

## پنج ابتکار برای رونق گردشگری در ایران

تعیین مسیرهای گردشگری متنوع، تعیین تقویم جشنواره‌ها، معرفی سفیر، استفاده از ظرفیت مغفول و استفاده از چهره‌ها از جمله ابتکاراتی است که می‌توان از آنها برای رونق گردشگری ایران بهره برد.

به گزارش خبرنگار مهر، غلامحسین ابراهیمی، کارشناس حوزه بین الملل و گردشگری فارغ التحصیل کارشناسی ارشد روابط بین الملل بیش از بیست سال سابقه کار در بخش های اقتصادی و گردشگری در کشورهای تونس، اردن، لهستان، لیتوانی، مالزی و ازبکستان در کارنامه خود دارد. وی در حال حاضر، راین درجه یک سفارت جمهوری اسلامی ایران در تاشکند است. او در یادداشتی مشکلات گردشگری ایران را بررسی و پیشنهادهایی برای حل آنها مطرح کرد. در این یادداشت که آن را در اختیار خبرگزاری مهر قرار داد آمده است:

شاید بتوان مشکلات گردشگری ایران را در دو مقوله بررسی کرد؛ مقوله اول را می‌توان ذهنیت تصمیم گیرندگان و نخبگان اجرایی کشور دانست که هنوز به معنای واقعی کلمه گردشگری را به عنوان یک صنعت درآمد زا با غلبه ماهیت اقتصادی نپذیرفته اند. مقوله دوم را طبعاً می‌توان در حوزه های مختلفی مانند این مشکلات بیان کرد. نبود زیرساخت های گردشگری، ضعف خدمات فرودگاهی و اقامتی، عدم وجود سیستم حمل و نقل چند وجهی ارزان (ریلی، هوایی و زمینی)، آموزش مستمر مردم و فعالان حوزه گردشگری، ضعف دانش زبان انگلیسی، مشکل انتقال مالی و بانکی، نبود سیستم تبلیغات و بازاریابی هدفمند و روزآمد، مدیریت ضعیف اجرایی و گردشگری و در نهایت نبود نیروی انسانی آموزش دیده و آشنا به فرهنگ بین المللی و کار در عرصه گردشگری حرفه ای.

به عنوان مثال در بسیاری از کشورهای موفق گردشگری مثل تونس، بیشترین تنوع اقامتگاه در این کشورهاست. به طوری که حق انتخاب از هتل و اقامتگاههای ۱۰ دلاری تا بالای ۱۰۰ دلاری وجود دارد، یا در زمینه آموزش مستمر، برگزاری کارگاههای آموزشی برای روستائیان فعال حوزه گردشگری جنگل و روستایی امری مستمر و برنامه ریزی شده است. شاید قبول این موضوع سخت باشد ولی در سال ۲۰۱۳ در ایام خدمت در لهستان، از بین حدود دوهزار گردشگر لهستانی و لیتوانیایی که در فاصله زمانی سالهای ۲۰۱۱ و ۲۰۱۲ به ایران سفر کرده بودند، پرسش نامه ای را در قالب مسابقه سفر به ایران توزیع شد و در آن از مهمترین مشکل شان در سفر به ایران سوال شد که در پاسخ، بیش از ۵۰ درصد آنها مشکل سرویس بهداشتی در ایران را مطرح کردند.

مطالعه دقیق اخبار روزانه گردشگری کشورها و یا مشاهدات حضوری دنیای بزرگ و متنوع گردشگری، می‌تواند نگاه دقیق و تجربه خوبی از ابتکارات گردشگری به ما بدهد که به برخی از آنها که محصول تجربه و مشاهده شخصی است، اشاره می‌شود؛

**ابتکار اول: تعیین مسیر گردشگری متنوع و عادلانه.** بسیاری از کشورهای فعال در حوزه گردشگری، همزمان با توجه به مراکز اصلی گردشگری، نقاط کمتر توسعه یافته و دارای ظرفیت را نیز مورد توجه قرار می‌دهند، بطوری که امکان توزیع عادلانه کالای گردشگری فراهم شود. به عنوان مثال می‌توان به ابتکار ماهاتیر محمد نخست وزیر مالزی در سی

