



اقتصاد زنان

دوماهنامه اجتماعی، اقتصادی؛ سال دوم، شماره ۶، مهر و آبان ۱۳۹۶؛ ۱۰۰ صفحه

ایران سرزمینی دارای چهار فصل در یک زمان واحد است....

گفت و گو با خانم دکتر همیرا زمانی فراهانی، ص ۱۷-۴

۱- لطفا خود را معرفی کنید و شرحی از سوابق کاری خود بدهید.

همیرا زمانی فراهانی کارشناس، پژوهشگر، مشاور، نویسنده و مدرس در حوزه جهانگردی هستم. دکترای خود را در رشته مدیریت جهانگردی به روش درس و رساله در دانشگاه مالایا (University of Malaya) مهمترین و معتبرترین دانشگاه دولتی در کشور مالزی به اتمام رسانده و اولین دانش اموخته این رشته در ایران بشمار می‌رود. دارای لیسانس برنامه‌ریزی اجتماعی، فوق لیسانس جامعه‌شناسی و دارای مدرک PostGraduateDiploma توریسم از دانشگاه استراکلاید اسکاتلند و به دو زبان انگلیسی و فرانسه آشنا می‌باشم. شرکت در چندین دوره تخصصی توریسم و ارائه مقاله در اکثر همایشهای تخصصی جهانگردی داخلی و برخی سمینارهای بین‌المللی و همچنین نشست‌های سازمان جهانی جهانگردی (UNWTO) در خارج از کشور، عضویت در هیات تحریریه و ارزیابی مقالات آکادمیک مجلات بین‌المللی توریسم جهت چاپ، از دیگر فعالیت‌های نگارنده بشمار می‌رود. تاکنون بیش از پنجاه مقاله

فارسی در مجلات تخصصی صنعت جهانگردی کشور و روزنامه های شاخص داخلی و چندین مقاله در مجلات بین المللی آکادمیک تورسیم (که برخی از آنها دارای رتبه علمی ISI هستند) به چاپ رسانده و چند مورد دیگر در مراحل انتشار و یا در دست بررسی است. اولین خانم ایرانی هستم، که توفیق داشته است تحقیقاتش در حوزه تخصصی تورسیم ایران و تورسیم اسلامی (حلال) در معتبرترین مجلات آکادمیک بین المللی تورسیم به چاپ برسد و شناخته ترین متخصص داخل ایران در حوزه آکادمیک تورسیم بر اساس تحقیقات و انتشارات خود (کتاب و مقاله) در سطح بین المللی باشد. چند کتاب تالیفی - تخصصی فارسی و چند فصل کتاب به زبان انگلیسی در طی سالها، نیز به نشر رسانده ام. آخرین کتابم تحت عنوان شناخت صنعت جهانگردی (ایران و جهان) ، بعد از دو سال تحقیق و نگارش، در ۶۲۰ صفحه، در زمستان ۱۳۹۲ چاپ گردیده است. طرح نگارش کتاب شناخت روحیات مردم و گردشگران جهان، از موضوعاتی است در دستور کار خود قرار داده و می خواهم در صورت داشتن وقت و فرصت کافی نسبت به تکمیل و نشر آن اقدام کنم. داشتن سالها سابقه و تجربه کاری (اجرایی) در زمینه های مرتبط و مشارکت در انجام چندین پروژه تحقیقاتی بومی و ملی، از جمله طرح جامع جهانگردی از دیگر فعالیت های اجرایی و علمی- تحقیقاتی نگارنده بشمار می رود. به تمامی استان های کشور و به چندین کشور خارجی سفر کرده ام که اضافه بر جنبه سیاحتی، جنبه های آموزشی و پژوهشی آن، نیز مد نظر بوده است. در سال ۱۳۹۲ در سمت مشاور گردشگری ریاست سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری وقت (آقای دکتر نجفی) انجام وظیفه نموده و در حال حاضر بجز تولیدات علمی که در نشریات معتبر بین المللی چاپ می شوند، مشاور انتشارات سمت در امور مرتبط با تورسیم، مشاور تورسیم پایدار پروژه مدیریت چند منظوره جنگل های هیرکانی، تدریس، مدیریت موسسه مشاوره و تحقیقات تورسیم آستیاژ (جزو اولین موسسات مشاوره در حوزه تورسیم در کشور) را که خود از بنیانگذاران در سال ۱۳۸۰ بوده ام، را عهده مند هستم و مدام برای توسعه صنعت ایرانگردی و جهانگردی میهن عزیزم ایران، در سعی و تلاش هستم.

۲- صنعت گردشگری چگونه باید سیاست گذاری شود تا بتواند خیل جوانان کشور را برای ورود به این عرصه جذب کند .

صنعت ایرانگردی- جهانگردی تنها حوزه ای در کشور است، که هر فردی با هر علایق و یا تخصصی، تمایل به مشارکت در آن را دارد و می تواند در آن فعالیت داشته باشد. در حقیقت تعداد افراد درگیر در این حوزه در تخصص ها و دانش هایی بجز حوزه ی تورسیم، بسیار بیشتر از متخصصین آن در کشور بوده و ان به دلایل ذیل بوده است:

- سهل و آسان پنداشتن و بی اهمیت دانستن صنعت تورسیم در برنامه کلان اقتصادی- اجتماعی و برنامه ریزی کشور و اینکه دانش لازم مربوط به این صنعت را با تجربه یک سفر اشتباه گرفته می شود، در حقیقت من افراد زیادی را می شناسم، که فقط به دلیل سفر هایی که (حالا به هر دلیل) داشته اند خود را متخصص این حوزه دانسته و معرفی می کنند و دارای مسئولیت هایی مهم هم در این حوزه نیز هستند. با اینکه هر کسی با هر تخصص و تجربه ای مایل به ورود به این حوزه است، ولی تورسیم علمی تخصصی است، که نیاز به دانش آکادمیک و تجربه لازم دارد و همانند پزشکی تخصص های زیادی را در زیر مجموعه خود جای داده است. من نوعی، هرگز به خود اجازه نمی دهم در حوزه مهندسی و یا پزشکی ورود پیدا کنم ولی بر عکس آن صادق است و بسیار اتفاق افتاده است.

