

در راستای توسعه گردشگری، هر یک از شهرهای ایران به تنهایی ظرفیت پذیرش و جذب گردشگران داخلی و خارجی بسیاری را دارند چرا که هر کدام دارای جاذبه‌هایی منحصر به فردی از میراث فرهنگی، تاریخی و مذهبی، تفریحی و طبیعی هستند اما برای توسعه و رونق این صنعت و پایداری آنچه باید کرد؟ یک پسر، طرح اولین پارک موضوعی زیارت در کشور هم معتقد است که «شهرداری‌ها به عنوان متولیان اصلی در حوزه شهری باید گردشگری را از زوایای مختلف مدنظر قرار دهند»، وی ابراز می‌کند: «یک حوزه مبنایی در پایداری گردشگری در شهر بحث برند شهری است، یعنی یک شهر را به چه عنوان و با چه شناسه‌ای در ذهن گردشگر و مسافر تعریف کنیم که بیشترین تأثیر را داشته باشد، مثلاً در مشهد بحث زیارت و در اصفهان بخش آثار تاریخی و ملی تعریف می‌شود اما یکی از حوزه‌هایی که اهمیت بیشتری دارد بحث توجه به زیرساخت‌های شهری است چرا که اولین نیاز گردشگر در بدو ورود، اسکان و حمل و نقل است و شهرداری با اختیاراتی که در صدور مجوز و نظارت دارد، نقش مهمی در این دو حوزه ایفا می‌کند. یک پسر یکی از مؤلفه‌های مهم را در بحث جذب و پایداری در گردشگری را حوزه اطلاعات و نیاز گردشگر به این عرصه می‌داند و می‌افزاید: «توسعه سامانه‌های مجازی در این حوزه نقش به سزایی دارد، هر چند در جامعه ایرانی سامانه‌های اطلاع‌رسانی سنتی هنوز جایگاه خود را حفظ کرده است اما وجود تابلوهای راهنمای شهری، بروشورها و مراکز راهنمای گردشگر مستقر در مبادی ورودی و خروجی شهر، نقش مؤثری در این امر دارند.»

چالش شهرهای زیارتی در موضوع گردشگری

یکی از ویژگی‌های خاص شهرداری‌هایی مثل مشهد و قم این است که برخلاف سایر شهرداری‌های کشور علاوه بر هزینه‌های معمول در بحث گردشگری، هزینه‌های دیگری هم مانند خدمات ویژه برای زائرین کم‌درآمد دارد و شاید این مسئله را نتوان در قالب درآمدزایی دید، لذا در این زمینه دولت باید توجه ویژه‌ای به تخصیص اعتبارات داشته باشد. رفیعی در این زمینه می‌گوید که «۹۵ درصد هدف زائران از سفر به مشهد زیارت و مابقی سیاحت است و اکثر آن‌ها عمدتاً تمکن مالی بالایی ندارند، برای همین نمی‌توان عوارض بالایی از آن‌ها دریافت کرد»، وی ادامه می‌دهد: «باید برای درآمد پایدار شهرداری ردیف بودجه‌های مالی زیارت به‌روز شده و دولت با توجه به جایگاه زیارتی و شهر ملی مشهد توجه ویژه‌ای به این امر داشته باشد، این امر می‌تواند جایگاه ثابتی در سطح کلان درآمدی داشته باشد. مدیر پژوهشکده گردشگری جهاد دانشگاهی با توجه به این مسئله توصیه‌ای به سایر نهادهای دولتی دارد، وی می‌گوید: «خیلی از نهادها و دستگاه‌های متولی گردشگری باید بخشی از هزینه‌های شهرداری را در راستای افزایش خدمات گردشگری، متقبل شوند تا ضمن توسعه گردشگری در شهر و پایین آمدن هزینه‌ها، درآمد ثابت شهرداری از این صنعت افزایش یابد.» وی معتقد است که سرمایه‌گذاری در حوزه گردشگری و بالا بردن ماندگاری مسافر در شهر، سبب می‌شود که هتل و اصناف انتفاع بیشتری ببرند و به تبع شهرداری هم عوارض بیشتری بگیرد که در اینجا بایستی نظام دریافت عوارض به درستی شکل بگیرد.

