

از نگاه کارشناسان

اولویت برای پیشرفت گردشگری چیست؟

گروه پژوهشی آریانا

موضوع در مورد ایران مطرح می‌شود باز هم مشکل دوچندان می‌شود، چرا که گردشگری دارای محدودیت‌هایی خاص می‌شود. در این شرایط پاسخ‌گو ناچار است چون بندبازی به این سو و آن سو نوسان کند تا بتواند هم راه حلی پیدا کند و هم خود را نجات دهد. پیش از آنکه به تحلیل در این باب بپردازیم بهتر است به چند پاسخ رسیده توجه کنید.

پرسش این بود: برای بهتر شدن صنعت گردشگری کشور چه راه حلی ارائه می‌دهیم و خلاصه کلام اینکه اولویت‌های شما در زمینه راه حل‌ها کدامند؟ همانطور که ملاحظه می‌فرمایید پرسش بسیار کلی است. اما پاسخ بسیار خاص و ویژه است. انتخاب کردن اولییتی در میان صدها راه حل آن هم برای گردشگری کشور کار ساده‌ای نیست. حتی هنگامی که

تبادل در زوایا

به عقیده‌ی من اصل میراث فرهنگی است. اصل آن بسترهای مهم و پایدار است. ما تعاریفی داریم برای مثال اینکه چگونه یک میراث فرهنگی را ساماندهی و معرفی کنیم. اگر ما آنها را به درستی انجام دهیم، کم‌کم بسترهای گردشگری آماده می‌شود. گردشگری یکی از جنبه‌های مهم میراث فرهنگی است، اما این حوزه جنبه‌های مهم دیگری چون آموزش، مشارکت مردم محلی و فرهنگ سازی دارد. اگر ما همه‌ی این جنبه‌ها را با هم به سمت درستی سوق دهیم به خودی خود مهمترین اصل که گردشگری است، متحول خواهد شد. ما باید تعادل لازم را در همه‌ی زوایا به وجود آوریم.



محمدحسن طالبیان
مدیر پروژه میراث تخت جمشید

دید بازتر (محمد رضا قربانزاده مدیر اجرایی گنبد سلطانیه)

من از جزء می‌گویم، که البته ارتباط به کل سیاست‌گذاری یک مملکت دارد. ما تا این تاریخ برای جذب گردشگر تنها به بنای سلطانیه توجه کردیم. در صورتی که اگر بخواهیم به هدف جذب گردشگر برسیم باید به شهر تاریخی سلطانیه توجه کرد. زیرا از هر لحاظ که به این شهر می‌نگریم، تاریخی و طبیعی و فرهنگی، پتانسیل‌های بی‌نظیری را در آن مشاهده می‌کنیم. در شهر تاریخی سلطانیه باید طرح جامع گردشگری را پیاده کرد با دیدن آثار تاریخی، فرهنگی و طبیعی. البته این بحث بیش از این در سازمان میراث مطرح بود اما هنوز برنامه‌ریزی جامعی روی آن صورت نگرفته است. حال این امر به تمامی آثار تاریخی ما برمی‌گردد.

مهمترین ارکان تمدن

چیزی که برای اولویت در میراث فرهنگی پیشنهاد می‌کنم این است که میراث فرهنگی یکی از مهمترین ارکان در یک تمدن است و اگر کسی از گذشته‌ی خود خبر نداشته باشد به آینده نمی‌تواند امیدوار باشد و به حالش اطمینان. پس در این صورت باید اماکن باستانی تا آنجا که از دست سازمان میراث برمی‌آید زنده شده و با شرایط آن منطقه سازگار شود تا بتوانیم نتیجه‌ی بهتری بگیریم.



دکتر علیرضا نویری
مدیر پروژه میراث تخت سلیمان

بالا بردن توقعات

به عقیده من اولویت اول کار فرهنگی است. به این صورت که فرهنگ گردشگری از پایه یعنی دبستان باید آموزش داده شود. زیرا گردشگری با آنچه که آمدن گردشگر به کشور می‌داند تفاوت دارد. خود گردشگری در کشور دچار تنگناهای زیادی است که اثر آن تنها به سازمان میراث و گردشگری برنمی‌گردد و متوجه گردشگران نیز است. این گردشگری پیچیده‌ای که اکنون در کشور رایج شده است صنعتی نیست که ما را به مقصد برساند و بتواند به یک کار اقتصادی تبدیل شود. برای مثال در بسیاری از نقاط کشور هتل‌های ما چند روز در سال کار می‌کنند و تا مادامی که هتل‌های ما این گونه کار می‌کنند پس اقتصاد گردشگری نیز نمی‌چرخد. نکته‌ی دیگر اینکه ما در کنار اینکه طبیعت و میراث فرهنگی را به گردشگران توسعه می‌کنیم باید ثروت‌های شهری را نیز زیاد کنیم. به طوری که پس از اینکه گردشگر میراث فرهنگی و طبیعی را بازدید کرد مرکز خریدی جذاب در کنار اینها داشته باشد. پس اولویت اول رفتن به سمت کار فرهنگی کردن و ارتقای کیفیت گردشگری و سپس بالا بردن سطح توقعات گردشگران است.



