

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

دومین دوره سلسله نشست‌های چشم‌انداز صنعت گردشگری ایران

گزارش (۱۷): وضعیت موجود و الگوی مطلوب

گردشگری در ایران

برگزارکننده: مرکز گردشگری علمی - فرهنگی دانشجویان ایران
نهاد همکار: مرکز تحقیقات استراتژیک مجمع تشخیص مصلحت نظام
ناظر و ویراستار: صدرا عمویی
همکاران: حسن دلخوش، زینب یوسفی و حمیده روزبهانی

سخنرانان این نشست:

- دکتر سیاوش ایمنی قشلاق / عضو هیئت علمی دانشگاه علم و فرهنگ
- مهندس مهدی سیاوشی کرد / عضو کمیته گردشگری اتاق ایران
- محمدعلی شادی / پژوهشگر و مدرس دانشگاه

نشانی دبیرخانه نشست‌ها:

تهران، خیابان انقلاب اسلامی، خیابان فخررازی، خیابان شهدای ژاندارمری شرقی، پلاک

۷۲، طبقه دوم، مرکز گردشگری علمی - فرهنگی دانشجویان ایران

شماره تماس: ۲۲ ۱۲ ۴۹ ۶۶ و ۳۶ ۱۱ ۴۹ ۶۶ - نمابر: ۸۶ ۱۵ ۴۹ ۶۶

نشانی سایت: www.istta.ir پست الکترونیک: info@istta.ir

مقدمه

مرکز گردشگری علمی - فرهنگی دانشجویان ایران به منظور شناختن و شناساندن فرهنگ و تمدن ایران به دانشگاهیان کشور از سال ۱۳۸۱ در ابعاد فرهنگی، آموزشی و پژوهشی فعالیت می‌کند که از زمره شاخص‌ترین اقدامات آن می‌توان به موارد ذیل اشاره داشت:

الف) تورهای علمی - فرهنگی (مانند برگزاری ۱۲ دوره "طرح ملی ایران مرز پر گهر" (۲۲۰۰ اردو) بازدید دانشگاهیان سراسر کشور از موارث فرهنگی و پروژه‌های صنعتی سراسر کشور، اجرای ۱۰ دوره طرح ملی دریای خاک "کویرنوردی دانشجویان ایران"، ۳ دوره طرح ملی گنبد گیتی "کوهنوردی دانشجویان ایران" و ..)، برگزاری اردوهای ویژه اساتید و مستعدین عضو بنیاد ملی نخبگان، برگزاری اردوهای سفر ارزان (عراق، قشم، کیش و ...)

ب) همایش‌ها و نشست‌های تخصصی (مانند برگزاری ۱۱ دوره همایش ملی علمی - پژوهشی خلیج فارس، ۲ دوره جشنواره عکس دانشجویی جاذبه‌های گردشگری ایران، ۳ دوره زنگ ملی گردشگری، همایش ملی تأثیر هدفمندی یارانه‌ها بر توسعه صنعت گردشگری کشور، همایش ملی راه ابریشم، جشنواره ملی فیلم جیبی دانشجویان سراسر کشور با موضوع گردشگری و میراث فرهنگی، همایش‌های ساماندهی گروه‌های دانشجویی حامی میراث فرهنگی گردشگری سراسر کشور و ..)

پ) پژوهش و طرح‌های مطالعاتی گردشگری (مانند چاپ ۳۶ عنوان کتاب تخصصی، گزارش علمی و انتشار فصلنامه‌های تخصصی "میراث و گردشگری" و "مطالعات فرهنگی و سیاسی خلیج فارس و ..)

ت) اطلاع‌رسانی و تبلیغات (شامل بزرگترین پایگاه اطلاع‌رسانی علمی و ترویجی گردشگری کشور به ۷ زبان به آدرس istta.ir و پایگاه‌های مربوط به همایش‌های مرکز و ..)

ث) آموزش (مانند اجرای دوره‌های کوتاه مدت آموزش میراث فرهنگی و گردشگری و دوره‌های کد اخلاق جهانی گردشگری و ..).

این مرکز در راستای ساماندهی نظرات نخبگان حوزه گردشگری با توجه به شرایط کنونی کشور که اقتدار ملی و آرامش اجتماعی زمینه را برای شکوفایی ظرفیت‌های فراوان گردشگری و رونق این صنعت را فراهم کرده، سلسله نشست‌های تخصصی را برای بررسی ابعاد و آثار مختلف گردشگری در دوران کنونی و پاسخ به پرسش‌های احتمالی طراحی کرده است.

تردیدی نیست که فعال‌تر شدن دولت در عرصه دیپلماسی، چشم‌انداز متفاوتی را برای فعالیت‌های گردشگری در کشور به وجود آورده است. این سلسله نشست‌ها برای تبیین و بررسی چشم‌انداز کنونی گردشگری در کشور طراحی شده است و تلاش خواهد شد تا تاثیرات متغیرهای مستقل چهارگانه‌های اقتصاد، فرهنگ، امنیت و سیاست بر حوزه گردشگری به صورت مسئله‌محورانه به بحث گذاشته شود و نتایج و مباحث هر یک از نشست‌ها به صورت گزارش مستقل به اطلاع مدیران، مسوولان و نیز علاقه‌مندان برسد.

رحیم یعقوب‌زاده

رئیس مرکز گردشگری علمی - فرهنگی دانشجویان ایران و دبیر

سلسله نشست‌های چشم‌انداز صنعت گردشگری ایران

نگاهی به وضعیت فعلی و مأموریت سند چشم‌انداز برای گردشگری

دکتر سیاوش ایمنی قشلاق*

در ابتدا باید بگوییم هدف برگزاری این جلسه گفتن مطالبی برای ارائه به در مجامع سیاستگذاری گردشگری است و همان‌طور که از صحبت‌های دوستان هم مشخص شد ما یک سیاست و استراتژی مشخصی برای گردشگری نداریم و همه این مشکلات و آسیب‌هایی که مطرح شد از آنجا ناشی می‌شود که ما هنوز نمی‌دانیم که گردشگری خوب است یا بد؟ گردشگری را توسعه بدهیم یا خیر؟ کجای گردشگری خوب است و کجای آن بد؟ و این مثال‌ها و مصادیقی که مطرح شد، همه موردی هستند.

گردشگری یک سیستم است، یعنی نمی‌توانیم بگوییم که صرفاً با ساخت و توسعه هتل‌ها، گردشگری ما هم توسعه می‌یابد؛ بلکه این بخشی

* عضو هیئت علمی و معاون دانشکده علوم گردشگری دانشگاه علم و فرهنگ

** این نشست با همکاری مرکز گردشگری علمی-فرهنگی دانشجویان ایران و مرکز تحقیقات استراتژیک مجمع تشخیص مصلحت نظام در تاریخ سوم اسفند ۱۳۹۵ برگزار شد.

(جزیی) از سیستم است و ما باید همه این اجزاء و کل سیستم را با هم ببینیم و نگاه کلی داشته باشیم.

همان‌طور که بارها اشاره شد در مورد بحث نقشه راه، نزدیک به ۲۰ جاذبه منحصر به فرد در سطح ایران معرفی شده ولی متأسفانه ما نقشه راه نداریم که چه زمان و چه‌طور می‌توان از این جاذبه‌ها استفاده کرد؟! جاذبه ما کجاست و چه مخاطبی دارد و چه زمانی و چه استفاده‌ای از آن‌ها می‌توان کرد؟

پس قبل از هر چیز باید این صنعت را خوب بشناسیم و برایش برنامه داشته باشیم. باید بدانیم جاذبه‌هایمان چیست و کجاست و چه فصلی و برای چه مخاطبی مناسب است؟

به نظر صنعت گردشگری براساس تقسیم‌بندی، باید از دو بعد، مورد بررسی و مطالعه قرار گیرد: یکی از نظر ماهیت و دیگری کارکرد.

۱- از نظر ماهیت شامل اجزایی از جمله، هتل، زیرساخت و امکانات دیگر است.

۲- بحث عرضه و تقاضا و باید نسبت به عملکرد و نحوه تعامل گردشگری در این خصوص که وظیفه دولت و استراتژی آن در عملکردها چیست؟ یعنی ۲۲ سازمان که متولی یا مدعی هفته گردشگری هر کدام چه وظیفه‌ای دارند؟!

