بسمه تعالی

توسعه گردشگری؛ راهبردی فعال در اقتصاد مقاومتی

شهاب طلایی شکری؛ کارشناس گردشگری و دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی

shahab¬_talaie@yahoo.com

صبا عبدیان؛ دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت گردشگری(گرایش برنامه ریزی و توسعه)دانشگاه علامه طباطبایی (ره)

چکیده

جهانگردی پدیده‌ای است که از دیرباز در جوامع مختلف انسانی وجود داشته است اما با ورود به عصر مدرن به صورت یک صنعت سودده در حوزه‌های مختلف بالاخص اقتصادی درآمده و از این حیث مورد توجه بسیاری از کشورهای دنیا قرار گرفته است به طوری که ما هر ساله با رشد و توسعه این صنعت چند وجهی مواجه بوده‌ایم.

نگاهی اجمالی به توسعه این صنعت در دنیا ما را به این امر رهنمون می‌کند که چشم‌انداز کشورهای مختلف دنیا به توسعه گردشگری با اهداف مختلف سیاسی، فرهنگی، اجتماعی و... کاملاً متفاوت بوده اما اکثر این کشورها توسعه ابعاد اقتصادی را در اولویت خود قرار داده‌اند، به همین دلیل جهانگردی به سرعت رشد یافته و در حال تبدیل شدن به بزرگترین صنعت دنیا است و می‌تواند منافع عظیم اقتصادی را به اقتصاد ملی کشورها وارد کند.

جمهوری اسلامی ایران به عنوان کشوری غنی در خصوص دارا بودن منابع توسعه گردشگری و به سبب فرهنگ، تمدن، ویژگی‌های آب و هوایی و ... می تواند به کشوری فعال در این صنعت تبدیل شده و با تمرکز بر رویکرد گردشگری اسلامی و تنظیم راهبرد ها و برنامه‌های منظم و منسجم وابستگی خود را به منابع نفتی کاهش داده و به سمت منابع درآمدی جایگزین بالاخص گردشگری حرکت کند و به عنوان یک منبع پایدار از آن بهره مند شود.

در این مقاله سعی شده است پتانسیل‌های جمهوری اسلامی ایران در ارتباط با صنعت گردشگری با تاکید بر اهمیت ابعاد اقتصادی این صنعت در کشور و نقشی را که می‌تواند در توسعه اقتصادی و کاهش وابستگی به درآمدهای نفتی داشته باشد، بررسی شود.

واژه‌های کلیدی: گردشگری، رشد اقتصادی، اشتغال، درآمد ارزی

۱- مقدمه

تعارض ذاتی نظام سلطه با نظام اسلامی به جهت ایدئولوژیک موجب شده که کشورهای استکباری سیاست‌ها و برنامه‌هایی را تدوین کنند که مانع رشد و پیشرفت کشورهای دیگر بخصوص کشورهای اسلامی و در رأس آنها نظام مقدس جمهوری اسلامی ایران شود. و هر از چندگاهی دسیسه‌هایی را طراحی کنند که نظام اسلامی را با چالش مواجه شده تا به نوعی کشور را از مسیر اصلی رشد و پیشرفت خود منحرف کرده و یا به نحوی سرعت آن را کاهش دهند.

از آنجا که ساختار اقتصادی قدرتمند پیش زمینه رشد و توسعه هر کشور در زمینه‌های مختلف محسوب می شود لذا اهمیت این مقوله باعث شده است که نظام استکبار از این بُعد به کشور فشار وارد کرده و یا به انواع گوناگون کشور را با چالش مواجه کنند. در مقابل نظام حاکم دست اندرکاران و سیاست‌گذاران اقتصادی کشور لازم است سیاست‌ها و برنامه‌های اقتصادی کشور را به گونه‌ای طراحی کنند که مسیری را برای سلطه غرب بر کشور باقی نگذارند و به این ترتیب نقاط ضربه پذیر خود را به حداقل برسانیم(رویکرد پدافندی). در کنار طراحی و برنامه‌ریزی این نوع سیاست‌ها باید برنامه‌های را نیز تدوین کنیم که بتوانیم منافع نظام سلطه را تحت تاثیر قرار داده و توان ضربه زدن به نظام اقتصادی آنها را در خود تقویت کنیم(رویکرد آفندی). بر همین مبنا، رویکردی که در اینجا مطرح می‌شود را می‌توان اقتصاد مقاومتی نام گذاری کنیم. صنعت گردشگری با ماهیت اقتصادی که دارد می تواند به عنوان یکی از راهبردهایی قرار گیر که کشورمان از پتانسیل‌های آن در حوزه اقتصاد مقاومتی استفاده کند.

ما در این مقاله برآنیم تا به بررسی ابعاد اقتصادی صنعت گردشگری با رویکرد اقتصاد مقاومتی پرداخته و ضرورت توجه به این صنعت در حال رشد را برای جمهوری اسلامی ایران تبیین کنیم.

۲- ماهیت صنعت گردشگری

سفر و مسافرت بی شک تاریخی به قدمت تمدن بشری دارد و انسان نیز از همان ابتدا روی زمین گردش و گردشگری را آغاز کرد، این پدیده در طول تاریخ رشد و توسعه خود را ادامه داده است به طوری که هم اکنون سفر و گردشگری به یکی از نیازهای جامعه کنونی تبدیل شده است و سفر و هزینه‌های مربوط به آن به عنوان بخشی از هزینه‌های خانوار تعریف می‌شود و تقریباً مسافرت به بخشی از زندگی مردم جهان بدل شده است.

جهانگردی[1] بزرگترین تحرک اجتماعی در طول تاریخ بشر است که می‌تواند منشأ عمیق ترین تاثیرات فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی باشد. صنعت گردشگری امروزه به نسبت میزان سرمایه گذاری و صرف هزینه‌ها نسبت به سایر صنایع، بیشترین درآمد را ایجاد می‌کند و فارغ از اثرات منفی زیست محیطی، منبعی لایزال و تمام نشدنی است. این صنعت ضمن درآمدزایی بسیار گسترده موجب نزدیک تر شدن ملل، اقوام و فرهنگ‌ها به یکدیگر شده است و تاثیر بسیار زیادی در همگرایی و هم اندیشی بین مردم دنیا داشته و دارد.

