



جمهوری اسلامی ایران

وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی



برنامه پیشنهادی
حوزه میراث فرهنگی، گردشگری و
صنایع دستی

دولت سیزدهم

سید عزت الله ضرغامی

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



فهرست مطالب

2	مقدمه:
4	ظرفیتهای پیشران اقتصادی و فرهنگی وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی
5	ظرفیت اشتغال و درآمدزایی صنعت گردشگری:
6	انواع گونه های گردشگری قابل پیشرفت در ایران اسلامی:
7	ظرفیت های پیشرانی میراث فرهنگی - تاریخی و طبیعی
7	ظرفیت های پیشرانی صنایع دستی و هنرهای سنتی
9	الگوی جهت گیری وزارتخانه در دولت ایران قوی
9	حوزه گردشگری
10	وضعیت صنعت گردشگری در یک نگاه:
11	بررسی نقاط قوت، نقاط قابل بهبود، فرصتهای امید آفرین و تهدیدهای صنعت گردشگری:
14	حوزه میراث فرهنگی و طبیعی
15	وضعیت میراث فرهنگی و طبیعی در یک نگاه:
15	بررسی نقاط قوت، نقاط قابل بهبود، فرصتهای امید آفرین و تهدیدهای میراث فرهنگی:
17	حوزه صنایع دستی و هنرهای سنتی
18	وضعیت وضعیت صنایع دستی در یک نگاه:
18	بررسی نقاط قوت، نقاط قابل بهبود، فرصتهای امید آفرین و تهدیدهای صنایع دستی:
20	برنامه های تحولی پیشنهادی
21	برنامه های پیشنهادی جهت تحول در وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی:

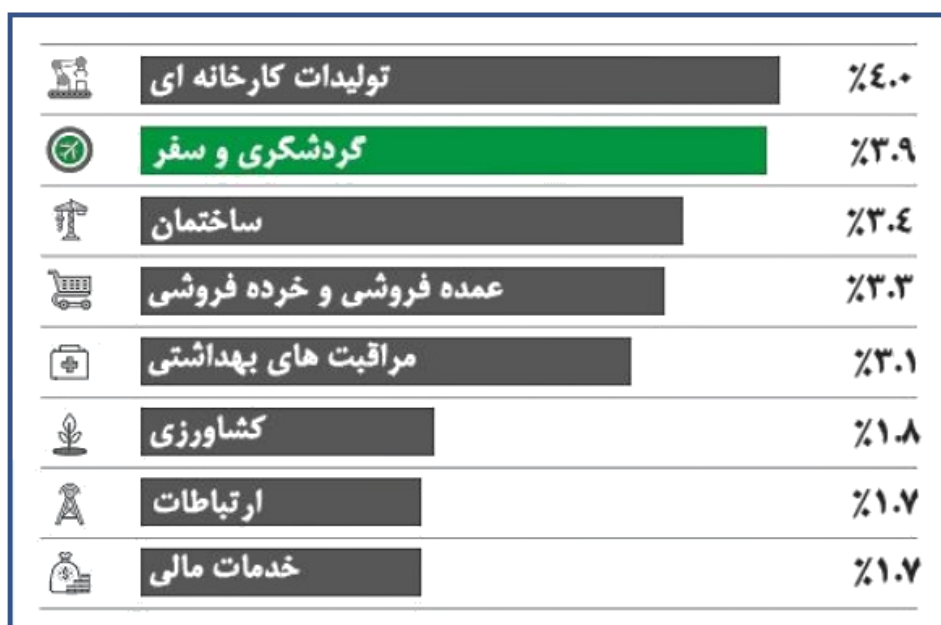
مقدمه:

وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی به عنوان یک وزارتخانه جوان (از حیث ایجاد نه از حیث قدمت موضوع) می باشد وزارتخانه ای که در 24 تیرماه 1398 رسماً از سطح معاونت ریاست جمهوری به یک وزارتخانه تبدیل شد.

باوجود گذشت یکسال از مهلت قانونی ولی همچنان لایحه اهداف و وظایف این وزارتخانه به مجلس شورای اسلامی ارسال نگردیده است. و وزارتخانه جدید به غیر از نداشتن قانون اهداف و وظایف مشخص دوچار مسائل و چالش هایی درونی و بیرونی خاص خود می باشد.

همچنین باید گفت که ظرفیت های قانونی فراوانی برای توسعه ظرفیت های این وزارتخانه وجود دارد که می تواند نقش آفرینی آن را در دست یابی به رهیافت های کلی بیانه گام دوم انقلاب اسلامی و الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت ارتقا دهد.

صنعت گردشگری به دلیل ماهیت کاربر بودن خود، وابستگی شدیدی به نیروی انسانی دارد و از آن به عنوان صنعتی با ظرفیت بالای اشتغالزایی برای تمام افراد جویای کار با هر سطح سواد، مهارت و قابلیت یاد می‌شود. گردشگری می‌تواند موتور محرکه‌ی سایر بخشهای اقتصادی در کشور باشد و از نقدینگی حاصل از آن، می‌توان در بسیاری از بخشهای اجتماعی و اقتصادی کشور سرمایه‌گذاری نمود. گزارش شورای جهانی سفر و گردشگری در سال 2018 نشان دهنده این است که صنعت گردشگری در بین 8 صنعت رو به رشت جهانی، بعد از تولیدات کارخانه‌ای، دارای رتبه دوم بیشترین رشد سالانه در تولید ناخالص جهانی می‌باشد.