استراتژی هم دو بخش دارد: یکی بحث کلان قضیه است و دیگری بحث اجرا. خوب ما در برنامه ششم توسعه هم داریم که در سال ۱۴۰۴ باید ۲۰ میلیون گردشگر داشته باشیم؛ اما اهدافی که برایش مشخص کرده‌ایم یا خیلی کلی و مبهم است یا برای آن برنامه اجرایی مدونی نداریم. پس اول باید اهداف کلی و سپس برنامه‌های عملیاتی را مشخص کنیم تا به نتیجه برسیم. مانند برنامه واحدی که در حوزه گمرک از آن استفاده می‌شود، گردشگری هم واقعاً به چنین برنامه‌ای احتیاج دارد. چون بخش‌های مختلف

(۲۲ تا سازمان متولی) دارد و اگر بخواهد در این حوزه اتفاق خوشایندی صورت گیرد باید این ۲۲ سازمان را با هم هم‌آهنگ و همراه سازد. برنامه پنجره واحد، این سازمان‌ها را یکجا جمع و متمرکز می‌کند و خیلی‌ها را حذف و سیستمی (مکانیزه) می‌کند و علاوه بر آن، فرد را با یک فرد (مجموعه) درگیر می‌کند و همه سازمان‌ها از همان مجموعه (فرد) قوانین و بخشنامه‌ها را به فرد متقاضی منتقل می‌کنند و مدیریت و هماهنگی واحد توسط این ۲۲ سازمان صورت می‌گیرد.

بنابراین بحث اول، پنجره واحد گردشگری می‌تواند باشد. بحث دیگر این‌که باید علل موفقیت خود را بشناسیم و جایگاه و ضعف‌های خود را در حوزه گردشگری بدانیم؛ همچنین وضعیت فعلی و مطلوب خود را بشناسیم تا بتوانیم برایش الگوی مطلوب را ارایه دهیم.

از سال ۱۳۱۴ اداره جهانگردی تشکیل شد و از آن موقع ما گردشگری داریم؛ ولی امروزه که جایگاه خود را می‌بینیم متوجه می‌شویم که موفق نبوده‌ایم و دلیل حضورمان در این جمع هم به همین جهت است. اینجانب علل را بررسی کرده و عوامل را به دو گروه، علل بیرونی و درونی تقسیم کردم. علل بیرونی یکی بحث انقلاب و سپس جنگ و تحریم‌ها و تبلیغات منفی کشورهای غربی علیه ایران بود و دشمنی‌های غرب و عدم حضور شرکت‌های بین‌المللی گردشگری و مشارکت آنان در این امر و علل درونی شامل ناهماهنگی و نداشتن برنامه درست و مناسب برای توسعه گردشگری است.

دوستان، بحث تبلیغات و تلویزیون را مطرح کردند؛ به نظر من شاید ما خیلی به تلویزیون و شبکه تلویزیونی مجزا برای تبلیغ گردشگری نیاز نداشته باشیم. ما اگر بتوانیم سرمایه‌گذاری را جلب و شرکت‌های بین‌المللی خوبی را در این حوزه جذب کنیم و در ایران هتل بسازند و آژانس‌های بین‌المللی و مسافرتی بتوانند ارتباط خوبی برقرار کنند اینها خودشان هزینه

می‌کنند و خودشان هم ما را تبلیغ می‌کنند و نیازی به شبکه تلویزیونی گردشگری نیست و ما در مباحث دیگر هم آسیب پذیر نخواهیم بود. یک بحث دیگر این‌که، ما به جای ایجاد شبکه تلویزیونی گردشگری، برویم به سراغ شرکت‌ها و سرمایه‌گذاران خارجی و بین‌المللی و پای آنها را به حوزه گردشگری باز کنیم؛ در ساخت هتل، حمل‌ونقل، فرودگاه و دیگر مباحث مشابه؛ این شرکت‌ها خودشان تبلیغات می‌کنند. اگر ما می‌بینیم که در یک کشوری برای ایران تبلیغ می‌شود، به‌خاطر آن است که یک شرکتی، گردشگری ما را برای جذب گردشگران کشور خود و برای گسیل کردن آنها، این هزینه را انجام داده تبلیغ می‌کند(شرکت‌های خصوصی)

علل درونی ما که خدمتتان عرض کردم، نبود استراتژی و سیاست مشخص و مدون هست، مخصوصاً در بعد عملیاتی و اجرایی که در آن بی‌نظمی و به‌هم‌ریختگی وجود دارد و بزرگترین مشکل عدم موفقیت کشور در عرصه‌های مختلف و گردشگری به تبع آنها این است که دولت به عنوان سیاست‌گذار، بصورت ناظر و برنامه‌ریز و ابلاغ‌کننده عمل کرده است و به اصطلاح دولت، فقط به صورت متمرکز نقش داشته، در صورتی که در سطح خرد استان‌ها و شرکت‌های خصوصی و شهرها، باید در برنامه‌ریزی‌ها و سیاست‌ها مشارکت داشته باشند. و این سیستم (رویه) مدیریت و برنامه‌ریزی و متمرکز از بالا به پایین یک واقعیت تلخ است که متأسفانه دارد در ایران اجرا می‌شود و پاسخگو و مناسب نیست؛ و به همین دلیل است که مثلاً در شهر کرمان بدین صورت ناموفق عمل می‌شود. شاید ما سیاست‌های کلان و کلی داشته باشیم اما در عملیاتی‌کردن و اجرا مشکل داریم. به نظرم عدم تناسب برنامه‌های اجرایی با سیاست‌های کلان، که ضعف بخش خصوصی است، هم از نظر سرمایه و دانش و هم از نظر توانمندی‌های مختلف، خیلی ضعیف است. ما هنوز نمی‌دانیم که چند درصد از اقتصاد کشورمان باید به گردشگری اقتصاد داده شود؟! یعنی اینجا سیاست‌های کلان مشخص شود؛

ولی مابقی را باید مراکز و شرکت‌ها انجام دهند. فرضاً باید مشخص شود که در سال ۱۴۰۴، ۳۰ درصد اقتصاد ما از طریق گردشگری باشد و هر دولت موظف است که آن را انجام دهد؛ ولی آیا فردی از شما مطلع هست که چند درصد از درآمد دولتی ما باید از گردشگری باشد؟ سهم درآمد گردشگری از اقتصاد چقدر است؟ گردشگری چقدر درآمد دولت و مالیات باید از این بخش باشد؟ چه مقدار در اشتغال زایی باید سهمیم باشد.

این‌که صرفاً بگوییم ما باید ۲۰ میلیون گردشگری خارجی در سال ۱۴۰۴ داشته باشیم؛ خوب است اما کافی نیست. باید دقیقاً در برنامه مشخص شود که هر سال چند درصد و چقدر باشد؟ اینها باید مشخص و عملیاتی‌تر شود. فرضاً یک سیاست داریم که قرار است در ده سال آینده به ۱۵ درصد رشد گردشگری برسیم ولی این‌که در هر سال چقدر باشد و سهم هر سال چه میزان از آن است، باید مشخص و عملیاتی شود تا برنامه دقیق داشته باشیم. همچنین قابل‌ارزیابی، سنجش و کنترل باشد؛ در غیر این صورت عملیاتی نمی‌شود.

ما توانمندی بالقوه و بسترهای مناسب از جمله جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی بسیاری در کشور داریم و می‌توانیم گردشگران بسیاری را جذب کنیم. بعضی‌ها نظرشان این است که گروه‌های خاصی را به عنوان گردشگر پذیرا باشیم ولی به نظر من این‌طور نیست، اگر ما برنامه و استراتژی داخلی خوبی تدوین کنیم و گروه‌های هدف را خوب شناسایی کنیم و برایشان برنامه داشته باشیم و زیرساخت‌های و امکانات مشخص را تدوین و تهیه کنیم، امکان جذب گروه‌های مختلف گردشگری وجود دارد. چون تنوع فرهنگی، آب و هوایی، جاذبه‌های تاریخی، ورزشی و انواع و اقسام جاذبه‌های گردشگری را داریم.

برخی می‌گویند ما نیاز به شبکه گردشگری داخلی نداریم، می‌خواهم مغایر این را عرض کنم. به نظر اینجانب، ما گردشگری داخلی و

خارجی نداریم، فرودگاه خارجی و داخلی نداریم یا هتل که می‌سازیم نمی‌توانیم بگوییم این هتل برای داخلی‌ها و این یکی برای خارجی‌هاست. شعار امسال گردشگری "گردشگری برای همه است" است و ما باید تلاش کنیم به آن برسیم که "گردشگری برای همه است"

زیرساخت‌ها را اصلاح و آماده کنیم. فرضاً سواحل شمالی ما بستری مناسب برای گردشگران هم داخلی و خارجی دارد. اگر زیرساخت‌های سواحل شمالی را خوب درست کنیم و امکانات خوب و مناسبی برایش تهیه و تجهیز کنیم، حتی گردشگران داخلی مذهبی ما که به مسائل مذهبی نیز پایبند هستند دیگر به سواحل دیگر کشورها نمی‌روند اما چون اینجا امکانات به اندازه کافی نیست به کشورهای دیگر سواحل می‌روند. اگر در همین سواحل ما بسترهای و امکانات مناسب داشته باشیم حتی این افراد هم از آن استفاده خواهند کرد و باید از این شرایط و بسترها به نحو مطلوب برای همه اقشار استفاده کنیم.

