



توسعه گردشگری؛ راهبردی برای رشد اقتصادی و سرمایه‌گذاری در تولید محلی



توسعه گردشگری صرفاً به معنای افزایش تعداد گردشگران نیست، بلکه به مفهوم خلق زنجیره‌ای از فرصت‌های اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی است که در کنار حفاظت از میراث بومی، موجبات شکوفایی اقتصادی مناطق مختلف را فراهم می‌سازد.



شهاب علی عرب

نایب‌رئیس اول کمیسیون گردشگری اتاق ایران

قرار گیرند. این راهکارها بر پایه تجربیات موفق جهانی و نیازهای بومی ایران تدوین شده‌اند و در ادامه به تفصیل به آن‌ها پرداخته می‌شود.

صندوق‌های مالی، نجات‌دهنده کسب‌وکارهای کوچک

یکی از نخستین اقدامات در جهت توسعه زیرساخت‌های گردشگری، تأمین مالی کسب‌وکارهای خرد است. بسیاری از فعالان بومی بویژه زنان و جوانان در روستاها و شهرهای کوچک، ایده‌ها و ظرفیت‌های ارزشمندی دارند، اما به دلیل نبود سرمایه یا تسهیلات، قادر به عملی‌سازی آن‌ها نیستند.

ایجاد صندوق‌های اعتباری محلی و استانی، اعطای وام کم‌بهره و حمایت هدفمند از اقامتگاه‌های بوم‌گردی، کارگاه‌های تولید صنایع‌دستی، کافه‌ها و حمل‌ونقل گردشگری از جمله اقدامات راهبردی در این زمینه است. چنین تسهیلاتی می‌تواند به شکوفایی دهه‌ها شغل پایدار منجر شود.

/// در سال‌های اخیر، صنعت گردشگری به‌عنوان یکی از موتورهای محرک توسعه اقتصادی، اشتغال‌زایی و برندسازی ملی، جایگاه ویژه‌ای در سیاست‌گذاری‌های کلان یافته است. آنچه این روزها بیش‌ازپیش موردتوجه قرار گرفته، پیوند مؤثر میان گردشگری و تولید بومی است؛ پیوندی که می‌تواند ضمن جذب سرمایه‌گذاری، به رشد پایدار کسب‌وکارهای کوچک و متوسط در حوزه‌های گوناگون منجر شود.

توسعه گردشگری صرفاً به معنای افزایش تعداد گردشگران نیست، بلکه به مفهوم خلق زنجیره‌ای از فرصت‌های اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی است که در کنار حفاظت از میراث بومی، موجبات شکوفایی اقتصادی مناطق مختلف را فراهم می‌سازد.

در این مسیر، مجموعه‌ای از راه‌حل‌های عملیاتی، می‌توانند به‌عنوان نقشه راهی برای مدیران، سرمایه‌گذاران و فعالان گردشگری مورد استفاده

آموزش؛ کلید ارتقای کیفیت خدمات گردشگری

توسعه گردشگری بدون تربیت نیروی انسانی ماهر ممکن نیست. از این رو برگزاری دوره‌های آموزشی کاربردی برای راهنمایان تور، صاحبان اقامتگاه، فروشندگان صنایع دستی و رانندگان تاکسی گردشگری اهمیت ویژه‌ای دارد. آموزش مهارت‌هایی نظیر بازاریابی دیجیتال، زبان‌های خارجی، طراحی مسیر سفر، ارتباط با مشتری و روایت‌گری فرهنگی نه تنها کیفیت خدمات را ارتقا می‌دهد، بلکه چهره‌ای حرفه‌ای‌تر از گردشگری ایرانی در ذهن گردشگران ترسیم می‌کند.

خوشه‌های گردشگری؛ زنجیره‌ای از کسب‌وکارهای هم‌افزا

یکی از موفق‌ترین مدل‌های توسعه اقتصادی، ایجاد خوشه‌های گردشگری و تولید محلی است. در این مدل، کسب‌وکارهای مرتبط با گردشگری مانند اقامتگاه‌ها، رستوران‌ها، کارگاه‌های تولیدی، مراکز فرهنگی و حمل‌ونقل به‌صورت هماهنگ و زنجیره‌ای فعالیت می‌کنند. برگزاری جشنواره‌های فصلی، بازارچه‌های صنایع دستی و غذاهای محلی، مسیرهای گردشگری موضوعی و برندسازی منطقه‌ای از نتایج مثبت این رویکرد است که موجب تقویت هویت محلی و رشد گردشگری تجربه‌محور می‌شود.

دیجیتالی‌سازی خدمات؛ تسهیل و تسریع در جذب گردشگر

در دنیای امروز، حضور مؤثر در فضای دیجیتال از ملزومات موفقیت در صنعت گردشگری است. طراحی اپلیکیشن‌ها و پلتفرم‌های محلی برای معرفی جاذبه‌ها، رزرو آنلاین خدمات، فروش صنایع دستی و حتی ارائه تورهای مجازی، بخشی از ظرفیت‌هایی است که تاکنون به اندازه کافی مورد استفاده قرار نگرفته است. استفاده هوشمندانه از شبکه‌های اجتماعی، همکاری با اینفلوئنسرها و روایت تجربه گردشگران می‌تواند چهره شهرها و روستاهای گردشگری ایران را به جهانیان معرفی کند.

