

مطالعه تطبیقی صنعت گردشگری در ایران و ترکیه

علی قلی پور سلیمانی

(دکترای مدیریت بازرگانی، عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی رشت)

ضعف‌ها، موانع و شاخص‌های دیگر در دو کشور مورد مقایسه قرار داده است.

مقدمه

در حال حاضر گردشگری^(۱) بزرگترین صنعت جهان شناخته شده است بطوریکه رشد آن تغییرات اجتماعی، اقتصادی و محیطی شدیدی را

به دنبال داشته که مطالعه دقیق و بررسی‌های عمیق پیرامون آن را ضروری می‌سازد. گردشگری یکی از عرصه‌های نو و زمینه‌های جدید مورد مطالعه علوم انسانی بوده و امروزه از جهات عدیده مورد عنایت کشورهای مختلف واقع شده است. توجه به جهانگردی از یک سو به علت اهمیت اقتصادی آن و از سوی دیگر به دلیل اثرات فرهنگی و اجتماعی آن است. (الوانی، ۱۳۷۷، ۱۱۳) صنعت گردشگری در بسیاری از کشورها با انگیزه دستیابی به منافع اقتصادی حاصل از آن رشد کرده است. طبق اطلاعات منتشر شده از سوی سازمان جهانی گردشگری^(۲) دریافتی‌های همه

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 جهات توجه محققان، اهمیت اقتصادی این صنعت در مقایسه با سایر صنایع می‌باشد. درآمدهای ارزی حاصل از این صنعت با عایدی‌های صنایع پیشرو جهان نظیر خودروسازی و نفت در حال

رقابت است. هر کشوری می‌کوشد تا سهم خود را از درآمدهای گردشگری افزایش دهد.

کشور ایران دارای امتیازات فراوانی در عرصه جهانگردی است، اما علیرغم جاذبه‌های طبیعی و گردشگری موجود، جایگاه اقتصادی گردشگری ایران در مقایسه با بسیاری از کشورها از جمله ترکیه که در همسایگی ایران است، بسیار ضعیف می‌باشد. این مقاله با هدف مقایسه صنعت گردشگری در دو کشور ایران و ترکیه، وضعیت این صنعت را با برشمردن توانایی‌ها، عایدی‌های ارزی، تعداد گردشگران ورودی،



کشورها از محل گردشگری بین‌المللی در سال ۱۹۹۰ بالغ بر ۲/۶۴ میلیارد دلار بوده است. این رقم در سال ۲۰۰۲ به ۴۷۴ میلیارد دلار رسیده است و پیش‌بینی می‌شود در سال ۲۰۱۰ به یک تریلیون برسد.

پیش‌بینی‌های سازمان جهانی گردشگری نشان می‌دهد که درآمد پایین‌ترین 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 نمی‌باشد. گردشگری بین‌المللی بالاترین عایدی صادراتی دنیا را در اختیار دارد. دریافتی‌های ارزی حاصل از آن، از نفت، خودروسازی و تجهیزات الکترونیکی و ارتباطی نیز بیشتر است. به علاوه صنعتی کاربر است که در سال ۲۰۰۳ مسقیماً برای ۷۴ میلیون نفر در سراسر جهان ایجاد اشتغال کرده است. ارقام نشان می‌دهد که درصد قابل توجهی از تولید ناخالص داخلی بعضی از کشورهای در حال توسعه کوچک را صنعت گردشگری به خود اختصاص داده است.

هدف این مقاله مقایسه صنعت گردشگری در دو کشور همسایه یعنی ایران و ترکیه است. هر دو کشور فعالیت‌های برنامه ریزی شده مربوط به صنعت گردشگری را تقریباً به طور یکسان یا با اختلاف زمانی اندک شروع کردند. اما فراز و نشیب‌های زیادی را پشت سر گذارده‌اند. موقعیت کنونی گردشگری در دو کشور بسیار متفاوت است. این مقاله وضعیت صنعت جهانگردی در دو کشور را مورد مطالعه و مقایسه قرار داده است و دلایل اختلاف سطح کنونی دو کشور در صنعت گردشگری را تشریح می‌کند.

