گردشگرپذیری مقوله‌ای منفک از مهمان‌نوازی

تأمین منافع جامعه محلی کلید گردشگری‌پذیری مقاصد

سپهرغرب، گروه گردشگری - طاهره ترابی‌مهوش: دانش‌آموخته مدیریت گردشگری با بیان اینکه گردشگرپذیری متأسفانه یکی از موضوعات گمنامی است که به‌خاطر ادعاهای کاذب و بینش غیرحرفه‌ای در عرصه این صنعت در برخی مناطق رقم می‌خورد، گفت: این در حالی است که ما ایرانی‌ها در عرصه بین‌الملل مدعی بوده‌ایم که افراد مهمان‌نوازی هستیم حال آنکه این امر هیچ ربطی به گردشگرپذیری ندارد.

گردشگرپذیری یکی از مسائل مهم در صنعت گردشگری است، به طوری که در دنیای امروز رضایت مشتری در همه مقاصد گردشگری یکی از مهم‌ترین فاکتورها در توسعه صنایع محسوب می‌شود حال آنکه در حوزه گردشگری این امر در حوزه برخورد نیروی انسانی در حیطه‌های مختلف با گردشگر اتفاق می‌افتد.

حال آنکه متأسفانه صنعت گردشگری نیز مانند صنایع دیگر در حوزه رضایت مشتری در همدان ضعیف است و چون این صنعت برای استان ما بسیار اهمیت دارد و می‌تواند درآمد بالایی برای ما ایجاد کند، باید مورد توجه قرار گیرد. به دیگر سخن ارتقای مهارت نیروی انسانی در برخورد با گردشگران می‌تواند سبب شود گردشگران تمایل بیشتری برای سفرهای بعدی به این شهر داشته باشند و رضایت آن‌ها می‌تواند گردشگران دیگر را نیز متمایل به سفر به همدان کند اما متأسفانه ما در بدیهی‌ترین برخوردها با گردشگران یعنی از دادن آدرس تا گرفتن مبلغ بیشتر کرایه خدمات حمل و نقل عمومی و نیز افزایش قیمت سوغات و کالاها مشکل داریم.

اما آنچه مشخص است تمام سازمان‌های مرتبط و مسئول در حوزه گردشگری لازم است سیاست‌های مناسبی در جهت ارتقای فرهنگ گردشگرپذیری چه در سطح شهروندان و چه در حوزه خدمات گردشگری در پیش بگیرند تا این امر در کنار فراهم آمدن زیرساخت‌ها باعث توسعه صنعت گردشگری شود.

هرچند شهر ما با همه ظرفیت‌های لازم در صنعت گردشگری همچنان در این حوزه بسیار ضعیف است اما تلاش در همه حوزه‌های این صنعت می‌تواند دیر یا زود ظرفیت‌ها را به فعل دربیاورد و همدان را به لحاظ اقتصادی منتفع کند؛ نیازی که نباید از آن غفلت کرد.

بر این اساس با توجه به اینکه محوطه تاریخی هگمتانه در آستانه ثبت جهانی قرار دارد و یقیناً این اتفاق خود دروازه نوینی به حوزه گردشگری بین‌المللی است بنابراین ارتقای کیفیت در گردشگرپذیری مردم اهمیت بسیاری دارد.

بنابراین با توجه به اهمیت موضوع برآن شدیم تا در این باره گفت‌وگویی با فعال و دانش‌آموخته دکتری مدیریت گردشگری، کارشناس ارشد ارزیابی کیفیت خدمات تأسیسات گردشگری کشور، مدرس صنعت هتلداری و گردشگری ترتیب دهیم که در ادامه می‌خوانید:

سید فرخ میرشاهزاده با بیان اینکه گردشگرپذیری متأسفانه یکی از موضوعات گمنامی است که به‌خاطر ادعاهای کاذب و بینش غیرحرفه‌ای در عرصه این صنعت در برخی مناطق رقم می‌خورد، گفت: این در حالی است که ما ایرانی‌ها در عرصه بین‌الملل مدعی بوده‌ایم که افراد مهمان‌نوازی هستیم حال آنکه این امر هیچ ربطی به گردشگرپذیری ندارد.

