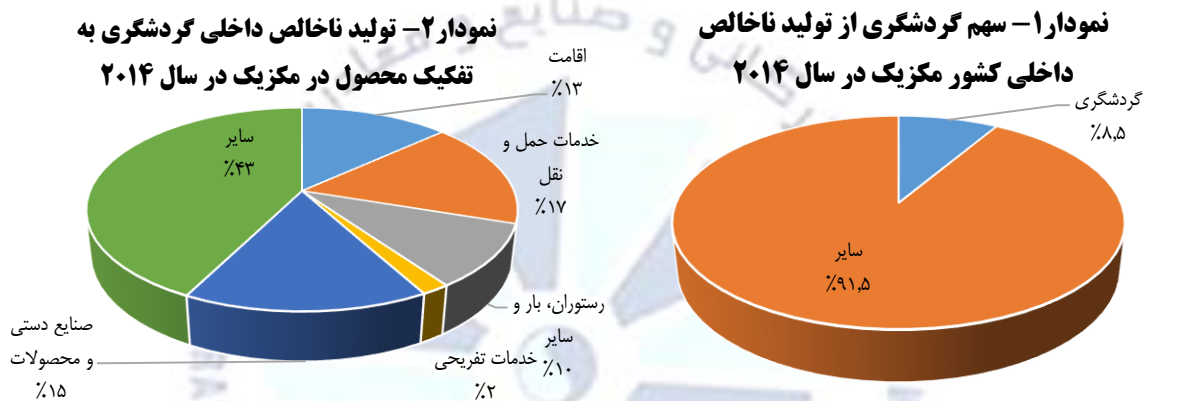


مروری بر سیاست‌های گردشگری کشور مکزیک

عملکرد حوزه گردشگری در مکزیک

گردشگری یکی از بخش‌های مهم اقتصادی در مکزیک است و این کشور نقش برجسته‌ای در گردشگری جهانی ایفا می‌کند. بخش گردشگری به طور مستقیم ۸,۵ درصد از تولید ناخالص داخلی مکزیک را در سال ۲۰۱۴ به خود اختصاص داده (نمودار ۱) که این میزان دو برابر متوسط OECD (۴,۱ درصد) است. سهم خدمات مختلف در تولید ناخالص داخلی گردشگری مکزیک شامل؛ خدمات حمل و نقل (۱۷ درصد)، صنایع دستی و سایر کالاها (۱۵ درصد)، اقامت (۱۳ درصد)، رستوران و سایر (۱۰ درصد)، خدمات تفریحی (۲ درصد) و سایر خدمات مربوطه (۴۳ درصد) است (نمودار ۲).



منبع: INEGI (۲۰۱۶)

بخش گردشگری با ۲,۳ میلیون شغل تمام وقت^۲، سهم ۵,۸ درصدی از اشتغال تمام وقت در بخش رسمی را به خود اختصاص داده است. گردشگری در مکزیک با اختصاص سهم ۷۷,۲ درصدی از صادرات خدمات در سال ۲۰۱۵ نقش قابل توجهی داشته است که این میزان از متوسط OECD (۲۱,۳ درصد در سال ۲۰۱۴) بالاتر است.

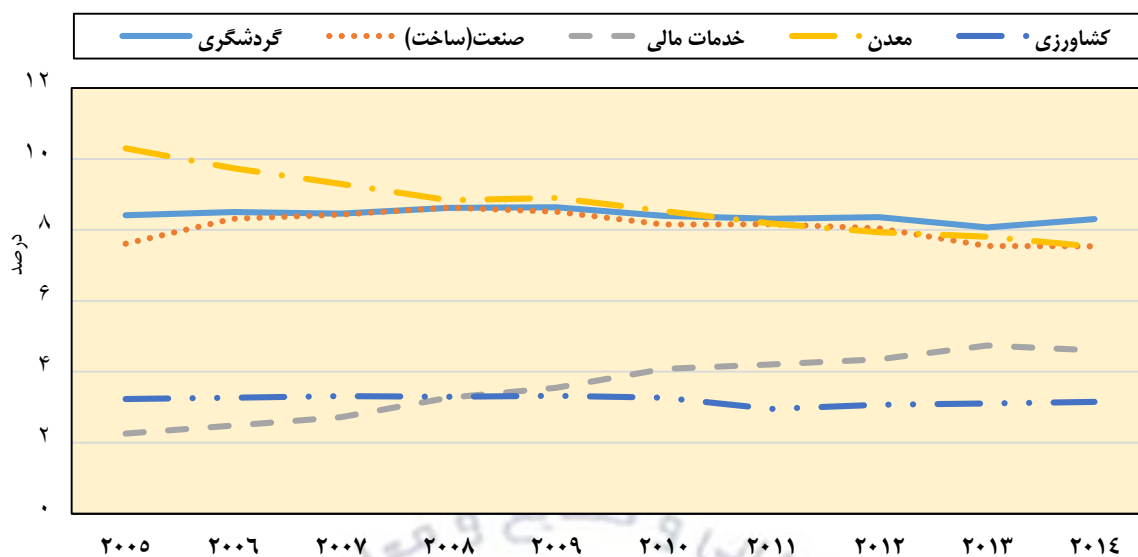
در سال‌های اخیر، اهمیت نسبی گردشگری نسبت به سایر بخش‌ها به ویژه بخش نفت افزایش یافته است؛ چراکه این بخش به سرعت خود را به سطح رشد تولید ناخالص داخلی گردشگری قبل از بحران سال ۲۰۰۹ بازگردانده و از سال ۲۰۱۱ سهم غالب را در تولید ناخالص داخلی کل کشور داشته است (نمودار ۳). هرچند در کشورهای با اقتصاد پیشرفته، رشد گردشگری از رشد کلی اقتصاد عقب مانده و بخش گردشگری و سفر در مکزیک با مشکلات متعددی از جمله چالش‌های موجود در شرایط اقتصادی، بلایای طبیعی، بحران‌های بهداشتی و امنیت مواجه بوده است، ولی طی سال‌های گذشته تعداد گردشگران بین‌المللی ورودی به مکزیک به شدت افزایش یافته است.