دکتر دکتر اسکندر مختاری
مدیر پروژه نجات بخشی ارگ بم



مهدی جهانگیری
مدیر عامل شرکت سمگا

◀ تغییر نگاه نرم افزاری

اگر بخواهیم برای بخش گردشگری اولویت در نظر بگیریم من فکر می‌کنم باید به اولویت‌های نرم افزاری توجه کنیم. در بخش سخت افزاری ما لویت‌های زیادی داریم. امروز بحث گردشگری بحثی نیست که بخواهیم به ابزار سخت افزاری بپردازیم. برای مثال بگوییم مشکل گردشگری صرفاً هتل، جاده، بهداشت، حمل و نقل و ویزا است. اینها همه ابزاری است که در هر صورت باید در خدمت گردشگری و در خدمت توسعه توریسم باشند. نمی‌توانیم بگوییم که مشکل ارتباطات ما با گردشگری تنها سازمان میراث است. بلکه نظام همهی دستگاه‌ها باید در این امر فعال و شریک باشند. این سخت‌افزارها در موضوع گردشگری هر یک به نوع خود دارای اهمیت است. نمی‌شود برای اینها اولویت و درجه بندی تعیین کرد. همان مقدار که در گردشگری هتل اهمیت دارد جاده نیز اهمیت دارد. اما برای بحث ویژه در گردشگری به عقیده من باید یک تغییر نگاه جدید در حوزه گردشگری انجام گیرد. این نگاه جدید خیلی از مشکلات را حل کرده و خیلی از مجموعه‌ها و چالش‌ها را برطرف می‌کند. یعنی اگر از یک اجماع یک نگاه جدید و رویکرد مثبت و همه جانبه به حوزه گردشگری کشور داشته باشیم، تصور این است که آن سخت‌افزاری که مدنظرمان است را بسیار هموار کرده و به توسعه این صنعت سرعت می‌دهد. این امر به هر صورت باید انجام شود و عضو لاینفک توسعه گردشگری است. البته واقعیت مطلب این است که در طول دوره گذشته نگاه به سفر و مقوله گردشگری نگاه جدیدی بود. اما کافی نبود و توسعه باید همه جانبه و به صورت فراگیر انجام گیرد و طبیعتاً متولیان گردشگری با یک رویکرد جدید این تلاش را خواهند کرد که به دلیل فرایختی بودن، این تغییر نگاه را در تمام حوزه‌ها ایجاد کنند و این تغییر نگاه صورت گیرد. اگر این نگاه جدید در حوزه گردشگری بوجود آید آنگاه سرمایه‌گذار در دستگاه‌های غیر مرتبط مانند منابع طبیعی و جهاد کشاورزی و مجموعه‌هایی که تصور نمی‌شود که سرمایه‌گذار گردشگری به آن امکان مراجعه کند مسلماً تغییر نگاه در آنجا نیز رخ می‌دهد. از جمله تغییر نگاه در هواپیمایی، در وزارت بهداشت و در آموزش و پرورش و دیگر ارگان‌ها. اگر در همه آنها این تغییر نگاه در مجموعه گردشگری صورت گیرد و همه بدانند و این احساس در به وجود آید که کلید پیشرفت کشور و شادابی مردم و امید زندگی در گردشگری است می‌توان شاهد تغییر عظیم در گردشگری بود.

◀ ایجاد انگیزه

تسهیل در سرمایه‌گذاری بخش خصوصی. هدف اصلی کیش گردشگری و جذب سرمایه‌گذاری است. در نتیجه هر چه سرمایه‌گذاری تسهیل شود، ورود سرمایه به جزیره کیش سریع و می‌تواند بسیار مفید باشد. خیلی از سرمایه‌گذاران با انگیزه وارد کیش می‌شوند، اما هنگامی که سازوکارها و بروکسی‌های اداری را می‌بینند انگیزه خود را از دست می‌دهند. ما برای توسعه گردشگری در جزیره کیش نه تنها نباید بگذاریم که این اتفاق بیفتد بلکه باید این انگیزه‌ها را پررنگ‌تر کنیم. برای مثال هنگامی که سرمایه‌گذار جهت این امر به کیش می‌آید، یا می‌داند که می‌خواهد با سرمایه‌اش چه کار کند یا هنوز تصمیم مشخصی برای سرمایه‌ی خود نگرفته‌اند، خوب ما باید بتوانیم فضایی را آماده کرده و در اختیارش بگذاریم. مثلاً اگر تصمیم به ساخت هتل دارد، بتواند از طریق سازمان زمین مناسب را انتخاب کند یا بتوانیم پیشنهادات مورد نیاز و گردشگری پذیر کیش را ارزیابی کرده و در اختیار سرمایه‌گذار قرار دهیم مانند زمین‌های ورزشی، تفریحی، رستوران و غیره تا او حق انتخاب داشته باشد. همچنین در صورت کوتاه شدن مراحل واگذاری زمین تا شروع پروژه، سرمایه‌گذار، سرمایه‌ی خود را راکد نمی‌بیند و انگیزه‌ی درونی او تقویت می‌شود.

◀ گردشگری از کودکی

فرهنگ گردشگری اولویت اصلی است که باید از همان دبستان آموخته شود. با اتمام دبیرستان فرد درک کرده است که گردشگری چه ارزش‌هایی برای کشور دارد. در این شرایط او می‌آموزد که چگونه به شهر خود از این منظر نگاه کند. اینگونه همه برای داشتن مملکت عالی در تلاش خواهند بود.

◀ تسهیل در سرمایه‌گذاری

تسهیل فرآیند سرمایه‌گذاری در گردشگری اولویت مهم است. لازم است قوانین سخت و بازدارنده از بین بروند. هم اکنون برای تسهیل روند سرمایه‌گذاری مقرراتی تنظیم کرده‌ایم که آماده ارائه به سازمان میراث است.



اسدالله کوریچی
رئیس منطقه آزاد کیش



فریمان پارسیز
مشاور طرح‌های سرمایه‌گذاری در کیش و پروژه خلیج فارس



رحمت الله احمدی
مدیر مناطق نمونه گردشگری سازمان میراث



► دو مورد اساسی

تدوین استراتژی‌ها و خط‌مشی‌های توسعه‌ی جهانگردی مهمترین مورد است. به نظر من با تعیین و تدوین این دو مورد ما تکلیف همه‌ی بخش‌های درگیر در توسعه‌ی جهانگردی کشور را مشخص می‌کنیم و بعد با مشخص شدن این مورد، هر بخشی می‌تواند با افتخارات حاصل فعالیت خود کار توسعه را پیش بگیرد و ما به اهداف سند چشم‌انداز برسیم.

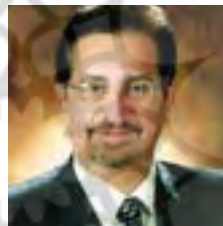


دکتر حمید ضرغام

عضو هیات علمی دانشگاه علامه و استاد مدیریت جهانگردی

► یا کمتر صحبت کنیم یا ...

