

ایجاد اشتغال و ارز آوری با توسعه صنعت گردشگری میسر می‌گردد

اشاره:

قرن بیست و یکم، سده بهره‌گیری از فرصت‌های تجاری ارزشمند در بخش‌های خدماتی به ویژه گردشگری است. گفته می‌شود گردش مالی صنعت گردشگری جهان در این سده از گردش مالی صنعت فراتر خواهد رفت و در چند سال آینده دست کم به ۲ تریلیون دلار خواهد رسید. در این فرآیند دستیابی کشورهای نظیر ایران که از جاذبه‌های وسیع گردشگری برخوردار هستند به یک درصد ارزش گردش مالی این صنعت، سالانه درآمدی حدود ۲۰ میلیارد دلار ایجاد خواهد کرد که برای اقتصادهایی نظیر اقتصاد ایران، این رقم قابل توجه است و می‌تواند تمامی فعالیت‌های اقتصادی را تحت تأثیر قرار دهد. با این وجود برای دستیابی به چنین درآمد قابل حصولی می‌بایست برنامه‌ریزی جامعی صورت گیرد و سرمایه‌گذاری‌های مناسب در زمینه‌های سخت‌افزاری و نرم‌افزاری این صنعت صورت پذیرد.

جمهوری اسلامی ایران با داشتن جاذبه‌های گردشگری (تاریخی - مذهبی - طبیعی) به لحاظ عدم اتخاذ سیاست‌های مؤثر در این بخش، هنوز نتوانسته است به سهم مناسب خود در بازار گردشگری جهان دست یابد و این امر سبب شده است تا بسیاری از معضلات اقتصادی - اجتماعی که می‌تواند با توسعه گردشگری مرتفع گردد، همچنان پابرجا بماند.

در این مقاله به بررسی راهکارهای توسعه صنعت گردشگری در ایران می‌پردازیم.

یکی از مشکلات و دغدغه‌های اقتصادی ایران که بارها از زبان مسؤولان کشور بیان شده است، معضل بیکاری است. این معضل از طریق سرمایه‌گذاری‌های مولد در بخش‌های مختلف اقتصادی قابل حل می‌باشد و یکی از بخش‌هایی که اشتغال وسیعی را به طور مستقیم و غیرمستقیم ایجاد می‌کند، صنعت گردشگری است.

با این وجود توسعه کمی و کیفی صنعت گردشگری در سال‌های پس از پیروزی انقلاب اسلامی چندان مورد توجه نبوده و حتی در سومین برنامه پنجساله توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشور توجه شایسته‌ای به این صنعت صورت نگرفته، اگرچه نسبت به دو برنامه توسعه گذشته پیشرفت‌هایی در این برنامه محسوس است.

صنعت گردشگری با وجود نقش کلیدی که در توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی می‌تواند ایفا کند، بسیار حساس و آسیب‌پذیر نیز می‌باشد. اخبار و اطلاعات دریافتی از رسانه‌های جمعی جهان گواه بر آن است که حملات تروریستی ۱۱ سپتامبر ۲۰۰۱ (۲۰ شهریور ۱۳۸۰) به شهرهای امریکا، بحران وسیعی را در بخش گردشگری (هتل‌داری، خطوط

صلح پایدار، تعامل عملی برای فشر جوان و زنان جامعه به دنبال دارد.

معزالدین با اشاره به این که یکی از شاخص‌های اصلی توسعه، جهانگردی است، تصریح کرد: برنامه‌ریزی در زمینه جهانگردی و توسعه این صنعت، زمینه تعاملات اجتماعی و فرهنگی و فراهم آوردن امنیت پایدار و فراگیر را که اصل توسعه است، فراهم می‌کند.

وی افزود: نبود طرح آمایش سرزمین و مطالعه بخش‌ها مشکلات عدیده‌ای از قبیل مدیریت اقتصادی، اجتماعی و ملی را به وجود آورده است. مسؤولان و برنامه‌ریزان کشور باید با یک برنامه‌ریزی اصولی و دقیق بتوانند نقاط بحران را در کشور از بین ببرند.

آنچه رییس سازمان ایرانگردی و جهانگردی در این جشنواره بیان کرد، نکات حساسی در خصوص نگاه به صنعت گردشگری و توسعه آن است که می‌بایست مورد توجه همگان از جمله مسؤولان و برنامه‌ریزان و عموم مردم قرار گیرد.