¹ The National Institute of Statistics and Geography (INEGI) by its name in Spanish, "Instituto Nacional de Estadística y Geografía"

²full-time paid employment

معاونت بررسی های اقتصادی

نمودار ۳- سهم گردشگری از GDP نسبت به سایر بخش ها (۲۰۰۵-۲۰۱۴)



منبع: INEGI

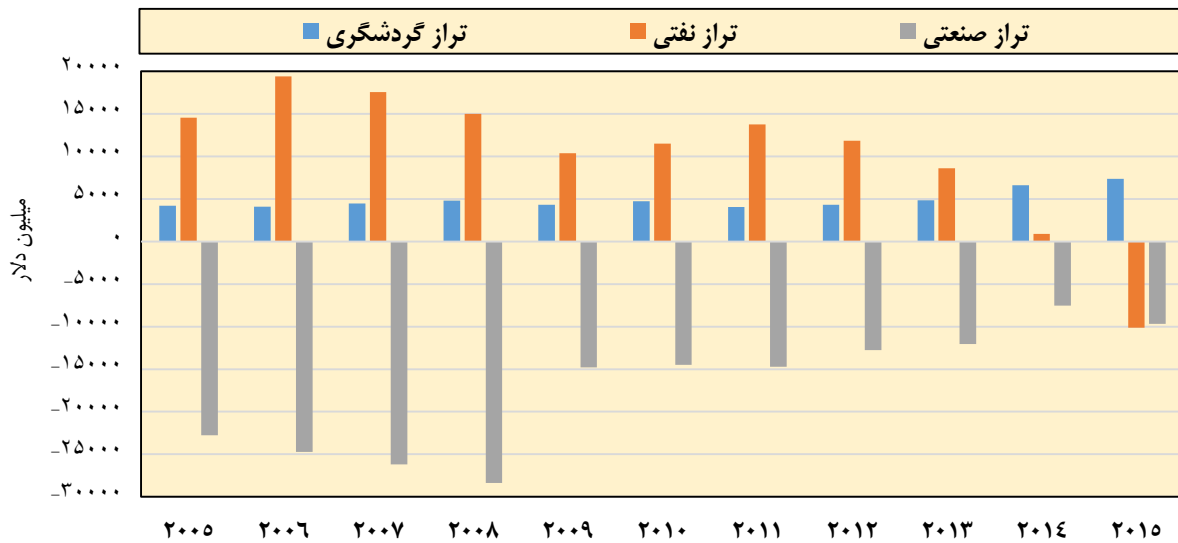
پتانسیل گردشگری برای توسعه محلی و منطقه‌ای هنوز به طور کامل تحقق نیافته و بخش گردشگری همچنان با چالش‌های رقابتی و ناپایداری‌هایی مواجه است. مکزیک نیازمند تکامل مدل گردشگری خود برای رقابت در بازار جهانی و گسترش منافع اقتصادی و اجتماعی خود است. سیاست‌های ملی گردشگری مکزیک با هدف تشویق سرمایه‌گذاری و رشد اقتصادی، توسعه محلی و تحریک رشد فراگیر، کارا و پایدار تدوین شده است.

مکزیک در سال ۲۰۱۵ رونق اقتصادی را تجربه کرد، مشارکت ۳۲٫۱ میلیون گردشگر بین‌المللی در مکزیک منجر به ایجاد ۱۵٫۵ میلیارد دلار درآمد برای اقتصاد مکزیک شد. از سال ۲۰۱۴، رشد جریان‌های پولی و تعداد گردشگر کشور مکزیک، از رشد بسیاری از کشورهای پیشرفته و در حال توسعه، پیشی گرفته است. کاهش شدید ارزش پول مکزیک^۳ قیمت‌های رقابتی صادرات گردشگری را در بازارهای اصلی مکزیک به خصوص نسبت به بازار آمریکا بهبود داده است. مطابق نمودار ۴، تراز گردشگری در مکزیک طی سال‌های ۲۰۰۵ تا ۲۰۱۵ همواره مثبت بوده است. به طوری‌که در سال ۲۰۱۵ علی‌رغم منفی بودن ترازپرداخت‌ها در بخش صنعت و نفت، تراز گردشگری این کشور مثبت و نسبت به سال ۲۰۱۴ نیز افزایش یافته است.