ثانوی هم با اشاره به شرایط خاص مشهد و وجود زائرین کم‌درآمد، معتقد است «چون هزینه‌های شهرداری در حوزه گردشگری از درآمدهای آن خیلی بالاتر است، درآمد صنعت گردشگری در مشهد در مقایسه با سایر شهرها منفی است و نمی‌تواند به عنوان یک درآمد پایدار محسوب شود.» نبود مدیریت یکپارچه شهری همواره بهانه‌ای البته بجا در دست مدیران شهرداری در توجیه برخی نواقص است. البته همکاری‌های گسترده شهرداری‌ها با برخی پروژه‌های پرآوازه تحت عنوان سهامداری و غیره نشان می‌دهد راهکارهایی دیگری نیز برای کسب درآمد از چنین ظرفیت‌هایی وجود دارد؛ اما به هر روی واقعیت این است که شهرداری‌ها با توجه به درگیری با حوزه‌های مختلف حکمرانی و گردش مالی قابل توجه برای اداره و توسعه گردشگری حداقل در محدوده شهری از سازمان میراث فرهنگی و گردشگری توانا تر و سزاوارترند و به نظر می‌رسد تا زمانی که این حوزه متکی به بودجه‌های دولتی است نباید منتظر تحول خاصی در آن بود. در شهری مانند مشهد موضوع زیارت نیز طرف سومی به وجود می‌آورد که کار را پیچیده‌تر می‌کند همین مدیریت چندگانه طرف‌های صاحب حق را دچار بی‌انگیزگی و سرگشتگی می‌کند بخصوص زمانی که تقسیم کار شفاف و عادلانه‌ای در کار نباشد. ■

چند برابر درآمدی که از این طریق کسب کرده، متحمل هزینه شده است، در حالی که گردشگری یک فرصت درآمدی عالی برای درآمدزایی است.» رفیعی تأکید می‌کند که عوارضی که شهرداری به صورت غیرمستقیم از گردشگری می‌گیرد، درآمدی پایدار اما ناچیز است که به هیچ وجه جوابگوی هزینه‌های شهرداری نیست.

۵۰۰ میلیارد به جیب چینی‌ها!

یک پسر نیز ضمن بیان این مطلب که «اقتصاد شهر مشهد و خیلی دیگر از شهرها از اقتصاد خرید زائران و سوغات زائر بی‌بهره است» می‌گوید: «گردش اقتصادی بازار سوغات زائر در مشهد مبلغی معادل ۵۰۰ میلیارد تومان است که در مقایسه با خیلی از ارقام توسعه‌ای رقم قابل توجهی است ولی سهم عمده‌ای از آن را چینی‌ها می‌برند، در حالی که می‌توان به راحتی با صرف سرمایه‌ای اندک و ایجاد صنایع نرم به سمت اقتصاد مقاومتی در مدیریت شهری و درآمد پایدار شهری گام برداشت.» وی می‌افزاید: «اقتصاد مقاومتی یعنی اقتصاد درون‌زا، پس باید این ظرفیت‌های اقتصادی تقویت و به این امر توجه شود تا اقتصاد پایدار توسعه یابد.»

شهرداری‌ها سهمی از گردشگری ندارند

ثانوی، مدیر گردشگری شهرداری مشهد معتقد است که «آمار درآمد پایدار در شهرداری‌های ایران از صنعت گردشگری با آمار دیگر شهرهای دنیا خیلی متفاوت است چرا که در ایران مدیریت واحد شهری وجود ندارد و همین امر سبب شده که بخشی از درآمدهای کسب شده از این طریق به سوی نهادها و حوزه‌های دیگر رفته و مستقیم در شهرداری و برای شهر هزینه نشود.» ثانوی ابراز می‌کند: «تمام درآمدهای شهرداری از گردشگری به شکل غیرمستقیم و از محل دریافت عوارض از اصناف، اماکن و هتل‌ها کسب می‌شود ولی در شهرهای پیشرفته دنیا که این صنعت رونق بالایی هم دارد، به شکل مستقیم و سریع‌تر دریافت می‌شود چرا که تمام حوزه شهری و منافع آن در اختیار شهرداری است.»

عوارض گردشگری و سهم شهرداری‌ها گرفتار مسیر وزارت اقتصاد و کشور

هر چند هزینه‌های خدمات، عوارض از محل هتل‌ها و اصناف و اعتبارات بانکی بخشی از درآمدهای شهرداری‌ها را تأمین می‌کند اما باز هم سهم شهرداری‌ها از این عوارض، در مسیری میان وزارت اقتصاد و وزارت کشور گرفتار است و با چالش‌های بی‌شماری مواجه است. این در حالی است که با توجه به تکالیف قانونی شهرداری‌ها در برنامه پنجم توسعه در جهت ایجاد نظام درآمدی پایدار، استفاده از ظرفیت‌های این صنعت، می‌تواند نقش بسزایی در تأمین درآمد پایدار برای شهرداری‌ها به خصوص شهرهای کوچک و کم‌درآمد داشته باشد.

شرط کسب درآمد از گردشگری؛ برند سازی برای شهرها