

گردشگری ضامن توسعه اقتصادی پایدار و ایجاد اشتغال است

اشاره:

صنعت گردشگری با درآمد یکپرزار میلیارد دلار در جهان، از صنایع پاکی است که به خوبی با صنایعی نظیر نفت، خودروسازی و ... رقابت می‌کند. کشورهای دارای جاذبه‌های گردشگری به لحاظ جلوه‌های طبیعی، فرهنگ و تمدن کهن و آثار باستانی و مذهبی، استعداد و توانمندی بسزایی در جذب جهانگردان دارند که سرمایه‌گذاری مناسب در بخش‌های نرم‌افزاری و سخت‌افزاری این صنعت و حفظ جایگاه املیتی خود در جهان می‌تواند سالانه میلیاردها دلار از این صنعت حافظ محیط زیست کسب درآمد کنند.

ایران یکی از ۱۰ کشور عمده جهان به لحاظ جاذبه‌های گردشگری می‌باشد که این امر به لحاظ جلوه‌های طبیعت، آثار باستانی و اماکن مذهبی است. با این وجود از لحاظ کسب درآمد ارزی از صنعت گردشگری تقریباً هیچ موقعیتی در بعد بین‌المللی ندارد.

با این وصف شناسایی علل و یافتن راهکارهای مناسب جهت جلب گردشگران و انجام برنامه‌ریزی مناسب (سرمایه‌گذاری و ...) از اهمیت بسزایی برخوردار است. به ویژه آنکه رشد درآمدهای غیرنفتی برای اقتصاد ایران از درجه اهمیت بالایی برخوردار است. در این گزارش، نگاهی به موقعیت کنونی صنعت گردشگری ایران و راهکارهای توسعه آن، داریم.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی

بر اساس آمار ارایه شده از سوی سازمان ایرانگردی و جهانگردی، ورود جهانگردان به ایران در چهار ماه نخست سال جاری نسبت به مدت مشابه سال قبل ۳۰۰ درصد رشد داشته است.	سال‌های اخیر به طور چشمگیری افزایش یافته و از نظر رشد جهانگردان ورودی ایران در رده اول کشورهای جهان قرار گرفته است.	جهانگردان و درآمد بخش جهانگردی است.
محمد معزالدین در حاشیه اجلاس هماهنگی جهانگردی کشورهای اسلامی در اوایل شهریور ماه گذشته گفت: تعداد جهانگردان ورودی به ایران در	به گفته وی، ورود جهانگردان به ایران در سال‌های ۱۹۹۹ میلادی ۳۱/۱ درصد و در سال ۲۰۰۰ معادل ۲۸/۷ درصد رشد داشت و اکنون دومین کشور جنوب آسیا از نظر رشد تعداد ورود	در سال ۲۰۰۰ میلادی بالغ بر ۱/۴ میلیون جهانگرد به ایران سفر کردند و درآمد صنعت گردشگری ایران به ۸۰۰ میلیون دلار رسید.
		به گفته رییس سازمان ایرانگردی و جهانگردی، تا پایان سومین برنامه پنجساله توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشور، میزان جذب گردشگران

خارجی برای دیدار از اماکن تاریخی و مذهبی کشور به چهار میلیون نفر خواهد رسید.

با توجه به آنکه ایران از لحاظ موقعیت گردشگری در بین ۱۰ کشور عمده جهان قرار دارد، ورود ۱/۴ میلیون گردشگر و کسب کمتر از یک میلیارد دلار درآمد از صنعت گردشگری در سال میلادی گذشته، ارقام در خور توجهی نمی‌باشد و در حد توانمندی‌های موجود و استعدادهای و مزیت‌های صنعت گردشگری ایران نیست.

با این وجود تلاش‌های بسیاری در خصوص توسعه صنعت گردشگری ایران صورت گرفته است و برنامه‌های وسیعی نیز برای توسعه آن طراحی شده است که چنانچه با موفقیت همراه باشد، می‌تواند درآمدهای ارزی مناسب، رشد فرصت‌های اشتغال و تأثیر مثبت در توسعه اقتصادی کشور داشته باشد.

