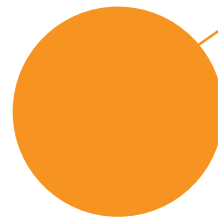


گفت‌وگو با «جاوید سبحانی»
مدرس دانشگاه و مدیر هتل‌های جهانگردی استان کرمان

توسعه گردشگری با تبدیل تهدیدها به فرصت

استان کرمان دارای تاریخی غنی و برخوردار از مناظر و چشم‌اندازهای طبیعی است و پتانسیل بسیار بالایی برای جذب گردشگران داخلی و خارجی دارد. گردشگری، از پدیده‌های مهم عصر حاضر بوده و به عنوان یکی از منابع مهم اقتصادی و عاملی مؤثر در توسعه فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی جوامع قلمداد می‌شود. لذا با توجه به اهمیت موضوع و نقش گردشگری، با جاوید سبحانی که ۲۲ سال در چندین استان کشور در صنعت گردشگری فعالیت داشته و در حال حاضر مدیر هتل جهانگردی کرمان و هتل‌های جهانگردی استان کرمان و همچنین مدرس دانشگاه است، به گفت‌وگو نشستیم که در ادامه می‌خوانید.



کشورهای دیگر درباره افزایش درصد گردشگری ارائه می‌دهند بر مبنای همین تعریف است. واقعیت این است که در دنیا ورود گردشگر را بر اساس اقامت در هتل محاسبه می‌کنند، اما در کشور ما بر اساس عبور از مرز بوده و این افراد ممکن است تنها از مرز عبور کرده و در کشور اقامتی نداشته باشند؛ بنابراین منبع معتبری برای ارائه آمار ورود گردشگر به ایران وجود ندارد اما آنچه مسلم است در ماه‌های اخیر با کاهش ورود گردشگر اروپایی و افزایش ورود گردشگران مذهبی عراقی، آذربایجانی و ترکیه‌ای روبرو بوده‌ایم.

○ موافقتی که اگر ما یک سازمان متولی واحد برای آمار داشته باشیم، می‌توانیم در برنامه‌ریزی‌ها بهتر عمل کنیم؟

ببینید در تمام دنیا برنامه‌ریزی‌ها و سازمان‌دهی‌ها بر مبنای آمار انجام می‌شود و ما اگر آمار دقیق و درستی از گردشگران خروجی و ورودی به ایران و شاغلان این صنعت در دست نداشته باشیم، قطعاً نمی‌توانیم برنامه‌ریزی درستی در این حوزه انجام دهیم. در حال حاضر برای اطلاع از آمار گردشگر باید به سازمان میراث فرهنگی، صنایع‌دستی و گردشگری کشور اتکا کرد، همچنین اداره کل امور اتباع و مهاجرین خارجی و پلیس راهنمایی و رانندگی کشور نیز می‌توانند آماری از ورود و خروج گردشگر ارائه دهند. ما در نحوه محاسبه آمار متفاوت عمل می‌کنیم و معتقدم باید دستگاه‌های متولی در این امر با تشکیل کارگروه، آمار واحدی از ورود و خروج گردشگر به سرمایه‌گذاران ارائه دهند.

○ در خصوص مسائل و مشکلات و زمینه‌های رفع آن‌ها توضیح بفرمایید.

در حال حاضر فعالان صنعت گردشگری در مورد کاهش گردشگر صحبت می‌کنند. آیا نمی‌شود مشکلات و تهدیدهای مربوط به این حوزه را به فرصت تبدیل کرد؟ ما در این زمینه باید به دنبال راهکار باشیم. از دیگر مباحث موجود در صنعت گردشگری می‌توان به ایجاد مثلث طلایی گردشگری اشاره کرد که سه موضوع حمل‌ونقل، اقامت و پذیرایی اضلاع تشکیل‌دهنده این مثلث هستند. با ارزان‌سازی و همگانی کردن مبحث حمل‌ونقل، توسعه دادن اقامتگاه‌ها و خانه‌های بوم‌گردی مجاز و بالا بردن کیفیت پذیرایی و سرویس‌دهی به گردشگر، می‌توانیم باعث رونق گردشگری در استان و کشور شویم.

