

رکود؛ گریبانگیر آژانس‌های مسافرتی

● محمود شاه شرقی

و وظیفه عمده آنها برگزاری انواع تور زیارتی در مسیر عربستان، سوریه و عراق است. این آژانس‌ها حق برگزاری تورهای غیرزیارتی را ندارند. یک آژانس می‌تواند در زمینه هر سه بند فعالیت کند و بسیاری از دفاتر دارای مجوزهای بندهای الف، ب و پ هستند و بعضی از دفاتر فقط در یک بند فعالیت می‌کنند.

تور و اجزای آن

تور در لغت به معنای گشت و سیاحت است و در اصطلاح صنعت گردشگری عبارت است از مجموعه‌ای از عناصر سفر شامل اقامت، حمل‌ونقل، تغذیه، گشت و... که از سوی یک بنگاه برنامه‌ریز سفر که آن را تورگردان می‌خوانند برای گردشگران در قالب یک بسته سفر عرضه می‌شود.

این عناصر بر مبنایی منطقی از نظر زمانی و با توالی خاص در برنامه‌ریزی روزانه بسته سفر قرار می‌گیرند. این برنامه‌های فعالیت‌های گروه گردشگران را قدم به قدم طی دوره زمانی که ارائه می‌شود، نشان می‌دهد و به آن برنامه کاری تور می‌گویند.

عناصر اصلی یک تور گردشگری

اجزای اصلی شکل‌گیری یک تور گردشگری سه عنصر آژانس گردشگری، شرکت هواپیمایی و حمل‌ونقل و هتل‌ها هستند. فقدان یک رابطه نظام‌مند بین این سه عنصر موجب اختلال در ارتباط عناصر و درآمد آنها و همچنین درآمد کلان کشور در بخش صنعت گردشگری می‌شود. از نظر اجرایی هر گونه مشکل در هر یک از این بخش‌ها باعث ایجاد اختلال در کل نظام گردشگری می‌شود.

از نظر اقتصادی ۵۵ الی ۶۰ درصد کل فروش آژانس متعلق به هتل است. اگر آژانسی از یک تور ۱۰۰ دلار بگیرد، ۵۵ تا ۶۰ دلار آن هزینه هتل می‌شود. به همین علت است که در دنیا بین هتل و آژانس روابط خوبی برقرار است و با هم تعامل دارند.

رکود کسب‌وکار آژانس‌ها

بر اساس آمار موجود، هم‌اکنون بین ۵۰ تا ۶۰ آژانس در ایران در زمینه تورهای ورودی فعالیت می‌کنند که به دلیل افزایش نرخ‌ها در آستانه ورشکستگی قرار دارند.

سازمان میراث فرهنگی و گردشگری برای حل این مشکل کمیته‌ای برای بررسی موضوع لغو تورهای ورودی گردشگری تشکیل داده و از آژانس‌های مسافرتی خواسته مستندات و راهکارهای خود را برای جلوگیری از این روند ارائه دهند.

البته نایب‌رئیس جامعه تخصصی تورگردانان از کنسل شدن برخی تورهای ورودی به دلیل کمبود مکان اقامتی در شهرهایی مانند اصفهان، تهران و شیراز خبر داده است.

طرح درجه‌بندی آژانس‌ها

سازمان میراث فرهنگی و گردشگری در حال حاضر در حال بررسی طرح درجه‌بندی آژانس‌هاست. بر مبنای این طرح قرار است تورهای آژانس‌ها بر اساس خدماتی که ارائه می‌کنند درجه‌بندی و قیمت‌گذاری شوند.

به همین منظور نیز کمیته‌ای در معاونت گردشگری تشکیل شده و در حال درجه‌بندی و نظارت بر تورهاست و در صورت عدم رعایت خدمات اعلامی از سوی آژانس‌ها و قیمت‌های اعلام‌شده از سوی سازمان میراث فرهنگی و گردشگری با آنها برخورد خواهد شد.