به نظر من ما برای توسعه گردشگری بین‌المللی اتفاقاً نیاز به توسعه گردشگری داخلی داریم. فرهنگ‌سازی در کتاب‌ها یکی از روش‌هایی است که لازم است بدان توجه شود. این که تک تک افراد ایرانی بدانند گردشگری خوب است و به نفع همه است، سفر خوب است و... این باید فرهنگ‌سازی شود. سرمایه‌گذار هم سرمایه‌گذاری خواهد کرد. جامعه میزبان، نهایت همکاری و میهمان‌نوازی را خواهد کرد. پس به نظرم باید ما اول توسعه گردشگری داخلی داشته باشیم چون همه از مزایای آن استفاده خواهند کرد.

پیشنهاد دیگر بنده این است که - همان‌طور که دوستان هم فرمودند- سازمان گردشگری یک وزارتخانه باشد. الان چون وزارتخانه نیست لذا به مجلس هم پاسخگو نیست؛ ولی اگر به وزارتخانه تبدیل شود باید پاسخگو باشد و مجلس می‌تواند از وزیرش سوال کند و استیضاح کند.

در حال حاضر، بسیاری از نیروهای معاونت متخصص نیستند؛ یعنی خیلی از نیروهای سازمان گردشگری، متخصص گردشگری نیستند و به این

مباحث اشراف ندارند و اگر سازمان تبدیل به وزارتخانه تخصصی گردشگری شود، قطعاً می‌تواند کمک‌کننده باشد و در این مسیر گام بردارد. یکی از مشکلات اساسی سازمان‌های ما که سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری هم یکی از آنهاست این است که نیروها متخصص نیستند و علی‌رغم وجود دوره‌های مختلف آموزشی، نیروهای متخصص در حوزه گردشگری بسیار کم داریم. فقط هتل را نبینیم؛ وقتی صحبت از گردشگری می‌شود همه نگاه‌ها به سمت هتل می‌رود در حالیکه حتی راننده تاکسی هم که داخل شهر است و یک تاکسی معمولی است باید آموزش ببیند. ما سفری به مالزی داشتیم و سوار تاکسی شدیم خیلی مرتب و منظم ما را بعد از سوار کردن به پارکینگ هتل برد و جلوی هتل پیاد کرد و خیلی هم برخورد خوب و مناسبی داشت؛ ولی اگر تاکسی ما باشد و کمی هم در ترافیک معطل شده باشد، می‌گوید هتل آنجاست و گردشگر را در بین راه پیاده می‌کند.

به نظر بنده دولت به سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری نباید بودجه بدهد و دولت خودش باید برای تأمین زیرساخت‌ها، هزینه کند؛ چون بخش خصوصی یا نمی‌تواند یا نمی‌آید برایش هزینه کند. پس دولت خودش یا از منابع داخلی و یا خارجی هزینه کند. البته دولت به متولی گردشگری باید بگوید خودش درآمد داشته باشد و خود را اداره کند و حتی مشوق‌هایی هم برای کسب درآمد تعبیه کرده و سهمی هم به دولت بدهد!

البته یک مشکل که ما در سازمان‌ها داریم این است که مدیران آن خیلی زود عوض می‌شوند و تغییر می‌کنند، یعنی مدیر تا سازمان را می‌شناسد، تغییر می‌کند و فرصتی برای کار نمی‌ماند این یکی از معضلات است. اگر سازمان گردشگری را تبدیل به وزارتخانه بکنیم تا حدودی این مشکل هم حل می‌شود و تا اندازه‌ای یعنی لااقل برای چهارساله ثبات مدیریتی خواهد داشت.

ختم مطلب آنکه نباید به سازمان گردشگری، نگاه دولتی داشت؛ باید از آن درآمدزایی داشته باشیم تا کمک کند به دولت. ما اگر زیرساخت‌ها و سیاست‌های کلان و برنامه‌ریزی را داشته باشیم، به‌طور قطع اجرائیات هم عوض می‌شود و من هم سعی کردم نگاه کلان داشته باشم به موضوع. ما اگر بخواهیم مصداقی به قضیه ورود کنیم، موارد بسیار هست و آنچه گفته شد در واقع فقط یک مسکن خواهد بود نسبت به مسئله اما چاره ساز نخواهد بود.

الگوی مطلوب گردشگری از دیدگاه فعالان بخش خصوصی

مهندس مهدی سیاوشی کرد*

راجع به سیاست‌های کلی گردشگری، در برنامه‌ها و سیاست‌های کلی برنامه ششم که مجمع تهیه کرد و مقام معظم رهبری هم ابلاغ فرمود، این موارد آمده و بر آنها اشاره شده است و اهداف را مشخص کردند: مثلاً در پایان برنامه ششم، تعداد گردشگران باید به ۵ برابر افزایش پیدا کند. یک سری اهداف را در اول برنامه هم به آنها اشاره کردند که موارد خوبی بود.

بنده نمی‌دانم تلویزیون گردشگری برون مرزی ما چقدر بیننده خواهد داشت و آیا می‌تواند با شبکه‌های مشابه دیگر مثل جم، س ان ان و بی بی سی که البته بیشتر خبری هستند و به مانند آنها در این سطح فعالیت و ما را معرفی کند یا خیر؟ شاید بتوانیم از دیگر شبکه‌های فارسی زبان استفاده کنیم و نیازی به یک شبکه تخصصی و مجزا برای گردشگری نباشد که

* عضو کمیته گردشگری اتاق ایران

چندان نتواند موفق عمل کند ولی می‌توانیم از همان شبکه‌های فارسی زبان استفاده کنیم.

این که فرمودید چه کسی و چه سازمانی می‌تواند در سیاست‌ها و قوانین حوزه گردشگری بازنگری انجام دهد (که البته پیشنهاد بنده هم بوده که باید قوانین بازنگری شوند) به نظرم بهترین سازمان اتاق بازرگانی است. اتاق بازرگانی به عنوان پارلمان بخش خصوصی می‌تواند این قوانین و بخشنامه‌ها را بازنگردی کند و این که می‌فرمایید آقای کرمانی با پیشنهادات و موارد مطرح شده مخالفت می‌کنند؛ به خاطر این است که سازمان میراث فرهنگی و گردشگری خیلی بخش خصوصی را دخالت نمی‌دهد و خودش رأساً موارد و بخشنامه‌ها را تهیه و ابلاغ می‌کند و مشخص است که بخش خصوصی هم مقاومت می‌کند. الان یک کار خیلی خوب در بخش مالیات بر ارزش افزوده، دولت دارد انجام می‌دهد. کمیسیون اقتصادی یک طرح تهیه کرده برای مجلس و قبل از این که به مجلس ارائه کند، به اتاق بازرگانی داد که ما به عنوان بخش خصوصی ببینیم و نظر بدهیم و پس از آن که تهیه و نهایی شد برای تصویب به مجلس ارایه کند. اتاق بازرگانی هم تا حالا ۲۰ جلسه ترتیب داده و از سراسر کشور افراد را دعوت کرده تا این نظرات را جمع‌بندی و به دولت ارائه کند.

اگر می‌خواهید یک الگو برای گردشگری و کشور داشته باشید خدمت‌تان عرض می‌کنم که آقای مرعشی که رئیس میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری کشور بودند می‌گفتند بنده در زمان تصدی خودم یک سوال از وزیر وقت گردشگری اسپانیا کردم که شما چکار کردید که موفق شدید؟ و دلیل موفقیت شما چه بوده است؟ گفتند ما سه تا سوال در حوزه گردشگری برای خودمان مطرح کردیم و به آن پاسخ دادیم. اول این که پرسیدیم ما چه چیزی برای عرضه کردن در حوزه گردشگری داریم؟ اسپانیا آفتاب و دریا دارد برای عرضه به گردشگران؛ سپس سوال دوم این که این

گردشگری را برای چه کسانی می‌خواهیم عرضه کنیم؟ و سوال سوم این‌که آن را چه‌طور می‌خواهیم عرضه کنیم؟ ما با دست‌اندرکاران و متولیان امر نشستیم و برنامه‌ریزی کردیم و هم آهنگ شدیم و بر همین اساس هم به این سه تا سوال پاسخ دادیم و رسیدیم به این نقطه و داریم پیشرفت می‌کنیم.