با توجه به نقش کلیدی که صنعت گردشگری در ایجاد صلح و امنیت پایدار و تعامل با دیگر فرهنگ‌ها دارد، توسعه این صنعت و جذب گردشگران خارجی یکی از راه‌های اصلی برای دستیابی به امنیت ملی است که چارچوب اصلی

به گسترش است. بهره‌برداری از این موقعیت نیازمند ایجاد فضای مساعدی است که در قالب برنامه‌ریزی جامع و فراگیر قابل بهره‌برداری است.

معاون وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی و رییس سازمان ایرانگردی و جهانگردی اواخر آبان ماه گذشته در «جشنواره جهانگردی، هنرهای محلی و گفت و گوی تمدن‌ها» در بوشهر گفت: در برنامه سوم، صنعت گردشگری که متأسفانه در طول برنامه‌های اول و دوم توسعه کشور به دلایل خاص مورد توجه قرار نگرفته بود، با یک نگاه جدید و جدی کار خود را آغاز کرده است.

محمد معزالدین با اشاره به اینکه هنوز نتوانسته‌ایم واقعیت توسعه این صنعت و نقش آن را برای مردم و مسؤولان توجیه کنیم، افزود: مدیران و نیروهای کلیدی باید با یک دلسوزی ملی و منطقه‌ای به صنعت گردشگری و جهانگردی نگاه کنند. مجموعه مدیران باید با تحرک و احساس مسؤولیت در مقابل مردم و میراث فرهنگی کشورشان، گام بردارند.

وی اظهار داشت: صنعت گردشگری و جهانگردی علاوه بر استفاده‌های اقتصادی، نقش کلیدی در زمینه ایجاد اشتغال و پر کردن اوقات فراغت جوانان، تأمین امنیت، ایجاد

پروازهای بین‌المللی و ... ایجاد کرد. اگرچه این گونه حوادث، اثرات ناگهانی و کوتاه‌مدت دارد، با این حال آسیب‌پذیری و حساسیت ویژه بخش‌های مختلف گردشگری در قبال بحران‌ها و حوادث اجتماعی - سیاسی و فرهنگی را نشان می‌دهد. از این رو توسعه صنعت گردشگری نیازمند توجه ویژه نسبت به عوامل اثرگذار (مستقیم و غیرمستقیم) درون و برون از این بخش و حتی در سطوح بین‌المللی است.

آنچه مسلم است، با توسعه علوم و فناوری در جهان و اثر مستقیم آن بر نحوه زندگی مردم، روز به روز درآمد خانوارها و نیز اوقات فراغت آنها افزایش می‌یابد و میزان تقاضا برای بهره‌گیری از خدمات بخش‌های رفاهی و گردشگری افزایش می‌یابد. به عبارتی بازار محصولات فرهنگی (کالا و خدمات این بخش) همچنان رو به توسعه روزافزونی است و آرایه‌کنندگان کالا و خدمات این بخش قادر هستند از فرصت‌های ارزشمند تازه‌ای بهره‌برداری کنند و حوزه فعالیت خود را گسترش دهند.

برای کشورهایی نظیر ایران که از جاذبه‌های گردشگری گوناگون (جلوه‌های طبیعی و طبیعت چهارفصل، اماکن تاریخی - مذهبی و ...) برخوردار می‌باشند، تقاضا رو

