

دولت با صنعت گردشگری خداحافظی می‌کند

## خوشامدگویی به بخش خصوصی



مسعود شیرین کلام\*

از بازار ۲۰۰ میلیون نفری مسافران و گردشگران کشورهای اسلامی سهمی داشته باشد!

اما رویکرد بخش خصوصی و اهتمام در برپایی سمینارها و ارایه راهکارها از ناحیه اتاق ایران و تجار فعال در این زمینه به خصوص برگزاری نخستین همایش بین‌المللی گردشگری کشورهای اسلامی که با همکاری خبرگزاری میراث فرهنگی برپا گردید، در واقع مویذ این نظر است که دست اندرکاران صنعت گردشگری در کشورهای اسلامی به واسطه داشتن ریشه‌های مشترک فرهنگی با هم مشورت کنند و با استفاده از تجربیات کشورهای موفق تر راهکارهای مناسبی را برای رونق صنعت گردشگری با مشارکت و حضور فعال بخش خصوصی بیندیشند.

براساس آمارهای سازمان جهانی جهانگردی، تعداد گردشگران جهان در سال ۲۰۰۵ به بیش از ۸۰۰ میلیون نفر رسید. این در حالیست که تعداد گردشگران که در همین زمان به ایران وارد شده‌اند، حدود ۷۵۰ هزار نفر بوده است که اگر به این تعداد در سال ۲۰۰۶ حتی ۲۰ درصد هم اضافه نماییم، به یک میلیون نفر نخواهد رسید.

بنابراین می‌توان گفت یک دهم درصد از تعداد کل گردشگران جهان متعلق به ایران است و این رقم باتوجه به انواع مختلف جاذبه‌ها و وجود یک میلیون و دویست هزار اثر تاریخی و طبیعی، هنری

توجه به قابلیت‌های بالای اشتغالزایی در صنعت گردشگری از این حیث بسیار حائز اهمیت می‌باشد. ورود گردشگر از خارج به کشورمان یعنی ورود ارز به کشور و خروج گردشگر ایرانی یعنی خروج ارز از

### ✓ اکنون در سطوح بالای

سیاستگذاری کشور به خصوص بدنه

دولت به این اجماع رسیده‌اند که

مقوله گردشگری، پولساز، نشاط آور،

پرورونق و با جاذبه‌های ارزشمندی

است که در کشور ما به طور

خدادادی موجود می‌باشد

کشور. "حال برای حل این معادله به ظاهر ساده ولی در عمل پیچیده عزم ملی و توان علمی را باید به کار گیریم و از فرصت‌ها به نحو احسن استفاده نماییم. از یک سو، در تمام سال‌هایی که دولت جمهوری اسلامی ایران با سیاست‌های غرب ستیزانه بازار گردشگران اروپایی و آمریکایی خود را از دست داد، متأسفانه از سوی دیگر نتوانست حتی

با گذشت ۲۹ سال از تاسیس حکومت جمهوری اسلامی ایران، دست اندرکاران و متخصصان صنعت جهانگردی کشورمان بارها ناراضی‌بیتی خود را از سهم ناچیز ایران از بازار پرورونق صنعت گردشگری دنیا بیان نموده‌اند و بر این باورند که کشورمان "ایران" باتوجه به تنوع زیستی و اقلیمی فراوان و فرهنگ غنی و آثار و ابنیه تاریخی خود، نسیاسته توجه بسیار زیادی از جانب گردشگران دنیا می‌باشد.

بی‌تردید موفقیت روزافزون کشورهای با فرهنگ رایج اسلامی، همچون ترکیه، مالزی، مصر، تونس و امارات متحده عربی در کسب درآمدهای حاصل از صنعت گردشگری مسوولان را قانع نموده که گردشگری نه تنها خلی در فرهنگ و مذهب ما به وجود نمی‌آورد، بلکه می‌تواند مرهمی بر اقتصاد بیمار مبتنی بر فروش نفت در ایران باشد و علاوه بر آن زمینه‌های بسیار خوبی را نیز برای تعامل ایرانیان با مردم جهان به وجود آورد و تمدن والای ایرانی را هرچه بیشتر و بهتر به جهانیان شناساند.

