

سفر در ایران؛ رویایی و گران

*** سمیرا محمدی - کارشناس گردشگری**

گروه گردشگری - در سال‌های اخیر، شکاف قابل توجهی میان توان مالی خانواده‌های ایرانی در زمینه سفر مشاهده می‌شود. بخشی از جامعه توان آن را دارد که هم از سفرهای خارجی بهره‌مند شود و هم از سفرهای داخلی با هزینه‌ای بالا، در حالی که گروهی دیگر هنوز برای سفری ساده به استان‌های شمالی یا جنوبی کشور باید ماه‌ها و گاه سال‌ها بر نامرزی مالی کنند.

برای بسیاری از خانواده‌ها، یک سفر با کیفیت، هزینه‌ای معادل خرید یک دارایی ارزشمند دارد. همین موضوع سبب شده سفر از سبد تجربه‌های فرهنگی و تفریحی سالانه حذف شود. در مقابل، برخی خانواده‌ها برای حفظ سنت سفر و تنوع، به گزینه‌هایی کم‌هزینه‌تر اما بی‌کیفیت تروی می‌آورند؛ اقامت در فضاهای غیررسمی، جاذبه‌ها یا مراکز سازمانی که گاه رزرو آن‌ها از ماه‌ها پیش نیاز به هماهنگی دارد. این نوع سفرها، هر چند به ظاهر آمار گردشگری داخلی را بالا می‌برند، اما از روح سفر، یعنی آرامش، کشف و لذت، فاصله زیادی دارند. سفری که باید خستگی را بزداید، گاه خود مبدایی از خستگی و حسرت می‌شود.

در چنین شرایطی، دعوت به «دیدن ایران پیش از جهان» که از سوی برخی کارشناسان گردشگری بانیث خیر و روحی میهن‌دوستانه مطرح می‌شود، در اصل لایذی‌شای درست و ارزشمند است. اما اولاً فقط در مورد قشر خاصی قابل پیاده‌سازی است. سفری ملی، باید قابل دستیابی برای تمام اقشار بوده و در شأن مردم شکل گیرد، نه تجربه‌ای محدود به طبقه‌ای خاص.

۱. هزینه بالای اقامت و خدمات گردشگری

گروه گردشگری - «دوران رکود گردشگری، برخلاف تصور عمومی، دوران توقف نیست، بلکه دوران تسلیع و تجهیز برای جنگ آینده بر سر بازارهای جهانی است. ایران در شرایط فعلی، در حال از دست دادن سهمی از بازاری است که در آینده به سرعت بازمیایی خواهد شد. تاخیر در توسعه زیرساخت‌های نرم (آموزش و اسناد) به معنای ورودیادست خالی به این رقابت خواهد بود.»

مریم ترسبایی، کارشناس برنامه‌ریزی و مطالعات گردشگری در نوشتاری با عنوان «آموزش و اسناد زیربنایی: فرصت آفرینی در دوران رکود گردشگری ایران» که در اختیار این خبرگزاری قرار داد، با نگاهی به چالش حال حاضر صنعت گردشگری ایران، دوران رکود را فرصتی برای بازسازی و توسعه قلمداد کرد و درباره آن نوشت: «صنعت گردشگری ایران در سال‌های اخیر با مجموعه‌ای از چالش‌های پیچیده، از جمله فشارهای اقتصادی داخلی، نوسانات ارزی، تحریم‌های بین‌المللی، و تأثیرات ژئوپلیتیک منطقه‌ای، مواجه بوده است. این عوامل به طور ملموس منجر به کاهش در حجم ورود گردشگران بین‌المللی، کاهش درآمد ارزی حاصل از این حوزه، و در نتیجه، ورود به فاز رکود عملیاتی شده‌اند.

بدیهی است که میزان ورودی گردشگران خارجی (نه‌لزوم ماداخلی) در مقایسه با پتانسیل‌ها و ظرفیت‌های موجود کشور، در سطحی پایین‌تر از حد مطلوب قرار دارد. این امر نه تنها بر کسب و کارهای مستقیم گردشگری (هتل‌ها، آژانس‌ها، حمل و نقل) تأثیر منفی گذاشته، بلکه چرخه سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های جدید را نیز کند کرده است. در چنین شرایطی، واکنش‌های معمول مدیریتی اغلب شامل انقباض، توقف پروژه‌های بلندمدت، و تمرکز صرف بر بقای کو تأملدات است.

رکود، فرصتی برای بازسازی درونی

اماریکود صرفاً انقباضی، صنعت را برای جهش پس از رفع محدودیت‌ها آماده نخواهد کرد. این دوره رکود، یک پنجره طلایی است که به مدیران و سیاست‌گذاران اجازه می‌دهد

گردشگری

برای بسیاری از خانواده‌ها، سفر با کیفیت، هزینه‌ای معادل خرید يك دارایی ارزشمند دارد در مقابل برخی هم به گزینه‌هایی کم‌هزینه اما بی‌کیفیت روی می‌آورند چون سفر این روزها گرانتر از همیشه است.

۳. نابرابری در آمد و قدرت خرید محدود خانوارها
از منظر اقتصادی، بخش قابل توجهی از خانوارهای ایرانی در دهک‌های میانی و پایین درآمدی قرار دارند. برای این گروه، سفر تفریحی و اقامت در مراکز رسمی در اولویت هزینه‌های خانوار نیست. در مقابل، اقشار مرفه‌تر از آزادی عمل و امکانات بیشتری برای انتخاب مقاصد و کیفیت سفر برخوردارند.

این نابرابری موجب شده تصویر گردشگری داخلی، بازتاب‌دهنده کل جامعه نباشد و بیشتر به طبقه‌ای خاص محدود شود. در حالی که تجربه سفر، اگر به درستی مدیریت و سیاست‌گذاری شود، می‌تواند بستری برای نشاط اجتماعی، تبادل فرهنگی و حتی عدالت منطقه‌ای باشد.

۴. هزینه بالای حمل‌ونقل داخلی
عامل دیگر، بهای بالای حمل و نقل هوایی و زمینی است. در بسیاری از مسیرهای داخلی، به‌ویژه در ایام پیک سفر، قیمت بلیت پروازها با پروازهای کو تاهبرد خارجی برابری می‌کند. افزون بر آن، هزینه‌های سوخت، نگهداری ناوگان و نوسان نرخ ارز نیز مستقیماً بر بهای تمام‌شده تأثیر می‌گذارد.

در نتیجه، برخی مسافران ترجیح می‌دهند با هزینه مشابه، مقصدی خارجی را تجربه کنند که از نظر امکانات و خدمات، ارزش ادراکی بالاتری دارد. این واقعیت، یکی از عوامل اصلی خروج بخشی از

نسخه‌ای برای دوران رکود گردشگری ایران

باتغییرات ناگهانی بازار (مثلاً تغییر مسیر گردشگران از اروپا به آسیا) دارد.

لزوم تدوین وبازنگری اسناد زیربنایی

سیاست‌گذاری در حوزه گردشگری ایران اغلب تحت تأثیر تصمیمات کوتأملدت و واکنشی قرار داشته است. این امر ناشی از خلأوجود یا اثر گذار نبودن اسناد بالادستی جامع، مدون و الزام‌آور است که بتوانند به عنوان "نقشه راه" عمل کنند.

مهم‌ترین نکته این است که این اسناد نباید در اثر واگذاری ملی گردشگری باید مستقیماً بمنای طراحی سرفصل‌های آموزشی قرار گیرد.

به عنوان مثال اگر سند استراتژیک ملی، کشور را به عنوان قطب "گردشگری پزشکی در حوزه قلب و ارتوپدی" تعریف کند، مستقیماً باید نظام آموزش‌های تخصصی را ملزم به تربیت مترجمان پزشکی، متخصصان CRM برای بیماران خارجی، و تدوین اسناداردهای اخلاقی برای هتل‌های در مانی نماید.