- استقلال سیاسی - اقتصادی و اجتماعی کشور را تشکیل می‌دهد. از این رو نگاه ملی به این صنعت، الزامی اجتناب‌ناپذیر است. اما تاکنون به دلایل گوناگون به ویژه ناآگاهی از نقش کلیدی این صنعت در حفظ امنیت ملی و صلح پایدار، نه تنها مردم بلکه مسؤولان و برنامه‌ریزان نسبت به توسعه صنعت گردشگری توجهی نداشته‌اند.
- یکی از مباحث اصلی در توسعه صنعت گردشگری، نگاه دولتی به این صنعت بوده است که هنوز کمابیش وجود دارد. این نگاه از یک سو واکنش منفی جهانگردان و دولت‌های متبوعشان را به دنبال داشته و از سوی دیگر مانع از توسعه فراگیر و همه‌جانبه صنعت گردشگری و ایرانگردی شده است. به همین جهت چارچوب نگاه دولتی به توسعه صنعت گردشگری به عنوان اولین و مهمترین مانع می‌بایست از بین برود و در مقابل دولت نقش هدایت و نظارت و حمایت از این صنعت را دنبال کند. با گذشت بیش از دو سال از شروع اجرای سومین برنامه پنجساله توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشور، می‌توان گفت که هنوز این نگاه به طور جدی تغییر نیافته است.
- در کتاب «سند برنامه سوم توسعه» در خصوص سیاست‌های
- استراتژیک (راهبردی) در خصوص میراث فرهنگی و جهانگردی، سیاست‌های اصلی این صنعت چنین آمده است:
- ۱- ادغام سازمان‌های ایرانگردی و جهانگردی و میراث فرهنگی کشور به منظور ایجاد هماهنگی بیشتر در جهت تقویت هویت فرهنگی، تحکیم وحدت ملی و توسعه وظایف فرابخشی و افزایش بهره‌وری فعالیت‌های آنها.
 - ۲- آماده‌سازی معرفی قطب‌ها، اماکن، آثار و محوطه‌های تاریخی، فرهنگی و طبیعی کشور و فراهم آوردن امکانات متناسب با قابلیت‌های این قطب‌ها در جهت تشویق بازدید گردشگران فرهنگی داخلی و خارجی.
 - ۳- تأکید بر جذب جهانگردان فرهنگی از کشورهای پیشرفته و صنعتی و افزایش جهانگردان کشورهای اسلامی و راه ابریشم و ترغیب ایرانیان داخل کشور و تشویق ایرانیان مقیم خارج از کشور به بازدید از جاذبه‌ها و نقاط دیدنی مناطق مختلف ایران در جهت تحکیم وحدت ملی و همچنین بالا بردن سهم ایران از تعداد جهانگردان و افزایش سهم بخش در تولید ناخالص داخلی.
 - ۴- ایجاد بستر اقتصادی مناسب برای توسعه فعالیت‌های میراث فرهنگی و جلب مشارکت بخش‌های خصوصی، تعاونی و جذب و هدایت سرمایه‌های خارجی برای توسعه امور میراث فرهنگی و ایرانگردی و جهانگردی.
 - ۵- توسعه آموزش و بهبود مدیریت منابع انسانی و بالا بردن تخصص نیروها و ارتقای کیفیت امکانات موجود و بهره‌وری میراث فرهنگی و ایرانگردی و جهانگردی به منظور ارتقای خدمات بخش به سطح استانداردهای بین‌المللی.
 - ۶- تبیین جایگاه و ابعاد میراث فرهنگی در جهت تقویت هویت ملی، دینی و اصلاح دیدگاه‌ها نسبت به ارزش‌های میراث فرهنگی و بهره‌برداری از تجربیات و مزیت‌های تاریخی، فرهنگی در توسعه کشور.
 - ۷- تلاش در جهت پوشش کامل شناسایی و مستندسازی مجموعه آثار تاریخی و فرهنگی کشور.
 - ۸- گسترش پژوهش‌های تاریخی، فرهنگی و توسعه فعالیت‌های معرفی جهت بهره‌برداری از ارزش‌های میراث فرهنگی کشور.