شنیده‌ها حاکی از این است که امروزه مشکل گردشگری ایران، تورها و خانه‌های بوم‌گردی غیرمجاز است، اما به نظر من، بیمه نشدن راهنمایان تورها مسأله اصلی آن‌هاست. آیا نمی‌شود تورها و خانه‌های بوم‌گردی غیرمجاز را از طریق آموزش و در چهارچوب قانون و مقررات مجاز کرد؟

○ در مورد راه‌های توسعه گردشگری در استان چه نظری دارید؟

از زیبایی در این خصوص به‌صورت محدود و موقت انجام‌شده است. برای توسعه گردشگری استان، باید رویدادهای ملی و بین‌المللی تعریف کنیم. همان‌طور که می‌دانید در سطح کشور و استان‌های مختلف رویدادها و همایش‌های ملی در سطح وزارتخانه برگزار می‌شود. کرمان نیز با وجود اماکن باستانی متعدد و برخورداری از طبیعت چهارفصل، می‌تواند گزینه مناسبی برای برگزاری نمایشگاه‌های

○ به نظر شما گردشگری در کشور و استان کرمان از چه وضعیتی برخوردار است؟

امروزه در دنیا از گردشگری به‌عنوان یک صنعت فرا بخشی یاد می‌شود و جزء فعالیت‌های اقتصادی پرسود و کم‌هزینه است و همه دنیا از کوچک‌ترین ظرفیت خود در این عرصه استفاده می‌کنند، اما در کشور ما با وجود ظرفیت‌های فراوان، آن چنانکه باید و شاید از این ظرفیت‌ها بهره‌برداری لازم صورت نگرفته است. باید تسهیلات در این صنعت به‌گونه‌ای فراهم شود تا همه افراد قادر به جذب گردشگر باشند. اداره کل میراث فرهنگی، صنایع‌دستی و گردشگری، هتل‌ها، آژانس‌های مسافرتی و... به‌تنهایی نمی‌توانند کارها را پیش ببرند و اگر بخواهیم گردشگری محور توسعه پایدار باشد، باید تمام دستگاه‌های اجرایی در امر توسعه گردشگری مشارکت داشته باشند. همچنین گردشگری نباید متأثر از گرانی حامل‌های انرژی و آب باشد. سازمان‌های متولی با تعریف یارانه و ارزان‌سازی عوارض و بیمه‌ها، می‌توانند موجب اشتغال‌زایی این صنعت در سطح گسترده شوند.

با این‌که در سال‌های اخیر اتفاقات مختلف سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و حتی حوادث طبیعی، شوک‌های ناگهانی زیادی را به صنعت گردشگری جهان وارد کرده، اما این صنعت نشان داده است که مقاومت زیادی دارد و می‌تواند با وجود همه این شرایط همچنان مسیری رو به رشد را طی کند و هرروز پیشرفت بیشتری نسبت به دیروز داشته باشد.

امروزه سفر به‌عنوان یکی از نیازهای خانواده و به‌عنوان آخرین ضرورت به‌منظور گذراندن اوقات فراغت و پر کردن خلأ ناشی از کار و فشارهای شهری در سید خانوار قرار گرفته است و بسیاری از کشورها با در نظر گرفتن یارانه، مردم را برای سفر تشویق می‌کنند. البته در کشور ما نیز تا حدودی به این موضوع پرداخته‌اند، اما کافی نیست. از طرفی با وجود ثبت هفت اثر استان کرمان در فهرست میراث جهانی یونسکو، ما هنوز نتوانسته‌ایم این آثار را آن‌طور که باید و شاید به جهانیان معرفی کنیم و گردشگری را در استان رواج دهیم. در واقع برای شناساندن و تبلیغ این آثار به جهان، باید همه اصحاب گردشگری اعم از بخش خصوصی، بخش دولتی و مردم همکاری کنند.