³ Peso

معاونت بررسی های اقتصادی

نمودار ۴- تراز پرداخت‌های نفتی، صنعتی و گردشگری در کشور مکزیک (۲۰۰۵-۲۰۱۵)



منبع: بانک مکزیک، ۲۰۱۶.

گردشگری داخلی تکیه گاه اصلی بخش گردشگری مکزیک است؛ به طوریکه از هر ۱۰۰ واحد پول ملی مکزیک، ۸۸ واحد توسط گردشگران در این کشور هزینه می‌شود. گردشگران داخلی به سراسر منطقه سفر می‌کنند و منجر به مشارکت اقتصادی و حمایت از اشتغال و توسعه در مناطقی می‌شوند که گردشگران خارجی کمتری جذب می‌کنند.

در ادامه، بر اساس گزارش اخیر سازمان توسعه و همکاری‌های اقتصادی، سیاست‌ها و برنامه‌های حمایتی گردشگری مکزیک مرور می‌شود. این سازمان بین‌المللی، اقدامات مکزیک در این حوزه را تحت چهار محور مورد بررسی قرار می‌دهد و توصیه‌های خود را به تفکیک ارائه می‌کند.

۱- دیدگاه همگرا برای سیاست‌های گردشگری در کشور

۱-۱- اقدامات مکزیک در این حوزه

گردشگری در دستور کار سیاستی کشور مکزیک قرار دارد. برنامه توسعه ملی ۲۰۱۳-۱۸^۴ مکزیک، گردشگری را به عنوان یکی از شش بخش دارای اولویت مشخص کرده و یک دستور کار استراتژیک برای مدرن سازی و موقعیت‌یابی مجدد صنعت گردشگری مکزیک در سطح جهان و کنترل بهتر پتانسیل اقتصادی این بخش تعیین کرده است.

مکزیک برنامه‌های بسیاری برای گردشگری و سرمایه گذاری و رشد اقتصادی دارد که منجر به ارتقاء و توسعه تعادل منطقه‌ای و تحریک بیشتر بهره وری و رشد پایدار و فراگیر می‌شود، اما چارچوب استراتژیک برای مشخص کردن اولویت‌های سیاستی و فرایندهای اجرایی آن بسیار ضعیف است. لذا اجرا و پیاده سازی سیاست‌های گردشگری و برنامه‌های مورد نیاز به منظور تحقق اهداف گردشگری مکزیک به گونه‌ای موثرتر ضروری است. بدین منظور به یک چارچوب دولتی موثرتر و قوی‌تر و یک همکاری و هماهنگی رویکردی بین سطوح مختلف بخش‌های دولت و مشارکت

⁴ National Development Plan

معاونت بررسی های اقتصادی

نزدیک بخش خصوصی نیاز است. گردشگری همچنین ستون اصلی برنامه ملی زیرساخت^۵ سال ۱۸-۲۰۱۴ در مکزیک می‌باشد. محدودیت‌های منابعی که سیاست‌گذاران در مکزیک با آن مواجه‌اند، این شرایط را چالش برانگیز می‌کند. بودجه- که مرتبط با مخارج بخش دولتی و کاهش منابع دولت به واسطه کاهش شدید درآمدهای نفتی است- بر توانایی مکزیک برای رسیدن به استراتژی‌ها و برنامه‌های ملی گردشگری اثرگذار است.

ایمنی و امنیت، مفاهیم مهم گردشگری در سراسر جهان هستند. مکزیک مجموعه‌ای از اقدامات را برای ایجاد محیط امن و ایمن برای گردشگران انجام داده است. ادامه‌ی توجه به این چالش، نیاز به پاسخگویی به شرایط درحال تحول در این کشور و تحقق بخشیدن به توسعه منطقه‌ای و اقتصادی گردشگری دارد.

به عنوان بخشی از یک دستور کار، مکزیک قدم‌هایی برای گسترش چارچوب‌های قانونی و زیرساختی در بخش گردشگری برداشته و قوانین محیطی را در این بخش بهبود داده که شامل تجدید ساختار داخلی وزارت گردشگری (SECTUR^۶) برای پاسخگویی بهتر به تغییرات تقاضای بخش گردشگری و معرفی قوانین جدید و روش‌هایی است که هر دو اقدام مذکور در سال ۲۰۱۴ انجام شده‌اند. این اصلاحات باید بر بروز رسانی و ساده‌سازی ساختار سازمانی گردشگری و هم‌تراز کردن بخش عرضه و تقاضا تکیه کند تا از نزدیکی سیاست‌های گردشگری به سیاست‌های بازار اطمینان حاصل شود.

ساختار چند سطحی دولت مکزیک^۷ توصیه‌هایی برای اداره امور گردشگری و اجرای سیاست‌های آن دارد. گسترش هماهنگی بین سطوح دولتی و بخش خصوصی و ایجاد یک رویکرد همکاری و مشارکت، کارایی سیاست‌ها را افزایش می‌دهد. این هماهنگی‌های عمودی و افقی بوسیله قانون کلی گردشگری در سال ۲۰۰۹ پی‌ریزی شده اما در عمل با مشکلاتی مواجه بوده است.

