

■ **دوشنبه ۱۵ فروردین ماه ۱۴۰۱**

■ **سال دوازدهم ■ شماره ۲۲۶۶**

بی توجهی به توسعه و حفظ سرمایه گردشگری پاشنه آشیل استان همدان

سپهرغرب، گروه گردشگری – عباس سربیشی: توسعه گردشگری مستلزم برنامه‌ریزی همه‌جانبه، سرمایه‌گذاری و توجه بسیار دقیق به همه نیازها و خواسته‌های واقعی گردشگران به‌عنوان سرمایه‌های اولیه این صنعت است.

به‌تصریح کارشناسان و صاحب‌نظران، نقش گردشگری در رونق‌بخشی به فعالیت‌های انسانی و به‌تبع آن توسعه اقتصادی و اجتماعی شهرها و کشورها امری است انکارناپذیر. درعین‌حال کشور ما به دلیل برخورداری از جاذبه‌های طبیعی و موارث ارزشمند تاریخی، فرهنگی و... توان بالقوه‌ای برای ترویج و توسعه صنعت گردشگری دارد که در این میان، تجربه یک گردشگری خوب و رضایت‌گردشگران عاملی بسیار تعیین‌کننده در موفقیت یک مقصد گردشگری و اصطلاحاً برندسازی آن محسوب می‌شود.

این موضوع از آن حیث دارای اهمیت است که اصولاً کمیت و کیفیت محصولات و خدمات دریافت‌شده از سوی مسافر و گردشگر در مورد بازگشت مجدد به مقصد تأثیر می‌گذارد؛ بنابراین ارزیابی کیفیت خدمات گردشگری از سوی ارائه‌دهندگان می‌تواند به سنجش میزان رضایت گردشگران کمک کند. در واقع کیفیت خدمات گردشگری بر رضایت و تصویر ذهنی گردشگری و همچنین تصویر ذهنی بر رضایت بر وفاداری به مقصد گردشگری تأثیر می‌گذارد.

به دیگر معنا ارزیابی میزان رضایتمندی گردشگران از کیفیت، فراوانی و تنوع خدمات ارائه‌شده در محیط داخلی و محیط کالبدی اطراف تأثیر زیادی بر آسایش گردشگران داشته و می‌تواند عاملی برای تشویق آن‌ها به بازگشت و دیدار مجدد باشد.

پژوهش‌های صورت‌گرفته در خصوص ارزیابی کیفیت خدمات گردشگری از دید گردشگران داخلی، نشان می‌دهد که این موضوع در هفت بُعد اقامتگاه، غذا، خرید، جاذبه‌ها، فعالیت‌ها و رویاده‌ا، محیط و دسترسی قابل توجه و بررسی است که در این میان شناسایی سطح واقعی کیفیت دریافت شده از سوی گردشگران نخستین گام برای افزایش رضایت آن‌ها و در نتیجه توسعه پایدار اقتصادی در شهرهای هدف خواهد بود. به دیگر معنا به هر میزان که رضایت، توقعات و انتظارات به‌جای گردشگران در موضوعات خدماتی، رفاهی، زیرساختی، زیستن و... تأمین شود به همان میزان جذب توریست و توسعه صنعت گردشگری محقق خواهد شد. در این خصوص برخی صاحب‌نظران به‌صورت ویژه بر این نکته نیز تأکید دارند که برنامه‌ریزی برای توسعه گردشگری مستلزم توجه بسیار جامع و دقیق به همه نیازها و خواسته‌های گردشگران به‌عنوان سرمایه‌های اولیه این صنعت است.

درعین‌حال هرگونه توسعه خدمات و امکانات زیربنایی، رفاهی و ابعاد فیزیکی و کالبدی گردشگری دوره برگشت اصل و سود سرمایه در نظر گرفتن ظرفیت‌ها، قابلیت‌ها، امکانات و محدودیت‌های عرضه و تقاضای گردشگری نیز نه‌فقط به ایجاد تعادل و یا توسعه کمک نخواهد کرد، بلکه باعث هدررفت سرمایه و انرژی زمان هم خواهد شد.

