

## مسیر معکوس جذب گردشگر

اشتباه تاکتیکی در سیاست‌گذاری حوزه گردشگری باعث شده حلقه اول در فرآیند رونق‌بخشی به بازار توریسم از پشتیبانی‌های هدفمند محروم بماند و مسیر معکوس درپیش گرفته شود. بررسی تجربه‌ها و مطالعات درباره مسیر صحیح شارژ این بازار نشان می‌دهد کشور‌های مطرح و پردرآمد در زمینه جذب توریست خارجی، ابتدا مخاطب سیاست‌های محرک را «گردشگر داخلی» قرار دادند. در کشورهایی که به مقاصد اصلی توریست‌های خارجی تبدیل شده‌اند، چهار پنجم از درآمد سالانه حوزه گردشگری‌شان از محل سفر و تفریح گردشگران داخلی حاصل می‌شود. هر قدر بازار گردشگری یک کشور به واسطه حجم بالای سفر شهروندانش پویا باشد، سطح ارائه خدمات اقامتی و گردشگری و همچنین تنوع عرضه در آن بازار بیشتر می‌شود و با شکل‌گیری رقابت در ارائه خدمات، آن کشور به مقصد جذاب توریست از دیگر کشورها تبدیل می‌شود. بازار سفر در ایران اما وضع مناسبی ندارد. براساس اعلام صریح کارشناسان در یک نشست تخصصی، مهم‌ترین چالش ناشی از غفلت سیاست‌گذار گردشگری، به «فقر فرصت‌های متوالی برای سفر ناشی از نبود تعطیلات مناسب آخر هفته» برمی‌گردد. خانوارهای ایرانی هم به لحاظ «فرصت زمانی» و هم به لحاظ «تعرفه مراکز اقامتی» برای سفرهای گردشگری در منگنه هستند.

متولیان گردشگری با اشتباه تاکتیکی در مسیر رونق بخشی به این بازار باعث وخیم شدن حال گردشگری داخلی شده‌اند. این سیاست‌گذاری اشتباه به چند سال اخیر منتهی نمی‌شود، بلکه حدود ۲۸ سال یعنی از زمان شروع برنامه مبتنی بر توسعه گردشگری آغاز شده و طی سالیان، همه دولت‌ها نیز این روند را ادامه داده و از گردشگری داخلی غافل مانده‌اند. به گزارش «دنیای اقتصاد» بر اساس بررسی‌های مرکز پژوهش‌های مجلس، گردشگری داخلی رکن اصلی و پایدار صنعت گردشگری در جهان به‌شمار می‌آید و مطابق آمار شورای جهانی سفر و گردشگری، ۷۹ درصد از کل درآمد گردشگری متعلق به گردشگران داخلی به‌عنوان حلقه اولیه رونق گردشگری و ۲۱ درصد سهم گردشگران بین‌المللی است. اما در ایران مبنای گردشگری بر جذب توریسم بین‌المللی است و توجه به گردشگران داخلی در اولویت دست‌چندم قرار دارد و شرایط و برنامه‌های سفرهای داخلی مناسب با استطاعت گردشگران داخلی وجود ندارد. با توجه به تحریم‌های وارده بر ایران و تبلیغات منفی علیه ایران در جذب گردشگران خارجی، مبنا و اساس رونق و توسعه گردشگری در ایران باید بر محور گردشگری داخلی قرار گیرد و به‌عنوان رکن اصلی و پایدار در نظر گرفته شود. در این مسیر ابتدا باید بستر و شرایط مناسب با گردشگری داخلی به‌عنوان شرط لازم با ایجاد استانداردسازی کامل و طرح نظریه‌های گردشگری بر پایه علمی و فرهنگی فراهم شود که بتواند برای گردشگران داخلی، اوقات فراغتی مطلوب را شکل دهد.

در نشستی که گالری نظرگاه با موضوع ضداهربرد در برنامه گردشگری ایران: جایگاه گردشگری در مقابله با تحریم‌ها با حضور علیرضا زمانی مشاور معاون گردشگری، سید امیر منصوری استاد دانشگاه تهران و سعید شفیعا پژوهشگر حوزه گردشگری در هفته گذشته برگزار کرد؛ ضمن مطرح شدن نظرات و دیدگاه‌های گوناگون، بر یک موضوع مشترک تاکید داشتند و آن وخیم بودن حال گردشگری داخلی و نداشتن نظریه مبنای گردشگری بر پایه علمی و فرهنگی است. دولت سیاست‌ها و برنامه‌های خود در حوزه گردشگری را بر محور جذب گردشگری خارجی قرار داده و در این سیاست‌ها و اهداف، گردشگری داخلی مورد توجه قرار نگرفته و دغدغه و اولویت گردشگری بر جذب گردشگران خارجی است. اگرچه جذب گردشگر خارجی به منظور توسعه و رونق گردشگری نگاه درستی است اما دستیابی به این هدف و رسیدن به یکی از مقاصد اصلی توریسم

بین‌المللی، نیازمند عبور از فرآیند و سلسله‌مراحل است که مبنا و اساس رونق و توسعه صنعت توریسم، رونق و توسعه گردشگری داخلی است و سیاست‌های کشور باید بر مبنای تحرک بخشی به بازار گردشگری داخلی باشد. کشورهایی که بیشترین تعداد گردشگران خارجی را داشته‌اند برای رسیدن به این منظور، فرآیند و حلقه‌هایی را سپری کرده که نخستین گام و شرط لازم برای رسیدن بر جذب گردشگری خارجی، رونق گردشگری داخلی است.

