

# گردشگری صنعتی بدون مرز

## با نگاهی به جایگاه ایران و استان کرمان



♦ دکتر علی رحیم پور  
کارشناس گردشگری

### بررسی صنعت گردشگری در جهان

صنعت گردشگری در دنیا یکی از مهم‌ترین فعالیت‌های اقتصادی و فرهنگی به شمار می‌رود که از آن به‌عنوان پردرآمدترین و پر اشتغال‌زاترین صنایع دنیا یاد می‌شود و با توجه به گستردگی که این صنعت در دنیا دارد، جهان‌شمول بوده و تمامی جوامع بشری را در برمی‌گیرد. امروزه گردشگری را صنعت بدون مرز می‌دانند.

صنعت گردشگری در سطوح گردشگری بین‌المللی، داخلی و منطقه‌ای توانسته است در سید هزینه خانوار بر اساس درآمد ملی، درآمد خانوار و ... نقش ایفا کند. اوج فعالیت صنعت گردشگری در سال ۲۰۱۹ بود که از اواخر این سال اپیدمی کرونا شکل گرفت و شیوع این بیماری باعث شد که این صنعت رونق اولیه خود را از دست بدهد. در این سال بالغ بر یک و نیم میلیارد نفر از جاذبه‌های گردشگری دنیا دیدن کردند.

بر اساس آخرین آمار سازمان جهانی گردشگری، بعد از رکودی که به دلیل وقوع بیماری کرونا و کاهش امکانات تردد و حمل‌ونقل در جهان به وجود آمد، تعداد گردشگران در سال ۲۰۲۲ به ۹۶۰ میلیون نفر رسید و درآمدی بالغ بر هزار میلیارد دلار نصیب جامعه میزبان و دست‌اندرکاران این صنعت شد. بر اساس آمارهای موجود، صنعت گردشگری بالغ بر ۹ درصد اشتغال جهانی را به خود اختصاص داده است. همچنین در سال ۲۰۲۳ بالغ بر ۲۹۵ میلیون نفر به‌صورت مستقیم در این صنعت مشغول به کار شده‌اند. مقاصد گردشگری در دنیا عمدتاً بر اساس

جاذبه‌ها، امکانات، منابع و تسهیلاتی است که برای ورود و خروج، اقامت، پذیرایی، حمل‌ونقل، تورگردانی و خرید انتخاب و تعیین می‌شود. گردشگران بین‌المللی علاقمندند به مناطقی سفر کنند که در وهله اول تسهیلات و امکانات سفر و در وهله دوم دسترسی، ایمنی و امنیت جاذبه‌های گردشگری در حوزه‌های فرهنگی، طبیعی و انسان‌ساخت برای آن‌ها فراهم شده باشد و بیشتر علاقمند به مراکز خرید و همچنین بازارهای تجاری دنیا می‌باشند.

با توجه به آمار ارائه شده در سال ۲۰۲۳، کشور فرانسه با ۸۹ میلیون نفر، اسپانیا با ۸۳،۵ میلیون نفر، ایالات متحده آمریکا با ۷۹،۳ میلیون نفر، چین با ۶۵،۷ میلیون نفر و ایتالیا با ۶۴،۵ میلیون نفر گردشگر توانسته‌اند جایگاه اول تا پنجم بازار مقصد دنیا را به خود اختصاص دهند. البته کشور ترکیه در این سال رشد خیلی خوبی داشته است و با ۵۱،۲ میلیون نفر توانسته است به مقام ششم دنیا

بر اساس آخرین آمار سازمان جهانی گردشگری، بعد از رکودی که به دلیل وقوع بیماری کرونا و کاهش امکانات تردد و حمل‌ونقل در جهان به وجود آمد، تعداد گردشگران در سال ۲۰۲۲ به ۹۶۰ میلیون نفر رسید و درآمدی بالغ بر هزار میلیارد دلار نصیب جامعه میزبان و دست‌اندرکاران این صنعت شد. بر اساس آمارهای موجود، صنعت گردشگری بالغ بر ۹ درصد اشتغال جهانی را به خود اختصاص داده است. همچنین در سال ۲۰۲۳ بالغ بر ۲۹۵ میلیون نفر به‌صورت مستقیم در این صنعت مشغول به کار شده‌اند.

صعود نماید. کشورهای مکزیک با ۴۵ میلیون نفر، تایلند با ۳۹،۸ میلیون نفر، آلمان با ۳۹،۶ میلیون نفر و انگلستان با ۳۹،۴ میلیون نفر رتبه‌های هفتم تا دهم را در اختیار گرفته‌اند و توانسته‌اند جایگاه خود را به‌عنوان مقاصد اصلی گردشگری در دنیا تثبیت کنند.

### جایگاه صنعت گردشگری در ایران

کشور ایران با بیشترین امکانات و جاذبه‌های توریستی جزو برترین کشورها در حوزه میراث طبیعی، جاذبه‌های فرهنگی و انسان‌ساخت است و با وجود بیش از ۲۷ اثر ثبت جهانی شده، می‌تواند به‌عنوان یکی از مقاصد گردشگری دنیا معرفی شود؛ به عبارتی ایران از چند مزیت اصلی برخوردار است از جمله: اقلیم متنوع سرزمینی و قلمرو جغرافیایی که تنوع فصول و تفاوت درجه اقلیم و دما در بعضی از روزها به بیش از ۵۰ درجه سانتی‌گراد می‌رسد، به‌طوری که هم‌زمان می‌توان در سواحل جنوب کشور با ۳۵ درجه



آن‌ها می‌توان به رونق مجدد جزیره کیش اشاره نمود که این موضوع هم مقطعی بوده و مشکلات پروازی نتوانسته درآمد مستمری را برای سرمایه‌گذاران این جزیره ایجاد کند. همان‌طور که ملاحظه نمودید، اطلاعات آماری ارائه شده تصویر کلی از وضعیت صنعت گردشگری در دنیا و ایران را به ما ارائه و نشان می‌دهد که کشور ما در حوزه صنعت گردشگری با وجود تمامی توانمندی‌ها، امکانات، منابع و جاذبه‌های گردشگری نتوانسته به جایگاه اصلی خود برسد. با توجه به برنامه چشم‌انداز توسعه صنعت گردشگری کشور در سال ۱۴۰۴ قرار بود در این سال ۲۰

آمار را مرکز آمار ایران هم تأیید کرده است. در سال ۱۴۰۱، چهار میلیون و سیصد هزار نفر از شهروندان ایرانی به خارج از کشور سفر کرده‌اند که مقصد شهروندان ایرانی به ترتیب: ۶۳ درصد به ترکیه، ۱۳ درصد به عراق، ۱۱ درصد به امارات، ۳ درصد به گرجستان، ۳ درصد به سوریه و مابقی یعنی ۷ درصد به سایر کشورها بوده است. البته دلیل کاهش اصلی سفرهای خارجی شهروندان ایرانی از یک جهت افزایش نرخ ارز و کاهش درآمدهای داخلی خانوار و از سوی دیگر، بعد از بیماری کرونا بیشتر شهروندان ایرانی تمایل به سفرهای داخلی داشته‌اند؛ از مهم‌ترین

حرارت از امکانات ساحلی برخوردار شد و با یک فاصله یک ساعت و نیمه در ارتفاعات کوه‌های البرز و همچنین در مناطق اردبیل و آذربایجان تجربه ۲۰ درجه سانتی‌گراد زیر صفر را تجربه و از امکانات اسکی بهره برد. این موقعیت جغرافیایی و تنوع اقلیمی در کشور موجب شده ما پوشش گیاهی و حیات جانوری متعددی هم داشته باشیم که می‌تواند برای گردشگران علاقمند به توریسم ورزشی و همچنین طبیعت‌گردی و اکوتوریسم و ژئوتوریسم، مقصد بی‌نظیری باشد. ایران با وجود تمامی این جاذبه‌ها متأسفانه نتوانسته است جایگاه مناسبی را در صنعت گردشگری دنیا و حتی در حوزه آسیا، جنوب غرب آسیا و نیز خاورمیانه به دست آورد. با توجه به آمار منتشر شده توسط سازمان جهانی گردشگری و همچنین وزارت گردشگری در سال ۱۴۰۱، چهار میلیون و ۲۰۰ هزار نفر گردشگر به ایران ورودی داشته‌ایم، البته کلیه کسانی که از مبادی ورودی کشور به ایران وارد شده‌اند در این آمار جای دارند و این تعداد شامل اتباع مختلف کشورهای همسایه، توریست‌های بین‌الملل، تجار و بازرگان‌ها نیز می‌شود.

