



مقایسه صنعت گردشگری در ایران و ترکیه

دکتر علی قلی پور سلیمانی*

چکیده

امروزه صنعت گردشگری تغییرات اقتصادی و اجتماعی فراوانی در کشورهای مختلف جهان پدید آورده است و به همین دلیل مورد توجه بسیاری از پژوهشگران قرار گرفته است. یکی از نکات مورد توجه محققان، اهمیت اقتصادی این صنعت در مقایسه با سایر صنایع می باشد. کشور ایران دارای امتیازات فراوانی در عرصه جهانگردی است، اما علیرغم جاذبه های طبیعی و گردشگری موجود، جایگاه اقتصادی گردشگری ایران در مقایسه با بسیاری از کشورهای از جمله ترکیه که در همسایگی ایران است، بسیار ضعیف است. این مقاله با هدف مقایسه صنعت گردشگری در دو کشور ایران و ترکیه وضعیت این صنعت را با برشمردن توانایی ها، عایدی های ارزی، تعداد گردشگران ورودی، ضعف ها، موانع و شاخص های دیگر در دو کشور مورد مطالعه قرار گرفته است.

واژگان کلیدی : گردشگری، سازمان جهانی گردشگری، توریسزم سبز، درآمد ارزی، گردشگری طبیعت

مقدمه

در حال حاضر گردشگری بزرگترین صنعت جهان شناخته شده است، رشد آن تغییرات اجتماعی، اقتصادی و محیطی شدیدی را به دنبال داشته که مطالعه دقیق و بررسی های عمیق پیرامون آن را ضروری می سازد. صنعت گردشگری در بسیاری از کشورها با انگیزه دستیابی به منافع اقتصادی حاصل از آن رشد کرده است. پیش بینی های سازمان جهانی گردشگری نشان می دهد که درآمد پایین ترین کشور در فهرست ۲۰ کشور گردشگرپذیر جهان در سال

۲۰۲۰ افزون بر ۲۰ میلیارد دلار باشد و میانگین درآمد ۲۰ کشور اول پذیرای گردشگر در سطح جهان، ۵۰ میلیارد دلار خواهد بود. حتی این ارقام نیز گویای اهمیت واقعی این صنعت نمی باشد. گردشگری بین المللی بالاترین عایدی صادراتی دنیا را در اختیار دارد. دریافتی های ارزی حاصل از آن، از نفت، خودروسازی و تجهیزات الکترونیکی و ارتباطی نیز بیشتر است. به علاوه صنعتی کاربر است که در سال ۲۰۰۳ مسقیما برای ۷۴ میلیون نفر در سراسر جهان ایجاد اشتغال کرده است. هدف این مقاله مقایسه صنعت گردشگری در دو کشور همسایه یعنی ایران و ترکیه است. هر دو کشور فعالیت های برنامه ریزی شده مربوط به صنعت گردشگری را تقریبا به طور یکسان یا با اختلاف زمانی اندک شروع کردند. اما فراز

هستند که برای گردشگری طبیعت به کار برده می شود. ۶۰ درصد گردشگران جهان را طبیعت گردان تشکیل می دهند. تنوع اقلیمی در نقاط مختلف کشور، وجود بیش از ۵۰۰ گونه پرنده، ۱۶۳ گونه پستاندار، ۱۹۶ گونه خزنده، ۷۴ گونه ماهی، ۲۰ گونه دوزیست، و ۸۰۰۰ گونه گیاهی را موجب شده است (جمشیدی، ۱۳۸۳، ۴).

علاوه بر آن کشور ایران دارای ۷ اثر به ثبت رسیده تاریخی از سوی یونسکو می باشد که با احتساب ۳ زیستگاه طبیعی بین المللی، دارای ۱۰ اثر ثبت شده بین المللی است که در نوع خود کم نظیر است.

صنعت گردشگری را "صنعت بدون دود" می نامند. زیرا فاقد آلودگی است یا آلودگی بسیار ناچیزی دارد. به علاوه جهانگردی صنعتی اشتغال زا است که به دو شکل ایجاد اشتغال می کند:

۱- اشتغال مستقیم: مشاغلی که افراد در آن ها مستقیماً با گردشگران در ارتباط هستند مثل هتلداری، شرکت هواپیمایی و...

