

## حمایت ها و مشوق ها از سرمایه گذاری در بخش گردشگری

زهرة شمسی

کارشناس ارشد اقتصاد بازرگانی

عضو باشگاه فعالان اقتصادی اتاق بازرگانی کرمانشاه

سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری به عنوان یکی از ارکان اصلی فرهنگ و هنر کشور و متولی میراث ماندگار تمدن باستانی ایران، با توجه به گستردگی وظایف محوله از جمله معرفی فرهنگ و تمدن غنی و ظرفیتهای فرهنگی، تاریخی و طبیعی و گردشگری کشور و بهره گیری از مزیتها و ظرفیتهای آن در جهت ارتقای جایگاه تمدن ایران در جهان و نیز رساندن کشور به جایگاه واقعی آن به عنوان یکی از قطب های بزرگ گردشگری در جهان، رسالت خطیر و حساسی برعهده دارد. این مهم به ویژه در عصر حاضر که ارزشهای فرهنگی به منبع مهمی برای تولید ارزشهای اقتصادی تبدیل شده، اهمیت و اعتبار ویژه ای پیدا میکند؛ به طوریکه امروزه توسعه گردشگری و احیای میراث فرهنگی در ایجاد آثار مثبت اقتصادی به صورت چشمگیری افزایش یافته و در تمامی کشورها به عنوان یکی از عوامل اصلی ایجاد اشتغال، افزایش درآمد ارزی و بهبود تراز پرداختها مورد توجه قرار گرفته است.

از سوی دیگر، صنایع دستی به عنوان صنعتی مستقل، بومی و اصیل با جنبه های قوی کاربردی از جهات هنری، فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی و همگامی صنایع دستی با توسعه صنعت گردشگری میتواند سهم شایسته و درخور توجهی در اقتصاد کشور و معرفی هنر ناب ایرانی و نهایتاً زندگی اقتصادی و حیات فرهنگی کشور داشته باشد.

در همین راستا سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری به عنوان یک سازمان مستقل از ادغام سه دستگاه سازمان میراث فرهنگی، سازمان صنایع دستی و سازمان ایرانگردی و جهانگردی و با هدف استفاده از ظرفیت های آنها برای توسعه گردشگری و در قالب یکی از معاونت های ریاست جمهوری ایجاد شده و با توجه به اهمیت فعالیت های سازمان و نگاه ویژه مسئولان نظام جمهوری اسلامی ایران به نقش صنایع دستی، میراث فرهنگی و به ویژه گردشگری، در سالهای اخیر در توسعه کشور نقش اساسی را ایفاء نموده است.

### فرصت ها و جاذبه های گردشگری در ایران:

برخورداری از میراث غنی فرهنگی، باستانی و تاریخی، مهم ترین مزیت نسبی ایران نسبت به کشورهای منطقه در جذب گردشگر خارجی محسوب می گردد. افسانه ها و تاریخ تمدن اسلامی، بناهای ثبت شده در فهرست یونسکو، مانند تخت جمشید، نقش رستم و معبد چغازنبیل، و ایالات متعدد، اصفهان، شیراز، همدان و... به همراه تاریخ ده هزار ساله، ایران را به محل وقوع رخدادهای مهم تاریخی تبدیل نموده و با توجه به وفور آثار تاریخی و تنوع آداب و سنن این شور همواره مورد توجه سیاحان و گردشگران، تجار و بازرگانان بوده است. گسترش حمایت های دولت به منظور ایجاد زیرساخت های اولیه سرما به گذاری در صنعت گردشگری از جمله گسترش شبکه های برق، آب، گاز، تلفن و راه دسترسی و در نتیجه رشد قابل

توجه سرمایه گذاری بخش خصوصی در ایجاد تأسیسات گردشگری از جمله هتل، مجتمع های اقامتی و بین راهی، اردوگاه (کمپینگ) و... ایران را تبدیل به کشوری با پتانسیل ها و ظرفیت های بالای پذیرش گردشگران تبدیل نموده است.

## منافع گردشگری:

۱. **افزایش درآمد برای جامعه محلی:** گردشگری، فرصتی برای توسعه کسب و کار و ایجاد شغل است، به علاوه محرکی برای سرمایه گذاری و حمایت از خدمات محلی حتی در جوامع از راه دور خواهد بود.