عمده گردشگرانی که به ایران وارد شده‌اند، شامل ۵۵ درصد از کشور عراق، حدود ۶ درصد از کشور آذربایجان، ۵ درصد از پاکستان، ۲ درصد از اتباع کشور کویت و ۲۶ درصد نیز از سایر کشورها می‌شوند. در گذشته کشور آذربایجان با بیش از یک میلیون نفر توریست جایگاه بهتری در اعزام گردشگر به کشور ما داشته است که متأسفانه بعد از دوره کرونا و مشکلاتی که از نظر سیاسی پیش آمده است؛ روابط دو کشور حسنه نیست و اتباع کشورهای آذربایجان، بیشتر کشورهای عرب حوزه خلیج فارس و ترکیه را ترجیح داده و به این مناطق سفر می‌کنند و لذا کاهش عجیبی در ورود گردشگر از آذربایجان به ایران داشته‌ایم. درآمد داخلی صنعت گردشگری در ایران، یعنی درآمد حاصل از سفر کل افراد در داخل کشور یعنی اتباع، شهروندان ایرانی و خارجی، ۳۱۵ هزار میلیارد تومان برآورد شده است که این



ویزا، مستر و بیورو قابلیت خرید و استفاده در ایران را ندارند، نمی‌تواند هیچ‌کدام از کالاها از جمله کالاهای مربوط به صنایع‌دستی یا فرش ایرانی را خریداری نماید؛ بنابراین ما عملاً خودمان را از بازار فروش صنایع‌دستی، فروش هنرها و آثار محلی، بومی و ملی هم محروم کرده‌ایم؛ لذا به طبع صنایع‌دستی و تولیدکنندگان صنایع‌دستی و هنرهای ملی ما از این موضوع آسیب جدی دیده‌اند.

صنعت گردشگری بویژه در حوزه زیرساخت در بخش اقامت، پذیرایی و حمل‌ونقل صنعتی سرمایه‌بر است؛ اگرچه در مقایسه با سایر صنایع به سرمایه کمتری نیاز دارد و اشتغال بیشتری ایجاد می‌کند؛ ولی متأسفانه به دلایل سیاسی، ما بعد از پیروزی انقلاب نتوانسته‌ایم با دنیا مراد داشته باشیم و از سوی دیگر به‌نوعی دچار خود تحریمی شده‌ایم.

زنجیره‌های بزرگ هتلداری در دنیا مثل آکور، مریدین، هیلتون، شرایتون، اینترکانتیننتال و سایر برندهای معروف هتلداری در دنیا نتوانسته‌اند در ایران اقدام به احداث هتل نمایند. از طرفی ایرلاین‌های خارجی هم از اختصاص پرواز به ایران استقبال نکرده‌اند؛ بنابراین وقتی در حوزه اقامتی و بویژه حمل‌ونقل هوایی دچار مشکل هستیم، قاعدتاً نمی‌توانیم در این صنعت حرفی برای گفتن داشته باشیم. چون بیش از ۷۰ درصد از تردد گردشگران بویژه برای مقاصد دور از طریق هواپیما انجام می‌شود. لذا وقتی دفاتر خارجی هواپیمایی و ایرلاین‌های بین‌المللی در ایران پرواز نداشته باشند و ناوگان حمل‌ونقل هوایی کشور فرسوده باشد و از استانداردهای لازم برخوردار نباشد، قاعدتاً ما در جذب گردشگر دچار مشکل می‌شویم. با وجود همه این مسائل عملاً ما نتوانسته‌ایم در جهت توسعه صنعت گردشگری، سرمایه‌گذاران خارجی و ورود گروه‌های بزرگ گردشگری، هتلداری و آژانس‌ها به ایران موفقیتی به دست آوریم و لذا از بازار تجارت این حوزه محروم شده‌ایم. ما نمی‌خواهیم شعار بدهیم که صنعت گردشگری در ایران جایگزین صنعت شود،



بخشی از این مشکل متوجه ناکارآمدی دستگاه تبلیغاتی و اطلاع‌رسانی جهت معرفی ایران به بازارهای هدف گردشگری است. همچنین رسانه‌های خارجی هم در تلاش هستند به هر شکل ممکن ایران هراسی را در دنیا ترویج کنند که این خود عامل بازدارنده‌ای برای ورود گردشگر به ایران است. از طرف دیگر ما در شرایط تحریم قرار گرفته‌ایم و این تحریم‌ها بر حوزه صنعت گردشگری نیز سایه انداخته است و همین مقطع زمانی برای تبادل گردشگر، انتقال پول گردشگران به ایران و همچنین توسعه سرمایه‌گذاری با کمک سرمایه‌های خارجی دچار مشکل هستیم. علاوه بر این مسائل مربوط به FATF و تحریم‌ها باعث شده است که عملاً ما در حوزه زیرساختی، خرج کرد بیشتر گردشگر دچار مشکل شویم؛ برای مثال در حال حاضر اگر توریستی به ایران بیاید، چون پول نقد با خود به همراه بیاورد و کارتهای اعتباری بین‌المللی مانند اکسس،

میلیون گردشگر و حدود ۲۰ میلیارد دلار درآمد از این محل کسب کنیم که با این روند یک‌پنجم آن هم محقق نمی‌شود. در برنامه هفتم توسعه ورود گردشگر را در آخر برنامه ۱۵ میلیون نفر در نظر گرفته است که نشان می‌دهد ما نتوانسته‌ایم در بازار تجارت بین‌الملل گردشگری نقش لازم را بازی کنیم و سهم خود را از این بازار به دست بیاوریم.