طرح موضوع

کشور ایران با مساحت ۱/۶ 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 می‌دهد. بخش اعظم درآمدهای ارزی کشور از طریق تولید و صدور نفت و فرآورده‌های وابسته به آن تأمین می‌گردد. نقش صادرات غیر نفتی در مقایسه با نفت چندان گسترده نیست. بخش عمده محصولات غیر نفتی ایران شامل صنایع دستی، خشکبار، محصولات کشاورزی و صنعتی (خودرو) و معدنی است.

اما 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 فصل‌های دیگر سال را نیز مشاهده می‌کنیم. به علاوه دارای تاریخ و تمدنی کهن است و آثار بر جای مانده از روزگاران قدیم در آن فراوان است. به علاوه تعدد اماکن مذهبی و پیشینه اسلامی بر جذابیت‌های طبیعی و تاریخی آن افزوده است. همه ویژگی‌های مذکور از استعداد و توان بالای ایران برای تبدیل شدن به یک قطب گردشگری در منطقه خبر می‌دهد.

قوت‌ها (۳)

گردشگری در ایران هر چند که که سابقه‌ای دیرینه و ریشه در ادوار کهن دارد، اما به عنوان یک صنعت قدمت آن به دهه ۱۳۴۰ باز می‌گردد. در برنامه چهارم توسعه (۵۱-۱۳۴۶) زیرساختارهای مدیریتی این صنعت در

کشورمان شکل گرفت. بررسی آمارها نشان می‌دهد که طی این سال‌ها 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 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، ص ۹) ایران در پنجم مهر سال ۱۳۴۲ به عضویت سازمان جهانی جهانگردی (WTO) درآمد، به همین دلیل در کشور ما پنجم مهر ماه روز جهانی جهانگردی لقب گرفته است.

بر اساس معیارهای یونسکو^(۴)، ایران یکی از ده کشور بزرگ جهان از نظر داشتن جاذبه‌های گردشگری اعم از تاریخی، مذهبی، طبیعی و... محسوب می‌شود. از نظر تنوع آب و هوایی و گردشگری طبیعت^(۵) 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^(۶)، توریسم پایدار^(۷) و بیوتوریسم^(۸) واژه‌های متنوعی هستند که برای گردشگری طبیعت به کار برده می‌شود. ۶۰ درصد گردشگران جهان را طبیعت گردان تشکیل می‌دهند. ایران یکی از معدود کشورهای جهان است که از آن به عنوان کشوری چهار فصل یاد می‌شود. 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 می‌باشد که با احتساب ۳ زیستگاه طبیعی بین‌المللی، دارای ۱۰ اثر ثبت شده بین‌المللی است که در نوع خود کم نظیر است.

صنعت گردشگری را "صنعت بدون دود" (۹) می‌نامند. زیرا فاقد آلودگی است یا آلودگی بسیار ناچیزی دارد. به علاوه جهانگردی صنعتی اشتغال‌زا است که به دو شکل ایجاد اشتغال می‌کند: ۱- اشتغال مستقیم: مشاغلی که افراد در آن‌ها مستقیماً با گردشگران در ارتباط هستند مثل هتلداری، شرکت‌های هواپیمایی و... ۲- اشتغال غیر مستقیم: مشاغلی که ارتباط شاغل با گردشگری به طور مستقیم نیست، مثلاً شرکت‌های ساختمانی که در احداث هتل فعالیت می‌کنند. 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 می‌گردد. (میرحسینی، ۱۳۸۲، ۳۲-۲۹) به علاوه به علت کاربرد بودن مشاغل در این صنعت می‌توان جمعیت انبوهی را به آن مشغول کرد. (۱، ۲۰۰۴، Halicioglu) به طور کلی اثرات اقتصادی مثبت گردشگری برای کشورهای مختلف جهان و ایران را می‌توان به شرح زیر خلاصه کرد:

۱- درآمد ارزی؛ صادرات مربوط به محصولات گردشگری برای اقتصاد کشور میزبان درآمد ایجاد می‌کند و می‌تواند سرمایه‌گذاری در سایر بخش‌های اقتصادی را تحریک کند. گردشگری یکی از ۵ گروه صادرات، برای بیش از ۸۳ درصد از کشورها است و منبع اصلی درآمد ارزی خارجی برای حداقل ۳۸ درصد از کشورهای جهان به شمار می‌رود.