مهم آنست که آنچه را که مدعی هستیم و می‌گوئیم اولویت‌بندی کرده تا بتوانیم، نیروی خود را برای اجرا به هدر ندهیم. حرف زدن و اجرا نکردن، جز بی‌اعتمادی غفلت و انزوای نیروهای حرفه‌ای نتیجه‌ای نخواهد داشت. پس بیاییم کمتر حرف بزنیم و بیشتر عمل کنیم. ارزش اولویت‌ها آن است که می‌تواند ما را به سوی عمل راهنمایی کند. برای موفقیت باید اول کار را به دست حرفه‌ای‌ها بسپاریم، دوم آنکه بخش خصوصی را جدی بگیریم و دست آخر از وعده و شعارهای توخالی حذر کنیم. به طور خلاصه بگوییم گردشگری کشور از دو چیز رنج می‌برد: شعارهای توخالی و استفاده نکردن از نیروهای حرفه‌ای.



دکتر احمد روستا

عضو هیئت علمی دانشگاه شهید بهشتی و استاد تبلیغات جهانگردی

► مطابق با استانداردها

در درجه‌ی اول تاسیسات و امکانات موجود گردشگری را مطابق سلیقه‌ی مردم و مطابق استانداردها تجهیز کنیم. زیرا در شرایط کنونی ما می‌دانیم که تجهیزات اقامتی و پذیرایی که در ایران وجود دارد با وجود تمام مسافرانی که در کشور است ولی ضریب اشغال‌شان پایین است و این امر به این دلیل است که اولاً تاسیسات و تجهیزات موجود تقاضاها و انتظارات مورد نظر را تامین نمی‌کنند و دوم اینکه قیمت‌ها در مقایسه با درآمد متوسط خانوارها گران است و هزینه‌های سفر و اقامتی در خانواده‌ها از پس پرداخت امکانات اقامتی کنونی بر نمی‌آید.



دکتر محمد رهنمایی

استاد دانشگاه تهران

صنایع دستی

► مدیریت کار آشنا

مشکل ما طرح و ایده و الویت اول و دوم نیست. مشکل صنایع دستی یک دید مدیریتی است که منجر به این موضوع شده که صحبت و راهکارهای کارشناسان راه به جایی نبرد. صنایع دستی مدیر کار آشنا و درد آشنا نیاز دارد. در بخش تخصصی هم ما در همه‌ی زمینه‌ها از جمله تولید، توزیع، بسته بندی و حمایت از هنرمندان مشکلات خود را داریم. به عقیده‌ی من باید برنامه‌ای به صورت کارشناسی و زماندار ما را هدایت به سمت اصلاح ساختاری و ساماندهی این حوزه کند. اما چیزی که اکنون دیده می‌شود بیشتر تصمیم‌گیری‌های شخصی و سلیقه‌ای است.



مهدی مکی نژاد

کارشناس صنایع دستی و عضو هیئت علمی فرهنگستان هنر

◀ نیرو و درجه بندی

مشکل عمده نبود نیروی انسانی متخصص در این زمینه است که این هم به آموزش برمی گردد. قدم اول صنعت هتلداری آموزش نیروی انسانی است که اگر این بحث شروع شود و آموزش‌های هتلداری حل و فصل شود حرکت بسیار تاثیرگذاری در صنعت هتلداری به وجود می‌آید. اما دیگر اولویت درجه بندی هتل‌ها است. شش سال است که هتل‌ها درجه بندی نشده است در حالی که سالی یک مرتبه برابر آیین نامه و قانون باید درجه بندی انجام گیرد. این هم دلیلش نبود هماهنگی سازمانی است، میان دو سازمان کنونی و آیین نامه‌ای که در زمان آقای مرعشی تنظیم شد. به این صورت که چند تن به عنوان عاملین تنظیم باشند از بخش خصوصی که ابتدا استانداردسازی کرده و سپس در سازمان و اتحادیه طبق این استانداردها درجه بندی صورت گیرد. به این دلیل که این عاملین شرکت‌های خصوصی بودند در این امر توانمند نبودند و در اینجا یکی بحث ناتوانمندی آنها و دوم بحث مالی مطرح بود. در زمان آقای مرعشی بر اساس این موضوع آیین نامه ای در آن زمان مطرح شد که تشکل‌های صنفی برای استانداردسازی در اولویت هستند. بیايند موضوع تصدی گری را رها کنند و بگذارند در اختیار خود تشکل‌های صنفی و مدت زمانی را تعیین کرده و در آن مدت زمان آن امر انجام شود.



محمدعلی فرخ مهر
رئیس اتحادیه هتل داران

◀ نیرو و استاندارد

اولویت در هتلداری تنها در استانداردسازی است. زمینه‌ی استانداردسازی این است که تجهیزات و کیفیت خدمات هتلداری در کشور به روز شده و منابع انسانی مناسب تربیت شود. بحث استاندارد تنها یک کلمه نیست که بتوان تحلیلش کرد بلکه فرایندی است که زیرساخت‌های آن همین تجهیزات به روز شده است و سپس در ساختار منابع انسانی نقش اساسی دارد. یعنی نیروی استاندارد تربیت شده، فراخوان شده، جذب و گزینش شود و این نیروی انسانی استاندارد فرایند استاندارد باشد برای رشد عملیات بخش خدمات. اکنون برنامه‌ریزی‌ها و پیشرفت‌های خوبی را در این خصوص شاهد هستیم. امکانات و خدمات هتلداری در حال توسعه است به طوری که اکنون اگر سرمایه‌گذاری تمایل به ساخت هتل داشته باشد مبنای کار، مبنای استاندارد است. سازمان میراث فرهنگی نیز در چند سال اخیر در این خصوص بسیار حساس بوده و مجوزهای ساخت هتل را بر اساس استانداردهای صحیح ملی و بین‌المللی آن صادر می‌کند. البته در بخش خدمات هنوز ضعف دیده می‌شود که با توجه به نظام گسترش آموزش هتلداری در کشور این بخش نیز رو به پیشرفت است.