کارشناسان براین نکته تأکید خاص دارند که صنعت گردشگری به‌واسطه سرمایه کم مورد نیاز ولیکن گردشگری دوره برگشت اصل و سود سرمایه هم برای کشورهای در حال توسعه به‌عنوان یک فعالیت جذاب اقتصادی محسوب می‌شود و هم برای سرمایه‌گذاران، مضاف بر اینکه توریسم سهم اصلی را در تنوع فعالیت‌های اقتصادی و کمک به کاهش مشکلات ناشی از کمبود سرمایه و فرصت‌های شغلی را دارد مشروط به آنکه برنامه‌ریزان و مدیران بتوانند با سرمایه‌گذاری لازم در خصوص ارتقای سطح کمی و کیفی خدمات و ایجاد زمینه‌ها و بسترهای لازم موجبات جذب هرچه بیشتر و علاقه گردشگران را به بازگشت به شهرهای هدف را ایجاد و مهیا کنند.

**** همه داشته‌های ما برای گردشگران**

و اما جدا از دو سال اخیرِی که به دلیل بروز بیماری کووید ۱۹ صنعت گردشگری از همه جهت در دنیا، کشور ما و شهر همدان به‌نوعی کمرنگ و حتی به تعطیلی کشیده شد اما به لطف خدا و با عبور از این بحران با ورود به سال ۱۴۰۱ یک‌بار دیگر شاهد به راه افتادن موج گردشگری و متعاقباً حضور هزاران هم‌وطنی بودیم که برای تفریح، تفرج یا دید و بازدید اقوام و... شهر همدان را به‌عنوان مقصد و هدف گردش و میهمانی سال جدید انتخاب کردند.

شکی نیست که جدا از هدف این حضورها اما

قطعاً همه این افراد نیازمند خدمات و مطالبه‌گر امکاناتی هستند که به آن‌ها کمک می‌کند روزهای خوب و پرخاطره‌ای را در شهر ما طی کرده و در بهترین حالت ضمن توصیه به دیگران خود نیز در فصل گردشگری بعدی بازهم راه همدان را در پیش گیرند.

اما چرا به‌رغم این‌همه ظرفیت‌ها و جاذبه‌های موجود (در مقایسه با برخی دیگر از شهرهای گردشگری‌پذیر) هر سال شاهد حضور یک نرخ تکراری و نه افزایشی، کاهش مدت زمان حضور و ماندگاری و یا بعضاً انتخاب شهرهای دیگر از سوی گردشگران هستیم سؤال است که آذهان بسیاری ر ا به خود مشغول کرده است.

البته در پاسخ به این سؤال، عمده صاحب‌نظران و اهل فن معتقدند یکی از نکاتی که متأسفانه در صنعت گردشگری شهر ما به آن توجه نمی‌شود نیازها، لزوم تنوع‌بخشی و افزایش قدرت انتخاب گردشگر جهت وقت‌گذرانی در مدت زمان حضور آن‌هاست.

اینکه وقتی در شهری مثل همدان، علاوه بر محدودیت‌های فراوان و عرضه نشدن خدمات مناسب در سطح قابل قبول (و نه حتی استاندارد جهانی)، تورم زیاد سالانه و تحصیل هزینه زیاد به گردشگران شاهد بی‌توجهی به نیازهای اصلی، واقعی و عدم پاسخگویی به مطالبات آن‌ها هستیم.

اینکه وقتی در نهایت گردشگر فقط آن محتوایی را دریافت می‌کند که ما به او تحمیل می‌کنیم.

*** وقتی به دلیل فقدان تنوع عرضه او حق انتخاب ندارد**

وقتی به دلیل فقدان برنامه‌ریزی و زمینه‌سازی برای پر کردن اوقات فراغت در شهر رها می‌شود و مجبور است صرفاً بر اساس اتفاق و یا برنامه‌های نیم‌بندی که دائماً به دلایل مختلف در حال نوسان است به گشت و گذار بپردازد.

وقتی هر سال و هر بار شاهد یک دور باطل تکراری و غیر جذاب و فاقد خلایق در فضا‌سازی گردشگری است و موضوعات و مشکلاتی ازاین‌دست پس لاجرم نه‌فقط نمی‌توان منتظر افزایش نرخ جمعیتی گردشگر بود بلکه برعکس باید نگران کاهش آن نیز باشیم.

موضوع این است که تقریباً همه گردشگران قبل از بحث دید و بازدید جاذبه‌ها و خرید سوغات در مرتبه نخست نیازمند تأمین موضوعات زیستی و رفاهی خود هستند که بنا بر قاعده و در حد معقول نیز باید توسط مدیریت گردشگری شهر هدف پیش‌بینی، تهیه و در اختیار آن‌ها گذاشته شده و یا حتی‌الامکان مسیر و محل دسترسی به آن را برای آن‌ها مشخص کند.