رییس سازمان ایرانگردی و جهانگردی در اواخر شهریور ماه سال جاری در مراسم افتتاح هتل بی‌بی در استان قم از تصویب «طرح ملی توسعه گردشگری» و حمایت از سرمایه‌گذاران داخلی در این زمینه خبر داد و گفت: با اجرای این طرح، زمینه ساخت ۱۷ هزار تخت آماده شده است.

مزالدین با اشاره به تسهیلات در نظر گرفته شده برای افزایش

سرمایه‌گذاری در امر هتل‌داری، گفت: افرادی که در این زمینه سرمایه‌گذاری کنند، تا پنج سال از معافیت مالیاتی برخوردار خواهند شد. علاوه بر آن در طول دوره بهره‌برداری نیز سرمایه‌گذاران در این زمینه از ۵۰ درصد معافیت مالیاتی بهره‌مند می‌گردند.

با وجود آنکه تسهیلات ارائه شده برای رشد سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری، در خور توجه می‌باشد، اما در توسعه صنعت گردشگری می‌بایست به چند نکته توجه ویژه داشت.

اول آنکه، مهمترین عامل در جذب گردشگران خارجی، ایجاد امنیت خاطر در گردشگران و حفظ آن است و در این زمینه می‌بایست، دولت و نهادهای ذیربط برنامه‌های منسجمی را با هماهنگی کامل به عمل آورند و تبلیغات مناسب نیز در فراسوی مرزها در این خصوص صورت پذیرد تا اطمینان خاطر برای جهانگردان جهت ورود به ایران تأمین گردد.

دوم آنکه، تبلیغات مناسب از طریق رسانه‌های همگانی، شبکه‌های اطلاع‌رسانی رایانه‌ای و... در خصوص اماکن تاریخی - مذهبی و جلوه‌های طبیعی ایران (جاذبه‌های گردشگری) صورت گیرد. در همین راستا ارائه اطلاعات درست و خدمات

مناسب به گردشگران (صدور روادید و ورود به ایران در کوتاه‌ترین زمان، ارائه تسهیلات حمل و نقل هوایی - دریایی و زمینی، ارائه اطلاعات دقیق در خصوص اقامتگاه‌ها، جاده‌ها، اماکن دیدنی، محل‌های غذاخوری، تفرجگاه‌ها و ...، در نظر داشتن اصول رقابت در بهای خدمات و هزینه‌های اقامتی، صنایع دستی و سوغات ایران و...) ضروری است.

سوم، ایجاد شرکت‌ها و مؤسسات گردشگری و استقرار دفاتر آنها در خارج از کشور و فعالیت هدفمند آنها در راستای بازاریابی صنعت گردشگری حایز اهمیت است.

چهارم آنکه، ارائه خدمات مناسب و در سطح استانداردهای بیسن‌المللی در مدت اقامت گردشگران خارجی در ایران (اقامتگاه‌های مناسب، راهنمایان مجرب، تسهیلات آمد و رفت، بروشورهای مربوط به گزینه‌های مختلف تفریحی - گردشگری و...) الزامی است.

این موارد از دیدگاه گردشگر متقاضی بازدید از ایران بسیار مهم است. برای برخی بازارهای بزرگ جهت جذب گردشگر، توجه به سطح درآمد مردم در آن بازارها و بزرگی بازار اهمیت دارد. برای مثال بازار چین با بیش از ۱/۲

تدوین طرح‌های جامع گردشگری برای هر یک از استان‌های کشور با توجه به ویژگی‌های تاریخی - مذهبی آن، اقدامی ضروری است. از آنجا که در قبل و بعد از پیروزی انقلاب اسلامی، توجه ویژه به جاذبه گردشگری کشور و هر یک از استان‌ها می‌ذول نگردیده، در حال حاضر در جذب گردشگران خارجی و کسب درآمد مناسب از این صنعت با بسیاری از کشورها که از لحاظ جاذبه‌های گردشگری هم‌پای ایران هستند، فاصله زیادی داریم و سالانه میلیاردها دلار خسارت را از بابت از دست رفتن فرصت‌ها در این بخش متحمل می‌شویم.