علاقه روز افزون مردم به سفر و مسافرت به سرزمین‌هایی غیر از محل جغرافیایی خود و مشاهده آثار تمدنی، فرهنگی، هنری و تاریخی سایر کشورهای جهان و بهر مندی از مواهب و زیبایی‌های دنیای خلقت و طبیعت آن، رشد اعجاب انگیزی به صنعت گردشگری داده است.

رشد تعداد گردشگران از ۲۵ میلیون در سال ۱۹۵۰ به حدود ۷۰۰ میلیون در سال ۲۰۰۰ و افزایش آن در سال ۲۰۱۰ به حدود یک میلیارد نفر، نشان می‌دهد که این بخش به طور میانگین رشدی سالیانه به میزان حدود ۷٪ داشته است.

گردشگری پس از جنگ جهانی دوم رشد بی سابقه‌ای داشته است. گردشگری بخشی مشخص نیست ولی حوزه‌ای فراگیر از فعالیت‌های صنعتی و خدماتی است و تقریباً با تمام حوزه‌های ملی یک کشور در ارتباط است.

بی شک صنعت گردشگری در حال حاضر به بزرگترین بخش خدمات تبدیل شده است و از نظر گستردگی، صنعت رتبه یک جهان محسوب می‌شود. به طوری که کارشناسان رشد چشمگیری را برای آینده این صنعت پیش بینی می‌کنند. از این رو بررسی، مطالعه و تحلیل دقیق این صنعت می‌تواند در شناسایی ابعاد و ویژگی‌های آن در راستای توسعه اقتصاد ملی و در نهایت بهبود و ارتقاء کیفیت زندگی نواحی مختلف کشور موثر باشد (۱).

امروزه صنعت گردشگری فراتر از یک صنعت به مثابه یک پدیده پویای جهانی و اجتماعی دارای پیچیدگی‌های خاص خویش است (۲ p. ٤) . در حال حاضر صنعت گردشگری از نظر گستردگی بزرگترین صنعت جهان محسوب می‌شود و در سال‌های اخیر بالاترین رشد را به خود اختصاص داده است و پیش بینی می‌شود که در دهه ۲۰۲۰ به صنعت شماره یک جهان تبدیل شود به طوری که در سال ۲۰۲۰ بیش از

[1] Tourism

۱/۶۰۰ میلیون نفر به مسافرت‌های بین المللی خواهند پرداخت(۳) . امروزه صنعت گردشگری بخش عمده‌ای از تجارت بین المللی (حدو یک سوم بخش خدمات) را به خود اختصاص داده است و این صنعت با اتکا به سرمایه‌های اولیه (جاذبه های گردشگری) و برنامه‌ریزی اصولی و واقع بینانه می‌تواند به یک منبع عظیمی از تولید درآمد در سطح ملی و ناحیه‌ای تبدیل شود (۱). پنج مقصد برتر گردشگری فرانسه، ایالات متحده آمریکا، اسپانیا، ایتالیا و مجارستان سالانه میزبان حدود۳۹ درصد از کل گردشگران بین‌اللملی هستند و در طول دهه گذشته سالانه مجموعاً بیش از ۴۱ درصد از کل درآمدهای حاصله را از این طریق کسب کرده‌اند. آمریکا، آلمان، ژاپن، انگلستان و ایتالیا با بیش از ۵۱ درصد از کل هزینه، از بالاترین هزینه‌کنندگان در این زمینه به شمار می‌روند (۴ ص. ۱۱).

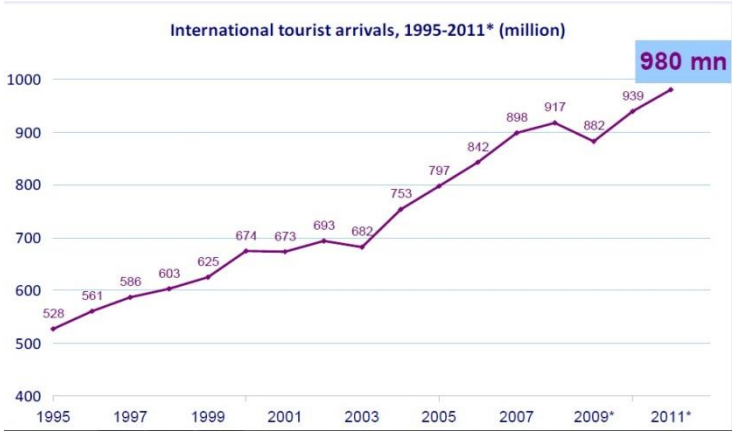
برای بسیاری از کشور های در حال توسعه نظیر حوزه کارائیب، صنعت گردشگری فراتر از بخش های کشاورزی و صنعتی به عنوان عامل مهم توسعه محسوب می‌شود (۵ ص. ۳۰).

رایج‌ترین نگاه به جهانگردی در جهان معاصر رویکرد اقتصاد محور است (۶). در این راستا بیشترین برنامه‌ریزی‌هایی که در کشورهای مختلف در خصوص این صنعت تدوین می‌شود این بعد را در صدر اهداف خود در جذب گردشگر قرار می‌دهند و با نگاه اقتصاد محور به این صنعت می‌نگرند. از این نظر کشور ما هم می‌تواند با رویکرد اقتصاد مقاومتی این صنعت را در اولویت‌های برنامه ریزی توسعه اقتصادی خود قرار دهد تا بتواند از مزیت های اقتصادی بالقوه‌ی این صنعت استفاده لازم را ببرد و از این طریق این پتانسیل اقتصادی کشور را فعال کند.

۳-اهمیت و جایگاه گردشگری

گردشگری یکی از مهمترین فعالیت‌های اقتصادی در دنیاست که در سال‌های اخیر شاهد رشد سریع بازار بین‌المللی آن بوده‌ایم (۷ ص. ۲). آمارهای مربوط به رشد صنعت گردشگری ثابت‌کننده این ادعا هستند که گردشگری قابلیت بزرگترین جابجایی صلح آمیز در تاریخ بشر را داراست. نمودار شمار ۱ روند گردشگران ورودی از سال ۱۹۹۵ تا سال ۲۰۱۱ نشان می‌دهد که حاکی از رشد صعودی تعداد گردشگران در دنیا می-باشد و پیش‌بینی‌ها سیر صعودی این آمار را در آینده تصدیق می‌کنند.