اینکه تصور کنید وقتی گردشگر به جای دید و بازدید از سطح شهر و آشنایی با جاذبه‌ها، حضور در جشنواره، وقت‌گذرانی در نمایشگاه، آشنایی با محصولات و صنایع‌دستی و خرید سوغات؛ از اول صبح تا شب بیشتر فکر پیدا کردن سرویس بهداشتی و ایستادن در صف آن باشد، دالم به‌دنبال پارکینگ و جای پارک خودرو بگردد، زمان قابل توجهی را صرف پرسر جو و پیدا کردن رستوران و نانوائی کرده و نهایتاً آخر شب هم خسته و زار به دلیل نبود و یا گرانی هتل و مسافرخانه در خیابان آواره شده و یا به‌دنبال پارک و فضای سبزی برای زدن چادر باشد.

وقتی به‌جز برخی موارث فرهنگی، تاریخی و طبیعی که قبلاً آن‌ها را مشاهده کرده عملاً جاذبه و جلوه دیگری را برای دیدن نمی‌یابد. آن وقت چه انتظاری از این گردشگر دارید تا خاطره خوبی را به همراه برده و یا سال بعد رغبتی برای آمدن به شهر ما را داشته باشد.

وقتی به‌جز برخی موارث فرهنگی، تاریخی و طبیعی که قبلاً آن‌ها را مشاهده کرده عملاً جاذبه و جلوه دیگری را برای دیدن نمی‌یابد. آن وقت چه انتظاری از این گردشگر دارید تا خاطره خوبی را به همراه برده و یا سال بعد رغبتی برای آمدن به شهر ما را داشته باشد.

البته کسی منکر فعالیت‌ها و تلاش‌های مدیریت گردشگری شهر و استان همدان در آماده‌سازی امکانات و تهیه زیرساخت‌های رفاهی و تا حدودی جاذبه‌سازی شهر (البته در حد وسیع و توان) در منظر گردشگران نیست اما واقع امر این است که این‌ها صرفاً یک سلسله محصولات و محتواهای محدود و ضعیفی است که ما بر اساس سلیقه خود به آن‌ها عرضه کرده و انتظار داریم به علاقه آن‌را پذیرا باشند اما تاکنون و به هر دلیل نتوانسته و حتی نخواسته‌ایم که با انجام کیفیت‌سنجی، اترسنجی و نظرسنجی‌های



از گردشگران کرده که نتایج آن را در ادامه خواهیم خواند.

البته با توجه به نرخ پاسخ‌های دریافتی این تصور وجود دارد که ساختار تصمیم‌گیر و مدیریت گردشگری استان و شهر همدان قطعاً می‌توانست با استفاده از ظرفیت‌های موجود و نیز دو سال زمان برای برنامه‌ریزی و مهیا‌سازی شرایط به‌مراتب بهتر و ارزنده‌تر در این رقابت کشوری حضور یافته و با هزینه‌کدهای انسانی، مالی، هنری و دقت نظر بیشتر در استفاده از ظرفیت‌های بومی جلوه و نمایه به‌مراتب بهتر و فاخرتری را در موضوع گردشگری به نمایش بگذارد اما...

البته ما براین باوریم که اگر متولیان نظام گردشگری همدان (در همه ارگان‌ها، نهاده‌ا، سازمان‌ها و...) به جای ترش کردن، اخم کردن، فراکنسی و تکذیب با واقع‌بینی و قبول حقایق به‌دنبال تحلیل خرّده نتایج زیر (به‌عنوان مشتی از خروار واقعیات) و متعاقباً رفع نواقص و تقویت قوت‌ها باشند امید است در موج گردشگری تابستان که چندان زمانی هم به آن نمانده بتوانیم ضمن جبران بخشی از مافات تا آنجا که ممکن است به جایگاه واقعی خود در عرصه صنعت توریسم و گردشگری نزدیک‌تر شده و از این سکون و سکوت و دور باطل رفع مسئولیت خارج شویم. اگر به‌واقع اراده و عزمی برای محقق نمودن شعارهای خوش آب و رنگ توسعه صنعت گردشگری و توریسم وجود داشته باشد.

