

بسمه تعالی

نمای کلی گردشگری خروجی جمهوری خلق چین

(بخش نخست)

مقدمه:

با نگاهی به حضور حدود پنجاه و دو هزار نفر گردشگر چینی در ایران متوجه سهم بسیار اندک کشورمان از گردشگران خروجی چین می شویم، که نیازمند واکاوی و یافتن دلایل این موضوع می باشد. این گزارش که در چند مرحله ارائه خواهد شد، با بهره گیری از گزارشات منتشر شده از سوی سازمان جهانی گردشگری (UNWTO)، آکادمی گردشگری چین (CTA) وابسته به وزارت فرهنگ و گردشگری چین و همچنین پژوهش های صورت گرفته توسط بخش خصوصی آن کشور که در عرصه گردشگری فعالیت دارند، تهیه و تنظیم شده است. هدف اصلی از تهیه این گزارش گسترش و تعمیق شناخت بخش های مرتبط با صنعت گردشگری جمهوری اسلامی ایران از ظرفیت عظیم گردشگری خروجی چین می باشد. امید به آن که آشنایی هر چه بیشتر دست اندرکاران عرصه صنعت گردشگری کشورمان از این ظرفیت موجب گردد، سهم بیشتری از گردشگران خروجی چین را به خود اختصاص دهند.

جمهوری خلق چین از سال ۲۰۱۲ میلادی به یکی از بزرگترین بازارهای گردشگری خروجی تبدیل شده است. بر این اساس گردشگران چینی در سال ۲۰۱۸ حدود ۱۵۰ میلیون سفر به خارج از کشور انجام داده اند که رشدی پانزده درصدی داشته و بیش از ۲۷۷ میلیارد دلار در سفرهای خود هزینه نموده اند که رشد پنج درصدی را نسبت به سال گذشته نشان می دهد.

گردشگران خروجی چین اغلب در مناطق ثروتمند شرق و جنوب شرقی این کشور و در شهرهای شناخته شده سکونت دارند. پکن، تیانجین و خبی - دلتای رود یانگ تسه با مرکزیت شانگهای - دلتای رود مروارید در مرکز گوانجو و شنزن، مجموعه شهرهای چنگدو و چونچینگ و شهرهای پیرامونی آنها در امتداد میانه رود یانگ تسه از جمله این مناطق می باشند.

کشورها و مناطق پیرامونی چین و نزدیک در شمال شرقی و جنوب شرقی آسیا از قبیل هنگ کنگ، ماکائو و تایوان مقصد اصلی برای گردشگران چینی محسوب می شوند

ویژگی های اساسی گردشگری خروجی چین عبارتند از:

- جایگاه اجتماعی شهروندان چینی بر میزان مسافرت های خارجی آنها تأثیر شگرف گذاشته است.
- تسهیلات سفر (از جمله روادید) و کیفیت بالای انجام سفر بسیار حائز اهمیت است.
- جستجو برای معرفی فرصت ها و مقاصد جدید گردشگری توسط فعالین حوزه گردشگری آن کشور تأثیر و سهمی قابل توجه در این عرصه را بخود اختصاص داده است.
- دسترسی آسان به تارنمای شرکت ها و موسسات مسافرتی آنلاین در فضای مجازی و امکان بهره گیری از آنها توسط تلفن همراه نیز از دیگر عوامل موثر در روند گردشگری خروجی چین می باشد.

چشم انداز پیش روی:

نیروهای رانشی داخلی برای گردشگران خروجی چینی عبارتند از: افزایش ثروت، افزایش میانگین درآمد خانوار، تقویت جایگاه طبقه متوسط اجتماعی، میل به انجام سفرهای خارجی با هدف آشنایی با دیگر کشورها، رشد جایگاه مد و غیره.

متقابلاً نیروهای کششی خارجی نیز عبارتند از: سیاست های روادیدی آسان، جاذبه ها متنوع گردشگری، پروازهای مستقیم، ارائه فناوری های پیشرفته در قالب نرم افزارهای مرتبط، روند رشد مداوم صنعت گردشگری خروجی چین را تضمین می کند.