نمودار شماره ۱



منبع: سازمان جهانی جهانگردی

مقایسه آمار سال ۲۰۱۰ با سال ۲۰۱۱ گواه این است که این صنعت دارای رشد ۴/۴ درصدی بوده است و پیش بینی می‌شود که تعداد گردشگران در سال ۲۰۱۲ به یک میلیارد نفر برسد.

گردشگری از سه ویژگی اصلی برخوردادراست که عبارت است از: ۱- در بیشتر اوقات، قبل از خرید نمی‌توان این خدمت را دید یا آزمون کرد. بدین معنی که آزمون پس از خرید انجام می‌شود. ۲- خدمت در محل خرید مصرف می‌شود و قابل انتقال و جابجایی نسیت. ۳- مردم و محل خدمت بخشی از خدمت ند. از این رو گردشگری بسیاری از بخش‌های جامعه را شامل می‌شود. این سه ویژگی نشان می‌دهد مردمی که در محل خاصی زندگی می‌کنند، فقط کالا و خدمت تولید نمی‌کنند، بلکه بسیاری از آنها، خود بخشی از کالا و خدمات تولیدی هستند (۸)

از آنجا که گردشگری ارتباط مستقیم با فرهنگ، اقتصاد، سنت و میراث معنوی مردم دارد، این توانایی را در خود می‌بیند که ارتباطی را به وجود آورد که به درک مردم و فرهنگ‌ها را امکان پذیر و جهان را به مکان مناسبی برای بشر تبدیل کند. رشد سریع جهانگردی در چند دهه اخیر ممکن است این تصور را تقویت کند که جهانگردی به آخرین مرحله تکامل خود رسیده و شدت توسعه آن در آینده رو به کاهش خواهد بود درحالی که پیش‌بینی‌های کارشناسان نشان می‌دهد که جهانگردی به رشد و توسعه خود با سرعت بیشتری ادامه می‌دهد و در سال‌های آتی از سایر بخش‌های اقتصادی و اجتماعی پویا تر خواهد بود، هرچند در اثر رکود اقتصاد جهانی از شدت گسترش این صنعت کمی کاسته شد اما توجه به آمارهای ارائه شده از سوی سازمان جهانی جهانگردی موقتی بودن این رکود را نشان می‌دهد. بنابر این جهانگردی به سرعت به صنعتی

قدرتمند و تجارتی پر رقابت در سطح بین‌المللی و حرفه‌ای بزرگ در سطح جهان تبدیل خواهد شد، به طوری که ابتدا عقب‌تر از نفت و آنگاه هم ردیف آن و سپس بالاتر از آن قرار گرفت و در حال حاضر بزرگترین صنعت دنیا محسوب می‌شود (۹). صنعت گردشگری با اتکا به ویژگی‌ها و تاثیرات اقتصادی خود می‌تواند به گونه‌ای کاملاً موثر در تحرک و پویایی بخش‌های مختلف اقتصادی جوامع محلی نقش عمده‌ای ایفا کند که نهایتاً به توسعه نواحی توسعه نیافته کمک خواهد کرد(۱۰).

مقوله گردشگری فعالیتی چند وجهی‌ست که در راستای برنامه‌ریزی ،پویایی و توسعه این صنعت می-بایست به موازات این فعالیت سایر بخش‌های اقتصادی و اجتماعی جوامع میزبان بهبود یابد، به بیان دیگر توسعه صنعت گردشگری در یک مکان علاوه بر شرایط خاص اجتماعی ویژگی‌های اقتصادی ویژه‌ای را می-طلبد، صنعت حمل و نقل مناسب، صنعت ساختمان پیشرفته، تکنولوژی اطلاعاتی به روز، زیرساخت‌های قابل قبول و خدمات بهداشتی و مالی مطمئن پاره‌ای از این ویژگی‌هاست (۱). که توسعه صنعت گردشگری به خاطر ارتباطات متقابل با بخش‌های فوق موجب رشد و توسعه این موارد خواهد شد. به نوعی توسعه صنعت گردشگری به جهت همین ارتباط متقابل خود عاملی برای توسعه سایر بخش‌های اقتصاد کشور می-شود که این امر پویایی اقتصاد را در پی دارد.

اهمیت و عظمت گردشگری به ایجاد فرصت‌های شغلی و درآمد محدود نمی شود. در صورت برنامه ریزی و توسعه از پیش اندیشده شده، گردشگری قادر است منافع مستقیم و غیر مستقیم اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، محیطی و سیاسی را ایجاد و سهم قابل توجهی را در توسعه ملی ایفا کند. به عبارتی به بهبود شاخص‌های عدالت اجتماعی، ارتقا سطح زندگی، رفاه عمومی و تعادل و توازن منطقه‌ای منجر شود. در مواردی کارشناسان اقتصاد منطقه‌ای، گردشگری را به عنوان تنها عامل استقرار منابع و توسعه مناطق کمتر توسعه یافته دانسته اند (۴).

فعالیت گردشگری در عرصه بین‌اللملی جایگاه خود را یافته و به رسمیت شناخته شده است. به طوری که سازمان‌های بین‌المللی از جمله:"برنامه توسعه سازمان ملل متحد[۲]"، " جامعه اقتصادی اروپا[۳]" و چند سازمان همیاری بین‌المللی دیگر منابع مالی لازم را برای انواع مختلف برنامه‌های توسع گردشگری در کشور-

[۲] United Nations Development Programme

[3] Economic Community of Europe

های در حال توسعه فراهم می‌کنند. " سازمان جهانی جهانگردی[۴]" نیز مدافع اهمیت برنامه‌ریزی گردشگری است و به عنوان نماینده اجرایی برنامه توسعه سازمان ملل متحد برای بسیاری از کشورهای جهان برنامه‌های آموزش برنامه‌ریزی گردشگری ترتیب داده است.

در طول دهه‌های گذشته حتی کشورهای کمتر توسعه یافته و کشورهای در حال توسعه نیز از این مهم غافل نبوده اند.گردشگری صادرات عمده ۸۳ درصد از کشورهای در حال توسعه را تشکیل می‌دهد و برای یک سوم از آنها صادرات اساسی محسوب می‌شود. کشورهای در حال توسعه در حال افزایش سهم خود از گردشگری بین‌المللی هستند به طوری که سهم خود را از ۲۰/۸ درصد در سال ۱۹۷۵ به ۴۲ درصد در سال ۲۰۰۰ رسانده اند (۴ ص. ۱۱).

