

صنعت توریسم از دو جهت عمده حائز اهمیت بسیار است. نخست، موجبات آشنایی ملل پدیدآور فرهنگها، نژادها، اقوام، سرزمینها، گویش ها و... را فراهم می نماید، و دوم، از نظر اقتصادی به عنوان يك منبع تأمین درآمد و محسوب می شود. کشورهای مختلف جهان در سایه پر خور داری از امکانات گوناگون و جاذبه های متنوع، در پی جذب و جلب جهانگردان بسوی خویش هستند.

متأسفانه در کشور ما، صنعت توریسم چنان که شایسته است گسترش و توسعه نیافته است. با وجودی که در تمامی برنامه های توسعه سالیان اخیر بر رهایی از اقتصاد تک محصولی متکی بر صادرات نفت تأکید شده ولی در مقام عمل موفقیت و کامیابی قابل توجه و ملموس و محسوس در این زمینه به دست نیامده است. رشد و توسعه صنعت توریسم در ایران به عنوان یکی از راهکارهای عملی رهایی از اقتصاد تک محصولی و متنوع سازی منابع درآمدی کشور باید پیش از پیش مورد توجه برنامه ریزان و سیاستگذاران کشور قرار گیرد.

مقاله حاضر کوششی در جهت تبیین چالش های موجود در برابر صنعت توریسم در ایران و ارائه راهکارهایی برای بهبود و سامان بخشیدن به این صنعت است. این مقاله از هفت بخش تشکیل شده است. پس از ذکر مقدمه ای پیرامون اهمیت و ضرورت پرداختن به صنعت توریسم، به مفهوم توریسم، تاریخچه این صنعت در ایران و مقایسه تطبیقی جوانب مختلف آن از جمله تعداد جهانگردان و درآمد حاصل از جهانگردی در بین ۲۵ کشور جهان پرداخته ایم. سپس تنگناها و علل عدم موفقیت ایران در جلب جهانگردان مطرح شده و راهکارها و پیشنهادهایی برای بهبود وضعیت کمی و کیفی توریسم در ایران ارائه شده است. بخش پایانی مقاله نتایج حاصل از تحقیق را در بر دارد که عمدتاً در دو مجموعه خلاصه می شود: ۱. وضعیت توریسم در ایران در مقایسه با بسیاری از کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه حاکی از عدم توسعه یافتگی و وجود چالش های زیادی در این بخش است. ۲. سیاستگذاران بهای کلان در سطح ملی و نیز تدابیر و سیاستهای استانی و منطقه ای باید در چارچوب راهکارهای پیشنهاد شده در راستای رشد و اختلاص این صنعت نوپا باشد.

### مقدمه

تسهیلات ورزشهای آبی (استراليا) و ورزشهای زمستانی (سویس، استراليا و شیلی)، حیات وحش متنوع و بکر (هند، برزیل و استراليا)، وجود مراکز و تسهیلات فرهنگی و هنری (اتریش)، برخورداری از امکانات ورزشی، تفریحی، شکار و ماهیگیری (شیلی)، وجود تسهیلات و بازارهای وسیع خرید کالاها (کره جنوبی و سنگاپور) و... هر کدام به فراخور خود مایه جذب جهانگردان به کشورهای مختلف بوده است.

متأسفانه در کشور ما، صنعت توریسم چنان که شایسته آن است گسترش و توسعه نیافته است. با وجودی که در تمامی برنامه های توسعه سالیان اخیر بر رهایی از اقتصاد تک محصولی متکی بر صادرات نفت تأکید شده ولی در مقام عمل موفقیت و کامیابی ملموس و محسوس در این زمینه به دست نیامده است (وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی ۱۳۷۱)؛

رضوانی (۱۳۷۳). رشد و توسعه صنعت توریسم در ایران به عنوان یکی از راهکارهای عملی رهایی از

صنعت توریسم عمدتاً از دو جهت حائز اهمیت بسیار است: اولاً موجبات آشنایی ملل پدیدآور فرهنگها، نژادها، اقوام، سرزمینها، گویش ها و... را فراهم می نماید، و ثانیاً از نظر اقتصادی یکی از منابع تأمین درآمد و محسوب می شود. کشورهای مختلف جهان در سایه پر خور داری از امکانات گوناگون و جاذبه های متنوع در صدد جلب جهانگردان هستند. در حالی که برخی از کشورها (مانند مصر و اسپانیا) به علت وجود اماکن و آثار باستانی و تاریخی مورد توجه جهانگردان هستند، برخی دیگر حاوی جاذبه هایی نظیر وجود مناظر طبیعی دل انگیز و فرحبخش شامل کوهستانها و دریاچه ها (سوئیس)، رودخانه ها (آلمان)، سواحل دریاها (سوئد)، جنگلها و آبشارها (برزیل)، آتشفشانها (مکزیک) و... می باشند.

آب و هوای دلپذیر (اسپانیا)، معماری سنتی و مدرن شهرها (ایتالیا و سوئد)، وجود امکانات و

## توریسم در ایران: چالش ها و راهکارها

دکتر جهانگیر علیزاده  
موسسه تخصصی پژوهش های نوین  
موسسه علمی مولایی  
موسسه تخصصی پژوهش های نوین

مصرف کنندگان کالاها و فرآیندهای اقتصادی و فرهنگی بر آورده کنند. در مسابقاتی که اتحادیه بین‌المللی جهانگردی برای به دست آوردن تعریف جامعی از جهانگردی برگزار کرده تعریف زیر از میان تعاریف به دست آمده برگزیده شده است. بر طبق این تعریف، «جهانگردی عبارت از مجموعه تغییرات مکانی انسانها و فعالیتهایی است که از آن منتج می‌شوند. این تغییرات خود ناشی از به واقعیت پیوستن خواستهایی است که انسان را به جایجایی و ادار می‌کند و بالقوه در هر شخصی با شدت و ضعف متفاوت وجود دارد».