- فراوانی و گستردگی حوزه فعالیت در صنعت تورسیم، که امکان اشتغال مستقیم و غیر مستقیم هر فردی را بصورت تمام وقت و یا پاره وقت/ فصلی، جدا از جنسیت، تحصیلات و تجربه مهیا و فراهم می کند. هر کسی در یک هتل می تواند با آموزش بسیار ساده ای به عنوان ظرف شور، مشغول بکار شود، در حالیکه برای مدیریت هتل احتیاج به ضوابط و شرایط خاصی است.

بنابراین علاقه در جوانان وجود دارد ولی باید شرایط و امکانات مناسب آن با مدیریت، برنامه ریزی و نظارت بهتر فراهم شود. استفاده از مدیران متخصص، مستقل، متعهد و با تجربه در برنامه ریزی ها و تصمیم گیری ها یکی از عواملی است، که به این امر کمک می کند.

ضمن اینکه فقط جوانان نیستند که باید مد توجه قرار گیرند، اندیشمندان و نخبگان این حوزه که به جرم تعهد و شایسته بودن در سالهای اخیر به حاشیه رانده شده اند، نیز باید مد توجه قرار گیرند. مهاجرت، خدمت و کسب درآمد در فضا و شرایطی بهتر و مناسب تر در خارج از کشور برای همه فرهیختگان وجود داشته و دارد، ولی افرادی که می مانند و می خواهند خدمت کنند، باید مورد حمایت، ارزشگذاری و قدرانی قرار گیرند و در حاشیه ماندن، پاداش آنان نیست. ولی ما بر عکس به افرادی که رفتن را به ماندن ترجیح داده اند بیشتر اهمیت می دهیم. نمونه آن برگزاری همایش هایی بین المللی است، که در سالهای اخیر با هزینه هایی گزاف در اصفهان با حمایت مالی و معنوی سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری برگزار می شود و تاثیر و دستاورد آن بر توسعه توریسم کشور تاکنون مشخص و روشن نبوده است.

۳- زنان چه نقشی در صنعت گردشگری دارند؟ و در چه حوزه هایی فعالیت می کنند؟

موضوع فعالیت و نقش زنان در فعالیت های علمی و اجرایی این حوزه همیشه یکی از دل مشغولی های من بوده است، که تحقیقات، سخنرانی ها و مقالات ذیل از سال ۱۳۷۳ بر ایند ان بوده است:

- ✓ ارائه حضوری مقاله، تحت عنوان «حجاب بانوان ایرانی در آثار جهانگردان خارجی»، نخستین سمینار بررسی سیر تحول و نظور امر حجاب قبل و بعد از ظهور اسلام، اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان تهران، ۱۳۷۳
- ✓ ارائه مقاله تحت عنوان «بررسی نقش و وضعیت زنان در سیروسفر عصر حاضر ایران و جهان»، همایش جهانگردی و جمهوری اسلامی ایران، منطقه آزاد کیش، کیش، ۱۳۷۶
- ✓ زن ایرانی و تبعیض در تحقیق، مجله گزارش، اردیبهشت ۱۳۷۷، ش ۷۸
- ✓ مسافرت زنان در همه جهان افزایش یافته است، مجله زمان، اردیبهشت ۱۳۷۸، ش ۲۰
- ✓ سهم زنان در صنعت گردشگری جهان و ایران، مجله گردشگری، تابستان ۱۳۷۸، ش ۴
- ✓ زنان مسافر و خدمات هتلداری، ماهنامه تخصصی بازاریابی، شهریور ۱۳۷۹، ش ۸
- ✓ زنان مسافر، مجله مسافران، آذر و دی ۱۳۷۹، ش ۷
- ✓ سخنران ویژه تحت عنوان نقش بانوان در گردشگری ایران و جهان، حوزه آموزش مرکز بین المللی گفتگوی تمدن ها، تهران، ۸ شهریور ۱۳۷۹
- ✓ ارائه مقاله تحت عنوان در صنعت گردشگری ایران و اشتغال زنان و دومین همایش توانمندسازی زنان و توسعه انسانی و اشتغال زنان، مرکز امور مشارکت زنان ریاست جمهوری، تهران، ۱۳۸۰
- ✓ موانع فرهنگی ارتقای مشارکت زنان، روزنامه همشهری، ۲۱ مرداد ۱۳۸۰
- ✓ نقش بانوان در صنعت گردشگری، فصلنامه سفر، تابستان ۱۳۸۰، ش ۱۳
- ✓ عضو کمیته علمی همایش کسب و کار و کارآفرینی زنان در حوزه گردشگری، ۱۶-۱۵ بهمن، ارگ بم، ۱۳۹۳
- ✓ عضو سازمان بین المللی و مستقل "برابری در توریسم" (Equality in Tourism) از سال ۱۳۹۵/۲۰۱۶

زنان عموماً و بیشتر در حوزه کارشناسی، کارمندی، امور خدماتی و کارآفرینی توریسم در کشور فعالیت دارند. مدیران خانمی نیز در بخش دولتی توریسم داشته ایم که اثر بخشی اجرایی آنها تقریباً همردیف و مشابه با آقایان مدیری بوده است که در طی سالها، در سازمان در سایر پستها انجام وظیفه می کردند. اصولاً در حوزه توریسم با اینکه فرایندی خدماتی دارد و همانند میهمانداری هواپیما، پرستاری و... خانم ها شاید عملکرد بهتری داشته باشند، ولی من فکر می کنم جنسیت اثر و تغییر شاخصی ایجاد نخواهد کرد. مهم "فرد" است که با چه تخصص، شخصیت، دانش، تعهد، امکانات، توان و بدور از لحاظ نمودن روابط و با رعایت ضوابط قبول مسئولیت کرده و چگونه عمل خواهد کرد.