بنا بر نظر کارشناسان، ورود هر یک نفر گردشگر به ایران می‌تواند شش الی ۱۰ فرصت شغلی ایجاد کند. باتوجه به جمعیت جوان ایران، کمبود کار در حال حاضر معطلی جدی است و

و ... در کشور رقم بسیار ناچیزی است. باتوجه به آمارهای موجود از تعداد گردشگران می‌توان گفت: صنعت گردشگری در جهان از رشد خوبی برخوردار بوده است و در این میان به ترتیب قاره آفریقا با ۱۰ درصد، آسیا با ۷/۴ درصد، خاورمیانه با ۶/۹ درصد، آمریکا با حدود ۵/۸ درصد و اروپا با ۴/۳ درصد پیش‌تاز بوده‌اند. اما کشورمان در حال حاضر با وجود دارا بودن جاذبه‌های فراوان جهانگردی و براساس اعلام شورای جهانی گردشگری، در جایگاه سی و پنجم جهان در این صنعت قرار دارد. اما پیش‌بینی می‌شود رشد این صنعت برای سال‌های ۲۰۰۷ تا ۲۰۱۶ به طور متوسط ۴ درصد در سال باشد که به این ترتیب سهم ایران در پایان سال ۲۰۰۶ در ایجاد فرصت‌های شغلی در صنعت گردشگری ۸ درصد گزارش شده است.<sup>(۱)</sup>

در چشم انداز ۲۰ ساله صنعت گردشگری کشور، پیش بینی شده که تعداد گردشگران ورودی به کشور به ۲۰ میلیون نفر برسد و باتوجه به این امر در پایان برنامه چهارم توسعه باید تعداد گردشگران خارجی چهار میلیون نفر باشد. در صورتی که آمارهای سال گذشته ۷۵۰ هزار گردشگر و همچنین عدم ارایه آمار دقیق در سال ۱۳۸۵ و کاهش تعداد توره‌های ورودی نشان دهنده عدم تحقق این امر در صنعت گردشگری ایران است.

طی سال‌های گذشته هر یک از مسوولان سازمان میراث فرهنگی و گردشگری طرح‌ها و برنامه‌ریزی‌های زیادی را در مورد جذب بیشتر گردشگر، توسعه زیرساخت‌ها، احداث مراکز اقامتی، پذیرایی بین راهی و رفاهی ارایه کرده‌اند که البته فقط اجرای درست و همه جانبه این برنامه‌ها می‌تواند در توسعه صنعت گردشگری کشور نقش بسیار موثری داشته باشد، در غیر این صورت تمامی آنها در حد حرف و طرح باقی خواهد ماند.

کاملاً آشکار است که کشور عزیزمان ایران با پتانسیل‌های فراوان تاریخی، فرهنگی، طبیعی و درمانی در میان بسیاری از کشورها از جمله کشورهای عربی حاشیه خلیج فارس، به مراتب بالاتر می‌باشد. اما متأسفانه بعضی از همسایگان ما به رغم پتانسیل موجودشان در زمینه گردشگری، با درایت و زیرکی گوی سبقت را از ما ربوده‌اند. از آن جمله بعضی از کشورهای حاشیه خلیج فارس، با انجام رویدادهای ورزشی، تفریحی و فرهنگی با برگزاری مسابقات جام تنیس، مسابقات پر اهمیت اسب دوایی و شتر سواری، مسابقات گلف امارات متحده عربی، مسابقات اتومبیل رانی فرمول یک در کشور بحرین و بیابان‌های یمن و عربستان و برپایی مسابقات آسیایی دوحه قطر و اخیراً نیز با