وی با تأکید بر اینکه نوع نگاه ما به اقتصاد گردشگری در کشور کاملاً غیرحرفه‌ای و غیر تخصصی است، افزود: مفهوم گردشگرپذیری جایی بیشتر برجسته می‌شود که ما راجع به توسعه پایدار گردشگری صحبت می‌کنیم.

وی اضافه کرد: مقاصد گردشگری ماهیتاً چهار بخش را پشت سر می‌گذارند که اگر آن‌ها را به درستی طی کنند شرایط‌شان پایا و مستمر خواهد بود اما متأسفانه ما در بخش‌های مختلف دچار بحران‌های پیچیده‌ای می‌شویم.

این کارشناس حوزه گردشگری با اشاره به فاز نخست طی‌شده در مقاصد گردشگری، اظهار کرد: بخش نخست یک منطقه و مقصد گردشگری، گردشگرپذیری است؛ درواقع شرایطی در منطقه به‌وجود می‌آید که به لحاظ وجود جاذبه (طبیعی، انسان‌ساز و مصنوعی) این مقصد تبدیل به یک هاب گردشگری شده و گردشگر را به سمت خودش جذب می‌کند.

میرشاهزاده، ادامه داد: درواقع جاذبه باعث می‌شود که گردشگر به مقصد گردشگری بیاید اما به مرور زمان ورود بیش از حد گردشگر به این مقصد باعث ایجاد یکسری از معضلات برای جامعه ساکن در مقصد خواهد شد.

وی با بیان اینکه در این بخش جامعه ساکن در مقصد، فاز نخست گردشگرپذیری را سپری کرده و افراد محلی به جایی می‌رسند که در ذهن خود به این موضوع می‌پردازند که چه خوب است که شاهد حضور بی‌شمار گردشگران هستیم و بعد از سپری کردن این مرحله وارد فاز بعدی یعنی بی‌تفاوتی می‌شوند، ابراز کرد: در این بخش برای جامعه محلی مهم نیست گردشگری بیاید یا نیاید؛ یعنی بود و نبود گردشگر برای او بی‌اثر است پس توجهی نمی‌کند.

این فعال حوزه گردشگری، افزود: ساکنان مقاصد گردشگری بعد از مدتی وارد فاز سوم یعنی ممانعت از ورود گردشگر می‌شوند و با ایجاد مانع به‌دنبال آن هستند که مسافر به مقصد گردشگری وارد نشود. مرحله بعد فاز چهارم یعنی بحرانی‌ترین بخش در مقاصد گردشگری است، یعنی در مواجهه با گردشگر دچار اقدام پرخاشگری و افعال قهرآمیز می‌شوند.

میرشاهزاده با تأکید بر اینکه متأسفانه در کشور ما هنوز فاز نخست یعنی گردشگرپذیری را طی نکرده، به فاز چهارم رسیده‌ایم، خاطرنشان کرد: عملاً شاهد آن هستیم که افراد ساکن در مقاصد گردشگری به‌دنبال انجام کارهایی هستند که گردشگر وارد آن شهر و یا مقصد گردشگری نشود. برای نمونه می‌توان به قطع درخت آرزوها در شهر شیراز که اخیراً شاهد این اتفاق بودیم اشاره کرد زیرا تا سالیان سال این جاذبه که روبه‌روی بازار وکیل بود به‌عنوان یک المان شاخص، گردشگران بسیاری را به سمت خود می‌کشاند و بسیاری از گردشگران در کنار آن به‌عنوان یک جاذبه قدیمی عکس گرفته و از این طریق نسبت به تبلیغ این مقصد گردشگری اقدام می‌کردند.

وی با ابراز اینکه قبل از این اتفاق نیز شاهد قطع تک‌درخت نخل معروف سواحل کویری روستای «درک» به‌عنوان نماد گردشگری جنوب استان سیستان و بلوچستان بودیم ابراز کرد: این اقدامات نشان‌دهنده آن است که برخورد ما با جاذبه‌ها، حرفه‌ای نیست حال آنکه چرایی این موضوع را باید در درک نکردن توسعه پایدار گردشگری جستجو کرد.