#### محروم ماندن از بازار تجارت گردشگری بین‌المللی

در حال حاضر کشور ما در بین کشورهای منطقه به‌عنوان یکی از کشورهای ارزان در صنعت گردشگری دنیا محسوب می‌شود. به دلیل از دست رفتن ارزش پول ملی کشور، گردشگرانی که به ایران سفر می‌کنند با کمترین هزینه می‌توانند از بهترین اقامتگاه‌ها، مراکز پذیرایی و خرید صنایع‌دستی و ... بهره‌مند شوند و خاطره خوشی به همراه ببرند، ولی متأسفانه ما نتوانسته‌ایم این ارزانی و مهمان‌نوازی را به دنیا معرفی نماییم،

دچار مشکل می‌شود به کمک آن‌ها بیاید. همان‌طور که در دوره دو ساله کرونا که رکود عجیبی بر این صنعت مستولی گشت، همه کشورهای پیشرو در صنعت توریست به کمک بخش خصوصی آمدند و کمک کردند که این صنعت پابرجا بماند و در حال حاضر بعد از پایان دوران کرونا در حال رسیدن به رشد و رونق قبلی خود هستند؛ اما در ایران متأسفانه به دلیل اینکه منابع مالی لازم در اختیار بانک‌ها نیست و بانک‌ها هم علاقه‌ای ندارند از محل سپرده‌های مردم برای حوزه صنعت گردشگری وام بدهند و اعتبارات در نظر گرفته شده از محل تبصره ۱۸ بسیار اندک است، عملاً این بخش فعالیت در کشور دچار مشکل شده است و همچنان این رونق برای سرمایه‌گذاری ایجاد نشده و شاغلین این صنعت بویژه آژانس‌دارها و تورگردانان از این صنعت خارج شده‌اند و عملاً صنعت گردشگری با مراکز مختلف از جمله دستگاه‌های نظارتی و حوزه‌های مالیاتی درگیر است و با افزایش هزینه‌های ثابت مثل مخابرات، آب، برق و گاز حال و روز خوشی ندارد.

اگر قرار است کشورمان را به دنیا معرفی کنیم، لازمه آن این است که امکانات ارتباطی و رسانه‌ای خود را با دنیا فراهم کنیم. عملاً گردشگران خارجی به مقاصد سفر می‌کنند که بتوانند حداقل با گوشی موبایل خود با خانواده‌شان ارتباط برقرار کنند و از یک امکانات سایبری و اینترنتی خوبی مثل سایر کشورها استفاده کنند. متأسفانه امروزه گردشگران خارجی که به کشور ما سفر می‌کنند، فقط می‌توانند با خط تلفن با خانواده خود ارتباط داشته باشند و نمی‌توانند از امکانات و فضای مجازی مثل تلگرام، واتساپ و اینستاگرام استفاده کنند. به عبارتی ما در حوزه ارتباطی و اطلاع‌رسانی و تبلیغات کشور به بازارهای بین‌المللی دچار یک خود تحریمی شده‌ایم و معلوم نیست این موضوع تا چه زمانی ادامه دارد. اگر دولت و نمایندگان مجلس ما شعار می‌دهند که دنبال توسعه گردشگری هستند، باید این امکانات اولیه را فراهم و حداقل رفع فیلتر کنند.

هنری برای حوزه گردشگری نیز باید زمین در نظر گرفته شود. سرمایه‌گذار اگر بخواهد در حوزه ساخت هتل در شهرهای بزرگ و مراکز استان‌ها سرمایه‌گذاری کند، عملاً باید زمین را حداقل متری ۱۰۰ میلیون تومان خریداری کند؛ بنابراین عمده سرمایه‌اش توسط زمین بلعیده می‌شود و در ادامه نیز باید به سیستم بانکی پناه ببرد تا با تسهیلات با نرخ بهره بالای ۲۰ درصد هتل بسازد. لذا وجود این شرایط در کشور عملاً طرح‌های توسعه صنعت گردشگری را از توجیه اقتصادی خارج می‌کند؛ همان‌طور که در چند ساله اخیر بالغ بر ۷۰۰ پروژه نیمه‌کاره در کشور به دلیل اینکه قیمت مصالح ساختمانی چند برابر و هزینه و بار مالی این پروژه‌ها بسیار زیاد شده و بانک‌ها علاقه‌ای به ارائه تسهیلات به این حوزه را ندارند، دچار بحران و معضل شده‌اند.

