

"حرکت جمهوری آذربایجان از نفت به گردشگری"

یکی از بخش‌های نوظهور در اقتصاد جمهوری آذربایجان گردشگری است که توسعه روزافزون آن سیاستمداران این کشور را امیدوار ساخته تا بالاخره وابستگی دیرینه اقتصاد این کشور به منابع نفتی به پایان برسد؛ امیدی که آنها را به صرافت اصلاحات ساختاری نیز انداخته و مدیریت گردشگری آذربایجان که تا پیش از این تحت نظارت وزارت فرهنگ این کشور انجام می‌شد، اکنون تحت نظارت نهادی تازه تاسیس به نام «شورای دولتی مدیریت گردشگری» قرار گرفته است. شاید تا چند سال پیش تصویری که در اذهان عمومی از جمهوری آذربایجان و سفر به آن وجود داشت کشوری تازه استقلال یافته و توسعه نیافته از دل اتحاد جماهیر شوروی بود که مردم آن در شرایط نامناسبی روزگار می‌گذراند؛ اما این، آن چیزی نیست که امروز درون مرزهای جمهوری آذربایجان می‌گذرد و با توسعه توریسم در این دیار، آذربایجان و پایتخت آن باکو بدل به مقصدی جذاب برای سفر گردشگران بسیاری از کشورها شده است.

با استناد به آمار سالانه سفرهای خروجی ایرانیان این نکته در مورد گردشگران ایرانی نیز به چشم می‌خورد که استقبال از سفر به این همسایه شمالی در کشور ما نیز رو به افزایش است؛ به طوری که سال گذشته جمهوری آذربایجان تبدیل به چهارمین مقصد پرتعداد سفر ایرانیان شد و ایران نیز در سال ۲۰۱۷ سومین مبدا برتر گردشگری جمهوری آذربایجان بود. بدون شک این مهم به صورت اتفاقی حاصل نشده و ثمره برنامه‌ریزی بلندمدت و اصلاحاتی در نگاه به این حوزه و بهینه‌سازی ساختارها و نهادها بوده است. اخیراً نیز وبسایت «فوربس» نگاهی به توسعه گردشگری در جمهوری آذربایجان داشته و روایت کرده که چگونه همسایه شمالیایران با الهام از کشور کوچک ایسلند و با اتخاذ سیاست‌های منسجم و خلاقانه، صنعت گردشگری را

به‌عنوان مسیر نجات از خام‌فروشی نفت و احیای اقتصاد بحران‌زده خود در دوران پسافروپاشی شوروی برگزیده است. «فوربس» در گزارش خود به نقل از یکی از مقامات دولتی آذربایجان در حوزه گردشگری تصریح کرده که استراتژی این کشور برای دستیابی به بیشترین تعداد گردشگر خارجی، «ارتقای همکاری‌ها با همسایگان خود»، «بازاریابی مسنجم در کشورهای منطقه به‌منظور تثبیت گردشگری به‌عنوان یکی از ارکان اقتصاد این کشور» و «توسعه زیرساخت‌ها به‌منظور حضور گسترده‌تر در بازار جهانی گردشگری در آینده نزدیک» است.

سه بازار هدف

«فوربس» گزارش خود درخصوص توسعه صنعت توریسم در آذربایجان چنین آغاز می‌کند که راهکارهای خلاقانه‌ای برای پیشرفت و توسعه، اغلب از دل بحران‌ها بیرون می‌آید. کشوری که وابستگی بلندمدتی به نفت داشته و به‌طور تاریخی کالای اصلی صادراتی آن نفت بوده، بازارهای آن نوسانات بسیاری را تجربه کرده و اقتصاد آن شاهد کاهش ارزش پول ملی و خرج شدن سریع درآمدهای حاصل از فروش نفت بوده، نگران آن بود که با بروز یک بحران مالی جهانی دیگر دچار فروپاشی شود. از همین رو امکانات و شرایط خود را به‌دقت سنجید: «مساحتی نسبتاً کم»، «چشم‌اندازهای طبیعی وسیع و متنوع»، «مواریث فرهنگی و باستانی» و «جمعیت جوانی که خواهان احراز هویت در جامعه جهانی بودند». همین امکان‌سنجی سیاستمداران آذربایجانی را واداشت تا به مدل‌های توسعه در کشورهای مشابه آنها داشتند اعتماد کنند و در این میان یک کشور کوچک دیگر در آب‌های اقیانوس اطلس با ۵ هزار کیلومتر فاصله نظر آنان را جلب کرد؛ ایسلند در سال‌های اخیر با عواید حاصل از صنعت گردشگری خود به کشوری نسبتاً ثروتمند با مردمانی مرفه تبدیل شده است.