توجه به برخی اخبار در حوزه گردشگری نشان می‌دهد که تا چه حد در این زمینه غفلت کرده‌ایم. گزارش مطبوعات سعودی حاکی است که جهانگردان عربستان در سال ۲۰۰۰ میلادی حدود ۱۴ میلیارد دلار در خارج از این کشور خرج کرده‌اند، در حالی که درآمد عربستان از جذب گردشگران خارجی ۲ میلیارد دلار بود.

به گفته دبیر کل کمیسیون گردشگری عربستان، سعودی‌ها سال گذشته میلادی ۱۰۰ میلیون شب در خارج از کشور سپری کردند که با متوسط هزینه اقامت

عبارتی در بخش نرم‌افزاری و سخت‌افزاری صنعت گردشگری با مشکلاتی جدی مواجه است. در اکثر اقامتگاه‌های موجود، ارائه خدمات در حد استانداردهای بین‌المللی نمی‌باشد، در حالی که هزینه اقامت در این اماکن با قیمت‌های اقامتگاه‌های درجه اول و دوم دنیا برابری می‌کند. کارکنان اقامتگاه‌ها کمتر به زبان انگلیسی آشنایی دارند و اغلب برقراری ارتباط با ارائه‌کنندگان خدمات برای گردشگر خارجی چندان سهل نیست.

باید توجه داشت که توسعه صنعت گردشگری تا چه حد می‌تواند در رشد اقتصادی، ایجاد فرصت‌های جدید اشتغال، کسب درآمدهای ارزی بیشتر، توسعه دیگر بخش‌های اقتصادی (ساختمان، صنعت، خدمات و ...) تأثیر دارد و با این دید گسترش صنعت را مورد توجه قرار داد.

از آنجا که گردشگری وسیله‌ای برای تحکیم تعاملات فرهنگی و توسعه فرهنگ صلح و گفت و گو تلقی می‌گردد، رشد کمی و کیفی این صنعت نه تنها در بعد اقتصادی، بلکه در ابعاد سیاسی و فرهنگی اهمیت یافته است. با این وصف، توجه به کیفیت توسعه این بخش یک اصل اساسی تلقی می‌شود.

میلیارد نفر، بازار بسیار بزرگی است. اما چینی‌ها به جز قشر اندکی که در سال‌های اخیر به نسبت ثروتمند شده‌اند، اکثر آنها درآمد خیلی زیادی ندارند و با توجه به قیمت سفرهای گروهی، گزینه‌ای را انتخاب می‌کنند. برای بازار چین، قیمت سفرهای گروهی (تورهای ایرانی) با توجه به بعد مسافت و ... زیاد است و گردشگر چینی که تا حدودی جاذبه سفر به غرب (اروپای غربی و امریکا) را دارد، مقایسه قیمت‌ها به سرعت صورت می‌گیرد. در همین حال کسب سهم در این بازار بزرگ و در حال گسترش (از نظر صنعت گردشگری) می‌تواند موفقیتی چشمگیر تلقی شود. از این رو ارائه قیمت رقابتی برای سفرهای گروهی حایز اهمیت است.

گذشته از مواردی که از دید تقاضا اهمیت دارد، توجه به محور عرضه اهمیت دارد. ارائه خدمات مناسب و یا قیمت رقابتی از سوی عرضه‌کنندگان سفرهای گروهی (مؤسسات و شرکت‌های مسافرتی) می‌تواند در رشد تقاضا تأثیر بسزایی داشته باشد. با توجه به نرخ تبدیل ارز با ریال نمی‌توان گفت که ایران برای یک گردشگر خارجی، کشوری گران تلقی می‌شود، اما از لحاظ کیفیت و نحوه ارائه خدمات به آنها و به

هر شب به میزان ۱۳۵ دلار، جمع هزینه آنها به بیش از ۱۴/۴ میلیارد دلار رسید. عربستان که کشوری مسلمان است با ۲۰ میلیون نفر جمعیت، به تازگی اعطای روادید به گردشگران غیرمسلمان را آغاز کرده و در همین حال روادید یک ماهه برای متقاضیان حج عمره صادر می‌کند تا درآمد صنعت گردشگری را به ۵ میلیارد دلار در سال برساند.