#### انتظار توسعه گردشگری از دولت

در سطح کلان؛ یعنی حکومت، دولت و مجلس بایستی مبتنی بر حفظ منافع ملی، عقلانیت، شایسته‌سالاری و استفاده از متخصصین و بر اساس داشته‌ها و توانمندی‌هایی که ما در بخش گردشگری داریم، برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری کرده و از سرمایه‌گذاران این صنعت حمایت کنند؛ برای مثال مؤسسات و شرکت‌های بیمه‌ای را فعال کنند، راه را برای جذب سرمایه خارجی فراهم کنند و در مواقعی که این صنعت یا ذینفعان آن بویژه هتل‌داران، آژانس‌داران و تورگردانان

با توجه به آمار منتشر شده توسط سازمان جهانی گردشگری و همچنین وزارت گردشگری در سال ۱۴۰۱، چهار میلیون و ۲۰۰ هزار نفر گردشگر به ایران ورودی داشته‌ایم، البته کلیه کسانی که از مبادی ورودی کشور به ایران وارد شده‌اند در این آمار جای دارند و این تعداد شامل اتباع مختلف کشورهای همسایه، توریست‌های بین‌الملل، تجار و بازرگان‌ها نیز می‌شود.

اما توسعه صنعت گردشگری می‌تواند منجر به متنوع سازی سید درآمدهای ارزی کشور شود و واقعاً معادل درآمدهای نفتی برای کشور ارز تأمین نماید. توسعه و رونق صنعت گردشگری در کاهش مفاسد اجتماعی بویژه از طریق ایجاد اشتغال جوانان و رفع بیکاری و ایجاد درآمد بسیار اثربخش بوده است. بر اساس آمار موجود در ۱۰ کشور برتر دنیا در صنعت گردشگری، کمترین سرعت و ناپه‌نجاری اجتماعی صورت گرفته و کمترین جرم انجام شده، به این دلیل که این صنعت در این کشورها اشتغال ایجاد نموده و علاوه بر این باعث افزایش درآمد سرانه و ملی این جوامع شده، باعث ارتقای فرهنگی در جهت حفظ منابع گردشگری و توجه به شاخص‌های توسعه پایدار در حوزه صنعت گردشگری نیز شده است که ما عملاً از این مزایا نیز بی‌بهره مانده‌ایم.

#### مشکلات زیرساختی در حوزه تأمین منابع و زمین

متأسفانه موضوع مهم دیگری که الان گریبان‌گیر سرمایه‌گذاران بخش صنعت گردشگری کشور شده، افزایش هزینه‌های بانکی و مالی است. امروزه در اکثر کشورهای دنیا برای توسعه و رونق صنعت گردشگری و ارتقاء کیفیت خدمات گردشگری، زمین رایگان و یا وام‌هایی با بهره صفر (نهایتاً با بهره ۲ تا ۳ درصد) و به‌صورت طولانی‌مدت در اختیار سرمایه‌گذار قرار می‌دهند که برای احداث هتل در حوزه گردشگری سرمایه‌گذاری کنند. سرمایه‌گذاری در حوزه گردشگری علاوه بر اینکه موجب به‌کارگیری تعداد قابل توجهی نیروی انسانی می‌شود، باعث آبرو و اعتبار آن شهر و منطقه خواهد بود و احداث هتل جزو اماکن عمومی آن شهر و استان محسوب می‌شود. دولت‌های مختلف از رونق صنعت گردشگری حمایت می‌کنند، اما متأسفانه در ایران زمین بسیار گران شده و شهرداری‌ها در توسعه گردشگری شهری و طرح‌های جامع و تفصیلی شهرها مکانی را برای هتل‌ها اختصاص نداده‌اند؛ یعنی در توسعه شهری علاوه بر اختصاص زمین برای مدرسه، بیمارستان، پارک و مراکز