در سال ۲۰۱۳ هیئت گردشگری فدرال به عنوان ابزار استراتژیک سیاستی با هدف تمرکز بر اولویت‌های سیاستی گردشگری و فراهم نمودن چارچوبی برای حمایت از رویکردهای همگرا در گردشگری، از بین اعضای دولت انتخاب شد. تحت ساختار دولت فدرال مکزیک، سیاست‌های قطعی گردشگری، برنامه ریزی و توسعه فعالیت‌ها تحت مسئولیت دولت و مسئولان شهرداری تعیین می‌شود که نقش اساسی در اجرای سیاست‌های ملی گردشگری به عهده دارند. هماهنگی بین سطوح مختلف دولت در میان برنامه‌های گردشگری اتفاق می‌افتد و مشارکت بخش خصوصی ابزاری در توسعه و اجرای این سیاست‌ها در گردشگری است.

^۵National infrastructure plan

^۶The Mexican Secretary of Tourism

^۷ منظور سه سطح دولت شامل Federal Government، State (Local Government) و Municipal (District Government) است.

۱-۲- توصیه های OECD

۱

**توسعه یک رویکرد استراتژیک
برای گردشگری در مکزیک**

- ایجاد یک چارچوب منسجم برای مشخص نمودن اولویت های سیاستی و فعالیت های اجرایی در کوتاه مدت، میان مدت و بلند مدت
- مکانیسم هایی برای هم تراز کردن اولویت های سیاستی استراتژیک در میان برنامه های مختلف و در میان سه سطح دولت
- افزایش تمرکز بر اجرا و اطمینان از تخصیص مناسب منابع برای فعالیت های دارای اولویت
- شفافیت مشاهدات بلند مدت برای سیاست های گردشگری تا سال ۲۰۳۰ و پس از آن برای فراهم نمودن چارچوب برنامه ها و ابتکار عمل

۲

**بهبود اثربخشی هیئت گردشگری
به عنوان ابزاری استراتژیک
برای توسعه سیاست های یکپارچه**

- افزایش تمرکز بر سیاست های اصلی دارای اولویت و کاهش تعداد گروه های کاری و فعالیت هایی که هیئت مورد نظر هم ردیف این اولویت ها انجام می دهند.
- افزایش مشارکت سطوح فرعی دولتی و بخش خصوصی
- ایجاد گروه های کاری در راهنمایی و ارزیابی پیشروی در جنبه های کلیدی سیاست های اجرایی
- تکیه بر تعامل موجود با مقامات ذی صلاح برای تقویت همکاری های گسترده و نشان دادن ایمنی و امنیت موثر بر گردشگری

۳

**گسترش ارتباط بین سیاست ها،
تولید و پیشرفت و ترویج رویکرد
رهبری بازار در گردشگری**

- استفاده از سازمان دهی مجدد وزارت گردشگری برای ساده سازی و بروز رسانی چارچوب گردشگری
- شفاف سازی نقش ها، مسئولیت ها و ارتباط بین عملکردهای مختلف وزارت خانه و گسترش ارتباط بین بودجه ملی برای گسترش گردشگری و هیئت مدیره گردشگری مکزیک
- ایجاد استراتژی همکاری بخش خصوصی برای تشویق مشارکت در ایجاد سیاست ها و بهبود اثرات سیاست ها

۴

**ارتقاء شواهد و مدارک به
منظور حمایت از توسعه
سیاستی**

- افزایش یکپارچه سازی، در دسترس بودن و استفاده از آمار گردشگری برای آگاهی از توسعه سیاستی، راهنمایی و نظارت و پشتیبانی
- اعمال راهنمایی ها و نظارت بر حمایت ها و ارزیابی آنها
- گسترش رابطه بین تولید کنندگان آمار و استفاده کنندگان آن مانند مرکز ملی آمار و جغرافیا، بانک مکزیک و وزارت گردشگری

۲- تقویت ارتباطات برای حمایت از تنوع بازار و جابه جایی گردشگران در سراسر کشور

۲-۱ اقدامات مکزیک در این حوزه

حمل و نقل کلید توانمندساز گردشگری است و سیستم حمل و نقل مکزیک نقش اساسی را در جابه جایی گردشگران داخلی و بین المللی ایفا می کند. مکزیک نهمین کشور از لحاظ ورود گردشگر است که بدون داشتن یک بخش حمل و نقل قوی و پویا، بهبود این بخش امکان پذیر نیست. نزدیکی تقریبی به دو بازار مهم ایالات متحده آمریکا و کانادا یک مزیت رقابتی برای مکزیک ایجاد کرده است. بررسی دقیق شرایط حمل و نقل گردشگران در مکزیک نشان می دهد که برخی نواحی همچنان نیازمند توجه و هماهنگی سیاستی در بخش حمل و نقل می باشند.