۲- ایجاد درآمد برای دولت؛ درآمدهای دولت از محل گردشگری را می‌توان به دو بخش مستقیم و غیر مستقیم طبقه‌بندی کرد. بخش مستقیم شامل مالیات‌های اخذ شده از درآمدهای حاصل از اشتغال و تجارت در بخش گردشگری است. بخش غیر مستقیم نیز شامل مالیات‌ها و

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

سال	گردشگر ورودی (نفر)	دریافتی های ارزی (میلیون دلار)
۱۳۵۷/۱۹۷۸	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

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 بوده است.

مجدداً در سال ۱۳۶۴ شاهد ۴۱ درصد کاهش در ورود و حدود ۴۰ درصد کاهش در مبالغ دریافتی های ارزی بودیم که وقوع جنگ تحمیلی و نا امنی پدید آمده، موجب این رویداد گردید. پس از آن روند ورود گردشگر و عایدی های ارزی صعودی بوده و در سال ۱۳۸۱ با بیش از ۳ برابر افزایش در تعداد و بیش از دو برابر افزایش در 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 ۱/۵ این کشور ها است. در سطح شهر تهران (مرکز کشور) ۸۴ هتل دولتی و غیردولتی وجود دارد که گنجایش تقریبی ۱۰ هزار مسافر را دارند، اما هیچ کدام از این هتل ها از استانداردهای جهانی برخوردار نیستند.

● در کشور ما هزینه اجاره اتاق در هتل از کشور هایی 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.

● علاوه بر بالا بودن قیمت اتاق هتل در ایران نسبت به برخی کشورهای همسایه، 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 و مدیران آژانس های مسافرتی از محدودیت های بسیاری خبر می دهند که آنان را برای جذب گردشگر در موقعیت دشواری قرار می دهد. مهم ترین بخش محدودیت های آن ها، تبلیغات است. در حالیکه کشور هایی نظیر مالزی و امارات، تبلیغات زیادی در شبکه های ماهواره ای مانند سی ان ان یا یورونیوز، اسکای و دیگر شبکه های پرطرفدار جهان انجام می دهند، در ایران هیچ رغبتی به این نوع کار نشان داده نمی شود. در مقابل تبلیغات منفی که به

عوارض مربوط به کالا ها و خدمات عرضه شده برای گردشگران است.

۳- ایجاد اشتغال؛ توسعه سریع گردشگری بین المللی موجب ایجاد اشتغال شده است. برای مثال بخش هتل داری به تنهایی حدود ۱۱/۳ میلیون فرصت شغلی را در سال ۱۹۹۵ در سراسر دنیا پدید آورد.

گردشگری می تواند، در حوزه هتل داری، رستوران، کلوب های شبانه، به طور مستقیم و در عرضه کالا ها و خدمات مورد نیاز مربوط به کسب و کار های مرتبط با گردشگری به طور غیر مستقیم ایجاد اشتغال کند.

۴- تحریک سرمایه گذاری در زیر ساختارها؛ گردشگری می تواند دولت محلی را برای بهبود بخشیدن به زیر ساختار هایی نظیر سیستم های آب و فاضلاب، جاده ها، برق، تلفن، شبکه های حمل و نقل عمومی و کلیه عواملی که سبب بهبود اقامت می شوند، جهت سرمایه گذاری ترغیب نماید.

علاوه بر آن چه که گفته شد درآمدهای محلی دیگری نیز هستند که به آسانی قابل ارزیابی نبوده و به طور رسمی در محاسبات آماری اقتصاد کلان ثبت نمی شوند. به عنوان مثال درآمدهای گردشگری که از طریق اشتغال غیر رسمی نظیر فروشندگان خیابانی، راهنماهای محلی و غیر رسمی و... به دست می آیند.