اگر منافع گردشگری در سطح جوامع و مناطق یک کشور به درستی توزیع شود می‌تواند زندگی مردم را بهبود بخشد (۱۱ ص. ۹۳). به همین دلیل توسعه گردشگری به ویژه در کشورهای کمتر توسعه یافته، عامل موثری در مقابله با فقر است و موجب افزایش درآمد قشرهای مختلف، کاهش بیکاری و رونق اقتصادی و در نتیجه بهبود کیفیت زندگی مردم و افزایش رفاه اجتماعی می‌شود (۱۲ ص. ۶).

۴- موقعیت ایران در صنعت گردشگری

صنعت گردشگری هم اکنون از جایگاه بسیار خوبی در سطح جهانی برخور دار است. این صنعت ضمن درآمدزایی گسترده موجب نزدیک شدن ملل، اقوام و فرهنگ‌ها به یکدیگر شده است. هرساله میلیون‌ها نفر در سراسر جهان به سفر می‌روند و تقریباً مسافرت به بخشی از زندگی مردم جهان بدل شده است. با این حال صنعت گردشگری در ایران و میزبانی از گردشگران خارجی همچنان بدون رونق پیگیری می‌شود به گونه‌ای که در سال‌های اخیر تقریباً در هر ماه تنها ۱۷۰ هزار نفر مسافر خاجی به کشور سفر کرده است در حالی که کشور ترکیه در سال جاری هر ماه میزبان بالغ بر ۲/۵ میلیون گردشگر بوده است.

ایران سالانه حدود یک میلیارد دلار بابت مسافرت اتباع خود پرداخت می‌نماید. به تعبیری هر خانوار ایرانی که به طور متوسط پنج عضو دارد سالانه ۸۵ دلار از سهم تولید ملی خود را بابت رونق این بخش به بازار جهانی توریسم می‌پردازد؛ بدون آنکه از این بازار سهمی ببرد (۱۳). ایران در میان کشورهای عضو

[۴] The United Nations World Tourism Organization(UNWTO)

سازمان کنفرانس اسلامی (OIC) طبق آمارهای سال گذشته به لحاظ تعداد گردشگر ورودی رتبه ۱۳ و به لحاظ درآمد حاصل از ورود جهانگردان رتبه دهم را دارا بوده است. در منطقه خاور میانه نیز رقبای سرسختی مانند لبنان و اردن جایگاه ایران را در منطقه رو به انحطاط برده‌اند به طوری که کشور لبنان با رشد ۳۷.۶ درصد رشد در تولید ناخالص داخلی از گردشگری برای کسی جای نقد باقی نگذاشته است، اردن، ترکیه، مصر، عربستان، امارات و سوریه به ترتیب دنبال این کشور هستند و سعی در گرفتن گوی سردمداری منطقه خاورمیانه را دارند(سایت سازمان جهانی جهانگردی).

به منظور تنوع بخشیدن به منابع رشد اقتصادی و درامد های ارزی و همچنین ایجاد فرصت های شغلی، توسعه صنعت گردشگری در اقتصاد ایران از اهمیت فراوانی برخوردار خواهد بود. البته تاکید بر اهمیت مطالعه اقتصادی این صنعت زمانی نمود پیدا می کند که بدانیم ایران از نظر جاذبه های گردشگری یکی از ده کشور اول جهان و از لحاظ آثار باستانی یکی از پنج سرزمین نخست جهان به جهت جاذبه‌های اکوتوریستی (طبیعت گردی) و تنوع گیاهی و جانوری است. با وجود این تنها پنج دهم درصد سهم درآمد گردشگری جهان را به خود اختصاص داده است و از نظر درآمد جذب گردشگر در قیاس با دیگر کشورهای جهان در رتبه نوداُم قرار دارد (۱۴). با این حال باید گفت با توجه به افق پیش روی صنعت گردشگری در ایران که مختصات آن در سند چشم انداز ۲۰ ساله تدوین شده است ایران در سال۱۴۰۴ می‌بایست میزبان ۲۰ میلیون گردشگر باشد و درآمد ۲۰ میلیارد دلاری را از بازار جهانی جهانگردی کسب کند. نظر به این که ضرورت توسعه و رشد این صنعت در سند فوق مورد توجه قرار گرفته است و از آنجا که کشورمان با توجه به منابع عظیمی که در این حوزه دارد زمینه گسترش هرچه بیشتر آن را داراست، بنابراین نگاه اقتصادی داشتن به این صنعت در حال رشد بیش از پیش ضرورت پیدا می‌کند. زمانی که ما با رویکرد اقتصاد مقاومتی به این مقوله توجه کنیم لزوم توجه به این بخش از اقتصاد و استفاده از ظرفیت‌های نهفته آن، از قوه به فعل درآوردن این ظرفیت‌ها بیشتر نمایان می‌شود. به عبارتی توسعه هر چه بیشتر صنعت گردشگری خود عاملی می‌شود که ما در منابع درآمدی کشور تنوع ایجاد کنیم و وابستگی ما به نفت (به عنوان اصلی-ترین منبع درآمدی کشور) را کاهش دهیم.

۵- ماهیت اقتصادی صنعت گردشگری

این صنعت منابعی را بکار می‌گیرد که معمولاً غیر قابل استفاده به نظر می‌رسند و از طریق توسعه گردشگری اقتصادی می‌شوند. به عنوان نمونه استفاده از آثار باستانی، جنگل‌ها، بیشه‌ها، کوه‌ها، شنزارها، و

پدیده‌هایی که فاقد ارزش اقتصادی بالفعل هستند و از طریق توسعه گردشگری به عنوان کالا مطرح می-گردند. از این رو گردشگری در کشورها و مناطقی که به دلیل موقعیت جغرافیایی، اوضاع سیاسی و یا دلایل دیگر از رشد صنعتی و یا انتخاب سایر راه‌های توسعه اقتصادی محروم مانده‌اند، در برخی موارد به عنوان یک فعالیت اقتصادی زیربنایی و تنها راه توسعه مطرح شده است. بر این مبنا کشور ماکه از لحاظ جاذبه‌های تاریخی یکی از ده کشور برتر دنیا و از لحاظ جاذبه‌های طبیعی یکی از پنج کشور نخست جهان است، این توانایی را دارد که این سرمایه عظیم را به کار گیرد و از سوی دیگر این منابع برای کشور ارزش اقتصادی ایجاد کند.

