



برنامه جامع پیشرفت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی ایران



اندیشکده پیشرفت گردشگری ایران

فروردین ماه ۱۴۰۰

اندیشکده پیشرفت گردشگری ایران



کشور ایران شأنش خیلی بالاتر از این است که به عنوان یک کشور درجه دوم در دنیا محسوب شود. این کشور باید در سطح بالای کشورها و ملت‌ها قرار داشته باشد. سابقه تاریخی ما میراث فرهنگی ما، توانایی‌های مردمی ما ظرفیت‌های طبیعی ما، همه به ما این را املاء و دیکته می‌کنند.

۱۳۹۰/۵/۲۶



اندیشکده پیشرفت گردشگری ایران

خلاصه مدیریتی برنامه جامع پیشرفت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی ایران

بازآفرینی سبد محصولات صنایع دستی، برندسازی مجدد و افزایش تبلیغات برای تغییر ذهنیت مشتریان و بازدیدکنندگان بین‌المللی برای جلب اعتماد تعداد بیشتری از مشتریان و گردشگران ضروری است. افزایش آگاهی درباره ایران به عنوان مقصدی منحصر به فرد با تنوع فرهنگی و آمادگی برای پذیرش انواع گردشگران بین‌المللی از سراسر جهان و مخصوصاً کشورهای مسلمان و شیعیان در یک محیط جغرافیایی و اقلیمی منحصر به فرد در درجه اول اهمیت قرار دارد.

این حوزه می‌تواند از نظر اقتصادی، شرایط ایجاد اشتغال، کاهش بیکاری و افزایش درآمد را تسهیل کند. میزان سرمایه‌گذاری برای ایجاد یک فرصت شغلی در صنعت گردشگری بسیار پایین‌تر از دیگر صنایع است. طبق آمار سازمان جهانی گردشگری از هر ۱۲ تا ۱۵ شاغل در دنیا یک شغل به گردشگری اختصاص داشته و هر پنج تا ده گردشگر یک فرصت شغلی ایجاد می‌کنند در حال حاضر حدود ۲۶۰ میلیون نفر در جهان در صنعت گردشگری و صنایع مرتبط، به صورت مستقیم و غیرمستقیم اشتغال به کار دارند. درآمدهای حاصل از این صنعت در مجموع حدود نه درصد تولید ناخالص داخلی کشورهای جهان را به خود اختصاص داده است. این مسئله نشان می‌دهد بخش گردشگری قدرت جذب حدود شش تا هشت درصد شاغلین را دارد.

بنابراین، هدف از تدوین برنامه جامع پیشرفت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی ایران، نفی آنچه موجود است نیست، بلکه برعکس:

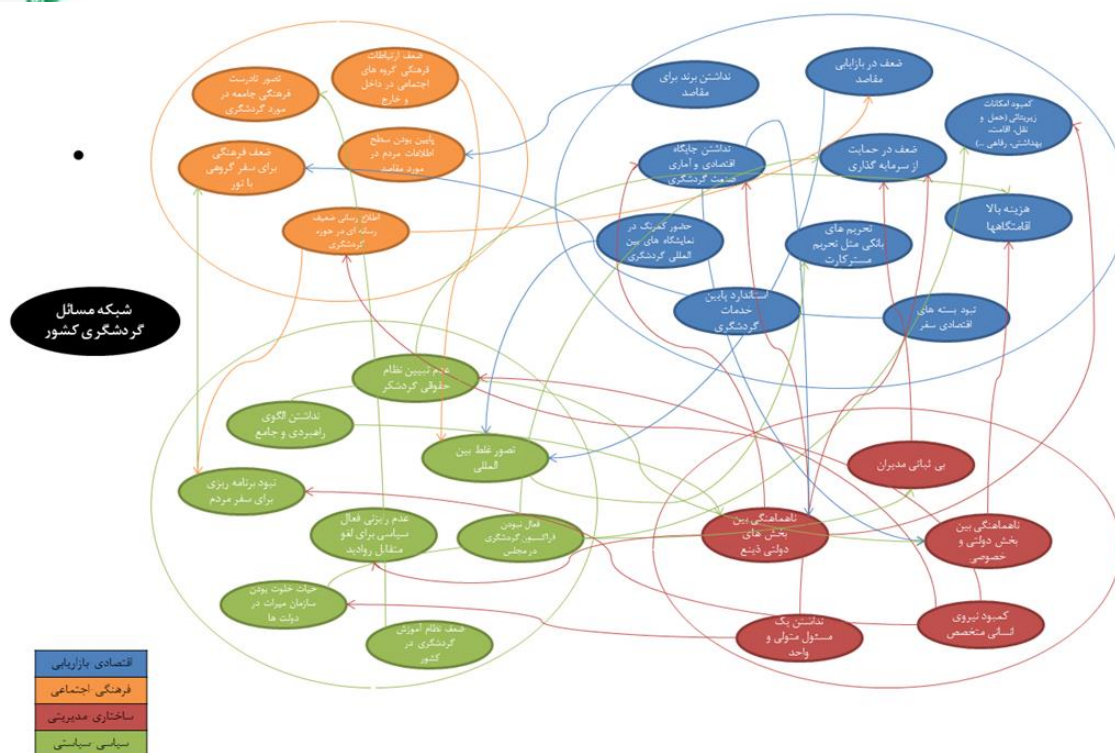
۱- بهره برداری از تلاش‌ها و طرح‌های گذشته و فعلی وزارتخانه، صنعتکاران، هنرمندان و تورگردان‌های بخش خصوصی

