

تعریف صنعت گردشگری به‌عنوان گذرنامه توسعه در بسیاری از کشورها

میزگرد «راه‌های رفع موانع گردشگری در استان آذربایجان شرقی» به همت خانه توسعه آذربایجان در محل اتاق بازرگانی تبریز برگزار شد.



به گزارش روابط عمومی اتاق بازرگانی تبریز، رحیم حیدری، دبیر میزگرد «راه‌های رفع موانع گردشگری در استان آذربایجان شرقی در ابتدای این نشست با بیان اینکه گردشگری به عنوان یک صنعت و خدمات، ویژگی‌هایی دارد که هیچ یک از صنایع ندارند و بسیاری از کشورها از آن به عنوان گذرنامه توسعه یاد می‌کنند. وی جایگزین ناپذیری سفر، صادرات نامرئی، نرخ تولید شغل، صنعت صلح، بزرگترین صنعت دنیا، صنعت حامی فقرا، تنها مزیت نسبی ایران و تنها گذرنامه رشد و توسعه ایران را از جمله ویژگی‌های منحصر به فرد اقتصاد گردشگری در کشورمان دانست.

حیدری با بیان اینکه اقتصاد گردشگری همواره دو تا سه برابر اقتصاد جهانی بوده است، ادامه داد: بحران‌هایی چون کرونا ممکن است که این شاخص را تغییر دهند، اما در عرض یکسال پس از رفع این بحران، گردشگری باز هم به جایگاه خود بازمی‌گردد که این امر به دلیل سبک زندگی انسان در راستای حذف فیزیکی انسان از حضور در محل کار است. وی با تأکید بر اینکه 744 شغل مستقیماً با سفر درگیر هستند و هیچ شغلی وجود ندارد که مستقیم و یا غیرمستقیم با توریسم در ارتباط نباشد، اظهار کرد: هیچ صنعتی مثل گردشگری نمی‌تواند در کوتاه مدت باعث درآمدزایی در یک منطقه شود.

حیدری در تشریح وضعیت گردشگری در کشورمان گفت: تهران به تنهایی یک چهارم درآمد گردشگری کشور را در دست داشته و مشهد در رتبه بعدی است. وی اذعان کرد: متأسفانه گردشگری در کشور ما نه تنها نتوانسته به رفع نابرابری ناحیه‌ای کمک کند بلکه به آن دامن زده است که این امر ناشی از الگوی سفر است. وی ادامه داد: برابر آمارها، 96 درصد توریست‌هایی که به ایران آمده‌اند، فکر می‌کردند که ایران امن نیست. دیپلماسی گردشگری در این راستا می‌تواند ابزاری برای معرفی چهره اصلی ایران به دنیا و توسعه گردشگری کشورمان باشد. باقی چهار درصد توریست‌ها نیز کسانی هستند که قبلاً به ایران آمده‌اند.

این استاد دانشگاه گفت: ویژگی‌هایی چون هنر، معماری، صنایع دستی، ادبیات و موسیقی از جمله ویژگی‌های مشترک سازنده مقصد تبریز و سایر مقاصد همسان همچون اصفهان و شیراز است که تبریز یک سر و گردن در این موارد غنی‌تر است اما در دو بحث زیرساخت‌ها و میزبانی، شخصیت مقصد اصفهان و شیراز برتر از تبریز است. وی در خصوص دلیل پایین بودن رتبه تبریز به عنوان اولویت گردشگران، افزود: تبریز، مرکزیت نسبی ندارد و مواردی چون اثرات منفی فصلی بودن، بازار اقتصادی سنتی و میزبانی (فقدان آموزش عمومی) نیز از جمله چالش‌های مقصد تبریز است.

حیدری ادامه داد: بالغ بر 53 درصد گردشگران از طریق گردشگران قبلی با مقصد آشنا می‌شوند و اگر دیدگاه توریست‌هایی که از تبریز بازدید می‌کنند، منفی باشد بالغ بر 64 درصد بازار آینده از دست می‌رود.

وی خاطرنشان کرد: شهرهای تبریز و شیراز از گذشته مقصد گردشگری پزشکی در کشورمان بودند که شیراز توانسته این ویژگی را به راحتی حفظ و آن را رشد دهد اما تبریز به راحتی این ویژگی را از دست داده است، زیرا دیدگاه توریست‌ها نسبت به شخصیت مقصد تبریز برای ما مهم نبوده است.

