

## امور گردشگری در کلان مسئولیت‌ها

در حال حاضر، همایش‌ها، جشنواره‌ها و نمایشگاه‌ها برگزار می‌شود؛ سخنرانی‌ها می‌شود؛ در هر مراسم از برگزارکنندگان، حامیان و برخی دیگر، با اهداء لوح تقدیر سپاسگزاری می‌شود؛ پس از برگزاری هر مراسم نیز برای برگزاری مراسم دیگر برنامه‌ریزی می‌شود. به عبارت دیگر، میلیون‌ها تومان صرف برگزاری مراسم شده، در حالی که دست‌آورد و نتایج این مراسم‌ها چندان مورد توجه قرار نمی‌گیرد و این روند، طی سال‌های متمادی در جریان است. بنابراین، تمام فعالیت‌ها در زمینه توسعه گردشگری، در یک محدوده جغرافیایی محبوس شده، عوامل سرمایه‌گذار بخش خصوصی با بخش دولتی در آمدوشد هستند اما از اطلاع‌رسانی سراسری و مستمر خبری نیست. علت چیست و دلایل آن کدام است؟ و به تبع آن، دلایل عدم پیشرفت گردشگری را چگونه باید جستجو کرد؟

بحران‌های اقتصادی، بیماری‌های فراگیر، جنگ، شرایط سیاسی، حوادث طبیعی، شرایط امنیتی در سطح جوامع و کشورها، عدم همکاری سازمان‌های مختلف و...، همه و همه، در کاهش و رکود گردشگری تاثیرگذار هستند و در این میان، به مطبوعات یا نشریات گردشگری نیز که مهم‌ترین عامل ارتباطی، پیگیری و تاثیرگذار در روند پیشرفت اهداف مرتبط با اهداف گردشگری هستند؛ نه تنها توجه نمی‌شود بلکه مورد بی‌مهری نیز قرار می‌گیرند.

گردشگری در سطح جهانی، با سرعت بالا در حال توسعه و گسترش است و برای استفاده بهینه در زمینه‌های گوناگون از جمله تاریخی، مذهبی، طبیعت، و... برنامه‌ریزی، سرمایه‌گذاری و فرهنگ‌سازی می‌شود به طوری که آحاد جامعه، برای گسترش فعالیت خود کسب اطلاعات و اخبار در این حوزه را در اولویت قرار می‌دهند. در کشور ما نیز، سرفصل‌های آن مورد توجه بخش دولتی و بخش خصوصی قرار دارد ولی هریک بدون هماهنگی لازم با بخش دیگر، به دنبال اجرای اهداف خود است و در نتیجه عدم اجرای صحیح ناشی از هماهنگی ناقص در زیر مجموعه‌های بخش‌های گفته شده، فعالان جامعه از نقش موثر خود، در حوزه گردشگری آگاه نیستند و در ادامه، برنامه‌ای برای افزایش فعالیت و ارتقای کیفی محصولات و خدمات خود ندارند. تشکیل کمیته‌ای از نمایندگان آگاه و با تجربه گردشگری، میراث‌فرهنگی، صنایع‌دستی، محیط‌زیست، وزارخانه‌های امور خارجه، بهداشت، صنایع و معادن، بازرگانی، امور اقتصادی و دارایی، راه و ترابری، نیرو، ارتباطات و فناوری اطلاعات، جهاد کشاورزی، علوم، تحقیقات و فناوری، فرهنگ و ارشاد اسلامی، کشور، سازمان آب و فاضلاب، بانک مرکزی، نیروی انتظامی، شهرداری و سایر ارگان‌های مرتبط، راهکار مناسبی برای سیاست‌گذاری، برنامه‌ریزی، تقسیم وظایف، تعیین بودجه، تبلیغات، ساماندهی، بهینه‌سازی ساختارها، سرمایه‌گذاری و پشتیبانی از ساخت و سازهای جدید، نظارت و کنترل، آموزش و... در سطح کلان به منظور بسترسازی برای گردشگری کشور است. ناهماهنگی و بهتر آنکه گفته شود نبود هماهنگی میان متولیان گردشگری، موجب شده تا هر ارگانی، مشغول وظایف سازمانی خود باشد. در طی سالیان گذشته، بحث و گفتگوهای بسیار شده تا سازمان میراث فرهنگی، صنایع‌دستی و گردشگری تشکیل یافته است؛ در حالی که در همین سازمان نیز، هر بخش، به طور مستقل به آرایه‌ی برنامه و صرف بودجه‌های قابل توجه می‌پردازد. بنابراین طبیعی است که سایر ارگان‌ها، در امر گردشگری دخالت نداشته باشند و یا حضورشان کم رنگ باشد و اثرات منفی چنین وضعیتی بر بخش خصوصی منتقل می‌شود. بخش خصوصی، شامل تمام بخش‌های خرد و کلان فعال جامعه، در وضعیت موجود، در حالت بلاتکلیفی قرار دارد و بعید است آژانس مسافرتی، که مهم‌ترین فعال در حوزه گردشگری است بتواند برنامه‌ی شش ماهه یا یکساله‌ی آینده را ارائه دهد و دلیل آن عدم تثبیت قیمت و وضعیت عوامل مرتبط با این بخش است.

در هر سال، همایش‌ها، جشنواره‌ها و نمایشگاه‌ها برگزار و سخنرانی‌های دل‌نشین ارائه می‌شود؛ اما به دلیل پیگیری ضعیف، حضور تعداد مشخص و کم شرکت‌کنندگان در این راستا، حاصل و دست‌آورد قابل ملاحظه‌ای ندارد. در حالی که وجود کمیته‌ی پیشنهادی مستقر در سازمان میراث فرهنگی، صنایع‌دستی و گردشگری، می‌تواند مدیریت نظارتی و کنترل پیشرفت اهداف توسعه و گسترش گردشگری کشور را به عهده داشته باشد. همچنین کارگروه‌های تخصصی، به عنوان زیر مجموعه‌ی این کمیته متشکل از شخصیت‌های مجرب و فعال بدون گرایش‌های گروهی، می‌توانند عهده‌دار بخش‌های اجرایی مرتبط باشند. شما چه فکر می‌کنید؟

محمد رضا رجبی

مدیر مسئول گردشگری