سال گذشته برای معرفی جزیره گمنام لنکاوی و تبدیل آن از یک جزیره نسبتاً فقیر و کمتر توسعه یافته به یکی از قطب های گردشگری آن کشور با هویت دادن آن به عنوان مرکز برگزاری نمایشگاهی (نظامی) و همزمان ایجاد جاذبه های مصنوعی گردشگری و استفاده از ظرفیت گردشگری طبیعت آن اشاره کرد.

**ابتکار دوم: تعیین تقویم جشنواره های گردشگری کشور.** کشورهای مهم گردشگری معمولاً در سه طرح شهری، استانی و ملی، تقویم های ثابت و سیال جشنواره های گردشگری را تدوین و معرفی می کنند که خود تبدیل به یکی از جاذبه های مهم در گردشگری داخلی و بین المللی می شوند. بعنوان مثال در لهستان تقویم گردشگری ثابت آن کشور در سطح ملی و شهری به طور سالانه با ذکر دقیق روز و ماه و حتی ساعت جشنواره می پرداخت که بالطبع این امر برنامه ریزی را برای گردشگر داخلی و خارجی برای شرکت در آن آسان می نمود.

**ابتکار سوم: معرفی سفیر گردشگری.** کشورهای در حال رشد به لحاظ تبلیغاتی معمولاً از بین شخصیت های موثر و تاثیر گذار کشورهای هدف که علاقمند به فرهنگ و تاریخ آن کشور هستند، فردی را به عنوان سفیر گردشگری معرفی و از نفوذ وی در بین افکار عمومی و نخبگان کشور هدف برای معرفی و به تعبیری بازاریابی گردشگری خود استفاده می کنند. این تجربه در کشورهایی مثل اردن، مغرب و مصر در گذشته و یا ازبکستان در سالهای اخیر به دفعات استفاده شده است. به طوری که ازبکستان در سال گذشته در کشورهای مختلف اقدام به معرفی سفیر گردشگری کرد که از آن جمله می توان به خانم اکو شری مارگیانتی رئیس دانشگاه گونادارمای اندونزی اشاره کرد که به عنوان سفیر افتخاری گردشگری ازبکستان در آن کشور انتخاب شد.

**ابتکار چهارم: استفاده از ظرفیت مغفول و بلا استفاده محلی.** هنر مدیریت گردشگری، بهره برداری از امکانات و داشته های موجود است. نمونه ملموس این ابتکار را می توان در کشورهای مختلف از جمله مالزی در تبدیل سکوی نفتی غیر فعال در جزیره صباح این کشور به یک کالای گردشگری و هتل مشاهده کرد که به دلیل دسترسی خاص به مرجان های دریایی، به یکی از جذابیت های گردشگری ایالت صباح مالزی تبدیل شده است. نمونه دیگر این ابتکار را می توان در معدن نمک ویلیچکای لهستان در نزدیکی شهر تاریخی کراکوف اشاره کرد که سالانه بازدید کننده میلیونی دارد.

**ابتکار پنجم: استفاده از چهره ها.** استفاده از چهره ها سالهاست که به عنوان تجربه موفق در حوزه گردشگری استفاده می شود. در این رابطه می توان به الگوی موفق اردن در معرفی جاذبه گردشگری غار پترا در سال ۲۰۰۴ اشاره کرد که هیأت گردشگری و ملکه اردن با دعوت از تعدادی از شخصیت های برجسته و بویژه برندگان صلح نوبل، پترا را در فهرست رقابتی عجایب هفت گانه که توسط یکی از موسسات بین المللی برگزار شده بود قرار داد. در دوره اخیر، کشورهای مغرب، مصر، قطر و دبی نیز در استفاده از ابزار تبلیغاتی و چهره های تاثیر گذار موفق عمل کرده اند.

منبع: خبرگزاری مهر