طرح جشنواره فیلم دبی که در حال گسترش و توسعه می‌باشد، ایران را پشت سر گذاشته‌اند. اما نکته‌ای که نمی‌توان در این خصوص نادیده گرفت، اینست که درآمد فراوان حاصل از فروش نفت و گاز برای ساکنین عرب در این منطقه باعث گردیده که ابتدا، خود اعراب قدرت سیر و سفر داشته و تمایل به جهانگردی و بدست آوردن تجربیات سایر کشورها را به سوابق خود بیفزایند و ثانیاً، پی برده‌اند با ورود تکنولوژی و ابزار مصنوعی می‌توانند زمینه جذب مسافر و گردشگر را برای سرزمین خود فراهم نموده و در سایه این جذابیت‌های تصنعی، نه تنها با هجوم مردم منطقه و گردشگران به آنجا منابع ارزی فراوانی نصیب خود نمایند، بلکه در این فضا بهره‌برداری‌های سیاسی و دیپلماسی لازم را نیز عاید خود کنند. بدین سان رونق تجاری و ابزار اقتصادی را در جهت اعمال سیاست‌های خود به کار می‌گیرند. برخلاف برخی کشورها که علاوه بر امکانات اقتصادی و تجاری و صنایع و معادن کافی، مسایل سیاسی را در درجه اول اهمیت قرار می‌دهند و بعد انتظار رشد و گسترش تجاری و اقتصادی دارند که انتظاری محتمل بر واقعیت است که البته مقاله حاضر پرداختن به آن را در رسالت خود نمی‌داند. در سوی دیگر کشورمان، کشور ترکیه قرار دارد که نمونه‌ای بارز و موفق از کشورهای گردشگر پذیر می‌باشد.

گردشگری در ترکیه از نظر درآمد بعد از صنعت و نساجی، در رده سوم قرار دارد.

جهش گردشگری ترکیه از سال ۱۹۸۰ با حرکتی سریع و رو به رشد به صورت زیربنایی پایه ریزی و شروع گردید. ابتدا بستر قانونی آنرا ساختند و سپس با اقتباس از استانداردهای بین‌المللی، پروژه‌ها و برنامه‌هایی را تعریف کرده و با صرف انرژی و کار زیاد پی‌گیری نمودند.

از فاکتورهای مهم در این پیشرفت، آموزش افراد در جهت گردشگری بوده است. امروزه ترکیه وزارتخانه‌ای تحت عنوان "وزارت فرهنگ و گردشگری" دارد که سیاست‌ها و استراتژی آتی این صنعت را با چشم انداز روشن دنبال می‌کند. مراکز و سازمان‌های خصوصی با استناد به محبت خصوصی سازی در ترکیه شروع به کار نمودند. به آنها از سوی دولت اختیار داده شد و سکان اصلی به دست آنها سپرده شد. در ابتدا به شرکت‌ها و افراد اعتماد کردند و دولت با تکیه بر این اعتماد از آنها خواست که کارها را انجام دهند و خود به عنوان یک مرجع دوم بر آنها نظارت و کمک نماید.

با این اوضاع و احوال، بخش خصوصی شروع به کار کرده و در این بین رقابت ایجاد گردید. در

چارچوب این رقابت، انگیزه آنها برای ایجاد خدمات بیشتر شده و کیفیت هم بالا رفت که حتی سفارش برای ساخت هتل از جمله ساخت ۲۰ هتل زنجیره‌ای در ایران از موفقیت‌های آنان می‌باشد. بحث دیگری که مورد اهمیت بود، اطلاعات گردشگری بود که با ایجاد شبکه‌های خصوصی و کانال‌های تلویزیونی متعدد باعث اطلاع رسانی و تشویق مردم به سوی بازدید از ترکیه شدند. تا آنجا که مردم ترکیه خودشان در ایام تعطیلات به سمت گردشگاه‌های توریستی، هتل‌ها، پانسون‌ها و کمپینگ‌ها، اماکن تاریخی و مناطق دیدنی کشورشان با حجم بالا سفر می‌کنند.