تصریم‌ها نیز در روند فعالیت صنعت گردشگری تأثیرات منفی داشته و در سال‌های اخیر کمتر شاهد ورود گردشگران اروپایی به ایران بوده‌ایم که در خصوص این موضوع باید بازارهای جدید را در صنعت گردشگری جایگزین کنیم. به‌عنوان مثال در شرایط اخیر با از دست دادن عربستان در مبحث گردشگری مذهبی، عراق جایگزین شد. همچنین با لغو ویزای عمان در بخش گردشگری سلامت، عمان به‌عنوان بازار هدف ما در حوزه گردشگری درمانی شناخته شد. باید بخش گردشگری را توسعه دهیم و خود را به یک بازار محدود نکنیم.

○ صنعت گردشگری استان کرمان با چه تعداد گردشگر فعال است؟

بر اساس تعریفی که سازمان جهانگردی از گردشگری ارائه می‌دهد؛ هر شخصی که بیش از ۲۴ ساعت تا یک سال از یک مبدأ به یک مقصد سفر کند و در این مدت فرصت شغلی را اشغال نکند می‌تواند با هر انگیزه تجاری، درمان و تفریح به‌عنوان یک گردشگر محسوب شود و آماري که

امنیت، اولین مؤلفه گردشگری است و در این مبحث ایران و کرمان از این قاعده مستثنی نیستند. با توجه به امنیت حاکم در ایران، یکی از مشکلات گردشگری کرمان قرار گرفتن نام این استان در لیست زرد گردشگری کشورهای ژاپن و فرانسه است که امیدواریم این موضوع توسط وزارت امور خارجه پیگیری و کرمان نیز در لیست سبز این دو کشور جای گیرد. در بحث اقتصاد با توجه به نوسانات به وجود آمده در بازار ارز و افزایش نرخ دلار و کاهش ارزش پول ملی، به نظر می‌رسد در این شرایط صنعت گردشگری می‌تواند به اقتصاد کشور کمک کند و شرایط کنونی بهترین زمان برای ورود گردشگر است، اما متأسفانه تصمیم‌گیری در این مسأله نشده است. ایران یک کشور ارزان قیمت است و اروپایی‌ها و غربی‌ها این نکته را به‌درستی نمی‌دانند، ما باید از فرصت به وجود آمده به نحو احسن استفاده و با شرکت در نمایشگاه‌های بین‌المللی این نکته را مطرح کنیم. عده‌ای معتقدند ما در مباحث فرهنگی نیز مشکلاتی داریم، اما فرهنگ ما جزء فرصت‌هایی است که می‌توانیم به تمام دنیا صادر کنیم. بعضی‌ها این تصور را دارند که گردشگر خارجی به دلیل رعایت حجاب تمایلی برای ورود به ایران ندارد، اما این‌گونه نیست و اکثر گردشگران بیشتر به دلیل بحث فرهنگی به ایران سفر می‌کنند و حجاب مردم ایران برای آن‌ها دارای جذابیت است و این را برای خود محدودیت تلقی نمی‌کنند. گردشگران کدهای اخلاقی را به‌خوبی می‌شناسند و قبل از ورود به هر کشور کدهای اخلاقی مختص آن کشور، به گردشگران آموزش داده می‌شود.

با توجه به مسئولیتی که در امر هتلداری دارید، به این قسمت از موضوع گردشگری اشاره‌ای داشته باشید.

هتل‌داری یکی از زیرساخت‌ها و تأسیسات مهم گردشگری محسوب می‌شود و یکی از مشکلات هتل‌داری در استان و کشور، کمبود نیروی انسانی متخصص و عدم آموزش درست و کارآمد دانشجویان این رشته است. در نگاه کلان متولیان به این رشته به‌عنوان یک رشته موردنیاز و مهم نگاه نکرده و آن را جدی نمی‌گیرند.

