

گفت‌وگو با «سید مهدی طیب زاده» رییس اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی کرمان

تجارب موفق و کارنامه بهتر



صنعت گردشگری فعالیتی میان بخشی است که در ذات خود بر پایه سرمایه و خدمات بخش خصوصی اداره می‌شود. انتظار داریم نقش دولت همچنان تسهیل‌کننده باقی بماند. متأسفانه موانعی چون فقدان استراتژی مشخص توسعه در بلندمدت، تعدد مراکز تصمیم‌گیری در حوزه گردشگری، ناکارآمدی مدیریت دولتی، ضعف ساختار سازمانی، فقدان نهادهای مستقل مدنی و سازکارهای نظارتی موجب ضعف سیاست‌گذاری در کشور شده است. دولت باید به چیزی بیش از تدوین خطمشی بپردازد؛ محرک اصلی چرخ صنعت گردشگری، زیرساخت‌های ملی است که توسط دولت ایجاد می‌شود. با توجه به دیربازده بودن سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری در قیاس با فرصت‌های دیگر سرمایه‌گذاری، لازم است بستر مناسب گردشگری با حمایت همه‌جانبه در عرضه و معرفی مطلوب مقصد همراه باشد. کرمان در عرضه توانمندی‌های گردشگری خود بسیار متواضع و منفعل است که تأثیر زیادی بر ایجاد انگیزه سفر و جذب مسافر دارد و برای سرمایه‌گذاری خطرناک خواهد بود، اگرچه در جذب سرمایه‌گذار شاید نسبت به سایر استان‌ها کارنامه بهتری دارد.

سید مهدی طیب‌زاده، رییس اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی کرمان همچنین می‌گوید که ما به این نتیجه رسیده‌ایم که با توجه به توانمندی‌های بی‌بدیل، کمیاب و متنوع استان، کرمان این توان را دارد که خود مقصد متفاوت، متنوع، جدید و جذابی برای مسافر داخلی و خارجی باشد.

♦♦ موانع و راه‌های جذب سرمایه‌گذار در حوزه گردشگری کدامند؟

یکی از دغدغه‌های اصلی استان ناتوانی در جذب سرمایه‌گذار برای پروژه‌های کلان گردشگری و یا ارائه نامناسب فرصت‌های سرمایه‌گذاری است که بتواند در کنار جاذبه‌های طبیعی و تاریخی سایر خدمات موردنیاز گردشگر را پوشش بدهد؛ از جمله خدمات اقامتی، خدمات پشتیبان مسافر، خدمات آنلاین و خدمات حمل‌ونقل در دسترس. از سویی سرمایه‌گذاری در پروژه‌های کلان تفریحی در کنار جاذبه‌های گردشگری ضروری است. با توجه به دیر بازده بودن سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری در قیاس با فرصت‌های دیگر سرمایه‌گذاری، لازم است بستر مناسب سرمایه‌گذاری با حمایت همه‌جانبه در عرضه و معرفی مطلوب مقصد همراه باشد. کرمان در عرضه توانمندی‌های گردشگری خود بسیار متواضع و منفعل است و این مهم

برای تغییرات تقاضای سفر ناشی از پاندمی کرونا و مسائل بعد از آن دچار بحران‌های مالی هستند و در آمارگیری‌ها عمدتاً همین ظرفیت موجودشان تکمیل نمی‌شود و هتل‌ها با حداقل توان خود در حال ارائه خدمات هستند، اما عدم پراکندگی مناسب زیرساخت‌های اقامتی استان و بعضاً کیفیت نامطلوب آن‌ها، در مسیر جذب گردشگر اختلال ایجاد می‌نماید.

برنامه‌های سایر کشورهای پیشرو تقریباً از همین منطق پیروی می‌کنند؛ چه چیزی داریم و بازار هدف و مشتریان ما کجا هستند، چه علائق و سلاقی دارند، چگونه می‌توان رقابت از نظر شیوه ارائه و فراهم نمودن تسهیلات و ایجاد شرایط حداکثر اقامت و ارائه خدمات ویژه برای هزینه‌کرد گردشگران را ایجاد نمود؟ به همین سادگی.