## وجود مزیت رقابتی در حوزه توریسم سلامت در کشور

کشور ما امکانات و جاذبه‌های متعددی در حوزه توریسم درمان و سلامت دارد. در حوزه توریسم سلامت ما به خاطر دارا بودن بهترین پزشکان دنیا در حوزه‌های چشم‌پزشکی، جراحی، مغز و اعصاب، پیوندهای مختلف و همچنین در حوزه عمل‌های زیبایی دارای یک مزیت ویژه و مناسب و تقریباً جزو برترین کشورهای دنیا هستیم و می‌توانیم از این مزیت استفاده کنیم. از سویی دارای یک مزیت رقابتی به خاطر نرخ ارزان خدمات پزشکی و درمان هستیم. اگر فقط به این بخش تمرکز کنیم ما سالبانه از این طریق درآمد بسیار زیادی را می‌توانیم نصیب کشورمان کنیم. تعداد زیادی از بیمارانی که به ایران می‌آیند، در دوره نقاهت باید با پزشکشان در ارتباط باشند و از بخش پزشکی از راه دور (تله مدیسین) استفاده کنند، اما با وجود مشکل قطع شدن ارتباط اینترنت، قطع شدن و فیلترینگ شبکه‌های مجازی، عملاً حوزه پزشکی را نیز محروم کرده‌ایم و به‌جای اینکه گردشگران خارجی به ایران آمده و از درآمدهای متنوع ما برخوردار شوند می‌بینیم که بسیاری از پزشکان برای ارائه خدمات خود به کشورهای همسایه مهاجرت کرده و در آنجا بیمارستان و کلینیک احداث نموده‌اند.

همچنین با وجود مشکلاتی که برای مراکز اقامتی و پذیرایی در کشور به وجود آمده و به دلایل مختلفی از جمله بحث‌های حجاب، این مراکز پلمپ می‌شوند، سرمایه‌گذار احساس می‌کند که صاحب ملک و اموالش نیست و هر لحظه امکان دارد مرکزش پلمپ شود و دچار مشکل پرداخت حقوق کارگران و سایر هزینه‌های گزاف شود. در صورتی که سرمایه‌گذاری در حوزه گردشگری، سرمایه‌گذاری در اقتصاد فرهنگ است، اقتصادی که با احساسات و روحیات انسانی سروکار دارد و می‌تواند جاذبه‌ها، توانمندی‌ها و دستاوردهای اسلامی و ایرانی ما را به تمام دنیا معرفی کند. درآمدی که از حوزه گردشگری، حوزه فروش صنایع‌دستی به دست بیاید با درآمدی که از طریق تولیدات کارخانه‌ای به دست می‌آید بسیار متفاوت

است. وقتی توریستی به کشور می‌آید، جامعه میزبان از لحاظ فرهنگی ارتقا پیدا می‌کند. میزبان مجبور است زبان جامعه مهمان را یاد بگیرد تا بتواند با وی ارتباط برقرار کند و کالای خود را بفروشد و جاذبه‌های گردشگری کشورش را با اقلام تبلیغاتی و اطلاع‌رسانی مناسب معرفی نماید، اما عملاً ما از این بخش‌ها غافل شده‌ایم.

## بررسی وضعیت صنعت گردشگری در استان کرمان

چرا استان کرمان با وجود اینکه پهناورترین استان کشور است و از تنوع اقلیمی، مردمان مهمان‌نواز، صادق و هنرمند برخوردار است و بیشترین آثار ثبت جهانی ایران در دبیرخانه یونسکو را به خود اختصاص داده (۹ اثر جهانی) و ۷۲۰ اثر ثبت ملی در اختیار دارد، نتوانسته به جایگاه اصلی خود دست یابد؟ بزرگ‌ترین سایت‌های گردشگری و میراث فرهنگی و طبیعی ایران در این استان واقع شده است. باغ شاهزاده ماهان، مجموعه میمند، ارگ بم، کویر لوت، مجموعه تاریخی تمدن بشری در جیرفت، بازار و جاذبه‌های گردشگری و صنایع‌دستی منحصر به فرد، خشکبار، فرش و صنایع مسی و هزاران امکانات دیگر همه منابع سرشار برای توسعه گردشگری استان به شمار می‌رود؛ **حال چرا به حداقل‌ها در بخش**