از نقطه نظر اقتصادی، برای توسعه گردشگری در یک منطقه ایجاد تاسیسات، زیر ساختها و امکانات مورد نیاز این صنعت امری ضروری است. فراهم نمودن این بستر مستلزم سرمایه‌گذاری و صرف هزینه‌های گوناگون توسط مردم و دولت است. هزینه‌های عمده برای توسعه گردشگری در یک منطقه را می‌توان به چند گروه تقسیم‌بندی کرد: الف) سرمایه‌گذاری‌های کلان بر روی دارایی‌های ثابت این بخش که عمدتاً شامل ایجاد و نگهداری تاسیسات زیربنایی (فرودگاه و جاده) و تاسیسات اقامتی و موسسات فرهنگی، پارک-ها و جاذبه‌های مصنوعی می‌شود. ب) دسته دیگر از هزینه‌های توسعه گردشگری را هزینه‌های اجتماعی – فرهنگی تشکیل می‌دهند. ج) دسته دیگر هزینه‌ها را می‌توان تحت عنوان هزینه‌های محیطی دسته‌بندی کرد. هزینه‌هایی از قبیل هزینه جبران افزایش آلودگی محیط ریست و حفظ چشم اندازهای طبیعی .د) و دسته آخر هزینه‌ها مربوط به هزینه‌های برنامه‌ریزی و هزینه‌های تحقیقات[۵] است.

گردشگری یک صنعت خدماتی است، زیرا گردشگران برای تامین نیازهایشان انتظار خدمت دارند. مهمترین انتظارات آنان ارائه خدماتی در ارتباط با برنامه ریزی برای زمان و مقصد سفر ، یافتن و رزو نمودن محل اقامت در مقصد سفر، تامین وسایل رفت و آمد و... می است.

از دید اقتصاددانان، گردشگری یکی از سریع ترین راه‌های بازگشت سرمایه است و بالاترین ضرایب انباشت سرمایه را دارد. زیرا سرمایه گردشگری از طریق ارز خارجی وارد کشور می‌شود. با توجه به این امر گفته می-شود که گردشگری دارای ضریب فزاینده صنعت نیز است.

---

[۵] Cost Opportunity

خرید کالاها و خدمات به وسیله گردشگران خارجی صادرات پنهان یا نامریی تلقی می‌شود . کارشناسان گردشگری معتقدند که که گردشگری به منزله صادرات نامریی خدمات و محصولات است زیرا گردشگری موجب بازده مضاعف در اقتصاد کشور و منطقه می‌شود. در فعالیت گردشگری بازده اقتصادی که ناشی از تراز پرداخت‌های گردشگران است و مانند جریان کالاهای صادراتی دیگر معلوم و مشهود نیست. به همین دلیل گردشگری را صادرات نامرئی خدمات و محصولات دانسته‌اند. (٤ ص. ٢١و٢٢) از آنجا که بخش خدمات یکی از اصلی ترین بخش‌های اقتصادی کشورهاست توسعه هرچه بیشتر صنعت گردشگری به عنوان صنعت خدماتی دنیا موجبات رشد این بخش از اقتصاد ملی کشور می‌شود که این امر باعث تقویت اقتصاد کشور از این طریق خواهد شد.

۵-۱ اثرات اقتصادی[۶] صنعت گردشگری

تاکنون بیشترین پژوهش‌ها در عرصه گردشگری در زمینه اثرات گردشگری صورت گرفته و در این میان سهم اثرات اقتصادی از دیگر انواع بیشتر است. پیرسن[۷](۱۹۸۹) در این باره معتقد است:"مطالعه در مورد افزایش تعداد گردشگران بر مقصد یا مقصدها عمده‌ترین بخش تحقیقات گردشگری بوده است. بیشتر این تحقیقات غالباً توسط اقتصاددانان صورت گرفته و بر اثرات درآمد و اشتغال تمرکز داشته است." (۱۵).

سازمان جهانی جهانگردی(UNWTO) پنج محور عمده را برای اندازه‌گیری‌های اقتصادی استاندارد پیشنهاد می‌کند: ۱- درآمد و افزایش GNPوGDP ۲- ورود ارز خارجی ۳- اشتغال ۴- ضریب تکاثر ۵- درآمدهای دولتی (۱)

ویژگی‌های اشتغال صنعت گردشگری

سهم اشتغال در بخش هتل، رستوران و گردشگری در جهان از اهمیت بالایی در دهه اخیر برخوردار بوده است. به طوری که در سال ۲۰۰۰ از هر ۱۲ شغل در جهان یک شغل متعلق به بخش گردشگری بوده است(سازمان بین المللی کار، ۲۰۰۱). این صنعت از نظر اشتغال دارای ویژگی‌هایی می‌باشد که از مهمترین آنها نیاز به نیروی انسانی بسیار در مقایسه با سایر بخش هاست. اکثر نیروی انسانی جذب شده در این

---

[۶] Economic effects

[۷] Pearson

صنعت از تخصص کمی برخودارند و در مقایسه با سایر بخش‌های نیروی کار به راحتی و سریع‌تر جذب می-شوند.

به طور کلی برای توسعه اقتصادی و ایجاد اشتغال نیاز به تغییرات اساسی و پایه‌ای در ساختار اقتصادی است. امروزه نقش مهم و اساسی در اقتصاد از بخش کشاورزی و صنعت به بخش خدمات تغییر جهت داده است. در واقع برخلاف گذشته بخش‌های صنعت و کشاورزی نقش کمتری در توسعه اقتصادی و ایجاد اشتغال داشته و بیشترین اشتغال در بخش خدمات است (۱۶).