حیدری موقعیت ممتاز در بازار خارجی، موقعیت ممتاز بین‌المللی در صنایع دستی، برتری و غنای مولفه‌های سازنده شخصیت در مقایسه با مقصد همسان، بازاریابی دیجیتال و تاسیس نهادهای تخصصی علمی، صنفی و سازمانی ملی و بین‌المللی را از جمله فرصت‌های توسعه و بازاریابی منحصر به گردشگری تبریز عنوان کرد و گفت: با چند ساعت رانندگی از تبریز می‌توان به چند کشور مطرح منطقه سفر کرد.

وی با اشاره به گردشگری ترکیه و مقایسه آن با ایران گفت: سالانه شش میلیون ایرانی به ترکیه سفر می‌کنند، در حالی که کمتر از 10 هزار شهروند ترکیه‌ای آن هم به دلایل بی‌زیبایی به ایران می‌آیند. قطعاً اگر شهروندان ترکیه‌ای نسبت به ایران، شناخت بهتری داشته و زمینه‌های فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی مشترک را بدانند، سفر به ایران برایشان جذاب خواهد بود. حیدری، برگزاری تور گردشگری با سه مقصد تبریز، استانبول و باکو و تشکیل اتحادیه‌های تشابهات فرهنگی و زبانی میان کشورهای منطقه را از جمله راه‌های توسعه گردشگری در تبریز دانست.

طبیعت گردی در بحث گردشگری جامعه مغفول مانده است

داوود مختاری، استاد دانشگاه در این نشست با بیان اینکه طبیعت گردی در بحث گردشگری جامعه مغفول مانده است، اظهار کرد: طبیعت گردی، شکلی از گردشگری با هدف لذت بردن از نواحی طبیعی و بکر بر مبنای منابع طبیعت پایه (منابع زنده و غیرزنده) است که به سه نوع ژئوتوریسم (مبتنی بر ویژگی‌های زمین‌شناسی)، اکوتوریسم (مبتنی بر حفظ ویژگی‌های اجتماعی و اقتصادی) و گردشگری حیات وحش تقسیم می‌شود.

وی خاطرنشان کرد: اهمیت موضوع طبیعت گردی به قدری زیاد است که سازمان‌هایی چون سازمان ملل و یونسکو اقدام به شناسایی ذخیره‌گاه‌های طبیعی و ژئوپارک‌ها در صنعت گردشگری دنیا کرده و استان ما نیز حرف‌هایی برای گفتن در این زمینه دارد.

مختاری با بیان اینکه اکنون تعداد 195 ژئوپارک در دنیا و سه مورد در کشورمان از جمله ژئوپارک ارس داریم، افزود: در ژئوپارک ارس قطعاً صدها مورد ناشناخته دیگر داریم. وی با بیان این که امروزه طبیعت گردی جزو علایق نسل جدید است، افزود: سه مولفه شامل تنوع زیست‌شناختی، زمین‌شناختی و فرهنگی سه زیرساخت اصلی طبیعت گردی هستند. جاذبه‌هایی چون آسیاب خرابه، دریاچه ارومیه، کوه میشو، جنگل‌های قره داغ، روستاهای بی‌نظیر، قلل آتش‌نشانی، گردنه‌ها و ... هر یک کلکسیون‌هایی از گنجینه‌های طبیعی استان هستند.

این استاد دانشگاه با اشاره به ویژگی‌های تبریز در عرصه ژئوتوریسم شهری، افزود: مناطقی چون میدان ساعت، چهارراه آبرسان، اولین منبع آب و قنات‌های دانشگاه تبریز از جمله ژئوتوریسم شهری تبریز هستند که متأسفانه ما از آن‌ها غافل هستیم.

وی شناسایی ژئوسایت‌های جدید، معرفی مسیرهای ژئوتوریستی و درگیر کردن جوامع محلی را از جمله مولفه‌های طرح‌های توسعه طبیعت گردی عنوان کرد.

تنها نکته مثبت ایران در بحث گردشگری، رقابت پذیری قیمتی است

ابوالفضل قنبری؛ استاد دانشگاه در ادامه این نشست اظهار کرد: ما جزو 10 کشور اول جهان از نظر جاذبه های گردشگری و پنج کشور اول جهان از نظر جاذبه های طبیعی هستیم، اما در زمینه جذب توریست همواره در میانه ها یا پایین جدول قرار گرفته ایم.

