

نقدهای حرمت‌الله رفیعی؛

چرا گردشگران باید از دیدن ایران تعجب کنند؟

رئیس هیأت مدیره انجمن صنفی دفاتر خدمات مسافرت هوایی و جهانگردی ایران در نقد کمیت و کیفیت فعالیت‌های تبلیغاتی و معرفی ایران، گفت: بی‌توجهی و کم‌کاری کرده‌ایم. چرا باید با گردشگرانی روبه‌رو شویم که همگی از دیدن ایران تعجب می‌کنند؟

به گزارش سایت خبری پرسون، نخستین جلسه از سلسله نشست‌های انتقال تجربه صنعت گردشگری در دانشکده گردشگری دانشگاه تهران برگزار شد. حرمت‌الله رفیعی، رئیس هیأت مدیره انجمن صنفی دفاتر خدمات مسافرت هوایی و جهانگردی ایران، صنعت گردشگری را یکی از صنایع مولد اقتصادی در جهان دانست و بیان کرد: در حال حاضر بخش اصلی درآمدهای کشورهای توسعه‌یافته دنیا مربوط به صنعت گردشگری است. کشوری مانند آمریکا بالاترین بخش درآمدی خود را صنعت گردشگری بیان کرده است. این آمار در حال افزایش بوده است و کشورهای بسیاری با هدف درآمدزایی گردشگری فعالیت می‌کنند، از جمله کشور ترکیه که در سال گذشته حدود ۵۲ میلیون گردشگری ورودی داشته است.

او با انتقاد از شیوه تصمیم‌گیری در صنعت گردشگری، سهم بخش خصوصی را در تصمیم‌گیری‌های کلان این صنعت بسیار پایین دانست و اظهار کرد: حتی ستاد سفر که تمام مراکز عضو آن هستند یک بخش خصوصی در آن عضو نیست. حال آنکه برای فعالیت‌های بخش خصوصی تصمیم‌گیری می‌کنند.

رئیس هیأت مدیره انجمن صنفی دفاتر خدمات مسافرت هوایی و جهانگردی ایران با اشاره به سهم بالای فعالان بخش خصوصی در کشورهای موفق حوزه گردشگری، رویکرد فعلی مدیریت گردشگری را نقد کرد و افزود: اگر دولت در حوزه گردشگری کوچکتر شود و نقش تسهیل‌گری ایفا کند، بخش خصوصی را بیش از پیش می‌توان فعال کرد و در آینده شاهد توسعه گردشگری خواهیم بود، اما با این شرایط مدیریتی نمی‌توان انتظار بهتری از روند توسعه گردشگری داشت.

رفیعی مقایسه صنعت نفت با گردشگری را اشتباه دانست و گفت: چرا در همه جا گردشگری را با نفت مقایسه می‌کنیم و گردشگری را جایگزین صنعت نفت می‌دانیم؟ هر یک ماهیت مشخصی دارند چه بسا صنعت گردشگری صنعتی بدون آلودگی و گردش درآمدی بسیار بالاتر نسبت به نفت است.

او در ادامه با بیان اینکه تحلیل دیدگاه‌های گردشگرانی که به ایران سفر می‌کنند، نشان می‌دهد ایران یکی از امن‌ترین مقصدهای گردشگری دنیاست، اظهار کرد: بی‌توجهی به معرفی درست ایران و کم‌کاری‌های رسانه‌ای مشکل اصلی در تبلیغات ایران در جهان است. فعالیت تبلیغاتی و معرفی مقصد ایران بر عهده دولت است. ما در این حوزه کم‌کاری کردیم و باید در مقابل ایران‌هراسی از خودمان دفاع کنیم. بخش خصوصی می‌تواند مبلغ گردشگری شود، اما پس از فعالیت‌های رسانه‌ای و تبلیغاتی که دولت انجام داد. چرا باید با گردشگرانی روبه‌رو شویم که همگی از دیدن ایران تعجب می‌کنند؟ از امنیت ایران و زیبایی‌های کم‌نظیرش.

داود حومنیان، رئیس دانشکده گردشگری دانشگاه تهران نیز با تأکید به ارتباط میان صنعت گردشگری و دانشکده گردشگری، برگزاری سلسله نشست‌ها را اقدامی برای هم‌افزایی میان دو بخش و آگاهی بیشتر دانشجویان با فضای صنعت گردشگری، نهادها و فعالیت کسب‌وکارهای گردشگری بیان کرد.

مهدیه شهبابی‌فراهمی، دبیر نشست انتقال تجربه صنعت گردشگری نیز ماهیت آغاز سلسله نشست‌های انتقال تجربه در دانشکده گردشگری را لزوم تعامل و همکاری بیشتر بخش خصوصی و بخش دانشگاهی بیان کرد.

او بهره‌مند نبودن از نیروهای متخصص آکادمیک را از جمله چالش‌ها و مشکلات فعالان صنعت گردشگری بویژه آژانس‌های خدمات مسافرتی دانست و افزود: دانشکده گردشگری می‌تواند در بخش تخصصی و تحقیقاتی بدنه انجمن صنفی در کنار بخش خصوصی باشد.