در این خصوص حتی اتاق بازرگانی ترکیه به سهم خود با برپایی کنگره‌ها، نمایشگاه‌ها، سمینارها و نشست‌های اقتصادی و بین‌المللی که می‌توان شرکت‌کنندگان آن را گردشگر تجاری قلمداد نمود، توجه خیل عظیمی از تجار و بازرگانان، روسای اتاق‌های بازرگانی، مسوولان اقتصادی و بنگاه‌های تبلیغاتی و مطبوعاتی سراسر جهان را به سوی خود جلب نموده است؛ از جمله برگزاری کنگره بین‌المللی اتاق‌های بازرگانی جهان در ژوئیه ۲۰۰۷ با حضور نمایندگان ۱۵۰ کشور، جلسه شورای جهانی ICC با حضور نمایندگان ۵۷ کشور و همچنین برگزاری اجلاس D8 به ریاست دکتر نهایندیان رییس اتاق بازرگانی ایران را می‌توان نام برد.

برپایی این قبیل مراسم توسط دستگاه‌های دولتی و خصوصی در ترکیه منجر به واقعیتی می‌شود که پروازهای خطوط هوایی به ترکیه مملو از مسافران کشورهایی می‌باشد که قصد دارند به این سرزمین وارد شوند. ورود حجم بالای مسافر اگر چه ظاهراً در قالب توره‌های گوناگون اقتصادی و تجاری و ... به این کشور صورت می‌گیرد ولی عملاً این افراد واردکنندگان ارز به کشور ترکیه می‌باشند و برای یک دولت و ملت چه چیز بهتر از این که با حداقل هزینه در کشورشان با حجم گسترده‌ای از فعالیت‌های مختلف از جمله فروش انواع محصولات، رونق اشتغال و بازار کار داخلی، هتل‌ها و مهمانسراهای مملو از مسافر، درآمد ناشی از ترانسفر، حمل و نقل داخلی، خطوط هوایی و ... روبرو گردند.

در سایه بررسی فرآیند و بازتاب آثار و اهداف مثبت دیگر برگزاری اینگونه فعالیت‌ها، تحقق و دستیابی به امتیازات سیاسی و دیپلماتیک (از جمله الحاق ترکیه به اتحادیه اروپا که آرزوی دولت و ملت ترکیه می‌باشد و سال‌هاست به خاطر آن تلاش می‌کنند) را در سطح جامعه بین‌الملل می‌توان شاهد بود. ترکیه از این طریق قصد دارد نگاه مساعد کشورهای دیگر از جمله کشورهای

اروپایی را به سوی خود جلب نماید. بیش از ۲۲ میلیون نفر از این کشور بازدید داشته‌اند که متأسفانه با مقایسه این رقم با آمار ارایه شده در سال ۱۳۸۵ یعنی ورود ۷۵۰ هزار نفر گردشگر به ایران، فاصله بسیار زیادی از نظر جذب درآمدهای گردشگری با ترکیه مشاهده می‌شود. لازم به ذکر است کشور فرانسه با جذب ۷۷ میلیون نفر گردشگر رده اول جهانی را دارا می‌باشد. همچنین در رده بندی درآمد گردشگری در سال ۲۰۰۶ کشور آمریکا با ۷۸ میلیارد دلار مقام اول و کشور ترکیه با ۲۱ میلیارد دلار مقام هشتم در دنیا را کسب نموده‌اند.

مهندس جهانگیری (مدیر عامل شرکت توسعه گردشگری) در جواب سوالی که خبرنگار ایرنا در مورد اینکه آیا بخش خصوصی از طرح‌های شما (دولت) در زمینه گردشگری استقبال کرده است یا خیر؟ می‌گوید: در حال حاضر نزدیک ۴۰ شرکت سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی به ما ملحق شده‌اند و سیاستمان اینست که ما حداقل مشارکت را داشته باشیم، یعنی فقط ۳۵ درصد سهام را نگه می‌داریم و اگر بخش خصوصی تمایل داشته باشد، این ۳۵ درصد را نیز واگذار می‌نماییم.

