است. کمبود اقامتگاه، وسایل حمل و نقل هوایی، زمینی و ریلی، غذاخوری‌ها و استراحتگاه‌های بین‌راهی در ایران و نبود فرودگاه‌ها و پایانه‌های مناسب برای گردشگران خارجی، این صنعت را دچار مشکل کرده است.

- اصلاح مقررات گمرکی و قوانینی که برای ورود جهانگردان خارجی به کشور وجود دارد، نیز جزو مشکلات این صنعت است.

اگر ایران بخواهد کشوری جهانگردپذیر باشد، باید در صدور روادید گردشگری تسهیلاتی ایجاد کند. کارهای گمرکی مربوط به جهانگردان خارجی را در اسرع وقت و به سرعت انجام دهد.

- یکی از مسایل اساسی که

گریبانگیر صنعت گردشگری است، موضوع تصور ذهنی غلط خارجیان نسبت به ایران است.

در یک نظرسنجی که توسط بنیاد صورت گرفت، این نتیجه حاصل شد که ۹۷/۵ درصد جهانگردانی که از ایران دیدن کرده‌اند، هنگام مراجعت اظهار داشته‌اند که دیدگاهشان نسبت به ایران با آنچه که قبلاً از ایران شنیده بودند، متفاوت شده است.

این نشان می‌دهد که در تبلیغات بین‌المللی در زمینه شناسایی ایران ضعف وجود دارد و هنوز تبلیغات مناسبی برای این مهم صورت نگرفته است تا تصورات ذهنی خارجیان را نسبت به ایران عوض کند.

تبلیغات در زمینه شناسایی ایران باید از طریق سفارتخانه‌های ایران در کشورهای مختلف صورت گیرد تا استقبال مردم را نسبت به سفر به ایران بیشتر کند. در ضمن رسانه‌ها نیز باید در تصویرسازی برای شناسایی ایران کمک نمایند. وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی نیز باید با تبلیغات مؤثر در این زمینه گام بردارد.

در تمامی دنیا دفاتر گردشگری ملی دایر شده‌اند، اما متأسفانه در ایران چنین دفتری وجود ندارد. این دفاتر موظف به ترویج امر گردشگری هستند و مردم را به سفر تشویق می‌کنند. در حقیقت ناکافی بودن تبلیغات ایران برای خنثی کردن توطئه تبلیغات خارجی، از مشکلات اساسی است.

در همین حال نقش رایزن‌های فرهنگی ایران در سفارتخانه‌ها بسیار مهم است.

- تجهیز نشدن به سیستم‌های الکترونیکی جدید مانند اینترنت نیز از مشکلات صنعت گردشگری ایران است. ایران در زمینه گردشگری روی اینترنت دارای ۱۳ سایت است، در حالی

که برخی کشورها دارای ۱۳۰۰ سایت هستند. ژاپن ۴۵۰۰ سایت در اینترنت در زمینه گردشگری دارد. مصر نیز از این قاعده مستثنی نیست. ایران باید از امکانات اینترنت استفاده کند و کشور باید به این ابزار مدرن مجهز شود و یک روش نوین بازاریابی را تجربه کند.

صنعت گردشگری باید در کشور بومی شود، متأسفانه مسؤولان نسبت به جهانگرد خارجی بدبین هستند و معتقدند این گروه برای جاسوسی، تهاجم فرهنگی و تفریحات ناسالم به ایران قدم می‌گذارند. این موضوع باید برای مردم و دست‌اندرکاران روشن شود که برای تفریحات ناسالم در سطح جهان امکانات زیادی فراهم است و کشورها با تکنیک‌های جدید جاسوسی می‌توانند اطلاعات لازم را کسب کنند و روش استفاده از جهانگردان یک روش قدیمی است.

بنیاد برای رفع این مشکل، جهانگرد منتخب که همان جهانگرد فرهنگی است را وارد کشور می‌کند. زیرا این گروه به ایران و آثار تاریخی آن علاقه‌مند هستند. چنانچه این صنعت بومی شود و اقشار مختلفی که با گردشگران سروکار دارند، بتوانند به آنان خدمات مناسب ارائه بدهند، به‌طور قطع درآمد ارزی هنگفتی عاید کشور خواهد شد.

چنانچه این مشکلات حل شود، مشکل ارزی کشور و اشتغال جوانان به راحتی حل خواهد شد.

ایجاد یک شغل در صنعت لااقل ۲۱۰ میلیون ریال سرمایه‌گذاری لازم دارد، در صورتی که این رقم در صنعت جهانگردی حدود ۵ میلیون ریال است.

■ درآمد ارزی بنیاد از صنعت گردشگری در برنامه دوم توسعه چه میزان بوده است؟ پیش‌بینی در برنامه سوم توسعه در این زمینه چیست؟

□ در برنامه دوم توسعه بنیاد توانست

حدود ۷۷ میلیون دلار از صنعت گردشگری کسب کند که پیش‌بینی می‌شود این رقم به ۱۳۵ میلیون دلار تبدیل شود.