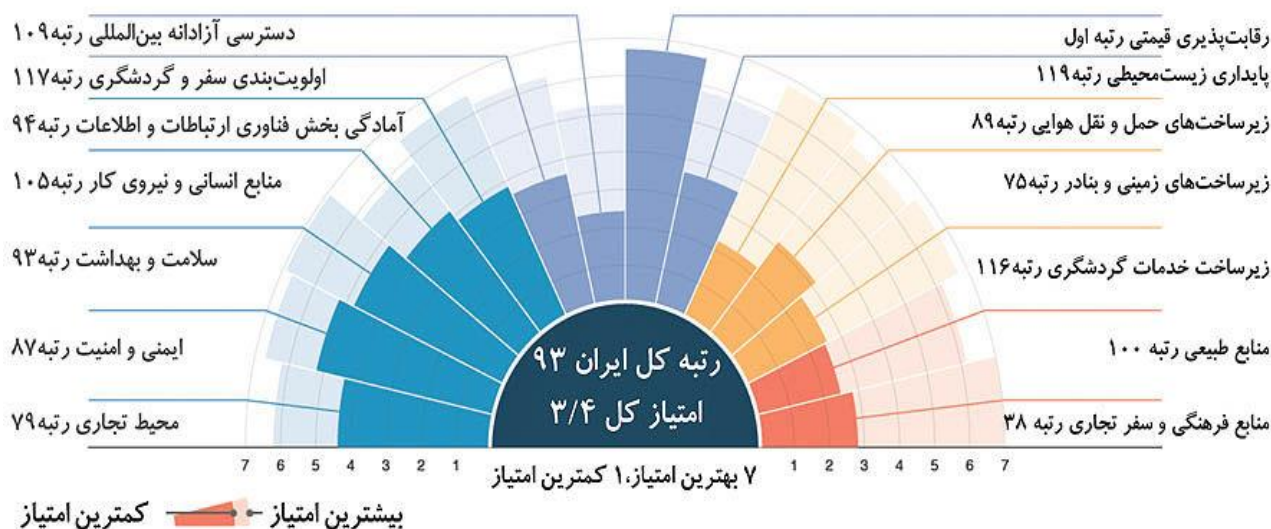


شکل 1: جایگاه و رتبه صنعت گردشگری در بین 8 صنعت رو به رشد جهانی در سال 2017

بر اساس گزارش منتشر شده پیرامون وضعیت رقابت‌پذیری گردشگری کشورها از سوی مجمع جهانی اقتصاد در سال گزارش سال 2018 - 2017 ایران رتبه 69 را بین 137 کشور کسب نموده که گامی مثبت برای پایان روند نزولی ایران در سال های اخیر است. اگر چه امتیاز و نمره ایران در سال های اخیر افزایش چشمگیری نداشته است.

نمودار ذیل روند رتبه و نمره ایران (نمره از 1 تا 7 است) در شاخص رقابت پذیری جهانی در سال سال 2018 - 2017 را نمایش می دهد. بدیهی است که افزایش ورود گردشگران بدلیل همین مزیت قیمتی، علاوه بر کاهش فشار بر ذخایر ارزی، می‌تواند به عنوان راه‌کاری برای جلوگیری از انزوای ایران باشد. از این رهگذر، گردشگری به عنوان ابزاری برای مبارزه با شرایط دشوار تحریم‌ها و کمک به احیای اقتصاد کشور، درخور توجه و برنامه‌ریزی بیشتر است.

عملکرد ایران در گزارش رقابت پذیری گردشگری مجمع جهانی اقتصاد در سال ۲۰۱۷



شکل ۲: عملکرد ایران در گزارش رقابت پذیری گردشگری مجمع جهانی اقتصاد در سال ۲۰۱۷

با توجه به ماهیت چند وجهی بودن و داشتن متولیان متعدد برای اکثر شاخص ها فوق، برای بهبود شاخص های رقابت پذیری سفر و گردشگری و کسب جایگاه واقعی صنعت گردشگری کشور در فضای بسیار رقابتی در منظومه صنعت گردشگری جهانی، نیازمند عزم ملی، تصمیم حاکمیتی و تخصیص اعتبارات لازم و همکاری و همراهی همه نهادهای و سازمانهای مرتبط می باشد.

ظرفیت های پیشران اقتصادی و فرهنگی وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی

گسترش صنعت گردشگری به عنوان صنعتی که با حوزه های مختلفی نظیر میراث فرهنگی، صنایع دستی، کشاورزی، بخش های مختلف اقتصادی، محیط زیست و خدمات در تعامل بوده، دارای اهمیت فراوان است و توسعه آن باعث رشد و پیشرفت اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، دیپلماسی سیاسی و ... خواهد شد. در حال حاضر بسیاری از کشورهای منافع اقتصادی و اجتماعی خود را از توسعه گردشگری دریافت می کنند و درآمدهای حاصل از گردشگری را برای توسعه زیرساخت های بخش های مختلف اقتصادی کشور به کار می گیرند.

با توجه به میزان ارتباط صنعت گردشگری با سایر بخش های اقتصادی، میزان رشد ارزش افزوده در طی سالیان گذشته، پایین بودن سرانه هزینه متوسط ایجاد اشتغال، تامین نیازهای روحی و روانی جامعه، مزیت های نسبی طبیعی،

وجود کشش و تقاضای بالا برای گردشگران داخلی و خارجی، امکان به حرکت درآوردن و رشد و توسعه بخش های مختلف اقتصادی کشور (حمل و نقل، اقامت، فرهنگی تفریحی، خوراکی، صنایع دستی، درمان و ...)، این صنعت می تواند یکی از مهم ترین لوکوموتیوها و پیشرانهای اقتصادی کشور باشد.

ظرفیت اشتغال و درآمدزایی صنعت گردشگری:

صنعت گردشگری به سرعت در حال رشد بوده و در حال تبدیل به شدن بزرگ ترین و پردرآمدترین صنعت در ابعاد جهانی است، به طوری که در سال 2017، 10/4 درصد از تولید ناخالص داخلی، 10 درصد از کل اشتغال و یک شغل از هر 5 شغل ایجاد شده جهانی را به خود اختصاص است. در سال 2017 متوسط رشد تولید ناخالص داخلی جهانی 3 درصد بوده و لی متوسط رشد صنعت گردشگری 4/6 درصد بوده است، که نشان دهنده ظرفیت بسیار بالا و آینده رو به رشد این صنعت است (گزارش شورای جهانی سفر و گردشگری، 2018).