۲. **مدیریت پایدار زمین:** گردشگری می تواند با فراهم کردن اشکال اضافی و جایگزین از درآمد برای کشاورزان و جوامع روستایی که به خوب نگره داشتن منابع طبیعی وابسته هستند، به نیرویی برای مدیریت پایدار زمین در همه جای جهان تبدیل شود.

۳. **تقویت درک فرهنگی:** گردشگری می تواند اعتماد به نفس ایجاد کند و مشوقی برای حفظ هنرهای سنتی و صنایع دستی، دانش سنتی و روش هایی باشد که منجر به استفاده پایدار از تنوع زیستی می شود. با این حال تعامل بین گردشگری و ارزش های فرهنگی محلی پیچیده است.

۴. **مشوق های اقتصادی برای حفاظت از محیط زیست:** گردشگری می تواند ارزش های اقتصادی ملموسی را برای منابع فرهنگی و طبیعی به ارمغان آورد. هزینه های گردشگران می تواند به طور مستقیم برای حفاظت از محیط زیست منطقه و حمایت از جامعه محلی مصرف شود. در حال حاضر درآمد حاصل از گردشگری به طور مستقیم سهم عمده ای در حمایت از مناطق حفاظت شده و سایر جذابیت های گردشگری دارد.

۵. **اشتغال زایی:** موقعیت های کاری زیادی به طور مستقیم در هتل ها، رستوران ها، آژانس های مسافرتی، کسب و کارهای کوچک و حمل و نقل ایجاد می شود و مشاغل غیرمستقیمی نیز بوسیله کارمندان این بخش ها ایجاد می شود که به نوبه خود موجب ایجاد مشاغل جدیدی در اقتصاد محلی می شود.

۶. گردشگری می تواند قیمت املاک و مستغلات منطقه را افزایش دهد.

۷. گردشگری می تواند حس تعلق به مکان را در افراد تحریک کند.

۸. گردشگری محرکی برای تولید کالاها و خدمات محلی است.

۹. **فراهم نمودن فرصت های جدید برای فروش محصولات خاص:** مسلم است که فعالیتهای صنعتی خاص، تا حد زیادی بوسیله نیازهای گردشگران تعیین می شود. کار در هتل ها و رستوران ها، خدمات فرهنگی و تفریحی، خدمات حمل و نقل، برگزاری سفر، تولید صنایع دستی و گردشگری و... به علاوه گردشگری، محرک تجارت در طیف گسترده ای از حوزه های مرتبط از قبیل ساخت و ساز، خدمات مالی، تجارت، صنایع غذایی، صنایع روشنایی، فعالیت های فرهنگی هنری یا خدمات کلی عمومی (حمل و نقل محلی، پست، تلفن، تبادل ارز و...) است. بنابراین گردشگری رشد تولیدی مهمی را برای شهرهای بزرگ به ارمغان آورده و سهم زیادی در تولید ناخالص داخلی دارد.

۱۰. **گردشگری بین المللی محرک صادرات محلی است:** حضور گردشگر باعث می شود با حذف انواع هزینه های مربوط به صادرات، از جمله هزینه حمل و نقل، محصولات محلی به خارج ارسال شود.

۱۱. **گردشگران می توانند کیفیت زندگی اجتماع محلی را افزایش دهند:** با ایجاد شغل و کاهش فقر منجر به بهبود استانداردهای زندگی شوند. ایجاد درآمد برای بودجه های محلی بخصوص از مالیات بر درآمد کارآفرینان بخش گردشگری حاصل می شود. این امر می تواند برای بهبود خدمات اجتماعی، زیرساخت ها و خدمات استفاده شود.

۱۲. **توسعه زیرساخت ها:** چشم انداز توسعه گردشگری ساخت و ساز، بهبود زیرساخت های اساسی (راه آهن، سیستم های قدرت، تفریح های آبی، برق، مخابرات و مدیریت مواد زائد) بازسازی مراکز تاریخی، ساخت تسهیلات تفریحی و فرهنگی، بروز رسانی شبکه حمل و نقل، توسعه رویدادهای فرهنگی و ورزشی با اهمیت بین المللی و ... را توجیه می کند. از این سرمایه گذاری، هم گردشگر و هم جمعیت ساکن منتفع می شوند.