امروزه پدیده توریسم از یک پدیده ساده دیده و باز دیده فراتر رفته و ابعاد و اهمیت ویژه‌ای یافته است تا جایی که از آن به عنوان یک صنعت بزرگ و مولد و مادر نام برده می‌شود. در بسیاری از کشورهای پیشرفته و برخی از کشورهایهایی که از جاذبه‌های فراوان تاریخی، فرهنگی، طبیعی و امکانات و تسهیلات جذب توریست برخوردارند سهم بزرگی از درآمد ملی از محل توسعه توریسم تأمین می‌گردد. بی دلیل نیست که اغلب کشورها، بویژه آنهایی که از قدمت تاریخی و جاذبه‌های فرهنگی و طبیعی بیشتری برخوردارند، از طریق ایجاد و توسعه تأسیسات و تسهیلات لازم توریستی در تلاشند تا سهم هر چه بیشتری از موج فزاینده میهمانان و جهانگردان کشورهای مختلف را به سوی خود جلب و در آمدارزی قابل توجهی برای خود کسب کنند.

### تاریخچه صنعت توریسم در ایران

از دهه دوم قرن حاضر، جهانگردی در ایران رسماً شکل گرفت و برای اولین بار در سال ۱۳۱۴ اداره‌ای به نام «اداره جلب سیاحان خارجی و تبلیغات» در وزارت داخله تأسیس شد و انجام امور مربوط به جهانگردی به آن اداره محول گردید. در همین سال «کانون جهانگردان ایران» به منظور فراهم آوردن موجبات آسایش و آسان کردن مسافرت جهانگردان ایجاد شد. این کانون که بطور رسمی در بهمن ۱۳۱۷ به ثبت رسید گشته‌های گوناگون در داخل کشور برای بازدید جهانگردان ترتیب می‌داد. در شهریور ۱۳۲۰ اداره جلب سیاحان به «شورای عالی جهانگردی» تغییر نام داد. این شورا هفته‌ای یکبار در وزارت کشور تشکیل می‌شد. در سال ۱۳۲۳ شورا را «شورای عالی جهانگردی» به اداره امور جهانگردی تبدیل و در وزارت کشور متمرکز شد. از فعالیتهای این اداره طی سالهای

اقتصاد تک‌محصولی و متنوع‌سازی منابع درآمد کشور باید پیش از پیش مورد توجه برنامه‌ریزان و سیاستگذاران کشور قرار گیرد.

با عنایت به این که کشور ما از طرف مجمع عمومی سازمان جهانی جهانگردی (World Tourism Organisation) به عنوان میزبان سال «جهانگردی و گفتگوی تمدنها» انتخاب شده و در مهر ماه سال ۱۳۸۰ پذیرای مقامات جهانگردی و فعالان دولتی و خصوصی گردشگری از سراسر دنیا بوده است، توجه و پرداختن به این پدیده ضرورتی دوچندان دارد.

### تعریف توریسم

جهانگردی تا کنون از دیدگاه علوم مختلفی همچون اقتصاد، جامعه‌شناسی و جغرافیا مورد بحث و بررسی قرار گرفته و بر اساس هر دیدگاه، تعاریف متعددی برای آن مطرح شده که رضوانی (۱۳۷۴) مجموعه‌ای از آنها را در کتاب خویش تحت عنوان جغرافیا و صنعت توریسم گردآورده است. برای نمونه، آرتور بورمان (Artur Bormann) جهانگردی را چنین تعریف کرده است: «جهانگردی مجموعه مسافرت‌هایی را در بر می‌گیرد که به منظور استراحت و تفریح و تجارت یا دیگر فعالیتهای شغلی یا به منظور شرکت در مراسم خاص انجام می‌گیرد و نسبت شخص جهانگرد از محل سکونت دائم خود در طی این مسافرت موقتی و گذراست. بدیهی است کسانی که اقدام به مسافرت‌های شغلی منظمی بین محل کار و زندگی خود می‌کنند مشمول این تعریف نمی‌شوند».

جهانگردی از دیدگاه جامعه‌شناسی مجموعه روابطی است که شخص جهانگرد در محل اقامت موقت خود با انسانهای ساکن در آن محل به وجود می‌آورد. به عقیده هونزیکر-کراف (Hunziker-Krapf) جهانگردی عبارت از ظهور مجموعه روابطی است که از مسافرت و اقامت یک فرد غیر بومی بدون اقامت و اشتغال دائم در یک محل به وجود می‌آید. این تعریف مدتها مورد قبول انجمن بین‌المللی متخصصین علمی جهانگردی (AIEST) بود. از نظر مورگنروت (Morgenroth)، جهانگردی به مفهوم دقیق کلمه عبارت است از مسافرت اشخاصی که بطور موقت از محل مسکونی خود دور می‌شوند تا نیازهای حیاتی، فرهنگی و شخصی خود را به شکل

۱۳۳۳-۳۷ می توان به انجام برخی خدمات زیربنایی و تدوین قوانین و مقررات ناظر بر جهانگردی از جمله «قانون ورود و اقامت اتباع بیگانه» اشاره کرد.