سالانه چندصد هزار نفر از ایران برای انجام حج عمره و تمتع به عربستان سفر می‌کنند، اما سهم متقابل ما در جذب گردشگران پولدار سعودی که نزدیک به ۱۴/۵ میلیارد دلار فقط هزینه اقامت در خارج از کشور را در سال ۲۰۰۰ پرداخته‌اند، چه بوده است؟ در واقع بازار ثروتمندی چون عربستان سعودی از بعد دیگر بازار بزرگی تلقی می‌شود که می‌بایست بدان توجه داشت.

کارشناسان عقیده دارند که برای توسعه صنعت گردشگری کشور، نه تنها ایجاد سخت‌افزارها (اقامتگاه‌های مناسب و...) حایز اهمیت است، بلکه موضوع یافتن بازارهای هدف و برنامه‌ریزی برای ورود و نفوذ به این بازارها با توجه به ویژگی‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی آنها، ضروری است. فقط با یک برنامه جامع و مناسب می‌توان در هر بازاری

حضور موفقیست‌آمیز داشت و گردشگران بیشتری را جذب نمود. در بعد مقایسه‌ای وسیع‌تر، درآمد سالانه صنعت گردشگری در سال حدود یکهزار میلیارد دلار است. در سال گذشته سهم ایران در این بازار کمتر از ۰/۱ درصد بوده، در حالی که ایران در ردیف ۱۰ کشور نخست دارای جاذبه‌های گردشگری است.

با عنایت به این موضوع که ورود هر گردشگر خارجی به ایران برای ۳ تا ۴ نفر اشتغال مستقیم و برای ۹ تا ۱۲ نفر فرصت اشتغال غیرمستقیم ایجاد می‌کند، جایگاه صنعت گردشگری در اقتصاد ایران که درگیر دغدغه‌های بزرگی چون بیکاری گترده نسل جوان است، بیش از پیش روشن می‌گردد.

توسعه کیفی این صنعت، مستلزم آموزش کارکنان است. تربیت نیروی انسانی ماهر برای این بخش (راهنمای مسلط به زبان و علاقه‌مند به کسار، خدمات‌دهندگان آشنا با زبان انگلیسی و ...) مهم است و می‌تواند در ردیف رشته‌های مختلف تحصیلی در دانشگاه‌ها، مدیریت گردشگری - هتل‌داری و... تدریس گردد تا کارشناسان خیره برای توسعه این صنعت پرورش یابند. تنها سرمایه‌گذاری برای ساخت اقامتگاه‌ها کافی نیست، بلکه می‌بایست توجه جدی به تربیت و آموزش کارکنان

مستعد برای این بخش مبذول گردد.

به گفته رییس سازمان ایرانگردی و جهانگردی، نیروهای کارآزموده بخش گردشگری ایران نامناسب با نیازهای بازار است و دست‌اندرکاران این صنعت، می‌بایست برای مسأله «جذب نیروی انسانی» چاره‌ای بیندیشند.

معزالدین افزود: سازمان ایرانگردی و جهانگردی برای برنامه‌ریزی لازم در مورد نیروی انسانی این بخش، مذاکراتی را با مسؤولان آموزشی کشور در سطوح مختلف آغاز کرده است.

وی توجه به اقوام، فرهنگ‌ها، مذاهب و مزیت‌های اقلیمی را در آموزش نیروهای کارآزموده بیار مهم توصیف کرد و گفت: رفع نیازها در این زمینه باید با ضروریات اجتماعی، سیاسی و اقتصادی نیز متناسب باشد.

وی گفت: از وزارت علوم، تحقیقات و فناوری خواسته شده که معاونتی تحت عنوان معاونت «اشتغال» و یا «توسعه منابع انسانی» ایجاد کند.

وی افزود: بیش از ۳۰ هزار نفر در حال حاضر در حوزه‌های هتل‌داری و خدمات مسافرتی کار می‌کنند که از حداقل آموزش برخوردارند و این در حالی است که تا پایان سال گذشته حدود ۲۸ هزار تخت جدید به چرخه صنعت گردشگری کشور افزوده شده است.

بهره‌برداری از میراث فرهنگی بشریت برای رشد منافع اقتصادی حفظ این میراث برای نسل‌های آینده، تشویق می‌کند.

جمهوری اسلامی ایران با طرح گفت و گوی تمدن‌ها فرصت ویژه‌ای را برای حضور فعال در این میدان رقابت فراهم کرده که با تکیه بر آن می‌تواند علاوه بر دست‌یابی به اهداف سیاسی، موقعیتی را برای جذب گردشگران بین‌المللی کسب کند.