ایجاد اتصال (ارتباطات)^۸ برای گردشگری در مکزیک ملزم به اتصال بیشتر به حمل و نقل جهانی، بهبود امکانات حمل و نقل داخلی و یکپارچه سازی شبکه داخلی و خارجی حمل و نقل و خدمات است. در داخل کشور این به معنای نیاز به ایجاد خدمات نقطه به نقطه^۹ بوسیله ایجاد هاب ها^{۱۰} و هزینه های کمتر حمل و نقل است. مکزیک از ارتباطات هوایی خوبی بین بازار خود، ایالات متحده آمریکا و کانادا بهره مند است و در جایی که پرواز مستقیم وجود ندارد ارتباط از طریق مکزیک یا یکی دیگر از هاب های آمریکای شمالی برای مسافران برقرار می شود. با این وجود، در حالی که موافقتنامه های خدمات هوایی آزادتر با آمریکا و کانادا به بهبود اتصال با این بازارها کمک خواهد کرد، اما هنوز هم محدودیت هایی وجود دارد.

نکته دیگر این است که فرودگاهها نه تنها باید دارای مسیرهای ارتباطی با یکدیگر باشند، بلکه باید امکان دسترسی راحت از طریق مسیرهایی به شهرها را نیز داشته باشند، مکزیک مسیرهای ارتباطی جاده ای خوبی برای ارتباط با شهرها دارد اما تعداد کمی وسایط نقلیه عمومی برای حمل و نقل گردشگران وجود دارد. علاوه بر حمل و نقل هوایی، حمل و نقل جاده ای نیز از اهمیت برخوردار است و مسافران جاده ای باید از انتخاب های متعدد برای سفر برخوردار باشند. مکزیک یک شبکه اتوبوس با کیفیت و توسعه یافته دارد که بیشتر مسیرها را پوشش می دهد اما دسترسی به حمل و نقل اغلب کاربرپسند و سازمان یافته نیست. تا زمانی که حمل و نقل عمومی موجود به صورت کاربرپسند نباشد، دسترسی به شبکه اتوبوسی برای گردشگران به خصوص مسافران بین المللی آسان نیست و گردشگران اغلب به شدت به عدم استفاده از حمل و نقل عمومی (و به استفاده از خدمات مسافری گران قیمت) تشویق می شوند.

سیستم حمل و نقل مکزیک باید برای نیازهای مختلف گردشگران داخلی و بین المللی محیا شود. این به معنای سیستم حمل و نقلی است که به طور محلی و جهانی در دسترس، مطمئن، ایمن و دارای جهت یابی ساده باشد و اطلاعات آن ساده بدست آید. برای رسیدن به این اهداف آرمانی، مکزیک نیازمند سیستم حمل و نقل متعهد به کاربران است که از تکنولوژی های ارتباطی مدرن برای از بین بردن تمام موانع و یکپارچه سازی سیستم استفاده نماید.

⁸ connectivity

⁹Point-to -point

¹⁰hubs



۲-۲- توصیه های OECD

۱

یکپارچگی سیستم حمل و نقل و سیاست های گردشگری (از مبدا تا مقصد)

- ارتقای حمل و نقل یکپارچه برای ارتباط گردشگران با مناطق و جاذبه های مختلف
- هم ردیفی حمل و نقل محلی با نیاز گردشگران و برنامه ریزی برای دسترسی به حمل و نقل عمومی برای ورودی های اصلی کشور
- استفاده از حمل و نقل برای توزیع بهتر منافع اقتصادی گردشگری برای کل کشور

۲

ادامه تلاش برای آزادسازی موافقتنامه های هوایی برای حمایت بهتر از گردشگری و افزایش اتصال فرودگاه ها

- تکیه بر موافقتنامه خدماتی اخیر با آمریکا و کانادا
- تمرکز بر افزایش اتصالات با منابع اصلی و بازارهای نوظهور که پتانسیل های خوبی ارائه می دهد
- استفاده از خدمات حمل و نقل ارزان برای تشویق تقاضای خدمات داخلی نقطه به نقطه
- تشویق حمل و نقل هوایی به هماهنگ کردن برنامه ها و افزایش تعداد دفعات سفرها برای اتصال با آسیا و دیگر بازارهای اصلی

۳

بهبود حمل و نقل جاده ای بوسیله ایمن سازی، امنیت و کارایی بیشتر

- افزایش اتصالات جاده ای بین مقاصد ثانویه در کشور و مراکز اصلی گردشگری
- فراهم سازی اطلاعات بهتر در حمل و نقل زمینی (اتوبوس های درون شهری، تاکسی ها، حمل و نقل عمومی) برای گردشگرانی که در حال برنامه ریزی برای سفر به مکزیک هستند و همچنین تهیه اطلاعات بروز برای آن ها در حین سفر
- بهبود دسترسی ها برای افراد دارای انواع معلولیت، ناتوانی و اختلالات حرکتی

۳- ترویج رشد گردشگری فراگیر، تنوع محصول و توسعه مقاصد

۳-۱- اقدامات مکزیکی در این حوزه

مکزیکی یک مدل تثبیت شده از توسعه گردشگری دارد که در طول ۴ دهه گذشته از جانب سرمایه‌گذاری‌های عمومی منتفع شده است. در شرایط فعلی اثرات اقتصادی این مدل تکامل یافته بسیار محدود بوده و ظرفیت آن در کمک به توسعه منطقه‌ای و گسترش مزایای گردشگری محدود شده است.