این دانش‌آموخته مدیریت گردشگری با بیان اینکه منظور از توسعه پایدار گردشگری این است که یک مقصد گردشگر بتواند منافع جامعه محلی را تأمین کند، اذعان کرد: بر این اساس اگر همدان بخواهد تبدیل به مقصد گردشگری شود اما مقصد مورد نظر پاسخگوی نیاز جامعه محلی نباشد به گونه‌ای که که اشتغالی به همراه نداشته و نقدینگی را برای مردم محل ایجاد نکرده و در عین حال درآمد آن‌ها بالا نرود و در آخر، سطح رفاه را بالاتر نبرده و آسایش اجتماعی ایجاد نکند؛ مسلماً جامعه محلی به سمت گردشگرپذیری حرکت نخواهند کرد و حتی در موارد بسیاری ممکن است مانع ازورود گردشگر به مقصد شوند.

میرشاهزاده ادامه داد: درواقع اگر قصد داریم یک مقصد گردشگرپذیر باشیم در درجه نخست باید برای توسعه پایدار جامعه محلی برنامه‌ریزی اصولی داشته باشیم به این معنا که منافع جامعه محلی را در همه ابعاد تأمین کنیم چراکه به قول معروف هیچ گربه‌ای برای رضای خدا موش نمی‌گیرد پس اگر قرار باشد حضور گردشگری در مقصد منفعتی برای جامعه محلی نداشته و سود آن به جیب دیگری برود و درعین حال ساکن مقصد گردشگری بیکار و اقتصاد آن معیوب باشد، مسلماً این منطقه مقصد گردشگرپذیر نخواهد بود و آمادگی این امر را نیز ندارد.

وی تأکید کرد: چنان که پیشتر عنوان شد مهمان‌نوازی تنها یکی از افعال مستتر در بستر گردشگرپذیری است یعنی وقتی ما یک منطقه را به عنوان یک مقصد گردشگری انتخاب می‌کنیم زمانی شاهد مهمانپذیر بودن آن خواهیم بود که منافعی را برای جامعه محلی در پی داشته باشد.

این کارشناس ارزیابی کیفیت حوزه گردشگری، افزود: در حال حاضر نمونه بازر این اتفاق را در پیاده‌روی اربعین شاهد هستیم به طوری که اگر بخواهیم پاسخی به این سؤال دهیم که چرا از زائران بدین نحوه در مسیر و مقصد گردشگری استقبال می‌شود؟ باید گفت بخش مهمی از این موضوع به عایدی است که از محل حضور این زائران به جامعه محلی می‌رسد چراکه زائران در رونق‌بخشی و متحول کردن اقتصاد این مقاصد مؤثر هستند.

میرشاهزاده ادامه داد: بنابراین اگر در همدان نیز ما به فکر این نباشیم که منافع جامعه محلی را به‌صورت اصولی از طریق برنامه‌ریزی نظام‌مند با طراحی اقتصادی حرفه‌ای در عرصه گردشگری از طریق سیاستگذاری و هدف‌گذاری معین تأمین کنیم، به هیچ وجه نمی‌توان به‌دلیل داشتن یک جاذبه آن را به یک مقصد گردشگرپذیر بدل کنیم.

وی با اشاره به اینکه امیدواریم روزی برسد که در ایران ما، متولیان حوزه گردشگری بدانند که صنعت گردشگری یک صنعت حرفه‌ای و تخصصی و یک پایه رونق اقتصادی است، ابراز کرد: برای اینکه بتوانیم در این علم و صنعت پویا و فعال باشیم نیازمند تفکر خلاق، نگاه حرفه‌ای و تخصصی و اقدام اثربخش هستیم؛ بنابراین تبدیل کردن یک منطقه به یک مقصد، هنر به حساب نمی‌آید زیرا آن مقصد زمانی ارزشمند خواهد بود که گردشگرپذیر باشد یعنی جامعه محلی در آن مقصد پذیرای آن گردشگر باشند.

افق میراث فرهنگی ایران؛ ضعف‌ها و راهبردها

سپهرغرب، گروه گردشگری: میراث فرهنگی ایران شامل میراث ملموس و ناملموس طبیعی و فرهنگی دچار ضعف‌ها وتهدیدها، فرصت‌ها و نقاط قوت زیادی است. وزارت میراث فرهنگی با بررسی این نقاط، ده راهبرد را برای آن در نظر گرفته است.

