

راز محرومیت از درآمد گردشگری

گردشگران آتی» بازار ایرانگردی به همراه «سیاست مناسب» برای پاسخ به سبک جدید گردشگری معرفی شدند. مرکز پژوهش‌ها با بررسی کارنامه دولت در حوزه گردشگری، «نگاه غلط و تقلیل‌گرایانه» به این حوزه را عامل محرومیت از درآمد پایدار بازار توریسم اعلام کرده است. ۱۳ نقطه ضعف و ۶ اشکال باعث شده از ظرفیت گردشگری آن‌طور که باید بهره‌برداری نشود. اولویت دست‌چندم «گردشگری داخلی»، مهم‌ترین نارسایی موجود است. شرایط بازار گردشگری ایران باید برای سرویس‌دهی به «توریست‌های خانوادگی» آماده شود.

مرکز پژوهش‌های مجلس با ترسیم چشم‌انداز بازار گردشگری جهان و ایران، عملکرد دولت را طی چهار دهه گذشته در این حوزه «ضعیف» دانست و در عین حال «گردشگران آینده» بازار گردشگری ایران را معرفی کرد. این بررسی در سه سرفصل کلیدی انجام شده و «نگاه غلط و تقلیل‌گرایانه»، «نقاط ضعف و مشکلات این حوزه» و «سمت و سوی آتی» در حوزه گردشگری را واکاوی کرده است. به گزارش «دنیای اقتصاد» نتایج بررسی‌های مرکز پژوهشی مجلس نشان می‌دهد که مدیران دولت به‌خاطر نوع نگاه عمدتاً فرهنگی به صنعت گردشگری و بازار گردشگری آن‌طور که در دنیا از این حوزه درآمدزایی می‌شود نتوانستند شرایط بهره‌برداری اقتصادی از منافع پایدار کشور را فراهم کنند و به گردشگری به‌عنوان موتور محرک اقتصادی نگاه نمی‌شود؛ درحالی‌که این صنعت می‌تواند کارکردهای اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و امنیتی نیز داشته باشد. براساس اعلام مرکز پژوهش‌های مجلس هیچ کدام از برنامه‌های توسعه و سیاست‌ها، اشاره‌ای به میزان سرمایه‌گذاری، اشتغال‌زایی و درآمدزایی گردشگری نکرده است. ایران در گام دوم خود در حوزه گردشگری با یک چشم‌انداز ۲۰ ساله در صدد است سهم ایران از کل تعداد گردشگران جهانی را از ۰/۶ درصد در سال ۹۷ به ۱/۵ درصد در سال ۱۴۰۴ افزایش دهد که این امر با جذب حدود ۲۰ میلیون گردشگر خارجی محقق خواهد شد. طی چهار دهه گذشته برنامه گردشگری عمدتاً در امور فرهنگی همچون حفظ ابنیه تاریخی، موزه‌ها و... تعریف شده درحالی‌که ایران از ظرفیت‌های بکر بسیاری در طبیعت‌گردی، بوم‌گردی، کویرنوردی، گردشگری ساحلی، ورزشی، پزشکی و زمستانی برخوردار است.

همچنین گردشگران ورودی به ایران که با توجه به آمار جهانی بسیار کم است اغلب گردشگران مذهبی از کشورهای همسایه و عمدتاً شیعه را شامل می‌شود. براساس آمارها عراق ۳۰ درصد از کل ورودی توریست‌های خارجی را به خود اختصاص داده است. می‌توان با توجه به ظرفیت‌های بسیار ایران در گونه‌های مختلف گردشگری و همچنین برنامه‌ریزی مدون برای جذب گردشگران مذهبی در ادیان و مذاهب مختلف این نگاه تقلیل‌گرایانه را کاهش داد. بررسی‌های مرکز پژوهش‌های مجلس نشان می‌دهد: گردشگران داخلی رکن اصلی و پایدار صنعت گردشگری در جهان را شکل می‌دهند و مطابق آمار شورای جهانی سفر و گردشگری، ۷۹ درصد از کل درآمد گردشگری متعلق به گردشگران داخلی و ۲۱ درصد سهم گردشگران بین‌المللی است. اما در ایران توجه به گردشگران داخلی در اولویت دست‌چندم قرار دارد و سهم گردشگران داخلی بسیار کم است و شرایط و برنامه‌های سفرهای داخلی متناسب با استطاعت گردشگران داخلی وجود ندارد.

به گزارش «دنیای اقتصاد» عملکرد ضعیف ایران طی ۴۰ سال گذشته بر حسب چالش‌ها و ضعف‌های آن را می‌توان در ۱۳ نقطه ضعف و ۶ اشکال سیاستی مطرح کرد. ضعف زیرساخت‌های عمومی و خاص گردشگری، محدود بودن تعداد اقامتگاه‌های گردشگری، وضعیت نامناسب جاده‌ها، پایین بودن کیفیت خودروهای داخلی، افزایش آمار تلفات رانندگی و

احساس ناامنی و ترس از سفر از این طریق، سیستم ناکارآمد و بسیار محدود خطوط حمل و نقل به ویژه ریلی و هوایی و گران بودن سفر از این طریق، بالا بودن هزینه اقامت در هتل ها و اقامتگاه های مربوط، پندارهای نادرست جامعه در مورد گردشگران، عدم تبلیغ مناسب در زمینه جاذبه های سیاحتی ایران، وضعیت نامناسب خدمات اولیه گردشگری از جمله سرویس های بهداشتی و اسکان موقت، کیفیت ضعیف خدمات گردشگری به خصوص در سطح گردشگری بین المللی و آموزش ناکارآمد نیروی انسانی، عدم ثبات ساختاری و مدیریتی و در نهایت تعدد دستگاه ها و تداخل وظایف و اختیارات در حوزه گردشگری ۱۳ نقطه ضعف در توسعه صنعت گردشگری محسوب می شود.

