

دارالامانی برای گردشگری خلاق



یکی از این مسیرها، تبدیل زیرساخت‌های گردشگری به فضاهای چندمنظوره است؛ برای مثال، اقامتگاه‌ها می‌توانند در تعطیلات تابستان به مدرسه‌های مهارتی، کلاس‌های آموزشی یا کارگاه‌های هنری برای کودکان و نوجوانان تبدیل شوند. ترکیب یادگیری، تفریح و اقامت راهی تازه برای حفظ حیات کسب‌وکارهاست.



مهمان‌نوازند، در میان هتل‌هایی که با پذیرش اندک می‌کوشند دوام بیاورند و در ایده‌هایی که با جسارت و نوآوری، از دل بحران، مسیر پایداری را جست‌وجو می‌کنند. یکی از این مسیرها، تبدیل زیرساخت‌های گردشگری به فضاهای چندمنظوره است؛ برای مثال، اقامتگاه‌ها می‌توانند در تعطیلات تابستان به مدرسه‌های مهارتی، کلاس‌های آموزشی یا کارگاه‌های هنری برای کودکان و نوجوانان تبدیل شوند. ترکیب یادگیری، تفریح و اقامت راهی تازه برای حفظ حیات کسب‌وکارهاست.

/// در روزهایی که صنعت گردشگری ایران پس از جنگ ۱۲ روزه به حالت توقف درآمده و بسیاری از کسب‌وکارهای این حوزه با رکود و بحران دست‌وپنجه نرم می‌کنند، مهم‌ترین پرسش این است که چگونه می‌توان در این شرایط دشوار، چراغ این صنعت را روشن نگه داشت و برای آینده‌ای بهتر آماده شد. اکنون زمانی است که بیش از هر دوره‌ای به خلاقیت، انعطاف‌پذیری و امید نیاز داریم. هرچند جریان سفر متوقف شده، اما گردشگری هنوز زنده است؛ در دل خانه‌های بوم‌گردی که به‌رغم همه مشکلات هنوز



زنده‌یاد محمد رضا بهرامی

فعال گردشگری و نایب‌رئیس اتاق کرمان



در تجربه جهانی، کشورهایی که پس از جنگ یا بحران‌های سیاسی اقتصادی مسیر خروج از بحران را با تمرکز بر بازار داخلی آغاز کرده‌اند، توانسته‌اند پایه‌های مستحکمی برای رونق مجدد صنعت گردشگری بسازند. نمونه‌های موفق از این بازتعریف را می‌توان در گرجستان، کلمبیا، ترکیه و حتی در مقیاس‌های کوچک‌تر در مناطق خاص اسپانیا و پرتغال دید. در این کشورها، تمرکز بر بازار داخلی، برگزاری رویدادهای فرهنگی، توسعه سفرهای مدرسه‌ای، جشنواره‌های محلی و تبدیل اقامتگاه‌های سنتی به مراکز چندمنظوره راه‌هایی برای بازگشت اعتماد و رونق تدریجی بوده است.

از سوی دیگر، سفرهای کوتاه‌مدت و مقرون‌به‌صرفه برای مردم استان می‌تواند به‌عنوان بازار هدف جایگزین تعریف شود؛ تورهای نیم‌روزه برای مدارس، سالمندان یا خانواده‌ها، جشن‌های کوچک در فضای بوم‌گردی‌ها و برنامه‌های سبک اما معنادار می‌توانند جان تازه‌ای به جریان سفر بدهند. در ایامی مثل تاسوعا و عاشورا نیز می‌توان با تکیه بر آیین‌های مذهبی و عزاداری‌های محلی، تعزیه‌های سنتی، غذاهای نذری و تکیه‌های قدیمی، تجربه‌ای ایمن، معنادار و فرهنگی برای مسافران فراهم کرد. چنین برنامه‌هایی هم با روح جامعه ایرانی همخوانی دارند و هم فرصت‌هایی برای همکاری میان فعالان مذهبی و کسب‌وکارهای گردشگری پدید می‌آورند. این نگاه تنها محدود به ایران نیست. در بسیاری از کشورهایی که تجربه جنگ یا بحران‌های شدید را داشته‌اند، گردشگری به شیوه‌ای جدید متولد شده است. اوکراین در اوج جنگ نیز در شهرهای امن خود، تورهای روایت‌محور برگزار کرد. سوریه با تمرکز بر گردشگری زیارتی و بازدید از مناطق باثبات توانست بخشی از بازار داخلی را فعال نگه دارد. کلمبیا با روایت تاریخ درگیری‌ها و مسیر صلح، مسیری نو برای گردشگری فرهنگی تعریف کرد و ویتنام سال‌ها پس از جنگ با تکیه بر طبیعت، غذا و روایت مقاومت به یکی از مقصدهای محبوب تبدیل شد. گردشگری ایران نیز می‌تواند و باید راه خود را پیدا کند؛ راهی که از دل مردم می‌گذرد، بر تجربه‌های اصیل تکیه دارد و به‌جای انتظار برای مسافران خارجی، به جامعه محلی و نیازهای آن پاسخ می‌دهد. در این مسیر، هیچ راه‌حل جادویی وجود ندارد، اما خلاقیت، هم‌افزایی، بازتعریف خدمات و تعامل با نهادهای محلی می‌تواند به بقای این صنعت یاری رساند.

