نمایش جاذبه‌ها با کالای وارداتی

صنعت توریسم به یک اشاره بند است

ونوس بهنود
دبیر تحریریه
vbehnood@gmail.com

در حالی که گفته می‌شود با برخورداری از یک میلیون اثر باستانی وهزاران جاذبه طبیعی چهارفصل، ایران یکی از قطب‌های صنعت توریسم خاورمیانه است، عملاً در ورود به این صنعت حتی قدم‌های ابتدایی را جسته گریخته طی می‌کند. ششمین نمایشگاه بین‌المللی سفر، اکوتوریسم، ماجراجویی، آفرود، کمپینگ، اتوکمپینگ، تجهیزات و صنایع وابسته مرداد ماه امسال در مرکز دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی ایران مال در حالی برگزار شد که بسیاری از خلأهای ورود به بازار و صنعت توریسم را عیان کرد.

برنامه‌ریزی صحیح در معرفی جاذبه‌ها برای جذب سرمایه‌گذار تا گردشگر، حضور بخش دولتی و نهادهای مجری گردشگری در معرفی توانمندی‌ها، فرصت‌سازی برای راهنمایان تور، معرفی برندهای اقلام و وسایل مورد نیاز مرتبط با توریسم، معرفی زمینه‌های حمایت از برگزاری تورهای گردشگری بین‌المللی، ارتباط دهی تولیدکننده داخلی و خارجی، فرصت‌سازی برای شرکت‌های گردشگری در معرفی توانمندی خود و ارتباط گیری با همکاران خارج از کشور و مهمتر از همه معرفی توانمندی‌های بالقوه کشور جهت ورود به صنعت توریسم از موارد مورد غفلت این نمایشگاه بود.

غیاب برندها و فروش تحت لیسانس

در عین حال که انتظار می‌رود نمایشگاه‌های در عیار بین‌المللی نسبت به معرفی آخرین تولیدات ودستاوردها اقدام کنند، بخش اعظم نمایشگاه توریسم به فروش کالاهایی با عنوان تحت لیسانس اختصاص داشت و این اجناس تحت لیسانس فرانسه، امریکا، آلمان، استرالیا و ترکیه از سوی غرفه داران به بازدیدکنندگان معرفی شد ند .

یکی از غرفه داران در پاسخ به خبرنگار «ایران جمعه» گفت: چیزی تحت عنوان برند اصلی در نمایشگاه نداریم و برندها نمی‌آیند؛ اما نمایندگی و محصولات تحت لیسانس کشورهای دیگر را داریم.

وی به چادرهای مسافرتی اشاره کرد که روی آنها مارک‌های خارجی دوخته شده است و گفت: هیچ کدام از اینها تولید ایران نیست. این اظهارات در حالی است که اساساً هیچ غرفه‌ای نمی‌تواند اثبات کند که محصولی که عرضه می‌کند متعلق به کشور خاصی است و این به اطلاعات و دانش مشتری برمی‌گردد که بتواند با شناخت نسبت به انتخاب و خرید کالای خاصی اقدام کند. از طرفی فروش اجناسی که به اذعان غرفه داران اجناس با کیفیت چینی است، یکی از موضوعات تعجب برانگیز این نمایشگاه بود. به‌طوری که یکی از غرفه‌ها نسبت به عرضه اجناس چینی اقدام می‌کرد و مدعی بود که با تخفیف ویژه و به مراتب ارزان‌تر از بازار می‌فروشد.

مدیر برگزاری نمایشگاه توریسم در گفت‌وگو با «ایران جمعه» تصریح کرد: تجهیزاتی که در حوزه طبیعت‌گردی، آفرود و کوهنوردی داریم به دلیل های تک بودن معمولاً تولیدات خارجی است و در چند سال اخیر عزمی در بین تولیدکنندگان داخلی بوده که یک سری از محصولات را بومی سازی کرده و تولید کنند. علیرضا پیله‌ور تصریح کرد: هرسال که نمایشگاه برگزار می‌شود شاهد افزایش تولیدات داخلی هستیم ودر این دوره از نمایشگاه نیز ۵۰ درصد تولیدات محصولات داخلی است. وی در خصوص تبلیغات در سطح بین الملل این نمایشگاه و شکستن برخی تعاریف نادرست از وجه گردشگری کشور، تصریح کرد: ما از طریق ارتباطات با تولید کنندگان خارجی نسبت به معرفی این نمایشگاه اقدام کردیم و با توجه به شرایط تحریم خیلی از شرکت‌ها به سختی به ما محصول می‌دهند. برخی شرکت‌ها شرکای اروپایی و امریکایی دارند و اگر قبل از دوران تحریم به ایران محصولات خود را ارسال می‌کردند، الان با محدودیت مواجه هستند.

به گفته پیله‌ور با وجود تمامی سختی‌ها، کالاهایی در کشور تأمین یا تولید می‌شود و در اختیار تولیدکننده قرار می‌گیرد. این در حالی است که با توجه به گردشگری چهارفصل در ایران، برای رشد و گسترش گردشگری داخلی، حمایت از تولید داخلی و رونق گردشگری منجر به توزیع عادلانه ثروت خواهد شد.

