

سید احمد سبط حسینی در گفت و گو با
صنعت گردشگری:

بخش خصوصی مصمم تر از دولت است

شرکت در تورهای ناموفق گردشگری تجربه‌ای است که مسافران ورودی به ایران بارها تجربه کرده‌اند. چنین موضوعی در ادامه ناوارد بودن راهنمایان تور در زمینه ارائه خدمات به گردشگر و نبود برنامه‌ریزی‌های دقیق از سوی آژانس‌ها به وجود می‌آید. این همه در حالی است که آموزش‌های لازم به دست‌اندرکاران این حوزه، درمانی برای رفع کاستی‌ها است.

۳ سال از تشکیل جامعه تورگردانان ایران می‌گذرد. اعضای آن، افرادی هستند که حرفه‌شان جذب گردشگران خارجی به ایران است و در گذشته تحت عنوان «کمیته تورهای ورودی» فعالیت می‌کردند. با توسعه فرهنگی صنعت گردشگری، ترویج میزبانی و جذب گردشگر این کمیته پروپالی پیدا کرد و نام «جامعه تورگردانان ایران» را برای خود برگزید. یکی از اهداف این جامعه، تخصصی کردن آژانس‌ها و راهنماها برای اجرای تورهای ویژه است.

«سید احمد سبط حسینی»، عضو هیات مدیره جامعه تورگردانان دوره‌های آموزشی کوتاه مدت را ناکامی می‌داند و می‌افزاید: «کار آموزان این دوره‌ها پس از گذراندن ۵-۶ ماه قادر نیستند یک تور ورودی را هماهنگ کنند. از این رو پیشنهادی ارائه کردیم تا بر اساس آن دانشجویان در پایان دوره‌شان یک تور عملی برگزار کنند و آن را با تور ورودی تطبیق دهند. هنگامی که مهمان می‌آید، راهنما باید بتواند و بداند او چه چیزهایی لازم دارد. اغلب گردشگران ورودی، نیازهای متنوع و متفاوتی دارند. راهنما در نقش راهنمای ملی باید نیازهای مهمان را بشناسد و آن را رفع کند.»

این در حالی است که رکورد کاری، راهنمایان را تحت فشار قرار می‌دهد. راهنمایان بسیاری، عاشقانه شغلشان را دوست دارند، اما بازار کساد اجازه نمی‌دهد تنها معطوف به این شغل باشند و از این طریق امرار معاش کنند. از این رو فرصتی برای کسب تخصص بیشتر نمی‌یابند.

عضو هیات مدیره جامعه تورگردانان طرح پیشنهادی خود را تشریح می‌کند: «اگر در پایان دوره آموزشی، دانشجویان در سایت گردشگری قرار گیرند و ۵-۴ روز کار عملی انجام دهند به طور حتم بهتر می‌توانند با گردشگران روبه‌رو شوند. برخی نکات که دانشجویان باید تجربه کنند، شرکت در سمینارهای آموزشی - فرهنگی است. آنان باید بتوانند با مقام‌های هر استان و منطقه ارتباط خوبی برقرار کنند. شناخت سایت‌های مطرح گردشگری، چکاب در فرودگاه و هتل و نحوه انتقال مسابیل فرهنگی جزو ملزوماتی است که کارآموزان باید آنها را فرا گیرند.»

تاکنون چند ماه از ارائه این طرح گذشته است و با بخش آموزش و فرهنگ ایران در جامعه تورگردانان قراردادی منعقد شده، اما سازمان هنوز هیچ‌کدام از تعهداتش را انجام نداده است و همچنان طرح تخصصی شدن راهنماها در گردونه ملال انگیز بروکراسی گرفتار است.

گام‌های آموزش، کند است

سطح اطلاعات اقشار عمومی جامعه در مورد گردشگری پایین است. گرچه ایرانیان از دیرباز به میهمان‌نوازی شهره‌اند، اما آداب میزبانی در قرن توریسم متفاوت شده و توسعه، آموزش و ارتباط از نیازهای مبرم جوامع میزبان محسوب می‌شود. برای رفع این معضل شورای عالی آموزش وارد عرصه شده و طی جلسات هفتگی در پی ارتقای سطح آموزش و فرهنگ عمومی است. به گفته سبط حسینی، ساخت فیلم در شبکه‌های تلویزیون و رسانه‌ها از جمله این راهکارهاست.

این مدرس دانشگاه معتقد است: «اگر گردشگری را به مدارس ببریم و جزو عناوین درسی قرار دهیم، مشکلات عمده‌ای حل می‌شود. اگر بچه‌ها از کودکی با گردشگری ارتباط برقرار کنند، می‌توانیم در آینده آراوری و درآمدهای اقتصادی قابل توجهی داشته باشیم.»

او خلا فرهنگ در عرصه ارتباطات را بسیار عمیق می‌داند و معتقد است؛ نباید حل این معضل را به گذشت زمان سپرد. بلکه باید هر چه سریع‌تر راه‌های منطقی را برای بالا بردن فرهنگ ارتباطات پیدا کرد و پیمود. آموزش، جزو اولویت‌های توسعه گردشگری است که می‌تواند ایران را در ردیف کشورهای در حال توسعه قرار دهد.

طرح آموزش گردشگری در مدارس هنوز عملی نشده است. اما در صورت اجرای آن، کودکان از اواخر دوره ابتدایی با مبحث گردشگری آشنا می‌شوند. سپس در دوره راهنمایی به صورت تخصصی‌تر با صنعت توریسم ارتباط برقرار کرده و وارد هنرستان گردشگری شوند. در حال حاضر این طرح در کشورهای توریست‌پذیر و موفق چون آلمان، انگلستان و فرانسه اجرا می‌شود.

سبط حسینی می‌گوید: «می‌توانیم تدریس مباحث مربوط به گردشگری را از دوره ابتدایی تا دکترا داشته باشیم که موجب تحولی عظیم در این صنعت می‌شود.» جامعه تورگردانان ایران در پی استانداردهای و آموزش تخصصی‌تر راهنمایان است. در صورت تعامل و حمایت انجمن صنفی دفاتر خدمات مسافرتی، بخش خصوصی می‌تواند، گام‌های موثری در جهت پیشرفت صنعت گردشگری بردارد. هدف نخست بخش خصوصی برای جذب گردشگر ورودی، منفی‌زدایی است. کشورهای معاند جمهوری اسلامی ایران با تبلیغات منفی سعی در مخدوش کردن چهره کشورمان دارند. برای خنثی کردن تبعات چنین تبلیغاتی، دست‌اندرکاران بخش خصوصی دست به دست هم می‌دهند تا ایران را به تناسب داشته‌های فرهنگی، تاریخی و طبیعت پر بارش به دنیا معرفی کنند.