

مقابل ضعف ما در جذب متقابل آن‌ها نشان از آن دارند که ما نتوانسته ایم در تصویرسازی مثبت امکانات جذاب خودمان موفق باشیم، چرا که اصولاً چنین کاری تحقق نیافته است.

ردیابی ذائقه‌های گروه‌های هدف اگر گروه‌های هدف را گردشگران کشورهای عربی در نظر بگیریم، لازم است به نکات زیر توجه کنیم:

۱- پیشینه تاریخی مناسبات در هر سه عرصه سیاسی، اقتصادی و فرهنگی می‌باید به درستی شناخته شود تا بتوانیم از عناصر مثبت آن برای افزایش قدرت جذب گردشگران عرب استفاده کنیم و حتی المقدور عوامل منفی را بی‌اثر سازیم.

۲- آماده‌سازی و تبلیغات بر روی منابع فعلی کشور. در این زمینه لازم است به این نکته توجه کنیم که در حالیکه ایران کشوری است که می‌توان حتی در تابستان در فضای باز موقعیت‌های جغرافیایی ویژه آن اسکی روی برف نمود، برخی از کشورهای حاشیه جنوبی با سرمایه زیاد پیست اسکی سرپوشیده تدارک دیده‌اند. آیا این خود علامتی بر ضعف ما در آماده‌سازی و عرضه این امکانات نبوده است؟

۳- فعالیت فرهنگی مستمر برای تحول در نوع نگاه ایرانیان به مهمانان عرب خود، به طوری که ایرانیان بدانند که جذب هر گردشگر عرب ثروتمند می‌تواند در افزایش رفاه اقتصادی آن‌ها موثر واقع شود. به عبارت بهتر باید نوع این نگاه را کاملاً تصحیح کرد.

۴- ایجاد امکانات جذاب برای مسافرانی که به صورت خانوادگی سفر می‌کنند، به طوری که بتوانند از این امکانات در جوی آرام و امن، آن‌هم به صورت مشترک بهره‌گیرند.

۵- فعال کردن جاذبه‌های اکوتوریستی به ویژه برای خانواده‌های مسافر عرب
۶- برخی از امکانات نظیر دسترسی به خوراک حلال و فضای فرهنگی مناسب برای مسلمانان خود به خود وجود دارند. در این راستا بهتر است آن‌ها را با توجه به خواسته‌های این گردشگران جذاب‌تر کرد.

۷- شرایط سیاسی معاصر متأسفانه منجر به ظهور دیدگاه‌های منفی در طرفین شده است. بنابراین لازم است از رسانه‌ها برای اصلاح این جو منفی بهره‌برد و برنامه‌های هنری برای این هدف تدارک دید.

بلاشک یکی از منابع مهم برای جذب بیشتر گردشگر به ایران کشورهای عربی به ویژه کشورهای ثروتمند نفتی حاشیه خلیج فارس می‌باشند. سابقه برنامه ریزی جذب گردشگران عرب ثروتمند به ایران به دوره پهلوی بازمی‌گردد. در حقیقت سرمایه‌گذاری برای ایجاد تاسیسات مختلف به ویژه کیش و احداث هتل‌های لوکس به ویژه در شیراز و چند شهر مهم دیگر کشور در آن زمان با این هدف صورت گرفته بود. بعد از انقلاب و بعد از گذار از دوران پرتلاطم اولیه آن، باز هم این پرسش مطرح گردید که برای جذب این گردشگران منطقه‌ای به ایران چه باید کرد؟ به ویژه آن‌که بسیاری از عوامل جذب گردشگر که در دوره قبل قابل استفاده بودند، در دوره اخیر غیرقانونی و ضد ارزش تعریف شده و از چرخه فعالیت خارج گردیدند. در مقابل تأکید بیشتر بر روی توریسم مذهبی، پزشکی، میراث‌های تاریخی و طبیعی متمرکز گردید.

صاحب‌نظران و دست‌اندرکارانی که بر روی برنامه جذب گردشگر در بعد از انقلاب فعال شدند بر روی ویژگی‌های زیر برای جذب گردشگران عرب تأکید کردند.