این‌که فرمودید ما حوزه گردشگری را سروسامان دهیم به نظر من مهم‌ترین کار این است که نقشه راه گردشگری را تهیه کنیم. که در برنامه ششم توسعه هم تأکید شده است. باید سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری کشور با کمک و اتکا به بخش خصوصی و کمک و مشورت گرفتن از یک مشاور خوب خارجی و صاحب‌نام در حوزه گردشگری این مهم را انجام دهد. چون مشاوران داخلی می‌توان حدس زد که ۸۰ درصد گزارش آنها چه خواهد بود؟ بنده که در استانداری بودم وقتی به مشاورین ایرانی کار می‌سپردیم و از آنها کار می‌خواستیم، می‌دانستیم گزارش را چگونه تهیه می‌کنند و چه می‌نویسند و از قبل خودمان می‌دانستیم که ۱۰ صفحه اول گزارش قرار است چه بنویسند و چه گزارشی ارائه کنند.

ولی با بهره‌گیری از مشاوران خارجی که در سطح بین‌المللی صاحب‌نام هستند به نتایج خوبی دست می‌یابیم. مثلاً ما در حال حاضر در کرمان با یک مشاوره خارجی صاحب‌نام و مشهور همکاری می‌کنیم که نتایجی که ایشان در حوزه گردشگری ارائه می‌کند در سطح دنیا معتبر است. خوب می‌شود چنین افرادی را برای گردشگری کشور انتخاب کرد که به ما همکاری و مشورت بدهند. ما می‌خواهیم گردشگری را در استان‌های مختلف و در حوزه‌های مختلف گردشگری مانند سلامت و اکوتوریسم راه بیاندازیم، در کرمان، در شمال و در سیستان و بلوچستان و نیز همین‌طور...

باید ببینیم هر استان ما چه مزیتی دارد و چه امکاناتی. فرضاً در استان کرمان بهترین مزیت ما آفتاب و کویر است؛ چه افرادی می‌توانند از این مزیت بهره ببرند؟ اروپاییان می‌توانند از چنین مزیت‌هایی بهره ببرند. پس

ما در این استان باید برویم سراغ اروپاییان و در زیرساخت‌هایمان برای جذب آنها سرمایه‌گذاری و برنامه‌ریزی کنیم. قطعاً در تهیه نقشه راه گردشگری می‌توان مواردی از این دست را مد نظر قرار داد و تعریف کرد تا به جمع‌بندی رسید.

من سه چهار بحث دیگر هم در این حوزه دارم که خدمتتان عرض می‌کنم. ما در کمیسیون گردشگری کرمان چند تا پیشنهاد دادیم که مطرح و تصویب شد و سپس در کمیسیون گردشگری کشور نیز تصویب شد؛ ولی کسی آن‌طور که باید پیگیر نیست که بتواند به انجام برساند. اولین موضوعی که مطرح کردیم و کشورهای دیگر نیز آن‌را مطرح و پیاده‌سازی کردند گنجاندن درس گردشگری در کتب درسی از مقطع دبیرستان بود. این‌که باید با یک گردشگر چه‌طور برخورد کرد؟ وظیفه هر فرد در قبال گردشگر چیست و... که متأسفانه امروزه این مباحث و دروس در مدارس (دبیرستان‌ها) مطرح و ارائه نمی‌شود. صرفاً شاید در کتاب جغرافیا به معرفی آثار تاریخی و فرهنگی مثل ارگ بم و... بسنده کرده است ولی این‌که با یک گردشگر باید چه‌طور برخورد کرد و نحوه برخورد با گردشگر و مزایای آن چیست؟ اصلاً در سطوح پایین به دانش‌آموزان و... آموزش داده نمی‌شود. کارشناسان حوزه گردشگری (اعم از بخش خصوصی و دولتی) و کارشناسان آموزش و پرورش، باید با هم‌فکری و همکاری یکدیگر مباحث را آماده کرده و در کتب درسی دانش‌آموزان دبیرستانی بگنجانند؛ ولی متأسفانه در حال حاضر دانش‌آموز فقط تا حدودی با آثار تاریخی و میراث فرهنگی آشناست و به بقیه موارد اصلاً آشنا نیست.

نکته دیگر این‌که شاید ما در مدارس مطالب مختص حوزه گردشگری داشته باشیم ولی این بحث باید به عنوان یک درس مستقل و عمومی برای همه دانش‌آموزان مثل دیگر دروس (ریاضی/ فیزیک) ارائه شود تا همه با آن آشنایی کامل داشته باشند.

دومین موضوع گنجاندن کمیسیون مستقل گردشگری در مجلس است که در حال حاضر کمیسیون گردشگری زیر مجموعه کمیسیون فرهنگی است. کمیسیون فرهنگی مجلس، کمترین متقاضی را دارد همان‌طور که همه واقفید فراکسیونی در مجلس هست تحت عنوان فراکسیون گردشگری، که فکر کنم بالای ۱۰۰ تا عضو دارد. اگر اینها با هم تلاش کنند این مشکل رفع می‌شود. قاعده‌تاً باید آیین نامه مجلس تغییر کند و در این زمینه خیلی مشکل نداریم. به نظرم اگر این صد نفر صورت جلسه‌ای را تهیه و امضا کنند و کمیسیون مستقل گردشگری را راه‌اندازی کنند، خیلی می‌تواند به این مسئله در کشور و اصلاح قوانین و آیین نامه‌ها و بخشنامه‌ها و فعالیت‌های اجرایی در حوزه گردشگری کمک کند.

سومین مسئله تسهیل شرایط واگذاری‌ها به بخش خصوصی در میراث فرهنگی صنایع دستی و گردشگری است. این موارد که خدمتان عرض می‌کنم بیشتر اجرایی هستند. در حال حاضر سازمان میراث فرهنگی، اماکن بسیاری برای واگذاری به بخش خصوصی دارد که در حال تخریب و از بین رفتن هستند. شاید بخواهد یکساله واگذار کند و این خود مشکل‌ساز است. چرا که فردی (بخش خصوصی) می‌آید و طی یکسال کلی وقت و هزینه صرف می‌کند تا مکان را آماده کند ولی فرصتش به پایان رسیده و سازمان میراث دوباره آن را برای واگذاری مجدد به فرد دیگری آگهی می‌کند.

با این وضع هیچکس نمی‌آید و اماکن هم از بین می‌روند. این روند باید به ده سال تغییر کند و قوانین مربوطه هم اصلاح شود. با این کار، اماکن بسیاری در استان‌ها به اماکن مسافرتی و گردشگری تبدیل می‌شوند که هم حفظ می‌شود و هم کمک می‌کند به فعالیت‌های دیگر (اشتغال و درآمدزایی...) که البته در این حوزه، هم زمان و هم نحوه واگذاری (شرایط احراز واگذاری) باید اصلاح شود و نیاز به بازنگری دارد.

مسئله بعدی که ما پیشنهاد دادیم به کمیسیون گردشگری با حضور آقای قشقاوی که ایشان بسیار هم استقبال کرد، راه‌اندازی پلیس گردشگری است. پلیس گردشگری نه این‌که با لباس پلیس باشد بلکه می‌توان با لباس شخصی و از بازنشنگان نیروی انتظامی استفاده کرد. در حال حاضر اگر اتوبوس گردشگران ما بخواهد از کرمان به تهران بیاید یک ساعت باید در مهریز و در صف بازدید معطل شود. یک سرباز نیروی انتظامی با سگ باید وارد اتوبوس شود و کاملاً بازدید کند و بعد هم سلیقه‌ای است و کلی افراد را معطل می‌کند. قرارگاه مرصاد در کرمان نیز به همین صورت است. در صورتی‌که ما رفته بودیم مصر و بر اساس قوانین و ضابطه و نه رابطه و... یک پلیس گردشگری در همه جا با ما بود و همه گیت‌ها و پلیس راه و... را با یک کارت پلیس گذر می‌کردیم. سه روزی که آنجا بودیم تا برگردیم به فرودگاه، این فرد با کارت مخصوص پلیس گردشگری همه جا و با همان کارت مشخص و تعیین شده، ما را همراهی می‌کرد. می‌توان همین طرح را در کشور پیاده کرد. از روزی که گردشگری و اتوبوس گردشگری وارد کشور می‌شود تا این گروه بخواهد برگردد، می‌توان این فرد را با آنها همراه کرد و ایشان از همان اول می‌تواند گردشگران را تحویل بگیرد و در نهایت تحویل بدهد.