۲- اشتغال غیر مستقیم: مشاغلی که ارتباط شاغل با گردشگری به طور مستقیم نیست، مثلاً شرکت های ساختمانی که در احداث هتل فعالیت می کنند. به ازای هر گردشگر ورودی به ایران، به طور مستقیم برای ۳ تا ۴ نفر و به طور غیر مستقیم برای ۹ تا ۱۲ نفر اشتغال ایجاد می گردد. (میر حسینی، ۱۳۸۲، ۳۲-۲۹) بطور کلی اثرات اقتصادی مثبت گردشگری برای کشورهای مختلف جهان و ایران را می توان به شرح زیر خلاصه کرد:

- ۱- درآمد ارزی
- ۲- ایجاد درآمد برای دولت
- ۳- ایجاد اشتغال
- ۴- تحریک سرمایه گذاری در زیر ساختارها

و نشیب های زیادی را پشت سر گذارده اند. موقعیت کنونی گردشگری در دو کشور بسیار متفاوت است.

طرح موضوع

کشور ایران با مساحت ۷۶ میلیون کیلومتر مربع، از شمال با کشورهای آسیای میانه، از شرق با افغانستان و پاکستان، از جنوب با کشورهای حاشیه خلیج فارس و از غرب با عراق و ترکیه مرز مشترک دارد و جمعیت آن بالغ بر ۶۹ میلیون نفر است.

اقتصاد ایران را چهار بخش، شامل نفت، صنعت و معدن، کشاورزی و خدمات تشکیل می دهد. ایران کشوری است با تنوع آب و هوایی، به طوری که در هر فصل از سال، اگر به هر نقطه از آن سفر کنیم، چهره فصل های دیگر سال را نیز مشاهده می کنیم. به علاوه دارای تاریخ و تمدنی کهن است، آثار بر جای مانده از روزگاران قدیم در آن فراوان است. همه ویژگی های مذکور از استعداد و توان بالای ایران برای تبدیل شدن به یک قطب گردشگری در منطقه خبر می دهد.

قوت ها

گردشگری در ایران هر چند که که سابقه ای دیرینه و ریشه در ادوار کهن دارد، اما به عنوان یک صنعت قدمت آن به دهه ۱۳۴۰ باز می گردد. در برنامه چهارم توسعه (۵۱-۱۳۴۶) زیرساختارهای مدیریتی این صنعت در کشورمان شکل گرفت. بررسی آمارها نشان می دهد که طی این سال ها صنعت گردشگری در ایران رشد خوبی داشته و به اهداف برنامه ریزی شده دست یافته است. میانگین زمان اقامت گردشگران در ایران در سال ۱۳۵۵ حدود ۵/۱۸ روز بوده است. میانگین رشد سالانه

بر اساس معیارهای یونسکو، ایران یکی از ده کشور بزرگ جهان از نظر داشتن جاذبه های گردشگری اعم از تاریخی، مذهبی، طبیعی و... محسوب می شود. از نظر تنوع آب و هوایی و گردشگری طبیعت دارای مقام پنجم در دنیا است. ولی از نظر پذیرش گردشگری دارای رتبه هفتم و از نظر جذب درآمدهای ارزی حاصل از گردشگری مقام هشتم و نهم را داراست

ضعف ها

جدول (۱) آمار مربوط به تعداد گردشگران ورودی به کشور و دریافتی های ارزی حاصل از گردشگری خارجی ایران را طی سال های ۱۹۷۹/۱۳۵۷ لغایت ۲۰۰۴/۱۳۸۳ نشان می دهد. در سال ۱۳۵۷ کل گردشگران ورودی به ایران ۵۰۲ هزار نفر و دریافتی های ارزی حاصل از آن ۲۰۱ میلیون دلار بود. اما این ارقام در سال ۱۳۵۹ به ۱۳۵ هزار نفر و ۵۲ میلیون دلار کاهش یافت. یعنی ۷۰ درصد در تعداد گردشگر ورودی و ۷۴ درصد در عایدی های ارزی وابسته به آن کاهش داشتیم. البته علت آن، وقوع انقلاب و احساس عدم امنیت گردشگران خارجی به خاطر شرایط داخل ایران بود.