۱- وجود دین مشترک و طبعاً ایجاد امکان برای خدمات لازم در این زمینه
۲- وجود تنوع آب و هوایی ایران که می‌تواند برای این گردشگران بسیار جذاب باشد. (اکوتوریسم)

۳- وجود اماکن مقدس مذهبی به ویژه برای گردشگران عرب شیعه که به صورت زائر وارد کشور می‌شوند

۴- وجود امکانات پزشکی و جراحی ارزان در زمینه‌های مختلف به ویژه جراحی پلاستیک، چشم پزشکی و دندان پزشکی

۵- وجود منابع طبیعی جذاب به طوری که در فصول گرم این گردشگران می‌توانند در ایران از خدمات جذاب فصول سرد بهره‌گیرند.

۶- وجود میراث‌های تاریخی بسیار در کشور (هر چند که مطالعات نشان می‌دهد این مورد برای اعراب چندان جاذبه برانگیز نیست)

مطالعات انجام شده در بخش پژوهش مجله نشان می‌دهند که برای دست‌یابی به نیروی قوی جذب گردشگران عرب به کشورمان لازم است کلیه این جاذبه‌ها از طریق پدیده‌ای به نام تصویرسازی در ذهن گردشگران عرب متمرکز شوند. تا بتوانند زمینه را برای جذب بیشتر آن‌ها فراهم سازند. تنها یک نگاه آماری به میزان جذب گردشگران ایرانی به کشورهای حاشیه جنوبی خلیج فارس در

جذب گردشگران عرب، دیر اما ضروری

۸- برای جذب سرمایه گذاران عرب به ویژه در زمینه های مختلف گردشگری محیط مناسب را فراهم کنیم. برای نمونه اگر آن سرمایه گذاری که سرمایه خود را برای تاسیس پیست اسکی سرپوشیده به کار برد، می توانست از امکانات طبیعی ایران بهره جوید، چه بسا سرمایه خود را در زمینه اخیر فعال می کرد. یکی از ضعف های ما فقدان نظامی اطلاعاتی و ارتباطی برای نزدیکی به این سرمایه گذاران است. در این زمینه لازم است دفتری دائمی در سازمان میراث ... فعال شود و تمامی نیروی خود را در جهت اخذ و فعال کردن اطلاعات برای رابطه با این سرمایه گذاران صرف نماید.

به هر صورت باید همیشه توجه داشت که تمایز زیادی میان گردشگران عرب با گردشگران اروپایی وجود دارد. طبعاً لازم است برای هر یک از این دو برنامه هایی خاص تدارک دید، و به ویژه در زمینه جذب گردشگران عرب باید به طور جدی بر روی اصلاح تصویرهای منفی کار کرد. در این زمینه پیشنهاد دو نوع برنامه کوتاه و دراز مدت را می نمایم.

الف- در برنامه ریزی های دراز مدت لازم است اقدامات زیر صورت گیرد.

- ۱- اصلاح تصویر منفی قبلی و تصویرسازی مثبت در ذهن طرفین
- ۲- استفاده از منابع دارای قدرت جذب گردشگران عرب و سرمایه گذاری بر روی آن ها

- ۳- جذب سرمایه گذاران عرب در این رشته به ایران
- ۴- تدوین سیاست های ارتباطی فعال و نوین به ویژه در وزارت امور خارجه و سایر مراجع ارتباطی با توجه به مرکزیت هماهنگ کننده سازمان میراث ...
- ۵- تبلیغات و ارائه برنامه های هنری توسط دستگاه های ارتباط جمعی و به ویژه صدا و سیما و از جمله تاسیس یک کانال تلویزیونی جهانی برای معرفی ویژگی های گردشگری ایران.

ب- در برنامه های کوتاه مدت می توان اقدامات زیر را مورد توجه قرار داد

- ۱- تاسیس نمایشگاه ها و همایش های تحقیقاتی منظم و استفاده از دستاوردهای آن ها به صورتی عملی

- ۲- برگزاری جشنواره های مختلف فرهنگی، به طوری که زمینه برای ارتباط هنرمندان ایرانی با هنرمندان عرب فراهم شود.

- ۳- فعال کردن نقش بخش خصوصی در موارد فوق به طوری که میان بخش خصوصی داخلی و عرب زمینه های عملی و مشترک اجرای پروژه ها فراهم شود.

- ۴- تولیدات آثار هنری برای شکل گیری زبان های ارتباطی قوی تر در حال حاضر اولین کتاب گردشگری و سیاحت مشترک میان ایران و کویت در دفتر مجله در حال تدوین می باشد. امیدواریم در زمینه توسعه گردشگری ایران به ویژه از طریق جذب گردشگران عرب نقش داشته باشیم.