طرح گفت و گوی تمدن‌ها، علاوه بر آنکه به عنوان شعار روز جهانی گردشگری در سال ۲۰۰۱ نام گرفته، بلکه سال دیدار از ایران نیز لقب یافته است. از این رو ضرورت دارد که از فرصت به دست آمده حداکثر بهره‌برداری برای جذب گردشگران بین‌المللی و معرفی جلوه‌های تاریخی و فرهنگی ایران صورت پذیرد.

با این وصف، ضرورت دارد که برنامه‌ریزی جامع در عرصه توسعه کمی و کیفی صنعت گردشگری با عنایت خاص به فرصت‌های تجاری در این بخش، صورت پذیرد و جمهوری اسلامی ایران با توجه به سابقه تاریخی و فرهنگی چند هزار ساله خود، در عرصه صنعت گردشگری جهان، جایگاه مناسب خود را بیابد.

جهانگردی در اکتبر ۱۹۹۹، صلح و گفت و گوی تمدن‌ها را به عنوان شعار روز جهانی جهانگردی در سال ۲۰۰۱، برگزید. این انتخاب از یک سو توجه عموم را به تأثیر انکارناپذیر گردشگری در برقراری و تحکیم صلح در میان ملت‌ها و تقویت ارتباطات فرهنگی و تجربی میان ملل جهان جلب کرد و از سوی دیگر بحث گفت و گوی تمدن‌ها که رییس جمهوری ایران آغازگر آن بوده است را بار دیگر در جهان مطرح ساخت. برای ایران که چنین بحث جدی را در سطح بین‌المللی آغاز کرده است، مشارکت فعال در تمام عرصه‌های مربوطه و به ویژه گردشگری، یک فرصت ارزشمند است.

مدیر کل سازمان جهانی جهانگردی در پیامی به مناسبت پنجم مهرماه «روز جهانی جهانگردی» در سال ۲۰۰۱ بار دیگر «گفت و گوی تمدن‌ها» را مورد تأکید قرار داد و افزود: این سازمان در تلاش است تا نقش اصلی خود را که تقویت جهانگردی در به رسمیت شناختن هویت‌های فرهنگی و سهیم شدن جهانیان در افکار و اندیشه‌های یکدیگر است، به خوبی ایفا کند. وی افزود: سازمان جهانی جهانگردی در پیشبرد این هدف، دست‌اندرکاران بخش‌های دولتی و خصوصی را که در توسعه جهانگردی نقش دارند، به

قرار است در یک برنامه ۱۵ ساله حدود ۸ هزار واحد اقامتی و بین‌راهی در ایران تأسیس گردد که تأمین نیروی انسانی کارآزموده برای آنها جهت بهره‌برداری بهینه اقتصادی از سرمایه‌گذاری‌ها، کار بسیار پیچیده‌ای است. لذا ضرورت دارد موضوع آموزش و تربیت نیروی انسانی کارآمد برای بخش گردشگری پیش از پیش مورد توجه برنامه‌ریزان و دست‌اندرکاران اجرایی قرار گیرد. این در حالی است که نخستین مرکز آموزش هتل‌داری و گردشگری ایران شهریور سال جاری در ساری آغاز به کار کرد.

به گفته برخی کارشناسان، صنعت گردشگری در پنجسال آینده، توسعه سریعی خواهد یافت و درآمد حاصل از آن به ۲۰۰۰ میلیارد دلار در سال خواهد رسید. چنانچه بتوان سهم ایران را در این صنعت به یک درصد ارتقا داد، سالانه درآمدی معادل ۲۰ میلیارد دلار کسب خواهد شد که به سهولت با درآمد نفتی کشور برابری می‌کند و در همین حال توان رقابت در آن به مراتب سهل‌تر از رقابت در بازارهای کالایی (به ویژه کالاهای غیرنفتی) است.

در توسعه صنعت گردشگری، بهره‌برداری از فرصت‌ها جهت به سود رساندن سرمایه‌گذاری‌های انجام شده، حایر اهمیت است. مجمع عمومی سازمان جهانی