سهم گردشگری ایران در اقتصاد / منبع: شورای جهانی سفر و گردشگری					
رشد میانگین از ۲۰۱۸ تا ۲۰۲۸	درصد از کل در سال ۲۰۲۸	رشد ۲۰۱۸	درصد از کل در ۲۰۱۷	آمار ۲۰۱۷ (میلیارد دلار)	
۲,۵	۲,۷	۷,۴	۲,۸	۱۱,۸	مشارکت مستقیم در تولید ناخالص داخلی
۲,۸	۷,۱	۶,۷	۷,۳	۳۰,۷	مشارکت کلی در تولید ناخالص داخلی
۱,۳	۲,۱	۵,۵	۲,۱	۵۵۲	مشارکت مستقیم در اشتغال
۱,۵	۶,۱	۴,۹	۶,۱	۱۵۷۸	مشارکت کلی در اشتغال
۳,۴	۳	۸,۱	۳,۹	۴,۶	صادرات گردشگری
۲,۳	۳,۶	۷,۲	۲,۹	۱۶,۴	هزینه سفر داخلی
۲,۲	۲,۳	۷,۳	۲,۶	۱۹,۴	هزینه سفر تفریحی
۶,۳	۰,۳	۹,۱	۰,۲	۱,۶	هزینه سفر کاری
۵,۸	۴,۲	۶	۳,۳	۲,۸	سرمایه گذاری

شکل (3): تولید ناخالص داخلی سفر و گردشگری ایران در سال 2017 (منبع: گزارش شورای جهانی سفر و گردشگری 2018)

سهام مستقیم و مجموع سهم صنعت گردشگری ایران از نظر تولید ناخالص داخلی، اشتغال و سرمایه‌گذار در مقایسه با اقتصاد گردشگری جهانی در سال 2017 در جدول فوق مورد بررسی قرار گرفته است.

بنا بر آمارهای جهانی سهم گردشگری داخلی 71.2 درصد از کل اقتصاد سفر و گردشگری جهان را تشکیل می‌دهد. لذا پایه و اساس توسعه پایدار صنعت گردشگری کشور باید بر مدار گردشگری داخلی باشد. هم‌اکنون بیش از 80 درصد سهم بازار گردشگری در ایران مربوط به گردشگران داخلی است.

برای اینکه بتوانیم در صنعت گردشگری کشور یک جهش و تحول ایجاد کنیم، نیاز به طرح‌ها و ابتکاراتی است که بتواند این صنعت را با همه ابعادش دگرگون کند. البته باید توجه داشت که سیاست‌گذاری‌ها باید به گونه‌ای باشد که گردشگری حول محور خانواده رشد کند، چراکه علاوه بر اینکه آفت‌های اجتماعی این صنعت کاهش می‌یابد، می‌تواند به نوبه خود باعث کاهش آسیب‌های اجتماعی در جامعه نیز شود.

مطابق با آمارهای موجود، در ایران حدود 40 درصد از مردم اصلاً سفر نمی‌روند. حال اگر شرایطی وجود داشته باشد که این 40 درصد سفر کنند، به طور حتم علاوه بر آورده‌های فرهنگی و رشد صنعت گردشگری باعث ایجاد اشتغال بسیار زیادی خواهد شد.

انواع گونه‌های گردشگری قابل پیشرفت در ایران اسلامی :

- ❖ گردشگری فرهنگی (Cultural tourism)
- ❖ طبیعت‌گردی (Ecotourism)
- ❖ گردشگری روستایی (Rural tourism)
- ❖ گردشگری ماجراجویانه (Adventure tourism)
- ❖ گردشگری سلامت (Health tourism)
- گردشگری پزشکی (medical tourism)
- گردشگری تندرستی (Wellness tourism)
- ❖ گردشگری کسب و کار (Business tourism)
- ❖ گردشگری خوراک (Gastronomy tourism)
- ❖ گردشگری ساحلی و دریایی (Coastal and maritime tourism)
- ❖ گردشگری شهری (Urban/city tourism)
- ❖ گردشگری کوهستان (Mountain tourism)

❖ گردشگری آموزشی (Education tourism)

❖ گردشگری ورزشی (Sports tourism)

❖ گردشگری حلال (Halal tourism)

❖ گردشگری کشاورزی (Agriculture tourism)

❖ گردشگری مذهبی (Religious tourism)

❖ گردشگری آیینی (Ritual tourism)

❖ گردشگری رویداد (Event tourism)

ظرفیت های پیشرانی میراث فرهنگی - تاریخی و طبیعی

ایران جزء ده کشور اول جهان در حوزه ثبت میراث فرهنگی در فهرست آثار جهانی است. به عبارتی 24 اثر فرهنگی کشور که در فهرست میراث جهانی به ثبت رسیده اند می توانند به عنوان جاذبه های گردشگری عمل نمایند که بتواند سالانه مقصد بسیاری از گردشگران داخلی و خارجی باشد ظرفیتی که همچنان از قوه به فعل در نیامده است و نتوانسته است به عنوان ابزار هویت سازی و غرور آفرین برای ایران و ایرانی درآید. همچنین ایران اسلامی هفتمین کشور در حوزه ثبت میراث ناملموس یونسکو در جهان است، میراث هایی که ریشه در فرهنگ کهن و غنی این مرز و بوم دارد و ظرفیت بسیار بالایی برای همگرایی ملی و حتی همبستگی کشور های همسایه و حوزه تمدنی را دارا می باشد. کشوری با ثبت بیش از 16 میراث ناملموس جهانی در یونسکو و بیش از 1900 اثر ناملموس فرهنگی ثبت شده ملی، طبعاً بستر ها و ابزار لازم برای توسعه و پیشرفت گردشگری را دارا می باشد و این امر نیازمند یک همت عالی و همگرایی و هماهنگی های بین نهاد های متولی است.

نکته ای که باید ذکر کرد اینکه از حدود یک میلیون اثر تاریخی و فرهنگی صرفاً حدود 32 هزار ثبت شده ملی شده اند، که علاوه بر ایجاد تدابیر لازم برای حفاظت و مرمت و احیاء این آثار با همکاری بخش خصوصی و مردم علاقه مند باید روند ثبت و تعیین حریم آثار ثبتی را با جدیت مورد توجه قرار داد.

علاوه بر میراث فرهنگی و تاریخی وجود بیش از 570 میراث طبیعی ملی ثبت شده که 2 مورد از این میراث طبیعی در فهرست میراث جهانی نیز به ثبت رسیده اند، خود گواه و شاهدهی است که نشان می دهد این وزارتخانه به عنوان متولی میراث فرهنگی و طبیعی کشور می تواند از ظرفیت های موجود به عنوان پیشران فرهنگی و اقتصادی کشور استفاده نماید.