گردشگری صنعتی خدماتی است که نیاز به تعداد بسیاری نیروی انسانی در مقایسه با سایر بخش‌ها دارد. نسبت کارکنان این صنعت در برابر مبالغ سرمایه‌گذاری شده بسیار بالاست. به عبارتی دیگر گردشگری، صنعتی کاربر و اشتغال‌زاست که افراد را با مهارت‌های گوناگون به اشتغال در می‌آورد و یکی از طرق موثر برای غلبه بر مشکل بیکاری است (۱۷).

اشتغال ایجاد شده توسط گردشگری بر سه نوع است:

اشتغال مستقیم: اشخاصی که در موسسات مرتبط با جهانگردی کار می‌کنند از قبیل هتل‌ها، رستوران‌ها، فروشگاه‌ها و مراکز خرید و آژانس‌های مسافرتی

اشتغال غیر مستقیم: مشاغل ایجاد شده در بخش‌های عرضه از قبیل کشاورزی ، شیلات و صنایع

اشتغال القایی: اشخاصی که از طریق خرج کردن درآمدی که شاغلان مستقیم و غیر مستقیم کسب کرده اند، حمایت می‌شوند.

گردشگری به لحاظ ماهیت اقتصادی خود ایجاد کننده طیف وسیعی از مشاغل است، کارگری ساختمان، بنایی، معماری، تزئینات داخلی، بنگاه‌های مسافرتی، فروشنده دوره گرد در مرکز گردشگری فصلی، کار در مهمان سراها، رستوران‌ها از مدیریت گرفته تا امور نظافت و خدمات، ساخت ابزار و وسایل تفریحی، صدور گذرنامه، بلیط، راهنمای مسافر، استغال در دفاتر اطلاعاتی و راهنمایی گردشگری، وسایل نقلیه اعم از مهمانداری هواپیما، اتوبوس، کشتی و ... است (۱۸).

بر اساس آمار و داده های سازمان جهانی جهانگردی، گردشگری بالغ بر ۱۲۰ میلیون شغل در دنیا به وجود آورده و حودو ۵/۵ در صد اقتصاد جهانی ناشی از فعالیت های گردشگری است بیش از یک دهم

جمعیت جهان در سال به مسافرت می پردازند و این صنعت برای بیش از یک نهم نیروی کار جهان اشتغال ایجاد کرده است و بیش از ۱۰٪ تولید ناخالص دنیا مربوط به صنعت گردشگری است (۱۹).

از آنجا که نرخ بیکاری در کشورهای در حال توسعه بسیار بالاست، بنابر این ضروری به نظر می‌رسد که فعالیت اقتصادی جدیدی برای کاهش آن ایجاد شود. گردشگری اصولاً به عنوان یک حرفه خدماتی متمرکز بر نیروی کار بسیار مورد توجه است، زیرا تعداد بسیاری نیروی کار غیر ماهر و نیمه ماهر را به استخدام در می‌آورد. در نتیجه کشورهای در حال توسعه باید بر روی آزمایش توانمندی ایجاد حداکثر اشتغال تکیه کنند و از دانش فنی که منطبق با سطح هر کشور است، استفاده نمایند و همچنین هزینه‌های کارگری و هزینه های تعویض تجهیزات و دستگاه‌ها نیز باید مورد مطالعه قرار گیرد تا فرآورده‌های گردشگری به صورت قابل رقابتی باقی بماند (۲۰). کشور ما نیز که نرخ بیکاری بالایی دارد و متقاضیان اشتغال درصد بالایی از جمعیت فعال کشور را تشکیل می‌دهند باید طوری برنامه‌ریزی کند که با فعال کردن این بخش از اقتصاد کشور بتواند برای قشر بالایی از این جمعیت که غالباً هم جوانان هستند ایجاد اشتغال کند.

اثرات درآمدی صنعت گردشگری

امروزه سهم زیادی از درآمد برخی کشورها از محل فعالیت های گردشگری است. مسافرت و جهانگردی در تولید ناخالص ملی نقش بالایی را ایفا می‌کند. گردشگری علاوه بر ایجاد اشتغال موجب افزایش درآمد ملی می‌شود که بخشی از درآمد به صورت درآمد ارزی حاصل می‌شود. درآمد ارزی گردشگری عبارت است از مقدار ارزی که بازدیدکنندگان خارجی به داخل کشور می‌آورند و خرج می‌کنند.

مطلوب ترین اثر جهانگردی ارزی است که وارد کشور می کند (۶ ص. ۲۳). د رکنار تعدادی از عوامل دیگر (مانند تغییرات تولید ناخالص ملی و تراز پرداخت ها) نوسان نرخ تبدیل ارز تا حدود زیادی سبب روند های انشعابی در در مخارج گردشگری توسط کشور هاست (۲۰ ص. ۱۱۴).

میزان صادرات و ارز حاصل از آن یکی از مهمترین عوامل توسعه اقتصادی هر کشور محسوب می‌شود از آنجا که بیشترین صادرات کشور ما نفت و فرآورده‌های مشتق شده از آن است، این امر باعث وابستگی هر چه بیشتر اقتصاد ملی ما به صادرات این مواد شده است و خود موجب شده که این امر به یکی از اصلی‌ترین نقاط ضعف اقتصاد کشور تبدیل شود. با توجه با این که یکی از مسائلی که رویکرد اقتصاد مقاومتی به آن توجه دارد تنوع منابع درآمدی کشور و حصول این درآمد از حوزه‌های مختلف است، گردشگری به خاطر

میزان ارزی که وارد کشور می‌کند می‌تواند خود عاملی برای تنوع منابع درآمد کشور شود و در نتیجه موجبات کاهش وابستگی اقتصاد ملی به یک منبع مانند نفت شود.

کمک به درآمد های دولت

این امر شامل مالیات‌های هتل‌ها و سایر انواع مالیات گردشگری ، عوارض وجود فرودگاه‌ها، عوارض گمرکی بر واردات صنعت گردشگری، مالیات بر درآمد موسسات و کارمندان صنعت گردشگری و مالیات بر دارایی تاسیسات گردشگری می‌شود.

امروزه صنعت گردشگری از بعد اقتصادی نه تنها میان دولت‌ها رقابت سختی را آغاز کرده است بلکه این رقابت در سطوح ناحیه‌ای و محلی نیز به وضوع قابل مشاهده است (۲).