از نیمه دوم قرن بیستم میلادی تعداد گردشگران بین‌المللی با رشد سریعی رو به گسترش است. سرزمین‌های زیادی به عنوان مقاصد و نیز بازارهای سمت تقاضای سفر شکل گرفته‌اند و صنعت گردشگری در سال‌های اخیر به یکی از سه کسب‌وکار بزرگ جهان تبدیل شده است. میزان درآمدهای حاصل از این کسب‌وکار سرعت در حال افزایش است و علیرغم فراز و نشیب‌های اخیر دست کم طی سال‌های آتی همچنان رشد خواهد داشت. بنابر اظهارنظر کارشناسان، صنعت گردشگری طی دهه آتی با رشدی حدود دو برابر رشد عمومی اقتصاد جهان گسترش خواهد یافت. از این رو، یکی از زمینه‌های ایجاد اشتغال، درآمد و موتور محرک بسیاری اقتصادهای در حال توسعه به شمار می‌رود.

صنعت گردشگری دارای زیربخش‌های متعددی است؛ یکی از این بخش‌ها که از جمله حوزه‌های در حال گسترش نیز به حساب می‌آید، فعالیت‌های تورگردانی است.

پیشینه صنعت تورگردانی

صنعت تورگردانی دوره‌های رونق و رکود را تجربه کرده و با شرایط رقابتی پیچیده‌ای مواجه بوده است. رشد جدی این صنعت به دهه ۱۹۶۰ در انگلستان و پس از آن در دهه ۱۹۷۰ در اروپای غربی، ژاپن و امریکای شمالی بازمی‌گردد. در این دوران تورگردانان رشد سریعی را تجربه کردند. در آغاز هزاره سوم میلادی پس از رشد مناسب صنعت گردشگری، وقوع حادثه تروریستی یازده سپتامبر ۲۰۰۱ و گسترش بیماری سارس در شرق دور، صنعت تورگردانی را با افول و مشکلات جدید مواجه کرد. تورگردانی را به هر حال باید صنعتی به نسبت جوان دانست که فعالان در آن به طور متعارف سرمایه ثابت بسیار بالایی در این صنعت به کار نینداخته‌اند. به نظر می‌رسد که یک بنگاه تورگردان در شرایط نامساعد بازار مشروط بر آنکه از مدیریتی کارآمد و ساختار مالی مناسب برخوردار باشد و سرعت گسترش خود را به شیوه‌ای معقول تنظیم کند، می‌تواند بحران‌های پیش‌روی خود را به گونه‌ای مطمئن پشت سر گذارد.

سابقه و تعداد آژانس‌های موجود در کشور

سابقه فعالیت آژانس‌ها و دفاتر خدمات مسافرتی در ایران به حدود ۶۰ سال پیش برمی‌گردد و عملاً فعالیت این دفاتر همزمان با فعالیت شرکت‌های هواپیمایی بازرگانی در ایران شروع شده است. پس از تشکیل سازمان هواپیمایی کشوری، آیین‌نامه صدور مجوز برای ایجاد این دفاتر به تصویب رسید. بعد از انقلاب اسلامی و از سال ۱۳۷۰ مرجع صدور مجوز دفاتر به سازمان هواپیمایی کشوری و وزارت ارشاد و فرهنگ اسلامی سپرده شد. بر اساس آخرین آمارهای رسمی اعلام‌شده، در حال حاضر حدود ۳۰۰۰ دفتر در سراسر کشور فعالیت می‌کنند.