ظرفیت های پیشرانی صنایع دستی و هنرهای سنتی

صنایع دستی به عنوان یکی از محور های مهم صنایع فرهنگی محسوب می شود. ظرفیت های موجود در این هنر- صنعت می تواند به عنوان یکی از مولفه های پیشرفت اقتصاد فرهنگ مورد بهره برداری قرار بگیرد.



آنچه مسلم است اینکه صنایع دستی باید بتواند کاربرد و کارکرد خود را در سبک زندگی کنونی جامعه بازتعریف نماید و از یک محصول صرفاً تزئینی به محصولی کاربردی تبدیل شود.

وجود 296 رشته فعال در حوزه صنایع دستی، 14 شهر و روستای ثبت جهانی (ایران رتبه یک در ثبت شهرها و روستاهای جهانی را دارا می باشد) و 52 شهر و روستایی ثبت ملی گویای ظرفیت هایی است که توانایی پیشرانی این هنر صنعت را نشان می دهد.

بنابر گفته کارشناسان این حوزه، بیش از 70 درصد از شاغلان و فعالان این حوزه را زنان تشکیل می دهند. به عبارتی می توان گفت صنایع دستی بهترین ابزار برای ایجاد تعادل بین کار و زندگی است. کاری که حاصل ذوق و قریحه هنری فرد و نشأت گرفته از تاریخ و فرهنگ این سرزمین است.

تقویت شأن و ارج نهادن به فعالان و شاغلان این هنر صنعت و بهبود وضعیت عرضه و تقاضا می تواند منجر به شکوفایی ظرفیت های درون زای این حوزه گردد.

الگوی جهت گیری وزارتخانه در دولت ایران قوی

در اسناد بالادستی جمهوری اسلامی ایران و قوانین موضوعه توجه ویژه‌ای به میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی شده است. مهمترین این قوانین عبارت اند از:

1. بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی؛
2. سند الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت؛
3. نقشه مهندسی فرهنگی کشور؛
4. سیاست های ابلاغی مقام معظم رهبری (مدظله) در حوزه های کلان ؛
5. قانون احکام دائمی برنامه های توسعه و برنامه ششم؛
6. قانون تنظیم بخشی از مقررات مالی دولت و الحاقات 1 و 2؛
7. قانون تشکیل سازمان میراث فرهنگی و گردشگری؛
8. قانون توسعه صنعت ایرانگردی و جهانگردی؛
9. قانون حمایت از مرمت و احیای بافتهای تاریخی - فرهنگی؛
10. قانون حمایت از هنرمندان، استادکاران و فعالان صنایع دستی؛
11. سند راهبردی توسعه گردشگری جمهوری اسلامی ایران؛

حوزه گردشگری

وضعیت صنعت گردشگری در یک نگاه:

خلاصه‌ای از وضعیت گردشگران ورودی و خروجی، گردشگران داخلی، زیر ساخت‌ها، حمل و نقل و قوانین و مقررات در جدول (2) توضیح داده شده است.

جدول (1): وضعیت صنعت گردشگری ایران در یک نگاه

عنوان	توصیف کارشناسی
گردشگری ورودی	<ul style="list-style-type: none">- آمار ورودی های به کشور قبل از کرونا حدود 8 میلیون و 700 هزار نفر بوده است.- بیش از 90 درصد از این ورودی های از کشور های همسایه ایران بوده است.- عراق، آذربایجان، ترکیه، افغانستان در صدر کشور های با بیشترین ورودی به کشور بوده اند.- حدود 75 درصد از ورودی های به کشور از طریق مرز های زمینی به کشور وارد شده اند.- فرودگاه های امام خمینی (ره)، شهید هاشمی نژاد (مشهد) و فرودگاه شیراز در صدر ورودی های هوایی به کشور بوده اند.- برآورد ها حاکی از این است که این حجم از گردشگر حدود 6 تا 7 میلیارد دلار عرض وارد کشور می کردند. <p>شرایط ایجاد شده به واسطه کرونا و بحران های جهانی موجب شده تا گردشگری ورودی به کشور متزلزل و متوقف گردد..</p>
گردشگری داخلی	<ul style="list-style-type: none">- گردشگری داخلی محور توسعه صنعت گردشگری است.- تا زمانی که یک کشور نتواند به افراد جامعه خود خدمات مطلوب گردشگری بدهد عملا نمی تواند ادعای میزبانی از میلیون ها گردشگر خارجی داشته باشد.- حدود 40 درصد از مردم ایران سالیانه به مسافرت (از نوع گردشگری) نمی روند.- برآورد ها گویای این است که حدود 30 درصد از کارکنان دولت نیز در سال مسافرت نمی روند.- این امر با کشور های پیشرو فاصله معنا داری دارد. (مثلا در آمریکا هر خانواده به طور میانگین 7 بار در سال مسافرت می رود) <p>گردشگری داخلی در ایران که عموما به واسطه گرایش به بازدید از اقوام یا زیارت شکل گرفته است، از نظر کیفیت تجربه در حال کاهش است.</p> <ul style="list-style-type: none">- با وجود برخی ظرفیت های قانونی، جمهوری اسلامی ایران در 4 دهه گذشته هیچ برنامه ریزی مشخص و هدفمندی برای توسعه گردشگری داخلی نداشته است.
گردشگری خروجی	<ul style="list-style-type: none">- سالیانه حدود 9 میلیون و پانصد هزار ایرانی از کشور خارج می شوند. (قبل از کرونا)- حدو 5 میلیون نفر از این افراد عازم سفر به عتبات عالیات هستند- و 4 میلیون نفر دیگر با رویکرد سیاحتی از کشور خارج می شوند.- در 4 دهه گردشگری خروجی اساسا در برنامه های ملی مورد نظر قرار نگرفته است و برای آن هدف گذاری صورت نگرفته است.- موضوعی که غالب کشور های دنیا از طریق آن روابط سیاسی و فرهنگی خود را با جوامع مورد هدف سفر تنظیم می کنند.
زیرساخت	<ul style="list-style-type: none">- آنچه مشخص است اینکه زیرساخت های گردشگری در حد و اندازه های ظرفیت های موجود توسعه یافته نیست.- بخش قالبی از زیر ساخت های گردشگری در اختیار نهاد ها و دستگاه هایی احرایی قرار دارد.- برآورد ها نشان می دهد که بخش اعظمی از پهنه ساحلی خزر در اختیار نهاد ها و ارگان هاست.- حمایت های از سرمایه گذاری بخش خصوصی انسجام و وحدت رویه ای ندارد و بورکراسی های موجود بزرگترین مانع هستند.