¹ Equality in Tourism is an independent, non-profit women's organization dedicated to ensuring women have an equal voice in and share of the benefits from tourism globally. We provide gender specialist advice, capacity building and innovation through a network of experts. Engage us to facilitate gender equality in tourism (<http://equalityintourism.org/>)

۴- درصد زنان فعال در این حوزه چه میزان است و یا چه تعداد زنان درصنعت گردشگری مشارکت می کنند .

با وجودی که ما امار دقیق و روشنی در ارتباط نیروی انسانی شاغل در این صنعت به تفکیک جنسیت، تخصص و اشتغال در کشور نداریم، اصولاً نداشتن امارهای دقیق و بروز در این صنعت یکی از نقاط ضعف صنعت توریسم کشور در طی دهه های قبل، تا کنون است، ولی همانطور که اشاره کردم شواهد نشانگر این است که در بخش کارشناسی، کارمندی، خدماتی و کارافرینی (بخش خصوصی) زنان در این حوزه بیشتر فعال هستند. در قسمت مدیریت کلان در این حوزه ضعف هایی وجود داشته، که خوشبختانه گام هایی با انتصاب سرکارخانم دکتر احمدی پور برداشته شده است که با ارائه عملکرد خوب از بانوان، اطمینان و اعتماد به زنان در جامعه بیشتر خواهد شد و امکان فراهم شدن فرصت های بیشتری برای فعالیت بانوان مهیا می شود. بطور کلی زنان در بیشتر مواقع تعهد بیشتری در کار خود دارند و درمسئولیت خود به مادیات، قدرت طلبی و عوامل حاشیه ای کمتر توجه نشان می دهند.

در نتیجه، ما امار دقیقی از تعداد زنان شاغل در صنعت ایرانگردی - جهانگردی چه در سطوح مدیریتی، کارشناسی، کارمندی و خدماتی خود نداریم. البته اطلاعات آن شاید موجود و قابل دستیابی باشد، ولی احتیاج به بررسی و کار تحقیقاتی دارد. با این وجود باید اذعان داشت، تعداد زیادی از زنان در سطوح پایین هرم شغلی این صنعت با مزدی کمتر از مردان چه در ایران و یا کشورهای در حال توسعه بکار اشتغال دارند.

از نظر اطلاعات و امار های جهانی^۲ در سال ۲۰۱۱ سازمان جهانی جهانگردی گزارشی تحقیقاتی در مورد وضعیت زنان در آسیا، اقیانوسیه، کشورهای کارائیب، امریکای لاتین و افریقا در حوزه توریسم منتشر کرد. متأسفانه این گزارش فاقد اطلاعات تمامی کشورهای جهان خصوصاً کشورهای غربی و پیشرفته است، همچنین روند تحقیقات فوق در برخی از کشورها با مانع فقدان اطلاعات لازم و در دسترس روبرو بوده است، ولی با این وجود تصویر خوبی از وضعیت زنان در کشورهای مشابه و در حال توسعه نشان می دهد. با توجه به اطلاعات ارائه شده در سال ۲۰۱۰، سهم توریسم در اشتغال ۶ تا ۷ درصد از تعداد کل مشاغل در سراسر جهان (مستقیم و غیر مستقیم)، تخمین زده شده است و در جهان یک نفر از هر دوازده نفر شاغل در صنعت توریسم بوده است. در کشورهای در حال توسعه، زنان دسترسی کمتری به آموزش دارند و اغلب با مسئولیت بیشتری در خانه و خانواده خود روبرو هستند، ساعات کار انعطاف پذیر، و کار پاره وقت، و خود اشتغالی در میزان اشتغال آنها در حوزه هتل و رستوران نسبت به سایر بخش های توریسم بیشتر بوده است. بطوری که سهم زنان ۴۹ درصد از کل شاغلین در هتل ها، رستوران ها را شامل می شود.

باتوجه به نتایج تحقیقات انجام شده در همان منبع، زنان در مسئولیت وزارت توریسم نسبت به سایر مسئولیت های وزارتی حضور پررنگ تری داشته اند. بطوریکه ۲۱ درصد از کشورهای دارای زنان وزیر توریسم بودند در حالیکه در کل ۱۵ درصد از مسئولیت های وزارتی توسط زنان بوده است. جزییات بیشتر در جداول ۱ و ۲ مشاهده می شود.