ضعف ها (۱۰)

جدول (۱) آمار مربوط به تعداد گردشگران ورودی به کشور و دریافتی های ارزی حاصل از گردشگری خارجی ایران را طی سال های ۱۹۷۸/۱۳۵۷ 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 ۱۵۳ هزار نفر و ۵۲ میلیون دلار کاهش یافت. یعنی ۷۰ درصد در تعداد گردشگر ورودی و ۷۴

گریزان کردن گردشگران منجر می‌شود، همیشگی است. (ثابتیان، ۱۳۸۴، ۱۰۲)

● صنعت گردشگری در ایران از خدمات و نیروهای آموزش دیده و مدیران متخصص زیادی بهره‌مند نیست. متأسفانه در زمینه هتل داری و نحوه ارائه خدمات استاندارد به گردشگران با مشکلات فراوانی روبرو هستیم، زیرا افراد تحصیل کرده و آموزش دیده چه در رده مدیریتی و چه در رده‌های کارمندی و خدماتی نداریم و بیشتر به صورت تجربی عمل می‌کنیم. جهانگردی نوعی فعالیت مهمان‌پذیری و مهمان‌نوازی است، بنابراین هنگامی که خدماتی ارائه می‌شود، مسئله



صمیمیت و لطف ارائه‌کننده خدمت اهمیت زیادی پیدا می‌کند. کسی به جایی که احساس استقبال و خوش آمدگویی نکند، نمی‌رود. لازمه بهبودی در این امر افزایش سرمایه‌گذاری جهت توسعه منابع انسانی شاغل در صنعت گردشگری است. (قلی‌پور، ۱۳۸۵، ۱۰۶)

● صنعت گردشگری دارای ارتباطی همه‌جانبه با امنیت در سطوح مختلف ملی، منطقه‌ای و بین‌المللی است. هر گونه اعمال خشونت زیان‌های جبران‌ناپذیری را بر این صنعت وارد می‌سازد. 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 می‌گوید. (رحیم‌پور، ۱۳۸۳، ۳۲)

● در صنعت گردشگری پدیده اعتماد سازی در جذب گردشگر و توسعه عملیات بازاریابی نقش مهمی دارد. اعتماد سازی در دو بخش ملی و بین‌المللی قابل بحث است. اعتماد سازی داخلی یعنی حذف تنش‌هایی که موجب التهاب و تشنج می‌گردد و علت عمده آن‌ها عدم آگاهی مردم و مسئولان از فواید گردشگری است. اما برای اعتماد سازی بین‌المللی بایستی به چند نکته توجه کرد: ۱- پرهیز از هر گونه خشونت‌گرایی ۲- هماهنگی در ارائه اخبار و گزارشات امنیتی و انتظامی از طریق یک سخنگوی واحد ۳- جلوگیری از بزرگ‌نمایی حوادث ملی و بین‌المللی.

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 کرده‌اند. در دریای مرمره و اژه جزایر متعددی وجود دارند که متعلق به ترکیه است. این جزایر به اهتمام سرمایه‌گذاری‌های انجام شده در زمره پر جاذبه‌ترین مناطق گردشگری این کشور قرار دارند. تنگه داردانل و بسفر که ترکیه را از ناحیه آسیای جدا کرده

است دارای مساحتی در حدود ۵ درصد 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. عمده‌ترین 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