جذب سرمایه‌گذار؛ از نگاه فرصت به گردشگری

سرمایه‌گذاری در تولیدات وابسته به گردشگری مانند غذاهای سنتی، صنایع دستی و اقامتگاه‌های خاص، مزایای اقتصادی فراوانی دارد. تدوین بسته‌های تشویقی، معافیت‌های مالیاتی، تسهیل اخذ مجوز و حمایت حقوقی، ابزارهایی هستند که می‌توانند سرمایه‌گذاران را به این حوزه ترغیب کنند. اتاق‌های بازرگانی، کانون‌های کارآفرینی و شوراهای توسعه محلی نیز نقش کلیدی در شناسایی فرصت‌ها و جذب سرمایه‌گذاران ایفا می‌کنند.

زیرساخت‌ها؛ بنیان توسعه پایدار

هیچ مسیری برای گردشگر دلنشین نیست اگر نتواند راحت به مقصدش برسد. به همین دلیل، توسعه زیرساخت‌های گردشگری از جمله راه‌های دسترسی، علائم راهنما، سرویس‌های بهداشتی، اینترنت پرسرعت، مراکز اطلاع‌رسانی و حمل‌ونقل محلی باید در اولویت قرار گیرد. مناطق گردشگری بدون این امکانات، به‌زودی از فهرست انتخاب گردشگران داخلی و خارجی حذف خواهند شد، هرچند از جاذبه‌های طبیعی و تاریخی بسیاری برخوردار باشند.

راهبردهای نرم برای توسعه هوشمندانه گردشگری

فراتر از اقدامات زیرساختی و مالی، راهبردهای فرهنگی و اجتماعی نیز در توسعه گردشگری نقش مهمی دارند. از جمله این راهبردها می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

- **برندسازی منطقه‌ای:** شناسایی مزیت‌های خاص هر منطقه و معرفی آن با هویتی واحد و منسجم.
- **پویش‌های رسانه‌ای محلی:** ایجاد محتوا توسط مردم، روایت تجربه گردشگران و انتشار در فضای مجازی.
- **اتفاق فکر محلی گردشگری:** بهره‌گیری از نظرات ذی‌نفعان برای طراحی برنامه‌های محلی.
- **گردشگری مسئولانه:** توجه به محیط‌زیست، فرهنگ بومی و تعامل محترمانه با جوامع میزبان.
- **پیوند گردشگری با تولید:** حمایت از اکوتوریسم، صنایع دستی، غذاهای محلی و محصولات بومی.

در مجموع، توسعه پایدار گردشگری نه با شعار، بلکه با سرمایه‌گذاری در تولید، تقویت نیروی انسانی، مشارکت بخش خصوصی و دیجیتالی‌سازی خدمات ممکن خواهد شد. اکنون زمان آن است که گردشگری را نه صرفاً به چشم سرگرمی، بلکه به‌عنوان فرصتی راهبردی برای رشد اقتصاد محلی و ملی ببینیم.

فرصت‌های توسعه‌ای در گردشگری تخصصی؛ نگاهی به گردشگری سلامت و مذهبی

یکی از بخش‌های مهم و کمتر بهره‌بردار شده در ایران، گردشگری تخصصی بویژه در دو حوزه سلامت و زیارت است. ایران با برخورداری از ظرفیت‌های گسترده در زمینه درمان، خدمات پزشکی ارزان و باکیفیت، طب سنتی و طبیبیت شفابخش در بسیاری از مناطق کوهستانی و روستایی می‌تواند به یکی از قطب‌های گردشگری سلامت در منطقه تبدیل شود. از سوی دیگر، شهرهایی چون قم، مشهد، شیراز، ری و شوش با برخورداری از جاذبه‌های مذهبی و زیارتی، هر سال میزبان میلیون‌ها زائر داخلی و خارجی هستند؛ اما متأسفانه، خدمات گردشگری در این شهرها اغلب فاقد کیفیت و برنامه‌ریزی حرفه‌ای است. ایجاد پکیج‌های ترکیبی گردشگری زیارتی با تولیدات محلی، تورهای فرهنگی و غذاهای بومی می‌تواند اقامت و هزینه‌کرد زائران را افزایش داده و فرصت رشد را برای کسب‌وکارهای محلی فراهم سازد.