یکی از ابعاد اقتصاد مقاومتی این است که منافع اقتصاد منطقه را با منافع خود گره بزنیم. گردشگری و توسعه منطقه ای آن موجب که جابجایی گردشگری بین کشور های منطقه می شود باعث پیوند خوردن اقتصاد کشور ها به همدیگر می شود شاهد مثال این موضوع کشور ترکیه است که گردشگران ایرانی و در واقع کشور ایران جزء اصلی ترین بازار های این کشور محسوب می شود و یا کشور هایی مثل عراق، عربستان، امارات، که باعث پیوند خوردن اقتصاد گردشگری آنها با کشور ایران شده است.

ضریب فزاینده

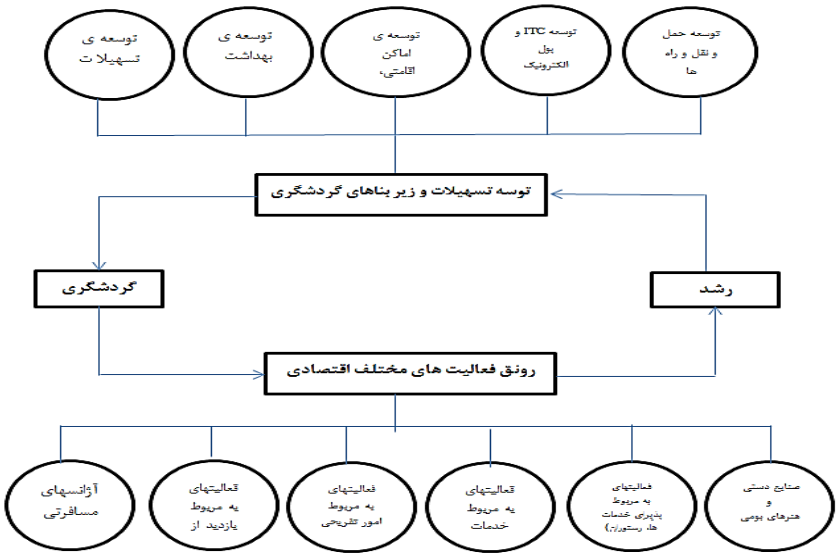
"ضریب فزاینده" درآمدی گردشگری بالاترین ضریب فزاینده در میان انواع فعالیت های اقتصادی است. ضریب فزاینده در آمدی عبارت است از افزایش در درآمد به ازا هر ریال تزریق شده در اقتصاد یک منطقه. وجوهی که گردشگران در منطقه خرج می‌نمایند درآمد مقصد گردشگری را به طور تصاعدی افزایش می-دهد. مفهوم افزایش تصاعدی آن است که گردشگران در کنار خرج‌های عادی، وجوه دیگری را نیز به مصرف می‌رسانند. (۴)

۶-گردشگری و اقتصاد مقاومتی

نخستین دلیل توسعه‌ی صنعت گردشگری در اغلب کشورها، بهره برداری از منافع اقتصادی آن است؛ اگر چه دلایل دیگری نیز در این مورد ارائه می‌شود. به نظر اوه (۲۰۰۵)، صنعت گردشگری می‌تواند تاثیر

مهمی را افزایش اشتغال، درآمدهای مرتبط با مکان‌های اقامتی و نیز درآمدهای دولتی کشورها داشته باشد. از این رو، گردشگری دو صورت مستقیم و غیر مستقیم بر رشد اقتصادی تاثیر می‌گذارد (شکل شماره یک):

شکل شماره یک: رابطه گردشگری و رشد اقتصادی



الف) اثر مستقیم

از آنجایی که گردشگری یکی از صنایع خدماتی است ، از این رو درآمد حاصل از این صنعت بخشی از تولید ناخالص داخلی کشور میزبان محسوب می‌شود و مستقیماً بر رشد اقتصادی آن کشور تاثیر می‌گذارد (۲۱).

به این ترتیب و با توجه به رویکرد اقتصاد مقاومتی، توسعه گردشگری می تواند یکی از اصلی ترین راهبردهایی باشد که کشور می تواند از آن به نحو احسن بهره برداری کند و با سرمایه گذاری روی این بخش از درآمد ملی توسعه اقتصادی کشور را از این طریق تامین کند.

ب) اثر غیر مستقیم

گردشگری به صورت غیر مستقیم نیز بر رشد اقتصادی تاثیر می‌گذارد؛ چرا که اثر پویایی را در کل اقتصاد به شکل اثرات سرریز و یا دیگر آثار خارجی نشان می‌دهد. به این صورت که اگر گردشگری به دلیل تعامل زیاد با دیگر فعالیت‌های اقتصادی، دوچار رونق شود، سایر فعالیت‌های اقتصادی که به آن کالا یا

خدمات ارائه می‌دهند و یا محصول آن را مصرف می‌کنند، همراه با آن حرکت خواهند کرد (۲۱). یعنی گردشگری می‌تواند به عنوان موتوری برای رشد اقتصادی عمل کند که سایر فعالیت‌ها را نیز به دنبال خود رو به جلو براند. از سوی دیگر، رشد اقتصادی نیز بر توسعه گردشگری موثر است. رشد اقتصادی، با توسعه تسهیلات و زیر بناهای گردشگری از جمله توسعه حمل و نقل و راهها، گسترش پول الکترونیک، توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات، اماکن اقامتی، رستوران‌ها و هتل‌ها، توسعه بهداشت عمومی و همچنین توسعه تسهیلات تفریحی و امور رفاهی، موجب توسعه صنعت گردشگری می‌شود(شکل شماره یک). به این ترتیب توسعه گردشگری خود موجبات توسعه و همچنین توزیع زیر ساخت های حیاتی کشور می‌گردد که این امر یکی از موضوعات مورد توجه در اقتصاد مقاومتی می‌باشد.

نتیجه‌گیری

در عصر حاضر توسعه گردشگری در تمامی سطوح آن چه در سطح ملی، منطقه‌ای و بین المللی مورد توجه دولت‌ها قرار گرفته است و صنعت گردشگری به عرصه‌ای رقابتی بین کشورها مبدل شده است.

برای کشوری مانند ایران که وابسته به درآمدهای نفتی است و این موضوع به عنوان یکی از اصلی ترین نقاط ضعف اقتصاد آن محسوب می‌شود، توسعه گردشگری باعث خارج شدن کشور از نظام اقتصادی تک محصولی شده و درآمدهای سرشاری را عاید کشور می‌کند.