این رسانه آمریکایی در ادامه روایت خود از آذربایجان می‌افزاید: ظرفیت‌های توسعه گردشگری در این کشور قابل اعتنا و توانمند است از سواحل دریای خزر گرفته تا پیاده‌روی و ورزش‌های زمستانی و اسکی در کوه‌های قفقاز تنوع جغرافیای این کشور را نشان می‌دهد و شهرهای آن با بافت تاریخی خود و پا گرفتن هنرهای معاصر در دل آن، جشنواره‌ای از رویارویی تمدن شرق و غرب شده است. برخورداری از این ظرفیت‌ها و تجربه موفق رشد ورود گردشگران به این کشور طی سال‌های اخیر، موجب شد که دولت آذربایجان بیش از هر زمان دیگری توسعه گردشگری را به‌عنوان راه نجات جدی بگیرد و به‌منظور سرعت بخشیدن به امور توسعه این صنعت در آذربایجان، اقدام به تاسیس «شورای دولتی مدیریت گردشگری» در ماه مه سال جاری میلادی کرد. این نهاد جدید از منابع مالی و اختیار عمل بیشتری نسبت به نهاد سابق که زیرمجموعه وزارت فرهنگ این کشور قرار می‌گرفت برخوردار است و در نظر دارد تمرکز ویژه‌ای بر بازارهای گردشگری این کشور انجام دهد.

رئیس این نهاد تازه‌تاسیس در گفت‌وگو با «فوربس» درخصوص چالش‌های پیش‌رو و برنامه‌هایی که در دستور کار نهاد متبوعش قرار دارد می‌گوید و تصریح می‌کند که در نظر دارد آذربایجان را به‌عنوان مقصدی ۴فصل وارد بازار رقابت جهانی توریسم کند و به این منظور کشورش باید حضوری مستمر و بی‌وقفه در زمینه تبلیغات و بازاریابی داشته شد. فواد نقی‌یف هدف اصلی این نهاد دولتی جدید را تحت تاثیر قرار دادن بازارهای جهانی برای سفر گردشگران به آذربایجان توصیف می‌کند و لازمه حفظ پویایی و بازدهی مثبت گردشگری در کشورش را حفظ و گسترش روابط مبتنی بر حمایت و همکاری میان بخش دولتی و بخش خصوصی آذربایجان می‌داند. وی خاطرنشان می‌کند که صنعت گردشگری در جهان سریع‌تر از سایر صنایع در حال رشد است و آذربایجان به‌لحاظ استراتژیک اگر بخواهد توریسم را به یکی از ارکان اقتصاد خود تبدیل کند

و برای مردم خود اشتغال‌زایی و تولید ثروت کند، باید از طریق بازاریابی منسجم و تبلیغات موثر و با پشتیبانی مطالعات دقیق بازارهای هدف، تقاضای سفر به جمهوری آذربایجان را میان گردشگران جهان تحریک کند.

این مقام مسوول رویه کنونی دولت جمهوری آذربایجان به‌منظور جذب گردشگر را چنین توصیف می‌کند: تمرکز بر سه بازار هدف «منطقه قفقاز شامل روسیه، گرجستان و ترکیه»، «آسیا و خصوصاً چین و هند» و «خاورمیانه» به‌منظور تثبیت حضور گردشگران در این کشور است؛ چراکه به‌باور وی بازار جهانی گردشگری هم‌اکنون اشباع شده و موثرترین اقدام در مقطع کنونی جذب گردشگران منطقه با برآورده کردن ذائقه آنان است. شورای دولتی مدیریت گردشگری چنین پیش‌بینی کرده است که به‌دنبال افزایش حضور گردشگران منطقه و کسب درآمد از طریق آنان، سرمایه‌های بیشتری در بخش گردشگری جمهوری آذربایجان جذب و با توسعه بیشتر زیرساخت‌ها، امکان جذب گردشگر از بازارهای فرامنطقه‌ای نیز فراهم خواهد شد. به همین منظور، استراتژی کنونی جمهوری آذربایجان برقراری پیمان‌های مشترک و توسعه همکاری‌ها با سه کشور همسایه روسیه، گرجستان و ترکیه در زمینه گردشگری و ارائه تسهیلات بیشتر درخصوص ویزای ورود به اتباع اقصی نقاط جهان است.