در فروردین ۱۳۴۲ سازمانی به نام «سازمان جلب سیاحان» وابسته به نخست وزیری تأسیس شد. هدف عمده این سازمان معرفی پیشینه کشور و تشویق جهانگردان خارجی و داخلی به سیروسفر و بازدید از آثار باستانی و مناظر طبیعی و ایجاد تمرکز و هماهنگی های لازم در امور مربوط به جهانگردی بود. در تیرماه ۱۳۵۳ سازمان جلب سیاحان در وزارت اطلاعات ادغام شد و وزارتخانه جدیدی به نام «وزارت اطلاعات و جهانگردی» به وجود آمد. به دنبال پیروزی انقلاب اسلامی در سال ۱۳۵۷، وزارت اطلاعات و جهانگردی ابتدا به وزارت ارشاد ملی و سپس به وزارت ارشاد اسلامی تغییر نام داد و حوزه معاونت جهانگردی این وزارتخانه، سرپرستی امور جهانگردی کشور را بر عهده گرفت. با تشکیل وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، معاونت سیاحتی و زیارتی این وزارتخانه، دفتر ایرانگردی و جهانگردی را به منظور برنامهریزی صنعت توریسم، آموزش دست اندرکاران جهانگردی، درجه بندی، نظارت و نرخ گذاری تأسیسات، برقراری ارتباط بین المللی با نهادها و ارگانهای جهانگردی خارجی و شرکت در اجلاسها، نمایشگاهها و مجامع بین المللی جهانگردی تشکیل داد. این دفتر پس از مدتی برابر مصوبه ۲۱ آبان ۱۳۵۸ شورای انقلاب اسلامی به نام «سازمان مراکز ایرانگردی و جهانگردی» تغییر نام داد که عملاً از ادغام ۴ شرکت دولتی به نامهای شرکت سهامی تأسیسات جهانگردی ایران، شرکت سهامی گشتهای ایران، شرکت سهامی مرکز خانه های ایران و شرکت سهامی سازمان مراکز جهانگردی برای ورزشهای زمستانی به وجود آمده بود (مترسی، ۱۳۷۸). با وجودی که تا برنامۀ اول توسعه، دولت سیاست چندان مشخصی در خصوص صنعت توریسم نداشت و بخش خصوصی نیز به علت روشن نبودن سیاستها و ضوابط، چندان رغبتی به ایجاد تأسیسات و مراکز اقامتی و پذیرایی نشان نمی داد ولی در راستای سیاستهای برنامه های اول، دوم و سوم توسعه، بخش توریسم از موقعیت خاصی در برنامه ریزی کشور برخوردار شده و مردم تاحدودی به سرمایه گذاری در احداث و توسعه تأسیسات اقامتی و پذیرایی علاقمند شده اند.

## بررسی تطبیقی

متأسفانه با وجودی که کشور مادر مقایسه با بسیاری از کشورهای جهان از پتانسیل ها و ظرفیت های کم نظیری برای جلب جهانگردان برخوردار است، اما هم از نظر کمیّت و هم از حیث کیفیت در به فعلیت رساندن این ظرفیت ها موفقیت چشمگیری را تجربه ننموده است (غفاری، ۱۳۷۶). تمکن چندین هزار ساله، آثار تاریخی و باستانی متعدد، آب و هوای متنوع و چهار فصل، کوهستانها و جنگلها، دریاچه ها و سواحل، موقعیت جغرافیایی و ژئوبلیتیک، تنوع فرهنگ ها، قومیت ها و گویش ها... همگی بر استعداد و توانایی عظیم این کشور برای جلب سیاحان و جهانگردان دلالت دارد. جدول ۱ و نیز نمودار ۱ نشان دهنده تعداد جهانگردان خارجی وارد شده به کشور ایران است و جدول ۲ بیانگر چگونگی سرشکن شدن جهانگردان در بین ۲۵ کشور جهان از قاره های مختلف و نیز در آمد آنها از محل جهانگردی در خلال سالیان اخیر می باشد. بانگاهی اجمالی به این جداول به موقعیت پایین ایران و سهم اندک آن در این صنعت جهانی پی می بریم. تعداد جهانگردان در ایران از ۸۶ هزار نفر در سال ۱۹۸۶ (۱۳۶۵) به ۴۸۹ هزار نفر در سال ۱۹۹۵، ۷۶۴ هزار نفر در سال ۱۹۹۷ و ۱۳۲۱ هزار نفر در سال ۱۹۹۹ افزایش یافته است. در آمد حاصل از فعالیت جهانگردی در ایران نیز از ۱۳۱ میلیون دلار در سال ۱۹۹۳ به ۱۵۳ میلیون دلار در سال ۱۹۹۴ و ۱۶۰ میلیون دلار در سال ۱۹۹۵ افزایش پیدا کرده است.

در مقایسه با ۲۴ کشور دیگر موجود در جدول ۲، کشور ایران تنها نسبت به کشورهای عراق، بنگلادش، سودان، پاکستان و اتیوپی وضعیت نسبتاً بهتری دارد. مقایسه ایران با کشور غنا حاکی از آن است که در سال ۱۹۹۵ در آمد حاصل از جهانگردی در غنا ۴۶ درصد بیشتر از در آمد متناظر در ایران بوده است.

جدول ۲ حاکی از آن است که در سال ۱۹۹۸ کشور ترکیه با اینکه از لحاظ برخورداری از ظرفیت ها و پتانسیل های جذب جهانگردان تنها فراتر از ایران نیست بلکه فروتر از آن است بطور متوسط ۱۰ برابر کشور ما جهانگرد جلب کرده و در آمد حاصله از آن برای این کشور بطور میانگین ۳۵ برابر

بی اطلاعاتی و بی تجربگی کادر شاغل در مؤسسات جهانگردی (از قبیل خدمتگزاران هتلها، کارکنان آژانسها و راهنمایان جهانگردی)؛

- عدم تمایل بخش خصوصی به سرمایه گذاری در این بخش، به علت نداشتن تأمین تضمین مالکیت و عدم سودآوری و حمایت دولت؛

- نبود مراکز آموزشی لازم در مقاطع مختلف برای تربیت نیروهای انسانی مورد نیاز بخشهای مختلف جهانگردی؛

- فقدان تسهیلات لازم برای وارد کردن تجهیزات و تأسیسات مورد نیاز صنعت جهانگردی که در داخل امکان تولید ندارد، با استفاده از تخفیفات ویژه گمرکی و سودبازگانی و ترخیص سریع؛

- ناهماهنگی و همکاری سازمانها و ارگانهای دولتی که در بهبود وضع جهانگردی مؤثرند (مانند استانداردها، فرماندارها، شهردارها، وزارت امور خارجه، وزارت راه و ترابری، سازمانهای تبلیغاتی و گمرکات)؛

- فقدان تسهیلات لازم به منظور اعطای وام با شرایط مناسب برای تشویق بخش خصوصی.