از سویی بازار گردشگری خروجی چین با پتانسیل حدود ۹۰ درصد شهروندان چینی روبروست که تاکنون به خارج سفر نکرده اند. بدیهی است بکارگیری شیوه های نوین، نوظهور و ارزشمند در این راستا نقش بسیار اثرگذاری را ایفاء می کند. این شیوه ها با در نظر گرفتن موارد زیر نقشی اساسی ایفاء می کنند:

- روند تکاملی نگرش گردشگران چین از مشاهده مناظر زیبا به مناظر لذت بخش و استفاده هایی تحت عنوان تجربه زندگی قابل درک می باشد.
- سرگرمی های فرهنگی در حال تبدیل شدن به یک امر ضروری نزد مردم چین بوده که برخورداری از تجربیات زندگی های محلی دیگر کشورها از آن جمله است.
- خدمات و بهره گیری از لوازم شخصی مورد نظر در طول سفر بویژه برای کسانی که سفرهای زیادی را انجام می دهند.

- بنابر این جاذبه های جدید مقاصد، جهت جذب گردشگر توسعه داده می شوند.
- مکان های تفریحی و فعالیت های فرهنگی و هنری را توسعه داده و تبلیغ کنید.
- خدمات گردشگری کشورها با فرهنگ و سبک زندگی مردم آن سرزمین مرتبط می باشد.
- جهت جذب گردشگران جوان با استفاده از شیوه های نوین از جمله بکارگیری نرم افزارهای قابل نصب روی تلفن همراه توجه ویژه ای شود. (بهره گیری گسترده شرکت ها و مؤسسات گردشگری دیگر کشورها از نرم افزارهای گردشگری جهت معرفی ظرفیت های خود در این حوزه در قلمرو کشور چین با استفاده از موتورهای جستجو چینی از قبیل بیدو بوضوح قابل مشاهده می باشد).
- ارائه محصولات و خدمات نوآورانه به مردم، بخصوص کسانی که بعد از ۱۹۹۰ به دنیا آمده اند، مورد توجه ویژه قرار گیرند.
- بدیهی است که مقاصد مورد نظر گردشگران چینی متناسب با جاذبه های مورد نظر آنها در مقاطع مختلف زمانی متفاوت بوده و در نتیجه راهبردهای متفاوتی نیز می بایست برای جذب آنها مد نظر قرار گیرد. گردشگران کاملا مستقل (FIT) در شهرهای ثروتمندتر مانند پکن، شانگهای، گوانجو، تیانجین، سوژو و چنگدو و همچنین گردشگران گروهی بر روی مقاصد نوظهور متمرکز می باشند. البته کسانی که توان مالی کمتری نیز دارند از قبیل جوانان نیز بازار جذابی هستند.

۱.۱ مقاصد مورد نظر گردشگران چینی:

- مقامات پنج کشوری که گردشگران چینی بیشترین بازدید را از آنها دارند شامل استرالیا، فرانسه، تایلند، ژاپن و ایالات متحده آمریکا، برای متمایز نمودن کشور خود جهت جذب گردشگران چینی علاوه بر استقبال ویژه، روش های جدیدی برای استمرار حضور آنها مد نظر دارند.

۱.۲ گردشگری خروجی چین: رشد سریع و پایدار:

- رشد بی سابقه گردشگری چین بازار محور، نشان از اقتصادی قوی و افزایش پایدار درآمد در آن کشور بوده که موجب رونق گردشگری خروجی و گسترش تجربه لذتبخش آنها شده است. از این روی گردشگران چینی بزرگترین بازار گردشگران خروجی در جهان از سال ۲۰۱۲ تاکنون بوده که از رشد قابل توجهی در دهه گذشته برخوردار شده است.
- تعداد سفرهای خارجی گردشگران چینی از ۴/۵ میلیون سفر در سال ۲۰۰۰ به ۱۵۰ میلیون سفر در سال ۲۰۱۸ افزایش یافته، که بیانگر رشد سالیانه ۱۶ درصد می باشد. این امر نه تنها بیانگر

رشد تقاضای گردشگری است، بلکه نشان ذهنیت گردشگران، زمینه فرهنگی و اجتماعی قوی آنها می باشد.

- در این راستا سازمان جهانی گردشگری (UNWTO) و آکادمی گردشگری چین (CTA) وابسته به وزارت فرهنگ و گردشگری این کشور با توجه به ظرفیت بالای گردشگری چین مبادرت به تهیه آیین نامه هایی برای کمک به مقاصد مورد نظر آنها به منظور ایجاد بستر مناسب و استقبال خوب از این گردشگران در آینده نموده است.