عباس شیریان
مدیرعامل گروه هتل‌های پارس‌یان

◀ ارائه به همراه سرمایه‌گذاری خصوصی

ارائه‌ی صنایع دستی در محوطه‌های تاریخی و سایت‌های گردشگری پذیر داخلی و خارجی. این کار، هم گردشگری را برای گردشگر جذابتر می‌کند و هم باعث رونق صنایع دستی کشور می‌شود. البته مطالعات این کار در معاونت صنایع دستی در حال انجام است و پس از سرمایه‌گذاری مخصوصا با کمک بخش خصوصی شاهد اجرایی شدن این اقدام خواهیم بود.



حسین هانفی فارمد
معاون سابق صنایع دستی سازمان میراث فرهنگی



محمدرضا مهراندیش
رئیس موزه ملی ایران

◀ ارتباط منطقی

باید تلاش شود که یک ارتباط بزرگ و منطقی میان حوزه میراث فرهنگی و گردشگری ایجاد شود. برای نمونه من می‌بینم برای حوزی کاری خودم که حوزه‌ی موزه‌ها است، هنوز یک پیوند درست و منطقی میان موزه‌ها و گردشگری ایجاد نشده است. عمده‌ی گردشگران ورودی به کشور ما گردشگران فرهنگی هستند و یکی از انتخابات مهم این گردشگران موزه‌ها است.

ولی متأسفانه هنوز موزه‌های ما با استانداردهای جهانی فاصله دارد و اگر بیایم به نوعی موزه‌هایمان را چه از لحاظ نرم افزاری و چه از لحاظ سخت افزاری به استانداردهای جهانی نزدیک کنیم مطمئناً مورد رضایت خاطر گردشگران را فراهم کرده و این خود راهی برای تبلیغ رونق گردشگری خارجی است.

همینطور تورها و آژانس‌های داخلی کشور که بر روی تورهای ورودی فعالیت می‌کنند وقتی بدانند که موزه‌های ما استانداردهای لازم را دارند، در برنامه‌ها و بسته‌های سفر خود بازدید از موزه‌ها را هم در آن می‌گنجانند.

◀ نگاه فرهنگی

به عقیده‌ی من مهمترین انتخاب برای کسانی که در حوزه موزه و موزه‌داری فعالیت می‌کنند، پیگیری و دنبال کردن این هدف است که تغییر نگاه در همه‌ی زوایای این بخش صورت گیرد. تغییر نگاه به موضوع موزه و موزه‌داری، تغییر نگاه در مسئولان، تغییر نگاه در حوزه‌ی سرمایه‌داری بخش خصوصی و دولتی و تغییر نگاه به فرهنگ در همه موارد نسبت به موضوع موزه. به این شکل که اگر نگاه ما نگاه فرهنگی باشد و از بعد فرهنگی به موضوع نگاه کنیم و اقتصاد را بر مبنای فرهنگ بررسی کنیم و به نوعی اقتصاد پایدار و توسعه‌ی پایدار بیاندیشیم، به امید خدا مشکل همکاران و تمام کسانی که در این حوزه فعالیت دارند رفع خواهد شد.



محیط طباطبایی

رئیس کمیته‌ی ملی موزه‌های ایران (ایکوم)

◀ توسعه موزه‌ها

در مورد موزه‌ها مکانیزه کردن و توسعه موزه‌های فعلی اولویت مهم است. به این منظور که آثاری را که در موزه‌های هر منطقه موجود است بتوانیم برای مردم همان منطقه به نمایش بگذاریم و سایت موزه‌هایی که در دست داریم را راه‌اندازی کنیم.



سید رضا موسوی

معاون سابق فرهنگی سازمان میراث فرهنگی

◀ مبلغی به نام گردشگر

یکی از مهمترین مسایل شیوه‌های خدمت‌گذاری به گردشگران است. به این معنی که هنگامی که مسافر به محلی برای سفر و اقامت مراجعت می‌کند، مسوولان مربوطه باید خود را موظف بدانند که نسبت به آرامش و رفاه نسبی مسافر از جمله محل استراحت، سرویس‌های بهداشتی، سرویس‌های نقل و انتقال و نحوه‌ی پذیرش در اماکن تاریخی و روی هم رفته با هر کجا که رابطه‌ای با گردشگر دارد، اقدام کند. زیرا خود این گردشگر یک مبلغ گردشگری است.

در کنار این موضوعات نیز معرفی اماکن گردشگری به صورت بصری و تصویری چون بیلبوردهای شهری و فرودگاه‌ها به گردشگران و شهروندان. یعنی معرفت شناسی از طریق رسانه‌ها و تکنولوژی روز مانند فضاهای مجازی و اینترنت. البته از آموزش پرسنل و نیروی انسانی مخصوص اماکن تاریخی که به نوعی با گردشگران در ارتباط هستند نیز نباید غفلت کرد.



عشرت شایق

مدیر سابق مجموعه کاخ سعد آباد

► بازنگری فوری

ضروری‌ترین موضوع بازنگری فوری در مناطق ویژه گردشگری است. مناطقی را به عنوان مناطق ویژه گردشگری انتخاب کرده‌اند که بسیاری از آنها کارشناسی نشده و خام است و نتیجه‌ی این موضوع، لطمه به طبیعت و دلسردی سرمایه‌گذار را به دنبال خواهد داشت. نمونه‌اش قضیه‌ی آسفالت قله دماوند که سروصدای زیادی به همراه داشت. طرح‌های مناطق ویژه گردشگری باید پیش از هر اقدامی بازنگری شود. همچنین باید مناطقی به این عنوان در نظر گرفته شود که از هر نظر کارشناسی شده است. اکنون مناطقی را ویژه گردشگری می‌شناسند، کارشناسی نشده و براساس روابط انتخاب شده است تا دید کارشناسی.