مجدداً در سال ۱۳۵۹ شاهد ۴۱ درصد کاهش در ورود و بیش از ۱۰۰ درصد کاهش در مبالغ دریافتی های ارزی بودیم که وقوع جنگ تحمیلی و نا امنی پدید آمده، موجب این رویداد گردید. پس از آن

ورود گردشگر به کشور ۸ درصد بود، همچنین افزایش ۲۱ درصدی درآمدهای ارزی و رشد ۱۱ درصدی دلارهای هزینه شده توسط جهانگردان را داشتیم. (فرزین، ۱۳۸۳، ۹) ایران در پنجم مهر سال ۱۳۴۲ به عضویت سازمان جهانی جهانگردی (WTO) در آمد، به همین دلیل در کشور ما پنجم مهر ماه روز جهانی جهانگردی لقب گرفته است.

بر اساس معیارهای یونسکو، ایران یکی از ده کشور بزرگ جهان از نظر داشتن جاذبه های گردشگری اعم از تاریخی، مذهبی، طبیعی و... محسوب می شود. از نظر تنوع آب و هوایی و گردشگری طبیعت دارای مقام پنجم در دنیا است. ولی از نظر پذیرش گردشگری دارای رتبه هفتم و از نظر جذب درآمدهای ارزی حاصل از گردشگری مقام هشتم و نهم را داراست.

توریسم سبز، توریسم پایدار و بیوتوریسم واژه های متنوعی

صرف نظر از بحران های سیاسی حاصل از وقوع انقلاب و جنگ تحمیلی که از عوامل کاهش دریافتی های ارزی گردشگری ایران در طول دو دهه گذشته به شمار می روند، بایستی ضعف زیر ساختارها، رشد قیمت ها در داخل، فقدان تبلیغات، کمبود سرمایه گذاری در حوزه آموزش منابع انسانی، فقدان امنیت و سیاست های کلی نظام جهت اعتماد سازی را نیز بدان افزود

■ علاوه بر بالا بودن قیمت اتاق هتل، سیستم نرخ گذاری هتل ها تبعیض آمیز است. هتل های بین المللی اجاره اتاق را از مسافران داخلی به ریال ولی از گردشگران خارجی به دلار دریافت می کنند، این روند تقریباً از سال ۱۳۶۸ در ایران ادامه دارد. این سیستم نرخ گذاری می تواند مزیت ناشی از برابری قدرت خرید دلار و ریال را برای گردشگران خارجی حذف کند. (قلی پور، ۱۳۸۵، ۱۰۵)

■ بیش از ۲۰۰۰ تور و آژانس مسافرتی در ایران فعال هستند که مهمترین بخش محدودیت های آن ها، تبلیغات است. در

حالی که کشورهای نظیر مالزی و امارات، تبلیغات زیادی در شبکه های ماهواره ای مانند سی ان ان یا یورونیوز، اسکای و دیگر شبکه های پرتعداد جهان انجام می دهند. (ثابتیان، ۱۳۸۴، ۱ و ۲)

■ صنعت گردشگری در ایران از خدمات و نیروهای آموزش دیده و مدیران متخصص زیادی بهره مند نیست.

■ صنعت گردشگری دارای ارتباطی همه جانبه با امنیت در سطوح مختلف ملی، منطقه ای و بین المللی است. هر گونه اعمال خشونت زیان های جبران ناپذیری را بر این صنعت وارد می سازد. طبق برآوردهای سازمان جهانی گردشگری هر گردشگر رضایت خود را از سفر به یک کشور به ۲۰ نفر ولی ناراضی خود را به ۴۷ نفر می گوید. (رحیم پور، ۱۳۸۳، ۳۲)

■ در صنعت گردشگری پدیده اعتماد سازی در جذب گردشگر و توسعه عملیات بازاریابی نقش مهمی دارد. اعتماد سازی داخلی یعنی حذف تنش هایی که موجب التهاب و تشنج می گردد. اما برای اعتماد سازی بین المللی بایستی به چند نکته توجه کرد:

- ۱- پرهیز از هر گونه خشونت گرایانه
- ۲- هماهنگی در ارائه اخبار و گزارشات امنیتی و انتظامی از طریق یک سخنگوی واحد
- ۳- جلوگیری از بزرگ نمایی حوادث ملی و بین المللی.