♦♦ ارزیابی شما از زیرساخت‌های گردشگری استان کرمان چیست؟

استان کرمان همواره یکی از استان‌های مقصد گردشگری در رتبه‌بندی داخلی بوده است، اما این‌که در گردشگری داخلی بتواند خود را با تغییر الگوی سفر داخلی همراه نماید و جابجایی سبک‌ها و سلیقه‌های روز گردشگری داخلی باشد، با چالش‌هایی روبه‌رو است که اساس گردشگری استان را به مخاطره انداخته‌اند. عمده این چالش‌ها مربوط به نقص، کمبود و بی‌کیفیتی زیرساخت‌ها است. حمل‌ونقل و نحوه جابجایی مسافر در استان کرمان به دلیل این‌که از مراکز جمعیتی اصلی کشور فاصله زیادی دارد، اهمیت بالایی دارد. به علت بعد مسافت، هواپیما همواره از گزینه‌های مطلوب سفر است و پس از آن حمل‌ونقل ریلی سفر را به‌صرفه می‌کند، اما در هر دو زیرساخت ارتباطی، عرضه بسیار کمتر از تقاضا است. جدا از آن هرچند زیرساخت‌های اقامتی که

◆ نقش دولت و بخش خصوصی را در بهبود وضعیت گردشگری چگونه ارزیابی می‌کنید؟

صنعت گردشگری فعالیتی میان بخشی است که در ذات خود بر پایه سرمایه و خدمات بخش خصوصی اداره می‌شود. در این میان انتظار داریم که نقش دولت همچنان تسهیل‌کننده و قانون‌گذار باقی بماند، اما موانعی چون فقدان استراتژی مشخص توسعه در بلندمدت، تعدد مراکز تصمیم‌گیری در حوزه گردشگری، ناکارآمدی مدیریت دولتی، ضعف ساختار سازمانی، فقدان نهادهای مستقل مدنی و سازکارهای نظارتی موجب ضعف سیاست‌گذاری در ایران گشته است و همچنین با توجه به ماهیت شکننده روابطی که بین اعضای بخش‌های مختلف گردشگری وجود دارد، دولت باید به چیزی بیش از تدوین خطمشی بپردازد. جدا از آن محرک اصلی چرخ صنعت گردشگری، زیرساخت‌های ملی است که توسط دولت ایجاد می‌شود. البته که برنامه استراتژیک میان‌مدت چون آمایش سرزمین و برنامه‌های کلان توسعه مکانی بر نحوه توسعه صنعت گردشگری نقش زیادی دارد، اما چرخاننده اصلی چرخ گردشگری بخش خصوصی است.

گردشگری و جذابیت‌های کشور اسپانیا چه هستند؟ دیدیم اسپانیا در تمام فصول سال در جنوب اروپا و سواحل دریاهای سیاه و مدیترانه هوای مطبوع، آفتاب زیبا و سواحل مسحورکننده دریا را دارد؛ این شد کالای گردشگری قابل‌عرضه در سمت عرضه و مشتری، اما متقاضی این کالا چه کسانی بودند؟ کسانی که گردشگری اسپانیا برایشان مطلوب و جذاب باشد، مردم ثروتمند کشورهای اروپای شمالی و شبه‌جزیره اسکاندیناوی با هوای سرد و معتدل و روزهای کوتاه در پاییز و زمستان، بهترین مشتریان هستند؛ بنابراین راهبردها بر این اساس شکل گرفت که چگونه می‌توان این مکانیزم را برقرار نمود و برنامه‌ها بر این اساس تدوین گردید که همین برنامه‌ها از نظر جذب گردشگر، اسپانیا را در رده‌های اول در دنیا قرار داده است. برنامه‌های سایر کشورهای پیشرو تقریباً از همین منطق پیروی می‌کنند؛ چه چیزی داریم و بازار هدف و مشتریان ما کجا هستند، چه علائق و سلائی دارند، چگونه می‌توان رقابت از نظر شیوه ارائه و فراهم نمودن تسهیلات و ایجاد شرایط حداکثر اقامت و ارائه خدمات ویژه برای هزینه‌کرد گردشگران را ایجاد نمود؟ به همین سادگی.