عنوان	توصیف کارشناسی
اقامت	<ul style="list-style-type: none"> - 6046 گونه انواع اقامتگاه ها در کشور وجود دارد - از این تعداد فقط 1272 هتل در کشور وجود دارد - در مجموع حدود 53616 اتاق و 129866 تخت اقامتی در کشور وجود دارد. - مداخلات بخش دولتی و خصوصی و ناتوانی بخش خصوصی در رقابت مهمترین عامل عدم توسعه زیر ساخت های اقامتی است. - نبود حمایت های لازم برای فعال سازی قابلیت های بخش خصوصی.
حمل و نقل	<ul style="list-style-type: none"> - فرسودگی و ناکارآمدی ناوگان حمل و نقل عمومی کشور یکی از مشکلات حال و آینده صنعت گردشگری است. - گرانی حمل و نقل عمومی یکی از موانع عمده توسعه گردشگری داخلی است. - تکیه سیستم حمل و نقل گردشگران داخلی بر استفاده از خودروی شخصی بوده است و تنوع پکیج های حمل و نقلی با توجه به وسعت و مساحت کشور ارائه نشده است.
سیاست گذاری	<ul style="list-style-type: none"> - ناکافی بودن وجود عزم سیاسی در پیشرفت گردشگری. - بین بخشی بودن سیاستگذاری در صنعت گردشگری و عدم همگرایی متولیان امر مانع جدی در توسعه این صنعت است. - نداشتن جهت گیری صحیح سیاست ها برای فعال سازی بخش های خصوصی، دولتی و حاکمیتی و خودکفایی گردشگری و بهبود نظام بودجه ریزی گردشگری یکی از بزرگترین چالش های سیاستگذاری گردشگری است. - کم توجهی به سیاست های تکمیلی حمایتی گردشگری و میراث به عنوان دو بال توسعه ملی.
قوانین و مقررات	<ul style="list-style-type: none"> - کمبود قوانین و مقررات مرتبط با حقوق گردشگران. - عدم به روز رسانی قوانین و مقررات حوزه گردشگری. (آخری قانون گذاری در این حوزه مربوط به 30 سال پیش است) - اجرایی نشدن قوانین تسهیلگر گردشگری داخلی. (ماده 25 قانون تنظیم بخشی مقررات مالی دولت) - ناکافی بودن قوانین تکمیلی برای حمایت از گردشگری داخلی با تاکید بر خانواده ها.

بررسی نقاط قوت، نقاط قابل بهبود، فرصت های امید آفرین و تهدیدهای صنعت گردشگری:

چکیده ای از نقاط ضعف، قوت، فرصت ها و تهدیدهای صنعت گردشگری ایران در جدول (3) ارائه شده است.

جدول (2): نقاط ضعف، قوت، فرصت ها و تهدیدهای صنعت گردشگری ایران

عنوان	شرح مبسوط
نقاط قوت	<ul style="list-style-type: none"> - ارتقای جایگاه تصمیم گیری از سازمان به وزارتخانه و افزایش قدرت تعامل با سایر دستگاه ها - گستردگی اثرگذاری در سراسر کشور - حجم بالای نقش آفرینی در زندگی مردم و مردم پایه بودن - وجود ظرفیت های قانونی مختلف برای نقش آفرینی موثر - وجود ظرفیت های سرشار و متنوع طبیعی فرهنگی و تاریخی. - وجود 17 بازار بالقوه همسایه با جمعیت حدود 600 میلیونی. - وجود ظرفیت های تندرستی و پزشکی برای جذب گردشگر سلامت. - تولید گسترده و اکسن در کشور و فرصت سازی برای جذب گردشگران ورودی سلامت. - ارزان بودن ایران به عنوان یک مقصد مطلوب برای گردشگران خارجی - فراوانی نیروها و منابع انسانی در بخش گردشگری