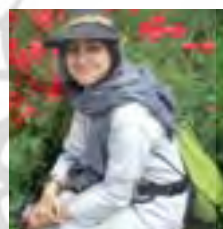


محمد علی اینانلو
کارشناس طبیعت گردی

► هماهنگ بودن هر اتفاقی با طبیعت

اولویت اول برای من در زمینه محیط زیست و اکوتوریسم به مسئله ساخت و ساز در طبیعت برمی‌گردد. به عقیده من چیزی که خیلی مهم است، این موضوع است که هیچ گونه ساخت و سازی در محیط اکوتوریسمی مانند هتل و جاده، انجام نگیرد مگر اینکه قبل از آن ارزیابی‌های پروژه مورد بررسی قرار بگیرد و هیچ گونه تضادی با فضای پیرامون خود از نداشته باشد.

موضوع مهم هماهنگ بودن هر اقدامی با طبیعت است. برای استفاده از اکوتوریسم حتما نباید چیزی ساخت که بتوان آن را مشاهده کرد، ممکن است که یک فعالیت مدیریتی باشد بدون اینکه ما بتوانیم با چشم مسلح و غیر مسلح چیزی ببینیم. حتما نباید یک هتل یا جایی مانند هتل باشد. می‌تواند فقط یک فعالیت مدیریتی باشد مانند کاری که ما در قشم انجام می‌شود هیچ چیز نساختیم اما زمانی که گردشگر می‌آید آنجا مدیریت مستقیم و ناظر بر گردشگران دارد.



افسانه احسانی
کارشناس طبیعت گردی

► تسهیل سفر

توجه به جوانان کشور تا از مهاجرت آیندگان ایران به دیگر کشورها کاسته شود. برای مثال به دانشجویانی که در حال تحصیل هستند تخفیفات مخصوص سفر در داخل کشور داده شود. اگر ما اینگونه ارزش‌ها را برای جوانان این کشور قابل شویم فردا اگر او برای اقامت به کشور دیگری رفت، هنگامی که می‌بیند در کشور خود از امکانات بهتری برخوردار بوده، به وطن بازمی‌گردد. الان به گونه‌ای است که اگر کسی در تعطیلات چند روزه قصد سفر داشته باشد یا با قیمت بالا یا کمبود بلیت و امکانات اقامتی مواجه می‌شود. جوانی که از کشورش دیدار نکند هیچگاه علاقه و عشق واقعی به وطن را پیدا نخواهد کرد. پس جا دارد که امکانات ویژه به جوانان تعلق گیرد.



عیسی امیدوار
جهانگرد

► تاسیس شعبات

احترام به مراجعین و داشتن شعب بیشتر کانون اتومبیل رانی و جهانگردی در تهران و شهرستان‌ها برای صدور گواهی‌نامه بین‌المللی در نزدیک ترین مکان به محل اقامت جهت تسریع و تسهیل کار هموطنان و دسترسی آسان و یا حتی بدون مراجعه به مراکز ما.



علی اصغر پرهیزگار
رئیس کانون اتومبیل رانی و جهانگردی

اصلاح تصور ذهنی

اگر بخواهم به ترتیب بگویم، مهم‌ترین اولویت اصلاح تصور ذهنی مردم خارج از کشور نسبت به ایران است. این اولویت باید از طریق حضور در رسانه‌های بین‌المللی، برگزاری نمایشگاه‌ها، اجلاس‌ها و سمینارها دنبال شود. بدین ترتیب مشکل عمده آژانس داران و تمامی ارگان‌های بین‌المللی رفع خواهد شد.



اکبر غمغوار

رئیس هیئت مدیره انجمن صنفی دفاتر سفر و گردشگری استان تهران

سیاست صحیح

من فکر می‌کنم که پایه‌ی توسعه‌ی گردشگری مستلزم این است که سیاستی صحیح در ارگان‌های مربوطه اعمال شود. براساس آن سیاست گذاری مسلماً خیلی از مسائل حل می‌شود از جمله از حقوق گردشگری که وارد ایران می‌شود و امکاناتی که برایش فراهم می‌شود تا قضایای اقتصادی این مسئله در جوانب مختلف.

اما در تمام زمینه‌ها از خدمات بین‌راهی گرفته تا نبود اقامتگاه‌های مناسب و پرسنل آموزش ندیده نواقص دیده می‌شود. علت آن هم این است که سیاست‌گذاری درست در این زمینه‌ها صورت نگرفته. به عقیده‌ی من سیاست‌گذاری صحیح از مسائل مالی و بودجه نیز مهمتر است.

حل یک بحران شاید با پول امکان‌پذیر نباشد اما با سیاست درست هر مشکلی قابل حل است. خیلی اوقات دیده می‌شود که در کشور بودجه تهیه می‌شود اما به خاطر نداشتن مدیریت و سیاست مناسب آن کار پیش نمی‌رود و ما دچار ضررهای مختلف شده و صنعت گردشگری با افت شدید مواجه می‌شود.

برای مثال در خصوص کم شدن اخیر تورهای ورودی و در نتیجه کمبود ارزآوری لطمه به کل صنعت گردشگری کشور و اقتصاد وارد می‌شود. پس دولت باید با سیاست و برنامه‌ریزی درست از ضرر و زیان بخش خصوصی و در نتیجه کشور جلوگیری به عمل آورد.

این موضوع می‌تواند شامل حمایت از لحاظ مالی و معنوی مانند شرکت در نمایشگاه‌های خارج از کشور تا سرمایه‌گذاری و استفاده از دیگر امکانات، شود. اما متأسفانه این حمایت اکنون دیده نمی‌شود.



دکتر سبط حسینی

عضو هیئت مدیره جامعه تورگردانان

قطع مداخله‌ی دولت

اختیارات بخش خصوصی به طور صددرصد به خودش واگذار شود و دولت از دخالت به هر شکل از اختیارات و تراشیدن شخصیت‌های بخش خصوصی خودداری کرده و اجازه دهد اقتصاد در دست این بخش، چرخه و روال خودش را داشته باشد.