### راهکارها و پیشنهادات

توریسم در بسیاری از کشورهای جهان (مانند مکزیک، فیلیپین، مالزی، اتریش و...) نقش اصلی و عمده‌ای در تأمین درآمد ملی این کشورها بازی می‌کند. برای نمونه، دومین منبع تأمین درآمد ارز در کشورهای مصر و مکزیک در آمد حاصل از فعالیت جهانگردی در این کشورهاست. این در حالی است که در آمد مربوط در ایران ناچیز و اندک است. بی شک با عنایت به ظرفیت‌ها و پتانسیل‌های بالقوه موجود در کشور ما، می‌توان با اتخاذ سیاستها، خط‌مشی‌ها و برنامه‌ریزی‌های جامع در آمد و ارز قابل توجهی از طریق توریسم به دست آورد. در ادامه به برخی راهکارهای مهم و کلیدی در راستای رشد و توسعه صنعت توریسم می‌پردازیم:

تضمین امنیت فراگیر یکی از مهمترین عواملی که باعث افول صنعت توریسم در هر کشور می‌شود فقدان امنیت در آن کشور است. ناگفته پیداست که با افزایش ضرب و آمیختگی در کشور در هر دو بُعد مرزی و داخلی بر میزان تمایل جهانگردان افزوده خواهد شد. به عبارت دیگر، با گسترش ناامنی در ابعاد جانی و مالی، میزان

کشور مابوده است. حتی کشور کوچک اسرائیل از نظر تعداد جهانگرد دورودی در سال ۱۹۹۵ تقریباً ۵ برابر ما و از نظر درآمد حاصل از جهانگردی حدوداً ۱۵ برابر کشور ما موفق تر بوده است.

مقایسه ایران با کشورهای صنعتی و توسعه یافته حکایت از شکاف عظیمی دارد. برای نمونه، تعداد جهانگردان وارد شده به آمریکا تقریباً ۴۶ برابر تعداد جهانگردان وارد شده به ایران، و در آمد حاصل از فعالیت اقتصادی توریسم در آمریکا بیش از ۴۰۰ برابر در آمد حاصل در ایران است. آمار بیانگر آن است که از جهت کمی، تعداد جهانگردان وارد شده به ایران در مقایسه با کشورهای سوئیس، کانادا، اتریش، چین، انگلستان، فرانسه و ایتالیا بر تیب ۰/۰۴، ۰/۰۴، ۰/۰۵، ۰/۰۱، ۰/۰۳، ۰/۰۹، ۰/۰۱ و ۰/۰۱ است.

جهانگردان دورودی به این کشورها بوده است. از حیث درآمد حاصل از جهانگردی، در آمد ایران در مقایسه با کشورهای چین، سنگاپور، فرانسه و اندونزی به ترتیب ۰/۰۲، ۰/۰۱، ۰/۰۶ و ۰/۰۳ در آمد جهانگردی این کشورهاست.

### تنگناها و علل ناکامی ایران در جلب جهانگردان

اگر چه توسعه و گسترش ایرانگردی و جهانگردی به منظور استفاده هر چه بیشتر از مزایای متعدد آن اجتناب ناپذیر است و کوتاهی از این مهم خسارات جبران ناپذیر اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و... در بر خواهد داشت، ولی مشکلات و تنگناهای متعددی در راه رشد و توسعه صنعت توریسم ایران وجود دارد که نباید از نظر هادور بماند. مهمترین مشکلات موجود را می‌توان اینگونه بر شمرد (سازمان برنامه و بودجه، ۱۳۷۱):

مشخص نبودن هدفها و سیاستهای ایرانگردی و جهانگردی؛

هجوم تبلیغاتی دشمنان ایران برای مخدوش کردن چهره و اقامتی انقلاب اسلامی و ایجاد مشکلات سیاسی و اجتماعی در سطح بین‌المللی به منظور به انزوا کشیدن ایران؛

- عدم تطبیق و هماهنگی فرهنگ جهانگردان برخی از کشورهای خارجی با فرهنگ اسلامی در روابط و برخورد های اجتماعی؛

- فقدان نیروی انسانی کار آموه و متخصص امور جهانگردی در دفاتر ایرانگردی و جهانگردی و

نمایند و رغبت جهانگردان به صورت تصاعدی کاهش خواهد یافت. برای نمونه، در سالیان اخیر وجود برخی ناامنی‌ها در بعضی کشورهای نامند و گروگانگیری جهانگردان (نظیر فیلیپین و یمن) تأثیر قابل ملاحظه‌ای در کاهش تعداد جهانگردان وارد شده به این کشورها داشته است.

گام اول در راستای بهبود صنعت توریسم در ایران، برقراری و تضمین امنیت فراگیر، هم در بُعد خارجی و هم در ابعاد داخلی و ملی آن است. به منظور تحقق این هدف، باید پس از برقراری امنیت کامل با به کارگیری وسایل ارتباطی و رسانه‌های بین‌المللی، وجود امنیت کامل در کشور را به سمع و نظر عموم مردم و جهانگردان همه کشورهای جهان رساند تا تصور نادرست نبود امنیت در کشور مانع از رشد و توسعه صنعت توریسم نشود.

### گسترش فعالیت‌های تبلیغاتی

شرکت فعال در نمایشگاه‌های بین‌المللی در خارج از کشور و نمایش زیبایی‌ها و دیدنی‌های ایران به مدعوبین شرکت کننده از کشورهای مختلف برای جلب نظر جهانگردان، تهیه ماکت، عکس‌ها و پوسته‌های آثار تاریخی و باستانی، تهیه نقشه‌های توریستی و بروشورهای حاوی اطلاعات مورد نیاز جهانگردان، ارائه نمونه‌های بدیع انواع صنایع دستی ایران (اعم از منبت کاری، کنده کاری، قلمزنی، قالیبافی و...)، تهیه نمایش فیلم، اسلاید، بر نامه‌های متنوع رادیویی و تلویزیونی و... تأثیر قابل ملاحظه‌ای در معرفی و شناساندن کشور و جلب توریست خواهد داشت (سازمان برنامه بودجه، ۱۳۷۱).