استفاده از ظرفیت مناطق کمتر شناخته‌شده

بخش بزرگی از ظرفیت گردشگری کشور در مناطق دور از مرکز یا روستاهای ناشناخته نهفته است؛ مناطقی با طبیعت بکر، فرهنگ منحصر به فرد و سبک زندگی سنتی که می‌توانند مقصد گردشگران ماجراجو، فرهنگی و اکوتوریست‌ها قرار گیرند. برای فعال‌سازی این مناطق، می‌توان از مدل‌های موفق بین‌المللی مانند «اکوتوریسم مشارکتی» بهره گرفت؛ یعنی جذب گردشگر با همکاری مستقیم مردم بومی، استفاده از اقامتگاه‌های محلی، غذاهای خانگی و راهنمایان

هیچ مسیری برای گردشگر دلنشین نیست اگر نتواند راحت به مقصدش برسد. به همین دلیل، توسعه زیرساخت‌های گردشگری از جمله راه‌های دسترسی، علائم راهنما، سرویس‌های بهداشتی، اینترنت پرسرعت، مراکز اطلاع‌رسانی و حمل‌ونقل محلی باید در اولویت قرار گیرد. مناطق گردشگری بدون این امکانات، به‌زودی از فهرست انتخاب گردشگران داخلی و خارجی حذف خواهند شد، هرچند از جاذبه‌های طبیعی و تاریخی بسیاری برخوردار باشند.

در یزد، اردکان، طارم، ماسال و کاشان گرفته تا بازارچه‌های صنایع‌دستی در استان‌های خراسان، سیستان و بلوچستان و گیلان. تحلیل این الگوها و به‌کارگیری تجربه‌های آن‌ها در مناطق مشابه می‌تواند ریسک سرمایه‌گذاری را کاهش داده و به برنامه‌ریزی‌های منطقه‌ای کمک کند.

در سطح بین‌المللی نیز کشورهایی مانند مراکش، ترکیه، نپال و گرجستان با توسعه گردشگری فرهنگی و محلی توانسته‌اند رشد اقتصادی قابل‌توجهی ایجاد کنند. بهره‌گیری از تجربیات این کشورها در زمینه برندسازی مقصد، آموزش حرفه‌ای نیروی انسانی و ایجاد شبکه‌های فروش محصولات گردشگری می‌تواند الگوی مناسبی برای ایران باشد.

نتیجه‌گیری: از حرف تا عمل

اکنون دیگر تردیدی نیست که توسعه گردشگری نه تنها یک فرصت، بلکه یک ضرورت اقتصادی و اجتماعی است؛ اما تحقق این مهم، نیازمند عبور از اقدامات پراکنده و ورود به برنامه‌ریزی هدفمند، مشارکتی و منطقه محور است. ترکیب صحیحی از سرمایه‌گذاری در تولید، آموزش، دیجیتال‌سازی، زیرساخت و حکمرانی محلی می‌تواند آینده‌ای متفاوت برای مناطق گردشگری‌پذیر کشور رقم بزند.

هم‌زمان، نهادهای دولتی، بخش خصوصی، دانشگاه‌ها و سازمان‌های مردم‌نهاد باید به این باور مشترک برسند که گردشگری ابزاری برای عدالت منطقه‌ای، اشتغال پایدار و برندسازی فرهنگی کشور است. بدون این هم‌افزایی، توسعه گردشگری ممکن نیست. III

توجه به نسل جوان و گردشگران داخلی

یکی دیگر از فرصت‌های مهم، سرمایه‌گذاری روی گردشگران داخلی بویژه نسل جوان است. دانش‌آموزان، دانشجویان، گروه‌های خانوادگی و علاقه‌مندان به طبیعت می‌توانند مخاطبان بالقوه تورهای کم‌هزینه، سفرهای آموزشی، کارگاه‌های تجربه‌محور و رویدادهای فرهنگی باشند. برگزاری تورهای دانش‌آموزی و دانشجویی با رویکرد «آشنایی با میراث فرهنگی، کارآفرینی و گردشگری پایدار» می‌تواند نسل آینده کشور را به این حوزه علاقه‌مند و آگاه کند. همچنین با ارائه بسته‌های سفر مناسب‌سازی شده برای نسل Z و خانواده‌ها می‌توان مصرف گردشگری داخلی را افزایش داد.

الگوگیری از تجربیات موفق داخلی و جهانی

در ایران، نمونه‌های موفق‌ی از توسعه گردشگری مبتنی بر تولید محلی و مشارکت مردمی وجود دارد؛ از بوم‌گردی‌های موفق

روستایی. چنین تجربه‌هایی نه تنها منجر به رشد اقتصاد محلی می‌شود، بلکه موجب حفظ فرهنگ و طبیعت منطقه نیز خواهد شد.

زنان؛ محور توسعه پایدار در گردشگری

نقش زنان در حوزه گردشگری، بویژه در مناطق روستایی و شهرهای کوچک از اهمیت دوچندان برخوردار است. تجربه‌های موفق بسیاری در کشور نشان داده‌اند که حضور زنان در راه‌اندازی اقامتگاه‌های بوم‌گردی، کارگاه‌های صنایع‌دستی، آموزش گردشگران و پخت غذاهای سنتی نه تنها منجر به افزایش درآمد خانوار شده، بلکه جایگاه اجتماعی زنان را نیز ارتقا داده است.

حمایت از زنان کارآفرین در قالب وام‌های خرد، آموزش‌های تخصصی، تشکیل شبکه‌های حمایتی و تسهیل‌گری در صدور مجوزها می‌تواند بسترساز شکوفایی یک نسل از کسب‌وکارهای گردشگری زنانه باشد که در دل مناطق محروم نیز توان تغییر را دارند.