محمدحسین کرمانی

رئیس انجمن صنفی دفاتر خدمات مسافرتی و جهانگردی کشور

نتیجه گیری:

از مجموعه‌ی این پاسخ‌ها می‌توان دو اصل مهم مدیریتی که شامل برنامه و اجراست را در حیطه فعال کردن گردشگری کشور بیرون کشید، به علاوه چالش بزرگ دیگر در گردشگری فقدان رابطه‌ی فعال و رو به توسعه میان فرهنگ اجتماعی و مدیران عرصه‌ی اجرایی در حوزه کلان است. نقضی که خود را به صورت تقدیر به مدیریت‌های خود کشور تحمیل می‌کند.

... و اما اولویت

عسل فاطمی

ضابطه‌های ثابت و پایدار را از راه حل‌های عمده رفع بحران در گردشگری معرفی کرده بودند.

نیروی انسانی: تربیت نیروی انسانی ماهر و استفاده از این نیروها در جای جای مسئولیت‌های موجود در بخش‌های مختلف سیاحت کشور.

برنامه‌ریزی: دستیابی به برنامه‌ریزی صحیح که بتوان براساس آن ساختارها و نهادهای صنعت گردشگری را فعال و سامان‌مند کرد.

فرهنگ سازی: موضوع فرهنگ سازی ضمن آنکه راه حل بسیار ساده‌ای به نظر می‌رسد یکی از بغرنج‌ترین بخش‌های گردشگری در کشور است. به ویژه آنکه موضوع فرهنگ در حال حاضر به شدت سیاسی شده و هزارتوی دستیابی به فرهنگ فعال در گردشگری را باز هم پیچیده‌تر کرده است.

تغییر دیدگاه‌ها: از دیدگاه‌های مسولان، متفاوت و گاه متناقض است. این امر موجب ناپایداری بسیار در حوزه سیاحت کشور شده است. به طوریکه امنیت سرمایه‌گذاری در این رشته را کاهش داده است. اینکه بتوان به دیدگاهی مشترک در این باب دست یافت یکی از وظایف مهم مدیریت کلان اجتماعی است.

سرمایه‌گذاری: ایجاد انگیزه در سرمایه‌گذاران، نقش بانک‌ها و موسسات مالی چگونگی توزیع سرمایه و تنظیم نظام مالیاتی در این رشته بسیار مهم و ضروری است.

تنوع سازمان‌های کار و حرفه‌های مختلف: گردشگری نهادی صنعتی است که سازمان‌های متنوعی را دربرمی‌گیرد. از امنیت بگیرید تا خدمات در شاخه‌های مختلف. اگر نتوانیم این تنوع را ایجاد و سامان‌مند کنیم، نخواهیم توانست به اهداف گردشگری دست یابیم.

خلاصه‌ی کلام اینکه ای‌کاش می‌توانستیم میان این آراء و مسوولین و دست‌اندرکاران این رشته ارتباطی فعال و نقادانه برای دستیابی به راه حل‌های درست بوجود آوریم.

همین تجربه به ما نشان داد که فعالان رشته گردشگری به بسیاری از مهم‌ترین معضلات اندیشیده و آنها را با گوشت و پوست خود حس کرده‌اند. آنها به واقع درد محدودیت‌های گردشگری کشور را به درستی درک می‌کنند و چه بسا برای رهایی از آنها راه حل نیز دارند.

از این فرصت استفاده می‌کنیم و از خوانندگان عزیز می‌خواهیم آنها نیز به این پرسش پاسخ گویند و راه حل‌های خود را مطرح سازند تا درج آنها در مجله باز هم بر ظرفیت فرهنگ گردشگری کشور بیافزاییم.

اینکه یک پرسش را مدام تکرار کنید آن‌گاه کسل بار می‌شود که یک پاسخ را هم مدام بشنوید. اما اگر در هر بار تکرار یک پرسش اندیشه و ایده‌ای جدید تراوش کند و به گوش آید، خود عین خلاقیت و اندیشه است. اصولاً تفاوت میان اندیشیدن و نوشتن با هوس در همین نکته است. فرد اندیشمند کسی است که در هر بار نگاه به یک سوژه ثابت، اندیشه و یا ایده‌ای جدید با خود به ارمغان آورد. این را گفتم تا از تجربه‌ای که اخیراً داشتم یادی کرده باشیم. چندی پیش در جلسه‌ای در تحریریه بنا بر آن شد تا یک پرسش را از چندین صاحب نظر و مقام درگیر در حوزه‌ی آن پرسش کنیم و تحلیلی کوتاه از جوابهای به دست آمده برآورد کنیم. پرسش این بود:

اولویت‌های شما برای بهتر شدن صنعت گردشگری چیست؟

در آغاز فکر کردم با هجومی تکراری و کسل بار از حرف‌های کلیشه‌ای روبه رو می‌شوم. اما نه تنها چنین نشد بلکه متوجه شدم چه ظرفیت متنوع و گسترده‌ای از دیدگاه‌ها و چه پشتوانه‌ای از اندیشیدن‌ها در این پاسخ‌ها نهفته است و چه حیف که هنوز هم نتوانسته‌ایم از دوام غرور و توهم خود دانستن برون آییم تا بتوانیم به عنوان یک مدیر، یک مسئول و حتی یک وزیر و چرا نه یک رئیس جمهور از این ظرفیت‌ها بهره بگیریم.

زیاد وقت خوانندگان را نمی‌گیرم و تنها به ذکر چند برداشت از این مجموعه بسنده می‌کنم.

اول آنکه پاسخ دهندگان به پرسش‌ها را می‌توان به گروه‌های زیر تقسیم کرد: - آنان که دغدغه‌شان توسعه واقعی گردشگری و کوشش برای رهایی از این هزارتوها به صورتی صادقانه است.

- گروهی که همین علاقه را به صورت گروهی و صنفی دارند و می‌خواهند به هر قیمت شده صنعت خود را از هزارتوی بحران‌ها و محدودیت‌ها نجات دهند. این اشخاص به محض تغییر شغل و سمت مانند یک سیستم خودکار شغل قبلی خود را فراموش کرده و خود را به شدت درگیر موضوع جدید کاری‌شان می‌کنند.