### ایجاد زیرساخت‌ها و زیر بناها

بدیهی است رابطه مثبتی بین افزایش کمی و کیفی زیر بناها و تعداد جهانگردان وجود دارد. بسط و گسترش ارتباطات و وسایل مدرن حمل و نقل، توسعه خدمات هواپیمایی و فرودگاهی و بهره‌برداری از راه‌های خوب ارتباطی و مواصلاتی (خطوط دریایی، راه آهن، قطار شهری زیرزمینی و...) بر اقبال عمومی جهانگردان خواهد افزود. از سوی دیگر، توسعه درخور اماکن اقامتی و پذیرایی اعم از هتلها، مهمان‌پذیرها و رستورانها و ارتقاء کیفیت تأسیسات رفاهی، تفریحی و ورزشی تأثیر بسزایی در این زمینه خواهد داشت. با مقایسه تعداد هتلها، تأسیسات اقامتی، اتاقها و میزان تعداد تخت‌های موجود

در این هتلها در ایران با سایر کشورهای هم‌میزان توسعه نیافتگی این صنعت در کشور مانور راه‌درازی که در این راستا در پیش‌رو داریم پی خواهیم برد (جدول ۳).

تعداد کل هتلها و تأسیسات اقامتی موجود در ایران (اعم از درجه بندی شده و درجه بندی نشده) در سال ۱۹۹۸ (۱۳۷۷)، ۶۱۳ عدد بوده در حالی که این رقم در سال ۱۹۹۷ برای کشور چین ۵۲۰۱ و برای کشور آلمان ۵۳۸۳۰ عدد بوده است. به عبارت دیگر، تعداد هتل‌های ایران در مقایسه با کشورهای چین و آلمان به ترتیب ۱۲ درصد و ۱ درصد تعداد کل هتلها در این دو کشور بوده است.

از جهت تعداد اتاق موجود در کلیه تأسیسات اقامتی در سال ۱۹۹۸ در ایران، جمعاً ۲۷۰۳۴ اتاق وجود داشته است. تعداد اتاق موجود در همین سال در کشورهای مکزیک، مالزی و چین به ترتیب ۲۴۰۲ (۱۵ برابر ایران)، ۱۰۷۷۹۱ (۴ برابر ایران) و ۱۷۳۶ (۲۶ برابر ایران) بوده است.

تعداد کل تخت‌های موجود در کلیه هتلها و تأسیسات اقامتی ایران در سال ۱۹۹۸ برابر با ۵۵۲۸۲ عدد بوده در حالی که این رقم برای کشورهای اسپانیا (سال ۱۹۹۴)، ترکیه (سال ۱۹۹۷)، آلمان (سال ۱۹۹۷) و ایتالیا (سال ۱۹۹۴) به ترتیب ۲،۳۶۰،۰۳۷، ۳۱۲،۳۸۷، ۱،۱۳۲،۳۵۰ و ۷۱۸،۴۴۲ بوده است. به عبارت دیگر، تعداد تخت‌های موجود در کشورهای اسپانیا، ترکیه، آلمان و ایتالیا به ترتیب ۲۰ برابر، ۶ برابر، ۴۳ برابر و ۳۱ برابر تعداد تخت‌های موجود در کلیه مراکز اقامتی ایران بوده است.

از سوی دیگر، توسعه مراکز اطلاع‌رسانی و خدمات توریسم در نقاط مختلف کشور به بهبود این صنعت خواهد انجامید. برای نمونه، در کشور ایتالیا بالغ بر ۳۰۰ مرکز اطلاعات توریسم وجود داشته و در کلیه ۹۵ استان این کشور دفتر خدمات جهانگردی دایر می‌باشند.

ایجاد تسهیلات لازم برای سرمایه‌گذاری بخش خصوصی

ایجاد تسهیلات لازم برای بخش خصوصی نظیر پرداخت وام‌های بلندمدت با بهره کم، واگذاری زمین مناسب با بهای دولتی، تسهیل صدور جواز ساختمانی و حذف تشریفات زاید و دست‌و‌پاگیر اداری به منظور

ایجاد هتلها، متلها، رستورانها، تفریحگاهها و دیگر تأسیسات مورد نیاز صنعت جهانگردی و تضمین امنیت سرمایه و سرمایه گذاری در صنعت توریسم توسط دولت به منظور ایجاد انگیزه و تمایل در بخش خصوصی برای سرمایه گذاری در این صنعت و نیز صدور اجازة ورود برای ملزومات، ماشین آلات و تأسیسات مورد نیاز این صنعت که در داخل کشور امکان تولید ندارد از طریق بخش خصوصی و در نظر گرفتن تخفیفهای گمرکی و مالیاتی ویژه در این زمینه، از دیگر راهکارهای مؤثر برای رشد و گسترش توریسم در ایران است (رضوانی، ۱۳۷۴).

گسترش مدرسه و مراکز آموزش عالی جهانگردی و هتلداری و تربیت نیروی انسانی مورد نیاز

به منظور بهبود وضعیت جهانگردی در ایران، ضرورت برخورد علمی با مسئله توریسم و توسعه فعالیتهای آموزشی و پژوهشی پیرامون این پدیده و ایجاد و گسترش رشتههای تحصیلی و گروههای تحقیقی و پژوهشی در زمینههای مردم شناسی، باستان شناسی، جامعه شناسی، موزه داری، هتلداری، معماری، هنر، صنایع دستی و... روشن و آشکار است. توسعه مؤسسات و مراکز آموزش عالی که به تربیت نیروی متخصص در رشتههای مربوط به صنعت توریسم اشتغال داشته باشند، اجتناب ناپذیر می نماید.