کار بعدی که باید در این حوزه صورت گیرد، تسهیل صدور ویزاست که البته خوشبختانه وزارت خارجه در این حوزه خوب عمل می‌کند و در فرودگاه‌ها ویزای الکترونیکی صادر می‌شود اما باید شرایط بهتر از این باشد چون فرد پس از آنکه ویزای الکترونیکی را گرفت باز برای گرفتن ویزای کتبی که مراجعه می‌کند باید مدتهای مدیدی داخل صف باشد. البته نسبتاً وزارت خارجه کارش را خوب انجام می‌دهد.

این‌که گفته شده برگزاری "هفته فرهنگی" به نظر من هم باید برگزار شود و این را باید دولت برگزار نماید ولی به بخش خصوصی هم باید یارانه بدهد یا از بخش خصوصی پول نگیرد و یا پول کمی بگیرد و با حمایت کردنش باعث

شود که بخش خصوصی هم در این نمایشگاه‌ها مشارکت کند. یک مورد که خودمان برای کرمان در کشور مالزی برگزار کردیم فوق‌العاده برای بخش‌های مختلف گردشگری‌مان خوب و موثر بود.

این‌ها مواردی است که عمدتاً ما به عنوان پیشنهاد در کمیسیون در موردشان بحث و گفتگو کردیم و همه را هم با مسوولان مرتبط مطرح کردیم و پذیرفتند و باید روی این موارد کار کارشناسی هم بشود.

یک مسئله دیگر این‌که باید شرایط پرداخت تسهیلات، آسان شود؛ چون یکی از سخت‌ترین شرایط برای پرداخت تسهیلات، در بخش گردشگری است پرداخت تسهیلات در بخش خصوصی در حوزه گردشگری کشاورزی، صنعت و معدن باید آسان شود با این‌که بانک گردشگری راه‌اندازی شد ولی هیچ تفاوتی با دیگر بانک‌ها و تسهیلات از حیث شرایط و نحوه پرداخت و سود تسهیلات ندارد که باید یک بازنگری هم در این بخش صورت گیرد.

همان‌طور که عرض کردم قوانینی که در حوزه گردشگری هست را اتاق بازرگانی می‌تواند تیم و گروهی تشکیل دهد و مامور کار کند که این قوانین را شناسایی کنند و مشکلات و ممنوعیت‌ها را برطرف و اقدامات بعدی را انجام دهد. یک مورد دیگری که ما پیگیری کردیم و خوشبختانه در برنامه ششم توسعه حل شد، این است که بخش گردشگری ما متولی دارد. هم اصناف و هم سازمان میراث فرهنگی صنایع‌دستی و گردشگری هر دو خودشان را متولی امر این حوزه می‌دانند. چنانچه به میراث فرهنگی و گردشگری مراجعه کنید می‌گویید که باید مجوز را از ما بگیرید. هفته بعد اصناف می‌گوید نه باید مجوز را از ما بگیرید. هر کدام شرایط خاص خودشان را دارند و خیلی از طریق اتاق بازرگانی پیگیر شدیم و به ریاست جمهوری هم منتقل شد و هر دوی اینها مستندات قانونی دارند. خوشبختانه در برنامه ششم اصناف را حذف کردند و مسوولیت این کار را به میراث فرهنگی صنایع دستی و گردشگری دادند ولی این‌که چقدر می‌توانند موفق عمل کنند و

عملیاتی کنند آن‌را نمیدانم؛ ولی باید به آن توجه شود و مد نظر قرار گیرد که اجرایی شود.

برای بحث بازاریابی در حوزه گردشگری حتماً باید دولت در این بخش سرمایه‌گذاری کند، چون با شرایط فعلی برای بخش خصوصی امکان ورود و سرمایه‌گذاری به تنهایی وجود ندارد اگر شما کشورهای دیگر مثل ترکیه، مالزی و... را هم مشاهده کنید دولت است که ورود پیدا می‌کند و سرمایه‌گذاری کرده و یارانه می‌دهد و بخش خصوصی را حمایت می‌کند. برای توسعه گردشگری، حتماً باید یارانه خاص پرداخت شود. دوستان اگر تمایل دارند می‌توانند مطالعه‌ای در کشورهای مثل مالزی، عمان، ترکیه، و امارات در بخش گردشگری داشته باشند که شرایط شان هم مشابه ما بود. می‌توان فهمید که چه‌طور طی مدت کوتاهی توانستند ظرفیت‌های گردشگری و زیرساخت‌های خود را افزایش دهند و این‌که به بخش خصوصی امتیاز دهند. مثلاً تبریز هم کار مشابهی کرد. در تبریز شورای اسلامی شهر گفت هر کسی هتل بسازد از پرداخت همه مالیات‌ها معاف خواهد بود. یعنی هیچ پرداختی بابت صدور پروانه و عوارض شهرداری نباید پرداخت کند. همین امر موجب شده تا ساخت هتل‌ها به سرعت افزایش پیدا کند.

ما پس از برجام سیل گردشگران خارجی متقاضی ورود به ایران را داریم؛ ولی موانعی هست که اگر به سرعت حل و فصل نشود و ادامه پیدا کند قطعاً در این بخش با مشکل مواجه خواهیم شد و اثرات منفی خواهد داشت. یک موضوع دیگر را هم مطرح کنم؛ ما برای بازدید از مجموعه "مایدا" در مالزی رفته بودیم. در این کشور اگر کسی می‌خواست فعالیت گردشگری کند مثلاً اگر می‌خواست یک هتل بسازد مراجعه به مرکز (مایدا) می‌کرد و طرح خود را مطرح می‌کرد. یک هفته فرصت می‌دادند و بعد از یک هفته به فرد اعلام می‌کردند که طرح شما توجیه اقتصادی دارد یا ندارد اگر توجیه اقتصادی داشت اعلام می‌کردند. پیشنهاد ما ساخت هتل در فلان شهر

هست، زمین هم با فلان مترآژ و تسهیلات هم دراختیارتان قرار می‌گیرد که فلان بانک هست. این فرد هم برای موافقت اصولی‌اش؛ یعنی برای ساخت هتل، به هیچ اداره و ارگان دیگری غیر از مرکز "ماید" مراجعه نمی‌کرد و هم این مرکز نتیجه را اعلام می‌کرد و ظرف یک هفته شما می‌توانستید کارتان را شروع کنید.

حالا شما فرضاً بخواهید در ایران مجوز ساخت یک مرکز بین راهی بگیرید که یکی از ضروریات حوزه گردشگری است. ضمن این که عمدتاً افرادی که به ایران سفر می‌کنند مسن و پیر هستند و جوان‌ها را خیلی اجازه ورود نمی‌دهند، این افراد نیاز به مراکز خدماتی بین راهی دارند. بین تهران و قم و کاشان مراکز بین راهی تعدادشان خوب و مناسب است ولی در دیگر شهرها این طور نیست و نیاز ضروری به این مراکز داریم.

اخذ مجوز مرکز خدمات بین راهی که بنده مطالعه و پرس و جو کردم حدود یک سال و نیم زمان می‌خواهد تا بتوانید مجوزش را بگیرید و تازه مشروط بر این که سازمان آخری مخالفت نکند. یعنی باید از سازمان زمین و اراضی، آب منطقه‌ای، برق و گاز منطقه‌ای، حمل‌ونقل و ترابری و پایانه‌ها و محیط‌زیست و از حدود ۲۰ تا ۲۵ دستگاه مجوز بگیرید.

مدیر حمل‌ونقل سازمان راهداری را به جلسه‌ای دعوت کرده بودم و ایشان هم تایید می‌کردند که اخذ مجوز از ما برای بین راهی، حدود یک سال و نیم زمان می‌برد. با این اوصاف چه کسی حوصله می‌کند و زمان و فرصت اش را دارد که این کار را بدین نحو انجام دهد؟ ما باید برای این موارد هم فکری بکنیم و بخش خصوصی را وادار کنیم از توانش استفاده کند.

ما امروزه، بخش خصوصی فعال در این حوزه نداریم؛ ولی به نظرمی‌رسد بهترین واحد بخش خصوصی فعال، همین اتاق بازرگانی است که جمعی از فعالین بخش خصوصی در این جا متمرکز هستند که می‌توانند به این بخش کمک کنند و از دولت توانایی آن‌ها بهره ببرند.