- سرانجام آنان که تنها می‌خواهند گلیم خود را از این بحران بیرون کشند درست مثل آن راننده‌ای که در ترافیک گیر کرده و می‌خواهد از آن رها شود و به دیگر قضایای حاصل از برخورد خود با دیگران توجه نمی‌کند.

در مورد اولویت‌ها مطرح شده نیز به ترتیب اهمیت آنها در پاسخ‌ها می‌تون به مراد زیر اشاره کرد:

استانداردسازی: تقریباً بیشتر مصاحبه شونده‌گان استانداردسازی و ایجاد

ضرورت ردیابی اولویت‌ها در توسعه صنعت گردشگری

محسن قانع بصیری

برای درک مفهوم اولویت آن هم اولویت در صنعت گردشگری کار ما چندان ساده نیست. علت روشن است. گردشگری یک رشته‌ی اقتصادی و بسیار جامع است. رشته‌ای که هر سه مقوله‌ی اجتماعی، یعنی سیاست، اقتصاد و فرهنگ در آن اثر گذارند. آن هم نه اثر گذاری موقت و فرعی بلکه اثر گذاری به مثابه‌ی اجزاء یک ماشین. یعنی گاه یک بخش کوچک از این مجموعه علی رغم کوچک بودنش، حضوری انکار ناپذیر و بسیار مهم پیدا می‌کند.

موضوع مهم و دیگر در تحلیل اولویت‌ها در گردشگری، موضوع نوع نگاه و برنامه ریزی ما است. پرسش‌هایی چون جایگاه گردشگری را چگونه ارزیابی می‌کنیم؟ یا نوع نگاه ما از چه منظری باید باشد؟ و از این قبیل نیز بسیار تاثیرگذار در شناخت اولویت‌های این رشته است. در نهایت هنگامی که صنعت به عنوان یک کلیت مطرح می‌شود، خود اولویت‌های خاصی نظیر امنیت، سرمایه‌گذاری، بازارهای مبادله و ارزش‌های فرهنگی را به اداره کنندگان تحمیل می‌کند و در مقابل، هر صنعتی نیز می‌تواند نسبت به موقعیت و شرایط خود اولویت‌های ویژه‌ای داشته و حتی همان اولویت‌های مشترک را نسبت به حالت ویژه‌ای تغییر مکان دهد.

با این مقدمه برای آن که بتوانیم اولویت‌های مهم لازم برای توسعه صنعت گردشگری را ردیابی کنیم لازم است به چند نکته‌ی خاص نیز توجه کنیم:

۱) تعریف گردشگری: گردشگری رشته‌ای است که طی آن رابطه‌ی خاصی میان میزبان با میهمان پدید می‌آید. رابطه‌ای مبتنی بر عرضه و جذب یا خرید و فروش خدمات مختلف با اهداف اقتصادی و فرهنگی برای گذراندن اوقات فراغت.

۲) انواع گردشگری: گردشگری رشته‌ای از صنعت است که می‌توان آن را به سه شاخه زیر تقسیم کرد:

- گردشگری در حد داشته‌های فعلی یا گردشگری تصادفی
- گردشگری با هدف خلق تمایلات میهمان از طریق آرایش منابع میزبان
- گردشگری با هدف ارضاء توقعات میهمان توسط میزبان با توجه به ظرفیت‌های میهمان

- گردشگری دیگری نیز وجود دارد که آن را گردشگری کامل می‌نامیم و طی آن میزبان هم از تمایلات و هم از توقعات میهمان بهره می‌گیرد

طبیعی است هر چه از گردشگری تصادفی به سوی گردشگری کامل گام می‌گذاریم، به نوعی جریان تداخل فرهنگی وارد می‌شویم. میدانی که هم موجب بروز انگیزه سیانت از داشته‌ها در میزبان می‌شود و هم موجب افزایش توان ارتباطی هر دو گروه میزبان و میهمان.

باید توجه داشت که با در نظر گرفتن ویژگی‌های خاص کشورمان چنین به نظر می‌رسد که ما نمی‌توانیم به توقعات بخش اعظمی از گردشگران به دلیل سیاسی شدن فرهنگ در کشورمان پاسخ دهیم. بنابراین دستیابی به حالت گردشگری کامل امکان‌پذیر نیست. توجه به اولویت پرهیز از سیاسی کردن فرهنگ می‌تواند هم موجب افزایش بهره‌وری در گردشگری شود و هم سرمایه‌گذاری را در این رشته ضمن توسعه‌ی آن کاهش دهد (بهره‌وری سرمایه).

در گردشگری، تنها توجه به کمیت و تعداد گردشگران بسیار خطرناک است، چرا که موجب بهره‌برداری از منابع گردشگری با کسب درآمد کمتر می‌شود. موضوع مهم‌تر آن است که بتوانیم از گردشگرانی پذیرایی کنیم که با جیب پرپول‌تر سفر می‌کنند. در این شرایط موضوع مهم آن است که از تعداد کمتر گردشگر درآمد بیشتری کسب شود. توجه به این نکته است که ارزش استفاده از حالت کامل را در گردشگری به‌صورت امری استراتژیک در می‌آورد. بنابراین بهره‌وری در گردشگری را از طریق نسبت ثروت وارد شده توسط گردشگران به تعداد گردشگران پیدا می‌کنند.

پتانسیل جذب گردشگر در یک منطقه = میزان پولی که گردشگر خرج خواهد کرد

تعداد این گردشگران
کارنامه عملی گردشگر = میزان پولی که گردشگر در یک منطقه خرج می‌کند

تعداد گردشگر
به نظر می‌رسد که بهره‌وری گردشگری آن‌گاه افزایش پیدا می‌کند که بتوانیم به حالت سوم دست یابیم، اما چون رسیدن به این حالت تحت شرایط فعلی امکان‌پذیر نیست، بنابراین لازم است تنها به منابع خود توجه کرده و آنها را در گردشگری فعال کنیم. از این منظر باید توجه داشته باشیم که به ناچار باید با سرمایه‌گذاری بیشتر سود کمتری را توقع داشته باشیم. هنر مهم در گردشگری صرفاً استفاده از

نقده

وقت تعریف شده گردشگر نیست بلکه مهم‌تر از آن استفاده از وقت آزاد گردشگر برای کسب درآمد است. گاه این درآمدهای فرعی میزان سودآوری‌شان چندین برابر درآمدهای برنامه‌ریزی شده است. ارائه‌ی چنین خدماتی زمانی امکان‌پذیر است که بتوانیم توقعات گردشگران را ارضا کنیم. حال آنکه بی‌توجهی به توقعات و صرفاً توجه به تمایلات تحریک شده‌ی آنها برای استفاده از منابع میزبان نمی‌تواند موجب کسب درآمد در این مقاطع شود.

موارد دیگر در گردشگری عبارتند از:

- ۱) در قلمرو سیاسی: امنیت و گسترش فضاهای ارتباطی آزاد
- ۲) در قلمرو اقتصادی: ایجاد گرایش‌های لازم برای جهت‌دهی حرکات سرمایه بسوی گردشگری در شاخه‌های مختلف از راه گرفته تا هتل و دیگر خدمات
- ۳) در قلمرو فرهنگی: توجه به ارزش‌های ارتباطی در گردشگری و ایجاد گرایش در منابع موجود به سوی گردشگری

اولویت‌ها:

۱) هم‌آرایی: اکنون به یک نکته‌ی بسیار مهم در آگاهی نسبت به شرایطی که موجب بالندگی و توسعه‌ی گردشگری می‌شود دست پیدا می‌کنیم و آن موضوع مهم تجمع سینرژیک و هم‌آرایی ساختارهای سه‌گانه‌ی فوق است. حتی اگر بتوانیم شرایط را در دو بخش از این سه بخش فراهم آوریم باز هم خلاء حضور یکی از شروط حضور دیگر شروط را بی‌اثر می‌کند. بنابراین اولین و مهمترین اولویت برای توسعه‌ی گردشگری آشکار می‌شود و آن هماهنگی و تناسب مشترک حرکتی میان سه جزء فوق است.

نمی‌توان به میدان‌های بنیادین شرایط فوق بصورتی سلیقه‌ای نگاه کرد. به همین دلیل است که باید بر روی قوانینی که جهت توسعه‌ی کشور و به ویژه توسعه‌ی صنعت گردشگری تدوین می‌شوند به دو اصل توجه کرد. اول آن که قوانینی به تصویب رسند که بتوانند روابط میان ساختارهای سه‌گانه اجتماعی را در جهت توسعه‌ی گردشگری تنظیم کنند و دوم آن که نیروهای اجرایی و اثر گذار در کشور بر روی اجزای این قوانین توافق و هماهنگی داشته باشند. به این ترتیب هم‌آرایی نیروهای موثر و مدیران اجرایی کشور شرط اول توسعه در گردشگری است.

۲) محدوده‌های فعالیت: غرض از محدودیت‌های فعالیت همان نکته‌ای است که در آغاز این بحث بیان کردیم. در شرایط حاضر به دلیل نفوذ قوانین ذاتاً عقلایی به قلمروهای اخلاقی، شرایطی پدید آمده که شرط سوم گردشگری، یعنی توجه به توقعات میهمان قابل اجرا نیست. مسوولان این رشته از صنعت باید توجه داشته باشند که محدودیت مذکور منجر به کاهش شدید بهره‌وری کیفی و کمی در صنعت گردشگری ایران می‌شود. یکی از آثار آن افزایش میزان سرمایه‌گذاری و در مقابل، بازگشت کم آن است. از این منظر دولت باید در اعمال خدمات و اخذ مالیات از این حوزه در مقایسه با دیگر شاخه‌های صنعت تجدید نظر کند. به این معنی که لازم است ضرورت افزایش سرمایه‌گذاری از طریق ارائه‌ی وام‌های با بهره‌ی کمتر و اخذ مالیات کمتر جبران شود تا انگیزه‌ی تحرک سرمایه در این بخش بیشتر شود. چه بسیار پروژه‌های گردشگری که به همین دلیل یعنی فقدان توجه دولت به بازده کمتر سرمایه در این رشته یا مقصود گردشگری آغاز شده، اما با هدف دیگری به پایان رسیدند. بنابراین اولویت دوم را باید در ارائه‌ی خدمات مالی با بهره‌ی کمتر و اخذ مالیات کمتر توسط دولت مورد توجه قرار داد. مگر آن که نسبت به تغییر ساختارهای قانونی به طور هماهنگ امکان استفاده از نیروی توقعات گردشگران را برای سرمایه‌گذاران این رشته فراهم کرد.

۳) دیگر اولویت‌ها، نظیر توجه به نیروی انسانی و تربیت نیروهای ویژه برای این دسته، توجه به منابع مهم گردشگری و مردمی کردن استفاده از این منابع به طوری که هر منطقه بتواند از مزیت‌های حاصل از توسعه‌ی گردشگری بهره برد. برنامه ریزی هماهنگ، فرهنگ سازی، تغییر دیدگاه‌های مسوولان نسبت به گردشگری، گرایش صاحبان سرمایه به فعالیت در این رشته، ایجاد نهادهای خدماتی استاندارد و از این قبیل موارد دیگر زمانی فعال خواهد شد که دو الویت مهم اول در دستور کار همه‌ی ما قرار گیرد. اگر نتوانیم به زمینه‌ی لازم برای تحرک در این رشته دست یابیم، دیگر چنین اولویت‌هایی ارزش توجه نخواهد داشت. بنابراین برای تحرک به سوی امنیت فعال از طریق هم‌آرایی تمامی اشکال قدرت در کشور و ایجاد انگیزه‌ی لازم برای تحرک سرمایه در این رشته با توجه به محدودیت‌هایی که به جبر پدید آمده‌اند دو اصل مهم برای تحرک دیگر شروط توسعه‌ی گردشگری هستند.