استقرار راهنمایان ورزیده و مسلط به زبانهای زنده دنیا در موزه ها و اماکن دیدنی و تاریخی کشور توسط سازمان میراث فرهنگی و نیز استقرار مأموران نجات غریق در طول فصل شنا در سواحل دریای خزر و دیگر سواحل مورد استفاده به وسیله سازمان تربیت بدنی از دیگر اقدامات لازم و ضروری است.

گسترش فعالیتهای بهداشتی و پیشگیری

ایجاد پایگاههای قرنطینه در مبادی ورودی جهانگردان برای جلوگیری از ورود افراد مبتلا به بیماریهای مسری و خطرناک نظیر ایندز توسط وزارت بهداشت و درمان و آموزش پزشکی و سایر دستگاههای ذیربط از نگرانی جهانگردان در زمینه ابتلا به این قبیل بیماریها می کاهد و نتیجتاً تأثیر بسزایی در رونق این صنعت خواهد داشت.

اصلاح و بهبود امور سازمانی و تشکیلاتی

ایجاد سازمانی مستقل، قوی و متمرکز با تشکیلات و شرح وظایف جدید برای حل مسائل و

معضلات مربوط به جهانگردی و صنعت توریسم، تأسیس مراکز جدید و نیز تقویت خانه های ایران در کشورهای خارج به منظور ایجاد ارتباط مداوم با سازمانهای جهانگردی سایر کشورها و استفاده از تجربیات آنها، کاهش تشریفات مربوط به صدور روادید در مرزهای کشور و افزایش کارایی مأموران گذرنامه در مرزهای هوایی، زمینی و دریایی و نیز شهرستانها و... از جمله اصلاحات ضروری در حوزه تشکیلات جهانگردی است که موجب رونق این صنعت خواهد شد (سازمان برنامه و بودجه، ۱۳۷۱).

تخصیص اعتبارات کافی ملی و استانی

بی شک رشد و توسعه صنعت جهانگردی در کشور در گرو تخصیص بودجه و اعتبارات کافی به نهادهای متولی سیر و سیاحت، توریسم و جهانگردی در سطوح ملی و استانی است. به منظور رفع نابسامانیها و نواقص موجود در این صنعت و ایجاد تمهیدات لازم برای ارتقاء و بهبود کمی و کیفی آن باید سرمایه گذاری کافی و شایسته در این بخش صورت پذیرد. در راستای تأمین اهدافی چون ایجاد و توسعه مراکز اقامتی و پذیرایی، گسترش تأسیسات رفاهی و تفریحی، رشد و توسعه مؤسسات فرهنگی و ورزشی، بازسازی و بهسازی آثار و اماکن توریستی و گسترش طیف وسیعی از خدمات مربوط به جهانگردی اعم از خدمات آموزشی، خدمات هدایتی و اطلاع رسانی، خدمات تبلیغاتی و خدمات بانکی و لرزی، تنگ نظری در تخصیص بودجه و اعتبارات لازم این بخش هیچگونه توجیه معقول و منطقی نخواهد داشت. افزایش اعتبارات عمرانی بخش جهانگردی و تسریع در تکمیل طرحهای نیمه تمامی که در آمدنزا هستند از دیگر راهکارهای مؤثر قلمداد می شود.

### نتیجه گیری

مقایسه تطبیقی وضعیت صنعت جهانگردی در ایران با ۲۴ کشور جهان حکایت از توسعه نیافتگی این بخش در کشور ما دارد. هم از جهت تعداد جهانگردان ورودی به کشور و هم از حیث درآمد حاصل از جهانگردی، کشور مادر مقایسه با بسیاری از کشورهای جهان ناموفق تر بوده است. این در حالی است که ظرفیت ها و پتانسیل های بالقوه توریستی موجود در کشور مادر مقایسه با اکثر قریب به اتفاق کشورهای جهان کم نظیر و در مواردی حتی بی نظیر

ایرانگردی و جهانگردی و توسعه - تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.  
 رضوانی، علی اصغر. (۱۳۷۴). جغرافیا و صنعت توریسم - تهران: دانشگاه پیام نور.  
 سازمان برنامه و بودجه (۱۳۷۱). صنعت جهانگردی در ایران، مدیریت فرهنگ و هنر و تربیت بدنی  
 سازمان مدیریت و برنامه ریزی کشور. مرکز آمار ایران.  
 (۱۳۷۸). سالنامه آماری کشور ۱۳۷۸. تهران: مرکز آمار ایران.  
 غفاری، هادی. (۱۳۷۶). «پژوهشی در زمینه تأثیرات مثبت اقتصادی گسترش صنعت توریسم با تأکید بر ویژگیهای استان مرکزی». مجموعه مقالات سمینار توریسم و استان مرکزی، سال ۱۳۷۶.

است. سیاستگذارهای کلان در سطح ملی و نیز تدابیر و سیاستهای استانی و منطقه‌ای باید در راستای رشد و اعتلای این صنعت نوپا باشد. بخش خصوصی و دولتی باید به صورت هماهنگ و برنامه‌ریزی شده در چارچوب راهکارهای تأمین امنیت‌فرآگیر، ایجاد و توسعه زیربنایها، گسترش و ایجاد مدارس و مراکز آموزش عالی جهانگردی و هتلداری و تخصیص اعتبارات کافی ملی و استانی در صدد از بین بردن موانع، تنگناها و مشکلات موجود در مسیر شکوفایی این صنعت برآیند.