وخیم بودن بازار گردشگری داخلی را می‌توان در اشکالات و نارسایی‌هایی دانست که منجر به رکود و عدم جذب گردشگران داخلی شده است. از مهم‌ترین این نارسایی‌ها می‌توان نبود زمان مناسب برای تعطیلات آخر هفته و مدیریت تعطیلات دانست. با توجه به اینکه تعطیلات آخر هفته به لحاظ تعداد کم است و فرصت مناسب گردشگری محدود به تعطیلات مناسبتی (تعطیلاتی که بیش از دو روز است) می‌شود، با حجم عظیم مسافران داخلی مواجه شده و با توجه به نبود زیرساخت‌های لازم و کافی با مشکلات بسیاری همراه بوده و کیفیت سفر و شکل گذراندن اوقات فراغت تنزل می‌یابد.

با توجه به اینکه حجم زیادی از مسافران داخلی را طبقات متوسط رو به پایین دربرمی‌گیرد و بر اساس درآمد خود مقصد و شکل سفر را تعیین می‌کنند، سفر بخش عظیمی از خانواده‌های ایرانی در مقایسه با سایر کشورها، سفری پرزحمت است که به دلیل کاهش دادن هزینه‌های سفر خود با توجه به گرانی هتل‌ها و مراکز اقامتی و رستوران مجبور به حمل حجم زیادی از وسایل شخصی هستند. با توجه به گرایش صنعت هتل‌سازی ایران به سمت لوکس بودن و گرانی بیش از حد این هتل‌ها که برابر با قیمت هتل‌های لوکس اروپایی است از مراکز اقامتی باکیفیت و استاندارد با قیمت ارزان و مناسب طبقات رو به پایین محروم مانده است. این در حالی است که در اکثر کشورهای پیشرو گردشگری که تمرکز اصلی خود را بر گردشگری داخلی گذاشته از ظرفیت بالای گردشگری برخوردار است و با ایجاد هتل‌ها و اقامتگاه‌ها و رستوران‌های با استاندارد و ارزان، امکانات و شرایط سفر برای تمامی طبقات و گروه‌ها را فراهم کرده و افراد کم‌درآمد با توجه به هزینه‌های خود از تمامی ظرفیت‌های صحیح سفر بهره‌مند می‌شوند و کشورهایی همچون هند، چین و ترکیه که در سال‌های اخیر در کنار کشورهای اروپایی و دیگر مقاصد پیشرو به یکی از مقاصد گردشگری بین‌المللی تبدیل شده‌اند به منظور جذب گردشگران بیشتر اقدام به ارزان‌سازی قیمت هتل‌ها و هزینه‌های پرواز داشته‌اند.

از دیگر اشکالات در حوزه گردشگری داخلی، نبود کتاب و راهنمای سفر برای گردشگران داخلی است که با توجه به نقشه، مقاصد گردشگری خود را انتخاب کنند و همچنین امکانات لازم جهت استانداردسازی زیرساخت‌های گردشگری وجود ندارد و بخش عظیمی از رستوران‌ها، هتل‌ها و مراکز اقامتی از حداقل استانداردها برخوردار نیستند و نظارتی بر استانداردسازی و کنترل قیمت‌ها وجود ندارد. متولیان گردشگری با توجه به نارسایی‌های موجود و همگام نبودن سازمان‌ها و نهادهای دولتی حوزه گردشگری، برنامه‌ریزی مناسبی برای حل آن انجام نداده و سیاست‌گذاری لازم جهت فرهنگ‌سازی و آموزش مناسب جهت گردشگری صورت نگرفته و بدون طی کردن فرآیند و گام‌های اولیه، بر گردشگری خارجی به‌عنوان گام آخر در توسعه و رونق بازار گردشگری تمرکز کرده است.

توجه به بازار گردشگری داخلی و ایجاد زیرساخت‌های لازم و کافی در پاسخ به نیازهای گردشگران با پیش‌بینی امکانات و تمهیدات، تدوین برنامه جامع همراه با آموزش و فرهنگ سفر به گردشگران می‌تواند به حرفه‌ای شدن خدمات عرضه‌کنندگان و افزایش مهارت‌های لازم در حوزه گردشگری منجر شده و به افزایش مراکز خدماتی و رفاهی و تفریحی و جذب سرمایه‌گذار منتهی می‌شود و با توانمندسازی خانواده‌ها به لحاظ استطاعت گردشگری و کاهش قیمت‌ها با افزایش رقابت بین عرضه‌کنندگان و بالا رفتن کیفیت محصولات و خدمات به رونق گردشگری داخلی تبدیل می‌شود و رونق گردشگری داخلی با تمرکز بر استعدادهای محلی و برنامه‌ریزی و مدیریت صحیح با ایجاد اشتغال ارزان، زنجیره‌ای از مشاغل را ایجاد می‌کند و به تولید و گردش همبستگی اجتماعی و رونق زنجیره و فعالیت گردشگری می‌انجامد. مجموع این عوامل که ابزاری قدرتمند برای اقتصاد مقاومتی با توجه به تحریم‌های ایران است؛ به نفع جذب گردشگر خارجی نیز خواهد بود.

منبع: دنیای اقتصاد