انواع آژانس و دفتر خدمات مسافرتی

آژانس‌ها یا دفاتر خدمات مسافرتی در سطح کشور به اعتباری به سه دسته تقسیم می‌شوند:

الف) آژانس‌های دارای بند الف که تحت نظارت مستقیم سازمان هواپیمایی کشوری هستند و وظیفه اصلی آنها فروش بلیط خطوط مختلف هوایی است. این آژانس‌ها حق برگزاری تور و فروش تورهای سایر دفاتر برگزارکننده را ندارند. ب) آژانس‌های دارای بند ب که تحت نظارت مستقیم سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری هستند و وظیفه عمده آنها برگزاری انواع تور داخلی و خارجی، رزرو هتل، اخذ ویزا، و ارائه خدمات ترانسفر است. این آژانس‌ها حق برگزاری تورهای زیارتی در مسیر عربستان، سوریه و عراق را ندارند. پ) آژانس‌های دارای بند پ تحت نظارت مستقیم سازمان حج و زیارت هستند

مشکلات اقتصادی در کنار رقابت ناسالم

محمد بشارتی، کارشناس ارشد حمل‌ونقل هوایی
عضو هیئت علمی دانشگاه جامع علمی و کاربردی

در سال ۱۳۷۰ تعداد کل دفاتر خدمات مسافرت هوایی و جهانگردی ایران ۵۹ مورد بود و اکنون این تعداد به ۳۰۰۰ رسیده است که این رشد با سایر مسائل مرتبط با صنعت حمل‌ونقل و گردشگری هماهنگ نیست و همین امر باعث پیدایش مشکلات اقتصادی در این صنعت شده است.

به نظر می‌رسد برنامه‌ریزان توسعه دفاتر خدمات هواپیمایی و گردشگری بدون در نظر گرفتن بازار عرضه و تقاضا تصمیم گرفته‌اند و در نتیجه مشکلات کنونی را به وجود آورده‌اند. هر یک از دفاتر با صرف هزینه‌های سنگین و با امید فراوان نیروی انسانی استخدام کرده و شروع به فعالیت کرده‌اند، اما متأسفانه به دلیل عدم عرضه صندلی هواپیما و قطار و فعالیت گردشگری و نداشتن توجیه اقتصادی پس از مدتی تعطیل شده‌اند.

البته تغییر مدیران در بخش‌های مختلف هوایی و گردشگری هم به این مشکلات دامن زده و با اعمال سلیقه‌های مختلف در طول سال‌های پس از انقلاب صدور مجوز به شکل‌های مختلف و به افراد غیرفنی واگذار شد که این امر موجب رقابت‌های ناسالم در این صنعت شده است.

در حال حاضر واگذاری مجوز بند الف و ب همچنان ادامه دارد و روزبه‌روز اوضاع اقتصادی دفاتر بدتر می‌شود و میزان کلاهبرداری افزایش می‌یابد و مشکلات برای مسافران فراوان است.

سؤال اصلی این است که چه میزان باید به صندلی خالی هواپیماها و قطارها و وسایط نقلیه جاده‌ای اضافه شود تا به ایجاد دفاتر بیشتری برای ارائه این سرویس‌ها نیاز باشد؟ مطابق آمار، جمعیت کشور نسبت به قبل از انقلاب نزدیک به دو برابر شده است. ظرفیت ناوگان هوایی با توجه به تحریم‌ها و کمبود هواپیما درصد پائینی افزایش داشته، در بخش ریلی با به کارگیری همه توان دولت، ظرفیت نزدیک به دو برابر شده است. در بخش جاده‌ای هم تقریباً به همین میزان افزایش داشته‌ایم.

از طرف دیگر، در بخش گردشگری با توجه به مشکلات موجود و سال‌های جنگ و نداشتن تبلیغات و بازاریابی، جذب توریست انجام نشده است و میزان رشد آن نسبت به قبل از انقلاب خیلی قابل توجه نیست.

در بخش گردشگری در داخل، میزان رشد شاید ۳ برابر باشد، آمار دقیقی در دست نیست. حال چه اتفاقی افتاده که تعداد دفاتر به بیش از ۵۰ برابر سال ۷۱ رسیده است. این کار کاملاً غیرکارشناسی بوده و مسئولان هواپیمایی کشوری و سازمان میراث فرهنگی باید پاسخگو باشند.