جدول ۱- مسئولیت وزارتی توریسم توسط زنان، به منطقه

| منطقه | درصد زنانی که در موقعیت وزارتی توریسم قرار دارند |
|---------------|--|
| آفریقا | ۳۶ |
| آمریکای لاتین | ۲۵ |
| آسیا | ۱۵ |
| کارائیب | ۶ |
| اقیانوسیه | - |
| بطور متوسط | ۲۵٫۷ |

² Global Report on Women in Tourism 2010 ,Published by UNWTO, 2011

جدول ۲- موقعیت های رهبری زنان در حوزه توریسم ، به منطقه

| منطقه | در صد مدیران اجرایی/ هیئت مدیره در حوزه توریسم | تعداد واقعی مدیران اجرایی/ هیئت مدیره در حوزه توریسم |
|---------------|--|--|
| کارائیب | ۳۵ | ۷ |
| اقیانوسیه | ۲۹ | ۵ |
| آفریقا | ۲۶ | ۸ |
| آمریکای لاتین | ۲۳ | ۳ |
| آسیا | ۳ | ۱ |
| بطور متوسط | ۲۵٫۳ | - |

نتایج دیگر بدست آمده بر اساس تحقیقات فوق چنین است:

- به نظر می رسد میزان درآمد زنان نسبت به مردان در حوزه توریسم بسیار نزدیک تر به هم در مقایسه با سایر بخش ها باشد.
- احتمال اشتغال زنان و خود اشتغالی آنها در حوزه رستوران و هتل نسبت به سایر بخش های توریسم بیشتر است.
- اشتغال زنان در حوزه راهبری توریسم نسبت به پست های راهبری سایر بخش ها و حوزه های فعالیتی بیشتر است.
- با این وجود نکات منفی دیگری هم وجود دارد:
- اشتغال زنان عموماً و بیشتر در مشاغل کم مهارت و بعضاً غیر رسمی در بخش توریسم متمرکز شده است و از آموزش کمتر و محدود تری در این حوزه برخوردارند.
- پست های مدیریتی و تخصصی مردان در حوزه توریسم بسیار بیشتر از زنان است.
- زنان در بیشتر اوقات در فعالیت های فامیلی در حوزه توریسم، شاغلینی بدون درآمد و مزد محسوب می شوند.
- ولی در ایران تعداد زنانی که آموزش دیده در حوزه های مرتبط با توریسم هستند، بسیار بیشتر از آقایان است و لی زمینه اشتغال آنها از الگوی اشتغال کل کشور تبعیت می کند.

۵- این صنعت می تواند معضل اشتغال زنان در کشور را حل کند ؟

این صنعت اگر خوب و بایسته برنامه ریزی، مدیریت و براساس شایسته سالاری و ضوابط ، فارغ از حاشیه ها اجرا شود، نه تنها معضل اشتغال خانم ها، بلکه معضل اشتغال آقایان را نیز می تواند حل کند.

۶- بسیاری از فقدان ابزار و وسایل مورد نیاز در این صنعت می گویند . شما چه چالش هایی را پیش رو می بینید ؟

من منظور از فقدان ابزار و وسایل لازم را متوجه نمی شوم، فکرمی کنم تمامی امور در راستای توسعه صنعت جهانگردی با رعایت شئونات فرهنگی و اعتقادات مردم، اجرا پذیر است. اگر در جامعه، توسط مسئولین و مدیران خواستی وجود داشته باشد و تلاش لازم انجام شود و اگر همیاری و حمایت لازم وجود داشته باشد. من خیلی اوقات از افراد مختلف شنیده ام که می گویند نمی خواهند صنعت توریسم کشور پیشرفت کند. شاید خیلی از مدیران انتصاب شده در این سازمان هم، در طی سالها در مسیر هایی گام برداشته اند که القا کننده این تصویر و نگرش به جامعه بوده است. ولی در مورد مالزی، ترکیه و امارات این سه کشور مسلمان و آسیایی این خواست و تلاش وجود داشت تا توسعه لازم انجام شد. این شرایط برای ما هم فراهم خواهد بود و فراهم خواهد شد، اگر مدیریت مناسب برگزیده شود اگر وی در ارتباط با مسئولیتی که قبول انجام وظیفه ان رانموده ، دارای دانش و تجربه لازم باشد و اگر انتصابی است، از متخصصین با تجربه ، مستقل و دلسوز به عنوان مشاوران و مدیران کلیدی زیر مجموعه خود، استفاده کند، از امکانات لازم برخوردار باشد و او برای انجام وظایف و تعهداتش تحت فشار و انجام سفارشات قرار نگیرد و بتواند در شرایط مناسب و دست باز و فکر راحت تصمیم بگیرد و کارش را انجام دهد و همچنین این توان را داشته باشد که برادامه فعالیت های نمایشی، بیهوده و هزینه بر مدیران قبلی این سازمان، که در آن سازمان جا افتاده و عادت شده است، مهر توقف و رد بزند. می توان به به توسعه امید داشت.

همانطور که می دانید ، اولین گام های شروع فعالیت توسعه جهانگردی ایران از سال ۱۲۸۶ شمسی بوده است ، یعنی حدود ۱۰۹ سال و سابقه فعالیت توسعه جهانگردی کشور مالزی با جاذبه های توریستی محدود و سرزمینی تقریبا با یک فصل آب و هوایی، که یکی از کشور های پیشرو در صنعت جهانگردی جهان اسلام و کشور های آسیایی محسوب می شود، پایه های اولیه ساختار توریسم ان از سال ۱۹۶۴ آغاز، ولی فعالیت اصلی ان از سال ۱۹۷۲، یعنی حدود ۴۵ سال قبل شروع شده است، با این وجود فاصله توسعه یافتگی و تصویر توریستی بین دو کشور ایران و مالزی بسیار زیاد است. اگر به سایت وزارت توریسم ان کشور مراجعه کنید (البته مالزی چند سایت رسمی مختلف در حضور توریسم دارد و انها را باید با سایت های موجود در حوزه رسمی توریسم کشورمان مقایسه کنیم ، که انوقت فاصله ها بیشتر پدیدار می گردد)^۳ علاوه به دستیابی به چند زبان، حتی فارسی، آمار های توریسم شفاف و بروز جهت استفاده افراد در دسترس است^۴، امکان چت اونلاین با کارشناس ذیربط وجود دارد ، ولی ما برای دریافت یک آمار کلی و دستکاری شده و تخمینی از توریست ها باید نامه رسمی داشته باشیم، شخصا مراجعه کنیم ، تا روی ان دستور بخورد، تا آیا کارشناس قسمت ذیربط تمایلی به ارائه ان به من محقق داشته باشد و یا خیر؟ بعد تمامی این آمارها، براحتی از طریق گزارشات سالیانه سازمان جهانی جهانگردی (که از ایران دریافت کرده اند) در تمام جهان قابل دستیابی است. برای شما نمونه ای را تعریف کنم. بعد از اتمام تحصیل من مدتی برای دریافت مدارک و انجام امور اداری و انجام بازدید های بیشتر در مالزی بودم، در این مدت علاقه مند بودم از قابلیت های تولید کاکائو مالزی (مالزی یکی از مرغوب ترین نوع کاکائو را در سطح جهان تولید می کند)، آگاه شوم که شاید بتوانم اطلاعات بیشتری در ارتباط با "توریسم کا کائو" دریافت کنم. از طریق ارتباط اونلاین با سایت رسمی توریسم مالزی و معرفی خود و تخصصم در حوزه توریسم ، حتی با وجودی که خارجی بودم، این امکان فراهم شد و من از مزارع ،خزانه ، روند فراوری کاکائو و حتی تولیدات شکلات دستی توانستم با همراهی مسئولین ذیربط دیدن کنم.ایا مشابه این امکانات نیز در کشورم براحتی برای من نوعی، میسر است؟

برنامه ریزی های دوره ای توریسم نیز در کشورما در مقاطعی با کمک های بین المللی انجام شده و خود اینجانب در در تیم همکاران انجام این پروژه بوده ام ولی نتایج ان، در برخی از اوقات دستکاری و یا بایگانی شده و به برنامه ریزی های مقطعی و کوتاه مدت تاکنون توسط مسئولین امر بسنده شده است. وقتی امار دقیق ، موثق و بروز موجود نیست، برنامه ریزی چگونه می تواند انجام شود ؟ و بدین ترتیب نباید از امور جاری بدون رعایت برنامه ریزی ، همراه با روزمره گی، انتظار پیشرفت را داشت.

جدا از این موارد اشاره شده ، ما در حوزه پژوهش های کاربردی، قوانین در حوزه های گوناگون ذیربط، نوآوری ، بازاریابی و تبلیغات دارای ضعف هستیم. بودجه وجود دارد ولی بجا مصرف نمی شود. ما هنوز دارای دفاتر اطلاع رسانی توریسم در کشور نیستیم. بدین وسیله هر سال با هزینه بسیار و جلسات بیشمار و در گیر کردن افراد زیاد، ستاد خدمات نوری راه می اندازیم ، که در صورت وجود این دفاتر، اصلا این امر ضرورتی ندارد.شهرداری هم هر سال نوز با صرف بودجه ای هنگفت و ایجاد دکه های اطلاع رسانی توریسم و به این امر مبادرت می پردازد، که انتقادات بسیاری بر کارایی، عملکرد و کارکرد ان وجود داشته است.

۷- منابع گردشگری در کشور زیاد است اما به نظر بسیاری از متخصصان ، کشور ما فاقد جاذبه گردشگری است چه باید کرد تا این فاصله کاهش پیدا کند ؟

من به بیش از ۲۸ کشور سفر کرده ام و به عنوان کسی که از این صنعت آگاهی و شناخت لازم را دارد و نه توریست و مسافر صرف ، از جاذبه های توریستی انها دیدن کرده ام ، تمامی استان های ایران را نیز دیده ام ، که این نوع سفر ها بصورت کاری، آموزشی و توریستی / شخصی انجام شده است. مزیت های توریسم ایران از نظر جاذبه را می توانم عمدتا چنین عنوان کنم:

³ www.tourism.gov.my/

www.motac.gov.my/en/

www.malaysia.travel

www.motour.gov.my/en/

www.matic.gov.my/en/

<http://ebrochures.malaysia.travel/>

⁴ <http://www.tourism.gov.my/statistics> & <http://mytourismdata.tourism.gov.my/>

- مردم- در هیچ جای دنیا به اندازه مردم ایران زمین، میهمان پذیری، خوشرویی و همیاری با توریست‌ها وجود ندارد، این حضور، اثرات بسیار خوب و خاطره‌انگیزی در مخاطبان (توریست‌ها) می‌گذارد، البته بعضاً ما در مواجهه با توریست‌های خاور میانه ای و آسیایی، در مقایسه با توریست‌های غربی بطور یکسان و خوب عمل نمی‌کنیم، که این مهم نیاز به توجه دارد.

- ایران سرزمینی دارای چهار فصل توامان/ در یک زمان واحد است، در دنیا معدود کشورهایی (نظیر هند و آمریکا) این چنین هستند، که این جاذبه ای، تقریباً منحصر بفرد است.

- امنیت و امکانات زیر بنایی نسبتاً مطلوب از دیگر مزیت‌های ایرانگردی – جهانگردی کشور ما ایران است.
- تنوع جاذبه‌ها، امکان اجرای هر نوع توریسم که در جهان اجرا شده در ایران وجود دارد ولی رعایت شرایط اجتماعی- فرهنگی، محدودیت‌هایی برای آن قابل شده است.

- متأسفانه تولیدات توریسم ما فاقد تنوع و نوع‌آوری لازم است و دچار تکرار مکررات شده است و در راه توسعه و تنوع آن موانع بیشماری وجود دارد. نگارنده با همکاری تیم مطالعاتی که در موسسه زیر مجموعه همکاری می‌کردند، با صرف دوسال تحقیق میدانی و مطالعاتی و صرف هزینه، امکان برگزاری تور توریسم چای را در ایران (منطقه گیلان) را فراهم کرده ایم، ولی متأسفانه با وجود تلاش‌های انجام شده تاکنون نه از طریق بخش دولتی و نه از بخش خصوصی، حمایت‌های لازم برای اجرایی شدن آن تاکنون فراهم نشده است و این پروژه در وضعیت ایستایی قرار گرفته است.

- ما از نظر بازاریابی و تبلیغات در حوزه ایران گردی – جهانگردی از سال‌های دور تا کنون دارای ضعف بوده ایم و از کمک و همیاری متخصصین بازاریابی کم بهره گرفته ایم، کمترین و بدترین جاذبه توریستی را با تبلیغات و بازاریابی مناسب و بهینه، می‌توان به فروش رساند. ما حتی فاقد شعار و لوگو برای صنعت ایرانگردی – جهانگردی خود هستیم.

باید اضافه نمود ما از نظر نحوه ارائه خدمات مسافرتی (تأثیر بسیار زیادی بر روی جاذبه‌های توریستی و تصویر کشور و رضایت مصرف‌کنندگان می‌گذارد) نیز دارای ضعف هستیم (راهنمایان تور؛ افراد شاغل در مراکز اقامتی، آژانس‌های خدمات مسافرتی؛ تولیدکنندگان و عرضه‌کنندگان صنایع دستی‌ها؛ تنوع غذایی؛ ساختار و نحوه ارائه خدمات در جاذبه‌ها نظیر موزه‌ها و سایر مراکز و... از آن زمره است، که بعضاً تأثیر پذیری منفی بر روی اثر بخشی جاذبه‌ها دارد)، که این مهم با برنامه ریزی، مدیریت بهینه، آموزش، نظارت و بازاریابی مناسب، قابل رفع است.

۸- آمار اعلامی از ثبت آثار باستانی و یا افزایش تعداد گردشگران متفاوت است و در عمل نیز به نظر واقعی نمی‌رسد. آیا آمارها صحیح است و یا نقصانی در جمع‌آوری آمار وجود دارد؟

برای داشتن برنامه توریسم منسجم و هماهنگ، پایه‌های مناسب علمی و تحقیقی مناسب از جمله آمار و اطلاعات مورد نیاز، لازم و ضروری است. به عبارت دیگر، هنوز بطور دقیق مشخص نیست که چه تعداد گردشگر، با چه مشخصاتی، با چه اهدافی، چگونه، برای چه مدتی و با چه کیفیتی وارد کشور می‌شوند؟ شناخت و آگاهی لازم در مورد توسعه گردشگری، مستلزم داشتن آمارهای دقیق و قابل اعتماد می‌باشد. این آمارها می‌بایست بصورت مرتب و منظم تعیین و برآورد شوند، تا بتوان با مقایسه آن برنامه ریزی کوتاه، متوسط و بلند مدت را در ارتباط با توسعه جهانگردی انجام داد. در مدتی که من مشاور گردشگری سازمان بودم، طرحی در این ارتباط پیشنهاد دادم ولی متأسفانه امکان اجرایی سازی تاکنون اتفاق نیفتاده است. ضمن اینکه با توجه به میزان حق عضویت بسیار بالایی که ما سالانه به سازمان جهانی جهانگردی می‌پردازیم، می‌توان از آموزش‌های لازم آنها در این ارتباط، بهره‌مند شد.

تاکنون سازمان از نظام اماری منظم و سازمان یافته ای برخوردار نبوده است. سالها قبل با همکاری نیروی انتظامی و با شرایط سخت، این اطلاعات دریافت و مورد تجزیه و تحلیل قرار می گرفت، ولی بعد از تبدیل این سازمان تحت نظارت ریاست جمهوری در دولت نهم و دهم، امارها شکلی امینتی بخود گرفت و بشکلی برآوردی و با نظر سلیقه ای مدیران به منابع داخل و به سازمان جهانی جهانگردی، ارسال می شد، بعدا اعلام می کردند، سازمان جهانی جهانگردی اعلام کرده گردشگران ورودی ایران به این میزان است و افزایش یافته است، در حالیکه منابع اعلام این امارها، خود اقایون مدیران وقت سازمان بودند و متاسفانه این روند چون حرکت دومینو کم و بیش تا به امروز ادامه یافته است.

۹- راهکارهای پیشنهادی خود را به منظور توسعه این صنعت بفرمایید.

صنعت جهانگردی صنعتی چند وجهی است و بسیاری از صنایع، خدمات و سایر بخش ها در آن بطور مستقیم و غیر مستقیم مشارکت و تاثیر دارند، که باید هماهنگی لازم در این ارتباط، برقرار باشد. دلیل ایجاد شورای عالی ایرانگردی و جهانگردی^۵ نیز بر همین اساس بوده است. صنعت جهانگردی یک حوزه تخصصی است و احتیاج به استفاده از متخصصین متعهد، دلسوز و آشنا به این صنعت دارد. عدم توجه به تخصص گرایی، شایسته سالاری و ضوابط، در این صنعت باعث روزمرگی، تکرار و عدم توسعه یافتگی آن شده است. قبل از ایجاد سازمان متولی ایرانگردی- جهانگردی زیر نظر ریاست محترم جمهوری، از کارشناسان این حوزه از جمله نگارنده نظر خواهی شد، در آن زمان من موافق ایجاد سازمانی زیر نظر ریاست جمهوری بودم، تا اینکه وزارت مستقلی راجع به آن ایجاد شود و مهمترین دلیل آن فقدان نیروی انسانی مورد نیاز بود و فکر می کردم، حوزه راهبردی این سازمان در ابعاد کوچکتر، می تواند موفق تر عمل کند. ولی از بدو ایجاد این سازمان، که ساختار آن احتیاج مبرمی به بازنگری و یک خانه تکانی دارد و باید به کوچک تر و چابک سازی آن فکر کرد، این سازمان مرتبا با تعویض مدیران ارشد عمدتا از بعد سیاسی و افزایش نیروی انسانی ناکارا و ناتوان روبرو بوده است و این تغییرات و عدم توجه به تخصص گرایی و مدیریت بهینه موجب شده این سازمان تاکنون موفق عمل نکند. حتی برگزیدن کلمه گردشگری در برابر مفهومی با واژه توریسم غلط است. زیرا ما رفت و آمد در خیابان ها، مراکز تجاری و پارکها را نوعی گردشگری می دانیم ولی مفهوم و تعریف توریسم در سطح بین المللی با آن متفاوت است.

معضل دیگر سطح آموزش در این حوزه است، با وجود پیشرفت کمی از نظر تعداد مراکز آموزشی و تنوع حوزه های آموزشی در سطح دولتی، خصوصی و عمومی، با ارتقای کیفی آموزش در این حوزه روبرو نبوده ایم. در دانشگاههای ممتاز دولتی ایران و بخصوص تهران اکثریت مطلق مدرسین حوزه جهانگردی و هتلداری، دانش اموخته رشته های مشابه و غیر بوده و اکثرا فاقد تجربه کاری در این حوزه هستند، ولی در حال تدریس به دانشجویان مقاطع مختلف تحصیلی (کارشناسی، کارشناسی ارشد و دکترا) در این حوزه هستند. با وجود این کمبود ها، به افراد واجد شرایط و دارای متعهد و متخصص، ولی فاقد معرف و حمایت های لازم، امکان تدریس و آموزش داده نمی شود. دانشجویان این حوزه از امکانات کارورزی بهینه و سفرهای آموزشی بهره مند نیستند و برای هردو طرف (هم موسسات آموزشی و هم دانشجویان) صدور و ارائه و دریافت مدرک تحصیلی مهم و اصل است. سر فصل های آموزشی دروس، مصوبه بیش از ۲۰ سال قبل (۱۳۷۴) هستند و توسط افرادی تدوین شده اند که کمترین تجربه و تخصص را، در این حوزه داشته اند و برای تجدید نظر در متون و سرفصل ها، از افراد برحسب روابط و نه ضوابط و تخصص دعوت بعمل آمده است (اصولا سیستم جذب هیات علمی در کشور باید ساختاری بین المللی و نه بومی، بسته، محدود و روابطی داشته باشد. قوانین دست و پا گیر و روند پیچیده، طولانی روند جذب باید مورد بازنگری قرار گیرد و اساتید فاقد کیفیت لازم، جایگاه خود را به سایرین در وضعیت و موقعیت بهتر بدهند، تا شاهد پویایی و ارتقای کیفی در این حوزه (توریسم) باشیم). من مرتبا مواجه با مراجعه دانشجویان تحصیلات تکمیلی هستم که برای انجام رساله خود از من کمک می خواهند، ولی بعلت تشریفات و قوانین اداری و آموزشی دست و پا گیر، این همکاری مقدور نشده است. من بسیار مایل بودم و هستم که

^۵ شورای عالی میراث فرهنگی و گردشگری به ریاست رئیس جمهور یا معاون اول رئیس جمهور و عضویت رئیس سازمان میراث فرهنگی و گردشگری و وزیر امور خارجه، مسکن و شهر سازی، راه و ترابری، کشور، فرهنگ و ارشاد اسلامی، علوم، تحقیقات و فناوری، امور اقتصادی و دارایی و آموزش و پرورش و رؤسای سازمانهای مدیریت و برنامه ریزی کشور، صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران و حفاظت محیط زیست و چهار نفر کارشناس خبره با پیشنهاد رئیس سازمان میراث فرهنگی و گردشگری و حکم رئیس جمهور تشکیل می گردد.

نظر به کمبود ها و نیاز ها، وقت و فرصت خود را بیشتر صرف آموزش و تربیت نیروی انسانی در مراکز آموزشی دانشگاهی خصوصا در سطوح تحصیلات تکمیلی برای آینده صنعت توریسم بکنم ولی متاسفانه این فرصت محدود داده شده است. نتیجه آن می شود که ما با دانش اموختگان داخلی دارای مدرک تحصیلی ولی فاقد دانش، تجربه و تخصص و کارایی لازم، اما با انتظارات و ادعای بالا روبرو هستیم، که حاضر هم نیستند، مشاغلی غیر از پشت میزی را قبول کنند. این عوامل باعث شده که شاغلان / نیروی انسانی در این صنعت در وضعیت فعلی، فقط به حفظ موقعیت کاری خود به هر نحوی که شده متمرکز شوند و دلیلی بر اهمیت و توجه به توسعه این صنعت بر اساس منافع ملی نداشته باشند. مدیران آنها هم که اکثرا بر اساس ارتباطات و سفارشات به این مناصب برگزیده شده اند، همچنین انگیزه ای را برای تلاش بیشتر به کارکنان خود نمی دهند و حاضر هم نیستند، از همیاری متخصصان این حوزه به دلایل مختلف بهره مند شوند، و این مشکل را ما خصوصا در سطح سازمانهای میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان ها بیشتر می بینیم، که مدتها است که تقریبا رها شده هستند.