۱۳. **بهبود کیفیت محیط زیست:** گردشگری شهری منجر به بهبود کیفیت محیط زیست می شود، زیرا گردشگر ترجیح می دهد مکان های تمیز، جذاب و به دور از آلودگی را بازدید کند. از نظر گردشگران، یکی از شرایط اساسی گردشگری، یک محیط تمیز و به دور از درگیری های اجتماعی است.

۱۴. **بهبود تصویر و آوازه شهر و تشکیل یک مکان مشهور و کسب و کار:** از سوی دیگر، میل به سود بالاتر اغلب منجر به توسعه پر هرج و مرج و گردشگری ناخواسته در بعضی از مکان ها شده و مشکلات زیادی را در منطقه ایجاد می کند. افزایش تراکم شهری، ساخت سازه های بزرگ در مجاورت بناهای تاریخی، تقاضای بیش از حد بازدیدکننده ها از بعضی از اهداف گردشگری، آلودگی هوا، ترافیک و سر و صدا تنها بعضی از خطراتی هستند که می توانند بر ارزش های گردشگری شهر تاثیر بگذارند. با این حال گفته می شود گردشگری میتواند با بهبود رقابت کسب و کارها و شرکت ها، از طریق پاسخ به نیازهای اجتماعی و حفاظت از محیط طبیعی و فرهنگی به توسعه پایدار نواحی شهری کمک نماید.

### **علل ضعف صنعت گردشگری در ایران:**

از دید کارشناسان صنعت گردشگری، ایران از توسعه ای که شایسته آن است برخوردار نبوده است. از دلایل آن می توان به آماده نبودن بسترهای اقتصادی مناسب در ایران برای جذب سرمایه گذاری در ساخت هتل و سایر منابع جانبی این حوزه اشاره کرد. بی خبر بودن سرمایه گذاران از زمینه های موجود در ایران و تبلیغات ضعیف و نیز انتشار اخبار منفی ایران، محدودیت های اجتماعی و مذهبی برای گردشگران خارجی و همچنین تنش های سیاسی با برخی کشورهای غربی نیز از دیگر موانع در راه رشد گردشگری در ایران است. با وجودی که ایران از لحاظ منابع تاریخی، فرهنگی و طبیعی جزو ۱۰ کشور اول دنیا است اما تنها کمتر از یک درصد سهم درآمد جهانی از صنعت را به خود اختصاص داده است. بخش از مشکلات گردشگری کشورمان عبارتند از: ضعف مدیریتی، ایران ستیزی، رقابتی نبودن هزینه گردشگری در ایران نسبت به کشورهای همسایه، نامشخص بودن برنامه دولت در بخش گردشگری، نامناسب بودن زیرساخت های گردشگری در ایران، فرهنگ ضعیف جامعه نسبت به گردشگر، عدم ثبات رفتارهای سیاسی.

پس از گذشت سالیان دراز صنعت گردشگری در ایران، نه تنها به سهم قابل قبولی در محاسبه درآمد ملی دست نیافته است، بلکه همین سهم ناچیز هم هر سال با افول بیشتری مواجه می شود و این در حالی است که بنا به شهادت آمارهای جهانی ایران جزو ۵ کشور بالقوه توانمند در زمینه جذب گردشگر خارجی است.

## از جمله دلایل ضعف مدیریتی این صنعت می توان به شرح زیر اشاره کرد:

### مدیریت غیر تخصصی:

استفاده از مدیران غیر متخصص نه تنها مشکل صنعت گردشگری ایران، بلکه مشکل عمده اما معمول در تمامی بخشهای مدیریتی در ایران است. مدیران غیرمتخصص به دلیل فقدان آگاهی لازم در زمینه آثار باستانی و .... بارها و بارها باعث شده اند مهمترین توان های جذب گردشگری در ایران در معرض نابودی قرار گیرد.

### ساختارهای فرا قانونی قدرت:

ساختارها و روابط میان نهادهای اداری مختلف در ایران هنوز و به طور مشخص نه بر پایه تعریف قانونمند، بلکه با تکیه بر قدرت های فرا قانونی و نا مرئی، باند ها و گروه های سیاسی و نفوذ و وابستگی های موجود در سطوح مختلف قدرت شکل گرفته است در نتیجه، در نقاط تقابل طرح ها و پروژه ها در ایران، پیروزی از آن سازمان های با نفوذتر در ساختار سیاسی، اداری موجود در کشور است. سازمان های متولی موجود صنعت گردشگری ایران هم، از ضعیف ترین و شکننده ترین رابطه در ساختار قدرت رنج می برد و در تمامی منازعات عموماً این گردشگری است که باید با دریافت خسارت جزئی عقب نشینی کند.