تأثیر زیادی بر ایجاد انگیزه سفر و جذب مسافر دارد و برای سرمایه‌گذاری خطری خواهد بود. همچنین قوانین دست‌وپاگیر سازمان متولی و نبود شفافیت در وضعیت موضوع سرمایه‌گذاری است. البته استان کرمان تجارب موفقی در جذب سرمایه‌های خرد برای پروژه‌های عمرانی و گردشگری دارد و شاید کارنامه بهتری نسبت به سایر استان‌ها در جذب سرمایه‌گذار کلان نیز داشته باشد، اما عمده این سرمایه‌گذاری‌ها پروژه‌های موضعی عمرانی است و در سایر بخش‌ها خصوصاً خدمات مدرن گردشگری تمایل به سرمایه‌گذاری نیست.

◆ به نظر شما رونق و توسعه گردشگری در کشورهای پیشرو در قبال چه سیاست‌ها و اقداماتی رقم خورده است؟

رونق و توسعه گردشگری به‌مثابه یک کسب‌وکار تابع مکانیزم بازار و عرضه و تقاضا است. کشورهایی که به این مفهوم درست توجه کرده، به‌درستی عمل نموده و این صنعت را رونق داده‌اند؛ به‌عنوان مثال از زبان مسئولان ارشد کشور اسپانیا نقل شده است که ما در شروع برنامه‌ریزی توسعه گردشگری بررسی کردیم که کالاهای



◆ در همین موضوع وضعیت در استان کرمان چگونه است، استان با برداشتن جاذبه‌های ارزشمند گردشگری بویژه آثار میراثی و فرهنگی از چه جایگاهی در عملکرد گردشگری کشور برخوردار است؟

استان کرمان مزیت‌های بی‌شماری برای رونق صنعت گردشگری دارد و این مهم نه امری فانتزی که در برنامه ۵ ساله آتی توسعه کشور و طرح آمایش سرزمین، مهم‌ترین شاخص مورد توجه در توسعه استان است. ویژگی صنعت گردشگری همراه با تنوع اقلیم و آثار تاریخی ارزشمند در کنار پروژه‌های گردشگری عظیم می‌تواند متحول کننده اقتصاد استان کرمان باشد. مستلزم این مهم، نگاه به موضوع گردشگری به مثابه «صنعت» با شاخص‌های قابل اندازه‌گیری است و مانند هر صنعت دیگر، هر برنامه‌ریزی و اقدامی در جهت آن باید با آگاهی از نتیجه و اثر مثبت آن در شاخص‌ها و عامل‌های اقتصادی از جمله رونق کسب‌وکار و تحول کمی در شاخص‌های اقتصادی باشد. این نگاه از دولت و برنامه‌های آن انتظار می‌رود. اگر استراتژی دولت مرکزی تمرکز بر گردشگری به مثابه یکی از بازوهای اقتصاد استان است، در آینده پیشرانی توسعه استان را در دست خواهد گرفت. در لحظه کنونی، این مهم باید در برنامه‌ریزی دقیق بر توسعه زیرساخت‌ها در وهله اول قابل مشاهده باشد. حکمرانی محلی نیز به جد بر این مهم متمرکز شود و در قالب برنامه‌های میان‌مدت و کوتاه‌مدت عملیاتی به شکل متوازن در همه استان توسعه صنعت گردشگری را پی‌گیری کند.

◆ در مورد هدف‌های تعریف‌شده برای گردشگری استان در برنامه کرمان ۱۴۰۴ و راه‌های وصول به آن‌ها، چه توضیحاتی ارائه می‌نمایید؟