همچنین عواید حاصل از این صنعت طی سال‌های اخیر فرصت را برای توسعه زیرساخت‌های حمل و نقل در این کشور فراهم ساخته است. در تازه‌ترین اقدام، میلیون‌ها نفر بر ظرفیت سالانه پذیرش مسافر در فرودگاه بین‌المللی حیدر علی‌اف واقع در باکو افزوده شده و این فرودگاه توانسته در وب‌سایت معتبر Skytrax که عملکرد فرودگاه‌ها و شرکت‌های هواپیمایی را ارزیابی می‌کند، حائز پنج ستاره که اشاره به بالاترین کیفیت دارد، شود. مسوولان گردشگری جمهوری آذربایجان به‌دنبال برندسازی از توریسم «قفقاز» هستند و در این میان به‌منظور جذب بیشتر گردشگر و سرمایه از بازاریابی و توسعه توریسم بر بستر جاده ابریشم غافل نمانده‌اند.

بدهستان گردشگری با ایران

اما یکی از ظرفیت‌های گردشگری جمهوری آذربایجان که از جانب «فوربس» نیز به آن اشاره شد، جذب گردشگر به بهانه جاذبه‌های طبیعی حاشیه دریای خزر و ظرفیت‌های توریسم دریایی در این کشور است؛ دریای خزر میراثی طبیعی و جغرافیایی در منطقه است که از قضا ایران نیز با جمهوری آذربایجان در آن شریک است، اما کشور ما نتوانسته از ظرفیت‌های آن برای جذب گردشگر خارجی بهره‌چندانی ببرد. هرچند تعداد گردشگران ورودی به ایران فعلاً بیشتر از جمهوری آذربایجان است، اما شاید چندان منطقی نباشد که به این آمار دلخوش بود. همسایه شمالی تنها به اندازه ۵ درصد ایران مساحت و ۱۱ درصد ایران جمعیت دارد و تنوع جاذبه‌های تاریخی، فرهنگی و طبیعی آن که منجر به انگیزه سفر گردشگران می‌شود به هیچ عنوان در ابعاد ذخایر ایران نیست. این درحالی است که مطابق آخرین آمار ایران سالانه اندکی بیش از ۵ میلیون گردشگر ورودی داشته که نسبت به سال قبل از آن تقریباً ۵ درصد رشد حاصل شده است؛ از طرف دیگر آذربایجان در سال ۲۰۱۷ توانست با ۲۰ درصد رشد نسبت به سال ۲۰۱۶ تعداد گردشگران ورودی خود را به رقم ۲ میلیون و ۶۹۱ هزار و ۹۹۸ نفر برساند و به نظر می‌رسد با تغییرات جدید ساختاری و تمرکز مضاعف بر صنعت گردشگری در این کشور، این رشد پرشتاب استمرار داشته باشد.

البته ایران نیز بخش قابل توجهی از گردشگران خود را وامدار جمهوری آذربایجان است که با انگیزه‌های زیارتی به ایران سفر می‌کنند. مطابق آخرین آمار، گردشگران آذربایجانی با تعداد ۹۵۹ هزار و ۶۵۳ نفر، ۱۸ درصد از گردشگران ورودی به ایران را تشکیل می‌دهند و در مقابل ایرانیان نیز سالانه با ۳۰۰ هزار سفر، سهمی ۱۱ درصدی از آمار گردشگران ورودی به جمهوری آذربایجان را به خود اختصاص داده‌اند. کارشناسان معتقدند این ارقام و اشتراک هر دو کشور در دریای خزر به عنوان ظرفیتی جذاب به منظور گردشگر، اهمیت

بازار جمهوری آذربایجان را برای صنعت گردشگری ایران دوچندان می کند و می توان به عنوان راهکاری برای راه اندازی موتور صنعت گردشگری در شرایط کنونی اقتصاد کشور، بر بستر مذاکرات رژیم حقوقی دریای خزر با همسایه شمالی به تفاهم و همکاری های مشترکی به منظور جذب بیشتر گردشگران منطقه رسید.

نوید شکراللهی