عنوان	شرح مبسوط
	<ul style="list-style-type: none"> - تمایل به گذران اوقات فراغت در خارج از خانه توسط ایرانی ها - اشتراکات فرهنگی با کشورهای همسایه و کشورهای فرامنطقه - گسترش شبکه جاده ای و خودروهای شخصی خانوارها
<p>نقاط قابل بهبود</p>	<ul style="list-style-type: none"> - ایجاد گفتمان و تفاهم بین ذی نفعان و بازیگران اصلی گردشگری. - تغییر دیدگاه سیاستگذاران نسبت به توسعه گردشگری داخلی با محوریت خانواده. - ایجاد سازوکارهای لازم برای جداسازی اجرا و سیاستگذاری و تقویت بخش خصوصی و تعاونی - فراهم سازی سامانه مستند و بهروز آمارهای بخش گردشگری. - بودجه بندی گردشگری مبتنی بر وظایف و اختیارات دستگاههای مختلف. - اصلاح قوانین سرمایه گذاری خارجی برای برقراری امکان سرمایه گذاری های خرد در صنعت گردشگری ایران توسط خارجی ها. - استفاده از ظرفیت ایرانیان خارج از کشور برای بازاریابی صنعت گردشگری و سرمایه گذاری - بهبود سازوکار تولید محتوای تبلیغی برای کشور با تدوین استراتژی تبلیغاتی منسجم با استفاده رسانه های مجازی و همسو - ارتقای ظرفیت اداره دیپلماسی گردشگری وزارت امور خارجه برای نقش آفرینی بیشتر - استفاده موثر از ظرفیت های سازمان فرهنگ و ارتباطات به عنوان بازوی اجرایی تبلیغات گردشگری و میراث در خارج از کشور - استفاده از ظرفیت کسب و کارهای نوپا (استارت آپها) برای تولید محتوا تبلیغی و بازاریابی گردشگری و ورود گردشگر با الگوهای نوین بازاریابی - برنامه ریزی برای تغییر الگوهای درآمدی از گردشگران خارجی - برنامه ریزی برای پیش بینی گشت های گردشگری روزانه - هفتگی برای استفاده گردشگران خارجی در مقاصد توسط افراد محلی - به روز آوری زیرساخت های لازم جهت پرداخت های مالی با استفاده از ظرفیت های بین بانکی برای تبادل راحت و آسان ارز به داخل کشور توسط گردشگران ورودی - توجه به گردشگری دریایی به عنوان یکی از مزیت های نسبی کشور در گردشگری - با وجود سیاست های لغو ویزا، برنامه ریزی و تبلیغات مناسبی برای جذب گردشگران از کشورهای هدف انجام نشده است
<p>فرصت های امید آفرین</p>	<ul style="list-style-type: none"> - شروع از نقطه ای تقریباً برابر با کشورهای رقیب پس از شیوع پاندمی کرونا - نیاز روحی و روانی شدید اقشار مختلف به سفر و لزوم از این فرصت در پسا کرونا - برگزاری جام جهانی فوتبال 2022 در قطر کشور همسایه ایران که موجب جذب حدود 1 میلیون تماشاگر در حدود 2 ماه از پیش تا پس از برگزاری جام جهانی در همسایگی ایران - توسعه گردشگری سلامت و رقابت پذیری در سطح جهان (بیش از 94 بیمارستان دارای مجوز IPD و بیش از 41301 نفر پزشک متخصص برای رونق گردشگری پزشکی) - استفاده از ظرفیت های به کار گرفته نشده تاسیسات گردشگری دستگاه ها. - بهره برداری از اماکن مذهبی و بارگاه های متبرکه برای توسعه گردشگری زیارتی. (۸۱۶۷ امامزاده ثبت شده در کشور برای رونق گردشگری مذهبی و وجود بارگاه ملکوتی امام رضا(ع)) - وجود کشورهای مسلمان همسایه علاقمند به سفرهای زیارتی - جایابی سفر در افکار عمومی و رسانه های گروهی - حرکت گردشگری جهانی و رشد نمودارها و آمار مربوط به درآمدهای آن در عرصه بین المللی - گسترش مفاهیم صلح و دوستی میان ملت ها با تکیه بر گردشگری خارجی - بیش از 100 چشمه آبگرم برای رونق گردشگری تندرستی و وجود دو هزار گونه گیاهان دارویی،



عنوان	شرح مبسوط
	<ul style="list-style-type: none">- همجواری 7 استان با دریا- همجواری 7 استان با کویر- بیش از 10 قله بالای 3 هزار متر ارتفاع جزو 20 کشور برتر دارای تنوع زیستی- بیش از 2500 روستای هدف گردشگری در سراسر ایران برای گردشگری روستایی و بوم گردی- بیش از 1026 منطقه نمونه گردشگری شناسایی شده برای توسعه گردشگری
تهدید های جدی	<ul style="list-style-type: none">- پروژه ایران هراسی دشمنان نظام جمهوری اسلامی- رکود ایجاد شده در صنعت گردشگری به واسطه بحران کرونا.- تبلیغات و بازاریابی شدید کشورهای رقیب برای جذب گردشگران هر چه بیش تر از جمله جذب بازار ایران- حجم پایین سرمایه گذاری های خارجی در صنعت گردشگری ج.ا. ایران- مهاجرت متخصصان و اصناف گردشگری به سایر صنایع و کسب و کار های فعال.- تخریب های گسترده میراث طبیعی و فرهنگی به واسطه رفتار گردشگران و مسافران.- عدم ارایه الگو و نداشتن برنامه برای جایگزینی مناطق گردشگری داخلی- هجوم بدون برنامه و بی رویه مسافران به مقاصد هدف در یک زمان مشترک و فشار بر منابع و تاسیسات- توجه صرف به سفر و فقدان فرهنگ مسافرت و تبعات اخلاقی و زیست محیطی آن- فقدان نظام جامع حسابهای اقماری گردشگری کشور که درآمد حاصل از گردشگری بر متغیر های کلان اقتصادی نظیر اشتغالزایی و تولید ناخالص ملی را قابل احصاء نماید.- عدم کفایت هماهنگی و تبعیت سایر دستگاهها در امور میراثی و گردشگری- عدم عزم جدی و تصمیم هماهنگ در کشور برای توسعه گردشگری



حوزه میراث فرهنگی و طبیعی

وضعیت میراث فرهنگی و طبیعی در یک نگاه:

خلاصه‌ای از وضعیت میراث ملموس و ناملموس ملی و جهانی، موزه‌ها و میراث طبیعی در جدول (5) ارائه شده است.

جدول (3): وضعیت وضعیت میراث فرهنگی ایران در یک نگاه

عنوان	وضع موجود
میراث ملموس جهانی	- یازدهمین کشور در حوزه ثبت میراث فرهنگی یونسکو در دنیا - 22 میراث فرهنگی ملموس جهانی ثبت شده
میراث ناملموس جهانی	- هفتمین کشور در حوزه ثبت میراث ناملموس یونسکو در دنیا - 16 میراث ناملموس جهانی ثبت شده در یونسکو
میراث ملموس ملی	- بیش از 32 هزار اثر فرهنگی تاریخی ملموس ثبت شده ملی
موزه‌ها	- بیش از 500 موزه دایر در سراسر ایران
میراث طبیعی	- بیش از 570 میراث طبیعی ملی ثبت شده - 2 میراث طبیعی ثبت شده جهانی
میراث ناملموس ملی	- بیش از 1900 اثر ناملموس فرهنگی ثبت شده ملی

بررسی نقاط قوت، نقاط قابل بهبود، فرصت‌های امید آفرین و تهدیدهای میراث فرهنگی: چکیده‌ای از نقاط قوت، فرصت‌ها و تهدیدهای میراث فرهنگی ایران در جدول (6) ارائه گردیده است.