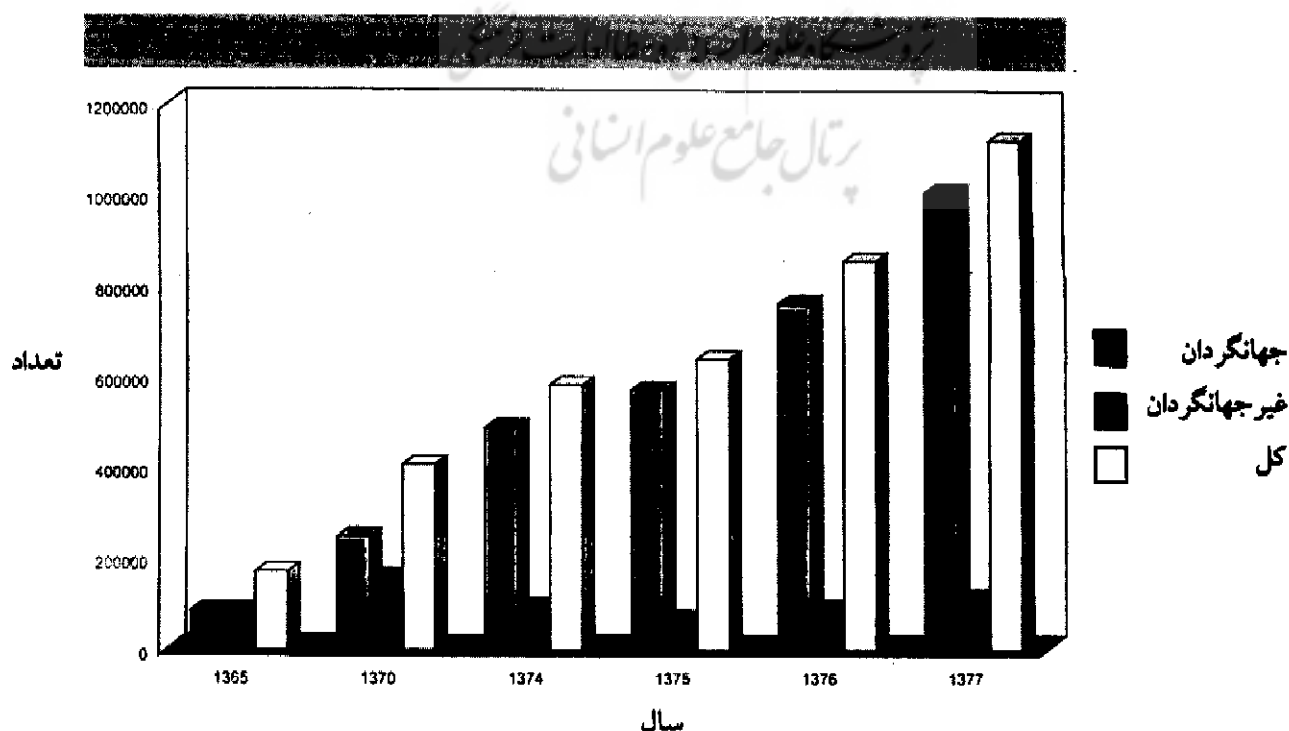
### منابع و مآخذ

رضوانی، علی اصغر. (۱۳۷۳). «برنامه‌ریزی و توسعه صنعت توریسم در ایران». مجموعه مقالات سمینار

### جدول ۱: خارجیان وارد شده به کشور بر حسب جهانگرد و غیر جهانگرد

سال	جمع	جهانگرد	غیر جهانگرد
۱۳۶۵	۱۷۱۸۳۸	۸۵۸۰۱	۸۶۰۳۷
۱۳۷۰	۴۰۸۵۲۶	۲۴۹۱۰۳	۱۵۹۴۲۳
۱۳۷۴	۵۸۴۱۰۸	۴۸۸۹۰۸	۹۵۲۰۰
۱۳۷۵	۶۴۱۶۵۱	۵۷۳۴۴۹	۶۸۲۰۲
۱۳۷۶	۸۵۷۱۵۶	۷۶۴۰۹۲	۹۳۰۶۴
۱۳۷۷	۱۱۲۳۵۲۲	۱۰۰۷۵۹۷	۱۱۵۹۲۵
۱۳۷۸	.....	۱۳۲۰۹۰۵	.....