- ۹- توسعه فعالیت‌های حفاظتی و افزایش کمی و کیفی مرمت و احیای آثار تاریخی و فرهنگی.
- ۱۰- به‌کارگیری نظام آماري و اطلاع‌رسانی مناسب برای توسعه میراث فرهنگی، طبیعی، گردشگری و افزایش مشارکت نهادهای مردمی.
- ۱۱- تقویت و توسعه ارتباطات و همکاری‌های بین‌المللی میراث فرهنگی به منظور ارتقای جایگاه فرهنگی ایران در مجامع جهانی مرتبط با میراث فرهنگی.
- مواردی که در سیاست‌های راهبردی بخش میراث فرهنگی و جهانگردی در این کتاب آمده، تا حدود زیادی مورد توجه مسؤولان و برنامه‌ریزان این بخش قرار گرفته است، اما آنچه مربوط به ایجاد فضای مساعد برای جذب جهانگردان و گردشگران است، (اقامتگاه‌های مناسب برای آنها، ارائه خدمات و ... بوده که می‌تواند نقش مؤثر در توسعه صنعت گردشگری ایفا کند)، هنوز مورد توجه جدی قرار نگرفته است.
- نکات حایز اهمیت در این زمینه، کمبود فضاهای اقامتی مناسب در قطب‌های گردشگری و ارائه نامناسب خدمات در اماکن موجود است. هتل‌هایی که در ایران به عنوان هتل ۵ ستاره معرفی شده‌اند، حتی در حد هتل‌های ۳ ستاره بین‌المللی نیز ارائه خدمات نمی‌کنند و این امر بیشتر به
- ضعف مدیریت و نیروی انسانی فعال در این اقامتگاه‌ها، کمبود سرمایه‌گذاری مناسب برای بهسازی هتل‌ها و افزایش ظرفیت اقامتگاه‌ها، مدیریت و نگاه دولتی و ... است. در خصوص واگذاری هتل‌ها تاکنون اقدام وسیعی صورت نگرفته و بخش خصوصی نقش کلیدی در این زمینه ندارد.
- به گفته هوشنگ غفارپور، مدیر مرکز ارتباطات بین‌الملل جهانگردی گابین آسیا، عمق مشکلات صنعت ایرانگردی به خیلی بیش از یازدهم سپتامبر (حوادث تروریستی در امریکا) باز می‌گردد و اصولاً تأثیر انفجارهای تروریستی در امریکا در صنعت ایرانگردی اگرچه تا هفته‌ها قابل توجه بوده است، اما موقت و گذرا است و آنچه که باز هم سرمایه‌گذاران این صنعت ناچار به دست و پنجه نرم کردن با آن خواهند بود، دشواری‌ها و مشکلات است که ریشه در ساختار این صنعت دارد.
- وی افزود: به‌طور اصولی در وضعیت موجود میزان سرمایه‌گذاری‌ها در این صنعت با حجم گردش مالی آن همخوانی ندارد و در نتیجه در وهله اول صاحبان دفاتر خدمات مسافرتی و در وهله بعد هتل‌دارها از رکود بخش ایرانگردی متضرر می‌شوند. غفارپور در گفت و گو با خبرنگار روزنامه همشهری افزود: از مجموع ۱۷۰۰ دفتر خدمات مسافرتی فعلی شاید کمتر از ۷۰۰ دفتر فعال می‌باشند و از این گروه نیز شمار
- دفاتری که از وضعیت کسب و کار خود راضی هستند به ۱۰ درصد نیز نمی‌رسد. وی خروج از این وضعیت را نیازمند اجرای طرح‌های عملیاتی مناسب برای فعال‌سازی منابع و سرمایه‌های موجود در این صنعت و نیز جذب سرمایه‌گذاری لازم دانست و افزود: اغلب انتظار می‌رود که دولت با تزریق وام و دیگر تسهیلات مالی به بدنه صنعت ایرانگردی بتواند آن را فعال کند، اما به نظر نمی‌رسد وام چندان تأثیری در خروج از بحران موجود داشته باشد.
- وی با اشاره به تمرکز عملیات عمره و فروش بلیت هواپیما در دست دولت و هواپیمایی جمهوری اسلامی ایران و ضرورت محول ساختن این امور به دفاتر مسافرتی، توسعه صنعت ایرانگردی را مستلزم بسط حوزه‌های بازار این صنعت در دو سطح داخلی و خارجی دانست.
- وی با تأکید بر رویکرد جدی‌تر نظام آموزشی کشور نسبت به تأثیرات فرهنگی و تربیتی توسعه جهانگردی که می‌تواند حوزه داخلی این صنعت را گسترش دهد، گفت: کار عمده بازاریابی در حوزه خارجی می‌تواند به مؤسسات و دفاتر خدمات مسافرتی محول شود تا آنها با طراحی تورهای با علایق ویژه و اجرای آنها، نقش مؤثری در فرصت‌سازی برای توسعه مخاطبان خارجی صنعت ایرانگردی ایفا کنند.

وی با ارزیابی مثبت عملکرد چهار سال گذشته سازمان ایرانگردی، تصریح کرد: در این مدت، صنعت ایرانگردی توانست خود را به بدنه سیاسی و نهادهای کلان برنامه‌ریز و قانون‌گذار کشور نزدیک کند که این دستاورد بزرگی بود. از سوی دیگر رویکرد به برنامه ملی و طرح‌های تحقیقاتی کلان این فرصت را پدید آورده است که بتوان به حصول یک جهانگردی پایدار در ایران امیدوار بود.

