



نجات گردشگری با بودجه‌های رفاهی امکان پذیر است

میراث تاریخی زیر آوار رکود

کیمیا ملکی: صنعت گردشگری ایران در نقطه عطفی تاریخی میان انباشت چالش‌های ساختاری و ضرورت تحول پارادایمی قرار گرفته است. برآوردهای رسمی بخش خصوصی و کمیسیون گردشگری اتاق بازرگانی ایران نشان می‌دهد که بحران‌های پی‌درپی سال‌های اخیر، تحولات ژئوپلیتیکی منطقه و نوسانات کلان اقتصادی، خسارتی بالغ بر ۲۰ هزار میلیارد تومان را به اکوسیستم کسب‌وکارهای گردشگری تحمیل کرده‌اند؛ رقمی تکان‌دهنده که ابعاد آن صرفاً به زیان مالی آژانس‌ها، مراکز اقامتی و هتل‌ها محدود نبوده و تهدیدی ساختاری علیه معیشت نیروی کار، پایداری زنجیره خدمات و حتی صیانت از میراث تاریخی کشور به شمار می‌رود. در شرایطی که محدودیت‌های بازارهای بین‌المللی و فشارهای تورمی، قدرت تحرک سفرهای تفریحی سنتی را کاهش داده است، نخبگان اقتصادی بر این باورند که گذار از رویکردهای حمایتی دولت‌محور به سمت مدل‌های پویای بازار، تنها از مسیر بازطراحی بنیادین صنعت گردشگری، هم‌افزایی ساختاریافته شکل‌ها از طریق تاسیس فدراسیون گردشگری و مهم‌تر از همه، تزریق تقاضای پایدار از کانال گردشگری سازمانی توسط بنگاه‌های اقتصادی کلان امکان‌پذیر خواهد بود.

صورت‌حساب ۲۰ هزار میلیارد تومانی بحران

مسافرتی، تعدیل ناگزیر صدها هزار نیروی کار آموزش‌دیده و توقف طرح‌های توسعه‌ای در حوزه زیرساخت‌های اقامتی است. به‌موازات آسیب‌های وارده به زنجیره کسب‌وکار، رنگ خطر برای میراث ملموس تمدنی نیز به صدا درآمده است. گزارش‌ها حاکی از آن است که افت درآمدهای ناشی از گردشگری، منابع موردنیاز برای احیا و پایداری حدود ۱۵۰ بنای واجد ارزش تاریخی را با کسری نزدیک به ۱۰ هزار میلیارد تومان روبه‌رو ساخته است. در اقتصاد نوین، ابنیه تاریخی تنها نمادهای باستانی یا مقاصد بازدید

صنعت گردشگری بیش از هر بخش دیگری از اقتصاد، وابسته به دو مولفه حیاتی امنیت پایدار و پیش‌بینی‌پذیری متغیرهای کلان است. وقوع تنش‌های پی‌درپی منطقه‌ای، دگرگونی در تعاملات بین‌المللی و افت سرانه درآمدهای حقیقی خانوارها سبب شده تا تقاضای سفر در ایران با یک شوک ساختاری مواجه شود. صورت‌حساب بیش از ۲۰ همتی خسارت به کسب‌وکارهای این حوزه، صرفاً یک عدد حسابداری در دفاتر مالی نیست بلکه انعکاسی از فرسودگی ناوگان حمل‌ونقل گردشگری، از دست رفتن سرمایه‌های در گردش دفاتر

امنیت منطقه‌ای و شکنندگی ساختار تقاضای خاورمیانه

یکی از مهم‌ترین چالش‌های گردشگری در منطقه پرآشوب غرب آسیا، رابطه متقابل و حساس میان ثبات امنیتی و جریان ورود گردشگر است. گردشگری ذاتاً ترسوترین سرمایه در برابر ناامنی به حساب می‌آید. تحولات ژئوپلیتیک اخیر نشان داده است که هرگونه تنش منطقه‌ای بلافاصله ادراک بین‌المللی از امنیت سفر را مخدوش کرده و شرکت‌های بیمه بین‌المللی را به صدور هشدارهای شدید و لغو پوشش‌های ترانزیتی و مسافرتی وامی‌دارد. این پدیده، رفتار مصرف‌کننده را دستخوش تغییری بنیادین می‌کند: نه‌تنها ورود گردشگران خارجی متوقف یا با افتی سنگین روبه‌رو می‌شود، بلکه سید هزینه‌کرد و ماندگاری مسافران بین‌المللی در سراسر کشورهای منطقه نیز انقباضی عمیق را تجربه می‌کند. در چنین شرایطی، کشورهای پیشرو منطقه‌ای به سرعت سراغ اصلاح تصویر بین‌المللی، دیپلماسی گردشگری فعال و گشایش دلان‌های امن می‌روند. اگر سیاست‌گذار ایرانی را در برنامه‌ریزی‌های کلان به رسمیت نشناسد و راهبردهای تاب‌آوری برای مدیریت بحران طراحی نکند، تکانه‌های بیرونی می‌توانند به صورت ادواری، تمامی زیرساخت‌های خدماتی و آژانس‌های فعال را تا مرز ورشکستگی کامل پیش ببرند.