جدول (4): نقاط قوت، فرصت‌ها و تهدیدهای میراث فرهنگی ایران

عنوان	شرح مبسوط
نقاط قوت	<ul style="list-style-type: none"> • داشته‌های میراثی بسیار غنی اکتشاف شده و نشده (نزدیک یک میلیون اثر) در کشور. • تنوع تاریخی و فرهنگی آثار و بناهای میراثی مربوطه به دوره‌های مختلف. • وجود متخصصان و دلسوزان علاقمند به میراث فرهنگی.
نقاط قابل بهبود	<ul style="list-style-type: none"> • برقراری ارتباط قوی مالی بین دو بخش گردشگری و میراث فرهنگی برای توسعه درونزا. • امکان استقرار نظارت عمومی برای حفاظت کارآمد میراث فرهنگی. • عدم وجود سازوکار نظارت دقیق بر نحوه اجرای قراردادها. • کمبود قوانین و مقررات حمایتی به منظور بهره‌گیری از ظرفیت بخش خصوصی در حوزه میراث‌داری. • به روز نبودن قوانین مربوط به میراث فرهنگی (قانون، در حوزه میراث فرهنگی مربوط به سال ۱۳۰۹ است) و ضرورت تنقیح و پالایش و بازنگری در این قانون و قوانین حمایتی در این حوزه نظیر طرح «حمایت از احیا و مرمت بافت‌های فرهنگی تاریخی و توانمندسازی ساکنین و مالکین آنها». • عدم وجود سازوکار مشخص جهت حمایت از سرمایه‌گذاران در حوزه میراث فرهنگی. • ارتقای عملکرد پژوهشگاه میراث فرهنگی • بهبود وضعیت شوراهای فنی استان‌ها • به روزسازی و اعلام عمومی بانک اطلاعاتی موزه‌ها، خانه‌های قدیمی، املاک و مستغلات تحت تملک وزارتخانه، پیمانکاران همکار وزارتخانه و شفاف‌سازی وضعیت مالی و اداری، مدیریتی و منابع انسانی پایگاه‌های جهانی، ملی و استانی.

عنوان	شرح مبسوط
فرصت های امید آفرین	<ul style="list-style-type: none">• یازدهمین کشور در حوزه ثبت میراث فرهنگی یونسکو در دنیا• 24 میراث فرهنگی ملموس جهانی ثبت شده• هفتمین کشور در حوزه ثبت میراث ناملموس یونسکو در دنیا• 16 میراث ناملموس جهانی ثبت شده در یونسکو• بیش از 32 هزار اثر فرهنگی تاریخی ملموس ثبت شده ملی• بیش از 1900 اثر ناملموس فرهنگی ثبت شده ملی• بیش از 500 موزه دایر در سراسر ایران• بیش از 570 میراث طبیعی ملی ثبت شده• 2 میراث طبیعی ثبت شده جهانی• وجود رسانه ها و گروه های مردم نهاد علاقمند به میراث فرهنگی.• استفاده از ظرفیت های جام جهانی 2022 در همسایگی ایران در کشور قطر.
تهدید های جدی	<ul style="list-style-type: none">• قاچاق روزانه آثار تاریخی-فرهنگی به کشورهای همسایه.• بلاتکلیف بودن وضعیت حریم های تپه ها و محوطه های تاریخی.• عدم وجود سازوکارهای کافی برای بیمه آثار و بناهای تاریخی و فرهنگی• سکوت قانونگذار در قبال آثار ثبت نشده تاریخی-فرهنگی واجد ارزش.• رشد قارچ گونه و غیر قابل کنترل اکتشافات و حفاری های غیر مجاز در کشور.• عدم همکاری دستگاه های دخیل با موضوعات حفاظت میراث فرهنگی.• موضوع حفظ بناهای ثبت شده ملی و جهانی و جلوگیری خروج از ثبت آنها• نبود سازوکارهای مناسب و کارآمد برای حمایت و حفاظت از میراث فرهنگی حاضر در فهرست ثبت آثار ملی.• تعارض منافع شرکت های مرمتی با بخش های مختلف میراثی دستگاه• عدم توجه جدی به ظرفیت مرکز مطالعات میراث ناملموس در غرب آسیا• به صرفه نبودن قرار گرفتن آثار تاریخی-فرهنگی در فهرست ثبت آثار ملی و تلاش مالکان برای خروج از ثبت.• تداخل حل نشده بین حقوق عمومی و خصوصی در زمینه مالکیت میراث فرهنگی.• نبود قوانین و مقررات به روز و کارآمد که تمام ابعاد و زوایای مسایل میراث فرهنگی را پوشش دهد.• نبود طبقه بندی و دسته بندی یکپارچه آثار تاریخی-فرهنگی.• شفاف نبودن سازوکارهای واگذاری بناهای تاریخی و فرهنگی توسط صندوق توسعه و احیا



حوزه صنایع دستی و هنرهای سنتی

وضعیت وضعیت صنایع دستی در یک نگاه:

خلاصه‌ای از وضعیت هنرمندان، تولیدکنندگان، مالکیت معنوی، واردات و صادرات صنایع دستی ایران در جدول (8) ارائه شده است.

جدول (5): وضعیت وضعیت صنایع دستی در یک نگاه

عنوان	شرح مبسوط
هنرمندان	بی توجهی و حمایت غیر کافی به هنرمندان، صنعتگران و پیشکسوتان صنایع دستی ضمنی ماندن دانش سنتی و ارزشمند صنایع دستی
تولید کنندگان	ناتوانی در رقابت با کشورهای تولید کننده صنایع دستی به واسطه قیمت تمام شده و دلالی‌ها
مالکیت معنوی	نبود سازوکارهای لازم برای ثبت مالکیت معنوی صنایع دستی و هنرهای مربوطه
واردات	ضربه‌های واردات بی رویه با قیمت‌های تمام شده غیر قابل رقابتی به صنایع دستی و فرایندهای مربوط
صادرات	به روز نبود سازوکارها و قوانین مربوطه تسهیل گر.

بررسی نقاط قوت، نقاط قابل بهبود، فرصت‌های امید آفرین و تهدیدهای صنایع دستی:

چکیده‌ای از نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای صنایع دستی ایران در جدول (9) توضیح داده شده است.