مدیر برگزاری نمایشگاه توریسم بیان کرد: عموماً مناطق گردشگری ما مناطق محرومی است و از طریق گردشگری داخلی می‌توانیم ثروت را از مناطق برخوردار به کم‌برخوردار ببریم و انتظار از مسئولان نیز این است که فرصت را برای رونق گردشگری مهیا کنند.

این طبیعت‌گرد معتقد است برخی اخبار می‌تواند تأثیر منفی در گردشگری داشته باشد و سازمان‌های ذیربط باید روی فرهنگ‌سازی و قانونگذاری تلاش کنند تا مسافران سفرهای ایمن و بدون تنش داشته باشند چرا که هرچقدر سفرها افزایش یابد هم مناطق محروم، برخوردار خواهند شد و هم زیبایی‌های کشور در سطح بین‌المللی معرفی می‌شود و منجر به حضور گردشگر خارجی و ارزآوری خواهد شد.

وی در خصوص ادعای برخی غرفه داران در خصوص نمایندگی برخی برندها و نحوه پایش کالاها در نمایشگاه اضافه کرد: به‌عنوان برگزار کننده به‌دلیل ارتباط مستمر با فعالان این حوزه، محصولات را بررسی می‌کنیم و شرکت‌هایی که بی‌نام و نشان باشند، در نمایشگاه مشارکت نمی‌دهیم و این شرکت‌ها همگی معتبر بوده و نمایندگی واقعی دارند. به‌عنوان مثال محصولات استرالیایی در این نمایشگاه به وفور دیده می‌شود که به‌دلیل اقلیمی که دارد بزرگترین تولید کننده محصولات کمپینگی در طبیعت محسوب می‌شود و بیشتر محصولات ارائه شده نمایشگاه نیز نمایندگی از استرالیا دارند.

استقبال مردم و بویژه قشر برخوردار

درآن سوی ماجرا سؤال این است که آیا چنین نمایشگاهی در چنین وضعیت اقتصادی مورد استقبال مردم است؟

غرفه داران معتقد بودند اغلب مراجعان صرفاً بازدید می‌کنند و گروه اندکی نسبت به خرید اقدام کرده‌اند. هر چند قرارگیری این نمایشگاه در ایران مال نکته ظریفی از معرفی ظرفیت‌های گردشگری ایران است و موجب می‌شود حتی مراجعان این مجموعه سری هم به طبقه نمایشگاه بزنند اما به اعتقاد یکی از غرفه داران اغلب مراجعان اقشار مرفه و بیشتر جوانان هستند. وی با اشاره به خودروهای کمپینگ گفت: به‌دلیل اینکه طبیعت‌گردی نیازمند تأمین تجهیزات گرانبهاست، خرید کمتر صورت می‌گیرد و بیشتر جوانترها و همچنین گروه‌های گردشگری راغب به خرید تجهیزات هستند. این تأکید در حالی است که حتی قائل شدن تخفیف ۲۰ درصدی و بسیاری از تمهیدات برای حضور راحت و مفرح علاقه‌مندان به صنعت توریسم نیز موجب نشد تا قشر متوسط به چنین نمایشگاهی احساس نیاز کند.

یکی از مراجعان در این خصوص گفت: تجهیزات طبیعت‌گردی وکمپینگ به حدی گران است که نمی‌توان خرید آن را به سادگی و بی‌دغدغه انجام داد. یک چادر مسافرتی چهارنفره بیش از ۱۰ میلیون تومان قیمت دارد و در چنین وضعیتی خانواده‌های اندکی می‌توانند نسبت به خرید آن اقدام کنند.

وی با اشاره به علاقه‌مندی خود و خانواده‌اش به طبیعت‌گردی تصریح کرد: مردم اغلب یک یا دو مورد از ضروری‌ترین تجهیزات مانند یک چادر معمولی یا اجاق مسافرتی را تهیه می‌کنند و از خرید مابقی منصرف می‌شوند.

این شهروند معتقد است در صورتی که کالاهای تولید داخل داشتیم بی‌شک قیمت آن پایین‌تر و در تناسب با وضعیت اقتصادی خانواده‌ها بود.

در مقابل مدیر برگزاری نمایشگاه توریسم معتقد است اینکه محصولات در سبد خرید خانوار است یا نه یک بحث فرهنگی است و در نمایشگاه، اقشار مختلف از متوسط تا مرفه بازدید داشتند. ما بحثی تحت عنوان سفر ارزان را داریم و وقتی که خانوار تمامی اقلام مورد نیازش را در هنگام سفر با خود به همراه می‌برد و هزینه اقامت پرداخت نمی‌کند این سفر ارزان می‌شود.

به گفته پیله‌ور هزینه اقامت در سفرهای داخلی ما بخش قابل توجهی از هزینه‌ها را شامل می‌شود و زمانی که شما هزینه اقامت ندارید و با کاروان خود سفر می‌کنید، هزینه‌ها تا حد قابل توجهی کاهش پیدا می‌کند. در واقع هزینه اصلی تأمین سوخت خواهد بود یا اقامت به شکل کمپینگ دیگر هزینه اقامت ندارد و فرد در طبیعت اقامت دارد. تأکید ما راه‌های صحیح مسافرت و طبیعت‌گردی است و اینکه مردم بتوانند به سفر بروند بدون اینکه به طبیعت صدمه بزنند.