پرسش نامه نظرسنجی کمیت و کیفیت خدمات روزروزی به گردشگران

روزنامه سپهرغرب فروردین ۱۴۰۱	
تاریخ انجام نظرسنجی	هزاران نفر از هم‌میهنان عزیزمان در قالب میهمان و گردشگر شده و پیش از ورود آن‌ها نیز در قالب نشست‌های خبری و رسانه‌ای از سوی مدیریت گردشگری همدان اعلام شد که استان با آمادگی کامل با همه توان و قوا و لحاظ نمودن همه بایستگی‌ها و پیش‌نیازها و استفاده از همه ظرفیت‌های داخلی در قالب (ارائه خدمات زیستی، اسکان، تغذیه، بهداشت و درمان و نیز برگزاری همایش‌ها جشنواره‌ها و نمایشگاه‌های مختلف) آماده پذیرایی از مسافران است.
بنابراین در راستای بررسی سطح کمی و کیفی خدمات و میزان رضایتمندی مسافران نوروزی از خدمات و فعالیت‌های صورت‌گرفته کارگروه خبری روزنامه سپهرغرب نیز از اولین روزهای سال جدید با حضور چند نویته در اماکن و نقاط مختلف شهر که به‌طور معمول پاتوق گردشگران محسوب می‌شود اقدام به گفت‌وگو و مصاحبه با ۱۰۰ نفر	

۲۱ * توضیح اینکه شیوه انتخاب پرسش‌شونده اتفاقی و شیوه نظرسنجی به‌صورت تکمیل پرسش‌نامه کتبی و گفت‌وگوی چهره به چهره بوده است.

به‌عنوان یک میهمان نوروزی فضای گردشگری شهر همدان را تا چه میزان با تصورات ذهنی و یا شنیده‌های خود منطبق یافتید؟ کاملاً منطبق زیاد نسبتاً منطبق بسیار دور از انتظار ۱۴ ۳۸ ۴۲

بازدید از غرفه‌ها، فروشگاه‌های صنایع‌دستی و نمایشگاه‌های فرهنگی برپا شده در نوروز ۱۴۰۱ تا چه میزان در آشنایی شما با آداب و رسوم تاریخ و فرهنگ شهر مردم همدان مؤثر بود؟

بسیار زیاد زیاد متوسط کمی ۲ ۹ ۳۵ ۵۳

وضعیت زیرسازی مبلمان شهری و طراحی‌های نورزی شهر همدان را در نوروز ۱۴۰۱ در مقایسه با دیگر شهرهای گردشگری‌پذیر و یا سال‌های گذشته همدان را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

بسیار خوب خوب متوسط ضعیف ۳ ۴ ۳۸ ۵۵

وضعیت کمی و کیفی خدمات رفاهی بهداشتی حمل‌ونقل و... ارائه شده در نوروز ۱۴۰۱ همدان را به گردشگران در مقایسه با دیگر شهرهای گردشگری‌پذیر و یا سال‌های گذشته همدان چگونه ارزیابی می‌کنید؟

بسیار خوب خوب متوسط ضعیف ۰ ۳ ۳۰ ۶۷

با توجه به مشاهدات و تجربیات خود در خصوص وضعیت گردشگری و خدمات ارائه شده آیا سال آینده نیز به همدان خواهد آمد؟

بله حتماً در صورت امکان یا نیاز شاید / ممکن است خیر / جای دیگر ۲ ۶ ۳۳ ۵۹

آیا در صورت نیاز مراجعه به پایگاه‌های اطلاع‌رسانی و راهنمایی گردشگر (ورودی و مراکز درون‌شهری) اطلاع‌رسانی و همکاری لازم و مؤثر با شما صورت گرفت و با توجه به نیاز و مطالبه شما پاسخ مناسب را دریافت کردید؟

بله بسیار زیاد بله تا حدودی خیر عدم پاسخ ۳ ۱۵ ۲۹ ۵۳

فضاسازی و خدمات گردشگری شهر همدان را تا چه میزان در خور شأن مسافران و میهمانان ارزیابی می‌کنید؟

بله بسیار زیاد بله تا حدودی خیر عدم پاسخ ۳

۱۶ ۵۴ ۲۷

نتایج گفت‌وگوی‌های چهره به چهره با گردشگران نوروزی سال ۱۴۰۱ همدان نشان‌دهنده آن است که در این فصل گردشگری؛ –حضور بسیار مؤثر و پر رنگ پلیس و عوامل انتظامی موجب ایجاد بستری از آرامش و اطمینان خاطر برای گردشگران بوده است. گرچه در این مدت شهر متحمل تعداد زیادی از خودروهای مسافران بود اما حضور مؤثر پلیس راهور چه در قالب گشت خودرویی چه عناصر پیاده و ایستگاه‌های ورودی، موجب تسهیل در ترافیک (درون و برون شهری) بود.