وی افزود: ما برای توسعه باید چرخش و گردش آزاد اطلاعات داشته باشیم و تصمیم گیرها باید نوع نگرش خود را در بسیاری از مسائل تغییر بدهند. ما باید تعامل خود را با کشورهای همجوار افزایش داده و همچنین با تجهیز زیرساخت ها به عنوان یکی از فاکتورهای اصلی توسعه گردشگری، شرایط را مساعدتر کنیم.

قنبری با بیان این که استان آذربایجان شرقی و ایران از نظر کمی و کیفی در زمینه زیرساخت ها و توزیع متقارن با مشکل مواجه است، اظهار کرد: رابطه معنی داری بین زیرساخت های گردشگری و توسعه یافتگی شهرستان ها وجود دارد.

وی در مقایسه تعداد امکان اقامتی تبریز با استانبول افزود: مهمانپذیرهای فعال تبریز 30 باب (561 اتاق با 1518 تخت) و 45 هتل و هتل آپارتمان (با 5021 تخت) است، در حالی که حدود 900 هتل (با 56 هزار و 500 اتاق) در استانبول وجود دارد. بر این اساس اگر ما بخواهیم گردشگر دعوت کنیم، جایی برای پذیرش آن ها نداریم.

این استاد دانشگاه گفت: فرودگاه استانبول سالانه به بیش از 64 میلیون مسافر خدمات رسانی کرده و پر رفت و آمدترین فرودگاه اروپا و هفتمین فرودگاه جهان است.

قنبری با اشاره به آمارهای سال 2019 مجمع جهانی اقتصاد گفت: در این آمار که آماده ترین کشورها برای جذب توریست خارجی با بررسی 90 شاخص و 140 کشور از جمله ایران را بررسی کرده است، اسپانیا رتبه اول و فرانسه و آلمان دوم و سوم در این زمینه هستند. ایران نیز رتبه 89 را به دست آورده است. کشورهای امارات و قطر نیز در رتبه 33 و 51 آماده ترین کشورها برای جذب توریست خارجی هستند.

وی با بیان این که رتبه ایران در زیرساخت های حمل و نقل زمینی 79، سلامت و بهداشت رتبه 89 و محیط کسب و کار 121 است، گفت: ایران دارای رتبه 108 دنیا در زیرساخت گردشگری است. تنها نکته مثبت ایران در بحث اقتصاد گردشگری و رقابت پذیری قیمتی به دلیل پایین بودن ارزش پول است که رتبه یک را در این خصوص دارد.

قنبری ادامه داد: کشور ترکیه 90 میلیون گردشگر خارجی برای 2028 افق خود قرار داده و این کشور 56 میلیارد دلار در سال 2023 درآمد داشته که این رقم را می خواهد در سال 2028 به 100 میلیارد دلار رساند. در حالی که مجموع فروش نفت ایران در سال 2022 مبلغ 40 میلیارد دلار بوده است.

وی تأسیس هنرستان های فنی گردشگری و آموزش سه زبان به دانش آموزان را از جمله ویژگی های توسعه گردشگری در ترکیه عنوان کرد و افزود: علیرغم افزایش تورم در کشور ترکیه اما توانسته به این پیشرفت ها برسد که یکی از دلایل آن نیز تبلیغ گردشگری در کشورهایی است که گردشگر کمتری به ترکیه می آیند.

گردشگری شهری در ایران مغفول مانده است

محمدعلی سالکی؛ استاد دانشگاه در این نشست از مغفول ماندن گردشگری شهری در ایران انتقاد کرد.

وی با بیان اینکه در حوزه صنعت گردشگری دو رویکرد مدرنیسم و پست مدرنیسم مطرح است، در نگاه پست مدرنیسم توجه ویژه ای به گردشگری شهری می شود. این نوع گردشگری با توجه به شرایط منحصر به فرد فرهنگی، تاریخی و سیاسی می تواند برای گردشگران پست مدرن بسیار جذاب باشد، با این حال در هیچ یک از اسناد توسعه توجهی به این حوزه نشده است.

سالکی با اشاره به مزایای گردشگری شهری گفت: عدم پایداری به فصل و امکان سفرهای کوتاه از جمله مزایای این نوع گردشگری است.

وی گردشگری ادبی، نوستالژی، آیینی، میراث یا فضای شهری را از جمله انواع گردشگری شهری عنوان کرد و افزود: متأسفانه علیرغم تنوع این حوزه و دارا بودن پتانسیل های زیاد در تبریز، نه در طرح جامع شهر تبریز و نه در طرح تفصیلی، اشاره ای به بخش گردشگری شهری نشده است.