ترکیه

کشور ترکیه با مساحت ۷۷۹۴۵۲ کیلومتر مربع، دارای مرز مشترک با کشورهای نظیر ارمنستان، آذربایجان، ایران، عراق، سوریه، یونان و بلغارستان است. دریای مدیترانه از سوی جنوب، دریای اژه از ناحیه غرب و دریای سیاه و مرمره از ناحیه شمال آن را محاصره کرده اند. در دریای مرمره و اژه جزایر متعددی وجود دارند که متعلق به ترکیه است، این جزایر به اهتمام سرمایه گذاری های انجام شده در زمره پر جاذبه ترین مناطق گردشگری این کشور قرار دارند. تنگه داردانل و بسفر که ترکیه را از ناحیه آسیایی جدا کرده است

روند ورود گردشگر و عایدی های ارزی سعودی بوده و در سال ۱۳۸۱ با بیش از ۳ برابر افزایش در تعداد و بیش از دو برابر افزایش درآمدهای ارزی به رقم یک میلیون و پانصد هزار گردشگر ورودی و ۷۹۲ میلیون دلار عایدی ارزی دست یافتیم.

صرف نظر از بحران های سیاسی حاصل از وقوع انقلاب و جنگ تحمیلی که از عوامل کاهش دریافتی های ارزی گردشگری ایران در طول دو دهه گذشته به شمار می روند، بایستی ضعف زیر ساختارها، رشد قیمت ها در داخل، فقدان تبلیغات، کمبود سرمایه گذاری در حوزه آموزش منابع انسانی، فقدان امنیت و سیاست های کلی نظام جهت اعتماد سازی را نیز بدان افزود.

■ شهری نظیر تهران که در برخی از ایام جمعیت آن به ۱۵ میلیون (با احتساب حدود ۲ میلیون مسافر) می رسد، در مقایسه با برخی از کشورهای عربی که نصف این جمعیت را ندارند، تعداد مراکز اقامتی استانداردش حدود این کشورها است. در سطح شهر تهران (مرکز کشور) ۸۴ هتل دولتی و غیر دولتی وجود دارد که گنجایش تقریبی ۱۰ هزار مسافر را دارند.

■ در کشور ما هزینه اجاره اتاق در هتل از کشورهای نظیر ترکیه بالاتر است. زیرا در کشورهای دیگر فقط ۴۵ درصد از درآمد هتل از اجاره اتاق و حدود ۵۰ تا ۵۵ درصد از درآمد هتل از طریق فعالیت های جانبی تامین می شود.

جدول (۱)- تعداد گردشگران ورودی و دریافتی های ارزی گردشگری ایران

سال	گردشگر ورودی (نفر)	دریافتی های ارزی (میلیون دلار)
۱۳۵۷/۱۹۷۹	۵۰۲۲۷۸	۲۰۱/۲
۵۹/۸۰	۱۵۳۶۱۲	۵۲/۷
۶۴/۸۵	۸۹۴۲۵	۳۲
۶۹/۹۰	۱۶۱۹۵۴	۶۵
۷۴/۹۵	۴۸۸۹۰۸	۲۰۵
۷۹/۲۰۰۰	۱۳۴۱۷۶۲	۶۷۱
۸۰/۲۰۰۱	۱۴۰۲۱۶۰	۷۰۱
۸۱/۲۰۰۲	۱۵۸۴۹۲۲	۷۹۲
۸۲/۲۰۰۳	—	۷۵۰
۸۳/۲۰۰۴	—	۸۲۹

منبع : سالنامه های آماری مرکز آمار ایران و مرکز تحقیقات سازمان میراث فرهنگی و گردشگری.
- آمار وجود ندارد

ترغیب کرد. در نتیجه این اقدام تعداد تخت‌های هتل در تنگه جنوبی ترکیه از ۵۰ هزار به ۷۰ هزار رسید. جدول (۲) آمار گردشگران ورودی و درآمدهای ارزی کشور ترکیه از محل گردشگری را نشان می‌دهد. در فاصله ۲۰ ساله ۱۹۸۵ تا ۲۰۰۴ متوسط نرخ ورود سالانه تعداد گردشگران ورودی به ترکیه ۱۲٪ و درآمدهای ارزی حاصل از آن ۱۵ درصد رشد داشته است. در سال ۲۰۰۴ تعداد بازدیدکنندگان از ترکیه در مقایسه با مدت مشابه سال قبل ۲۵ درصد رشد داشته و به ۱۷/۵ میلیون نفر رسیده است. دریافتی‌ها از

گردشگران خارجی با ۱۲ درصد رشد به ۱۲/۱ میلیارد دلار افزایش یافت.