گردشگری سلامت و بازارهای مکمل منطقه‌ای

در میانه رکود گردشگری تفریحی و فرهنگی کلاسیک، گردشگری سلامت به عنوان یک برگ برنده ژئواکونومیک خودنمایی می‌کند. ایران به واسطه پزشکان حاذق، زیرساخت‌های درمانی پیشرفته و مزیت رقابتی ناشی از شکاف نرخ برابری ارز، مقصدی بسیار جذاب و مقرون‌به‌صرفه برای درمان بیماران کشورهای همسایه است. در رأس این بازارها، کشور عراق قرار دارد. تقاضای چشمگیر شهروندان عراقی برای خدمات درمانی پیچیده—نظیر جراحی‌های قلب، چشم‌پزشکی، درمان‌های نابرووری و زیبایی—بازاری بالقوه و چند صد میلیون دلاری پیش روی اقتصاد ایران قرار داده است. با این حال، حاکمیت دلان غیررسمی و فقدان شرکت‌های مدیریت صادرات خدمات سلامت، همواره بخش عمده این منافع را به بغما برده و کیفیت ارائه خدمات را مخدوش ساخته است. تمرکز کمیسیون گردشگری اتاق ایران بر اعزام هیأت‌های تخصصی به عراق و امضای تفاه‌نامه‌های بین‌بیمارستانی، تلاشی هوشمندانه برای نهادسازی رسمی و قطع دست واسطه‌های غیرمجاز است؛ رویکردی که نه‌تنها جریان پایدار درآمد ارزی ایجاد می‌کند، بلکه با گردشگری زیارتی پیوند خورده و بستهای جامع از اقامت، درمان و معنویت را به گردشگران عراقی عرضه می‌دارد.

گردشگری سازمانی و تحریک تقاضای درون‌زا

شاید محوری‌ترین پیام تحلیلی در رویکرد نوین اتاق بازرگانی، جابه‌جایی در جهت‌گیری راهبردی از طرف عرضه به «طرف تقاضا باشد. دهه‌هاست که سیاست‌گذاری‌های دولتی تنها بر تزریق تسهیلات بانکی، ساخت سازه‌های جدید و افزایش پروانه‌های ساختمانی متمرکز بوده است رویکردی که صرفاً منجر به ساخت هتل‌های خالی و راکد ماندن دارایی‌ها شده است. فعالان بخش خصوصی به‌درستی دریافته‌اند که نجات اقتصاد سفر، نیازمند مهندسی و تزریق مستقیم تقاضای موثر به بازار است.

در این بستر، مفهوم گردشگری سازمانی و بهره‌گیری از ظرفیت عظیم شرکت‌ها و بنگاه‌های اقتصادی بزرگ، راهکاری نجات‌بخش تلقی می‌شود. شرکت‌های صنعتی، بانک‌ها، پتروشیمی‌ها، هلدینگ‌های سرمایه‌گذاری و حتی نهادهای نیمه‌دولتی سالانه بالغ‌هنگفتی را تحت عناوین امور رفاهی، هدایای پرسنلی و پاداش‌های فصلی هزینه می‌کنند. تبدیل بخشی از این تعهدات رفاهی به بن‌های هدفمند اقامتی، تورهایی تعریف‌شده شرکتی و سفرهای خانوادگی سازمانی، می‌تواند موجی عظیم و پیش‌بینی‌پذیر از تقاضا را روانه بازارهای داخلی کند. علاوه بر برنامه‌های رفاهی کارکنان، تمرکززدایی از نشست‌ها و رویدادهای اداری نیز پتانسیل جهش‌بخشی دارد. برگزاری مجامع عمومی شرکت‌ها در مراکز اقامتی را در فصول کم‌مسافر پر کرده و جریان پایدار نقدینگی را در مویرگ‌های اقتصاد محلی و بوم‌گردی‌ها به گردش درمی‌آورد. این الگو اثبات می‌کند که بخش خصوصی، نه مصرف‌کننده منفعل سیاست‌های حمایتی، بلکه می‌تواند خود به عنوان کارفرمای اصلی نجات بازار وارد میدان شود.