در شروع اجرای برنامه دوم ۳۸۰۰ تخت اقامتی در هتل‌های بنیاد مورد استفاده قرار می‌گرفت. این تعداد در انتهای برنامه به ۶۰۰۰ تخت می‌رسد.

امید است در انتهای برنامه سوم این تعداد به ۱۰ تا ۱۱ هزار تخت اقامتی برسد. این امر مستلزم حمایت‌های همه‌جانبه دولت است.

■ چه میزان ارزش تحصیل‌شده توسط بنیاد از اثر وجودی دفاتر خارج از کشور بوده است؟

□ عمده جهانگردانی که جذب شده‌اند از کشورهای هدف بوده‌اند.

بخش عمده‌ای از ۷۷ میلیون دلار درآمد ارزی بنیاد از بخش گردشگری در برنامه دوم توسعه از فعالیت این دفاتر ناشی شده است.

این دفاتر از ۱ تا ۴ سال است به فعالیت جلب جهانگردان خارجی اشتغال دارند و طی این مدت توانسته‌اند زمینه‌های لازم را برای ترغیب جهانگردان خارجی ایجاد کنند. از ابتدای برنامه دوم تا امروز بنیاد در امر گردشگری حدود ۳۰۰ درصد رشد داشته است.

■ آیا بنیاد در زمینه احیای صنعت گردشگری برنامه‌های بلندمدت دارد؟

□ یکی از برنامه‌های اساسی که بنیاد هم‌اینک روی آن فعال است، برنامه ۲۰ ساله جهانگردی است. انتظار می‌رود با آماده شدن این برنامه نقاط اصلی فعالیت بنیاد روی صنعت گردشگری روشن شود و بر اساس آن برنامه صنعت گردشگری در بنیاد فعال‌تر شود.

■ فکر می‌کنید در پایان برنامه بیست‌ساله به چه میزان ارزش دست پیدا

می‌کنید؟

□ هنوز اعداد و ارقام آن محاسبه نشده است، اما به نظر من اگر برنامه به صورت زمان‌بندی پیش برود، به ارقام نجومی خواهیم رسید، چون روندی که برای بازدید از ایران پیش‌بینی می‌شود، بسیار مثبت است.

اگر در سومین برنامه پنج‌ساله توسعه کشور نسبت به برنامه دوم، دو برابر ارزش تحصیل شود، در پایان بیست سال درآمدهای ارزی حداقل به حدود ۱۰ برابر برنامه دوم خواهد رسید.

■ چنانچه در کنار دفاتر خارج از کشور نمایشگاه‌های کالاهای دستی ایران هر چند کوچک تشکیل شود، آیا در جذب گردشگران موفق‌تر عمل نخواهید کرد؟

□ در این زمینه نیز تمهیداتی اندیشیده شده است. یک نمونه از این برنامه در سوئیس انجام شده است. در کنار دفتر گردشگری در سوئیس محل فروش و نمایش صنایع دستی ایران و یک غذاخوری سنتی ایران تشکیل شد که آن مجموعه به نام «خانه ایران» معروف شده است. اگر اعتبارات لازم فراهم شود و صنعت نیز گسترش یابد، در بقیه دفاتر نیز چنین مجموعه‌هایی برپا خواهد شد. این دفاتر در حال حاضر با شمار محدود کارکنان خود به امر ترویج و ترغیب گردشگری می‌پردازند.

در حقیقت چنین دفاتری باید از طریق بودجه دولتی برپا شود که امید میرود وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و دولت نیز در این برنامه بنیاد را یاری دهند.

■ چرا سرمایه‌گذاران خارجی رغبتی به ساخت هتل و تأسیسات گردشگری در ایران ندارند؟

□ سرمایه‌گذاران خارجی اصولاً مقایسه می‌کنند که سرمایه خود را در چه محلی به‌کار گیرند. متوسط دوره برگشت

■ یک گردشگر خارجی در ایران چه میزان ارز خرج می‌کند؟

□ آمار بین‌المللی نشان می‌دهد یک جهانگرد در یک سفر گروهی (تور) ۴۵۰ دلار صرف می‌کند. این رقم در ایران و کشورهای جهان سوم بالاتر است. آمارگیری بنیاد نشان می‌دهد گردشگران خارجی در یک

سفر گروهی (تور) که به ایران می‌آیند، حدود ۱۵۰۰ دلار خرج می‌کنند. از این میزان ۸۰۰ تا ۹۰۰ دلار مخارج اقامت، خوراک و حمل و نقل آنهاست و بقیه را خرج خرید می‌کنند. این رقم در مورد گردشگران ژاپنی تا ۳۰۰۰ دلار نیز بالغ می‌شود.