در سال ۲۰۰۴، ۶۷/۲ درصد بازدیدکنندگان از ترکیه را اعضای کشورهای OECD، ۲۷/۶ درصد اروپای شرقی و مابقی از کشورهای نظیر روسیه، یونان و ایران تشکیل می‌دادند. توزیع ورود گردشگران به کشور ترکیه بر حسب کشور مبدا در سال ۲۰۰۴ در نمودار (۳) نشان داده شده است.

کل مبلغ سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری کشور ترکیه معادل ۳۵ میلیارد دلار است که ۷۵ درصد آن توسط بخش خصوصی انجام شده است. بر اساس قانون توسعه صنعت گردشگری در سال ۱۹۸۲، گردشگری در ترکیه جزء صنایع با اهمیت ویژه برای توسعه محسوب شد. اعطای کمک‌های نقدی و دادن وام‌های کم بهره ولی

جدول (۲) تعداد گردشگران ورودی و دریافتی‌های ارزی گردشگری ترکیه

سال	گردشگر ورودی (نفر)	دریافتی‌های ارزی (میلیون دلار)
۱۹۸۰	۱۲۸۸۰۰۰	۳۲۶
۱۹۸۵	۲۶۱۴۰۰۰	۱۴۸۲
۱۹۹۰	۵۳۸۹۰۰۰	۲۷۰۵
۱۹۹۵	۷۷۳۶۰۰۰	۴۹۵۷
۲۰۰۰	۱۰۴۱۲۰۰۰	۷۶۳۶
۲۰۰۱	۱۱۵۶۹۰۰۰	۸۰۹۰
۲۰۰۲	۱۳۲۴۷۰۰۰	۸۴۸۱
۲۰۰۳	۱۴۰۳۰۰۰۰	۹۷۶۷
۲۰۰۴	۱۷۵۱۷۰۰۰	۱۲۱۲۵

منبع: وزارت گردشگری ترکیه

دارای مساحتی در حدود ۵ در صد خاک این کشور است. ترکیه دارای ۷۰/۷ میلیون نفر جمعیت است، استانبول بزرگترین شهر این کشور دارای بیش از ۱۰ میلیون نفر جمعیت است. ۹۰ درصد جمعیت این کشور مسلمان هستند.

درخواست عضویت ترکیه در اتحادیه اروپا در سال ۱۹۸۹ رد شد. عمده ترین دلیل رد این تقاضا، به خاطر وضعیت نابسامان حقوق بشر در این کشور بود ولی در دهم دسامبر ۱۹۹۹ تقاضایش پذیرفته شد.

اقتصاد ترکیه با درآمد ملی بیش از ۲۹۵ میلیارد

دلار به عنوان شانزدهمین قدرت اقتصادی بزرگ دنیا اعلام شده است. سازمان همکاری‌های اقتصادی اروپا اعلام کرد، ترکیه در سال ۲۰۰۱ با داشتن درآمد ملی بیش از ۱۴۵ میلیارد دلار، بیستمین اقتصاد بزرگ دنیا به شمار می‌رود. اقتصاد این کشور به ویژه در بخش گردشگری تا پیش از مواجه شدن با چند بحران پی در پی بعد از اولین جنگ در خلیج فارس در سال ۱۹۹۱، رشد قابل ملاحظه‌ای را تجربه کرده است. به نظر می‌رسد که تعداد گردشگران ورودی به ترکیه از دهه گذشته شتاب گرفته است. در سال ۱۹۹۰، ترکیه ۴/۸ میلیون گردشگر خارجی را جذب کرد که ۳/۴ میلیارد دلار برای این کشور درآمد داشته است. این رقم در سال ۲۰۰۲ به ۸/۴ میلیارد دلار با ۱۰/۴ میلیون گردشگر رسید. به گزارش انجمن گردشگری و مسافرت جهانی تا سال ۲۰۱۰ کل گردشگران ورودی به ترکیه به حدود ۲۲/۴ میلیون نفر و درآمد حاصله از آن به ۲۲/۱ میلیارد دلار خواهد رسید. در نتیجه این افزایش مهم در کل تعداد گردشگران ورودی به ترکیه، تاثیر صنعت گردشگری در تولید ناخالص داخلی از ۵/۶ درصد در سال ۲۰۰۲ به ۷ درصد در سال ۲۰۱۰ و سهم صنعت گردشگری در اشتغال به ۳/۵ درصد در آن سال خواهد رسید.