۲- تهیه ابزارهای لازم برای موفقیت و پیشرفت آنها و همچنین تکرار الگوهای موفق به منظور افزایش کیفیت تجربه بازدیدکنندگان و جامعه محلی در سراسر ایران است.

همچنین، برنامه جامع پیشرفت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی ایران برای تکمیل طرح جامع گردشگری (که تدوین خواهد شد) و به گونه‌ای همسو با آن تدوین شده است و توصیه‌های کوتاه مدت و میان مدتی با هدف ارتقاء جایگاه میراث فرهنگی، تعالی توان تجاری صنعتگران صنایع دستی و افزایش تعداد بازدیدکنندگان بین‌المللی ایران در یک قالب منسجم تر ارائه می‌دهد.

با توجه به مسائل و مؤلفه‌های شناسایی شده صنعت گردشگری ایران در تحقیقات گوناگون، شبکه مسائل گردشگری کشور استخراج و در قالب تصویر ادامه ترسیم شده است. همان‌طور که در شکل پیداست تأثیرگذاری و تأثیرپذیری مسئله‌ها و مؤلفه‌ها در ۴ بخش مختلف (اقتصادی-بازاریابی، سیاسی-سیاستی، فرهنگی-اجتماعی و ساختاری-مدیریتی) نسبت به هم قابل دسته بندی است.

اندیشکده پیشرفت گردشگری ایران



شبکه مسائل مستخرج گردشگری جمهوری اسلامی ایران

در ادامه، چشم انداز و رویکرد استراتژیک جامع پیشرفت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی ایران ارائه می شود.

ایران مقصد گردشگری خانواده

با توجه به شبکه مسائل مستخرج و اینکه فرهنگی ایران بیش از ۱۰۰۰ سال است که با فرهنگ اسلامی ادغام شده و فرهنگ ناب و اختصاصی اسلامی- ایرانی ظهور کرده است که خود می تواند قطب گردشگری ایران باشد، راهکارهای کلان به این شرح استخراج گردید:

۱. انتخاب مخاطبان کشورهای اسلامی به عنوان بازار هدف به این دلیل که مخاطب مسلمان به دنبال محیطی با رعایت شئونات اسلامی - غذای حلال - تفریحات دارای چارچوب و محیط خانوادگی است؛
۲. ارائه بسته های جذاب برای گونه های دارای ظرفیت در گردشگری ایران؛
۳. تصویرسازی ایران به عنوان مقصد رقابتی از بعد قیمت برای گردشگران اسلامی؛
۴. فراهم کردن بسترهای گردشگری خانواده؛
۵. نگاه دقیق در برنامه ریزی و توسعه صنایع دستی و زیرساخت های جذب گردشگر با رویکرد مردمی سازی.

برنامه جامع پیشرفت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی ایران با در نظر گرفتن محدودیت های موجود و بهره برداری حداکثری از فرصت ها به گونه ای فراگیر، شرایط تحقق این چشم انداز را فراهم می آورد. اقدامات گسترده ای برای تحقق اهداف استراتژیک زیر صورت خواهد گرفت.



اندیشکده پیشرفت گردشگری ایران

استراتژی ۱: مردمی‌سازی در جهت تقویت هماهنگی و همکاری و مشارکت مردمی در صیانت از میراث فرهنگی و گردشگری جامعه محور

• راهبرد اول بر ایجاد هماهنگی و انسجام در بخش میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی و زیربخش‌های آن متمرکز است. این راهبرد به تدوین سیاست‌های جدید برای مردمی‌سازی میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری جامعه محور جهت نظارت بهتر و تضمین کیفیت از طریق استانداردسازی، صدور مجوز و شبکه سازی معطوف است.

استراتژی ۲: بهره‌گیری از تخصص ایران در زمینه علوم اسلامی برای دستیابی به مزیت رقابتی در حوزه گردشگری اسلامی - ایرانی

• راهبرد دوم بر ایجاد هماهنگی و انسجام در زیربخش‌ها در حوزه گردشگری اسلامی متمرکز است. این هدف به ایجاد فرایندهای جدید اعطای گواهی جهت نظارت بهتر و تضمین کیفیت از طریق استانداردسازی، صدور مجوز و شبکه‌سازی معطوف است. همچنین پیشرفت در صنایع دستی اسلامی - ایرانی هم تقویت می‌شود.