خوشبختانه نگاه بخش خصوصی کشورمان از نیمه دوم سال ۱۳۸۵ به صنعت توریسم و جهانگردی قابل تحسین است. گذشته از مسایل سیاسی و تحریم‌های اقتصادی، اتاق بازرگانی ایران با برپایی و مشارکت در سمینارهای مختلف در این زمینه، آمادگی و استقبال خود را اعلام نموده است. از جمله حضور مهندس رحیم مشائی رییس سازمان میراث فرهنگی و گردشگری و صنایع دستی، در نیمه دوم سال ۱۳۸۵ در جمع فعالان اقتصادی کشور و دیدار با ریاست اتاق ایران و رییس کمیسیون گردشگری و توریسم اتاق ایران و امضای تفاهم‌نامه همکاری میان دو سازمان را به فال نیک گرفته و باور داریم که وارد شدن بیش از پیش بخش خصوصی باتوجه به آزاد سازی و ابلاغیه اصل ۴۴ می‌تواند منشاء اثرات ارزنده گردیده و احیای صنعت پردرآمد گردشگری را در کشور در پی داشته باشد.

همچنین برگزاری و همکاری در همایش سه روزه بین‌المللی گردشگری کشورهای اسلامی در اسفند ماه ۱۳۸۵ در محل اتاق بازرگانی ایران نیز نمایانگر استقبال بخش خصوصی و مسوولان اتاق بازرگانی ایران از گردشگری و جهانگردی می‌باشد. از سوی دیگر، میزبانی اتاق ایران از هیات اقتصادی و تجاری مالزی باز هم در نیمه دوم سال ۱۳۸۵ و مطرح شدن بحث گردشگری و جهانگردی مورد عنایت طرفین واقع گردید و جنبه‌های همکاری میان دو کشور ایران و مالزی و

استفاده از تجربیات دو کشور مورد بحث و گفتگو قرار گرفت.

آقای العطاس رییس اتاق بازرگانی مالزی اعلام نمود که مالزی قصد دارد به تعداد کل جمعیت ۲۴ میلیون نفری خود، ۲۴ میلیون گردشگر را تا سال ۲۰۱۰ هر ساله جذب نماید که با مقایسه آمار سالیانه حدود ۷۵۰۰۰۰ (هفتصد و پنجاه هزار) نفر گردشگر در ایران (۱۳۸۵) و جمعیت هفتاد میلیونی جای بسی تامل دارد!

در زمینه انواع مطلوب و مختلف توسعه گردشگری، از جمله گردشگری تاریخی، طبیعی، فرهنگی، درمانی و رویدادها و مناسبات، استنباط می‌گردد که چه نهادهای دولتی و چه فعالان بخش خصوصی، شناخت کاملی از شرایط ایجاد، حفظ، جذب و توسعه بازارها و محصولات گردشگری ندارند.

لازم است که مدیریت کلیه نواحی گردشگری کشورمان به مساله شناخت انواع سیاست‌های توسعه، متناسب با بازار روز گردشگری توجهی جدی مبذول دارند. از این جهت یکی از موضوعات مهم، تربیت نیروی انسانی متخصص و سپردن کار به کاردان در این صنعت می‌باشد؛ اولویتی که نهادهای دولتی و نیمه دولتی و خصوصی کمتر به آن توجه نموده و به طور جدی در دستور کار خود قرار نمی‌دهند!