هرمز جایگزین فوری ندارد

گردشگری منطقه‌ای در سایه شکنندگی امنیتی

نایب‌رئیس کمیسیون گردشگری اتاق ایران با اشاره به تاثیر مستقیم امنیت و ثبات بر گردشگری منطقه گفت: تحولات اخیر نشان داده است که گردشگری در برابر بحران‌ها به‌شدت آسیب‌پذیر است و کشورهای منطقه نیز در صورت تداوم بحران، با کاهش قابل‌توجه هزینه‌کرد گردشگران مواجه خواهند شد. وی تأکید کرد: گردشگری برای ایران فقط یک صنعت خدماتی نیست؛ این بخش می‌تواند به‌عنوان نوعی صادرات بدون حمل کالا، اشتغال بدون کارخانه، درآمد ارزی بدون فروش منابع طبیعی و ابزاری برای تقویت ارتباطات بین‌المللی عمل کند. ایران نیز هم‌زمان از ظرفیت‌های تاریخی، فرهنگی، طبیعی، اقلیمی، زیارتی و تمدنی گسترده‌ای برخوردار است. علی‌عرب گفت: مسئله اصلی این نیست که ایران ظرفیت گردشگری دارد یا نه، بلکه این است که چگونه می‌توان این ظرفیت‌ها را به مزیت اقتصادی واقعی تبدیل کرد. برای رسیدن به این هدف، نمی‌توان با روش‌های گذشته انتظار نتایج متفاوت داشت و باید گردشگری را بازطراحی کرد.

از فدراسیون تشکل‌ها تا گردشگری سلامت

وی با تشریح اقدامات کمیسیون گردشگری اتاق ایران افزود: پیگیری مشکلات فعالان این حوزه در زمینه مالیات، بیمه، تأمین اجتماعی، حمل‌ونقل، سرمایه‌گذاری و زیرساخت‌ها در کنار توسعه اقتصاد گردشگری منطقه‌ای، بازارهای بین‌المللی، گردشگری زیارت و تحول دیجیتال در دستور کار قرار گرفته



است. همچنین راه‌اندازی فدراسیون گردشگری با هدف هماهنگی و هم‌افزایی تشکل‌های بخش خصوصی دنبال می‌شود. علی‌عرب، توسعه گردشگری سلامت به‌ویژه در بازار عراق و اعزام هیأت‌های تخصصی به این کشور را از دیگر برنامه‌های این حوزه عنوان کرد.

توسعه گردشگری سازمانی توسط بنگاه‌ها

نایب‌رئیس کمیسیون گردشگری اتاق ایران در پایان بر نقش مستقیم بخش خصوصی در ایجاد تقاضای گردشگری داخلی تأکید کرد و گفت: رونق سفر داخلی فقط وظیفه دولت و وزارت میراث فرهنگی نیست و بنگاه‌های اقتصادی نیز می‌توانند با توسعه گردشگری سازمانی، برگزاری همایش‌ها و جلسات در شهرهای مختلف، استفاده از ظرفیت هتل‌ها و اقامتگاه‌های داخلی و اختصاص بخشی از برنامه‌های رفاهی کارکنان به سفرهای داخلی، تقاضای پایدار برای این صنعت ایجاد کنند. این فعال اقتصادی پیشنهاد کرد که هر بنگاه اقتصادی دارای برنامه مشخص گردشگری سازمانی باشد و ادامه داد: نجات گردشگری تنها به سرمایه‌گذاری و بودجه نیاز ندارد، بلکه به ایجاد تقاضا نیز نیازمند است و بخش خصوصی می‌تواند بخشی از این تقاضا را ایجاد کند.

پارادوکس اقتصاد ایران

سال‌هاست در ادبیات مدیریتی کشور بر مزیت‌های جغرافیایی، تعدد اقلیم‌های چهارفصل و عمق تمدنی ایران تأکید می‌شود، اما خروجی اقتصاد گردشگری تناسبی با این پتانسیل‌های طبیعی و فرهنگی ندارد. واقعیت بنیادین این است که پتانسیل خام به خودی خود تولید ثروت نمی‌کند؛ گردشگری تنها زمانی تبدیل به یک موتور پیشران اقتصادی می‌شود که این مزیت‌های بالقوه از مسیر بازاریابی هدفمند، قیمت‌گذاری منطقی، اتصال زنجیره تأمین، استانداردسازی پذیرایی و تسهیل حمل‌ونقل به مزیت رقابتی پایدار در بازارهای جهانی بدل شوند.