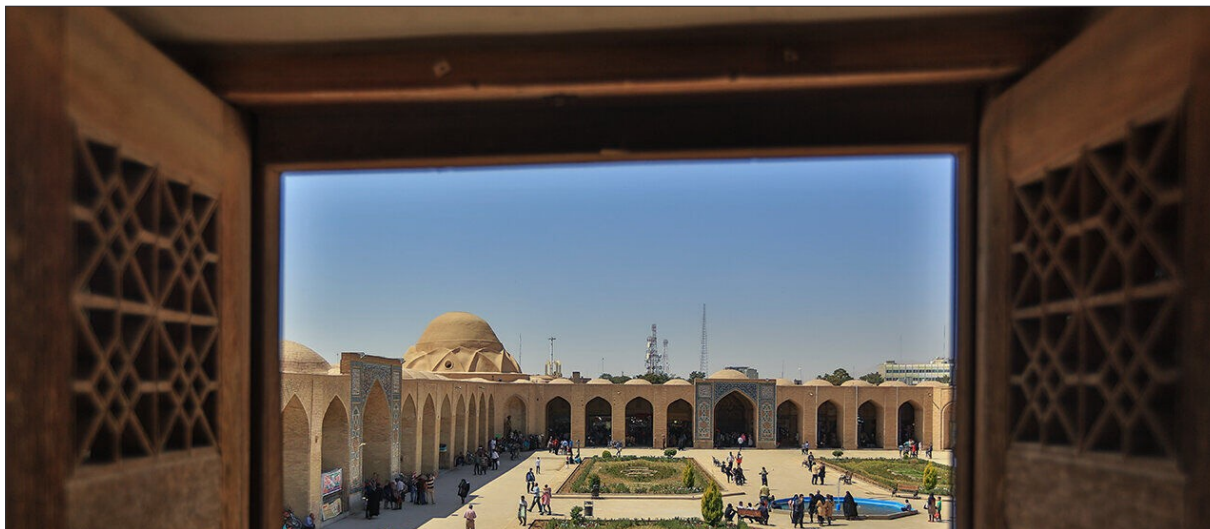
اگر قرار است کشورمان را به دنیا معرفی کنیم، لازمه آن این است که امکانات ارتباطی و رسانه‌ای خود را با دنیا فراهم کنیم. عملاً گردشگران خارجی به مقاصد سفر می‌کنند که بتوانند حداقل با گوشی موبایل خود با خانواده‌شان ارتباط برقرار کنند و از یک امکانات سایبری و اینترنتی خوبی مثل سایر کشورها استفاده کنند. متأسفانه امروزه گردشگران خارجی که به کشور ما سفر می‌کنند، فقط می‌توانند با خط تلفن با خانواده خود ارتباط داشته باشند و نمی‌توانند از امکانات و فضای مجازی مثل تلگرام، واتساپ و اینستاگرام استفاده کنند.

## گردشگری دست نیافته‌ایم دلایل خاص خود را دارد. این مهم در کنار مسائل مبتلابه ملی، دلایلی دیگری نیز دارد که در ادامه به آن پرداخته می‌شود:

۱- اولین معضلی که در حوزه جذب گردشگر به استان کرمان داریم دور بودن این استان از مقاصد سنتی گردشگری ایران است؛ گردشگران خارجی به راحتی می‌توانند در مسیر کاشان، اصفهان و شیراز تردد و سفر کنند، اما اگر بخواهند به کرمان بیایند باید از طریق سیستم حمل‌ونقل ریلی یا هوایی سفر کنند. در حوزه ریلی به دلیل فرسودگی زیرساخت و کمبود واگن دچار مشکل هستیم و حمل‌ونقل اتوبوس‌رانی هم به لحاظ امنیت جاده و زمان قاعداً اصلاً مقرون به صرفه نیست. در حوزه هوایی متأسفانه حتی برای سفر شهروندان ایرانی به کرمان هم مشکلات فراوانی وجود دارد. برای رزرو بلیط هواپیما به کرمان یا سیرجان باید دو هفته منتظر بود. هواپیماهای ماهان و سایر هواپیماها هم که پرواز می‌کنند عمدتاً تک‌سین‌ها، مهندسین و بازرگانان خودمان را به بین کرمان و تهران جابه‌جا می‌کنند و عملاً فرصتی برای مانور تورگردانان وجود ندارد.

۲- دومین مشکل در حوزه گردشگری کرمان این است که هنوز یک برنامه مدون استراتژیک در حوزه برنامه‌ریزی و توسعه بازاریابی کرمان وجود ندارد. امروز نمی‌توان کرمان را با این همه وسعت و این همه توانمندی در گردشگری به‌عنوان مکانی عبوری برای گردشگری معرفی کرد، بلکه خود کرمان مقصد است و باید با یک استراتژی «مقصد محوری» روی برند کرمان کار کنیم. مثل شهرهای آنتالیا و استانبول که برای گردش در آن‌ها یک هفته زمان لازم است، باید بازدید از میمند، شهداد، ارگ بم و غیره در بیشتر از یک روز انجام شود.