جدول (6): نقاط ضعف، قوت، فرصت‌ها و تهدیدهای صنایع دستی ایران

عنوان	شرح مبسوط
نقاط قوت	- وجود استعدادها و توانایی‌های بالا در جامعه برای تولید صنایع دستی - وجود ۳۷۰ رشته از ۴۶۰ رشته صنایع دستی جهان در ایران - وجود تنوع و تعدد محصولات صنایع دستی - عجبین بودن صنایع دستی با فرهنگ عامه

<ul style="list-style-type: none">- عدم معرفی صنایع دستی ایرانی به گردشگران با بکارگیری و آموزش روش‌های نوین تبلیغ و بازاریابی و فروش.- ناکافی بودن نمایشگاه‌های ثابت و مناسب برای ارائه صنایع دستی در مراکز استان‌ها و شهرها.- جدا شدن صناعی همچون صنعت فرش دستباف از فهرست صنایع دستی.- عدم توجه به برند سازی در حوزه صنایع دستی- عدم حمایت از سرمایه‌گذاران در بخش صنایع دستی به منظور حفظ این صنعت، ایجاد اشتغال پایدار و تحقق یکی از عرصه‌های بروز اقتصاد مقاومتی.- عدم همکاری مناسب بانک‌ها در اعطای تسهیلات مناسب به فعالان صنایع دستی- عدم فرهنگ سازی مؤثر به منظور استفاده کاربردی به جای استفاده تزئینی از آنها و اضافه شدن به فهرست اقتصاد خلاق و دانش بنیان کردن آن- عدم کارآمدی برخی از قوانین نظیر مشکلاتی که قانون کار در خصوص کارگاه‌های سنگ‌های قیمتی، صنعت گهر تراشی و طلا و جواهر به وجود آورده است.- ورود صنایع دستی خارجی بی کیفیت و تأثیر جدی بر تولیدات داخلی.- عدم اعطای درجه هنری به هنرمندان صنایع دستی و پراکندگی رسیدگی به وضعیت هنرمندان در وزارتخانه فرهنگ و ارشاد اسلامی و وزارت میراث- عدم تقویت و رفع موانع مشاغل خانگی.- نبود رشته‌های دانشگاهی مرتبط با صنایع دستی.- عدم حمایت از صادرکنندگان صنایع دستی و تأخیر در اعطای جوایز صادراتی.- بسته بندی ضعیف و نامناسب	<h3>نقاط قابل بهبود</h3>
<ul style="list-style-type: none">- قابلیت های بالقوه برای بهره برداری و درآمدزایی به واسطه انواع گردشگری (به طور خاص گردشگری رویداد).- مقام اول ایران از نظر تعداد نشان اعطا شده اصالت یونسکو- وجود هنرمندان مجرب در حوزه صنایع دستی- دسترسی به بازارهای متنوع با سلیقه های گوناگون	<h3>فرصت های امید آفرین</h3>
<ul style="list-style-type: none">- سی و نهمین صادرکننده صنایع دستی جهان با وجود سومین تولید کننده صنایع دستی جهان- عدم وجود برنامه برای برندسازی و ترفیع محصولات صنایع دستی در سطح ملی و جهانی- عدم جایگاه یابی هدفمند و مؤثر در بازارهای داخلی و جهانی- وجود رقبای جهانی که می توانند هزینه تمام شده پایین تری برای صنایع دستی داشته باشند.- رایج شدن کپی برداری از صنایع دستی اصیل ایرانی	<h3>تهدید های جدی</h3>



برنامه های تحولی پیشنهادی

برنامه های پیشنهادی جهت تحول در وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی:

- تسریع در ارایه‌ی لایحه‌ی شرح اهداف و وظایف وزارت میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری
- حداکثرسازی هماهنگی بین بخشی و رفع مداخلات بین دستگاهی
- تدوین برنامه‌های گردشگری و سفر برای دهک‌های مختلف درآمدی از طریق کاهش هزینه‌های تمام شده به واسطه استفاده از تأسیسات گردشگری دستگاه‌ها (ماده ۲۵ قانون تنظیم بخشی از مقررات مالی دولت (الحاق ۱) و ماده ۲۳ قانون مدیریت خدمات کشوری)
- ایجاد تحول کیفی و کمی در حوزه‌ی تبلیغات و رسانه در تمامی زمینه‌های مرتبط به میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی
- راه‌اندازی شبکه‌ی تلویزیون اینترنتی تخصصی حوزه‌ی گردشگری
- اجرای برنامه‌های گردشگری خانواده‌محور
- توسعه‌ی گردشگری در حوزه‌های فرهنگی، ادبی و ادیان و مذاهب با تمرکز بر کشورهای همسایه و حوزه‌ی تمدنی
- استفاده از ظرفیت گردشگری خروجی برای تقویت جذب گردشگری ورودی
- تلاش در جهت تسهیل و لغو روادید گردشگران ورودی از بازارهای هدف گردشگری
- ایجاد جاذبه‌های مکمل در مجاورت ظرفیت‌های گردشگری موجود
- حمایت از کسب‌وکارهای آسیب‌دیده از کرونا و برنامه‌ریزی برای مواجهه با موج گردشگری پسا کرونا (استمهال وام‌های اعطا شده، حق بیمه سهم کارفرما تامین اجتماعی، قبوض آب و برق و گاز در دوره‌ی کرونا و بخشودگی اجاره‌بهای اماکن در اختیار بخش خصوصی)
- تکمیل و ساماندهی نظام جامع آماری گردشگری

- ایجاد سامانه‌ی شفافیت در عقد قراردادهای و صدور و تمدید مجوزها برای مقابله‌ی ریشه‌ای با فساد
- بازبینی و شفاف‌سازی وضعیت موسسات و شرکت‌های اقماری
- پیگیری واگذاری بناهای تاریخی و فرهنگی در اختیار دستگاه‌ها و وزارت میراث فرهنگی به صندوق احیاء و توسعه برای احیاء و بهره‌برداری به بخش خصوصی
- جدیت در اجرای قانون حمایت از بافت‌های فرهنگی تاریخی و مالکین آن‌ها (مصوب ۱۳۹۸)
- جدیت در اجرای قانون حمایت از هنرمندان، استادکاران و فعالان صنایع دستی (مصوب ۱۳۹۶) و اجرای برنامه‌های مؤثر تشویقی برای چهره‌های ماندگار در حوزه‌ی هنرهای سنتی
- تقویت یگان حفاظت میراث فرهنگی و مردمی کردن حفاظت
- حمایت از استارت‌آپ‌ها و کسب‌وکارهای نوپا در حوزه‌ی میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی
- تسهیل عرضه و تقویت تقاضای محصولات صنایع دستی