گردشگری در مدرن‌ترین تعاریف علم اقتصاد، نمونه بارز صادرات نامرئی است؛ سازوکاری که در آن ارز خارجی وارد چرخه پولی کشور می‌شود، بدون آنکه حتی یک گرم کالای فیزیکی مرزهای ملی را درنوردد. همچنین این بخش مصداق عینی اشتغال بدون نیاز به کارخانه‌های سرمایه‌بر است که با کمترین هزینه سرانه ایجاد شغل، ارزش افزوده تصاعدی تولید می‌کند و بر خلاف اقتصاد منبع‌محور و رانتی، منبع درآمدی آن بر استهلاک ذخایر زیرزمینی و خام‌فروشی هیدروکربوری استوار نیست. با این حال، تداوم روش‌های سنتی بازاریابی، مدیریت منفرد و فاقد استراتژی، تکیه بر بخشنامه‌های دولتی و غفلت از الگوهای مدرن تجارت الکترونیک سبب شده تا کشور از سهم واقعی خود در گردش مالی چند هزار میلیارد دلاری جهان محروم بماند. برون‌رفت از این بن‌بست، نیازمند طراحی دوباره اکوسیستم گردشگری مبتنی بر داده‌محوری، سیستم‌های رزرو و هو شنند و تحلیل رفتار گردشگران است.



نقشه راه بخش خصوصی رفع موانع ساختاری و تشکیل فدراسیون

در این میان، فعالان بخش خصوصی درون پارلمان بخش خصوصی، رویکرد منفعلانه و اکتفا به اعتراض به خسارت‌ها را کنار گذاشته و بستهای عملیاتی را به پیش می‌برند. نخستین محور این نقشه راه، رفع چالش‌های سیاستی و نهادی محل تولید است. در شرایط رکود تورمی، نظام مالیاتی، مقررات پیچیده تأمین اجتماعی و موانع فرساینده بیمه‌ای، همانند سرعت‌گیرهایی مانع از احیای بنگاه‌های گردشگری شده‌اند. بخش خصوصی خواهان اعمال معافیت‌های هدفمند، تقسیت بدهی‌های مالیاتی و اصلاح سازوکارهای بیمه‌ای متناسب با ماهیت فصلی و پریسک این صنعت است. از سوی دیگر، حرکت به سمت تحول دیجیتال و گردشگری هوشمند به ضرورتی انکارناپذیر تبدیل شده است. مدیریت رزروها، پیش‌بینی الگوهای تقاضا از طریق هوش مصنوعی، ارائه تورهای مجازی و تسهیل پرداخت‌های بین‌المللی از طریق راهکارهای مالی نوین، ستون‌های اقتصاد آینده گردشگری هستند. در کنار این تحولات، پیگیری راه‌اندازی فدراسیون گردشگری گامی استراتژیک در راستای پایان دادن به جزیره‌ای عمل کردن تشکل‌های پراکنده است. این نهاد تجمع‌کننده می‌تواند صدای واحد بخش خصوصی در چانه‌زنی با ارکان حاکمیتی باشد و زنجیره ارزش شامل هتل‌داران، شرکت‌های حمل‌ونقل هوایی، ریلی و جاده‌ای، راهنمایان تور و سرمایه‌گذاران را زیر یک چتر واحد هماهنگ سازد تا از هدررفت منابع و موازی‌کاری‌های آسیب‌رسان جلوگیری شود.

سخن پایانی

صنعت گردشگری ایران در شرایط فعلی، نیازمند یک پوست‌اندازی فکری و نهادی عمیق است. واقعیت تحریم‌ها، بحران‌های ژئوپلیتیک و افت قدرت خرید خانوارها اثبات کرده که سیاست‌های انفعالی و چشم‌دوختن مطلق به اعتبارات قطره‌چکانی دولتی، حاصلی جز تعمیق رکود و افزایش بیشتر زیان‌های ۲۰ همتی کنونی نخواهد داشت. همان‌گونه که بازوی اقتصادی بخش خصوصی مطرح می‌سازد، راهکار تاب‌آوری در گرو تکیه بر مدل‌های خودتنظیم‌گر، انسجام تشکل‌ها ذیل فدراسیون گردشگری و تحریک تقاضای داخلی از معبر گردشگری سازمانی است. تبدیل کردن بودجه‌های رفاهی بنگاه‌های اقتصادی به تقاضای موثر برای سفر، نه‌تنها جریان خون تازه‌ای به رگ‌های بی‌رمق هتل‌داری و حمل‌ونقل تزریق می‌کند، بلکه ظرفیت‌های تمدنی کشور را از نمادهایی ایستا به اهرم‌های خلق ثروت و اشتغال پایدار تبدیل خواهد کرد. گردشگری آینده ایران، صنعتی هوشمند، تشکل‌محور و متکی بر تقاضای درون‌زا است. فرصتی تاریخی که از دست دادن آن، آسیب‌های اقتصادی و فرهنگی جبران‌ناپذیری به دنبال دارد.