۳- فاصله جاذبه‌های گردشگری در کرمان با یکدیگر زیاد است. بازدید خود مجموعه شهر کرمان، جاذبه‌ها و آثار باستانی بافت تاریخی کرمان یک تا سه روز زمان نیاز دارد. شهر سیرجان، گل‌گهر، بازار سیرجان و باغ



امیدواریم بافت تاریخی شهر و کاروانسراهایی که در دو طرف بازار وکیل و مجموعه گنجعلیخان و ارگ وجود دارد نیز احیا و تبدیل به مراکز اقامتی و پذیرایی شوند و بتوانیم راه را برای جذب گردشگران بیشتری باز کنیم. سرمایه‌گذاری که گروه مالی گردشگری در کرمان به آن اقدام نموده است، باید توجه اقتصادی لازم را داشته باشد تا سرمایه‌گذار راغب باشد، علاوه بر این کاروانسرا، کاروانسراهای دیگری را نیز احیا و به بهره‌برداری برساند. برای این منظور بایستی کیفیت خدمات را در بخش اقامتی، پذیرایی، تورگردانی، حمل‌ونقل و ایمنی جاده‌های ارتقا دهیم. در مجموع موارد گفته شده، موضوعات مهمی است که باید در طرح جامع توسعه گردشگری استان لحاظ شود و از همه مهم‌تر برای برند شهری تک‌تک مقاصد گردشگری استان از جمله شهر کرمان بازسازی برند یا ریبرندینگ انجام شود. ان‌شاءالله کرمان به جایگاهی برسد که یکی از مهم‌ترین مقاصد گردشگری دنیا باشد و ما همگی افتخار به داشتن چنین قوت‌هایی در حوزه حیات‌وحش، پارک‌های ملی، اماکن تاریخی و میراثی و هنرهای ملی و صنعتی استان، صنایع‌دستی و محصولات کشاورزی بی‌نظیر نماییم که همگی در کنار صنعت گردشگری می‌توانند رونق قابل‌توجهی داشته باشند. به امید آن روز. ♦♦

استان است، با کمترین هزینه در حوزه صنعت گردشگری، می‌توان بخش عمده‌ای از معضلات، بیکاری و ... را که خود زمینه‌ساز مفسده‌های متعددی است، حل نمود. در استان کرمان بویژه در شهر کرمان اگر سالانه ۱۰۰ هزار توریست وارد شود، امکانات اقامتی لازم برای این تعداد فراهم نیست. در شهر کرمان هتل‌های پارس و ایران‌گردی مناسب اقامت توریست هستند. البته گروه مالی گردشگری موفق شد اولین کاروانسرای دو طبقه درون‌شهری کرمان که از سال ۹۶ شروع به بازسازی نموده بود را در حال حاضر مورد بهره‌برداری قرار دهد. این مجموعه به‌واسطه صندوق حفظ احیا با یک قرارداد BOT (قرارداد ساخت، بهره‌برداری و واگذاری) و با هزینه حدود ۲۰۰ میلیارد تومان بازسازی شده است، کاروانسرای وکیل به بازار وکیل کرمان باز می‌شود و این خود یکی از مقاصد گردشگری این شهر است و این کاروانسرا توانسته تبدیل به یک هتل موزه شود و هم اکنون هتل کاروانسرای وکیل کرمان با برند «کاروانیکا» دارای ۵۷ اتاق و سوئیت است و میزبان حداکثر ۲۰۰ گردشگر است و فضای بی‌نظیر، معماری و کانسپت آن که با حفظ کاربری گذشته تبدیل به هتل شده است خود یک جاذبه منحصربه‌فرد برای جذب گردشگران خارجی است.

سنگی یک روز زمان نیاز دارد، همچنین ارگ بم و جاذبه‌های آن و سایر مقاصد گردشگری نیز به همین صورت. مسئولان استان باید با هماهنگی با یکدیگر برای جذب گردشگر به‌صورت مستقیم به مدیریت مقصد بپردازند و روی برند کرمان کار نمایند. ۴- یکی از ضعف‌های اصلی در بخش معرفی جاذبه‌های گردشگری استان کرمان، عدم اطلاع‌رسانی این توانمندی و جاذبه‌ها در بازارهای مقصد است. خود کرمان باید در نمایشگاه‌های عرب تراول مارکت دبی، شانگهای، روسیه، آی تی وی برلین و فیتور اسپانیا شرکت کند، چون این مناطق مقاصد اصلی هستند، بویژه توریست‌های اروپایی، جنوب شرق آسیا، ژاپنی و کره‌ای خودشان در مناطقی زندگی می‌کنند که از سربسزی لازم برخوردارند، علاقمندند کویر ما و مناطق بیابانی و فلات مرکزی ایران را ببینند. لذا لازم است در گام اول، سند توسعه گردشگری استان تدوین شود و در این برنامه، بازارهای هدف استان برای جذب گردشگر، شناسایی شود و برنامه استراتژیک بازاریابی و تبلیغات را حداقل برای یک دوره ۱۰ ساله تدوین نماییم. وجود تعداد زیادی جوان بیکار در استان کرمان با این همه جاذبه، مانند آدم تشنه‌ای است که در کنار دریا زندگی می‌کند. به اعتقاد من با وجود فقر و محرومیتی که گریبانگیر