اگر جهانگردان بیشتری جذب شوند، صنایع دستی و هتل‌های ایران راه خواهند افتاد. جهانگردان اروپایی و ژاپنی، فرش، پسته، زعفران، خاویار و صنایع دستی ایران را که نمونه است، با قیمت‌های مناسبی خریداری می‌کنند.

■ جذب یک جهانگرد خارجی از کشورهای اروپایی و ژاپن در مقایسه با صادرات نفت چه میزان ارز وارد کشور می‌کند؟

□ اگر یک گردشگر خارجی طی اقامت خود فقط ۳۰۰۰ دلار خرج کند، این میزان برابر با درآمد حاصل از صدور ۳۰۰ بشکه نفت در سال ۷۷ و ۱۵۰ بهترین نوع صادرات در ایران، صادرات نامرئی است که از راه جذب جهانگردان خارجی انجام می‌گیرد.

سال ۱۳۷۹ نیز کنگره چگونگی استفاده از آب‌های گرم ایران برای امر درمان برگزار شود. متأسفانه تأسیسات زیربنایی جذب این گونه گردشگران در ایران وجود

○ با افزایش علاقه‌مندی و تقاضای جهانگردان خارجی به سفر به ایران، بنیاد سه هتل در شهرهای اصفهان، شیراز و یزد را در نوروز ۷۹ به آنها اختصاص داده است.

ندارد. ابتدا باید امکانات اولیه آن فراهم شود، سپس از بیماران و خانواده‌های آنان دعوت به عمل آید.

بنیاد در پی اجرای این برنامه‌ها می‌باشد و بر اساس برنامه‌ای مدون در پی ایجاد تور هتل‌درمانی و طرح تور سلامتی است که برای مردم ایران و کشورهای منطقه اجرا خواهد شد.

این برنامه تلفیقی است از کار هتلی که به این نوع گردشگران سرویس هتل می‌دهد و برنامه‌های تفریحی، ورزشی به همراه استفاده از آب‌های معدنی را برای آنان در سال‌های ۷۹ و ۸۰ طرح‌ریزی و اجرا می‌کند.

■ بنیاد سالانه چند درصد جذب جهانگردان خارجی به ایران را به عهده دارد؟

□ بنیاد حدود ۷۵ درصد جهانگردان کشورهای پیشرفته (جهان اول) یعنی جهانگردان اروپایی و ژاپنی را جذب می‌کند. برای سایر کشورها بخش خصوصی فعال‌تر از بنیاد عمل می‌کند.

بنیاد در سال ۱۳۷۷ حدود ۱۵ میلیون دلار از راه جذب گردشگر کسب کرد و برآورد آن برای سال ۱۳۷۸، ۱۹ تا ۲۰ میلیون دلار می‌باشد.

پیش‌بینی بنیاد در سال ۱۳۷۹ حدود ۲۷ میلیون دلار است که رشد ۳۵ درصد را نشان می‌دهد.

سرمایه در چین یا هنگ‌کنگ در هتل‌سازی سه سال است. در حالی که در ایران این زمان ۷ تا ۱۲ سال است. در نتیجه سرمایه‌گذار خارجی رغبتی به سرمایه‌گذاری در ایران ندارد.

قانون و مقررات مسترتب بر سرمایه‌گذاری خارجی در ایران هنوز شفاف نیست. ولی به‌تازگی وزارت

امور اقتصادی و دارایی اقداماتی را صورت داده و با اصلاح مقررات سعی در جلب سرمایه‌گذاران خارجی کرده است، اما هنوز ایران مانند سایر کشورها که سرمایه‌های خارجی را جذب کرده‌اند، نیست.

بعد از فروپاشی شوروی هم‌اکنون تمام شبکه‌های جهانی هتل‌داری در ازبکستان و یا قزاقستان سرمایه‌گذاری کردند و هتل ساخته‌اند. علت آن ساده بودن قوانین و مقررات و امنیت سرمایه‌گذاری در آن کشورهاست.

■ سهم جهانگردی در تولید ناخالص ملی در ایران چقدر است؟

□ در ایران این عدد به ۰/۱ درصد نمی‌رسد. در سنگاپور این رقم بیش از ۳۰ درصد است. بر اساس آمار وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی درآمد سالانه جهانگردی در ایران ۴۵۰ میلیون دلار است که اگر با کل تولید ناخالص ملی مقایسه شود، به رقم کمتر از ۰/۱ درصد می‌رسیم.

■ چرا فقط روی گردشگران فرهنگی سرمایه‌گذاری می‌شود، در صورتی که جذب مسافران بیمار و همراه آنها درآمدهای هنگفت ارزی به دنبال دارد؟

□ این شیوه جذب گردشگر در خیلی از کشورها متداول است و قرار است در