میراث فرهنگی ایران طبق طبقه‌بندی‌های رسمی ملی و بین‌المللی به دو بخش میراث فرهنگی و میراث طبیعی تقسیم می‌شود که میراث فرهنگی آن نیز شامل میراث ناملموس و ملموس است.

ایران تاکنون در حوزه میراث فرهنگی ملموس که شامل ابنیه و بافت‌ها و اشیای تاریخی و فرهنگی می‌شود، بیش از ۳۴ هزار اثر دارد که از این تعداد ۱۴ هزار بنای تاریخی، ۱۹ هزار محوطه، ۱۱۶ بافت و ۱۹۲ محدوده تاریخی بافت‌های شهری است.

اما در حوزه میراث منقول نیز ۲۴۲۵ شیء ثبت شده دارد و ۷۸ هزار شیء تاریخی و فرهنگی.

بیشترین آثار غیرمنقول ثبت ملی شده ایران در استان فارس قرار گرفته و استان‌های البرز و هرمزگان هم کمترین آثار ثبت شده را دارند. در استان فارس بیش از ۱۶۰۰ بنا و در استان البرز کمتر از ۲۰۰ بنا به ثبت ملی رسیده است.

اما هرکدام از این میراث ثبت ملی شده دارای عرصه‌ها و حرایمهایی هستند که برای هر کدام ضوابطی در نظر گرفته شده است. عرصه این آثار شامل محدوده‌ای تاریخی و فرهنگی می‌شود که به عنوان میراث فرهنگی غیر منقول در فهرست میراث ملی به ثبت می‌رسد و مبنای عمل همه اقدامات حفاظتی و معرفی اثر است.

اما حریم هم محدوده‌ای پیرامون و بلافصل اثر است که به منظور حفاظت و یکپارچگی و موجودیت اثر رسمیت یافته و مشمول ضوابط عمومی و اختصاصی تعیین شده می‌شود. در واقع ضوابط حریم مبنای عمل اقدامات عمرانی، زیربنایی و محیطی در محدوده اثر است.

*بیش از هزار میراث طبیعی ثبت شده در ایران

از آنجا که بخشی از میراث فرهنگی کشور به میراث طبیعی اختصاص دارد باید گفت که در این حوزه نیز تاکنون یک هزار و ۱۵۴ اثر از جمله مناظر طبیعی، درختان کهن‌سال، بقایای دیرین شناختی جانوری و گیاهی و عوارض بی‌نظیر و کم‌نظیر جغرافیایی و نمونه‌های ارزشمند گیاهی و رویشگاه‌های آن ثبت شده‌اند.

در حوزه میراث فرهنگی ناملموس نیز ایران دارای بیش از سه هزار عنصر است که شامل سنت‌ها و نمودهای شفاهی، هنرهای اجرایی و نمایشی، آداب و رسوم اجتماعی، دانش و رفتارهای مربوط به طبیعت و کیهان و مهارت در هنرهای دستی سنتی می‌شود.

اما غیر از این دو گروه، در کل مساحت ایران میراث صنعتی، معاصر، دیجیتال، میراث زیر آب، مدرن و فرهنگی نیز وجود دارد. بنابراین طبق این دسته‌بندی می‌توان حتی نشانه‌هایی که جوامع امروزی از فرهنگ خود به جای می‌گذارند تا آیندگان دور را از ویژگی‌های فرهنگی خود آگاه کنند؛ شامل میراث معاصر است.

در این بخش میراث مدرن نیز شامل بناها و مجموعه‌هایی خواهد شد که عماری مدرن دارای ارزش فناوری، ارزش اجتماعی و هنری و زیبایی‌شناسی دارد.

■ ۲۶ عنصر جهانی ایران

میراث ایران فراتر از کشور است. برخی از این آثار در فهرست‌های جهانی ثبت شده‌اند. چون ایران با اعلام پیوستن به کنوانسیون ۱۹۷۲ یونسکو تا کنون توانسته ۲۴ اثر فرهنگی و دو اثر طبیعی را به ثبت جهانی برساند و این بدان معنی است که این میراث نه تنها متعلق به همه مردم ایران بلکه متعلق به همه مردم جهان فارغ از نژاد، مذهب، ملیت خاص است و حتی همه دولت‌ها موظف به حفظ و نگهداری از آن هستند.