حفظ استراتژی لبخند دنیا به کرمان

پس از هر بحرانی، کشورها نیازمند بازنگری در مسیر حرکت خود هستند. بحران اخیر اگرچه ضربه‌ای سنگین به صنعت گردشگری وارد کرد، اما هم‌زمان فرصت نادری برای بازطراحی نقشه راه این صنعت فراهم آورده است. مهم‌ترین درس این دوره، وابستگی ناپایدار به بازارهای پربیسک از جمله گردشگران بین‌المللی و غفلت از ظرفیت بی‌بدیل گردشگری داخلی است. در این شرایط، استان‌هایی مانند کرمان که هم ظرفیت تاریخی و فرهنگی دارند، هم در موقعیت جغرافیایی نسبتاً باثبات‌تری قرار دارند، می‌توانند موتور بازسازی صنعت گردشگری کشور شوند. کرمان با پهنه وسیعی از جاذبه‌های طبیعی، تاریخی و فرهنگی، زیرساخت‌های اقامتی پراکنده اما فعال و جامعه‌ای مهمان‌نواز و ریشه‌دار، از آمادگی لازم برای پذیرش یک «تغییر ریل استراتژیک» برخوردار است. در تجربه جهانی، کشورهایی که پس از جنگ یا بحران‌های سیاسی اقتصادی مسیر خروج از بحران را با تمرکز بر بازار داخلی آغاز کرده‌اند، توانسته‌اند پایه‌های مستحکمی برای رونق مجدد صنعت گردشگری بسازند. نمونه‌های موفق از این بازتعریف را می‌توان در گرجستان، کلمبیا، ترکیه و حتی در مقیاس‌های کوچک‌تر در مناطق خاص اسپانیا و پرتغال دید. در این کشورها، تمرکز بر بازار داخلی، برگزاری رویدادهای فرهنگی، توسعه سفرهای مدرسه‌ای، جشنواره‌های محلی و تبدیل اقامتگاه‌های سنتی به مراکز چندمنظوره راه‌هایی برای بازگشت اعتماد و رونق تدریجی بوده است. در همین راستا، کرمان می‌تواند به الگوی

نوبنی از گردشگری داخلی در ایران بدل شود. مزیت‌های متعددی از جمله تنوع اقلیمی، تجربه‌های اصیل بوم‌گردی، آیین‌های مذهبی و فرهنگی ریشه‌دار، غذاهای سنتی و ظرفیت میزبانی شهرهایی چون بم، ماهان، راین، بافت، شهداد و فهرج در کنار وجود بوم‌گردی‌های مقاوم و هتل‌های آماده، همه و همه گواهی بر آمادگی این سرزمین برای آغاز فصلی تازه‌اند. اما برای تحقق این چشم‌انداز، تنها اتکا به امکانات موجود کافی نیست. باید با نگاهی خلاقانه زیرساخت‌های گردشگری را بازتعریف کرد؛ اقامتگاه‌هایی که در زمان تعطیلی گردشگری کلاسیک به مراکز آموزش مهارت، اردوهای فرهنگی، مدرسه‌های تابستانی، جشن‌های خانوادگی و فضاهای تعامل اجتماعی تبدیل می‌شوند. باید به نیازهای جدید جامعه ایران پاسخ داد؛ سفرهای کوتاه، ارزان، فرهنگی و خانوادگی. همچنین می‌توان از مناسبت‌های ملی و مذهبی بهره گرفت. آیین‌های عزاداری محلی، سفره‌های نذری، تعزیه‌های سنتی، نخل‌گردانی و دیگر آیین‌های بومی ظرفیت‌های بی‌بدیلی برای خلق تجربه‌ای اصیل و متعهد در دل ایران هستند؛ تجربه‌ای که نه با توریسم لوکس، بلکه با گردشگری مشارکتی و مردمی معنا می‌یابد. بازسازی گردشگری پس از بحران نیازمند تغییر ریل است؛ از رؤیای جذب توریست‌های اروپایی و آسیایی به واقعیت خلق ارزش برای مردم ایران. کرمان می‌تواند نقطه آغاز این مسیر باشد؛ دارالامانی برای گردشگری خلاق، پایدار و درون‌زا. این مسیر اگرچه ساده نیست، اما برآمده از واقعیت امروز و امید به آینده‌ای باثبات‌تر است. III