اما راه‌حل فعلی چیست؟ ابتدا باید صدور مجوز، چه در بند الف، چه در بند ب، کاملاً متوقف شود. متخصصان توضیحات تخصصی را می‌توانند از انجمن‌های صنفی دفاتر خدمات مسافرتی و گردشگری دریافت کنند. چرا که این صنعت در حال حاضر توجیه اقتصادی ندارد و کسانی که از سال‌ها قبل اقدام به راه‌اندازی دفاتر کرده‌اند، دچار مشکلات جدی هستند. کارشناسان این صنعت نیز باید در کمیته‌های تخصصی انجمن‌ها آگاهی لازم را در اختیار متقاضیان قرار دهند.

اگر سرمایه‌گذاری در بخش‌های حمل‌ونقل هوایی، ریلی و زمینی مورد تشویق و حمایت دولت قرار گیرد، حتماً نتایج بهتری خواهد داشت و علاقه‌مندان می‌توانند در بخش تولید صندلی و افزایش ظرفیت ناوگان سرمایه‌گذاری کنند تا بعد بتوانند دفاتر را توسعه دهند. در شرایط کنونی که بیشتر شرکت‌های هواپیمایی مردم را به خرید اینترنتی تشویق می‌کنند، حتی هواپیمایی جمهوری اسلامی ایران از همین ظرفیت پایین ۳۰ درصد را در اختیار متقاضیان اینترنتی و راه‌آهن جمهوری اسلامی ایران ۲۵ درصد را در اختیار متقاضیان به صورت مستقیم قرار می‌دهند.

شرکت‌های هواپیمایی خارجی هم همین برنامه را اجرا می‌کنند، بنابراین جای تعجب است که هنوز هم مجوزهای تازه صادر می‌شود. مسئولان محترم باید با مشاوره انجمن‌های صنفی در این مورد تصمیمات جدید بگیری و بر دفاتر فعال شده هم نظارت بیشتری داشته باشند تا از این رهگذر مردم، چه در سفرهای داخلی و چه خارج از کشور، دچار مشکلات مالی و سایر گرفتاری‌ها نشوند. ■



مشکلات آژانس‌داران توره‌های خارجی

آژانس‌ها برای آوردن توره‌های خارجی موظفند سه ماه مانده به سال جدید میلادی نرخ و بسته خود را به آژانس‌دار تحویل دهد تا وی فرصتی برای تبلیغ و جذب مشتری داشته باشد.

از آنجا که قیمت در حال تغییر است و ثبات قیمت نداریم آژانس‌دارها نمی‌توانند قیمت ثابت و بسته به آژانس‌داران خارجی ارائه کنند.

مشکل دیگر این است که بعد از ارائه قیمت به آژانس‌دار خارجی در زمان عید به علت وجود گردشگران و مشتریان گذری هتل‌ها تخفیف ۳۰ درصدی را که به آژانس‌دارها می‌دهند، حذف می‌کنند یعنی از ۴۰ درصد درآمد تنها ۵ تا ۱۰ درصد درآمد برای آژانس‌دار می‌ماند و این با توجه به هزینه‌های فراوان تورگردانی برای آژانس‌داران مقرون به صرفه نیست و بناچار سفرهای گروه‌های خارجی خود را لغو می‌کنند.

تراز توره‌های خروجی

برخلاف روند عمومی در بخش گردشگری کشورها که عمدتاً از این صنعت برای ارزآوری بهره‌مند می‌گردند در حال حاضر و بر اساس آمارها سالانه برای ۶-۵ میلیون گردشگر تور خروجی انجام می‌شود در حالی که تنها حدود ۲-۱/۵ میلیون گردشگر به کشور وارد می‌شوند. برقراری تعادل بین این دو و ورود گردشگر به ایران و افزایش توره‌های ورودی از جمله نیازمند برنامه‌ریزی برای مقاصد مناسب گردشگری و رعایت کیفیت خدمات و حقوق مسافران است. بنابراین سازمان میراث فرهنگی و گردشگری اعلام کرده این سازمان در حال تهیه بخشنامه جدیدی برای دفاتر خدمات مسافرتی است؛ بر مبنای آن، آژانس‌هایی که در زمینه توره‌های خروجی فعالیت می‌کنند اگر بیش از ظرفیت خود گردشگر از کشور خارج کنند باید جریمه پرداخت کنند.

