

در نشست تخصصی بازارکار بررسی شد:

گردشگری ایران؛ از حفظ مشاغل تا خلق فرصت‌های تازه



دکتر بهاره حبیب‌زاده



دکتر حمید هاشمی



سید مصطفی فاطمی

گردشگری ایران در نقطه تلاقی دو واقعیت قرار گرفته است؛ از یک سو، تنوع جاذبه فعالیت رسمی و از سوی دیگر فاصله آموزش دانشگاهی با نیاز بنگاه‌ها که پایداری مشاغل این حوزه را تهدید می‌کند. در نشست‌هایی که به مناسبت روز جهانی گردشگری، با حضور سید مصطفی فاطمی مدیرکل توسعه گردشگری وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی، دکتر سید حمید هاشمی عضو هیئت علمی جهاد دانشگاهی و دکتر بهاره حبیب‌زاده یکی از فعالان این بخش برگزار شد، میهمانان از ضرورت عبور از نگاه صرفاً تبلیغاتی و رسیدن به گردشگری سخن گفتند که باید حفظ نیروی انسانی، تسهیل کسب‌وکار و تبدیل ظرفیت‌های محلی به محصولات قابل عرضه را در مرکز تصمیم‌گیری قرار دهد.

می‌دهد. استمرار رابطه کاری بدون پرداخت منظم حقوق نیز نشانه سلامت بازار کار نیست؛ همان‌گونه که خروج نیروی باتجربه، بازگشت بنگاه به شرایط عادی را دشوارتر می‌کند.

سفر خانوادگی و محدودیت قدرت خرید

حبیب‌زاده در بررسی وضعیت تقاضا، به هزینه سفر خانوادگی اشاره کرد و توضیح داد که خرید بلیت هواپیما برای یک خانواده پنج‌نفره، حتی در برخی مسیرهای داخلی، می‌تواند هزینه‌ای حدود ۱۰ تا ۲۰ میلیون تومان داشته باشد؛ رقمی که سفر هوایی را برای بخشی از خانواده‌ها از توجیه اقتصادی خارج می‌کند.

به گفته این فعال گردشگری، چنین خانواده‌هایی ممکن است سفر با خودروی شخصی را جایگزین کنند، اما همچنان در مقصد از خدمات اقامت، خوراک و سایر امکانات استفاده می‌کنند. بنابراین، کاهش خرید خدمات از آژانس‌ها الزاماً با توقف کامل سفر برابر نیست، بلکه می‌تواند بیانگر تغییر شیوه خرید و مصرف خدمات باشد.

پیام این تغییر برای بنگاه‌ها روشن است: محصول گردشگری باید با توان پرداخت و رفتار تازه مشتری هماهنگ شود. تمرکز صرف بر بسته‌های متعارف، بدون توجه به مسافرانی که حمل‌ونقل خود را مستقلاً تأمین می‌کنند، بخشی از بازار را از دسترس دفاتر و عرضه‌کنندگان رسمی خارج می‌کند.

در عین حال، سخنان حاضران نشان می‌داد که رونق گردشگری داخلی نباید به‌عنوان جایگزین کامل گردشگری ورودی در نظر گرفته شود. این دو بازار، کارکردهای متفاوت و مکمل دارند و سیاست‌گذاری باید هم محدودیت بودجه خانوار ایرانی را ببیند و هم ظرفیت ارزیابی گردشگر خارجی را.

گردشگری ورودی و نقش دیپلماسی اقتصادی

کعبود گردشگر ورودی، از مسائل مورد تأکید حبیب‌زاده بود. او این مسئله را محدود به بحران اخیر ندانست و معتقد بود ضعف در جذب مسافر خارجی، از چالش‌های ریشه‌دار فعالیت دفاتر گردشگری است.