بایدها و نبایدهای گردشگری در ایران

محمدعلی شادی*

اینجانب یک کار تحقیقاتی انجام دادم در خصوص چالش‌های گردشگری در کشور؛ آنچه که مشخص است این است که ما این چالش‌ها را به دو بخش اساسی دولتی و خصوصی تقسیم کردیم. بر این مبنا، ما در دولت ۴ یا ۵ معضل در این بخش داریم که راهکارش را هم گفتیم؛ کاهش تصدی‌گری دولت در حوزه فعالیت‌های گردشگری خصوصی.

در سازمان میراث فرهنگی و گردشگری چهارچوب‌هایی و قوانینی را برای گردشگری مشخص کردند و ما هم درگیرش هستیم (هم به صورت تئوری و هم عملی) مثلاً صدور مجوزهای نظارت بر آن‌ها و تمدید آن؛ می‌شود گفت این موارد در شرکت‌های خدمات مسافرتی، بند الف و ب هست و بند الف را همان‌طور که میدانید سازمان هواپیمایی، مجوز را با شرایط ویژه خودش صادر می‌کند. بند ب را هم سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری، بند پ و ج را هم سازمان حج و اوقاف.

* پژوهشگر و مدرس دانشگاه

یکی از مباحث که آنجا مطرح شد، حذف یا کاهش وضعیت سخت مجوزگیری بود که در اثر آن، واحد خصوصی و سرمایه‌گذاران گردشگری، بیشتر به سمت گردشگری سوق پیدا کنند. چه در بحث هتل و چه آژانس‌های خدمات مسافرتی

یک مسئله هم تمرکز این حوزه بود. به‌طور مثال معضلی که اکثر آژانس‌های خدمات مسافرتی دارند این است که بر اساس بند الف هواپیمایی، بلیط هواپیما و قطار را باید از سازمان هواپیمایی بگیرند. و یا طبق بند ب، برگزاری تورهای سیاحتی و گردشگری (چه داخلی و چه خارجی) با سازمان میراث فرهنگی است و طبق بند پ، برگزاری تورهای سیاحتی و زیارتی بر عهده سازمان حج و زیارت؛ و این معضلی است که دائماً مدیران فنی و مدیران عامل آژانس‌ها، درگیر ارتباط سازمان‌های مختلف با آن هستند. ما تأکیدمان این است که دولت تصدی‌گری‌اش را در این حوزه کاهش داده (حوزه اجرایی) و بیشتر در حوزه سیاستگذاری و نظارت، فعالیت کند. یعنی نقش دولت در بخش اجرایی را کمرنگ کرده و در حوزه سیاستگذاری و نظارت و خط‌مشی‌گذاری افزایش دهد. چه در حوزه داخلی و چه خارجی.

همان‌طور که همه اساتید می‌دانند برای کسب رضایت گردشگران تأسیسات و تجهیزات و نیز آموزش و توسعه منابع انسانی اهمیت زیادی دارد. اگر این مطالبات گردشگران، یعنی نظارت را بر عهده دولت و سازمان میراث فرهنگی، صنایع‌دستی و گردشگری و ۲۲ دستگاه دولتی گذاشته و بخش اجرایی را به عهده خصوصی بگذارند، با ارائه تسهیلات ویژه من مطمئن هستم که نتیجه خوبی خواهد گرفت. چون هرچایی را بخش خصوصی وارد شده، روندش به سمت توسعه بوده و موفق هم بوده است چون برای بخش خصوصی که سرمایه‌گذاری می‌کند برگشت سرمایه و سوددهی مهم هست.

دومین مسئله‌ای که مهم بوده و لازم است بدان اشاره کنیم، بحث تبلیغات بین‌الملل است. بنده مقاله‌ای را در این باب نوشتم تحت عنوان "بایدها و نبایدهای تلویزیون گردشگری ایران" سازمان صدا و سیما، شبکه شما را به عنوان شبکه گردشگری مطرح و معرفی کرد. اما من طرحی را نوشتم و شاید با این‌که به نوعی از بدنه مجموعه بودم اما این کار را نقد کردم و دلیل آن هم این بود که به نظرم ما نیازی به شبکه گردشگری داخلی تلویزیونی نداریم. دلیلش هم این است که با این تعدد شبکه‌های داخلی تلویزیونی و رادیویی در ایران ایجاب می‌کند که برای مردم خودمان برنامه‌های متنوع انجام بدهیم ولی برای کشورهای خارجی شبکه‌های تلویزیونی تراول (travel) یا شبکه‌های مرتبط با این حوزه. ما نیازمند یک شبکه تلویزیونی تخصصی در حوزه گردشگری هستیم که چارچوب آن در آن طرح تعیین شده و محدوده ماهواره‌ای که بازار گردشگری ایران نیز می‌طلبد در آن دیده شود. در واقع به نوعی تأکید ویژه به بحث تبلیغات دارم و با توجه به این‌که از ایران و شرایط آن، سال‌های متمادی برای گردشگری خارجی، ذهنیت منفی ایجاد شده است و طی این سال‌ها این ذهنیت منفی را برای گردشگران خارجی علاقه‌مند ایجاد کرده‌اند، لذا بهتر است که یک شبکه ماهواره‌ای تخصصی گردشگری و غیرسیاسی و حتی غیر مذهبی باشد چون هر شبکه‌ای که ایجاد می‌شود اغلب مباحث فرهنگ و سیاست در آن تاثیر گذار است. و تأکید بنده بیشتر بر تخصیص یک شبکه ماهواره‌ای تخصصی گردشگری با تأکید بر اقتصاد و توسعه گردشگری هست.

بحث دیگر توسعه مجموعه و تأسیسات گردشگری کشور و استاندارد سازی آنهاست. با این‌که سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری اداره کلی بنام "اداره کل نظارت بر اماکن اقامتی و گردشگری" دارد، و آقای تیموری هم این مسوولیت را به عهده دارد، ولی واقعیت آن است که در حال حاضر، تأسیسات هتل‌ها قدیمی و مستهلک شده و نیروهای آن

هم کم‌انگیزه هستند. زمانی که در گروه هتل‌های هما بودم این را به عینه دیدم. پرسنل گروه هتل‌های هما (شرایطشان) قدیمی بوده و ساختمان‌های هتل هم فرسوده شده و به عنوان هتل‌های ۴ ستاره و ۵ ستاره مشغول هستند و نیروهای آن هم کم‌انگیزه و فرسوده شده‌اند و نیروهای جوان و آموزش‌دیده نیز به سمت آنها گرایش پیدا نکرده‌اند. درحوزه هتل‌ها و تأسیسات اقامتی و مراکز تفریحی مورد تأکید من، یکی از معضلات که بارها مشاهده کردیم این است که به‌طور مثال در هتل‌های ۴ و ۵ ستاره هما در تهران، هتل بندر عباس و مشهد و شیراز، پرسنل آن حتی پرسنل پذیرش، توانایی گفتگوی زبان انگلیسی را با گردشگران خارجی و حداقل یک زبان خارجی را هم ندارند. هتل‌های بنیاد شرایطشان بهتر است ولی باز همین مشکل را دارند.

هتل‌های اصلی گردشگران خارجی که هتل‌های ۴ ستاره و ۵ ستاره هست را باید از حیث تأسیسات، ابتدا آن‌چه را که موجود است در زمینه کیفیت و خدمات ارتقاء بدهند و به نوعی بازسازی انجام شود؛ البته با تکیه بر آموزش نیروی انسانی و سپس توسعه.

در یک سال هم این مطلب مطرح شد که قرار است ۷۰۰هتل ۵ستاره در کشور ساخته بشود که در زمان خودش یک آمار عجیبی بود. از آن زمان ۷ سال گذشت (فکر کنم زمان آقای بقایی بوده) و از آن زمان تا حالا به اندازه انگشتان دست هم ساخته نشد. هتل اسپیناس اولین هتل ۵ ستاره مطرح بود که بعد از آن ساخته شد و هتل قلعه گنج کرمان که بنیاد مستضعفان آن‌را با هدف بیشتر اقتصادی و توسعه مناطق محروم و توسعه اشتغال و توسعه گردشگری در جنوب کرمان ساخت و نیز هتل ترنج کیش که هتل روی آب هست که می‌توان به نوعی به آن اشاره کرد؛ و هتل معین در شمال و البته در مشهد. همه اینها هدفش فقط جذب گردشگر خارجی

نبوده است. هتل ترنج کیش شاید با توجه به شرایطی که دارد تا حدودی موفق بوده است.