مقیاس این توسعه، پیامدهای قابل توجهی برای محیط طبیعی و فرهنگی دارد. در حال حاضر کالاهای موجود اغلب برای بازار سنتی شمال آمریکا مناسب هستند و عدم نوآوری سمت عرضه، پتانسیل مکزیکی را برای رقابت در سایر بازارها محدود می‌کند. در بلند مدت این مدل نسبت به چالش‌هایی مانند تغییرات الگوی تقاضای مصرف‌کنندگان، مشارکت‌های زیست محیطی و موضوعات رقابتی، آسیب پذیر است.

تمرکز بر سیاست‌ها و برنامه‌های گردشگری مکزیکی برای تضمین توسعه‌ی آینده‌ی صنعت گردشگری منجر به رقابتی شدن، فراگیری و ثبات آن می‌شود. در حال حاضر به نظر نمی‌رسد که مدل‌های موجود بتواند این سه هدف را تحقق بخشد، لذا این امر نیاز به تمرکز بر سیاست‌های رهبری بازار در توسعه مقاصد و تنوع محصول دارد و باید توسط بخش خصوصی حمایت شود. این نوع از توسعه گردشگری کاملاً به ایجاد هماهنگی بین سطوح مختلف دولت و مسئولان مختلف برای فراهم نمودن زیرساخت‌ها و امکانات بستگی دارد.

مکزیکی گزینه‌های زیادی برای توسعه گردشگری از جمله توجه به منابع و دارایی‌های طبیعی و میراث فرهنگی و ساخته شده که ماورای محیط ساحلی آن است، دارد. این دارایی‌ها و منابع، فرصت‌هایی برای توسعه اقتصادی از طریق گردشگران فراهم می‌کنند و از شغل‌های محلی و درآمدها حمایت کرده و فرصت‌های شغلی جدید برای زنان و افراد محلی محیا می‌سازند. تنوع محصولات گردشگری و ایجاد دستاوردهای اقتصادی بوسیله گردشگران، نیازمند حمایت‌ها و سیاست‌های مختلفی است. این به معنای مشارکت بیشتر سازمان‌های دولتی با گروه‌های مختلف و بنگاه‌های خرد و کوچک گردشگری است.

مکزیکی می‌تواند بر توسعه تنوع محصول خود تکیه کند چرا که در آینده توسعه گردشگری نیازمند دو چیز خواهد بود، یک: بازیابی محصولات موجود. دو: تمرکز بر دارایی‌های قابل توجه مکزیکی به منظور تنوع کالایی، گسترش منطقه‌ای گردشگری و فراگیر بودن آن.

یک صنعت متنوع بوسیله مشارکت تعدادی از کسب و کارهای کوچک ایجاد می‌شود که ممکن است در مقایسه با بنگاه‌های بزرگ با کمبود منابع و تجارب روبرو باشند لذا یک برنامه ویژه حمایتی برای ارتقای کارآفرینی و همکاری صاحبان بنگاه‌های خرد و کوچک مورد نیاز است.

سرمایه‌گذاری در مهارت‌ها و ظرفیت‌ها نیز از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. الگوی توسعه گردشگری بر پایه تنوع محصول نیاز به مهارت‌های جدید در برنامه‌های استراتژیک و سیاست‌های اجرایی و هماهنگی‌های عمودی و افقی و

معاونت بررسی های اقتصادی

ادغام برنامه‌های عملیاتی دارد. علاوه بر این در سطوح دولت محلی به گسترش همکاری (تشریک مساعی) بین دولت محلی و گروه های کسب و کار و جامعه مدنی نیاز است.

۲-۳- توصیه های OECD

۱

تکامل مدل توسعه گردشگری و شناسایی مدل های مختلف توسعه مقاصد

- توسعه سبد محصولات گردشگری متنوع تر، ارزشمندتر و رهبری بازار
- برآوردن خواست های متنوع گردشگری مکزیکی
- تکامل و از سرگیری مدل های موجود برای ایجاد فرصت های جدید به منظور رویارویی با تجارب محلی و شرکت در فعالیت های جدید
- ترویج ابتکار عمل در گردشگری منطقه ای در مقاصد موجود و مقاصد جدید
- استفاده از تجارب موجود در برخی مناطق برای سرمایه گذاری ها
- بازبینی مجدد نقش وزارت گردشگری و صندوق توسعه ملی گردشگری (FONATUR) برای حمایت از مدل توسعه گردشگری

۲

هدف گذاری سیاست ها در راستای حمایت از کسب و کار در بخش گردشگری در مقیاس های کوچکتر

- بهبود ظرفیت و توانایی مسئولان دولتی برای حمایت از توسعه ای مدل جدید گردشگری بر پایه گسترش منطقه، خوشه های محلی و تعامل با SME ها
- ارتقای کارآفرینی و حمایت از SME ها برای رشد کسب و کار آن ها و یکی شدن با زنجیره ارزش گردشگری
- ایجاد انگیزه در SME ها برای حمایت از توسعه مقاصد و بازارها و ایجاد ظرفیت برای کسب اثرات ناشی از مقیاس، ظرفیت های سازمان یافته و کارآمد برای رقابت در زنجیره عرضه گردشگری
- تقویت مشارکت بین بخش دولتی و خصوصی بوسیله نقش هدایتی دو بخش