این ارتباط زنجیرهای تضمین می‌کند که منابع محدود فعلی در حوزه‌های سرمایه‌گذاری می‌شوند که بالاترین بازده استراتژیک را در دوران پسارکود خواهند داشت.

نتیجه‌گیری راهبردی

دوران رکود گردشگری، برخلاف تصور عمومی، دوران توقف نیست، بلکه دوران تسلیع و تجهیز برای جنگ آینده بر سر بازارهای جهانی است. ایران در شرایط فعلی، در حال از دست دادن سهمی از بازاری است که در آینده به سرعت بازمیایی خواهد شد. تاخیر در توسعه زیرساخت‌های نرم (آموزش و اسناد) به معنای ورودیادست خالی به این رقابت خواهد بود.

از این رو سیاست‌گذاران باید برای تاب‌آوری در شرایط شکننده فعلی بر دو جبهه به



مختلف اعمال حمایت‌های مالیاتی و تسهیلاتی برای فعالان صنعت گردشگری، باهدف کاهش فشارهزینه‌ای و افزایش کیفیت خدمات. توزیع متوازن گردشگر در کشور، از طریق تبلیغ و معرفی مقاصد کمتر شناخته‌شده و ایجاد زیرساخت در مناطق جدید. در یک جمله، اگر می‌خواهیم مردم ایران پیش از سفر خارجی، کشور خود را ببینند، باید ابتدا شرایطی فراهم کنیم که سفر داخلی برای اکثریت جامعه ممکن، در دسترس و مقرون به صرفه باشد. تازمانی که این توازن میان هزینه، کیفیت و قدرت خرید برقرار نشود، سفر داخلی هر چند آرامانی زیبا و ملی گراییانه است، اما برای بسیاری از مردم، همچنان رویایی با «بلیت گران» باقی خواهد ماند.



صورت همزمان سرمایه‌گذاری کنند: توسعه مهارت از طریق آموزش که تضمین می‌کند هر گردشگری که وارد ایران می‌شود، تجربه دریافت خدماتی با استانداردهای بین‌المللی داشته باشد. توسعه دیدگاه باتدوین اسناد که تضمین می‌کنند زیرساخت‌های فیزیکی و قانونی آینده، بر اساس یک چشم‌انداز منسجم و پایدار شکل می‌گیرند. در بودجه‌های محدود کنونی نیز، اولویت تخصیص منابع باید از پروژه‌های بزرگ زیرساختی فیزیکی (که نیاز به سرمایه‌گذاری عظیم ارزی دارند و بازده آن‌ها در کوتاه مدت نامشخص است) به حوزه آموزش تخصصی، پژوهش‌های کاربردی، بروزرسانی کارگروه‌های ملی با حضور خبرگان بخش خصوصی تغییر یابد. باتخاذ این رویکرد، ایران می‌تواند از فاز انفعالی رکود خارج شده و به عنوان یک بازیگر حرفه‌ای‌تر، با کیفیت‌تر و آماده‌تر، وارد دوره رونق آتی گردشگری جهانی شود. این رکود، زمان آماده‌سازی زیربنایی نامرئی موفیق در سال‌های آتی است.»

مسیر پروازی کیش – دبی – کیش



روابط عمومی و امور بین الملل شرکت هواپیمایی کیش



۴۴۴۲۴۹۶۹
۴۴۴۲۴۹۹۹

پرتیراژترین و با سابقه ترین نشریه جزیره کیش

گسترده ترین شبکه اطلاع رسانی داخلی منطقه آزاد کیش

اقتصاد کیش
روزنامه

مجبورترین تیم پشتیبانی پشتیبانی ۲۴ساعته آنلاین ۰۲۱/۸۵۸۶ مناسب ترین قیمت \$

booking.irtravel booking.ir 021-8586