–برپایی ایستگاه‌های هلال‌احمر، اورژانس و امداد خودرو بسیار چشمگیر و موجب آرامش خاطر مسافران بود.

–متأسفانه کمبود هتل و مسافرخانه مناسب به‌عنوان یک مشکل اصلی هنوز باقی است. در بسیاری از مسافرخانه‌ها وسایل به‌روزرسانی نشده و فاقد زیبایی و نظافت و تجهیزات مناسب هستند و قیمت اقامت شبانه در این اماکن عمومی به‌خصوص هتل‌ها بسیار بالاست. قیمت اجاره سوئیت‌های شخصی نیز بسیار بالا بوده و فاقد اساسنامه مشخص برای قیمت‌گذاری بودند. البته این در حالی است که شهر همدان دارای ظرفیت‌های تعریف‌شده‌ای مانند مدارس، حسینیه‌ها و مساجد در این خصوص می‌باشد.

–بسیاری از مسافران در خصوص فقدان و کمبود سرویس‌های بهداشتی (ویژه بانوان یا افراد کم‌توان) در سطح شهر و بخصوص اماکن گردشگری شکایت داشتند. از منظر آن‌ها فقدان و عدم نظافت قابل قبول، تعطیلی بی‌موقع، نبود مواد شوینده، روشنایی و تجهیزات داخلی مناسب و... از عمده مشکلات قابل طرح در این خصوص است.

–از منظر این مهمانان نوروزی فقدان حمام در سطح شهر برای گردشگران یک نقیصه بزرگ محسوب می‌شود. بسیاری از میهمانان نوروز سال جاری در خصوص بحث تهیه مایحتاج غایبی گله داشته و از نبود نانوائی (به‌ویژه صبح‌ها) انتقاد کردند.

–فقدان آشپزخانه‌های ویژه مسافر و یا مراکز مشخصی که حتی‌الامکان بتواند غذا را با قیمت تمام‌شده به مسافران عرضه کند به‌اضافه قیمت‌های بالا در رستوران‌ها بسیار مورد تذکر و تأکید مسافران عید نورز امسال بود.

–از منظر بسیاری از گردشگران امسال در خصوص برپایی غرفه‌ها و فروشگاه‌های صنایع‌دستی ویژه همدان از قبیل سفال، مبل و منبت، کشمش، شیره، سیر، گردو، صنایع چرم و... غفلت شده بود و آن‌ها نتوانسته بودند آنگونه که باید و شاید سوغاتی را خریداری کنند.

–از دید بسیاری از مسافران و برعکس سال‌های قبل از کرونا در سال جاری به بحث گردشگری مذهبی همدان توجهی نشده بود. امام‌زاده‌های شناخته شده برنامه خاصی برای مسافران و گردشگران نداشتند. اکثر مساجد به‌جز در زمان اقامه نماز بسته بوده و مسافران برای اقامه نماز با مشکل مواجه بودند.

–هزینه خرید بلیت برای دیدن آثار تاریخی، موزه‌ها و... نسبتاً بالا بوده و باید برای ایام گردشگری تخفیف‌های ویژه‌ای در نظر گرفته می‌شد.

–در بسیاری از مراکز گردشگری و یا تقاطع‌های درون‌شهری تابلوهای موقت راهنمایی مسیر (ورود و خروج از شهر) تعبیه نشده بود که همین امر باعث بروز ترافیک و اتلاف وقت گردشگران ناآشنا به شهر می‌شد.

–چانمایی برخی از المان‌ها مناسب نبود و موجب ایجاد اخلال در حرکت و یا توقف می‌شد. برخی المان‌ها تکراری، کهنه، فرسوده و نامفهوم بودند که باید نسبت به تعویض، تعمیر و جابه‌جایی آن‌ها اقدام می‌شد.

–در ورودی‌های شهر اساساً هیچ ویترین فرهنگی، توقفگاه راهنمایی و عرضه محصولات و سوغات تعریف نشده بود.

–برای پر کردن اوقات فراغت گردشگران نوروز هیچ برنامه و یا جشنواره شبانه خاصی تعریف نشده بود.