۱،۲ ویژه گی های اصلی

۱،۲،۱ افزایش هزینه

- با گسترش سفر گردشگران چینی به خارج از کشور، کل هزینه های مرتبط با صنعت گردشگری در عرصه جهانی افزایش قابل توجهی را شاهد بوده است. میزان درآمد و افزایش میزان مصرف برخی از مردم جمهوری خلق چین موجب بروز شکاف طبقاتی در این کشور شده است. گزارشات منتشره توسط مجموعه هایی از قبیل سی تریپ و مسترکارت مبتنی بر فرضیه پارتو اعلام داشته است؛ ۲۰ درصد از گردشگران چینی متعلق به طبقه مرفه بوده که حدود ۸۰ درصد کل هزینه های گردشگران خروجی این کشور را به خود اختصاص داده اند، که چهار برابر میانگین هزینه گردشگران دیگر کشورها می باشد.

۱،۲،۲ رشد تورهای مستقل و خدمات شخصی

- میزان بسته های تورهای سنتی تهیه شده برای گردشگران چینی در سال ۲۰۱۶ بالغ بر ۵۹ میلیون مورد می باشد، که ۴۷ درصد از کل بازار در این بخش را در آن سال به خود اختصاص داده است. در دهه گذشته، تمایل اتباع و گردشگران سالخورده در شهرهای کوچک چین جهت حضور در تورهای سنتی نیز رو به افزایش بوده است. در این راستا این گروه از گردشگران نزدیک به ۲۵ درصد از سفرهای گردشگری اتباع چین که طی ده سال منتهی به سال ۲۰۱۷ صورت گرفته را به خود اختصاص داده اند.

- در عین حال، گرایش ثروتمندان چینی برای انجام سفرهای گروهی متناسب با افزایش تجارب شان از سفر به خارج از کشور، روندی معکوس داشته و موجب گردیده درصد قابل توجهی از آنها میل به انجام سفرهای مستقل داشته باشند. بر اساس بررسی های صورت گرفته توسط آکادمی

گردشگری چین و مرکز اطلاعات وزارت فرهنگ و گردشگری این کشور، تنها ۵۱ درصد شرکت کنندگان در یک نظر سنجی اعلام داشته اند که مایل هستند، سفرهای آتی خود به خارج از کشور را در قالب تور انجام دهند که نشان از افزایش ۷۲ درصدی نسبت به سال ۲۰۱۷ دارد، اگر چه نتایج این نظرسنجی به نوبه خود بیانگر شمار قابل توجه افرادی که میل به انجام سفرهای مستقل دارند، نیز می باشد.

- روند گرایش گردشگران به استفاده روزافزون از وسایل حمل و نقل شخصی روند افزایشی پیدا کرده است. در این راستا معرفی مسیرهای زمینی برای انجام سفرهای خارجی گردشگری رو به افزایش است. آمریکا، استرالیا، آلمان، کانادا، زلاندنو و برخی کشورهای اروپایی در میان مقاصد معروفی هستند، که از ظرفیت های بالایی جهت ارائه خدمات از جمله خدمات جاده ای، کرایه خودرو با استفاده از گواهینامه های صادره در چین و جاذبه های پیرامونی برای گردشگران آن کشور، برخوردار می باشند.

ده مقصد اصلی گردشگران خروجی چینی:

بر اساس آمار منتشر شده سازمان جهانی گردشگری (UNWTO)، ده مقصد نخست گردشگران خروجی چین در سال ۲۰۱۸ عبارتند از:

- تایلند (ده میلیون و چهارصد و ده هزار گردشگر)
- ژاپن (نه میلیون و شصت هزار گردشگر)
- ویتنام (هفت میلیون و هفتصد و نود هزار گردشگر)
- کره جنوبی (پنج میلیون و دویست و هشتاد هزار گردشگر)
- ایالات متحده آمریکا (سه میلیون و بیست هزار گردشگر)
- سنگاپور (دو میلیون و پانصد و پنجاه هزار گردشگر)
- مالزی (دو میلیون و چهار صد و چهل هزار گردشگر)
- کامبوج (دو میلیون و سیصد و سی هزار گردشگر)
- روسیه (دو میلیون و چهل هزار گردشگر)
- اندونزی (دو میلیون و هفتاد هزار گردشگر)