(Halicioglu, 2004, 1)

ترکیه به لحاظ جاذبه‌های طبیعی و تاریخی از نظر دنیا شناخته و کشف شده است. این کشور دارای ۷ اثر تاریخی به ثبت رسیده از سوی یونسکو می‌باشد. به علاوه بازار گردشگری ترکیه عمدتاً در ماه‌های تابستان به خاطر استفاده از آفتاب، ساحل و ماسه بسیار پررونق است. چشم انداز گسترده ای برای تنوع بخشیدن به محصولات گردشگری این کشور نظیر استفاده از چشمه‌های آب گرم، تورهای فرهنگی و... وجود دارد که متوسط اقامت گردشگر را که در حال حاضر ۴ روز است افزایش دهد. برای نیل به این مقصود دولت ترکیه نقش اساسی ایفا می‌کند. از دهه ۸۰ دولت این کشور بخش خصوصی را برای سرمایه‌گذاری در صنعت گردشگری

زیرساختارها، رشد قیمت محصولات گردشگری، فقدان تبلیغات کافی، کمبود سرمایه گذاری در حوزه های آموزش منابع انسانی، فقدان امنیت و ابهام در سیاست های کلی نظام جهت اعتمادسازی مواجهه است.

۶- ترکیه تقریباً همزمان با ایران برنامه های رسمی خود را برای توسعه صنعت گردشگری آغاز کرد. عمده شهرت گردشگری ترکیه به خاطر آفتاب، ساحل و ماسه است.

۷- پیش بینی می شود که متوسط نرخ رشد صنعت گردشگری ترکیه طی سال های ۲۰۱۰ - ۲۰۱۱ به ۵/۷ درصد برسد که از نرخ رشد گردشگری اتحادیه اروپا و جهان که به ترتیب معادل ۳/۹ و ۳/۸ درصد است، بیشتر باشد.

۸- در سال ۲۰۰۴، ۶۷۲ درصد بازدیدکنندگان ترکیه را اعضای کشورهای OECD، ۲۷/۶ درصد از اروپای شرقی و بقیه از کشورهای غیر ایران، روسیه و یونان تشکیل داده اند.

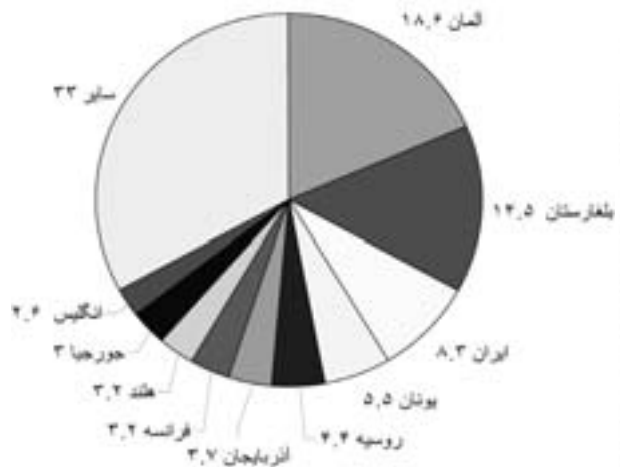
۹- ترکیه در فاصله زمانی ۱۹۹۲ - ۱۹۸۵ به طور متوسط هر سال ۲۵ هزار تخت جدید به هتل های خود افزوده است در نتیجه تا پایان سال ۲۰۰۳ کل ظرفیت اقامتی این کشور که از استانداردهای بین المللی نیز برخوردارند به ۴۵۰ هزار تخت رسیده است. ■

منابع:

- ۱- الوانی، سید مهدی، جهانگردی و توسعه، تهران: مرکز تحقیقات و مطالعات سیاحتی، ۱۳۷۷، صفحه ۱۱۳.
- ۲- ثابتیان، وحید، تاثیر منفی تحولات سیاسی بر جلب جهانگرد، <http://line.com/roozon>، صفحه ۲.
- ۳- جمشیدی، مژگان، سهم ایران از اکوتوریسم، تهران: سازمان میراث فرهنگی و گردشگری، ۱۳۸۳.
- ۴- رحیم پور، علی، جهانگردی، امنیت و توسعه، ماهنامه بازاریابی، شماره ۱۷، ۱۳۸۳، صفحه ۳۳ و ۳۲.
- ۵- فرزین، محمدرضا، محدودیت روابط خارجی مانعی عمده در صنعت توریسم، ماهنامه بازاریابی، شماره ۱۷، ۱۳۸۳، صفحه ۹.
- ۶- قلی پور سلیمانی، علی، عوامل موثر در رشد صنعت گردشگری ایران، تهران: دانشگاه علوم و تحقیقات، ۱۳۸۵، صفحه ۱۰۶ و ۱۰۵.
- ۷- میر حسینی، سید حسین، تاثیر جهانگردی بر اشتغال بانگه به ایران، ماهنامه بازاریابی، شماره ۲۱، ۱۳۸۳، صفحه ۳۲ - ۲۹.
- ۸- مرکز آمار ایران، سالنامه های آماری سال های ۱۳۵۷ لغایت ۱۳۸۳.
- 9- " Foreign Economic Relations Board , Turkey , 2006 , p1.2.
- 10- Halicioglu, Ferda, " AN ARDL MODEL FOR AGGREGATE TOURISM DEMAND FOR TURKEY ", Global Business and Economics Review, 2004, p, 614 - 624
- 11- " Turkey in Facts and Figurer" , Turkish press, 2006, p, 1-2.
- 12- "What is Tourism", University of STIRLIN, 2005, p.1.

*عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی رشت

دکترای مدیریت بازرگانی



نمودار (۳)- ترکیب بازدیدکنندگان از کشور

دراز مدت از جمله تسهیلاتی بود که دولت برای توسعه این بخش واگذار کرد.

سرانجام، سرمایه گذاری سالانه در صنعت گردشگری از رقم ۱۴۰ میلیون دلار در سال ۱۹۸۵ به یک میلیارد دلار در سال ۱۹۹۰ افزایش یافت. سرمایه گذاران ترک ۲۰۰ هزار تخت جدید در فاصله ۸ ساله ۱۹۸۵-۱۹۹۲ اضافه کردند. یعنی ۲۵ هزار تخت جدید به طور متوسط در هر سال. ۹۰ هزار تخت (۲۰ درصد از ظرفیت فعلی) در زمین های دولتی که به سرمایه گذاران اجازه داده شده است، احداث شده است.

در نتیجه تا پایان سال ۲۰۰۳، کل تعداد ظرفیت اقامتی در ترکیه که دارای استانداردهای بین المللی هستند به ۴۵۰ هزار تخت رسید. البته کل ظرفیت خواب در این کشور توان پذیرش حدود یک میلیون گردشگر را دارا می باشد.

نتایج

نتایج این مقاله را می توان به شرح زیر خلاصه کرد:

۱- گردشگری بزرگ ترین و متنوع ترین صنعت جهان است که درآمد ارزی حاصل از آن با صنایعی نظیر خودروسازی و نفت رقابت می کند.

۲- بر اساس معیارهای یونسکو ایران یکی از ده کشور بزرگ جهان از نظر داشتن جاذبه های گردشگری، دارای رتبه پنجم در گردشگری طبیعت، دارای رتبه هفتم در پذیرش گردشگر و رتبه هشتم در جذب درآمد های ارزی صنعت جهانگردی است.

۳- توجه دولت به صنعت گردشگری در ایران از دهه ۱۳۴۰ در برنامه چهارم توسعه، (سال های ۵۱-۱۳۴۶) آغاز شد.

۴- فواید حاصل از صنعت گردشگری را می توان شامل ایجاد درآمدهای ارزی، ایجاد درآمد برای دولت، ایجاد اشتغال و تقویت سرمایه گذاری در زیرساختارها دانست.

۵- صنعت گردشگری در ایران با مشکلاتی نظیر ضعف