



گزارش اصلی

گردشگری منطقه‌ای و آموزه‌های ملی

سهیم گمشده‌ای که در دور دست نیست

شوشکا، علامان، زو، مطالعات فرهنگی

صنعت گردشگری
در ایران فاقد
نگرش‌های
استراتژیک است.
این امر ناشی
از حاکم نبودن
اصول راهبردی بر
حرکت‌های این
صنعت است

در ردیف نهم این فهرست قرار دارد. در فهرست ۱۰ کشور برتر جهان از نظر جذب گردشگر خارجی در سال ۲۰۰۸ ترکیه در ردیف هشتم قرار دارد. کشور ترکیه در سال ۲۰۰۹ با وجود کاهش نسبی از نظر گردشگران ورود خارجی مقام خود را در میان ۱۰ کشور برتر به مقام هفتم ارتقاء داده است. ترکیه در سال ۲۰۰۸ نیز از مقام خود را یک رتبه افزایش داده بود. مقایسه فهرست ۱۰ کشور برتر گردشگری جهانی همچنین نشان می‌دهد که در جدول سال ۲۰۰۹ اوکراین جای خود را به مالزی داده است. حضور ترکیه در این جدول و ورود مالزی نشان از روند رو به توسعه گردشگری در آسیا دارد. این در حالی است که صنعت گردشگری اروپا و آمریکا نسبت به سایر حوزه‌های جغرافیایی در معرض تهدیدات بیشتری قرار دارد. ایران در فهرستگانی که از سوی سازمان جهانی گردشگری در زمینه رتبه‌بندی جذب گردشگران خارجی توسط کشورها منتشر شده در مقام ۵۵ قرار دارد. این فهرست شامل ۵۹

صنعت گردشگری جهانی دوران گذار از بحران را پشت سر می‌گذارد. دوران رکود به سر آمد و فصل رونق از زمستان سال گذشته آرام‌آرام آغاز شده است. در این رونق دوباره قاره آسیا سهم بیشتری دارد.

ایران در فهرستگان ۱۰ کشور برتر جهان از نظر جاذبه‌های گردشگری جای دارد و اما سهم کشورمان در صنعت جهانی گردشگری بسیار اندک است.

ایران در سال ۲۰۰۹ در فهرست ۱۰ کشور اول دنیا از نظر جذب گردشگر خارجی ورودی جایی ندارد. در این فهرست فرانسه با ۷۴ میلیون و ۲۰۰ هزار گردشگر خارجی ورودی در صدر جدول و مکزیک با ۲۱ میلیون و ۵۰۰ هزار گردشگر خارجی ورودی در مقام دهم قرار دارد. ترکیه با جذب ۲۵ میلیون و ۵۰۰ هزار گردشگر خارجی در مقام هفتم از ۱۰ کشور برتر در جذب گردشگر خارجی قرار دارد. مالزی به عنوان یک کشور مسلمان آسیایی نیز در این فهرست با جذب ۲۳ میلیون و ۶۰۰ هزار گردشگر خارجی



از رونق دوباره بازارهای گردشگری منطقه‌ای بوده است.» این اظهارات برای برنامه‌ریزان صنعت گردشگری ایران آموزه‌های بسیاری دارد. دیگر نمی‌توان تفاوت‌های فرهنگی را به عنوان مانعی فراراه توسعه گردشگری اعلام کرد. زیرا رونق دوباره صنعت گردشگری در جهان با توسعه گردشگری منطقه‌ای آغاز شده است. بنابراین استراتژی توسعه گردشگری ایران در فاز اول باید بر جذب گردشگر از کشورهای منطقه استوار باشد.

برنامه راهبردی توسعه صنعت گردشگری ایران باید دارای دو فاز اصلی توسعه منطقه‌ای و فرامنطقه‌ای باشد. توسعه منطقه‌ای در اولویت قرار دارد و دربرگیرنده برنامه جذب گردشگر از کشورهای منطقه است. این امر مستلزم ایجاد و توسعه زیرساخت‌ها است. مشارکت فعال در رویدادهای فرهنگی و گردشگری منطقه نیز یکی از ضروریات این برنامه است. اما در برخی موارد دوری از رویدادها و جریان‌های فرهنگی چیزی جز کم‌رنگ شدن به دنبال نخواهد داشت. امسال پاییز پنجمین نشست بین‌المللی جاده ابریشم در ازبکستان و در شهر سمرقند برگزار شد. این نشست‌ها که در قالب برنامه ۲۰۱۰-۲۰۱۱ سازمان جهانی گردشگری برگزار می‌شود، رونق دوباره این جاده باستانی را هدف گرفته است. ایران یکی از گذرگاه‌های اصلی جاده ابریشم است. کشورمان در هرگونه تصمیم‌گیری جهانی و منطقه‌ای برای احیای این جاده باستانی باید نقشی پررنگ داشته باشد. جاده ابریشم در دور دست‌ها نیست؛ گذرگاهی منطقه‌ای و دردل سرزمین‌های خودمان است. جستجوی گردشگران در سرزمین‌های دور نیست.

کشور است و تنها کشورهای زلاند نو، قبرس، آندورا و کوبا میزبان گردشگری خارجی کمتری نسبت به ایران بوده‌اند. در فهرست سازمان جهانی گردشگری کشورهای مسلمان همانند ترکیه در ردیف نهم، مالزی در ردیف یازدهم، مصر در ردیف بیست‌وسوم، مراکش ردیف سی‌ویکم و امارات متحده عربی در ردیف سی‌ودوم قرار دارند. این در حالی است که هیچ کدام از این کشورها در فهرست ۱۰ کشور برتر از نظر جاذبه‌های گردشگری جایی ندارند و ایران یکی از کشورهای مهم این فهرست است.

صنعت گردشگری در ایران فاقد نگرش‌های استراتژیک است. این امر ناشی از حاکم نبودن اصول راهبردی بر حرکت‌های این صنعت است. برنامه‌ریزان بخش گردشگری باید شناخت کافی از ویژگی‌های صنعت گردشگری جهانی داشته باشند. برخورداری از این شناخت راه را برای برنامه‌ریزی اصولی باز می‌کند و در این شرایط گام به گام هدف‌ها دست‌یافتنی‌تر خواهد شد.

برنامه‌ریزان صنعت گردشگری کشورمان همواره هدف‌های خود را در سرزمین‌های دور جستجو می‌کنند. این در حالی است که بازارهای اصلی هدف گردشگری ایران در دور دست‌ها نیست. جذب گردشگران منطقه باید در فاز اول برنامه و هدف‌های صنعت گردشگری کشورمان قرار گیرد. این موضوع یک سیاست محلی، بومی و ملی نیست بلکه از یک اصل بین‌المللی پیروی می‌کند.

«مارسیو فاویلا» مدیر سازمان جهانی گردشگری اخیر در چین اعلام کرد: «بخش عمده‌ای از سفرهای بین‌المللی گردشگران بین کشورهای منطقه خودشان صورت می‌گیرد. چهارپنجم گردشگران ورودی به هر منطقه مسافران همان منطقه می‌باشند. بهبود و رونق دوباره گردشگری در آسیا ناشی

برنامه راهبردی
توسعه صنعت
گردشگری ایران
باید دارای دو
فاز اصلی توسعه
منطقه‌ای و
فرامنطقه‌ای باشد