آموزش باید در دو سطح برای صنعت گردشگری انجام شود؛ یک سطح آموزش‌های تخصصی هتل‌داری است که همه همکاران باید به بحث آموزش‌های ضمن خدمت و حین خدمت بپردازند و همچنین تسلط خود را بر زبان انگلیسی افزایش دهند. خوشبختانه وجود دو موسسه خصوصی و دانشکده جهانگردی در استان با کادر خوب آموزشی می‌تواند این موضوع را در راستای اقدامات خود قرار دهند، بحث دوم آموزش همگانی است یعنی همه مردم باید برای گردشگری آموزش ببینند و بدانند چگونه و با چه ادبیاتی با گردشگر داخلی و خارجی ارتباط برقرار کنند. باید در این زمینه اقدامات لازم انجام شود تا مشکلات به حداقل برسد.

درعین حال افزایش مالیات‌ها و عوارض هزینه زیادی را برای هتلدار ایجاد می‌کند. ۳۵ درصد هزینه‌ی پرداخت‌شده توسط مسافر برای اقامت در هتل به‌عنوان عوارض به حساب سازمان‌های مربوطه واریز می‌شود. قرار بر این بود که مالیات بر ارزش افزوده را برای هتل‌های یک تا سه ستاره کاهش دهند که متأسفانه این اقدام هنوز اجرایی نشده است.

یکی دیگر از مشکلات موجود در این صنعت، همکاری ضعیف ادارات و سازمان‌ها با هتل داران است که امیدواریم با یاری‌رساندن این سازمان‌ها شاهد تحولات عظیم در توسعه گردشگری و جذب گردشگر باشیم. ●

مرتبط با گردشگری به‌صورت ملی و بین‌المللی باشد. به‌عنوان مثال رویداد تبریز ۲۰۱۸ و همدان ۲۰۱۸ فرصت مناسبی برای معرفی جاذبه‌های گردشگری ایران به جهان به شمار می‌رود. همچنین در چند سال گذشته سال خوش آمد به یزد را داشتیم که از آن سال به بعد یزد به جهانیان معرفی و بخش‌هایی از این استان جهانی شد. باید برای کرمان نیز برنامه‌هایی در خصوص معرفی استان تدوین شود. با برنامه‌ریزی و مشخص کردن اقامتگاه‌ها و ترانسفرها می‌توان کرمان ۱۴۰۰ یا ۲۰۲۰ را تعریف کرد و شک نکنید همین شعار تبدیل به نقطه عطف گردشگری کرمان می‌شود و با معرفی استان به جهان، گردشگری رونق و توسعه پیدا می‌کند. ما باید هر چه زودتر سال و شعار مشخصی تعیین و کرمان را از این وضعیت خارج کنیم.

بهرترین روش تبلیغات در حوزه گردشگری چیست؟

امروزه بازاریابی‌ها و تبلیغات نوین در فضای مجازی جایگزین تبلیغات سنتی شده است که به نظر بنده همراهی این دو روش باهم نتیجه مطلوب‌تری را به دنبال خواهد داشت. با انتخاب لقب و شعار درخور و شأن استان و تبلیغات گسترده در رسانه‌ها و با تعریف شبکه‌های گردشگری، معرف جذابیت‌های طبیعی و تاریخی کرمان باشیم و این استان را به جهانیان بشناسانیم.

تأثیر متغیرهای اقتصاد، امنیت و فرهنگ در وجه محلی را بر حوزه گردشگری استان چگونه تحلیل و ارزیابی می‌نمایید؟

هر شخصی که بیش از ۲۴ ساعت تا یک سال از یک مبدأ به یک مقصد سفر کند و در این مدت فرصت شغلی را اشغال نکند می‌تواند با هرانگیزه تجاری، درمان و تفریح به‌عنوان یک گردشگر محسوب شود...

از دیگر مباحث موجود در صنعت گردشگری می‌توان به ایجاد مثلث طلایی گردشگری اشاره کرد که سه موضوع حمل و نقل، اقامت و پذیرایی اضلاع تشکیل‌دهنده این مثلث هستند. با ارزان‌سازی و همگانی کردن مبحث حمل و نقل، توسعه دادن اقامتگاه‌ها و خانه‌های بوم گردی مجاز و بالا بردن کیفیت پذیرایی و سرویس دهی به گردشگر، می‌توانیم باعث رونق گردشگری در استان و کشور شویم.