وی که در نشست خود را نماینده رسمی دولت کوبا در ایران معرفی کرد، با اشاره به تجربه این کشور گفت سفر می‌تواند در معرفی مقصد، دعوت از فعالان گردشگری و برقراری ارتباط میان بنگاه‌های دو کشور نقش مؤثری داشته باشد. از نگاه او، ظرفیت وزارت امور خارجه و نمایندگی‌های ایران در خارج از کشور باید بیشتر در خدمت معرفی گردشگری و توسعه ارتباطات حرفه‌ای قرار گیرد.

هاشمی نیز با تأکید بر اهمیت هزینه‌کرد گردشگر خارجی، گردشگری ورودی را فرصتی برای تقویت درآمد و اشتغال معرفی کرد. در این چارچوب، جذب گردشگر تنها افزایش تعداد ورود نیست؛ بلکه باید به خرید خدمات و کالا از کسب‌وکارهای داخلی و توزیع درآمد در مقصد منجر شود.

تغییر الگوی سفر؛ امنیت به جای تفریح

یکی از نکات مورد تأکید مدیرکل توسعه گردشگری، تغییر ماهیت تقاضای سفر در شرایط بحرانی بود. او توضیح داد که در چنین دوره‌هایی، انگیزه تفریح جای خود را به جست‌وجوی امنیت می‌دهد و سفرها بیش از آنکه تابع جاذبه مقصد باشند، تحت تأثیر ارزیابی خانواده‌ها از شرایط قرار می‌گیرند.

این تغییر برای کسب‌وکارها پیامدهای متفاوتی دارد. ممکن است یک مقصد با افزایش حضور مسافر روبه‌رو شود، اما مقصدی دیگر، با وجود برخورداری از امکانات اقامتی و خدماتی، تقریباً از چرخه سفر کنار برود. بنابراین، افزایش رفت‌وآمد در چند استان لزوماً به معنای بهبود وضعیت کل گردشگری کشور نیست.

فاطمی، توزیع جغرافیایی سفر را از محورهای اقدام پس از بحران معرفی کرد و از استفاده از تبلیغات رسانه‌ای، ظرفیت چهره‌های اثرگذار و برگزاری رویدادها برای فعال کردن مقاصد مختلف خبر داد. به گفته او، در ادامه این اقدامات، ضریب اشتغال در برخی استان‌ها از جمله قزوین، آذربایجان شرقی، آذربایجان غربی و کردستان به بالای ۶۵ درصد رسید.

او همچنین به برنامه «مهر جنوب» و معرفی مقاصدی مانند شیراز، اصفهان، بوشهر، هرمزگان، خوزستان، یزد، کرمان و سیستان و بلوچستان اشاره کرد و گفت در مرحله دیگری از این برنامه، ۵۱۶ رویداد پیش‌بینی شده است.

حفظ بنگاه‌ها؛ شرط حفظ نیروی انسانی

در بخش دیگری از نشست، موضوع حمایت از کسب‌وکارهای آسیب‌دیده مطرح شد. فاطمی از پیگیری استمهال تعهدات بیمه‌ای و مالیاتی سخن گفت و تأکید کرد که حفظ اشتغال باید در تصمیم‌گیری‌های اقتصادی مورد توجه قرار گیرد؛ زیرا فشار بر بنگاهی که درآمد آن متوقف شده، می‌تواند به تعطیلی و تشدید رکود منجر شود.

اهمیت این موضوع در گردشگری به ساختار هزینه بنگاه‌ها بازمی‌گردد. کاهش مسافر به معنای حذف هزینه اجاره، حقوق، نگهداری تجهیزات و سایر تعهدات نیست. در چنین شرایطی، حتی یک کسب‌وکار دارای سابقه و بازار مشخص نیز ممکن است برای ادامه فعالیت با مشکل نقدینگی مواجه شود.