تا این قسمت مشکل اساسی در بخش دولتی را برشمردیم: کاهش تصدی‌گری، استانداردسازی، تبلیغات بین‌المللی؛ که البته استانداردسازی به عنوان معضل بخش دولتی نسبت به این سه حوزه مهم‌تر است. مشکل زیرساخت‌های بانکی الکترونیکی به عنوان معضل چهارم نیز عامل مهمی است که ارتباطات بین‌المللی یک قسمتش است و بحث زیرساخت‌های بانکی هم یک بخش دیگر. در دنیا اکسپریال و سایت‌های مختلف در حوزه گردشگری وجود دارد. مثلاً در بزرگترین اکسپریال افراد می‌توانند به راحتی وارد این سایت‌ها بشوند و با عضویت در آن از هر جای مختلف دنیا هتل رزرو کنند و بلیط بگیرند؛ ولی در ایران این حوزه فقط در داخل و خیلی محدود وجود دارد. آن‌چه مهم است این است که ما تأکیدمان بیشتر درآمدهایی و ارزآوری در حوزه بین‌المللی است که حوزه بین‌المللی ما از این مزایا و امکانات بی‌بهره‌اند. البته باید اشاره کرد علی‌رغم آن‌که مثلاً بانک گردشگری این سایت را افتتاح کرده اما هنوز عملیاتی نشده (با اشاره به این‌که بنده هم نیمه دولتی هستم) و باید عرض کنم تجربه نشان داده همیشه افتتاح‌ها، نشانگر عملیاتی‌شدن نیست. بنده شاهد بودم که سه یا چهار بار زیرساخت سایت‌ها و یا پورتال‌های گردشگری در دوره‌های مختلف افتتاح گردید ولی عملیاتی نشد و شخصاً هم حضور داشتم؛ یکی در دوره آقای غمخوار (رئیس سازمان سیاحت و گردشگری بنیاد بود) که حدود ۱۲ سال پیش افتتاح شد ولی اجرایی نشد یک بار هم در دوره آقای مشایی به همین ترتیب. الان هم اطلاع دقیقی از این مسأله ندارم ولی مطمئن هستم که عملیاتی و اجرایی نشده است و دلیلش هم زیرساخت‌ها است. جدای از بحث سرعت اینترنت و زیرساخت‌ها، بحث عدم اعتماد را هم داریم. یعنی علاوه بر بحث سرعت اینترنت و نبود زیرساخت‌ها، اطمینان لازم را هم نداریم. ما روی اینترنت

داخلی بحث نداریم؛ الان شبکه‌ها و سایتهای داخلی زیادی است که می‌شود بلیط را خرید و رزو کرد ولی آیا در خارج هم می‌توانند از طریق سایت‌های ما رزور کنند و از آن استفاده کنند؟ مثل شبکه‌های تلویزیونی.

نهایتاً من یک مورد جزئی دیگر را اشاره کنم و آن این‌که بنده با گردشگری ارزان قیمت مخالفم که هر دفعه هم دارد مطرح می‌شود که از قدیم و گذشته هم مطرح و معروف بوده است. گردشگری جزء نیازهای خود شکوفایی افراد در مثلث نیازهای مازاد است و این‌که جزء کالاهای لوکس است. ما چهار نوع کالا در دنیای اقتصاد داریم کالاهای ضروری، گیفن، پست و لوکس که گردشگری جزء لوکس است؛ ولی بحث اصلی من این است که گردشگری و درآمدزایی ما در عرصه بین‌الملل و ارزآوری باید باشد. در داخل مخالف گردشگری داخلی و ارزان قیمت نیستم ولی تأکید بر این است و تجربه ثابت کرده است که در طول این مدت بیشتر به دلیل ناآگاهی یا عدم فرهنگ‌سازی حوزه مراقبت از منابع گردشگری در سه حوزه ایران، یعنی انسان ساخت، طبیعی و فرهنگی باعث شده که تخریب هم بشود و جالب این است که ارزآوری هم نداشته بلکه صرفاً در گردشگری از این جیب به آن جیب است؛ ولی اگر گردشگری بین‌المللی توسعه پیدا کند قطعاً هم ارزآوری دارد و هم اثرات مثبت اقتصادی که تأکید ما بر آن است.

تأکید بنده این است که بخش مربوط به نظارت بخش دولت است حتماً برای نظارت بر آژانس‌های مسافرتی یک تسهیلات و خدماتی ارائه داده و کارهایی انجام شود. از قرار معلوم تشویق‌های خیلی ضعیفی در نظر گرفته شده که مشوق خوب و موجب ایجاد انگیزه نیست. بلکه باید کاری کرد که آژانس‌های مسافرتی و خدماتی به جای این‌که به دنبال این باشند که افراد را از کشور خارج کنند و خودشان گرداننده و ارز آورنده باشند، به نوعی در کشور چه در حوزه داخلی و چه خارجی بروند به سمتی که گردشگر از خارج بیآورند به داخل کشور و ارتباطشان به این سمت و سو باشد.

به صورت خیلی عملیاتی‌تر و کاربردی‌تر بخواهم خدمتتان عرض کنم این‌که در بحث شبکه تلویزیونی گردشگری مثلاً باید سه سازمان صدا و سیما با وزارت ارتباطات و فن‌آوری اطلاعات و سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری، با یکدیگر باید هماهنگ شوند و رابطه و تعامل برقرار کنند که چارچوب آن را هم ما نوشتیم. که البته بخش خصوصی چون قانون آن پیش‌بینی نشده و در مجلس یا مجمع تشخیص و یا هر جای دیگر تصویب نشده، لذا پس از تصویب در قانون اساسی، شبکه‌های خصوصی می‌توانند متولی این کار باشند؛ ولی در حال حاضر به عنوان مشاور و مشورت دهنده می‌توانند فعالیت کنند (چون در حال حاضر طبق قانون اساسی غیر از دولت هیچ‌کس حق راه‌اندازی شبکه رادیویی و تلویزیونی داخلی و خارجی ندارد) در حوزه تبلیغات هم راه‌اندازی دفاتر کارگزاری و معرفی و شناسایی شناخت گردشگری کشور در کشورهایی که ما وزارتخانه داریم توسط وزارت خارجه، سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری و سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی (مجمع ارتباطات اسلامی) که این سه تا سازمان باید با هم تعامل داشته و هماهنگ شوند. با تأکید بر وزارت امور خارجه باید متولی بشوند چون دفاتر فرهنگی و کنسول‌گری‌های فرهنگی ما دست این سازمان‌ها و وزارتخانه‌ها هستند. چون رایزن‌های فرهنگی در دفاتر کنسول‌گری و سفارتخانه‌های ما مستقر بوده و فعال هستند. یک بخشی هم باید برای معرفی کشور ما توسط نمایندگی‌های ما به سایر کشورها باشد. مثلاً قبلاً هفته‌های فرهنگی را داشتیم در همین دفاتر سفارتخانه‌ها که من پیشنهادم هفته‌های گردشگری است با تأکید بر کشورهای آسیایی مثل مالزی. به عنوان مثال یک هفته (هفته گردشگری ایران در این کشور) که خصوصی‌ها هم به راحتی مشارکت می‌کنند، در این برنامه‌ها به خوبی ما را معرفی کنند و حتی نقش آژانس‌های مسافرتی برای جذب در آن‌جا خیلی معلوم می‌شود. زیرساخت آن را باید دولت (سازمان میراث و گردشگری و وزارت ارشاد و

خارجه) بگذارند و خصوصی‌ها و دولتی‌ها به راحتی به آن ورود پیدا کنند و باید به نحو مطلوب ما را معرفی کنند.