در زمینه آموزش ما نیز نیازمند ارائه روش هایی برای آموزش های لازم برای جامعه بومی، صاحبان کسب و کار، نیروی انسانی شاغل و همچنین گردشگران هستیم، تا اثرات منفی ناشی از توسعه توریسم را به حداقل و اثرات مثبت را به حداکثر برسانیم. در حال حاضر بسیاری از گردشگران ورودی جوان خارجی از امکانات اقامت، پذیرایی و راهنمایی رایگان در کشور ما به لطف و کرم جامعه بومی (جوانان) استفاده می کنند، در حالیکه توریست ورودی باید برای ما درآمد زایی داشته باشد، اگر نداشته باشد این دیگر توریسم نامیده نمی شود، و رفع این نوع معضلات لازمه آن آموزش به جامعه بومی و بخصوص جوانان است.

ساختار مدیریت توریسم کشور هنوز دارای ساختمان و تشکیلاتی مستقل و واحد نیست و هر قسمت آن در یک نقطه تهران واقع شده است، بنابراین نیاز مبرمی به ایجاد یک ساختمان واحد که تمامی واحد هاو بخش های زیر مجموعه در آن مستقر باشند، است، تا نظارت، مدیریت و اجرای امور بهتر انجام شود. چارت سازمان، نیاز مبرمی به بازنگری دارد. روند انجام امور در این سازمان کند و غیر پویا است. بسیاری از مدیران در سازمان معمولا حضور فیزیکی ندارند و در اغلب اوقات به سایر مشغولیت های خود در بیرون سازمان می پردازند، کار ها بسیار کند و با روندی پیچیده در سازمان انجام می شود، نیروی مازاد و غیر کارا باید بنحوی از دامنه اجرایی کارها به کنار زده شوند، ضمن آنکه بانیروی متخصص و پر توان می توان تسلط بیشتری بر نظارت و راهبری امور و خصوصا بخش خصوصی در امور اقامتگاهها، دفاتر خدمات مسافرتی، راهنمایان تور و...، که در سالهای اخیر به حال خود رها، خود مختار و پدید آورنده مشکلاتی بوده اند، داشت. ضمن آنکه لازم است فعالیت های بی حاصل از نظر منافع ملی، انجام سفر های بین المللی گروهی مدیران و کارکنان، برگزاری همایش های هزینه بر و فاقد اثر بخشی، نشست های بدون نتیجه و... برای مدتی به حاشیه رانده شود و وقت، فرصت و هزینه حاصله از آن، صرف توسعه توریسم و رفع نواقص و مشکلات موجود شود... انشاء...

۱۰- با توجه به تجربیات شما، به نظر شخصی شما کدام کشور از جهت صنعت گردشگری، مطلوب نظر شما است؟ بعلاوه آیا

کشوری را برای دریافت تجربیاتشان برای الگو برداری مد نظر دارید؟

به نظر من تمامی کشور های جهان، از نظر گردشگری ارزش بازدید و ارزشگذاری را دارند، ولی کشوری که سعی می کند از این صنعت در حد توان خود، به نفع کشور و جامعه خود استفاده کند، از اهمیت و مطلوبیت بیشتری برخوردار است. با وجودی که فرانسه رتبه اول را از نظر گردشگران ورودی در دنیا داراست و امریکا حایز رتبه اول از نظر میزان درآمد حاصل از صنعت توریسم است^۱، ولی کشورهای فوق باوجود توانمندی نمی توانند، الگویی مطلوب و مناسب برای جمهوری اسلامی ایران، محسوب شوند. من در مقاله ای راجع به فرانسه (پاریس)، مرکز فرهنگی اروپا، براساس سفر انجام شده شخصی (بدون استفاده از تور)^۲؛ نظر مثبتی نداشتیم، ولی شاید

^۱اطلاعات مربوط به سال ۲۰۱۵ است.

^۲پاریس اصلا زیبا نیست... مجله سفر، خرداد ۱۳۸۲

کشور کوچکی مانند سنگاپور که فقط دارای یک شهر است، و کشوری جاذبه ساز^۸ محسوب می شود، با تلاش و مدیریت خوب، از جایگاهی قابل اعتنا در توریسم آسیای جنوب شرقی برخوردار می شود، از نظر من نوعی، از مطلوبیت بیشتری بهر مند باشد.

بر اساس داده های موجود (۲۰۱۵) سازمان جهانی جهانگردی، در سطح خاورمیانه، از نظر توریست ورودی، ایران بعد از عربستان سعودی، امارات و مصر قرار داشته است (در رتبه چهارم) و از نظر درآمد حاصل از صنعت جهانگردی، امارات، عربستان سعودی، مصر، اسرائیل (فلسطین اشغالی)، قطر، اردن، عمان و کویت در رتبه های برتر این منطقه قرار داشته اند. این نشانگر این است، اگر تعداد گردشگر ورودی ما صحیح است، در حال حاضر این نوع گردشگر، گردشگری واقعی نیست (گردشگری است که در کشور ما هزینه نمی کند و یا تعداد اعلام شده، دقیق و صحیح نیست)، و این نشانگر این است که ما جای کار بسیار داریم. در همین راستا، من فکر می کنم جنبه هایی منتخب از سه کشور مسلمان، آسیایی و گردشگر پذیر، مانند امارات، ترکیه (رتبه ششم جهانی در ۲۰۱۵) و مالزی، اگر بجا مورد استفاده قرار گیرد، می توانند الگویی هایی مناسب برای توسعه صنعت توریسم در کشورمان، بشمار آیند.

-از شما سپاسگزارم.

^۸ اکثریت جاذبه های توریسم این کشور دست ساز است .