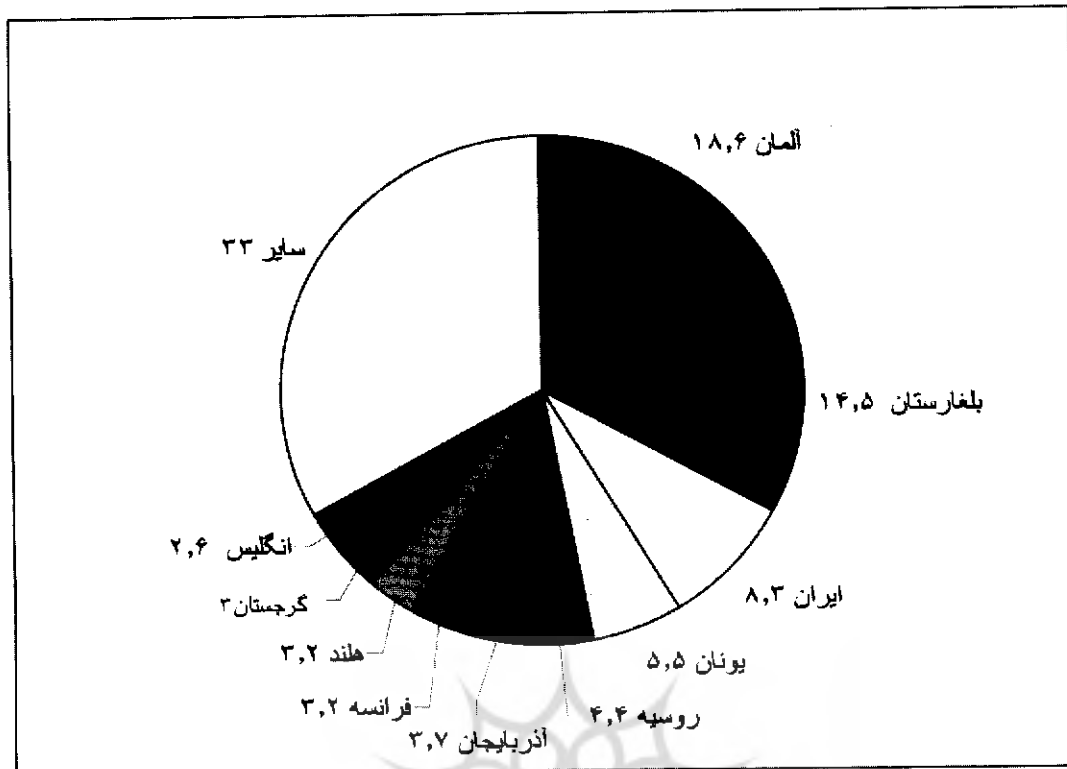
اروپا اعلام کرده، ترکیه در سال ۲۰۰۱ با داشتن درآمد ملی بیش از ۱۴۵ میلیارد دلار، بیستمین اقتصاد بزرگ دنیا به شمار می‌رود. اقتصاد ترکیه را تولید منسوجات، صنایع سبک، گردشگری و کشاورزی تشکیل می‌دهد. اقتصاد این کشور به ویژه در بخش گردشگری تا پیش از مواجه شدن با چند بحران پی در پی بعد از اولین جنگ در خلیج 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

جدول (۲) تعداد گردشگران ورودی و دریافتی های ارزی گردشگری ترکیه

سال	گردشگر ورودی (نفر)	دریافتی های ارزی (میلیون دلار)
۱۹۸۰	۱۲۸۸۰۰۰	۳۲۶
۱۹۸۵	۲۶۱۴۰۰۰	۱۴۸۲
۱۹۹۰	۵۳۸۹۰۰۰	۲۷۰۵
۱۹۹۵	۷۷۲۶۰۰۰	۴۹۵۷
۲۰۰۰	۱۰۴۱۲۰۰۰	۷۶۳۶
۲۰۰۱	۱۱۵۶۹۰۰۰	۸۰۹۰
۲۰۰۲	۱۳۲۴۷۰۰۰	۸۴۸۱
۲۰۰۳	۱۴۰۳۰۰۰۰	۹۷۶۷
۲۰۰۴	۱۷۵۱۷۰۰۰	۱۲۱۲۵