درست مانند میراث ناملموس جهانی که ایران با الحاق به کنوانسیون ۲۰۳۳ یونسکو تا کنون ۲۱ عنصر را به ثبت رسانده است. ثبت این تعداد عنصر در فهرست میراث جهانی موجب شده تا جایگاه ایران در میان کشورهای دارای میراث جهانی ملموس با ۲۶ عنصر فرهنگی و طبیعی امسال به جایگاه دهم برسد.

■ میراث ناملموس جهانی

در حوزه میراث ناملموس نیز ایران پرونده‌های ملی زیادی دارد که آن را به یونسکو به عنوان میراث کشورمان ارائه کرده است مانند ردیف موسیقی ایرانی که در سال ۸۸ ثبت جهانی شد. در سال ۸۹ مهارت سنتی بافت فرش کاشان، مهارت سنتی بافت فرش فارس، هنر آیینی نمایشی تعزیه، آئین‌های پهلوانی و زورخانه ای و موسیقی بخشی‌های خراسان جهانی شد.

در سال ۹۰ پرونده مهارت‌های سنتی دریانوردی با لنج ایرانی و نقالی به‌عنوان هنر قصه خوانی ایرانی نظر کارشناسان را به خود جلب کرد و در سال ۹۱ نیز آیین قالی‌شویان مشهد اردهال عنوان جهانی، گرفت.

چوگان‌بازی سوار بر اسب همراه با موسیقی و روایتگری در سال ۹۶ و مهارت سنتی ساختن و نواختن دو تار در سال ۹۸ و برنامه ملی برای پاسداری از هنر خوشنویسی سنتی نیز در سال ۱۴۰۰ جهانی شدند.

در این میان برای آنکه پس از سال‌ها، یونسکو محدودیت‌هایی برای ثبت‌های جهانی و پرونده‌های ملی اعمال کرد، پرونده‌های ملی با سهمیه اندکی مواجه شدند اما همچنان استقبال از پرونده‌های چند ملیتی زیاد بود.

ایران هم از این فرصت استفاده کرده و به ثبت این نوع پرونده‌ها پرداخت به‌عنوان مثال در سال گذشته ساختن و نواختن عود، با همکاری ایران و سوریه، یلدا با همکاری افغانستان، سوزن‌دوزی ترکمن با همکاری ترکمنستان، پرورش کرم ابریشم و تولید سنتی ابریشم برای بافندگی با همکاری ایران، افغانستان، تاجیکستان، ترکمنستان، ازبکستان، ترکیه و آذربایجان ثبت جهانی شدند.

در سال ۹۹ مراسم زیارت تادئوس مقدس، در همکاری مشترک میان ایران و ارمنستان و هنر نگارگری با همکاری ترکیه، جمهوری آذربایجان و ازبکستان در صدر نشست.

هنر ساخت و نوازندگی با کمانچه به‌عنوان یک ساز زهی آرشه‌ای با همکاری ایران و آذربایجان در سال ۹۶ نظر ارزیابان را به خود جلب کرد و در سال ۹۵ هم پخت نان نازک و فرهنگ مشترک؛ لواش با همکاری آذربایجان، ترکیه، قزاقستان و قرقیزستان جهانی شد. در سال ۸۹ نیز نوروز با همکاری ۱۲ کشور جهانی شد منتها با مدیریت ایران.

به واقع می‌توان گفت که طی سال‌های اخیر تلاش برای نشان دادن وجه جهانی ایران با میراثی که در اختیار دارد، بیشتر شده است. حتی گاهی این تلاش‌ها برای بالا بردن جایگاه آماری آثار جهانی، موجب برخی انتقادها نیز شده است و آن هم متوجه بخش حفاظت است. منتقدان می‌گویند آیا همانقدر که تلاش برای ثبت جهانی است؛ از این آثار هم محافظت خواهد شد؟