### نگاه ارزشی مدیران به صنعت گردشگری:

شیوه های مدیریت گردشگری در ایران نشان داده است که اولویت های این صنعت در ایران، نه اقتصادی است و نه اجتماعی، بلکه اولویت اصلی حفظ ارزش هاست. قوانین موجود برای گردشگران، بر خلاف اکثر کشورهای جهان برای ایجاد راحتی و جذابیت برای گردشگران نیست و بیش از هر چیز تکیه بر حفظ فرهنگ موجود از هر گونه تغییر است.

### مدیریت بدون بودجه، مدیریت ناتوان:

واقعیت این است که ایجاد حوزه، اکتشافات باستان شناسی و حفاظت مؤثر از آثار تاریخی و سرمایه گذاری برای جذب گردشگر امکانات و بودجه می خواهد. مدیران بخش های کلان هرگز به صنعت گردشگری به مثابه یک صنعت نگاه نکرده اند و از سرمایه گذاری های لازم سرباز زده اند و همچنان وابسته در آمد فرش و پسته و نفت هستند.

### پیشنهادات و نتیجه گیری:

طی سالهای اخیر گردشگری تبدیل به صنعتی رقابتی شده و کشورها برای کسب درآمد بیشتر متمایل به روشهای جدید و ارائه نوآوری در این صنعت شده اند. برگزاری جشن های مختلف در کشورها، مانند جشن بادبادک یا جشنواره ساخت مجسمه های یخی و حتی برگزاری مسابقات ورزشی مانند المپیک و برگزاری کنفرانس ها و حتی استفاده از پزشکان مجرب جهت وارد کردن بیماران به کشور روش های جدیدی برای توسعه و جذب توریست و شناساندن فرهنگ یک کشور به جهان می باشد. در کنار روشهای پر هزینه، روش های کم هزینه، ولی پرباری نیز برای جذب

توریست در اکثر کشورهای صنعتی دنبال می شود که از آن جمله می توان به استفاده از سمبل ها و مکانهای گردشگری در فیلم سینمایی یا حتی کارتون های تلویزیونی اشاره کرد. در اینترنت و دنیای اطلاعات نیز با ایجاد سایت های متعدد در زمینه های مختلف گردشگری و اطلاعات وسیع این سایت ها جذب توریست آسانتر شده است. به نظر می رسد زمان آن فرا رسیده که شهرداری ها با عزمی جدی، حضور در عرصه مدیریت گردشگری شهری را تجربه کرده و علاوه بر اشتغال زایی برای شهروندان، موجبات ارتقای کیفی شهرها را فراهم آورند. شهرداری به عنوان متولی مدیریت شهری با رویکردی اجتماعی، می تواند برنامه های راهبردی در این زمینه را در دستور کار خود قرار داده و گام هایی اساسی را برای رونق بخشیدن به صنعت گردشگری شهری بردارد. وجود نقاط و مکان های تاریخی و توریستی فراوان در سطح کرمانشاه، گردشگاه های طبیعی در حومه شهر و نیروی انسانی آموزش دیده و ماهر در حوزه گردشگری، نیاز جامعه شهری به تفریحات سالم و نهایتاً کاهش گردش های برون شهری به علت افزایش هزینه های سفر، همگی از جمله عواملی هستند که چنانچه شهرداریها و سازمانهای متولی به آنها توجه کنند، می توانند گردشگری شهری را در کلان شهر کرمانشاه رونق دهند.

نهایتاً با توسعه علوم و فناوری در جهان و اثر مستقیم آن بر نحوه زندگی روزمره مردم روز به روز درآمد خانوارها و نیز اوقات فراغت آنها افزایش می یابد و میزان تقاضا برای بهره گیری از خدمات بخش های رفاهی و گردشگری افزایش می یابد. بنابراین بهره برداری از این موقعیت در کشورمان و بخصوص در شهر کرمانشاه نیازمند ایجاد فضای مساعدی است که در قالب برنامه ریزی جامع و فراگیر قابل بهره برداری است.