برنامه ۱۴۰۴ یک برنامه کوتاه‌مدت عملیاتی مسئله محور است که انتظار

می‌رود در کنار برگزاری رویدادها در سراسر استان بتواند ضمن شناسایی توانمندی‌ها و چالش‌های گردشگری هر منطقه و شهر، مسائل آن را حل نماید. این برنامه، فرا بخشی و زیر نظر بالاترین مقام حکمرانی دولتی و خصوصی استان، انجام می‌شود. مواجه شدن با برگزاری یک رویداد در هر سطحی برای هر منطقه و یا شهر چالش‌زا خواهد بود. نمود چالش‌ها در مواجهه با کنش رویداد می‌تواند سطح آمادگی شهر و یا منطقه را برای گردشگر پذیری مشخص، کمبودها را نمایان، ضعف‌های مدیریتی را افشا و برای رفع آن‌ها هر چند مسئله‌ای خرد باشد برنامه‌ریزی نماید. در مجموع می‌تواند با حل مسائل پرتعداد، اما شاید کم‌اهمیت، شهر یا منطقه را برای رویداد بعدی آماده‌تر سازد. در حال حاضر حدود ۶ ماه از آغاز برنامه ۱۴۰۴ می‌گذرد. انتظار داریم برنامه توانسته باشد با هدف‌گذاری بر چند رویداد مشخص، مسئله یابی ابتدایی را انجام داده و برای رفع آن‌ها، راهکار ارائه دهد. قرارگیری برنامه ۱۴۰۴ در دل شورای گفتگوی دولت و بخش خصوصی این مزیت را دارد که می‌توان از این ظرفیت برای حل مسائل به‌صورت موردی یا موضوعی بهره برد.

از رقابت‌های بیهوده داخلی عبور کرده‌ایم. ضعف‌ها و کمبودها را شناسایی کرده‌ایم و در حال رفع موانع اساسی هستیم. با تکیه بر دانش بومی و توان و اراده داخلی، کمبودها را در سراسر استان مرتفع خواهیم کرد و مطابق با سلیقه مسافر داخلی و انگیزه مسافر خارجی خدمات در خور را تعریف و ارائه می‌دهیم. ما معتقدیم گردشگری پیشران اقتصاد استان کرمان خواهد شد و ماهیت این صنعت توسعه متوازن را سبب خواهد گشت و بر شاخص‌های اقتصادی استان اثر مشهود خواهد داشت.

◆ چه نگاهی به آینده گردشگری استان در متوسط و بلندمدت دارید؟

آینده گردشگری کرمان کاملاً به هدف‌گذاری امروز ما بستگی دارد. تعریف صنعت گردشگری در استانی که صنعت حرف اول را می‌زند، شاید شفاف‌تر و واضح‌تر از تعریفی باشد که سازمان متولی یعنی میراث فرهنگی نه در بیان بلکه در عمل نمایش می‌دهد. اگر سازمان میراث فرهنگی موضوع سنجش را با آمارهای حضور گردشگر و تردد و یا مثلاً ورود به موزه‌های ارائه می‌دهد، برای ما در کرمان «سهم گردشگری در GDP مبنای محاسبات و سنجش وضعیت این صنعت است» اگر در کشور آمارهای عبور مسافر از مرزها ملاک حضور گردشگر خارجی است یا تعداد مسافری به استان شاخص جذب مسافر است ما در کرمان بر تعریف الگوی هزینه کرد مسافر متمرکز شده‌ایم. در کرمان به این نتیجه رسیده‌ایم که با توجه به توانمندی‌های بی‌بدیل، کمیاب و متنوع استان، کرمان این توان را دارد که خود مقصد متفاوت، متنوع، جدید و جذابی برای مسافر داخلی و خارجی باشد. از رقابت‌های بیهوده داخلی عبور کرده‌ایم. ضعف‌ها و کمبودها را شناسایی کرده‌ایم و در حال رفع موانع اساسی هستیم. با تکیه بر دانش بومی و توان و اراده داخلی، کمبودها را در سراسر استان مرتفع خواهیم کرد و مطابق با سلیقه مسافر داخلی و انگیزه مسافر خارجی خدمات در خور را تعریف و ارائه می‌دهیم. ما معتقدیم گردشگری پیشران اقتصاد استان کرمان خواهد شد و ماهیت این صنعت توسعه متوازن را سبب خواهد گشت و بر شاخص‌های اقتصادی استان اثر مشهود خواهد داشت. همه این‌ها اتفاق خواهد افتاد، اگر امروز هدف‌گذاری صحیح داشته باشیم و این مهم در اولویت اقدامات مدیریت کلان استان قرار گیرد. ◆◆