■ ضعف‌ها و تهدیدها

اینها بخشی از سؤالاتی است که منتقدان دارند اما وزارت میراث فرهنگی در یک تحلیل وضعیتی از حوزه میراث فرهنگی نقاط قوت و ضعفی را بررسی کرده و برای آن‌ها ده راهکار داده است. نقاط ضعف شامل این موارد است:

ناکارآمدی و عدم تناسب ساختار تشکیلاتی رسمی با تکالیف حوزه معاونت میراث فرهنگی، ضعف در حفاظت و پشتیبانی حقوقی برای پیگیری مخاطرات و تخریب آثار تاریخی، ضعف هماهنگی بین بخشی در درون وزارتخانه، کمبود نیروی انسانی متخصص و ساختارمند نبودن توانمندسازی نیروی انسانی موجود، عدم تناسب ضوابط مالی، بودجه‌ای با نیازهای حوزه میراث فرهنگی.

عوامل تهدید نیز شامل این موارد بوده است که میراث فرهنگی ملی و جهانی را دربرمی‌گیرد:

ضعف در پذیرش مرجعیت حوزه میراث فرهنگی و انجام وظایف قانونی حفاظت توسط سایر دستگاه‌های اجرایی، افزایش تصاعدی جرایم و تبلیغات غیر مجاز علیه میراث فرهنگی در فضای مجازی ارجحیت توسعه بر حفاظت از میراث فرهنگی در سیاست‌های اجرایی کشور و وجود تعارض منافع گروهی، کمبود سطح سواد میراثی، شناخت و باور و اجماع عمومی نسبت به میراث فرهنگی به‌عنوان رکن توسعه پایدار فرهنگی و اقتصادی، عدم به روز رسانی قوانین با توجه به تغییرات سیاست‌های عمرانی و توسعه‌ای کشور، وجود مقررات مانع جذب نیروی انسانی برای موزه‌های تازه تأسیس و نامشخص بودن وضعیت حرائم.

■ راهبردهای میراث فرهنگی

۱۰ راهکار وزارت میراث فرهنگی شامل موارد زیر است:

تحقق حکمرانی و جایگاه فرابخشی نهادی، افزایش سواد میراثی جامعه، مرجعیت بخشی به میراث فرهنگی، استانداردسازی و ارتقای زیرساخت‌های حفاظت و گردشگری، ایجاد صنعت معرفی میراث فرهنگی و گسترش تولید محتوای چند رسانه‌ای، ارتقای جایگاه ایران در مناسبات فرهنگی جهان، بهره‌گیری از ظرفیت تشکل‌های غیر دولتی، توسعه سرمایه‌گذاری بخش خصوصی، ایجاد نهضت خوانش، تبیین و روایتگری و بازدید از موزه‌ها و بناها به مثابه کالای فرهنگی اولویت‌دار در نزد مردم.

رنگ گرانی سفرهای تابستانی

تسهیلات سفر به کجا رسید؟

سپهرغرب، گروه گردشگری: سفرهای تابستانی امسال اگرچه رنگ کرونا ندارد اما گرانی و نبود بلیت موجب شده تا در سبک سفرها تغییرات زیادی به وجود بیاید و مردم به جای سفرهای طولانی و گروهی به سفرهای کوتاه و ارزان بروند.

۶۲ روز از اول تابستان گذشته است اما سفرهای تابستانی از حداقل یک ماه قبل تر شروع شد. یعنی وقتی مدارس زودتر، تعطیل شدند و فصل امتحانات هم به پایان رسید. از نیمه‌های خرداد تقریباً سفرهای تابستانی آغاز شده بود و تاکنون نیز ادامه دارد. اما وضعی این سفرها چگونه است؟

اکنون دو سالی است که سفرهای تابستانی نسبت به دوره کرونا بیشتر شده است اما براساس گفته مدیران دفاتر خدمات مسافرتی؛ هنوز این آمار سفرها به دوران قبل از کرونا یعنی به تابستان ۹۸ و قبل‌تر برنگشته است.