حبیب‌زاده دیگر میهمان نشست، تصویر ملموس‌تری از این وضعیت ارائه کرد. او گفت برخی آژانس‌ها که پیش‌تر حدود ۳۰ نفر نیروی انسانی داشتند، اکنون با دو یا سه نفر فعالیت می‌کنند و بخشی از کارکنان سابق آنها از بیمه بیکاری استفاده می‌کنند. به گفته او، در برخی دفاتر نیز حقوق کارکنان شش تا هفت ماه به تعویق افتاده، اما صاحبان کسب‌وکار تلاش کرده‌اند نیروهای خود را حفظ کنند. این روایت، مسئله اشتغال گردشگری را فراتر از تعداد شاغلان نشان

اشتغالی که سریع شکل می‌گیرد و زود آسیب می‌بیند

به گزارش بازارکار، اگرچه در این نشست موضوعات متنوعی مطرح شد، دغدغه مشترک سخنرانان، فاصله میان ظرفیت‌های گردشگری و توان بالفعل این بخش برای ایجاد اشتغال پایدار بود.

هاشمی با اشاره به ویژگی دوگانه اشتغال گردشگری توضیح داد که ورود نیروی کار به این حوزه می‌تواند نسبتاً سریع اتفاق بیفتد، اما همین اشتغال در برابر بحران‌ها حساس است و با کوچک‌ترین اختلال، احتمال خروج نیروی انسانی از بازار کار افزایش می‌یابد.

این ویژگی، اهمیت تکنیک «ایجاد شغل» از «پایداری شغل» را نشان می‌دهد. افزایش تعداد واحدهای گردشگری یا صدور مجوزهای تازه، زمانی به تقویت بازار کار منجر می‌شود که بنگاه‌ها بتوانند در دوره‌های کاهش سفر نیز فعالیت خود را ادامه دهند. در غیر این صورت، رشد مقطعی کسب‌وکار با تعدیل نیرو، کاهش دستمزد و خروج افراد باتجربه همراه خواهد شد.

از این منظر، پرسش اصلی نشست تنها این نبود که گردشگری چه تعداد شغل می‌تواند ایجاد کند؛ بلکه این مسئله نیز مطرح بود که چگونه می‌توان از مشاغل موجود محافظت کرد و فرصت‌های جدید را بر پایه تقاضای واقعی، مهارت و مزیت‌های محلی شکل داد.

بحران سفر؛ از تعطیلی آژانس‌ها تا آسیب به زنجیره خدمات

فاطمی در تشریح آسیب‌پذیری گردشگری، بحران‌های طبیعی، بحران‌های سلامت مانند کرونا، ناآرامی‌های اجتماعی و اختلال در ارتباطات مالی و رسانه‌ای را از عوامل اثرگذار بر این بخش برشمرد و جنگ را شدیدترین نوع بحران برای فعالیت‌های گردشگری دانست. او با اشاره به پیامدهای بحران جنگ تحمیلی در نشست گفت بیش از پنج هزار آژانس مسافرتی در کشور به‌طور کامل تعطیل شدند و ۴۵ هزار نفر از نیروهای این دفاتر بیکار شده بودند. به گفته وی، این نیروها محرک فعالیت زنجیره‌ای از خدمات بودند که حدود یک میلیون و ۶۰۰ هزار شغل در حمل‌ونقل، هتل‌داری، بوم‌گردی، راهنمایی گردشگران و پذیرایی را دربر می‌گرفت.

این ارقام در سخنان فاطمی، ناظر بر ابعاد آسیب در دوره بحران بود و نباید آن را به معنای بیکاری تمام شاغلان زنجیره وابسته تلقی کرد. با این حال، توضیحات او نشان می‌داد که توقف فعالیت دفاتر مسافرتی، صرفاً مسئله یک رشته صنعتی نیست و می‌تواند جریان درآمد در مجموعه بزرگی از کسب‌وکارها را مختل کند.

وی همچنین از توقف گردشگری در بسیاری از مقاصد و تمرکز سفر در گیلان، مازندران و اردبیل سخن گفت. به گفته او، لغو پروازها حتی خروج مسافران از کیش را با دشواری مواجه کرد و تخلیه مسافران بیش از یک هفته زمان برد.