منبع: وزارت گردشگری ترکیه

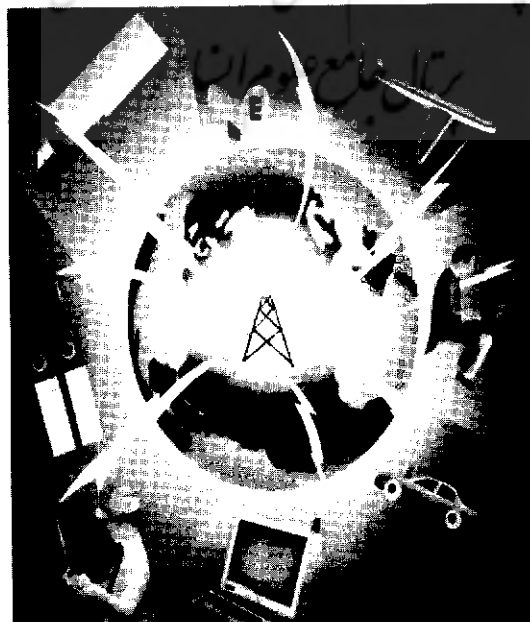
نمودار (۳) - ترکیب بازدیدکنندگان از کشور ترکیه



گردشگر رسید. به گزارش انجمن گردشگری و مسافرت جهانی (۱۱) 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، تأثیر 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. (Halicioğlu, ۲۰۰۲, ۱)

سرمایه گذاری در صنعت گردشگری ترغیب کرد. در نتیجه این اقدام تعداد تخت‌های هتل در تنگه جنوبی ترکیه از ۵۰ هزار به ۷۰ هزار رسید. گرچه پیش بینی می‌گردد که مخارج گردشگری دولت ترکیه از مخارج گردشگری دولتی اتحادیه اروپا رشد سریع تری در آینده داشته باشد، در سال ۲۰۰۱ گردشگری ۸ درصد از مخارج کل دولت را تشکیل می‌داد. این رقم در ترکیب مخارج دولتی اتحادیه اروپا ۴/۵ درصد بود. پیش بینی می‌شود که متوسط نرخ رشد گردشگری در طول سال ۲۰۰۱ تا ۲۰۱۰ به ۵/۷ درصد برسد که از نرخ رشد گردشگری اتحادیه اروپا و جهان که ۳/۹ و ۳/۸ درصد است، بیشتر خواهد بود (ibid).

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.



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 گسترده‌ای 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، می‌تواند افزایش دهد. برای نیل به این مقصود دولت ترکیه نقش اساسی ایفا می‌کند. از دهه ۸۰ دولت این کشور بخش خصوصی را برای

در سال ۲۰۰۴، ۶۱/۲ 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 مبدأ در سال ۲۰۰۴ در نمودار (۳) نشان داده شده است.

کل مبلغ سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری کشور ترکیه معادل ۲۵ 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 دراز مدت از جمله تسهیلاتی بود که دولت برای توسعه این بخش واگذار کرد.

سرانجام، سرمایه‌گذاری سالانه در صنعت گردشگری از رقم ۱۴۰ میلیون دلار در سال ۱۹۸۵ به یک میلیارد دلار در سال ۱۹۹۰ افزایش یافت. سرمایه‌گذاران ترک ۲۰۰ هزار تخت جدید در فاصله ۸ ساله ۹۲-۱۹۸۵ اضافه کردند. یعنی ۲۵ هزار تخت جدید به طور متوسط در هر سال ۹۰ هزار تخت (۲۰ درصد از ظرفیت فعلی) در زمین‌های دولتی که به سرمایه‌گذاران اجاره داده شده است، احداث شده است.

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

نتایج

نتایج این مقاله را می‌توان به شرح زیر خلاصه کرد:

- ۱- گردشگری بزرگ‌ترین و متنوع‌ترین صنعت جهان است که درآمد ارزی حاصل از آن با صنایعی نظیر خودروسازی و نفت رقابت می‌کند.
- ۲- بر اساس معیارهای یونسکو ایران یکی از ده کشور بزرگ جهان از نظر داشتن جاذبه‌های گردشگری، دارای رتبه پنجم در گردشگری طبیعت، دارای رتبه هفتم در پذیرش گردشگر و رتبه هشتم در جذب درآمدهای ارزی صنعت جهانگردی است.
- ۳- توجه دولت به صنعت گردشگری در ایران از دهه ۱۳۴۰ در برنامه چهارم توسعه، (سال‌های ۵۱-۱۳۴۶) آغاز شد.
- ۴- فواید حاصل از صنعت گردشگری را می‌توان شامل ایجاد درآمدهای ارزی، ایجاد درآمد برای دولت، ایجاد اشتغال و تقویت سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌ها دانست.
- ۵- صنعت گردشگری در ایران با مشکلاتی نظیر ضعف زیرساخت‌ها، رشد قیمت محصولات گردشگری، فقدان تبلیغات کافی، کمبود سرمایه‌گذاری در حوزه‌های آموزش منابع انسانی، فقدان امنیت و ابهام در سیاست‌های کلی نظام جهت اعتمادسازی مواجه است.
- ۶- ترکیه تقریباً همزمان با ایران برنامه‌های رسمی خود را برای توسعه صنعت گردشگری آغاز کرد. عمده شهرت گردشگری ترکیه به خاطر آفتاب، ساحل و ماسه است.
- ۷- پیش‌بینی می‌شود که متوسط نرخ رشد صنعت گردشگری ترکیه طی سال‌های ۲۰۱۰-۲۰۰۱ 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، ۶۱/۲ درصد بازدیدکنندگان ترکیه را اعضای کشورهای OECD، ۲۷/۶ درصد از اروپای شرقی و بقیه از کشورهای

نظیر ایران، روسیه و یونان تشکیل داده‌اند.

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

پی‌نوشت‌ها:

- 1- Tourism
- 2- World Tourism Organization
- 3- Strength
- 4- UNESCO
- 5- Ecotourism
- 6- Green Tourism
- 7- Sustainable Tourism
- 8- Biotourism
- 9- Green Industry
- 10- Weakness
- 11- World Travel and Tourism Council (WTTC)

منابع:

- ۱- الوانی، سید مهدی، (۱۳۷۷)؛ جهانگردی و توسعه، تهران: مرکز تحقیقات و مطالعات سیاحتی، صفحه ۱۱۳.
- ۲- ثابتیان، وحید، "تأثیر منفی تحولات سیاسی بر جلب جهانگرد" <http://roozonline.com>، صفحه ۲۰۱.
- ۳- جمشیدی، مزگان، سهم ایران از اکوتوریسم، تهران: سازمان میراث فرهنگی و گردشگری، (۱۳۸۳).
- ۴- رحیم‌پور، علی، "جهانگردی، امنیت و توسعه"، ماهنامه بازاریابی، شماره ۱۷، ۱۳۸۳، صفحه ۳۳ و ۳۲.
- ۵- فرزین، محمدرضا، (۱۳۸۳) "محدودیت روابط خارجی مانعی عمده در صنعت توریسم"، ماهنامه بازاریابی، شماره ۱۷، صفحه ۹.
- ۶- قلی‌پور سلیمانی، علی، ۱۳۸۵، "عوامل مؤثر در رشد صنعت گردشگری ایران"، تهران: دانشگاه علوم و تحقیقات، صفحه ۱۰۶ و ۱۰۵.
- ۷- میر حسینی، سید حسین، ۱۳۸۳، "تأثیر جهانگردی بر اشتغال بانگه‌ها به ایران"، ماهنامه بازاریابی، شماره ۲۱، صفحه ۳۲-۲۹.
- ۸- مرکز آمار ایران، سالنامه‌های آماری سال‌های ۱۳۵۷ لغایت ۱۳۸۳.
- 9- "Foreign Economic Relations Board, Turkey," (2006), p.1.2.
- 10- Halicioglu, Ferda, "AN ARDL MODEL FOR AGGREGATE TOURISM DEMAND FOR TURKEY", GLOBAL BUSINESS AND ECONOMICS REVIEW, 2004, p. 416 - 426
- 11- "Turkey in Facts and Figurer", Turkishpress, (2006), p.1-2-11.
- 12- "What is Tourism", University of Stirling, (2005), p.1.