سالنامه آماری کشور، سال ۱۳۷۸



## جدول ۲: مقایسه تطبیقی تعداد جهانگردان و درآمد حاصل از جهانگردی در بین ۲۵ کشور جهان

نام کشور	سال	تعداد توریست (هزار نفر)	درآمد حاصل (میلیون دلار آمریکا)	نام کشور	سال	تعداد توریست (هزار نفر)	درآمد حاصل (میلیون دلار آمریکا)
ایران	۱۹۹۳	۳۰۴	۱۳۱	پاکستان	۱۹۹۴	۴۵۴	-
	۱۹۹۴	۳۶۲	۱۵۳		۱۹۹۵	۳۷۸	۱۱۴
	۱۹۹۵	۴۸۹	۱۶۰		۱۹۹۶	۳۶۹	۱۴۶
	۲۰۰۰	۱۷۰۰	۸۵۰		۱۹۹۷	۳۵۱	۱۱۷
عراق	۲۰۰۱	۲۰۰۰	۱۰۰۰ (بیش بینی شده برای سال جاری)	انگلستان	۱۹۹۵	۲۲۵۳۷	۱۱۷۶۳ میلیون پوند
	۱۹۹۳	۴۰۰	۱۵		۱۹۹۶	۲۵۲۹۳	۱۲۳۶۹
	۱۹۹۴	۳۳۰	۱۲		۱۹۹۷	۲۵۵۱۵	۱۲۲۴۴
	۱۹۹۵	۳۴۰	۱۳		۱۹۹۶	۲۶۴۸۹	۶۹۹۰۸
سوئیس	۱۹۹۵	۱۸۷۴۴	-	آمریکا	۱۹۹۷	۲۷۷۵۴	۷۳۲۶۸
	۱۹۹۶	۱۷۶۱۵	-		۱۹۹۸	۲۶۳۹۵	۷۱۱۱۶
	۱۹۹۷	۱۸۲۹۴	۱۱۵۱۳ میلیون فرانک		۱۹۹۶	۸۶۱۴	۵۶۵۰
	۱۹۹۶	۸۹۸۲	۴۶۴۷		۱۹۹۷	۹۶۸۹	۷۰۰۲
مکزیک	۱۹۹۷	۹۷۹۴	۵۳۰۳	ترکیه	۱۹۹۸	۹۷۵۳	۷۱۷۷
	۱۹۹۸	۱۰۰۸۷	۵۶۰۰		۱۹۹۴	۹۸	۲۵
	۱۹۹۵	۳۷۲۵	۱۳۱۰۵ میلیون دلار استرالیا		۱۹۹۵	۱۰۳	۲۶
	۱۹۹۶	۴۱۶۴	۱۶۱۰۱		۱۹۹۶	۱۰۹	۲۸
استرالیا	۱۹۹۷	۴۳۱۷	۱۶۴۵۲	فرانسه	۱۹۹۴	۶۱۳۱۲	۶۰۵۴۲ میلیون فرانک
	۱۹۹۵	۱۶۹۳۲	۸۸۳۷ میلیون دلار کانادا		۱۹۹۵	۶۰۱۱۰	۵۵۸۹۴
	۱۹۹۶	۱۷۲۸۶	۹۶۷۰		۱۹۹۶	۶۲۴۰۶	۵۴۲۸۷ (برابر با ۲۸۲۰۰ میلیون دلار)
	۱۹۹۷	۱۷۶۳۵	۹۸۷۱		۱۹۹۶	۲۰۴۹	۲۷۰۱
اتریش	۱۹۹۵	۱۷۱۷۳	-	فیلیپین	۱۹۹۷	۲۲۰۰	۲۸۳۱
	۱۹۹۶	۱۷۰۹۰	۱۴۸۲۵۰ میلیون شیلینگ		۱۹۹۸	۲۱۴۹	۲۴۱۳
	۱۹۹۷	۱۶۶۴۲	-		۱۹۹۴	۲۷۱	۲۲۸
	۱۹۹۴	۱۴۰	۱۹		۱۹۹۵	۲۸۶	۲۳۳
بنگلادش	۱۹۹۵	۱۵۶	۲۳	هند	۱۹۹۶	۳۰۵	۲۴۸
	۱۹۹۶	۱۶۵	۳۴		۱۹۹۷	۳۲۵	۲۶۶
	۱۹۹۵	۴۶۳۸۶	۸۷۳۳		۱۹۹۵	۲۱۲۴	۹۱۵۰۳ میلیون روپیه
	۱۹۹۶	۵۱۱۲۷	۱۰۲۰۰		۱۹۹۶	۲۲۸۸	۱۰۴۱۷۶
چین	۱۹۹۷	۵۷۵۸۸	۱۲۰۷۴	اندونزی	۱۹۹۷	۲۳۷۴	۱۱۲۶۳۹
	۱۹۹۴	۳۸	۴		۱۹۹۵	۲۳۲۴	۵۲۲۸
	۱۹۹۵	۶۳	۸		۱۹۹۶	۵۰۳۲	۶۳۰۸
	۱۹۹۶	۶۵	۸		۱۹۹۷	۵۱۸۵	۵۳۲۱
سنگاپور	۱۹۹۵	۷۱۳۷	-	اسرائیل	۱۹۹۵	۲۷۱۵	۲۷۸۴
	۱۹۹۶	۷۲۹۳	۱۱۱۴۶		۱۹۹۶	۲۱۰۰	۲۷۷۱
	۱۹۹۷	۷۱۹۸	-		۱۹۹۷	۲۰۱۰	-
	۱۹۹۸	۶۲۴۱	-		۱۹۹۴	۵۱۸۱۴	۲۳۴۰۷۱۲۲ میلیون لیرا
روسیه	۱۹۹۴	۵۸۲۳	۲۴۱۲	ژاپن	۱۹۹۵	۵۵۷۰۶	۴۴۷۱۶۱۱
	۱۹۹۵	۹۲۶۲	۴۳۱۲		۱۹۹۶	۵۶۳۰۰	۴۶۲۴۹۲۶۴
	۱۹۹۶	۱۴۵۸۷	۶۸۷۵		۱۹۹۵	۳۳۳۵	۳۲۳۶
					۱۹۹۶	۳۸۳۷	۴۰۷۸
			۱۹۹۷	۴۲۱۸	۴۳۲۶		

Mukhopadhyay (1999) and Turner (2000)

## جدول ۳: تأسیسات اقامتی کشور بر حسب درجه، تعداد اتاق و تخت

سال	جمع	ستاره ۵	ستاره ۴	ستاره ۳	ستاره ۲	ستاره ۱	درجه بندی نشده	تعداد اتاق	تعداد تخت
۱۳۶۵	۳۸۵	۷	۲۵	۵۷	۱۶۴	۱۳۲	۰	۱۶۱۶۶	۳۳۴۰۹
۱۳۷۰	۳۷۸	۸	۱۴	۲۸	۱۳۱	۱۸۸	۹	۱۶۷۸۱	۲۲۳۵۵
۱۳۷۳	۴۴۵	۸	۱۵	۳۱	۱۵۹	۱۹۳	۲۹	۱۹۶۰۸	۳۹۲۲۲
۱۳۷۴	۴۷۱	۸	۱۸	۳۸	۱۶۲	۱۹۲	۴۳	۲۱۲۸۷	۴۱۸۷۳
۱۳۷۵	۵۲۱	۹	۱۶	۵۵	۱۸۳	۱۸۸	۷۰	۲۳۸۹۷	۴۸۸۷۹
۱۳۷۶	۵۴۳	۹	۱۹	۵۶	۱۸۵	۱۹۲	۸۲	۲۴۷۸۶	۵۰۸۸۰
۱۳۷۷	۶۱۳	۱۱	۲۷	۶۰	۲۰۳	۲۱۲	۱۰۰	۲۷۰۳۴	۵۵۴۸۲

سالنامه آماری کد، سال ۱۳۷۸