۶ اشکال سیاستی در سیاست گذاری صنعت گردشگری کشور در گام اول وجود دارد که اجازه استفاده از ظرفیت های طبیعی و تاریخی ایران را که جزو ۱۰ کشور برتر از نظر تنوع جاذبه های تاریخی و پنج کشور برتر جهان از نظر تنوع اقلیمی است، نمی دهد که این عوامل موجب عقب تر ماندن ایران از رقبای منطقه ای خود شده است. ابتدا نداشتن نقشه جامع گردشگری، دوم عدم اولویت گذاری گردشگری داخلی در برنامه های توسعه گردشگری، تمرکز بر مقاصد خاص و بی توجهی به تمام ظرفیت ها در انواع گونه های گردشگری، عدم برنامه ریزی سفر برای دهک های مختلف درآمدی جامعه با توجه به پایین بودن سرانه کشور، توجه ناکافی به ظرفیت های بازار گردشگری کشورهای همسایه و منطقه ای و ششمین اشکال سیاستی فقدان نظام آماری منسجم، دقیق و قابل اعتماد مطرح می شود.

صنعت گردشگری یکی از ابزارهای کلیدی پیشرفت در حوزه های اشتغال زایی، ارزآوری و درآمدزایی است که به واسطه آثار اقتصادی غیرقابل قیاس با صنایع دیگر، جلوگیری از نشت ارز، نیاز اندک به مهارت و سرمایه گذاری، خرده فروشی و خدمات که باعث افزایش کیفیت جوامع محلی می شود، رشد بخش کشاورزی، تولید و خدمات به توسعه گردشگری منجر می شود و همچنین تقاضای مشتق برای تمامی کالاها و خدمات رونق اقتصادهای محلی را به همراه دارد. از مهم ترین آثار رشد و توسعه گردشگری در ایران، عدم وابستگی به صنعت نفت است که این امر با توجه به شرایط تحریمی کشور میزان آسیب پذیری در بخش صادرات نفتی را کاهش می دهد و کسری درآمدزایی و ارزآوری را جبران می کند و جایگزین درآمدهای ناپایدار و زودگذر اقتصادی می شود. از دیگر آثار توسعه پایدار گردشگری افزایش اشتغال زایی است که این صنعت ۱۰ درصد از کل اشتغال جهانی در ۲۰۱۸ را به خود اختصاص داده است.

بدنه عملیاتی و اجرایی گردشگری را بنگاه های کوچک و متوسط اقتصادی تشکیل داده است که این بنگاه ها باعث اشتغال نیروهای بسیاری در زمینه استارت آپ های نوظهور، حمل و نقل و... می شود. و آخرین آثار توسعه گردشگری دیپلماسی فعال عمومی است که با ترویج تفاهم بین المللی و ایجاد گفتمان های فرهنگی، خنثی کردن تبلیغات منفی و آشنایی اقوام و ملل گوناگون با آداب و رسوم و فرهنگ کشور می توان به بهبود دیپلماسی بین الملل و همگرایی اقتصادی بین کشورها دست یافت. ادامه گزارش در سومین فصل کلیدی توریست های خارجی، آینده ایران را معرفی می کند که براساس کسب و نیاز گونه های گردشگری آینده باشد. براساس بررسی های مرکز پژوهش های مجلس، در گام دوم توسعه گردشگری کشور، محور قرار دادن گردشگری خانوادگی با تمرکز بر دو بازار اصلی یعنی گردشگری داخلی و گردشگران همسایه پیشنهاد می شود که از این طریق بتوان از تمام ظرفیت های کشور استفاده کرد. گردشگری خانوادگی در سال ۲۰۱۸

بیش از ۷۰ درصد از سهم بازار گردشگری داخلی و خارجی را به خود اختصاص داده است و این امر در کشورهای شرقی و آسیایی بیشتر از کشورهای غربی بوده است.

در عربستان حدود ۸۳ درصد از سفرهای خارجی خانوادگی بوده است، در چین حدود ۵۳ درصد و در استرالیا در سال ۲۰۱۷ حدود ۷۱ درصد سفر خانوادگی داشتند. خانواده یک بازار بزرگ و رو به رشد بازار گردشگری است که در سال ۲۰۱۸ حدود ۵۰ درصد از گردشگری برون مرزی را به خود اختصاص داد و همچنین براساس چشم اندازی تا سال ۲۰۲۵ حدود ۷۰ درصد از سفرهای بین المللی توسط متاهلان انجام خواهد شد. سه شرط اساسی به موفقیت گردشگری خانوادگی خواهد انجامید. ابتدا توانمندسازی خانواده ها با استفاده از نوع استطاعت مالی و اقتصادی آنها و سپس جلب رضایت همه اعضای خانواده است. همچنین با توجه به اینکه این نوع سفر به سرعت در حال رشد است باید انواع گزینه های رفاهی و خدماتی مانند حمل و نقل، سرگرمی تفریحی کودکان، خوراک، جاذبه ها و... را متناسب با بودجه خانوارها و دهک ها آماده کند.