۳

حمایت از رویکرد مصرف کننده محور (consumer-centric) و بازار گرا (market-driven) برای ایجاد و توسعه مقاصد

- اطمینان از سیاست ها، برنامه ها و بازاریابی ها بر پایه تحلیل های بخش تقاضا
- گسترش ظرفیت سازمان های دولتی برای مشارکت، تحلیل و استفاده از تحقیقات بازار مصرف کننده
- توسعه سازوکاری برای هماهنگ کردن تحقیقات مصرف کننده، بررسی روند مصرف در ارتباط با نوع زندگی، گردشگری و تبدیل آن به بینش علمی
- در نظر گرفتن مشاهدات سالانه بازدیدکنندگان برای درک بهتر نیازها و رفتار بازدیدکنندگان و ارزیابی سطوح رضایت آن ها نسبت به خدمات ارائه شده

۴

همتراز کردن زیرساخت ها و سیاست های گردشگری

- اطمینان یابی از برنامه زیرساخت حمایتی گردشگری بوسیله گرایش گردشگری به ایجاد تنوع بیشتر در محصولات که بطور منطقه ای پراکنده شده است
- بهبود دسترسی ها از طریق افزایش گستره دسترسی به بنگاه های گردشگری کوچک و متوسط روستایی
- نفوذ و اطلاع از برنامه های زیرساختی و توسعه دولتی و ایالتی

معاونت بررسی های اقتصادی

۴- سرمایه گذاری هدفمند و تامین مالی بنگاه‌های کوچک و متوسط برای حمایت از نوآوری در بخش عرضه

۴-۱- اقدامات مکزیکی در این حوزه

مکزیکی یک چارچوب جامع برای تامین مالی پروژه‌های بزرگ و کوچک گردشگری دارد. این پروژه‌ها بسته به رویکرد متفاوت، نیازهای مالی مختلفی دارند. برای تامین مالی بهتر پروژه‌های گردشگری و حمایت از کالاها و تنوع مقصد برای بنگاه‌های خرد و کوچک، فرصت‌هایی وجود دارد که برای اطمینان از بودجه آن در پروژه‌های گردشگری نیاز به سنجش و ارزیابی دقیق آن‌ها می باشد. این امر مستلزم هماهنگی بین بازیگران مختلف و سطوح دولت و اطمینان از استفاده بهینه از بودجه عمومی است. تامین مالی یک مدل جدید توسعه‌ی گردشگری، مستلزم حرکت بخش عمومی از نقش یک سرمایه گذار مستقیم به نقش یک حمایت کننده -مانند یک بخش خصوصی تسهیل کننده سرمایه گذاری- است.

مکزیکی یک مدل سرمایه‌گذاری گردشگری توسعه یافته دارد که از طریق FONATUR اداره می‌شود. در بیش از ۴۰ سال گذشته، این مدل تامین مالی، با برنامه‌ریزی پروژه‌های گردشگری، به خصوص در بخش هتل‌ها، از این سرمایه‌گذاری به عنوان اهرمی برای مشارکت بخش خصوصی استفاده کرده است. اخیراً بحث‌هایی برای تکرار موفقیت‌های این مدل در جذب سرمایه‌گذاری برای توسعه جدید گردشگری مطرح شده است. پس از محدودیت‌های سازمانی و مالی سال ۲۰۱۲، FONATUR مدل کسب و کار خود را به منظور مقاصد گسترده‌تر و تامین مالی پروژه‌های سرمایه گذاری کوچک مقیاس مانند SME ها اصلاح نمود.

اجزای عمومی تامین مالی توسعه گردشگری در مکزیکی در مقایسه با کشورهای OECD قابل توجه است و دلایل ساختاری شناخته شده ای برای توضیح این مداخلات وجود دارد؛ مانند سطوح بالای محرومیت مالی و توسعه نیافتگی بازارهای اعتباری و مالی. توسعه گردشگری بوسیله سرمایه گذاری قابل توجه دولتی منتفع می‌شود و توسعه بانک ها نقش اساسی در ایجاد اعتبار ایفا می‌کند. کاهش و پیکربندی مجدد بودجه عمومی اختصاص یافته، ظرفیت بسیاری از وزارتخانه‌ها و سازمان‌ها مانند وزارت گردشگری و سازمان ملی کارآفرینی (INADEM^{۱۱})، را برای فراهم کردن بودجه پروژه‌های گردشگری بخش خصوصی، محدود و برنامه های بلند مدت را پیچیده می‌کند.

اصلاحات مالی، نقش بانک های عمومی را در چرخه تامین مالی SME ها گسترش می دهد. این اصلاحات، بنگاه‌های گردشگری را با افزایشی در سطح اعتبارات و بالار فتن تعداد بنگاه‌های تامین مالی شده -از طریق بانک تجارت خارجی مکزیکی (Bancomext)- منتفع می‌کند. این اصلاحات همچنین از تنوع پیشنهادات در گردشگری حمایت می‌کند. مکزیکی می تواند از تجربه مشارکت بخش خصوصی- عمومی^{۱۲} برای افزایش سرمایه گذاری در زیرساخت‌ها (مانند ارتباطات جاده ای، دریایی) استفاده کند تا بتواند ارتباطات گردشگری را در آینده گسترش دهد و بودجه لازم برای آن را تامین کند. هر چند هماهنگی های عمودی و افقی آن همچنان به صورت یک چالش باقی می‌ماند.