سرمایه‌گذاران را نمی‌توان ملزم و مکلف به انجام پروژه‌های نمود، ولی آن زمان که بستر و نیروی انسانی را توانا و با مهارت ببینند، خواهند آمد. صرفاً وجود پتانسیل در جاذبه‌های تاریخی و طبیعی و فرهنگی، یک سرزمین را به مقصد گردشگری مبدل نمی‌سازد، بلکه استراتژی و سیاست دولت‌مدان از یکسو و تربیت نیروی کارآمد و امنیت اجتماعی و ارایه خدمات مناسب و به روز از سوی دیگر، می‌تواند زمینه جذب جهانگرد به آن سرزمین گردد.

ساخت و احداث هتل‌های چند ستاره مدرن، ساخت اردوهای اقامتی، اعطای وام‌های کم بهره (زیر شش درصد) برای سرمایه‌گذاران در بخش‌های مرتبط با این صنعت، جایزه صادراتی آژانس‌های مسافرتی (به منظور تشویق تورهای ورودی برای جذب توریست به کشور در ازای وارد کردن هر گردشگر، مبلغی به دفاتر توریستی پرداخت گردد)، استاندارد سازی زیرساخت‌های گردشگری، همگانی کردن و ارزان سازی سفر برای اقشار مختلف مردم به خصوص کارمندان در قالب: ۱- بخشی از هزینه سفر را دولت بپردازد. ۲- بخشی را خود فرد بپردازد. ۳- بخش دیگر را سازمان گردشگری کشور برای استفاده مسافران از تاسیسات و مکان‌های مورد نیاز اقامتی، پذیرایی،

تفریحی و ... تقبل نماید.

استفاده از مراکز تفریحی توریستی و اقامتی نوار ساحلی جنوب و شمال کشور، تسهیل در ورود و خروج توریست‌های خارجی، صدور روادید الکترونیکی، برپایی سایت اینترنتی از مکان‌های تاریخی، فرهنگی، طبیعی و ... همراه با عکس‌های تبلیغاتی و جذاب، تقویت کانال‌های تلویزیونی به همراه نمایش و تبلیغ اماکن دیدنی به زبان انگلیسی، فرانسوی، عربی برای جلب گردشگران خارجی، ... تبادل و اعزام کارشناسان سازمان میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی به کشورهای موفق در زمینه گردشگری و ... از جمله اقدامات لازم برای رونق بازار توریسم و گردشگری در کشورمان خواهد بود.

قطعاً وارد شدن بخش خصوصی و مشارکت و همکاری در ساخت و اجرای برنامه‌های گسترده در این وادی موجب تغییر و تحول جدیدی در این صنعت می‌گردد، زیرا رقابت در انجام مأموریت‌های محوله در بخش خصوصی باعث افزایش امکانات و سرویس دهی مناسب گردیده، به همان میزان سطح بازدهی، تخصص و کارایی بالاتر می‌رود، نهایتاً باعث رضایتمندی و ترقی در جامعه می‌شود. لذا اعطای مجوزهای لازم و ایجاد بستر سرمایه‌گذاری و امنیت مالی از سوی نظام جمهوری اسلامی ایران و دستگاه‌های دولتی باعث رشد و تسریع در اجرای طرح‌ها و برنامه‌ها خواهد بود.

\* دانشجوی کارشناسی ارشد توریسم و برنامه‌ریزی

### زیر نویس‌ها:

۱) آمار و ارقام ارایه شده از سوی سازمان جهانی گردشگری ارایه شده و اینکه تا چه حد آمارهای ارایه شده از سوی W.T.O به واقعیت نزدیک می‌باشد، مشخص نیست.

### منابع و مأخذ:

- ۱- خبرگزاری میراث فرهنگی
- ۲- ماهنامه ایرانا ۱۳۸۵
- ۳- خبرگزاری مهر ۱۳۸۵
- ۴- سایت خبری اتاق ایران و اتاق تهران
- ۵- جهانگردی در چشم انداز جامع- دکتر علی پارسائیان و دکتر سید محمد اعرابی. تهران ۱۳۷۷
- ۶- گزارشات و تحقیقات میدانی نگارنده ضمن حضور در جلسات و سمینارهای مرتبط با گردشگری و توریسم