■ گرانی و نبود بلیت

رسول واحدی از آژانسدارانی است که در حوزه تورهای داخلی فعالیت می‌کند. وی با بیان اینکه فرهنگ سفر مردم بعد از کرونا در تابستان امسال تغییر کرده است گفت: امسال سفرهای تابستانی تحت تأثیر نرخ بلیت قرار دارد. بلیت هواپیما بسیار گران است. نرخ بلیت اتوبوس و قطار نیز افزایش قیمت زیادی داشته است. از طرفی حتی اگر مردم قدرت خرید بلیت هواپیما را داشته باشند پیدا نمی‌کنند. بلیت قطار هم همین مشکل را دارد. پس باید با اتوبوس بروند.

وی افزود: بلیت قطار سهمیه‌بندی شده و هر زمان که برای دو هفته بازه خرید اعلام می‌کنند در مدت چند دقیقه خیلی از بلیت‌ها فروخته می‌شود و مسافر نمی‌تواند مانند قبل، بلیتی برای هر زمانی که خواست، بخرد مگر اینکه هزینه بیشتری به آژانس داده و از دفاتر به قیمت بیشتری بلیت بگیرد. این تنها مشکل مردم نیست خیلی از آژانسداران هم بلیت پیدا نمی‌کنند. با این وجود چطور تور برگزار کنند؟

وی به عامل گرانی اقلام اشاره کرد و گفت: سبد خانوار گران شده است. طبیعتاً سفر که جزو آخرین گزینه‌های مردم است تحت تأثیر قرار می‌گیرد. مردم تلاش می‌کنند اگر هم به سفری می‌روند، کم هزینه باشد بنابراین از سفرهای طبیعتگردی و کمپ و کوتاه مدت استقبال کرده اند.

*رجوع از هتل به کمپ

یکی از مدیران فنی یک آژانس مسافرتی نیز معتقد است: در طول دو ماه اخیر می‌توان گفت سفرهای شخصی بیشتر شده است. ما آژانس‌داران از قبال سفرهای داخلی سودی نکرده ایم بنابراین نمی‌توانیم بگوییم مردم به سفر نرفتند. شاید با تور نمی‌روند چون احساس می‌کنند سفر با تور گران‌تر است.

عطیه رازدار ادامه داد: از خرداد تاکنون شاهد سفرهای کوتاه‌مدت هستیم. چون اگر مردم با تور هم به سفر بروند، دنبال سفرهای کوتاه هستند که هزینه کمتری دارد. من درباره گروه‌های متوسط رو به پایین صحبت می‌کنم وگرنه بخش کمی از جامعه که پولدار محسوب می‌شوند همیشه به سفر می‌روند و تغییری در سبک زندگی‌شان ایجاد نمی‌شود. ولی مردم عادی از هتل به کمپ رجوع کرده‌اند.

■ وام سفر راهکاری بود که اجرا نشد

داوود معینی از پیشکسوتان برگزاری تورهای فرهنگی است که معتقد است: مبدا بسیاری از سفرها در کشور تهران است. ما برای شهروندان تهرانی هم تسهیلات سفر نگذاشته ایم که حداقل این بخش از مسافران را از دست ندهیم. بارها درباره تسهیلات سفر وعده‌هایی داده اند چند باری حرف از کارت سفر، وام سفر و تسهیلات شد اما در عمل می‌بینیم که هیچ کدام اجرایی نشده است. در حالی که می‌توانست کمکی برای سفرهای مردم طبقه متوسط باشد و به رونق سفر بعد از کرونا کمک کند.

عضو هیئت مدیره انجمن صنفی دفاتر خدمات مسافرت هوایی و جهانگردی ایران بیان کرد: نسبت به قبل از کرونا که مسافران زیادی داشتیم الان این آمار بسیار کمتر شده است اما نسبت به بعد از کرونا یعنی در سال‌های ۹۹ و ۱۴۰۰ که بیماری کرونا اجازه سفر نمی‌داد، می‌توان گفت که مسافران بیشتری در تابستان ۱۴۰۲ به سفر می‌روند.

سیامک عزیز افزود: سفرهای خارج از کشور کمتر از گذشته شده است. چون مردم تورهایی که می‌توانستند تا ده میلیون تومان بخرند را باید الآن ۱۰۰ میلیون تومان هزینه کنند. در سفرهای داخلی هم مردم ترجیح می‌دهند سفر شخصی بروند. یا چادر بزنند. بنابراین سفر رسمی که از طریق دفاتر مسافرتی انجام شود، رو به نزول بوده است.