بنده دو هفته پیش با آقای دکتر قادری در سازمان توسعه تجارت جلسه داشتم با این‌که این سازمان‌ها به راحتی می‌توانند نقش ایفا کنند و ورود پیدا کنند ولی نقشی ندارند. دلیلش هم این است که متأسفانه هر مجموعه‌ای و سازمانی که می‌خواهد در این حوزه ورود پیدا کند خود را بخش درآمدزا می‌داند و نه هزینه‌کننده و این خودش یک مسأله هست. بنده در اول عرایض هم گفتم که تصدی‌گری بخش دولتی باید حذف حتی نمی‌گویم کاهش بلکه تأکید می‌کنم باید حذف شود، یعنی دولت را باید متولی سیاست‌گذاری، خط مشی و نظارت بدانیم و تصدی‌گری دولت باید حذف شود. الان فرضاً بنده بخش خصوصی هستم. من نمی‌توانم کاری را انجام دهم چرا؟ بنده بارها همایش برگزار کرده‌ام در حوزه گردشگری در کشور؛ اولین همایش "مشارکت‌های مردمی در حوزه گردشگری" طرح بنده بود و دبیر آن نیز در سال ۹۳ بودم. من جشنواره بزرگ ایران زمین را با چارچوب‌های مختلف و طرح عالی دارم و می‌خواهم آن را برگزار کنم و می‌روم سازمان میراث فرهنگی، صنایع‌دستی و گردشگری. می‌گویم اگر من را آزاد بگذارند و اجازه دهند خودم اسپانسر می‌گیرم، خودم هزینه می‌کنم، خودم هم اجرا می‌کنم؛ ولی وقتی می‌خواهم برگزارکنم سازمان میراث فرهنگی، صنایع‌دستی و گردشگری به من می‌گوید مجوز؟ اگر آرم سازمان میراث فرهنگی، صنایع‌دستی و گردشگری نباشد، سازمان‌ها حتی بخش‌های خصوصی می‌گویند این آمده یک بودجه‌ای را بگیرد و ببرد. عرض بنده این است که نقش دولت مثل سازمان میراث فرهنگی و غیره باید تأکید بر این باشد که تصدی‌گری متولی‌گرانه یعنی همان خط‌مشی‌گذاری، سیاست‌گذاری و نظارت؛ ولی الان چه اتفاقی می‌افتد؟ مثلاً همین هفته پیش نمایشگاه

بین‌المللی گردشگری برگزار شده ولی واقعیت آن است که بخش خصوصی آن را برگزار نکرده است.

سازمان میراث فرهنگی متولی باشد ولی بخش خصوصی آن را برگزار نماید و درگیر شود. وقتی بنده تأکید می‌کنم بخش خصوصی (آژانس‌های مسافرتی) برای جذب گردشگران خارجی که به صورت دوره‌ای خودشان آنجا برگزار کنند، می‌باشد و دولت صرفاً متولی باشد (حمایت‌کننده و هماهنگ‌کننده). متأسفانه امروزه دفاتر فرهنگی و رایزن‌های فرهنگی که طرف نه زبان خارجه بلد هست و نه اصلاً می‌داند که چه کند؟ فقط می‌خواهد یکسال با خانواده اش برود آنجا و حق ماموریتش را بگیرد و برگردد. این بخش را عرض می‌کنم. یا مثلاً همین هفته‌های گردشگری را متولی‌اش (متولی تعاملات بین‌المللی) دولت باشد و هماهنگی‌هایش را انجام بدهد و بعد بخش خصوصی اجرا کنند.

مباحث و حرف در حوزه گردشگری بسیار است و آن هم که می‌شود بر مبنای این ۴ بخش جمع‌بندی کرد (کاهش تصدی‌گری دولت، تبلیغات، حمایت معنوی و خط‌مشی‌گذاری و سیاست‌گذاری دولت، حذف مجوزها، شبکه تلویزیونی گردشگری) یک بازنگری در قوانین و مقررات حاکم بر حوزه گردشگری کشور صورت بگیرد که شاید همه این مسایل و مشکلات حل شود چرا که در بازنگری نقش دولت و دیگر نقش‌ها بازتعریف می‌شود که خوب لایحه آن باید توسط دولت (به کمک ۲۲ دستگاه متولی امر که سازمان میراث فرهنگی و گردشگری متولی امر است) تهیه شده، به مجلس ارایه شود و مجلس هم بازنگری کند؛ این از یک طرف و از طرف دیگر نیز بخش خصوصی باید درگیر کارشود. البته هم این ۲۲ سازمان دولتی باید حضور داشته باشند چون درگیر کار هستند و مرتبط. از حمل‌ونقل ترافیک گرفته تا غیره متولی امر گردشگری هستند. باید در این امر مشارکت کنند.

یک مسأله دیگر هم این‌که اسم سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری در جلسه‌ای بحث شد و بنده هم این نام را زیر سؤال بردم و نقد کردم که البته خودم هم زیر سؤال رفتم. که اگر از آن‌جا شروع کنیم و آن‌را حل کنیم خیلی از این بحث‌ها و گفتگوها حل می‌شود. اسم سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری غلط است. در هیچ کجای دنیا چنین اسمی را نخواهید دید و نمی‌بینید. یا وزارت توریسم هست یا سازمان توریسم. در صنعت توریسم همه این‌ها گردشگری، صنایع دستی، میراث فرهنگی زیر مجموعه هست. بنده خودم مدتی در بنیاد مستضعفان بودم و با آنجا آشنایی کامل دارم و می‌شناسم و می‌دانم که الان سیاست جدید بنیاد این است که هتل‌ها و مراکز مرتبط با آنها را بفروشد و خبر دارم که آقای سعیدی‌کیا و دوستانش قصدشان فروش این‌هاست. با توجه به فرمایشات مقام معظم رهبری بر این‌که بنیاد از کارهای هتلداری و گردشگری و فعالیت‌های اجرایی خارج شود، بنای فروش این هتل‌ها را دارد ولی متأسفانه کسی نیست اینها را بخرد، به دلیل آن‌که به قدری این هتل‌ها گران قیمت هستند که کسی قدرت خریدشان را ندارد، مثلاً هتل استقلال را ۸۰۰ میلیارد قیمت گذاشتند. خوب خریدار می‌بیند که ساختمان فرسوده شده و مستهلک و پشیمان می‌شود. برای همین بنده فکر می‌کنم این مسأله باید با یک عزم فرا ملی حل و فصل شود و بهتر آن‌که از حوزه دفتر مقام معظم رهبری حل شود.

خلاصه این‌که بازنگری قوانین اگر با تأکید لایحه‌ای از طرف دولت و همفکری و مشارکت بخش خصوصی و اتحادیه باشد، ضروری است. اتحادیه آژانس‌داران، اتاق بازرگانی، هتل‌داران، رستوران‌داران، و مرکز تحقیقات استراتژیک مجمع تشخیص به عنوان متولی این بحث چون به نوعی تصدی‌گری‌اش از دولت هم فراتر است به عنوان متولی این امر، این سازمان‌های ۲۲گانه در حوزه گردشگری و بخش خصوصی را جمع کرده و در

قالب مجموعه همایش‌ها یا بازنگری در قوانین متمرکز نماید تا بتواند کار بازنگری قوانین را در لایحه‌ای تهیه نموده و جمع‌بندی کرده و خروجی را به مجلس ارایه کند بلکه به نتیجه برسد.

ما سیاست کلی گردشگری واحد و مجزا نداریم ولی یک طرح جامع در سال ۷۹ تا ۸۳ توسط سازمان میراث فرهنگی و ۴ نفر از کارشناسان سازمان جهانی گردشگری تهیه و تدوین شد که البته ناقص بوده و کاستی‌های زیادی دارد و تاکنون هم اجرا نشد.

اصلاً این یک روش است در حوزه گردشگری؛ چون بنده دو سه کشور از جمله فلیپین را بررسی کردم و مشاهده نمودم که یک روش کلی است که سازمان جهانی گردشگری، گروهی از کارشناسان خود را با توجه به نیاز و درخواست هر کشوری، با هماهنگی و همکاری همان کشور و سازمان متولی گردشگری با یکدیگر بسیج و طرح جامع گردشگری را تدوین و فعال می‌کنند. یک بار هم برای ایران قبلاً تهیه شده و موجود است ولی اجرا نشد زیرا سیاست‌های کلی را هم در همان طرح جامع دیدند و اگر بخواهیم سیاست‌های کلی گردشگری را تهیه کنیم با متولی‌گری مرکز مجمع تشخیص مصلحت نظام، در صورتی که همه متولیان امر گردشگری و دست‌اندرکاران دولتی و خصوصی، در سیاستگذاری و برنامه‌ریزی دخیل نباشند و نظر ندهند مثل همان طرح جامع گردشگری که انجام نشد، باز هم در اجرا به مشکل بر می‌خوریم. مثلاً الان در اتحادیه‌های گردشگری، اتحادیه آژانس‌داران کرمان (اقای کرمانی) همیشه در همه جلسات مخالف هست و بحث دارد. چون که در تصمیم‌گیری و سیاست‌گذاری از ایشان نظرخواهی نشده است و احتمالاً حق هم دارند. پس این مطلب حتماً باید مد نظر قرا بگیرد که در صورت تعیین سیاست‌ها از کلیه صاحب‌نظران دعوت و نظر خواهی شود.