استراتژی ۳: به روزرسانی رویه‌ها و الگوهای موجود در بخش‌های دولتی و خصوصی و همچنین دارایی‌های بلااستفاده میراث فرهنگی

• راهبرد سوم بر تجدید یا تقویت رقابت‌پذیری از راه بروزآوری فرایندهای وزارتخانه متمرکز است که شامل رویه ارائه خدمات برای پیشرفت در حوزه صنایع دستی، گردشگری و میراث فرهنگی می‌شود. این امر به تلفیق فعالیت‌ها و زیربخش‌های مختلف وزارتخانه و بهبود همکاری ذینفعان نیاز دارد.

استراتژی ۴: تغییر تصویر ایران از طریق برندسازی مجدد

• راهبرد چهارم بر تغییر تصویر ایران در کشورهای هدف از طریق یک کارزار تهاجمی بازاریابی در کشورهای منتخب با استفاده از مجاری نوآورانه متمرکز است.

هدف این استراتژی‌ها، ارائه چارچوب روشنی برای راهبری وزارتخانه میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی در راستای تغییر چهره ایران به عنوان یک مقصد گردشگری همراه با درآمدزایی از طریق هوشمندی در شناخت بازارهای هدف و ظرفیت بی‌نظیر موجود در کشور است. دستیابی به این هدف بلند پروازانه، با توانایی دولت در ارائه حمایت‌های جهت‌دهی شده و تدوین سیاست‌ها و مقررات مورد نیاز و همچنین اتخاذ شیوه‌های مسئولانه برای تحقق پیشرفت و اتخاذ شیوه‌های تجاری منصفانه توسط بخش خصوصی مقدور است.



اندیشکده پیشرفت گردشگری ایران

فهرست

۳..... خلاصه مدیریتی برنامه جامع پیشرفت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی ایران

۶..... فهرست

..... پیشگفتار

..... مقدمه

..... پیشرفت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی ایران

..... ایجاد بازارهای نوین و تغییر تصور از مشتری هدف

..... هدف از تدوین برنامه

..... پیشرفت اقتصادی در حوزه میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی

..... روندهای آتی میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی

..... توجه روز افزون به مسئولیت پذیری

..... پیشرفت های فناورانه

..... گردشگری بیش از حد

..... اقتصاد اشتراکی

..... تقاضا برای تجارب واقعی سفر

..... بهره گیری از فرصت آخر

..... مصرف بهینه منابع غذایی

..... جریان های آتی در جهان

..... زیربخش های میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی دارای قابلیت و اولویت پیشرفت در ایران

..... پیشرفت جامعه محور

..... ارزش روزافزون میراث فرهنگی

..... محوریت طبیعت در گردشگری و صنایع دستی

..... روندهای جهانی گردشگری سلامت

..... شناخت توانمندی ها در جهت ایجاد آمادگی برای آینده ای رقابتی تر

..... موقعیت جغرافیایی مطلوب

..... مقصد تاریخی شناخته شده

..... گردشگری به عنوان یک بخش اولویت دار

..... تأثیر اقتصادی مثبت



اندیشکده پیشرفت گردشگری ایران

سهم گردشگری در تولید ناخالص داخلی.....

قابلیت های رقابتی و منحصر به فرد میراث فرهنگی ایران.....

صنایع دستی و پیشرفت اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی.....

بازار گردشگران ورودی خارج از منطقه ایران.....

محرك های عملکرد میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی ایران.....

مزیت های نسبی.....

جاذبه های ایران.....

مزیت های رقابتی.....

رقابت پذیری از نظر تقاضا.....

رقابت پذیری از نظر عرضه.....

اهمیت تاکید بر میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی از سوی دولت.....

مهم ترین چالش ها.....

دسترسی به نهاده ها و منابع.....

نبود افراد مسئول و تصمیم گیر جهت حفاظت از جاذبه ها.....

عدم هماهنگی در درون و میان دستگاه های دولتی مسئول فعالیت ها.....

عملیات و تولید بنگاه ها.....

کمبود سرمایه گذاری ملی و بین المللی.....

سطح پایین خلاقیت مسئولان، تورگردانان و تصمیم گیران.....

ورود به بازار.....

رقابت فزاینده در صنعت جهانی گردشگری.....

کمبود برنامه های بازاریابی.....

ضعف دسترسی به مقاصد.....

شبکه مسائل گردشگری.....

تأثیر بحران کرونا (کووید ۱۹) بر میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی ایران.....

راه پیش رو.....

چشم انداز و رویکرد استراتژیک جامع پیشرفت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی ایران.....

برنامه های آتی.....

رهنمودهایی برای اقدام.....

فراغت از اسلام هراسی.....

اندیشکده پیشرفت گردشگری ایران

- کیف پول مشترک فراگیر
- کاروان گردشگری بانوان
- ایران اسلامی
- ساخت مستند زندگی افراد تازه مسلمان شده
- ایجاد تجارخانه اسلامی
- راه اندازی آپ
- حرکت به سمت اقدام
- منابع: