

چگونگی خارج شدن از اقتصاد تک محصولی صنعت نفت با تأکید

بر صنعت جهانگردی

نویسنده: دکتر ابوالقاسم طاهری

عضو هیئت علمی دانشگاه علامه طباطبائی

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
رتال جامع علوم انسانی

چکیده

به نظر دست اندرکاران امور جهانگردی، پایان قرن حاضر شاهد انقلاب جهانگردی خواهد بود و جهانگردی به صنعت شماره یک جهان بدل خواهد شد. کشور ایران از نظر داشتن آثار و بناهای تاریخی و مناظر زیبا، یکی از ثروتمندترین کشورهای جهان است و می تواند جهانگردان مشتاق را از سراسر جهان به سوی خود جذب نماید. یکی از راه های مهم رهایی کشور از اقتصاد تک محصولی و رسیدن به استقلال اقتصادی توجه به صنعت جهانگردی است.

در این مقاله سعی گردیده که اهمیت صنعت جهانگردی، عوامل مؤثر در توسعه صنعت جهانگردی و نهایتاً تسهیلات و امکاناتی که در جهت توسعه صنعت جهانگردی در ایران می بایست فراهم گردد، مورد بررسی قرار گیرد.

□ ۱ - مقدمه

وابستگی به اقتصاد تک محصولی نفت و درآمدهای آن، همچنین برنامه ریزی کشور بر مبنای درآمدهای نفتی، همیشه با مشکلات متعددی همراه بوده است. امکان تحریم از طرف کشورهای امپریالیستی و میزان آسیب پذیری کشورهای که دارای اقتصاد تک محصولی هستند، بسیار زیاد است. از جمله می توان به تحریم شکر کوبا بعد از انقلاب آن کشور، تحریم خرید پنبه از مصر در زمان جمال عبدالناصر، و تحریم نفت ایران در زمان دکتر مصدق، اشاره کرد.

کشورهای استعمارگر ضمن از بین بردن کشاورزی، دامداری و صنایع بومی کشورهای جهان سوم، همچنین ضمن منحرف کردن مسیر اصلی تولید، اقتصاد کشورهای جهان سوم را به اقتصاد تک محصولی، یا دو محصولی تبدیل کرده اند. امروزه نیز استثمار کشورهای جهان سوم، نه تنها ادامه می یابد بلکه تقویت نیز می شود. کشورهای پیشرفته صنعتی تولیدکننده صنایع و تکنولوژی صنعتی و تحقیقات عملی هستند، و کشورهای جهان سوم، مصرف کننده این تکنولوژی و تولیدکننده بعضی از مواد و محصولات اولیه غذایی می باشند.

غنا، نیجریه و برزیل ۷۰ تا ۷۵٪ کاکائوی جهان، کشورهای آمریکای لاتین $\frac{۳}{۴}$ محصولات قهوه دنیا، هندوستان و سیلان ۷۰٪ محصول چای جهان و اندونزی، مالزی و تایلند ۷۶ تا ۸۰٪ از محصولات کائوچوی دنیا را تولید می کنند. قلع در بولیوی ۷۰٪، موز در کاستاریکا ۶۵ تا ۷۰٪، نفت در کشورهای تولیدکننده نفت اوپیک و بعضی از کشورهای دیگر بین ۸۰ تا ۹۵٪ و در کشورهایی مانند عراق تا ۱۰۰٪ صادرات این ممالک را تشکیل می دهد و منبع درآمد ارزی آنها، فقط به یک یا دو محصول وابسته است.

امروزه بسیاری از کشورها بر یک منبع درآمد ارزی تکیه نمی کنند، بلکه دارای منبع درآمد ارزی متعددی می باشند.

برای مثال کشورهایی چون اسپانیا، ایتالیا، ترکیه، یوگسلاوی سابق، یونان، چین، سنگاپور، تایلند، مالزی، اتریش و پرتغال، توانسته اند علاوه بر سایر منابع ارزی، با تأکید بر صنعت جهانگردی درآمد ارزی چشمگیری به دست آورند.

اسپانیا درآمد ارزی ۱۸/۶۰۰ میلیارد دلار، ایتالیا با ۱۹/۷۵۰، ترکیه با ۳/۳۰۸

یوگسلاوی با ۲/۷۷۴، یونان با ۲/۵۷۵، چین با ۲/۱۸، سنگاپور با ۴/۳۶۲، اتریش با ۱۳/۰۱۷، پرتغال با ۳/۵۵۴، تایلند با ۴/۳۲۶ و مالزی با ۱/۶۵۷ میلیارد دلار در سال ۱۹۹۰ با تأکید بر صنعت جهانگردی، توانسته‌اند درآمد قابل ملاحظه‌ای داشته باشند. بنابراین با توجه به اینکه درآمدهای نفتی ایران در سال‌های گذشته بین ۱۳ تا ۱۴ میلیارد دلار بوده است، و این میزان درآمد نتوانسته جوابگوی نیازهای داخلی باشد، توجه به صنعت توریسم و درآمدهای حاصل از آن می‌تواند راه‌گشای بسیاری از مشکلات داخلی کشور و یکی از راه‌های مهم رهایی از تک‌محصولی اقتصادی و در نتیجه رسیدن به استقلال اقتصادی باشد.

□ ۲ - اهمیت صنعت جهانگردی

به نظر دست‌اندرکاران امور جهانگردی، پایان قرن حاضر شاهد انقلاب جهانگردی خواهد بود. انقلابی که چون موجی عظیم کره‌خاکی را در می‌نوردد و برای کشورهایایی که بر این موج سوارند، شهرت فراوانی به بار خواهد آورد. آنتونیو ساویناک دبیر کل سازمان جهانی جهانگردی در سال ۱۹۸۹ اعلام کرد: "جهانگردی در پایان قرن حاضر به صنعت شماره یک جهان بدل خواهد شد." هم‌اکنون صنعت نفت، به عنوان مهمترین صنعت صادراتی جهان محسوب می‌شود. اما بزودی صنعت جهانگردی در رده‌بندی صنایع صادراتی، جای صنعت نفت را خواهد گرفت. نگاهی گذرا به تحولات جهانگردی در ۴۰ سال گذشته، نشان می‌دهد که در سال ۱۹۵۰ کل جهانگردی دنیا، ۲۵۲۸۲۰۰۰ نفر تخمین زده شده است در حالی که در سال ۱۹۸۹، این رقم معادل ۴۰۳۵۷۸۰۰ نفر بوده است (۱۶ برابر). به عبارت دیگر در سال ۱۹۵۰، درآمدهای جهانگردی ۲۱۰۰۰۰۰۰۰ دلار و در سال ۱۹۸۹، ۲۰۸۷۰۰۰۰۰۰ دلار بوده است. این درآمد، در سال ۱۹۹۰ به ۲۴۹۳۰۰۰۰۰۰ دلار رسیده که از این مقدار، حدود ۲ میلیارد دلار سهم جنوب آسیا بوده و از این مقدار، فقط ۳۹ میلیون دلار به ایران رسیده است. این درآمد در سال ۱۹۹۱ میلادی با ۹/۱٪ افزایش نسبت به سال ۱۹۹۰ به حدود ۲۷۲ میلیارد دلار

رسید.^۱ در سال ۱۹۹۱، از ۴۵۰ میلیون نفر جهانگرد، ۲۷ میلیون آن را اروپا جذب کرد و درآمدی بالغ بر ۱۵۵ میلیارد دلار داشته است. بیشترین جهانگردان، به فرانسه و آمریکا و اسپانیا سفر کرده‌اند، بنابراین بیشترین درآمد این صنعت، نصیب این ۳ کشور شده است.

در سال ۱۹۹۰، درآمد کشورهای زیر از صنعت توریسم چنین بوده است: اسپانیا ۱۸ میلیارد^۲، آمریکا ۴۰ میلیارد، فرانسه ۲۰ میلیارد، ایتالیا ۱۹ میلیارد، اتریش ۱۳ میلیارد، مکزیک ۵ میلیارد، هنگ‌کنگ ۵ میلیارد، سنگاپور ۴ میلیارد، تایلند ۴ میلیارد، یوگسلاوی سابق ۲ میلیارد، یونان ۲ میلیارد، مالزی ۱۶۵۷ میلیارد دلار. در جایی که درآمد نفتی ایران در همین سال حدود ۱۴ میلیارد دلار بوده است^۳.

آمار فوق، اهمیت صنعت توریسم را در توسعه اقتصادی و تأمین درآمدهای ارزی نشان می‌دهد. مؤسسه آینده‌نگری و برآورد اقتصادسنجی وار تون، تخمین زده است که در بین مشاغل سراسر جهان، از هر ۱۶ نفر یک نفر در بخش جهانگردی به کار مشغول است و این گزارش نیز تأکید دارد که صنعت جهانگردی از نظر اشتغال، بزرگ‌ترین صنعت جهان است.

کشورهای جهان سوم از نظر سرمایه و همچنین از نظر اشتغال در رنجند و جهانگردی می‌تواند در حل این مشکلات و در توسعه ملی، بسیار مؤثر باشد. متکی بودن کشورهای در حال توسعه به اقتصاد تک‌محصولی (نفت و دیگر مواد خام) و کاهش مستمر قیمت این مواد در سطح جهانی^۴ باعث شده است که کشورهای مزبور هر سال کسری تراز پرداخت‌های بیشتری را تجربه نمایند. گسترش صنعت توریسم و درآمدهای ناشی از آن می‌تواند یکی از ابزارهای مهم رفع این مشکل باشد. بنابراین نادیده گرفتن اهمیت و اثرات جهانگردی، به معنی چشم‌پوشی از درآمدی است که برای کشور ما حیاتی است.

۱ - اقتباس از پرویز پیرامون «انقلاب جهانگردی و توسعه ملی» مجله ایران زمین، سال ۱ شماره ۲، تیر ۱۳۷۱، صفحه ۴۹ تا ۵۷.

۲ - وزارت ارشاد اسلامی، معاونت سیاحتی و زیارتی، شناسنامه کشور اسپانیا.

۳ - نشریه سالانه سازمان جهانگردی سال ۱۹۹۲.

۴ - همایون الهی، امپریالیسم و عقب‌ماندگی، قومس، ۱۳۶۷.

جهانگردی در سراسر جهان، به عنوان یک صنعت بدون دود و آلودگی و دارای تأثیرات قوی و پایه دار اقتصادی شناخته شده است و می رود که در مبادلات جهانی و اقتصاد داخلی به صورت یک صنعت عمده جا بیفتد!

علاوه بر اثرات اقتصادی، تحقیقات و نظرات کارشناسان بر اثرات ارزشمند فردی و اجتماعی نیز تأکید می ورزند. روانشناسان معتقدند که برخی از نیازهای روانی انسان در سفرهای لذت بخش، دیدن آثار باستانی، شرکت در سمینارها و فستیوال ها ارضا می شوند. مبادلات فرهنگی یکی از بزرگ ترین ارزش ها و دستاوردهای جهانگردی است. دیدن و تجربه کردن مناطق و کشورهای مختلف، یک جهانگرد را به عالم دیگری می برد که جدای از سیاست، اقتصاد، مذهب و غیره است و می تواند در بیداری و بالا بردن آگاهی او بسیار مؤثر باشد. در سال ۱۹۸۰، در کنفرانس جهانی مانیل، ۱۰۷ شرکت کننده آن اعلام کردند که اهمیت استفاده های غیرمادی جهانگردی، با اهمیت اقتصادی آن برابری می کند. در بیانیه این کنفرانس آمده است: "تأثیرات جهانگردی در سلامت جسم و روح، باعث بهبود ثبات اجتماعی می شود و ظرفیت کاری اشخاص و انجمن ها را بالا می برد. با احترام به روابط بین المللی و جستجوی صلح، بر اساس عدالت و احترام به اشخاص و ملت ها؛ جهانگردی عامل مثبت و همیشه زنده ای است که بر میزان دانش و تفاهم دوجانبه می افزاید و احترام و اعتماد مابین ملل جهان را به سطح عالی تر سوق می دهد".

سرزمین هایی که مقصد جهانگردان است، معمولاً با عقاید و علاقه های اجتماعی و معیارهای فرهنگی جدید، غنی تر می شوند و در بسیاری از نقاط، جهانگردان در جهت احیای هنرهای سنتی و توسعه آنها، حالت محرک و مشوق دارند. پیشرفت های تکنولوژیکی، به طور کمی و کیفی محیط های جهانگردی را تحت تأثیر قرار داده است. همچنین افزایش جهانگردی، برای بسیاری از برنامه های عمرانی، ایجاد انگیزه کرده است. تعداد جاذبه های جهانگردی در سال های اخیر در کشورهای مختلف چندین برابر شده است. در بسیاری از کشورها پارک ها، مناطق تفریحی، زمین های بازی، جنگل ها، مکان های تاریخی و سایر آبادی ها، کلیساها، مؤسسات آموزشی و مشورتی و غیره، به منظور آبادانی و بهبود محیط زیست، در خدمت صنعت

جهانگردی قرار گرفته‌اند. همچنین در بناهای تاریخی و مناظر طبیعی و محیط زیست، اصلاحات بسیاری انجام شده است تا بتوان جهانگردان را تحت تأثیر جاذبه‌های توریستی قرار داد. به همین دلیل پارک‌ها، هتل‌ها، فرودگاه‌های بزرگ، راه‌ها و مسیرها و محل‌های اقامت جهانگردان، بهتر از گذشته طراحی می‌شوند. در بسیاری از کشورها، به منظور جذاب‌تر کردن اماکن توریستی، از متخصصان ورزیده و باتجربه رشته‌های مختلف استفاده می‌شود. از جمله این متخصصان، عبارتند از: اقتصاددانان، جامعه‌شناسان، پژوهشگران جغرافی، محیط‌شناسی، زیست‌شناسی، مردم‌شناسی، باستان‌شناسی، تاریخ، کارشناسان طرح‌های سستی و معماری، برنامه‌ریزی و مهندسی. کشور ایران از نظر داشتن آثار و بناهای تاریخی و مناظر زیبا، یکی از ثروتمندترین کشورهای جهان است. جاذبه‌های توریستی آن، هر سال می‌تواند انبوه جهانگردان مشتاق را از سراسر جهان به سوی خود جذب کند و علاوه بر درآمد ارزی قابل توجه، ایران و فرهنگ ایرانی را به جهانیان بشناساند. اهمیت جاذبه‌های جهانگردی ایران تا حدی است که معاون دبیر کل سازمان جهانی جهانگردی و رئیس کمیسیون منطقه شرق آسیا و اقیانوسیه، آقای "راجش راوات" در این باره گفته است:

ایران یکی از ده کشور مهم توریستی جهان است و مواردی مانند مناظر طبیعی، آثار باستانی، اماکن زیارتی و مهمان دوستی مردم این کشور، می‌تواند صنعت جهانگردی ایران را در سطح وسیعی گسترش دهد و ارزش‌های بزرگ این سرزمین را به جهانیان معرفی نماید^۱.

به طور کلی صنعت جهانگردی، می‌تواند از جهات مختلف بخش‌های اقتصادی، اجتماعی و سیاسی کشورها را به شرح زیر تحت تأثیر قرار دهد^۲.

الف - صنعت جهانگردی، در تهیه ارز خارجی نقش عمده‌ای دارد و کشورهایمانند اتریش، اسپانیا، یونان و ایتالیا که در این زمینه موفق هستند، از طریق صنعت جهانگردی، درآمد ارزی هنگفتی به دست می‌آورند. به عنوان مثال، ۷/۴ درصد تولید ناخالص ملی اتریش در سال ۱۹۸۹، از درآمد ارزی جهانگردی تأمین شده است.

۱ - "صنعت توریسم ایران"، روزنامه اطلاعات، ۱۹/۴/۱۳۷۰، ص ۵.

۲ - حسین شکویی، مقدمه‌ای بر جغرافیای جهانگردی، تبریز، انتشارات و تحقیقات علوم اجتماعی، ۱۳۵۴، ص ۲۹.

ب - در اغلب موارد، صنعت جهانگردی از مراکز صنعتی و جمعیتی دوری می‌کند و نواحی کم توسعه کشور را که از جاذبه‌های جهانگردی بهره‌مند است، به توسعه اقتصادی اجتماعی می‌رساند. در کشور اسپانیا، شدت جریان‌های جهانگردی در پاره‌ای از حوزه‌های روستایی به حدی است که بعضی از این حوزه‌ها بیش از بارسلون و به اندازه مادرید دارای هتل هستند.

پ - هر چند نواحی ویژه‌ای از درآمدهای جهانگردی بهره‌مند می‌شوند، اما در حقیقت جریان پولی همه بخش‌های اقتصادی یک کشور را تحت تأثیر قرار می‌دهد.

ت - گسترش جهانگردی نیز بر فعالیت‌های اقتصادی - اجتماعی فرهنگی اثر می‌گذارد و آثار مترقب بر آن، از طریق توزیع مجدد درآمدها در سطح مناطق و افزایش سطح اشتغال و مبادلات فرهنگی بین گروه‌های اجتماعی بر توسعه ملی اثر می‌گذارد.

ث - صنعت جهانگردی یک صنعت خدماتی است و می‌تواند مشاغل گوناگونی را به بازارهای کار عرضه کند. در این صنعت خدمات نیروی انسانی بیش از هر بخش دیگر اهمیت می‌یابد. به موازات افزایش جهانگردان، نیاز به نیروی انسانی بالا می‌رود و این امر برای کشورها، به ویژه کشورهای در حال توسعه، بسیار بااهمیت است. در مجموع از اثرات مثبت اقتصادی جهانگردی، می‌توان به درآمد حاصل از خرید و فروش، درآمدهای مالیاتی دولت، درآمدهای سرمایه‌گذاری و اشتغال‌زایی، اشاره کرد.

ج - جهانگردی، در درآمد کشورها، اثرات اقتصادی انکارناپذیری دارد. به عنوان مثال درآمد ارزی اتریش از طریق جهانگردی، طی ده ماه، نسبت به سال قبل، ۱۰/۷ درصد افزایش داشته و به ۵ میلیارد دلار بالغ گردیده است^۱. و در سال ۱۹۹۰ بیش از ۱۳ میلیارد درآمد داشته است. همچنین می‌توان به کشور اسپانیا اشاره کرد که در سال ۱۹۸۹ رقمی معادل ۱۶ میلیارد دلار درآمدرزی داشته است و در سال ۱۹۹۰، این رقم به بیش از ۱۸ میلیارد دلار رسیده است.

با توجه به مطالب فوق و اهمیت این صنعت، و با در نظر گرفتن امکانات بالقوه

جهانگردی ایران، بی توجهی به آن عقلانی نیست و می‌باید جهت استفاده از امکانات موجود در صنعت جهانگردی با توجه به نظام ارزشی حاکم بر جامعه، برنامه‌ریزی کرد و با حفظ هویت فرهنگی خویش، به تقویت و توسعه این صنعت پرداخت و از این طریق سودهای مادی و معنوی فراوانی کسب کرد.

□ ۳ - عوامل مؤثر در توسعه صنعت جهانگردی

همانطور که اشاره شد، در سال ۱۹۹۱، درآمد جهانی از صنعت توریسم بالغ بر ۲۷۲ میلیارد دلار بوده است. این مبلغ را می‌توان با درآمد نفتی سالانه کشورهای تولیدکننده نفت اوپک مقایسه کرد. برای مثال درآمد اوپک در سال ۱۹۸۵ به ۱۳۲ میلیارد دلار رسید. بنابراین درآمد جهانگردی در دنیا، از درآمد نفتی اوپک بالاتر است.

از نظر اشتغال‌زایی، می‌توان گفت که شاغلان این صنعت، بعد از صنعت وسایل نقلیه موتوری، مقام دوم را در جهان کسب کرده‌اند. انواع شغل‌هایی مانند احداث هتل‌های مناطق تفریحی و توسعه سواحل، احیای سنت‌ها و آثار باستانی خدمات جهانگردی، گسترش حمل و نقل و خدمات مربوط به آن و گسترش صنایع دستی و غیره، در ارتباط با این صنعت است.

کشورهایی که در صنعت توریسم موفق بوده‌اند، سیاست‌گذاری‌ها و برنامه‌ریزی‌های مشخصی داشته‌اند و برنامه‌ریزی‌ها بر اساس سیاست‌های اعلام شده، صورت گرفته است. قانون اساسی کشور ژاپن پیش‌بینی‌ها و رهنمودهایی دارد مبنی بر ارتقای روابط حسنه بین‌المللی، توسعه اقتصاد ملی، افزایش سطح زندگی مردم، هماهنگی شرایط اقتصادی و اجتماعی ناشی از تفاوت‌های جغرافیایی داخلی. این کشور، برای رسیدن به این اهداف، روش‌های زیر را اتخاذ نموده است:

۱ - تأسیس سازمان جهانگردی خارجی و بهبود خدمات پذیرایی

۲ - تأسیس اقامتگاه‌ها و راه‌های ارتباطی مستقیم

۳ - تأمین ایمنی و رفاه حال جهانگردان در حین سفر

۴ - ایجاد تسهیلات لازم برای مسافرت‌های خانوادگی در وسایل نقلیه عمومی

۵ - کم کردن تمرکز بیش از حد در یک اقامتگاه معین جهانگردی

۶ - گسترش جهانگردی در نواحی منزوی و دورافتاده

۷ - توسعه، ترویج و حفاظت از منابع جهانگردی

۸ - زیباسازی اقامتگاه‌های جهانگردی

دولت ژاپن با دادن امکانات مالی وسیع به بخش جهانگردی، این صنعت را در جهت توسعه یاری می‌نماید. به طوری که میزان هزینه ژاپن در ارتباط با جهانگردی، نسبت به کل جهان در سال ۱۹۸۷ برابر ۶/۹ درصد، در سال ۱۹۸۸ برابر ۱۰/۱ درصد و در سال ۱۹۸۸ برابر ۱۱/۵ درصد بوده است و این میزان افزایش هزینه، نشان‌دهنده اهمیت است که کشور ژاپن به این صنعت می‌دهد.

ژاپن با سیاست‌گذاری مناسب و داشتن سازمان و امکانات مالی وسیع، در جهت پیشرفت این صنعت گام برمی‌دارد و افزایش امکانات مالی این بخش، باعث افزایش درآمد و درآمدهای ارزی شده است. کشور یونان نیز، در چند سال اخیر، برای صنعت جهانگردی اهمیت بسیاری قائل شده است و در این زمینه موفق هم بوده است. در این کشور، قوانین نسبتاً قدیمی جهانگردی تغییراتی کرده و با نیازهای فعلی هماهنگ شده است. مدارس و سیستم‌های آموزشی مربوط به مشاغل جهانگردی این کشور، شامل خدمات هتلداری، پذیرایی و هنر آشپزی است که بسیار پیشرفت کرده و به صورت مدارس فنی و حرفه‌ای درآمدی است. همچنین قرار است به منظور فعالیت‌ها و آموزش‌های هنر آشپزی، مؤسسات جداگانه‌ای تأسیس شود و تا سطح فوق‌لیسانس به آموزش بپردازد. ضمناً برای دانش‌آموزان و دانشجویان مدارس و مؤسسات عالی داخل و خارج از کشور، سفرهای مطالعاتی و دوره‌های آموزشی منظور خواهد شد تا در سمینارها و دوره‌های مربوطه شرکت کنند.

اتریش که یکی از موفق‌ترین کشورها در صنعت جهانگردی است، از نظر اقتصادی به این صنعت توجه زیاد می‌کند. به طوری که در وزارت امور اقتصادی و دارایی، بخش جهانگردی ایجاد شده است و سیاست‌های جهانگردی توسط وزیر امور اقتصادی پی‌گیری و از طریق بخش جهانگردی این وزارتخانه، اجرا می‌شود.

دولت ترکیه در چند سال اخیر، به این صنعت توجه کرده و وزارت فرهنگ و

جهانگردی؛ امور مربوط به توسعه صنعت توریسم را به عهده گرفته است. وزارت فرهنگ و جهانگردی، امکانات مالی بسیار گسترده‌ای دارد و با بهره‌گیری از ذخایر بانک جهانگردی، در جهت افزایش سرمایه‌گذاری خصوصی استفاده می‌کند و صنعت جهانگردی خود را، به عنوان منبع درآمد اقتصاد ملی محسوب کرده است.

کشور ایتالیا نیز با اتخاذ سیاست‌های فوق و داشتن وزارتخانه‌ای مستقل، چنان در این صنعت به موفقیت رسیده است که در طی سال‌های ۱۹۸۷ - ۱۹۸۹ بعد از اسپانیا توانسته است دومین مقام کسب درآمد توریسم را به خود اختصاص دهد، و در سال ۱۹۹۰ با ۱۹/۷۳۸ میلیارد دلار، مقام سوم را در جهان کسب کرده است.^۱

سیاست‌های دولت کانادا، در جهت ارائه خدمات پیشرفته‌ای است که در عرصه بین‌المللی قابل رقابت باشد. همچنین به همکاری سازمان‌های مختلف و سازمان جهانگردی، بسیار اهمیت می‌دهد. بنابراین صنعت جهانگردی این کشور، روز به روز روبه بهبود است.

هدف سازمان جهانگردی کانادا مبنی بر تشویق و حمایت از رشد اقتصادی ایجاد توانایی برای رقابت بین‌المللی در سراسر کانادا می‌باشد.

□ جهانگردی در ایران

در ایران، از سال ۱۳۵۸ تا ۱۳۶۸ یکی از مهم‌ترین مشکلاتی که در امر جهانگردی احساس می‌شد، عدم برنامه‌ریزی و مشخص نبودن اهداف و سیاست‌های جهانگردی بود.

در سال ۱۳۶۸، در برنامه توسعه اقتصادی - اجتماعی پنجساله، به جهانگردی نیز اشاره‌ای شده بود. اما سیاست‌هایی که توسط معاونت سیاحتی و زیارتی اعلام گردید، به دلایل مختلف، عملی نشد و موفق نگردید. از جمله این دلایل، می‌توان به موارد زیر اشاره کرد: عدم برنامه‌ریزی صحیح و عدم وجود سازمانی قوی و مستقل، با امکانات مالی بسیار وسیع جهت سرمایه‌گذاری به طور کلی تشکیلات و ساختار سازمانی فعلی، جوابگو و مطابق با نیازها نیست، ضمن اینکه سیاست‌های جهانگردی از حمایت قانونی

لازم برخوردار نمی‌باشد.

توسعه و رونق صنعت توریسم، به سازمانی مستقل، با اهداف و سیاست‌های جهانگردی مشخص نیاز دارد. همچنین باید از قدرت مالی و اجرایی بسیار قوی همراه باشد.

صنعت توریسم در ایران، مانند هر صنعت دیگر، با فراهم آوردن تسهیلات و امکانات، می‌تواند توسعه یابد. کلیه اقدامات که برای آماده کردن وسایل رفاه و آسایش جهانگردان در کشور میزبان به عمل می‌آید، ایجاد تسهیلات و امکانات لازم برای پذیرش آنها و به منظور رسیدن به اهداف توسعه، مستلزم اتخاذ سیاست‌های مناسبی است که زمینه‌ها و خدمات صنعت جهانگردی به آن نیاز دارد. مهمترین این موارد، به شرح زیر می‌باشند:

□ الف - برنامه‌ریزی

برنامه‌ریزی در صنعت جهانگردی، از مسائل بسیار اصلی و ضروری است و این خود مستلزم اطلاعات منسجمی است که متأسفانه چنین اطلاعاتی، در مرکز تحقیقات جهانگردی ایران وجود ندارد. هم‌اکنون در ایران معافیت سیاحتی و زیارتی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، با چهار مرکز آموزش جهانگردی، مرکز تحقیقات، دفتر برنامه‌ریزی و امور فنی و مراکز امور فرهنگی ایرانیان خارج از کشور، امر سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی و اجرای برنامه‌ها را به عهده دارد که تاکنون موفقیت چندانی نداشته است. برای مثال بر اساس برنامه‌های پیش‌بینی شده، می‌بایست تا سال ۱۳۷۲، ۵۰ واحد، بر تعداد اقامتگاه‌ها اضافه گردد. همچنین واحدهای خسارت دیده و نیمه تکمیل تمام شود و به مدار متصل گردند. نه تنها چنین نشده است، بلکه اقامت‌گاههایی که کاربری دیگری داشته‌اند و بر طبق قانون توسعه جهانگردی می‌بایست تخلیه می‌شدند، از تخلیه خودداری کرده‌اند. سازمان مراکز ایرانگردی و جهانگردی که مسؤولیت هتل‌ها، اردوگاه‌های جهانگردی، تورها، آژانس‌ها و کلاً امور اسکان را بر عهده دارد، جدای از معاونت سیاحتی و زیارتی است و مستقیماً تحت نظر وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی می‌باشد.

مسأله عدم برنامه‌ریزی اتخاذ سیاست‌های مشخص در ایران، در حالی است که

کشورهای دیگر با برنامه‌ریزی‌های اساسی و بلندمدت دست به اقداماتی جدی زده‌اند. برای نمونه، به صفحات قبلی این مقاله رجوع کنید و وضعیت برنامه‌ریزی کشورهای اسپانیا و اتریش را ملاحظه فرمایید.

کشور استرالیا به دلیل برنامه‌ریزی‌های درازمدت، در سال‌های اخیر توانسته است بیشترین رقم افزایش و ورود جهانگردان را به خود اختصاص دهد. این کشور در زمینه بررسی و برآورد جهانگردان از نظر مسافرت، مخارج، سفر، برنامه‌ریزی در جهت توسعه نیروی کار در صنعت جهانگردی و همچنین پیش‌بینی مسافرت‌های خارجی به کشور استرالیا تا سال ۲۰۰۰، برنامه‌ریزی‌هایی کرده است.

دولت ترکیه نیز با برنامه‌ریزی‌های مناسب و بلندمدت، تصمیم گرفته است تا سال ۱۹۹۴، ورود جهانگردان را به کشور خود به میزان ۷ میلیون نفر برساند و امیدوار است درآمدی معادل ۷/۹ میلیارد دلار داشته باشد. ضمناً در نظر دارد تعداد تخت‌خواب‌های اقامتگاه‌هایش را به ۲۴۰۰۰۰ برساند. این کشور در سال ۱۹۹۱، توانسته است تعداد تخت‌خواب‌ها را به ۱۳۰۰۰۰ افزایش دهد. موفقیت در این برنامه‌ریزی، در حقیقت مدیون سیاست‌ها و اهداف مشخص جهانگردی و داشتن سازمانی مستقل با امکانات مالی قوی است.

□ ب - سرمایه‌گذاری

اجرای هر برنامه‌ای مستلزم سرمایه‌گذاری است. کشورهایی در امر جهانگردی موفق بوده‌اند که در این صنعت، به اندازه کافی سرمایه‌گذاری کرده‌اند.

کشور اسپانیا تا قبل از سال ۱۹۴۵ از نظر جلب جهانگرد، چندان مورد توجه نبود ولی با گذشت دو دهه، با سرمایه‌گذاری و بکارگیری امکانات وسیع مالی، توانست در زمره موفق‌ترین کشورهای جهان باشد. میزان سرمایه‌گذاری در بخش صنعت توریسم این کشور در سال‌های ۱۹۶۴ - ۱۹۶۶، از مرز ۶۰۰ میلیون دلار گذشته است. و در حال حاضر دولت اسپانیا به لحاظ سرمایه‌گذاری وسیع سالانه، دارای توان پذیرایی حدود ۳۵۳۵۰۰۰۰ نفر جهانگرد است و از نظر میزان سرمایه‌گذاری، در میان ده کشور موفق جهان، مقام هفتم را دارد. اسپانیا در سال ۱۹۸۹ حدود ۳۰۸۰ میلیون دلار، در بخش صنعت جهانگردی هزینه کرد و درآمدی معادل ۱۶ میلیارد دلار به

دست آورد.

موفقیت جهانگردی در کشور ایتالیا نیز، در مشخص بودن اهداف، سیاست‌ها و امکانات وسیع مالی وزارت جهانگردی بوده است. دولت ایتالیا توانست با سرمایه‌گذاری زیاد، تغییراتی در چهره محیط طبیعی به وجود آورد و تعداد اقامتگاه‌ها، تفریح‌گاه‌ها، وسایل حمل و نقل و غیره را افزایش دهد. وجود ۶۰۰۰ مؤسسه جهانگردی روستایی و وجود ۱۶۷۸۹۱۰ تخت، نشان‌دهنده سرمایه‌گذاری وسیع در این صنعت می‌باشد.

کشور یونان نیز در سال‌های گذشته، در زمینه‌های مختلف، سرمایه‌گذاری‌های وسیعی کرده است. از جمله این زمینه‌ها، عبارتند از: گسترش مراکز و خدمات هوایی، تفریح‌گاه‌های ساحلی و چشمه‌های آب گرم، تسهیلات و ورزش‌های زمستانی، سالم‌سازی و تأسیسات مدرن آب‌درمانی، قایق‌های تفریحی، ایجاد اقامتگاه‌های جدید، و ساخت ۲۱ تفریح‌گاه ساحلی با هزینه ۱۳ میلیارد درآخما.

استرالیا نیز، با سرمایه‌گذاری‌های وسیعی در جهت توسعه صنعت توریسم موفق بوده است. به طوری که در سال ۱۹۸۹، پروژه‌های مربوط به صنعت جهانگردی این کشور، ۱۹ میلیارد دلار استرالیایی بود. در صورتی که از سال ۱۳۵۸ به بعد، در ایران کلیه اعتبارات بخش جهانگردی لغو شد و در این زمینه هیچ سرمایه‌گذاری نشده است. در سال ۱۳۶۸، در برنامه پنجساله توسعه اقتصادی، اجتماعی کشور، از محل درآمدهای عمومی، برای بخش جهانگردی اعتبارات جاری و عمرانی پیش‌بینی گردید، اما از سوی دولت اعتباری تخصیص داده شده، تأمین اعتبارات، صرفاً از طریق بخش خصوصی بوده است و تکیه بر بخش خصوصی، بدون حمایت مالی دولت حاصل چندانی ندارد. ضمن اینکه، این صنعت دوران پس از رکود را می‌گذراند و در مراحل ابتدایی است. بنابراین سوددهی آن در درازمدت ممکن می‌باشد. لازم به تذکر است در کشورهای مورد مطالعه، با اینکه این صنعت به سوددهی رسیده دولت حمایت‌های مالی خود را قطع نکرده است!

ایجاد انگیزه و کمک به بخش خصوصی، به منظور توسعه و گسترش صنعت جهانگردی، اهمیت بسیاری دارد. صنعت جهانگردی، به سرمایه گذاری زیاد نیازمند است و در این زمینه دولت به تنهایی قادر به انجام آن نخواهد بود. بنابراین، باید بخش خصوصی را به مشارکت تشویق کرد. این ایجاد انگیزه می تواند به صورت زیر انجام شود:

دادن امتیازات بیشتر، برای تأسیس مؤسسات جهانگردی، کاستن محدودیت ها در ارتباط با استفاده بهتر از زمین، دادن مجوز تأسیس اقامتگاه ها و دهکده های جهانگردی، دادن امکان و موقعیت های بیشتر به بخش خصوصی جهت سرمایه گذاری در زمینه اقامتگاه ها و تفریح گاه ها، تسهیل در امر حمل و نقل، مراکز خدماتی، چشمه های آب معدنی با اجاره درازمدت زمین های متعلق به دولت و یا واگذاری آنها. دولت ژاپن به منظور ساخت و توسعه اقامتگاه ها و غذاخوری ها، مطابق با استاندارد مربوط به بخش خصوصی، به کمک های مالی لازم دست می زند. این کمک ها در سال ۱۹۸۸، ۴۷ میلیارد ین بوده است.

بانک جهانگردی ترکیه، جهت توسعه اقامتگاه ها، غذاخوری ها، بخش های تولیدکننده، صنایع، آژانس های مسافرتی، اماکن تفریحی، مراکز آموزشی حرفه ای جهانگردی و خطوط هوایی؛ وام و تسهیلات اعتباری اختصاص می دهد.

در سال ۱۹۸۸، بانک جهانگردی مبلغ ۵۸۲/۶ میلیارد لیر ترک به بخش خصوصی وام اعطا کرد تا ۲۴۶۹۶ تخت خواب، به تخت های موجود افزوده شود. همچنین دولت ترکیه به منظور افزودن ظرفیت اقامتگاه ها، بعضی از اراضی را به مدت ۴۹ سال، به بخش خصوصی اجاره داده است. این حمایت از صنعت جهانگردی در کشورهای دیگر مثل ایتالیا، اسپانیا، اتریش، کانادا و غیره نیز به عمل آمده است.

با وجود توجه روزافزون کشورهای جهان به صنعت توریسم، در ایران از سال ۱۳۵۸ تا سال ۱۳۶۸، هیچگونه حمایتی در جهت توسعه این صنعت به وجود نیامد، تا اینکه در سال ۱۳۶۸ در برنامه پنجساله به این صنعت توجه شد و سیاست های کلی آن اعلام گردید. یکی از سیاست های اعلام شده، ایجاد زمینه مساعد جهت مشارکت فعال بخش خصوصی است. جلب مشارکت بخش خصوصی، به ایجاد انگیزه و حمایت مالی دولت نیاز دارد. در این زمینه، دولت فقط به اعطای زمین دولتی برای احداث اقامتگاه

اکتفا کرده و مسأله دادن وام، هنوز صورت عملی به خود نگرفته است. در ابتدا، متقاضیان احداث اقامتگاه، بسیار بودند، ولی هنگامی که دولت اعلام کرد که سرمایه گذاران حق تغییر کاربری اقامتگاه را ندارند، از سرمایه گذاری منصرف شدند. بنابراین دولت باید از شیوه‌هایی پیروی کند که در دیگر کشورها وجود دارد.

□ ج - بازاریابی

بازاریابی جهانگردی، فعالیت جهت‌داری است که اهداف جهانگردان و ارائه‌کنندگان خدمات جهانگردی را با نیازهای جهانگردان متناسب می‌کند و به منظور عرضه خدمات مناسب، بر تحقیقاتی تکیه می‌کند که پیرامون نیازهای جهانگردان انجام شده است. بنابراین، بازاریابی، سیستمی از تحقیقات و برنامه‌ریزی‌هایی است که یک فلسفه عملی کامل و مجموعه‌ای از سیاست‌ها، استراتژی‌ها و تاکتیک‌های سازمانی، شامل مقیاس عملیاتی، تجهیزات، فضای مناسب، روش مدیریت پیش‌بینی، بودجه‌بندی، قیمت‌گذاری و ارتقاء کیفیت می‌باشد.

عامل بازار و تحقیقات بازاریابی، در جهانگردی یکی نیاز ضروری است. ضمناً سرمایه‌گذاری‌ها، برنامه‌ریزی‌ها و جزئیات اجرایی این صنعت، باید با تمام شرایط و خصوصیات که ویژه این حرفه است، تطبیق یابد.

باید یک اداره بازاریابی و تحقیقات بازار به وجود آید، زیرا پتانسیل‌های بازار و گرایش‌های جوامع، همواره رو به تغییر است. بنابراین برای مقابله با چنین تغییرات و بحران‌های احتمالی نباید به پیش‌بینی‌های درازمدت بی‌توجه بود. این تغییرات، ممکن است از تحولات سیاسی، اقتصادی یا اجتماعی سرچشمه بگیرد. برای مثال بحران ۱۹۵۸ کوبا، به طور کلی جریان‌ات جهانگردی مابین کوبا و آمریکا را متوقف کرد. علاوه بر فشارهای خارجی که همواره امکان دارد بر بدنه فعالیت‌های جهانگردی لطمه بزنند و باید کاملاً با آنها مبارزه کرد، فشارهای داخلی نیز بازار جهانگردی را متأثر می‌کنند.

سرمایه‌گذاری‌های هنگفتی که در جهان به زمینه‌های تبلیغاتی و بازاریابی

اختصاص می‌یابند، عمدتاً به منظور بالا بردن قدرت رقابت در عرصه بین‌المللی است و امکانات و ظرفیت‌های مجتمع‌های جهانگردی را از نظر کیفی و کمی ارتقاء می‌دهند.

کشور یونان، در سال ۱۹۸۶، در مورد آینده جهانگردی این کشور پیش‌بینی‌هایی کرد. همچنین از طریق تحقیقاتی که در مورد مشتری‌ها، آژانس‌های مسافرتی، اپراتورها و تورهای سیاحتی انجام شده بود، گرایش‌های جهانگردان را به دقت ارزیابی نمود. نتیجه این بررسی‌ها، بخش منسجمی از طرح‌های سازمان جهانگردی یونان را تشکیل می‌دهد که به رشد درازمدت جهانگردی این کشور مربوط می‌شود. سازمان جهانگردی یونان، هر ۳ سال یکبار، آداب و رسوم، ذائقه‌ها و رضایت‌های جهانگردان خارجی را بررسی می‌کند.

هزینه‌های تبلیغات جهانگردی یونان، در سال ۱۹۸۸، حدود ۵۰۰ میلیون دراختیار بوده است.

در سال‌های ۱۹۸۷ تا ۱۹۸۸، دولت ترکیه به منظور جلب افکار عمومی، ۲۳۰۰ نفر روزنامه‌نگار، نمایندگان رادیو تلویزیون، نمایندگان آژانس‌های مسافرتی و اپراتورهای سیاحتی به این کشور دعوت کرد. در عرصه داخلی نیز، برای آگاه کردن مردم از اهمیت اقتصادی این صنعت، تلاش‌هایی انجام گرفته است.

بخش بازاریابی و تحقیقات بازاریابی کمیسیون جهانگردی استرالیا، مسؤول بررسی نیازهای فعلی و آینده صنعت جهانگردی این کشور است. منظور از این بررسی، نشان دادن تغییرات تمایلات جهانگردان، در مورد سفر به این کشور، تأثیرات سفرهای تبلیغاتی و مطالعات تفصیلی تعیین وضعیت بازار است.

بخش بازاریابی و زمینه‌های توسعه آن، شامل مبادلات سالانه جهانگردی استرالیا در سیدنی، شرکت در بورس بین‌المللی جهانگردان در برلین، ادامه سفرهای موفقیت‌آمیز به آمریکا، انگلیس و کانادا، و سفرهای جلب مشتری به کشورهای مختلف بوده است. این موارد از اهداف کلیدی و استراتژیکی بازاریابی استرالیا محسوب می‌شود.

خلاصه اینکه، کشورهای مختلف، با شیوه‌های گوناگون می‌کوشند جریان‌های جهانگردی را مابین کشور خود و سایر کشورها گسترش دهند. کشور ما، پتانسیل‌های

سیاحتی، تاریخی، اجتماعی و فرهنگی را به اندازه کافی دارد و می‌تواند برنامه‌های لازم را با توجه به اصول و اهداف پذیرفته شده و با حفظ ارزش‌ها، برای بازسازی و نوسازی صنعت جهانگردی تهیه نماید، بازارهای موجود را توسعه دهد و به بازارهای جدیدی نیز دست یابد. البته انجام این امور به سازماندهی‌های لازم نیاز دارد.

□ د - آرامش و امنیت

امنیت، شرط ضروری رشد و توسعه صنایع، پیشرفت‌های علمی، شکوفایی اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی است. استدلال عقل سلیم، همیشه این بوده است که سرمایه‌گذاری در مناطق ناامن و بی‌ثبات، نتیجه مطلوبی نخواهد داشت. فعالیت‌های اقتصادی، در امنیت و آرامش شکوفا می‌شوند و در جو ناامن و ناآرام، به رکود و بحران‌های اقتصادی - اجتماعی می‌انجامند. جهانگردی نیز که صنعت بزرگی محسوب می‌شود، به آرامش و امنیت تضمین شده نیاز دارد. هنگامی که در کشوری احساس و یا احتمال ناامنی می‌رود، جهانگردی ورودی‌های خارجی، جای خود را به فراخوانی اتباع و خروج از مرز می‌دهد. برای مثال، سال گذشته در اثر ناامنی و حمله به جهانگردان در مصر، این کشور با ۷۰۰ میلیون دلار کاهش در آمد جهانگردی روبه‌رو شد.^۱ بنابراین، ناامنی، به هر شکل که باشد، نه تنها شاخه‌های اقتصادی و حتی تمدن را به نابودی می‌کشانند، بلکه آفت سیر و سیاحت و جهانگردی نیز هست.^۲

برخوردهای نژادی در آفریقای جنوبی در سال ۱۹۸۶، تعداد جهانگردان را کاهش داد. بر اساس اظهارات معاون هیأت جهانگردی این کشور، در نیمه اول سال ۱۹۸۶، تعداد جهانگردان خارجی در آفریقای جنوبی ۳۲٪ کاهش یافت و تعداد جهانگردان از ۳۴۹۰۰۰ نفر در سال ۱۹۸۵، به حدود ۲۳۸۰۰۰ نفر در سال ۱۹۸۶ تنزل نمود. آمار و ارقام نشان می‌دهد که در ایران، بر اثر جنگ تحمیلی، با کاهش تعداد جهانگردان مواجه بوده‌ایم.

به طور کلی جهانگردی عامل گسترش صلح و تفاهم بین‌المللی محسوب می‌شود و

1 - Tourism Policy, P. 25.

۲ - نسرین رضایی، بررسی صنعت جهانگردی (پایان‌نامه فوق‌لیسانس) (تهران ۱۳۷۱) ص ۲۲۱.

جهانگردان با ارتباط مستقیم خود با مردمان و نژادها و فرهنگ‌های گوناگون، می‌توانند پیغام‌رسان صلح، دوستی و تفاهم باشند.

□ ه - آموزش

کلیه افرادی که وظایف و مسؤولیت‌های مختلفی دارند، از آموزش بی‌نیاز نیستند و نمی‌توان ادعا کرد که همه افراد شاغل، برای انجام وظایف خود، ذاتاً دارای دانش، آگاهی، مهارت‌ها و نوع رفتار لازم هستند. بلکه عموماً به آموزش نیاز دارند.

ضعف جهانگردی نیز، همانند هر حرفه دیگر، الزامات آموزشی خود را دارد و امروزه در دنیا، آموزش‌های حرفه‌ای جهانگردی، در سطح آکادمیک مطرح گردیده است و همکاری‌های وزارت فرهنگ و جهانگردی، وزارت آموزش و پرورش و وزارت علوم در مورد اغلب کشورها مشهود است.

در ترکیه آموزش حرفه‌ای جهانگردی، توسط وزارت فرهنگ و جهانگردی، وزارت آموزش و پرورش ملی، سازمان ورزش جوانان و کنترل آموزش عالی صورت می‌گیرد و در سطوح مختلف مدارس عالی، رشته‌های مدیریت، هتل‌داری و جهانگردی آموخته می‌شود. ۱۴ مدرسه با آموزش ۲ ساله، ۷ مدرسه آموزشی ۴ ساله و ۲ مدرسه در رتبه‌های عالی تر فعالیت می‌کنند و ظرفیت کل این آموزشگاه‌ها در زمینه هتل‌داری و جهانگردی به حدود ۵ تا ۶ هزار نفر می‌رسد. اینک در این کشور می‌کوشند تا نیروهای ۴۰۰۰۰ نفری شاغل در صنعت جهانگردی را با آموزش‌های درازمدت و کوتاه‌مدت، چنان تعلیم دهند که بتوانند به نیازهای فعلی و آینده این صنعت پاسخ دهند.

در ژاپن، آموزش‌های حرفه‌ای مربوط به جهانگردی، توسط بخش خصوصی انجام می‌شود، ولی امتحانات تأیید صلاحیت، بر عهده دولت است. افراد راهنما، مترجمان و سرپرستان سرویس‌های مسافرتی، باید در این آزمون شرکت کنند. در سال ۱۹۸۸، ۳۳۲ نفر به عنوان راهنما و مترجم، ۲۸۹۳ نفر به عنوان راهنمای داخلی و

خارجی و ۵۵۷۴ نفر به عنوان سرویس‌های مسافرتی داخلی، در امتحان قبول شدند. همچنین می‌توان به مؤسسه آموزش جهانگردی استرالیا، تحت عنوان مؤسسه تعلیم و تربیت و استخدام اشاره کرد که در سال ۱۹۸۹، برای ۲۷۰۰۰۰ نفر در بخش مهمانداری جهانگردی این کشور، ایجاد اشتغال داشته است.

مدارس و سیستم‌های آموزشی جهانگردی یونان که شامل خدمات هتل‌داری، پذیرایی و هنر آشپزی است، بسیار ترقی کرده و به حد مدارس عالی رسیده است. بر اساس طرحی، قرار است که مؤسسات جداگانه‌ای برای سازماندهی فعالیت‌ها و آموزش‌های هنری آشپزی، تا سطح فوق‌لیسانس تأسیس شود. همچنین مطابق این طرح، برای دانش‌آموزان و دانشجویان مدارس و مؤسسات عالی، سفرهای مطالعاتی و دوره‌های آموزشی در داخل و خارج کشور منظور خواهد شد تا در سمینارها و دوره‌های مربوط شرکت کنند.

اولین دوره آموزش جهانگردی ایران، در حد تربیت پیشخدمت و آموزشگاه آشپزی هتل‌ها، در سال ۱۳۴۵ توسط شهرداری تأسیس شد. در سال ۱۳۳۷ نیز مهمانخانه‌ها برای تأمین کادر مورد نیاز، یک کلاس آموزش هتل‌داری دایر کرده بودند.

در سال ۱۳۴۲، وزارت فرهنگ با تأسیس یک مدرسه عالی مهمانخانه‌داری اقدام به پذیرش دانشجو نمود و پس از ۳ سال تحصیل، دانشنامه‌های معادل لیسانس به فارغ‌التحصیلان اعطا شد. وزارت فرهنگ به علت عدم کارآیی این مدرسه عالی، آن را منحل کرد.

در سال ۱۳۴۳ سازمان جلب سیاحان، مجدداً برای آموزش‌های اساسی، کلاس‌هایی را تأسیس کرد. در این دوره‌ها، تعدادی از کارکنان هتل‌ها و رستوران‌های تهران شرکت کردند و از تجربه استادان و مربیان برخوردار گردیدند.

در اواخر سال ۱۳۴۵، مرکز آموزش خدمات جهانگردی سازمان جلب سیاحان، با تشکیل دوره‌های کوتاه‌مدت مدیریت هتل‌داری، راهنمایی جهانگردان و میزبانی، فعالیت خود را آغاز نمود. در همان سال از طرف مرکز آموزش خدمات جهانگردی، یک دوره کلاس توجیهی برای بالا بردن سطح دانش مدیران مهمانخانه‌های شهر شیراز و در سال ۱۳۴۸ برای اجرای هر چه بهتر آموزش‌های عملی شرکت‌کنندگان در

دوره‌های مختلف هتل‌داری، آشپزی و رستوران، در ساختمان مرکز آموزش، یک اتاق نمونه با استاندارد و تجهیزات کامل ایجاد گردید. در همان حال کلاس هتل‌داری مشهد نیز دایر شد و مرکز آموزش خدمات جهانگردی دست به کار تازه‌ای زد و با اعزام گروه‌های سیار آموزشی به نقاط مختلف کشور، برای نخستین بار امور آموزش خدمات جهانگردی و کلیه تأسیسات اقامتی و پذیرایی را زیر پوشش قرار داد. بر اساس فعالیت این گروه‌ها، کارکنان واحدهای اقامتی و پذیرایی شهرستان‌ها و بخش‌های جهانگردی، با اصول صحیح پذیرایی آشنا شدند.

در سال ۱۳۵۰، به منظور آموزش نیروی انسانی مورد نیاز اقامتگاه‌های جدید و لوکس شیراز و تخت جمشید، در این شهر یک آموزشگاه تأسیس شد. در سال‌های ۱۳۵۲ و ۵۳، هشت آموزشگاه هتل‌داری در مراکز استان‌های فارس، اصفهان، خراسان، آذربایجان شرقی، گیلان، مازندران، خوزستان و کرمانشاه تأسیس گردید. در سال ۱۳۵۳ از سوی وزارت اطلاعات و جهانگردی، برای تدریس رشته‌های هتل‌داری و آژانس‌های مسافرتی، مدرسه عالی خدمات جهانگردی و اطلاعات تأسیس شد.

پس از سال ۱۳۵۸، همه مراکز آموزش جهانگردی تعطیل و کلیه اعتبارات مربوط به این صنعت نیز لغو گردید. مجدداً در سال ۱۳۶۹ نیاز به کادر متخصص این صنعت و جبران رکود ۱۱ سال گذشته، احساس گردید و معاونت سیاحتی و زیارتی وزارت، مراکز آموزش خدمات جهانگردی را بازگشایی کرد.

به این ترتیب، صنعت جهانگردی ایران، از بدو تأسیس، با کمبود نیروهای آموزش دیده مواجه بوده است و در هیچیک از مقاطع ذکر شده، به طور پی‌گیر، نتوانسته است نیروی انسانی کارآمدی را آموزش دهد.

□ و - اقامتگاه‌ها

هنگامی که در فصل‌های معینی از سال سیل جهانگردان جاری می‌شوند، مسائل بسیاری، از جمله نیازهای اقامتگاهی، آشکار می‌گردند. احداث اقامتگاه‌ها در

کشورهای پیشرفته، با رعایت اصول و استانداردهای بهداشتی و معماری انجام می‌گیرد. در این رابطه، هتل‌ها و سایر اقامتگاه‌های جهانگردی، با در نظر گرفتن مسائل مختلفی طراحی می‌شوند. از جمله: پنجره‌های کافی، نوردهی مناسب، تهویه لازم، کنترل و جلوگیری از رشد و حضور حشرات و حیوانات ولگرد. همچنین کنترل میزان ارتعاشات و سر و صدا در این فضاها از دیگر ملاحظات است که رعایت می‌شود. بنابراین، کیفیت و کمیت اقامتگاه‌ها، در توسعه و جلب جهانگردان، یک عامل اساسی است. اگر امکانات اقامتگاهی با تعداد جهانگردان که در یک فصل و به یک شهر هجوم می‌آورند، متناسب نباشد، موجب نارضایتی جهانگردان خواهد شد.

کشورهای پیشرفته با اطلاعات دقیق و بر مبنای آمارهای گذشته و پیش‌بینی تعداد ورودی جهانگردان، همواره بین عرضه و تقاضا موازنه‌ای منطقی ایجاد می‌کنند و بر اساس پیش‌بینی‌های دقیق، هر سال به امکانات لازم اقامتگاهی خود می‌افزایند و به اندازه کافی سرمایه‌گذاری می‌نمایند.

مقایسه اقامتگاه‌های ایران با سایر کشورهای جهان در یک سال معین، نشان‌دهنده توجه و اهمیت دادن بعضی از کشورها به صنعت توریسم است. برای مثال در سال ۱۹۸۹ کشور اتریش با ۸۴۰۰۰ کیلومتر مربع و ۱۰ میلیون جمعیت، دارای ۶۵۷۰۰۰ تخت و ایران با ۶۴۸۰۰۰ کیلومتر مربع و ۶۰ میلیون جمعیت، دارای ۳۱۱۶۷ تخت خواب است.

کشور اسپانیا با جمعیت حدود ۱۰ میلیون نفر، دارای ۴۲۳۰۰۰ تخت است.^۱ در همین سال، کشورهای ایتالیا دارای ۱۶۷۰۰۰، آلمان دارای ۱۱۲۰۰۰ و ترکیه دارای ۱۳۷۰۰۰ تخت بوده‌اند.

سیاست‌گذاری‌های قبل از سال ۱۳۵۸ و وجود سازمان جلب سیاحان، در پیشبرد و توسعه امکانات اقامتگاهی بسیار مؤثر بوده است. به طوری که در سال ۱۳۵۴، در شهر مشهد ۱۵ دستگاه اقامتگاه تأسیس شد. اما پس از سال ۱۳۵۸، این شاخه از فعالیت‌های اقتصادی و عمرانی، با رکود و تنزل شدید مواجه گردید و تأسیسات موجود نیز کاربری

دیگری پیدا کردند!

مطالعه امکانات اقامتگاهی استان‌ها و شهرستان‌های مختلف، نشان می‌دهد که ۲۹۷ باب اقامتگاه با ۲۰۰۰ تخت، بعد از سال ۱۳۵۸ کاربری دیگری از قبیل اسکان مهاجران جنگی، مراکز پزشکی، نظامی، انتظامی، آموزشی، اداری، تجاری و غیره پیدا کرده‌اند.

بررسی مطالب فوق نشان می‌دهد که حمایت‌های مالی دولت‌های موفق در زمینه سرمایه‌گذاری برای تأسیس اقامتگاه‌ها و تخصیص وام و زمین برای مدتی طولانی و غیره، در ارتقای کیفی و کمی تأسیسات اقامتگاه نقش مؤثری داشته‌اند.

□ ز - حمل و نقل

صنعت حمل و نقل که شامل وسایل نقلیه و راه‌های ارتباطی زمینی، هوایی و دریایی است، در توسعه جهانگردی مؤثر می‌باشد، سهولت دسترسی به وسایل نقلیه و داشتن مسیرهای مناسب ارتباطی، در جابه‌جایی مسافران و جهانگردان، بسیار مؤثر است.

داشتن سیاست‌های اصولی و تأمین وسایل و امکانات و هزینه‌های لازم، به توسعه صنعت حمل و نقل کمک می‌کند و نهایتاً به گسترش جهانگردی می‌انجامد. توسعه راه‌ها، نه تنها در توسعه مسائل اقتصادی و فرهنگی و اجتماعی مؤثر است، بلکه در توسعه و بهره‌وری صنعت جهانگردی نیز تأثیر فراوانی دارد. دولت ژاپن، این مسأله را به خوبی درک کرده و در سال ۱۹۸۷، حدود ۱۳۰۰۰۰ کیلومتر به طول جاده‌های خود افزوده است. در عرصه هوایی نیز در سال ۱۹۸۸، کل رفت و آمدهای هوایی ژاپن، ۲۵/۹ میلیون نفر و جابه‌جایی مسافران توسط خطوط کشتیرانی این کشور در سال ۱۹۸۶، معادل ۱۵۴ میلیون نفر اعلام شده است. در سال ۱۹۸۷ نیز ۲۰۰۰ فروند کشتی مسافربری، در ۱۰۰۰ مسیر دریایی، به حمل مسافر مشغول بوده‌اند.

در استرالیا، تردد هوایی در سال ۱۹۸۸، به ۸ میلیون نفر رسید، و خطوط آهن این کشور، برای اتصال سیدنی ملبورن به کشور ژاپن، ۴ میلیارد دلار سرمایه‌گذاری کرده

است. کشور استرالیا، رمز موفقیت جهانگردی خود را در توسعه کمی و کیفی راه‌ها و خدمات مربوط به آن می‌داند. به طوری که جهانگردان با سهل‌ترین وضعیت، مابین شهرهای این کشور تردد می‌کنند.

از دیگر ابتکاراتی که برخی از کشورها، از جمله ترکیه و ایتالیا به آن مبادرت نموده‌اند، خدمات گوناگونی است که هنگام سفر و در طول راه به جهانگردان عرضه می‌شود. همچنین تأسیس تعمیرگاه‌های سیار برای کمک‌رسانی به اتومبیل‌ها و مصدومان، از خدمات دیگری است که به جهانگردان ارائه می‌گردد.

نگاهی به آمار تردد هوایی ایران در سال ۱۳۶۶، نشان می‌دهد که کل ورودی و خروجی ایران، حدود ۱۳۰۰۰۰۰ نفر بوده است که با ارقام ۲۵ میلیونی و ۸ میلیونی ژاپن و استرالیا، تفاوت فاحشی دارد. تردهای زمینی و دریایی نیز، حجم قابل ملاحظه‌ای ندارند. در سال ۱۳۶۶ کل مسافران جابه‌جا شده توسط خط آهن ایران، حدود ۵ میلیون نفر بوده است که در مقابل رقم ۲۰ میلیاردی ژاپن، بسیار ناچیز است. البته باید یادآور شد که تعدادی از این ۵ میلیون مسافر راه آهن ایران، مربوط به نقل و انتقالات نیرو به جبهه‌ها بوده است.

مقایسه و دقت در اعداد و آمار فوق، نشان می‌دهد که راه‌ها و وسایل نقلیه زمینی، هوایی و دریایی کشور ما اصولاً کافی و مناسب نیستند. بنابراین برای توسعه صنعت حمل و نقل در نتیجه گسترش تمام صنایع، از جمله صنعت جهانگردی، به یک سازماندهی و برنامه‌ریزی منظم و اصولی نیاز داریم.

□ ح - بهداشت

بهداشت انسان و محیط زیست او، سال‌ها است که به عنوان یک مشکل مهم مطرح شده است. در طول تاریخ، همواره بین مهاجرت مردم و شیوع امراض مسری رابطه‌ای نزدیک وجود داشته است. امراض طاعون، آبله، وبا، آنفولانزا و ... همواره همراه با سفرهای مردم، از سرزمینی به سرزمین دیگر انتقال می‌یافته است.

باراه افتادن انبوه جهانگردان، علاوه بر مسائلی از قبیل ترافیک، تراکم جمعیت در

اقامتگاه‌ها و تغذیه، مسائل مهم دیگری نیز، مانند بهداشت و کنترل بیماری‌های عفونی و جنسی، کنترل آب‌های آشامیدنی و آب دریاها و رودخانه‌ها، دفع فاضلاب، تصادفات، کمک‌های اولیه و اضطراری و رساندن بیمار و مصدوم به موطن خویش، به وجود می‌آید.

با اینکه در زمینه مبارزه با بیماری‌های مسری به پیشرفت‌های چشمگیری نائل شده‌ایم، در کشورهای پیشرفته، هنوز این بیماری‌ها پس از بیماری‌های قلبی و سرطان، از عوامل اصلی مرگ و میر محسوب می‌شوند. همزمان با افزایش آمار جهانگردان، مشکلات بهداشتی و اجتماعی نیز رو به تزاید است. بنابراین، باید در سطح ملی و بین‌المللی، به منظور کنترل و رفع این مسائل، چاره‌ای اندیشید. حفظ سلامت جهانگردان و افرادی که در این صنعت به کار مشغولند، مشتمل بر جلوگیری از تصادفات و بیماری‌های مسری، کنترل آب‌های ساحلی، استخرها و سیستم دفع فاضلاب؛ تأمین آب آشامیدنی، کمک‌های اولیه و اضطراری، انتقال بیماران به کشور خود و ایمنی رستوران‌ها و اقامتگاه‌ها است.

ترکیه، یونان و اسپانیا نیز از کشورهایی هستند که بر بهداشت و سلامت جهانگردان تأکید می‌کنند و در زمینه تأسیس و نگاهداری هتل‌ها، اقامتگاه‌ها و رستوران‌ها، کنترل و نظارت بسیار جامعی دارند.

بیماری ایدز، مسأله بسیار مهمی است که در رابطه با بهداشت جهانگردان مطرح است. با وجود تلاش‌های بین‌المللی سازمان بهداشت جهانی برای مبارزه با این بیماری، پیشرفت چندانی حاصل نشده است و اگر به همین ترتیب پیش رود، تا چند سال دیگر تعداد مبتلایان به ایدز، حدود یک میلیارد نفر خواهد شد. بنابراین داشتن یک سیستم مناسب بهداشتی و کنترل‌های لازم در زمینه‌های گوناگون، در گرو سازمان واجد شرایطی است که دارای اختیارات وسیع و متخصصان و کارشناسان ورزیده باشد و از سرمایه‌گذاری کافی و برنامه‌ریزی دقیق بهره‌مند باشد.

□ ۴ - نگاهی به صنعت جهانگردی در ایران

کشور ایران با تمدنی طولانی و پرافتخار و غنای فرهنگی و آثار باستانی؛ همچنین از نظر موقعیت جغرافیایی و برخورداری از مواهب طبیعی، برای جهانگردان خارجی

از اهمیت خاصی برخوردار است.

ذکر این مطلب که اولین جهانگردانی که به ایران سفر کرده‌اند، چه کسی یا کسانی بوده‌اند دشوار است ولی نکته قابل توجه این است که توریسم و جهانگردی به معنای امروزی آن، بعد از انقلاب صنعتی در اروپا شکل گرفت با اختلاف زمانی نسبتاً کمی، پای جهانگردان به ایران باز شد.

تا حدود ۷۰ سال پیش، تنها دو یا سه محل به نام هتل در شهر تهران وجود داشت (هتل مدرن در خیابان فردوسی و همچنین چند هتل و کلوب در لاله‌زار). بعدها برای نخستین بار، اداره امور جهانگردی شروع به کار کرد^۱.

اداره امور جهانگردی، حدود نیم قرن پیش در وزارت کشور شکل گرفت تا در زمینه ایجاد تسهیلات مربوط به این صنعت فعالیت کند. این اداره در سال ۱۳۲۰ جای خود را به "شورای عالی جهانگردی" داد و سرانجام در فروردین سال ۱۳۴۲، هیأت وزیران تأسیس "سازمان جلب سیاحان" را تصویب کرد. از آن زمان به بعد، امور مربوط به جهانگردی و ایرانگردی، توسط چهار شرکت سهامی به نام‌های "شرکت سهامی تأسیسات جهانگردی ایران"، "شرکت سهامی مرکز"، "خانه‌های ایران"، "شرکت سهامی سازمان مراکز جهانگردی برای ورزش‌های زمستانی" و "شرکت سهامی گشت‌های ایران". این چهار شرکت زیر نظر وزارت اطلاعات و جهانگردی اداره می‌شدند. چون این شرکت‌ها دارای وظایف مشابه و دارای تداخل حوزه فعالیت بودند، بنابراین در سال ۱۳۵۸ به منظور جلوگیری از تداخل مدیریت و هماهنگ کردن فعالیت‌ها و مسائل مربوط به جهانگردی، بر اساس مصوبه مورخ ۵۸/۸/۲۱ شورای انقلاب، در هم ادغام شدند و "سازمان مرکز جهانگردی و ایرانگردی" تشکیل شد و با تشکیلات و خط‌مشی‌های جدید، اهدافی متمایز از گذشته شروع به کار نمود.

این سازمان، در آغاز تأسیس ۱۴۴ واحد پذیرایی داشت و سرمایه اولیه‌اش ۱۲۵۶۹۳۰۰۰ ریال بود. این سازمان، به منظور تطبیق اساسنامه خود با قانون اساسی، در سال ۱۳۵۸ اساسنامه خود را اصلاح کرد و در همان سال، طبق مصوبه شورای انقلاب، اجازه خرید و اداره هتل‌های بنیاد علوی را به دست آورد. بدین ترتیب، ۱۲

هتل بزرگ و لوکس در سطح کشور، به تعداد اقامتگاه‌های این سازمان افزوده شد و حجم عملیات سازمان مزبور و میزان سرمایه و دیون و تعهداتش بالا رفت. اما در سال ۱۳۶۱، اداره هتل‌های بزرگ مجدداً به بنیاد مستضعفان واگذار شد.

دفتر ایرانگردی و جهانگردی که زیر نظر معاونت سیاحتی و زیارتی، مسئولیت جهانگردی مملکت را به عهده داشت، پس از مدتی به ادارات مختلف مبدل شد که عبارت بود از:

۱ - اداره کل نظارت بر خدمات سیاحتی و زیارتی با مسئولیت تهیه و تنظیم مقررات و آئین‌نامه‌های اجرایی لازم برای درجه‌بندی، نرخ‌گذاری، صدور پروانه، نظارت بر نحوه فعالیت تأسیسات جهانگردی، همکاری با سازمان‌های مربوطه برای ایجاد تسهیلات جهت سیاحان داخلی و خارجی.

۲ - مرکز تحقیقات و مطالعات ایرانگردی و جهانگردی با مسئولیت پژوهش تاریخی و فرهنگی، در زمینه جاذبه‌های بالقوه و بالفعل جهانگردی و پژوهش و گردآوری اطلاعات در رابطه با جاذبه‌های جهانگردی کشورهای جهان و نشر آن، همچنین طراحی و تدوین چاپ و نشر و توزیع بروشورهای اطلاعاتی درباره جاذبه‌های ایران.

۳ - مرکز آموزش خدمات جهانگردی با مسئولیت استفاده از اطلاعات مربوط به حرفه‌های جهانگردی اعم از هتل‌داری، حمل و نقل و مسافر، راهنمایی‌ها، امور پذیرایی و غذاخوری، مشاغل فنی و عمومی مراکز توریستی جهان، بررسی شیوه‌های کار و ارائه خدمات جهانگردی در مراکز جهانگردی کشورهای جهان، زمینه‌سازی برای ایجاد و گسترش مراکز آموزش جهانگردی و دوره‌های آموزشی مربوط به آن در سراسر کشور.

۴ - مرکز امور فرهنگی ایرانیان با مسئولیت بررسی علل مهاجرت و مطالعه آماری آنها، مطالعه مهاجرت ملت‌های دیگر، بررسی و طبقه‌بندی کشورهایی که مهاجران ایرانی در آنها اقامت دارند، ایجاد و گسترش مدارس فارسی زبان، جهت آموزش زبان و ادب فارسی و انتقال دستاوردهای فکری، ادبی، هنری و علمی به خارج از کشور.

۵ - دفتر برنامه‌ریزی و فنی با مسئولیت گردآوری و تهیه آمار و اطلاعات مربوط به صنعت ایرانگردی و جهانگردی، انتشار نشریات آماری فعلی و سالانه، ارشاد، جلب و تشویق و حمایت از بخش خصوصی به منظور احداث تأسیسات جهانگردی، تهیه و پیشنهاد استانداردها و ضوابط فنی لازم برای تأسیسات جهانگردی.

۶ - اداره امور عمومی با مسئولیت انجام امور جاری مالی اداری و رفاهی و پرسنلی حوزه معاونت سیاحتی و زیارتی.

لازم به یادآوری است که در تاریخ ۱۳۷۱/۷/۱۷، بر اساس مصوبه مجلس شورای عالی جهانگردی به منظور سیاست‌های ایرانگردی و جهانگردی و ایجاد هماهنگی لازم بین دستگاه‌های ذی‌ربط شورای عالی ایرانگردی و جهانگردی، به ریاست معاون اول ریاست جمهور و با شرکت وزرای فرهنگ و ارشاد، امور خارجی، امور اقتصادی و دارایی، فرهنگ و آموزش عالی و راه و ترابری به وجود آمد.

□ تأسیسات اقامتی

کلیه تأسیسات اقامتی ایران، از قبیل مسافرخانه، هتل، هتل، پانسیون، مهمانسرا، اردوگاه و غیره، زیر نظر اداره کل تدارک بر خدمات سیاحتی و زیارتی قرار دارد. بر اساس ضوابط کشور ایران، مالکیت واحدهای اقامتی، در سال ۱۳۵۸، به شرح زیر بوده است: ۵۹/۳ درصد، کل واحدهای اقامتی متعلق به بخش خصوصی، و ۴۵ درصد متعلق به بنیاد مستضعفان، ۱۲/۷ درصد متعلق به سازمان مراکز، ۴/۳ درصد متعلق به شرکت هتل‌های ایران، ۳/۶ درصد متعلق به دادستانی، ۷/۱ درصد متعلق به بنیاد شهید، ۱/۸ درصد متعلق به سازمان‌های دولتی، ۱۵ درصد متعلق به شهرداری‌ها و ۱ درصد متعلق به تبصره ۸۲ ریاست جمهوری. بعد از انقلاب اسلامی، بسیاری از هتل‌ها، به بیمارستان، یا نهادهای انقلابی تبدیل شده‌اند و در سال‌های اخیر مسئولان جهانگردی کوشیده‌اند با تصویب لوایح قانونی، این واحدها را دوباره به صنعت جهانگردی بازگردانند.

در سال ۱۳۷۱، تعداد واحدهای اقامتی، ۳۷۸ و تعداد اتاق‌ها ۱۶۷۸۱ و تعداد تخت‌ها ۳۲۳۵۵ دستگاه بوده است.^۱

تعداد کل تخت و اتاق‌های اقامتی در ایران طی سال‌های (۱۳۶۵ - ۱۳۶۸)

سال	۱۳۶۸	۱۳۶۷	۱۳۶۶	۱۳۶۵
تعداد اتاق	۱۵۵۱۴	۱۴۹۹۸	۱۵۳۸۷	۱۵۸۳۱
تعداد تخت	۳۱۱۶۷	۳۰۵۷۲	۳۲۲۳۱	۳۲۷۵۶
درصد اشتغال	۶۸/۱۰%	۶۹/۱۰%	۵۹%	۵%

□ آمار ورود جهانگردی به ایران

در سال‌های قبل از انقلاب محدودیتی برای ورود جهانگردان به داخل کشور وجود نداشت و با استفاده از امکانات سرمایه‌گذاران خارجی و تشویق سرمایه‌داران داخلی، چند واحد اقامتی توریستی تأسیس شد. بنابراین تا سال ۱۳۵۷، از صنعت جهانگردی درآمد بسیار خوبی به دست می‌آمد.

بالاترین رقم ورود جهانگردان، مربوط به سال ۱۳۵۶ است (۶۵۷۹۳۰ نفر) و سال ۱۳۵۷، بالاترین درآمد را داشته است (۲۵۷۰۹۷۴۹۱۲۰ ریال). اما بعد از انقلاب، به علت تغییر سیاست در ورود جهانگردان، مسأله جنگ و ناامنی در بعضی از مناطق و تغییر سیاست خارجی با کشورهای غربی، ورود جهانگردان به ایران، با کاهش چشمگیری رو به رو شد. و در سال ۱۳۶۱ به پایین‌ترین رقم خود رسید.

بررسی آمار و ارقام فوق نشان می‌دهد که سهم درآمد ایران از صنعت جهانگردی از سهم بسیاری از کشورها حتی کشورهای همسایه مانند ترکیه و پاکستان نیز کمتر است. بعد از انقلاب به علت کاهش حجم توریست به ایران، درآمد صنعت توریسم نسبت به درآمد عظیم جهانی بسیار ناچیز بوده است.

آمار جهانی درآمد ایران از صنعت جهانگردی در سال‌های ۱۹۸۶ - ۱۹۹۰ به دلار

سال	۱۹۹۰	۱۹۸۹	۱۹۸۸	۱۹۸۷	۱۹۸۶
درآمد	۶۲۰۰۰۰۰۰	۳۷۰۰۰۰۰۰	۲۹۰۰۰۰۰۰	۲۷۰۰۰۰۰۰	۲۸۰۰۰۰۰۰

با توجه به مطالب قبلی و یک مطالعه سطحی از وضعیت جهانگردی دنیا، مشاهده می‌کنیم که کشور ما با توجه به توانایی بالقوه خویش، در صحنه جهانی، فعالیت چندانی ندارد. درآمد بسیار ناچیز ایران در مقایسه با سایر کشورها حاکی از وجود مشکلات و عدم برنامه‌ریزی در این صنعت می‌باشد.

در دوران کنونی، به ویژه از جنگ دوم جهانی تا امروز، صنعت جهانگردی جهان، رشد حیرت‌آوری داشته است: عبور ۳۱۲ میلیون جهانگرد از مرزهای بین‌المللی کشورهای دنیا در سال ۱۹۸۴ و حدود ۵۰۰ میلیون نفر در سال ۱۹۹۰، همگی گویای فراگیری این صنعت می‌باشد. با در نظر گرفتن تعداد جهانگردان و میزان اشتغال در آن، صنعت جهانگردی بعد از صنعت انرژی و وسایل نقلیه موتوری دومین صنعت جهان محسوب می‌شود.

یک مقایسه کوتاه از میزان سهم درآمد ایران از کل صنعت جهانگردی در سال ۱۹۹۰، نشان می‌دهد که از مجموع ۲۵۴۷۶۷۰۰۰۰۰۰ دلار درآمد جهان، تنها ۶۲ میلیون دلار آن به ایران رسیده است. در حالی که درآمد ارزی ترکیه در سال ۱۹۹۰ از طریق جهانگردی بالغ بر ۳۳۰۸۰۰۰۰۰۰۰ دلار بوده است.^۱

با نگاهی به سیاست‌های اتخاذ شده از سوی کشورهای موفق چون ایتالیا، ژاپن، اسپانیا، یونان، استرالیا، اتریش و آلمان، درمی‌یابیم که در هر یک از کشورهای مزبور، برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری‌های داخلی مشخصی جهت توسعه این صنعت اتخاذ شده است.

طبق برنامه پنجساله توسعه اقتصادی - اجتماعی ایران، در سال ۱۳۶۸، تعداد ۷۰۰۰۰ نفر ورودی با درآمدی معادل ۳۸/۵ میلیون دلار و در سال ۱۳۷۰ تعداد ۸۵۰۰۰ نفر با درآمد ۴۲/۵ میلیون دلار پیش‌بینی گردیده بود. اما آمار و ارقام موجود

نشان می‌دهد که در سال ۱۳۶۸ تعداد ۱۴۳۰۰۰۰ نفر با درآمدی معادل ۳۷ میلیون دلار و در سال ۱۳۶۹ تعداد ۱۶۱۹۵۴ نفر با درآمدی معادل ۴۳ میلیون دلار داشته‌ایم. در گزارش عملکردشش ماهه اول سال ۱۳۷۰، تعداد ۷۸۰۰۰ نفر ورودی با درآمدی معادل ۳۹ میلیون دلار گزارش شده است!

در نگاهی کوتاه به درآمد کشورها در سال ۱۹۹۰ ملاحظه می‌کنیم که ایتالیا ۱۹۷۳۸۰۰۰۰۰۰، اسپانیا ۱۸۵۹۳۰۰۰۰۰۰، اتریش ۱۳۰۱۴۰۰۰۰۰۰، مکزیک ۵۳۲۴۰۰۰۰۰۰، سنگاپور ۴۳۲۶۰۰۰۰۰۰، تایلند ۴۲۳۶۰۰۰۰۰۰، ترکیه ۳۳۲۲۰۰۰۰۰۰، یوگسلاوی ۲۷۷۴۰۰۰۰۰۰، یونان ۲۵۷۵۰۰۰۰۰۰ و مالزی ۱۶۵۷۰۰۰۰۰۰ دلار داشته‌اند که سهم ایران از صنعت جهانگردی در این میان بسیار ناچیز است. با توجه به اینکه ایران دارای جاذبه‌های بالقوه و بالفعل بسیاری در زمینه جهانگردی است و طبق گفته معاون سازمان جهانی جهانگردی یکی از ده کشور مهم جهانگردی دنیا است. می‌توان با اتخاذ سیاست‌های مشخص و سرمایه‌گذاری در صنعت جهانگردی، ضمن خارج شدن از اقتصاد تک‌محصولی نفت همچنین از درآمد سرشار آن بهره جست.

طی ده سال گذشته یعنی در فاصله بین سال‌های ۱۳۵۷ تا ۶۷ صادرات غیرنفتی ایران ۶ میلیارد دلار بوده است که ۶۵۰ میلیون دلار آن از محصولات کشاورزی نظیر پسته، خشکبار، میوه و غیره، ۲۵۰ میلیون دلار آن از پوست، ۲۰۰ میلیون دلار آن از خاویار به دست آمده است. در صورتی که در همان ۱۰ سال، واردات مواد غذایی و دارویی ایران حدود ۲۰ میلیارد دلار بوده است. بنابراین صادرات غیرنفتی ایران حتی تأمین‌کننده واردات مواد غذایی و دارویی ما نبوده است.

با توجه به اینکه درآمد ارزی حاصل از صدور نفت برای کشور ایران، در سه چهارم سال آینده، برای هر سال حدود ۱۲ تا ۱۳ میلیارد دلار پیش‌بینی می‌شود، توجه به صنعت جهانگردی مسأله‌ای است که در آینده می‌تواند ما را از این بحران نجات دهد. یکی از راه‌های رها شدن از وابستگی به اقتصاد تک‌محصولی نفت که منبعی است تمام شدنی، کمک گرفتن از صنعت جهانگردی است که نه تنها می‌تواند مبالغ هنگفتی ارز به مملکت وارد کند، بلکه اشتغال‌زا نیز هست. بنابراین، مسؤولان و برنامه‌ریزان مملکتی

باید مسأله جهانگردی را جدی بگیرند و با تقویت این صنعت که امکانات بالقوه آن تقریباً در سراسر کشور پراکنده است، وضعیت اقتصادی و ارزی ایران را بهبود بخشند.

۵ □ - نتیجه گیری

امروزه، صنعت جهانگردی پس از صنعت انرژی و وسایل نقلیه موتوری، دومین صنعت بزرگ جهان محسوب می شود. همچنین به دلیل اهمیت اقتصادی این صنعت، اغلب کشورهایی که دارای امکانات بالقوه جهانگردی هستند، تسهیلات و بازارهایی لازم را جهت جذب جهانگردان مهیا می نمایند.

پیشرفت های تکنولوژیکی و علمی که در زمینه ارتباطات، مخابرات، کامپیوتر، الکترونیک، حمل و نقل و هوا صورت گرفته و نیز افزایش سرسام آور سرعت ها، برای جهانگردی در ابعاد وسیع تر و باور نکردنی، چشم اندازهایی ترسیم می کند.

بر اساس بررسی های انجام شده، توریسم در ایران، با مسائل و مشکلات بسیاری روبه رو است. با نگاهی به سیاست های اتخاذ شده از سوی کشورهای موفق همچون ایتالیا، ژاپن، اسپانیا، یونان، ترکیه، مالزی، سنگاپور، اتریش و آلمان در می یابیم که در هر یک از این کشورها، سیاست گذاری های داخلی مشخصی برای توسعه این صنعت اتخاذ گردیده است.

برنامه ریزی معین در زمینه جهانگردی، به سیاست گذاری های از پیش تعیین شده و مشخصی نیاز دارد و برای برنامه ریزی ها اطلاعات منسجمی باید در اختیار باشد که متناسبانه ضعف و فقر اطلاعاتی در مرکز تحقیقات معاونت سیاحتی و زیارتی کاملاً مشهود است و این مرکز به جای ایفای نقش اصلی خود در جهت تحقیق و جمع آوری اطلاعات، به منظور برنامه ریزی و اقدامات دیگر، به یک مرکز انتشاراتی تبدیل شده است.

جهت برنامه ریزی و اجرای آن برنامه ها، سازمانی مستقل با قدرت و اختیارات وسیع مالی باید تشکیل شود.

با توجه به آنچه که تا کنون گفته شد، می توان با مشخص کردن سیاست های داخلی و ایجاد سازمانی واحد با قدرت عالی و وسیع، و زیر ساخت های صنعت جهانگردی را در ایران مهیا کرد و از درآمدهای سرشار آن بهره جست و از تکیه بر صنعت نفت که منبعی است تمام شدنی اجتناب ورزید.

درآمد حاصل از صنعت توریست کشورها طی سال‌های (۱۹۹۰ - ۱۹۸۶)

ارقام به دلار

نام کشور	۱۹۹۰	۱۹۸۹	۱۹۸۸	۱۹۸۷	۱۹۸۶
آمریکا	۴۰۵۷۹۰۰۰۰	۳۴۴۲۰۰۰۰	۲۸۹۳۵۰۰۰۰	۲۳۵۰۵۰۰۰۰	۲۰۴۵۴۰۰۰۰
فرانسه	۲۰۱۸۷۰۰۰۰	۱۶۲۴۵۰۰۰۰	۱۳۷۸۶۰۰۰۰	۱۱۸۷۰۰۰۰۰	۹۷۲۴۰۰۰۰
ایتالیا	۱۹۷۳۸۰۰۰۰	۱۱۹۸۴۰۰۰۰	۱۲۴۰۳۰۰۰۰	۱۲۱۷۴۰۰۰۰	۹۸۵۵۰۰۰۰
اسپانیا	۱۸۵۹۳۰۰۰۰	۱۶۱۷۴۰۰۰۰	۱۶۶۸۴۰۰۰۰	۱۴۷۶۰۰۰۰۰	۱۲۰۵۸۰۰۰۰
انگلیس	۱۵۰۰۰۰۰۰۰	۱۱۱۸۲۰۰۰۰	۱۱۰۰۸۰۰۰۰	۱۰۲۲۵۰۰۰۰	۸۱۶۳۰۰۰۰
اتریش	۱۳۰۱۷۰۰۰۰	۱۰۷۱۷۰۰۰۰	۱۰۰۹۰۰۰۰۰	۸۸۶۳۰۰۰۰	۶۹۵۴۰۰۰۰
آلمان	۱۰۶۸۳۰۰۰۰	۸۶۵۸۰۰۰۰	۸۴۴۹۰۰۰۰	۷۶۷۸۰۰۰۰	۹۲۹۴۰۰۰۰
سوئیس	۶۸۳۹۰۰۰۰	۵۵۴۳۰۰۰۰	۵۷۲۰۰۰۰۰	۵۳۴۵۰۰۰۰	۴۳۲۷۰۰۰۰
کانادا	۶۳۷۴۰۰۰۰	۵۰۱۴۰۰۰۰	۴۶۰۳۰۰۰۰	۳۹۶۱۰۰۰۰	۳۸۶۰۰۰۰
مکزیک	۵۳۲۴۰۰۰۰	۴۷۶۶۰۰۰۰	۴۰۰۰۰۰۰۰	۳۴۹۹۰۰۰۰	۲۹۸۴۰۰۰۰
هنگ‌کنگ	۵۰۳۲۰۰۰۰	۴۷۳۱۰۰۰۰	۴۲۷۳۰۰۰۰	۳۲۶۱۰۰۰۰	۳۲۸۷۰۰۰۰
سنگاپور	۴۳۶۲۰۰۰۰	۴۳۶۲۰۰۰۰	۳۳۰۷۰۰۰۰	۲۰۸۸۰۰۰۰	۱۷۶۷۰۰۰۰
تایلند	۴۳۲۶۰۰۰۰	۴۳۲۶۰۰۰۰	۳۷۵۳۰۰۰۰	۱۹۴۷۰۰۰۰	۱۴۲۱۰۰۰۰
استرالیا	۳۷۹۷۰۰۰۰	۳۱۵۶۰۰۰۰	۲۸۰۱۰۰۰۰	۱۷۸۹۰۰۰۰	۱۳۰۰۰۰۰
هند	۳۶۱۵۰۰۰۰	۳۰۵۲۰۰۰۰	۲۸۹۹۰۰۰۰	۲۶۹۵۰۰۰۰	۲۲۱۹۰۰۰۰
ژاپن	۳۵۷۸۰۰۰۰	۳۱۴۳۰۰۰۰	۳۸۹۲۰۰۰۰	۲۰۹۷۰۰۰۰	۱۴۶۳۰۰۰۰
پرتغال	۳۵۵۶۰۰۰۰	۲۶۸۵۰۰۰۰	۲۴۰۲۰۰۰۰	۲۱۴۵۰۰۰۰	۱۵۳۳۰۰۰۰
دانمارک	۳۳۲۲۰۰۰۰	۲۳۱۳۰۰۰۰	۳۴۲۳۰۰۰۰	۲۲۱۹۰۰۰۰	۱۷۵۹۰۰۰۰
ترکیه	۳۳۰۸۰۰۰۰	۲۵۵۷۰۰۰۰	۲۳۵۵۰۰۰۰	۱۷۲۱۰۰۰۰	۱۲۱۵۰۰۰۰
یوگسلاوی	۲۷۷۴۰۰۰۰	۲۲۳۰۰۰۰۰	۲۲۱۴۰۰۰۰	۱۶۶۸۰۰۰۰	۱۳۳۷۰۰۰۰
یونان	۲۵۷۵۰۰۰۰	۱۹۷۶۰۰۰۰	۲۳۹۶۰۰۰۰	۲۲۶۸۰۰۰۰	۱۸۳۴۰۰۰۰
—	۲۱۸۰۰۰۰۰	۱۸۶۱۰۰۰۰	۲۲۴۷۰۰۰۰	۱۲۶۲۰۰۰۰	۱۵۳۱۰۰۰۰
مالزی	۱۶۵۷۰۰۰۰	۱۰۳۸۰۰۰۰	۷۴۵۰۰۰۰	۷۱۸۰۰۰۰	۶۴۲۰۰۰۰

تعداد افراد وارد شده به بیست کشور اول جهان طی سال‌های (۱۹۹۰ - ۱۹۸۶)^۱

ارقام به دلار

نام کشور	۱۹۹۰	۱۹۸۹	۱۹۸۸	۱۹۸۷	۱۹۸۶
فرانسه	۵۱۴۶۲۰۰۰	۴۹۵۴۹۰۰۰	۳۸۲۸۸۰۰۰	۳۶۹۷۴۰۰۰	۳۶۰۸۰۰۰
آمریکا	۳۹۷۷۲۰۰۰	۳۶۶۰۴۰۰۰	۳۴۲۵۵۰۰۰	۲۹۶۵۸۰۰۰	۲۵۳۵۹۰۰۰
اسپانیا	۳۴۳۰۰۰۰۰	۳۵۳۵۰۰۰۰	۳۵۰۰۰۰۰۰	۳۲۹۰۰۰۰۰	۲۹۹۱۰۰۰۰
ایتالیا	۲۶۶۷۹۰۰۰	۲۵۹۳۵۰۰۰	۲۶۱۵۵۰۰۰	۳۵۷۴۹۰۰۰	۲۴۶۷۲۰۰۰
مجارستان	۲۰۵۱۰۰۰۰	۴۴۹۰۰۰۰	۱۰۵۶۳۰۰۰	۱۱۸۲۶۰۰۰	۱۰۶۱۳۰۰۰
اتریش	۱۹۰۱۱۰۰۰	۱۸۲۰۲۰۰۰	۱۶۵۷۱۰۰۰	۱۵۷۶۱۰۰۰	۱۵۰۹۲۰۰۰
آلمان	۱۷۰۴۵۰۰۰	۱۶۱۱۵۰۰۰	۲۴۵۰۱۰۰۰	۱۴۰۴۵۰۰۰	۱۳۶۲۱۰۰۰
کانادا	۱۵۲۵۸۰۰۰	۱۵۱۱۱۰۰۰	۱۵۴۸۵۰۰۰	۱۴۹۷۵۰۰۰	۱۵۶۲۲۰۰۰
سوئیس	۱۳۲۰۰۰۰۰	۱۲۶۰۰۰۰۰	۱۱۷۰۰۰۰۰	۱۱۶۰۰۰۰۰	۱۱۴۰۰۰۰۰
یونان	۸۸۷۳۰۰۰	۸۰۸۲۰۰۰	۷۹۲۳۰۰۰	۷۵۶۴۰۰۰	۷۰۲۵۰۰۰
چکسلواکی	۸۱۰۰۰۰۰	۸۰۳۶۰۰۰	۴۰۲۸۰۰۰	۶۱۲۶۰۰۰	۵۳۳۰۰۰۰
پرتغال	۸۰۲۰۰۰۰	۷۱۱۶۰۰۰	۶۶۲۴۰۰۰	۶۱۰۲۰۰۰	۵۴۰۹۰۰۰
یوگسلاوی	۷۸۸۰۰۰۰	۸۶۴۴۰۰۰	۹۰۱۸۰۰۰	۸۹۰۷۰۰۰	۸۴۶۴۰۰۰
مالزی	۷۴۷۷۰۰۰	۴۸۴۶۰۰۰	۳۶۲۴۰۰۰	۳۳۵۹۰۰۰	۳۲۱۷۰۰۰
مکزیک	۶۳۹۳۰۰۰	۶۱۸۶۰۰۰	۵۶۹۲۰۰۰	۵۴۰۷۰۰۰	۴۶۲۵۰۰۰
هلند	۵۷۹۵۰۰۰	۵۲۰۶۰۰۰	۴۸۷۶۰۰۰	۴۹۲۲۰۰۰	۳۸۲۹۰۰۰
ناروژ	۵۲۹۹۰۰۰	۴۸۱۰۰۰۰	۴۲۳۱۰۰۰	۳۴۸۳۰۰۰	۲۸۱۸۰۰۰
سنگاپور	۴۸۴۲۰۰۰	۴۳۹۷۰۰۰	۳۸۳۲۰۰۰	۳۴۷۳۰۰۰	۲۹۰۲۰۰۰
ترکیه	۳۷۹۹۰۰۰	۳۹۲۱۰۰۰	۳۷۱۵۰۰۰	۲۴۶۸۰۰۰	۲۰۷۹۰۰۰
مورکو	۴۰۲۴۰۰۰	۳۴۶۸۰۰۰	۲۸۴۱۰۰۰	۳۲۴۸۰۰۰	۲۱۲۸۰۰۰
ایرلند	۳۶۶۶۰۰۰	۳۴۸۴۰۰۰	۳۰۰۷۰۰۰	۲۶۶۴۰۰۰	۲۴۶۷۰۰۰
تانزانیا	۳۲۰۴۰۰۰	۳۲۲۲۰۰۰	۳۴۶۸۰۰۰	۱۸۷۵۰۰۰	۱۵۰۲۰۰۰

□ منابع و مآخذ

- ۱ - پرویز پیران، انقلاب جهانگردی و توسعه ملی، مجله ایران زمین، دوره ۱، شماره ۳، تیرماه ۱۳۷۱.
- ۲ - عبدالکریم قلندری، صنعت توریسم، پایان نامه فوق لیسانس، تهران ۱۳۷۱.
- ۳ - وزارت ارشاد اسلامی، معاونت سیاحتی و زیارتی، شناسنامه کشور اسپانیا.
- ۴ - نشریه سالانه سازمان جهانگردی، سال ۱۹۹۲.
- ۵ - صنعت توریسم، روزنامه اطلاعات، ۱۹/۴/۱۳۷۰.
- ۶ - حسین شکویی، مقدمه ای بر جغرافیای جهانگردی، تبریز، انتشارات تحقیقات علوم اجتماعی، ۱۳۵۴.
- ۷ - اتریش موفق ترین کشور صنعت جهانگردی، روزنامه اطلاعات، ۳/۵/۱۳۷۰.
- ۸ - وزارت ارشاد اسلامی، معاونت سیاحتی و زیارتی، شناسنامه کشور اسپانیا در سال ۱۹۸۹.
- ۹ - مروری کوتاه بر جهانگردی در ایران زمین، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، تهران ۱۳۷۰.
- ۱۰ - وحیدالله اکبر زاده، صنعت توریسم، پایان نامه فوق لیسانس، تهران دانشگاه آزاد، ۱۳۶۰.
- ۱۱ - دادگستری جمهوری اسلامی ایران، روزنامه رسمی جمهوری اسلامی، سال ۴۷، شماره ۱۳۵۸، چهارشنبه آبان ۱۳۷۰.
- ۱۲ - عبدالکریم قلندری، صنعت توریسم، همان کتاب.
- ۱۳ - ترکیه، آرشیو مرکز تحقیقات و مطالعات ایرانگردی و جهانگردی، وزارت ارشاد.
- ۱۴ - آمار سالانه سازمان جهانی جهانگردی طی سال ۱۹۹۲.
- ۱۵ - نشریه سالانه سازمان جهانی جهانگردی طی سال ۱۹۹۲.
- ۱۶ - اتریش موفق ترین کشور در صنعت جهانگردی، همان مقاله.
- ۱۷ - طرح جامع جهانگردی کلاردشت و دشت نظر، دفتر مهندسی مشاور، تهران، ۱۳۵۱، ص ۱ - ۳.
- ۱۸ - سهرین رضایی، بررسی صنعت جهانگردی در ایران بعد از سال ۱۳۵۸، تهران ۱۳۷۱.

- ۱۹ - صنعت توریسم ایران در انتظار، همان مقاله.
- ۲۰ - حسین ابطیحی، آموزش و بهسازی منابع انسانی، تهران مؤسسه مطالعات و برنامه‌ریزی آموزشی، ۱۳۶۸.
- ۲۱ - روش‌های برنامه‌ریزی، تهران، انتشارات سازمان برنامه و بودجه، ۱۳۶۱، چاپ سوم.
- ۲۲ - وزارت ارشاد اسلامی معاونت سیاحتی و زیارتی دفتر برنامه‌ریزی.
- ۲۳ - حسین عظیمی، کتاب توسعه اقتصاد ایران، بحران‌ها چشم‌اندازها، شماره ۴.



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی



پڙو، شڪاھ علوم انسانی و مطالعات فریبگی
پرتال جامع علوم انسانی