علی‌رغم وجود حدود ۳۰۰۰ دفتر خدمات مسافرتی، تعداد اندکی از دفاتر در زمینه ورود گردشگر فعالیت می‌کنند. حدود ۳۰ آژانس نیمه‌فعال و سایر آژانس‌ها غیرفعال هستند.

راه‌های تأمین منافع مالی تورگردانی

یک برنامه کامل سفر شامل مجموعه خدماتی است که تورگردان به صورت عمده آنها را خریداری می‌کند و پس از تلفیق خدمات به صورت بسته‌های سفر به مشتریان با قیمت مشخص عرضه می‌کند. چنین بسته‌ای به طور معمول شامل بلیط هواپیما، اقامت در مقصد و حمل‌ونقل فرودگاهی و خدمات راهنمایی است. همچنین ممکن است شامل خدمات ویژه‌ای نظیر کرایه خودرو یا گشت‌های خاص نیز باشد. اغلب بسته‌های تور شامل یک مقصد و اقامت در آن هستند اما بسته‌های تور دیگری نیز تدارک دیده می‌شود که مقاصد متعددی دارند.

موفقیت تورگردان در فعالیت خود به خرید عمده خدمات به قیمتی ارزان‌تر و ترکیب و عرضه آن به مشتریان، بستگی دارد. اگر تورگردانان بتوانند هزینه‌هایشان را کنترل کنند و بسته سفر را به قیمت نازل‌تری به متقاضیان عرضه کنند احتمال موفقیت آنها در کسب‌وکارشان بیشتر خواهد شد.

با توجه به فصلی بودن تقاضا برای سفر و اینکه تقاضای سفر نسبت به تغییرات قیمت نیز از حساسیت بالایی برخوردار است، می‌توان از سیاست قیمت‌گذاری بر مبنای هزینه نهایی برای فصول رکود گردشگری استفاده کرد تا بنگاه‌های تورگردان بتوانند حداقل هزینه‌های متغیر و بخشی از هزینه ثابت خود را پوشش دهند، به این ترتیب می‌توان توره‌های کوتاه‌مدت با قیمت نسبی بالاتر را در طول فصل رونق گردشگری عرضه کرد و در عوض در فصل رکود توره‌های طولانی مدت برای گروه‌هایی نظیر بازنشستگان با قیمت نسبی پایین‌تر طراحی کرد.

به نظر می‌رسد منافع مستقیم حاصل از فعالیت تورگردانی به واسطه رقابت شدید چندان قابل توجه نیست اما تورگردانان امکان جایگزینی دیگری برای افزایش منافع خویش در اختیار دارند، از جمله منفعت ارزش مالی پولی است که از سوی مشتریان مدتی پیش از انجام سفر به حساب تورگردانان واریز می‌شود.

تورگردانان همچنین از طریق ارائه خدمات جنبی می‌توانند درآمد کسب کنند، از جمله این درآمدها می‌توان به منافع حاصل از فروش اجناس بدون عوارض گمرکی، بیمه‌نامه‌های سفر، اجاره خودرو در مقصد و عرضه برنامه گشت‌های اختیاری اشاره کرد.

اعمال و کسر هزینه‌های مربوطه به لغو برنامه سفر نیز از جمله درآمدهای تورگردانان به حساب می‌آید. در این مورد به طور معمول منافع حاصله بیش از هزینه واقعی است که تورگردان متحمل می‌شود.

فروش مستقیم بسته سفر به مشتریان نیز به واسطه اینکه به حذف حق کمیسیون پرداختی به دفاتر خدمات مسافرتی منجر می‌شود، کسب منفعت بیشتر از سوی تورگردان را به دنبال دارد. ■