مکزیکی به عنوان مقصدی برای سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی (FDI) در مقیاس بزرگ و برای پروژه‌های مرتبط با گردشگری ترویج یافته است. اما کاهش جذب سرمایه گذاری مستقیم خارجی (FDI) بخش گردشگری آن به شرایط

¹¹Ministry of Tourism and National Institute for Entrepreneurship

¹²Public-private partnership (PPPs)

معاونت بررسی های اقتصادی

موجود در اقتصاد کلان مربوط می شود. همچنین، جذب سرمایه گذاری مستقیم خارجی به طور مستقیم SMEهای گردشگری را منتفع می کند. البته برای حفاظت از این مزایا، مکزیک باید از ارتباط بین سرمایه گذاری مستقیم خارجی با بنگاه های محلی اطمینان حاصل کند. ارتقای انتقال اطلاعات و ایجاد ارتباطات محلی می تواند به یکپارچگی SMEها با زنجیره ارزش جهانی منجر شود.

مکزیک برای SMEهای گردشگری و کارآفرینان، دامنه وسیعی از ابزارهای مالی عمومی و اختصاصی قابل دسترس دارد. محدودیت های مالی در بخش عرضه (کوچک بودن مقیاس بودجه نسبت به هزینه های مبادلات) و بخش تقاضا (کمبود دانش مالی، فرهنگ و وثیقه، غیررسمی بودن) به معنای این است که بعید به نظر می رسد SMEهای گردشگری از طریق سیستم بانکی تجاری تامین مالی شوند. مکزیک، وام های استاندارد، برنامه های ضمانت اعتبار، برنامه های دسترسی به سرمایه گذاری ریسک پذیر و اعتبارات برای سرمایه گذاری استارت آپ ها، SMEها و کارآفرینان خرد را از طریق بازار اعتبار خصوصی تامین می کند. البته حمایت های غیرمالی نیز برای SMEهای گردشگری مهم است. از سال ۲۰۱۲، INADEM، توسعه کارآفرینی را ترویج داد و حمایت های جامعی را برای SMEها در تمام بخش ها فراهم آورد. SMEهای گردشگری بوسیله این حمایت ها پوشش داده شدند اما INADEM بر خلاف بانک تجارت خارجی مکزیک تعهدات گردشگری خاص یا بودجه مخصوصی برای گردشگری ندارد، بنابراین پتانسیل گسترش نقش INADEM در ایجاد ارتباط بین پروژه های مرتبط با گردشگری و فرصت های مالی، ایجاد ظرفیت، مشاوره و کمک به ادغام بنگاه های کوچک در زنجیره ارزش و شبکه سازمانی و به منظور منتفع شدن از صرفه جویی مقیاس، وجود دارد.

۳-۲- توصیه های OECD

۱

تامین مالی مستقیم برای پروژه-
های گردشگری با پتانسیل بالا
که نسبت به استفاده کارآمد آنها
از منابع عمومی اطمینان وجود
دارد

- تعهد به ارزیابی و سنجش بیشتر سرمایه گذاری عمومی در گردشگری
- انجام پیش بینی های مالی برای تامین مالی بخش خصوصی
- ایجاد هماهنگی بین سطوح دولتی و سازمان های اجرایی
- سرمایه گذاری با استفاده از مشارکت عمومی و خصوصی برای تامین مالی
زیرساخت های پایه ای در جهت حمایت از توسعه گردشگری

۲

حمایت از جذب و به کارگیری
فرصت های تامین مالی بوسیله
بنگاه های خرد و کوچک

- گسترش نقش INADEM در ایجاد حمایت های مالی و غیرمالی از بنگاه های
گردشگری خرد و کوچک
- بهبود ظرفیت مالی بنگاه های خرد و کوچک از طریق مشاوره و کمک های فنی
- تشویق بنگاه های گردشگری به خروج از اقتصاد غیررسمی از طریق اجرایی کردن،
ساده سازی و گسترش نقش بنگاه های گردشگری و سرعت بخشیدن به سیستم کسب
و کار استارت آپ ها

۳

سرمایه گذاری در زمینه ظرفیت
FONATURE که نقش
محوری در تامین مالی و
مهندسی یک مدل جدید برای
توسعه گردشگری دارد

- حمایت از FONATUR در پیشبرد اجرای یک مدل جدید برای گردشگری تحت
هدایت وزارت گردشگری
- ایجاد هم افزایی بین FONATUR ، INADEM و سایر بازیگران تامین مالی
برای برانگیختن و حمایت از محصولات و تنوع محصول
- گسترش رهبری مکزیکی در توسعه گردشگری در آمریکای لاتین بوسیله صادرات
FONATUR در مهندسی گردشگری و ارائه خدمات مشورتی به کشورهای منطقه

منبع:

"Tourism Policy Review of Mexico", OECD, January 13, 2017