وی افزود: با تلاش‌های موفقیت‌آمیز سازمان ایرانگردی، اکنون ایران محور فعالیت جهانگردی در سازمان کنفرانس اسلامی به شمار می‌رود که در صورت بهره‌گیری مناسب از این موقعیت، می‌تواند بازار یک میلیارد نفری کشورهای اسلامی را به روی ایران بگشاید.

با توجه به ضرورت اقدامات بازاریابی و معرفی شایسته جلوه‌های گردشگری ایران، بازنگری در وضعیت اقامتگاه‌ها و نحوه خدمات‌رسانی به جهانگردان، ایجاد امکانات مناسب برای پذیرایی و خدمات‌رسانی و بهبود و ارتقای مهارت و تخصص نیروی انسانی فعال در صنعت گردشگری الزامی است. ایران می‌تواند به لحاظ جاذبه‌های مذهبی بازار یک میلیارد نفری کشورهای اسلامی و به لحاظ جاذبه‌های تاریخی بازار وسیع گردشگری در قاره‌های اروپا و آمریکا را هدف قرار دهد. این امر از طریق

مشارکت و سرمایه‌گذاری امکان‌پذیر است. بازاریابی مناسب برای جذب گردشگران بین‌المللی و ارایه تورهای مسافرتی به ایران می‌تواند زمینه همکاری با خطوط هوایی دیگری کشورها برای برقراری پرواز مستقیم به ایران را فراهم سازد. از سوی دیگر با جذب سرمایه‌گذاری خارجی یا سرمایه‌های ایرانیان مقیم خارج و بهره‌گیری از تجربیات کشورهای پیشرفته در احداث هتل‌های ۵ ستاره بین‌المللی و نحوه ارایه خدمات به مسافران، امکان ترتیب دادن سفرهای خوش‌خاطر برای جهانگردان فراهم خواهد شد.

نباید فراموش شود که توسعه صنعت گردشگری، علاوه بر ارزآوری برای اقتصاد ملی، بهره‌گیری از فرصت‌های تجاری در بخش‌های مختلف (حمل و نقل، صنایع دستی و...)، به ایجاد اشتغال در این صنعت و فعالیت‌های جانبی آن مؤثر خواهد بود. ایجاد صنعت گردشگری پایدار نیازمند زیرساخت‌های مناسب سیاسی، اجتماعی و فرهنگی است و مشارکت گسترده جوامع محلی در طرح‌های توسعه، توزیع قدرت تصمیم‌گیری در قاعده عوامل دست‌اندرکار و افزایش ضریب نفوذ شکل‌های غیردولتی را طلب می‌کند. بنابراین در طرح‌های توسعه صنعت گردشگری توجه به معیارهای کیفی و اهداف اجتماعی ضروری است. در حال حاضر هنوز

توجه جدی به این مباحث صورت نگرفته و جایگاه بخش خصوصی در تصمیم‌سازی‌ها، مشارکت در سرمایه‌گذاری‌ها، مدیریت و اداره امور گردشگری جدی گرفته نمی‌شود. بنابراین ضرورت دارد که مسئولان و برنامه‌ریزان توجه جدی به بازنگری در برنامه‌ها برای دستیابی به اهداف والاتر در بخش گردشگری مبذول نمایند.

تمهیداتی نظیر معافیت ۵۰ درصدی در پرداخت مالیات برای تأسیسات ایرانگردی و جهانگردی دارای پروانه بهره‌برداری از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی که بتازگی به تصویب مجلس شورای اسلامی رسید اگرچه از تشویق‌های مناسب می‌باشد، اما کفایت نمی‌کند. بلکه دولت می‌بایست در راهبری، حمایت و نظارت بر امور گردشگری اقدام‌های وسیع‌تری به عمل آورد.

در هر صورت کسب سهم یک درصدی از گردش مالی صنعت گردشگری جهان و درآمد سالانه‌ای بالغ بر ۲۰ میلیارد دلار، ارزش برنامه‌ریزی جامع و همه‌سونگر و مشارکت‌جویی، وسیع (اعم از داخلی و بین‌المللی) را دارد و این فرصت ارزشمندی است که نه تنها از رکود و ورشکستگی صنعت گردشگری جلوگیری خواهد کرد، بلکه مزایای اقتصادی، اجتماعی و سیاسی را به ارمغان خواهد آورد.

