

راهبردهای توسعه سرمایه‌گذاری در صنعت گردشگری استان کرمان



فرض را بر این می‌گذاریم که زیرساخت‌ها و نیروی انسانی آماده‌اند. حال پرسش این است که چگونه می‌توان سرمایه‌گذاری در گردشگری استان کرمان را توسعه داد و چه راهبردهایی برای این کار مناسب هستند؟



است، موضوعی که نیازمند بررسی دقیق و جدی است. دیگر کشورهای خاورمیانه از جمله ترکیه، قطر، امارات و عربستان سعودی با سرمایه‌گذاری‌های مناسب توانسته‌اند جایگاه خود را در صنعت گردشگری جهانی ارتقا دهند. ایران و بویژه استان کرمان با وجود ظرفیت‌های فراوان در حوزه‌های طبیعی، اقلیمی، تاریخی، مذهبی و فرهنگی هنوز نتوانسته‌اند بهره‌برداری مؤثری از این منابع داشته باشند. واقعیت این است که ما باید بین منابع گردشگری و صنعت

/// صنعت گردشگری در سطح جهانی سهم قابل‌توجهی از اقتصاد را به خود اختصاص داده و حدود ۱۱ درصد از تولید ناخالص داخلی و اشتغال را شامل می‌شود. در این میان، کشورهای اروپایی و آمریکای شمالی با تمرکز و سرمایه‌گذاری هدفمند، نزدیک به ۸۰ درصد درآمد و اشتغال در این صنعت را به خود اختصاص داده‌اند. در مقابل، سهم خاورمیانه کمتر از ۳ درصد است و ایران نیز کمتر از ۰/۶ درصد از سهم جهانی صنعت گردشگری را به خود اختصاص داده است. استان کرمان نیز حتی از این میانگین ملی هم عقب‌تر



دکتر علیرضا شکیبایی

عضو هیئت‌علمی گروه اقتصاد دانشگاه شهید باهنر کرمان



واقعیت این است که ما باید بین منابع گردشگری و صنعت گردشگری تفاوت قائل شویم، لزوماً داشتن منابع گردشگری به معنای توسعه صنعت گردشگری نیست. برای رسیدن به صنعت گردشگری پویا، نیازمند هماهنگی بین زیرساخت‌ها، نیروی انسانی متخصص، دانش مدیریتی و اقتصادی و سرمایه‌گذاری هدفمند هستیم. توسعه این صنعت تنها با نگاه تک‌بعدی به زیرساخت‌ها امکان‌پذیر نیست، بلکه باید هم‌زمان نیروی انسانی و سرمایه نیز در مسیر درستی هدایت شوند.

توسعه سرمایه‌گذاری در گردشگری استان کرمان به شرح زیر ارائه می‌شود:

* لازم است زنجیره ارزش صنعت گردشگری استان کرمان به‌طور دقیق بررسی شود تا بخش‌هایی که ناقص یا ضعیف هستند مشخص و با هدایت سرمایه‌گذاری‌ها، این زنجیره کامل شود،

* استفاده از مدل‌های جدید تأمین مالی (مانند سرمایه‌گذاری جمعی، مشارکت عمومی-خصوصی، صندوق‌های سرمایه‌گذاری جسورانه و ...) می‌تواند جایگزین تأمین مالی سنتی و بانک‌محور شود که معمولاً

پرهزینه، زمان‌بر و ناکارآمد است،
* تشکیل صندوق‌های حمایت مالی خصوصی که توسط فعالان گردشگری اداره شوند، می‌تواند به تأمین منابع مالی پایدار و کم‌هزینه برای پروژه‌های گردشگری کمک کند،

* تنوع‌بخشی به حوزه گردشگری؛ گردشگری فقط تفریحی یا زبارتی نیست. انواع مختلفی از گردشگری وجود دارند که می‌توانند فرصت‌های متنوعی برای سرمایه‌گذاری ایجاد کنند،

* معرفی جاذبه‌های گردشگری استان کرمان در سطح بین‌المللی نیازمند استفاده از روش‌های نوین بازاریابی دیجیتال، برندینگ مقصد و رسانه‌های تخصصی است. در حال حاضر، ضعف در این حوزه باعث شده ظرفیت‌های استان به‌خوبی دیده نشوند. در پایان باید گفت که این پیشنهادها در سطح کلی ارائه شده‌اند و اجرای آن‌ها نیازمند پژوهش‌های تکمیلی، بررسی‌های میدانی و برنامه‌ریزی اجرایی است. با توجه به ظرفیت‌های موجود، امیدواریم این مسیر با جدیت بیشتری در استان کرمان دنبال شود. **///**

ما را در شناخت دقیق نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای سرمایه‌گذاری در گردشگری استان کرمان یاری کنند. بر این اساس می‌توان راهبردهایی را تدوین کرد که پایه علمی و اجرایی داشته باشند و نیاز به یک پژوهش جامع و کاربردی دارد که جای آن در استان کرمان خالی است. استان کرمان با داشتن منابع غنی به‌عنوان نقطه قوت و همچنین زیرساخت‌ها، زیربنای اقامتی، حمل‌ونقل و با وجود اقامتگاه‌های متعدد نتوانسته سرمایه‌گذاری را به خود جذب کند؛ لذا با مشکلاتی در زمینه سرمایه‌گذاری روبه‌رو است؛ از جمله کمبود سرمایه‌گذاری در صنعت گردشگری، انجام سرمایه‌گذاری خارج از زنجیره ارزش گردشگری که باعث هدررفت سرمایه‌گذاری می‌شود، ناکارآمدی و مدیریت نامناسب واحدهای خدمات گردشگری که از بهره‌وری پایین برخوردارند و نمی‌توانند درآمد و انگیزه‌ای برای سرمایه‌گذاری مجدد در حوزه گردشگری ایجاد کنند.

برای این منظور راهبردهای پیشنهادی برای

گردشگری تفاوت قائل شویم، لزوماً داشتن منابع گردشگری به معنای توسعه صنعت گردشگری نیست. برای رسیدن به صنعت گردشگری پویا، نیازمند هماهنگی بین زیرساخت‌ها، نیروی انسانی متخصص، دانش مدیریتی و اقتصادی و سرمایه‌گذاری هدفمند هستیم. توسعه این صنعت تنها با نگاه تک‌بعدی به زیرساخت‌ها امکان‌پذیر نیست، بلکه باید هم‌زمان نیروی انسانی و سرمایه نیز در مسیر درستی هدایت شوند. در این یادداشت، تمرکز بر راهبردهای سرمایه‌گذاری است. فرض را بر این می‌گذاریم که زیرساخت‌ها و نیروی انسانی آماده‌اند. حال پرسش این است که چگونه می‌توان سرمایه‌گذاری در گردشگری استان کرمان را توسعه داد و چه راهبردهایی برای این کار مناسب هستند؟

بدیهی است که پاسخ دقیق به این سؤال، نیازمند پژوهش‌های میدانی و مطالعات راهبردی است. ابزارهایی مانند تحلیل SWOT یا درخت‌های تصمیم‌گیری می‌توانند