با توجه به مطالبی که در این تحقیق به آن پرداخته شد و شناختی که از صنعت گردشگری و ابعاد اقتصادی آن حاصل گردید، می‌توان این گونه نتیجه‌گیری کرد که گردشگری و ظرفیت‌های نهفته در درون آن می‌تواند یکی از زاهبردهایی باشد که در پیاده کردن تفکر اقتصاد مقاومتی از آن استفاده نمود. این صنعت به دلیل پتانسیل بسیار بالایی که در جهت توسعه اقتصادی کشور دارد و به جهت لزوم تکثر منابع درآمدی و کاهش وابستگی کشور به یک منبع مانند نفت و ایجاد اشتغال و توسعه، می‌توان از آن به عنوان ثروت پنهانی یاد کرد که کشور هنوز نتوانسته بخش‌های مختلف آن را از قوه به فعل برساند. با توجه به اینکه توسعه این صنعت خود موجبات رشد و توسعه سایر بخش‌های اقتصادی کشور را به همراه دارد از این منظر هم می‌توان گفت سرمایه‌گذاری روی این بخش از ظرفیت نهفته اقتصاد کشور خود مولدی برای پیشرفت سایر بخش‌های اقتصادی خواهد شد. از این رو پیشنهاد می‌شود جهت افزایش رشد اقتصادی و

ایجاد یک اقتصاد مقاوم، به صنعت گردشگری توجه ویژه شود و سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی لازم برای توسعه آن صورت گیرد.

منابع:

۱. **حیدری چیانه, رحیم.** *"ارزیابی برنامه ریزی صنعت توریسمدر ایران"(پایان نامه دکتری).* تبریز : دانشگاه تبریز،دانشکده علوم انسانی و اجتماعی, ۱۳۸۳.

۲. **Elliott, James.** *Tourism:politics and pablic sector management.* London : Routledge, ۱۹۹۷.

۳. Tourism Grows Steadily Despit Asian Financial Crisis. *wto.* [درون خطی] ۲۰۰۲a. http://world ۲tourism.org/member:.

۴. **معصومی, مسعود.** *ماهیت گردشگری.* تهران : پیک کوثر, ۱۳۸۴.

۵. **شکویی, حسین.** *مقدمه ای بر جغرافیای جهانگردی.* تبریز : دانشگاه تبریز, ۱۳۵۴.

۶. **همایون, محمد هادی.** *جهانگردی:ارتباطی میان فرهنگی.* تهران : انتشارات دانشگاه امام صادق, ۱۳۸۴.

۷. **تاجزاده نمین, ابولفضل،** *نگرشی بر جایگاه فرهنگ و ضوابط اخلاقی در گردشگری..* تهران : فصلنامه علمی مطالعات گردشگری, ۱۳۸۳, جلد ۵.

۸. **اعرابی, سید محمد و ایزدی,داوود.** *مدیریت جهانگردی:مبانی،راهبرد ها و آثار.* تهران : دفتر پژوهش های فرهنگی, ۱۳۷۸.

۹. **ضرغام, حمید.** *مدل برنامه ریزی تستراتژیک جهانگردی ایران(پایان نامه دکتری).* تهران : دانشگاه تهران, دانشکده مدیریت, ۱۳۷۵.

۱۰. **Allan M.Williams &Shaw, Gareth.** *Crirtical Issues In Tourism:A Geographical Prespective.* oxford:Blackweel publishers ltd: ۱۳, ۲۰۰۲.

۱۱. **پاپلی یزدی, محمد حسین.سقایی,مهدی.** *گردشگری(ماهیت و مفاهیم).* تهران : انتشارات سمت،چاپ اول, ۱۳۸۵.

۱۲. **کاظمی, محمد.** *مدیریت گردشگری.* تهران : انتشارات سمت,چاپ اول, ۱۳۸۵.

۱۳. **رخشانی نسب, حمید رضا،ضرابی اصغر.** چالش ها و فرصت های توسعه اکوتوریسم در ایران. *مجله عمی پژوهشی فضای جغرافیا.* سال نهم, زمستان ۱۳۸۸, جلد شماره ۲۸.

۱۴. **تاج علی, معصومه.** *بررسی اثرات اقتصادی گردشگری در جمهوری اسلامی ایران(پایان نامه کارشناسی ارشد).* تهران : دانشگاه الزهرا(س), ۱۳۸۵.

۱۵. **ترابیان, پونه.** *سنجش سطح قابل قبول اثرات اجتماعی...(پایان نامه کارشناسی ارشد).* تهران : دانشگاه علامه دانشکده مدیریت و حسابداری, ۱۳۸۷.

۱۶. **لفظی, لیلا.** *توسعه صنعت گردشگری راهکاری برای خروج از بحران بیکاری(پایان نامه کارشناسی ارشد).* تهران : دانشگاه تهران(چاپ نشده), ۱۳۸۲.

۱۷. **برادران, مراد.** *بررسی نقس توریسم در اقتصاد اردبیل(پایان نامه).* تهران : دانشگاه تهران(چاپ نشده), ۱۳۸۵.

۱۸. **ضرغام, حمید.** *جهانگردی مهمترین ابزار توسعه فرصت های شغلی برای کشور های در حال توسعه(مجموعه مقالات).* تهران : دستان, ۱۳۸۲.

۱۹. **زارعی, علی و همکاران.** اثرات درآمدی صنعت جهانگردی بر رشد اقتصادی کشورهای ۸D. *فصل نامه علمی پژوهشی مطالعات گردشگری.* سال هفتم, تابستان ۱۳۹۰, جلد شماره۱۵ص۱۷۹تا۲۰۸.

۲۰. **ولا, فرانسوا و همکاران:ترجمه محمد ابراهیم گوهریان و همکاران.** *گردشگری بین المللی.* تهران : امیرکبیر, ۱۳۸۳.

۲۱. **طیبی, سید کمیل و همکاران.** بررسی رابطه توسعه گردشگری و رشد اقتصادی در ایران. *پژوهشنامه علوم انسانی و اجتماعی"ویژه اقتصاد".* سال هفتم , پاییز ۱۳۸۶, جلد شماره ۲۶.