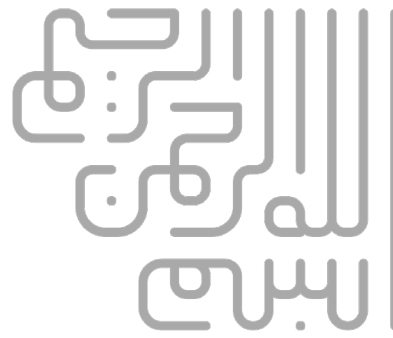


پیامدهای ناامنی منطقه‌ای حاصل از جنگ رمضان بر گردشگری کشورهای منطقه





عنوان: پیامدهای ناامنی منطقه‌ای حاصل از جنگ رمضان بر گردشگری کشورهای منطقه

نوع گزارش: طرح لایحه □، نظارتی □، راهبردی ■، پیش‌نویس قانونی □

نام دفتر: مطالعات فرهنگی و آموزش (گروه ورزش، میراث فرهنگی و صنایع دستی)

اظهار نظر کنندگان داخل مرکز: زهرا راجی (گروه ورزش، میراث فرهنگی، گردشگری)، هنگامه البرزی

سیک (دفتر سیاسی گروه امنیتی-دفاعی)، مهدی رزم‌آهنگ (دفتر اقتصادی گروه اقتصاد بین‌الملل)

مدیر مطالعه: سعید شفیعا

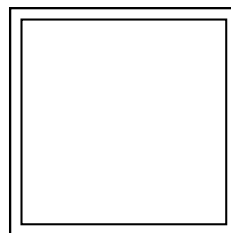
ناظر علمی خارج از مرکز: مهدی صادقی شاهدانی (هیئت علمی دانشگاه امام صادق (ع))

ناظر علمی: موسی بیات

گرافیک و صفحه آرایی: سیده فاطمه ابوطالبی

ویراستار ادبی: زهرا کریمی

تاریخ شروع مطالعه: ۱۴۰۵/۰۲/۰۱



تاریخ انتشار: ۱۴۰۵/۰۳/۳۱
Publish Date : 2026/06/21



عنوان: پیامدهای ناامنی منطقه‌ای حاصل از جنگ رمضان بر گردشگری کشورهای منطقه
تهیه و تدوین (Author): محمدمین گزار (گروه ورزش، میراث فرهنگی و صنایع دستی)
واژه‌های کلیدی: جنگ تحمیلی سوم علیه ایران، اقتصاد گردشگری، منطقه غرب آسیا
ناشر: مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی

[DOI: 10.22034/report.mrc.2025.1404.33.10.21632](https://doi.org/10.22034/report.mrc.2025.1404.33.10.21632)

[Permanent Link: report.mrc.ir/article11273-](https://report.mrc.ir/article11273-)

Publisher : Islamic Parliament Research Center of Iran

فهرست مطالب

۶	چکیده.....
۷	۱. مقدمه.....
۸	۲. تضعیف مزیت‌های رقابتی کشورهای حاشیه خلیج فارس در حوزه گردشگری.....
۹	۳. رکود فعالیت تأسیسات و کسب و کارهای گردشگری در دبی.....
۱۰	۴. رکود اقتصاد گردشگری ترکیه در پی شوک تقاضا و کاهش گردشگران ورودی.....
۱۱	۵. جمع‌بندی و نتیجه‌گیری.....
۱۲	۶. پیشنهادها.....
۱۲	منابع و مآخذ.....



پیامدهای ناامنی منطقه‌ای حاصل از جنگ رمضان بر گردشگری کشورهای منطقه

چکیده



در پی ایجاد ناامنی گسترده در منطقه غرب آسیا در پی حمله آمریکا و رژیم صهیونیستی به ایران، کشورهای حاشیه خلیج فارس به علت میزبانی از نیروهای نظامی، جایگاه خود را به عنوان مقاصد امن نزد گردشگران و سرمایه‌گذاران از دست داده‌اند. ترکیه نیز به علت همسایگی با ایران و صدور هشدارهای مسافرتی از سوی کشورهای اروپایی، شاهد کاهش چشمگیر گردشگران خارجی و ایرانی بوده است. براساس گزارش شورای جهانی سفر و گردشگری، حمله اخیر آمریکا و رژیم صهیونیستی به ایران موجب شده صنعت گردشگری کشورهای عربی حاشیه خلیج فارس در طی ۴۰ روز جنگ، روزانه حداقل ۶۰۰ میلیون دلار از محل کاهش هزینه کرد گردشگران بین‌المللی متضرر شود. در اغلب موارد حتی مقاصدی که مستقیماً در معرض خطر قرار نداشته‌اند نیز با افت قابل توجه تقاضا مواجه شده‌اند. بر همین اساس، اگر رقم ۶۰۰ میلیون دلار خسارت روزانه روندی ثابت یا افزایشی پیدا کند، تداوم آن طی سه ماه می‌تواند بین ۵۰ تا ۶۵ میلیارد دلار گردش مالی بخش سفر را از اقتصاد کشورهای مذکور حذف کند. آمار مذکور و ارقام مشابه آن، بیانگر چالشی وجودی برای راهبردهای کلان و بلندمدت توسعه‌ای آنها در حوزه گردشگری بوده و بقای صنعت گردشگری این کشورها مستلزم عدم حضور پایگاه‌های نظامی آمریکا و خروج نظامیان آمریکایی از این کشورهاست. بنابراین بررسی وضعیت اقتصاد گردشگری منطقه نشان می‌دهد که هرگونه تنش یا درگیری نظامی با ایران، نه تنها به صنعت گردشگری ایران آسیب می‌زند، بلکه منافع اقتصادی صنعت گردشگری در سراسر منطقه، به‌ویژه در کشورهای همسایه، را نیز تحت تأثیر قرار داده و موجب زیان آنها خواهد شد.

۱. مقدمه

وقوع هرگونه جنگ نظامی، افزون بر پیامدهای نظامی و سیاسی، آثار و پیامدهای اقتصادی گسترده‌ای نیز برای کشورهای درگیر به همراه دارد. به عبارت دیگر بخش‌های مرتبط با فعالیت‌های اقتصادی نیز از شرایط جنگی متأثر می‌شوند. یکی از بخش‌هایی که به‌طور قابل توجهی تحت تأثیر این شرایط قرار می‌گیرد، صنعت گردشگری است؛ زیرا کاهش محسوس احساس امنیت در میان گردشگران، اعمال محدودیت‌های سفر به کشورهای که به‌طور مستقیم یا غیرمستقیم درگیر جنگ هستند، آسیب دیدگی زیرساخت‌های حمل و نقل، اختلال در ارائه خدمات گردشگری و همچنین تضعیف تقاضا در نتیجه کاهش توان مالی خانوارها، همگی زمینه‌ساز رکود در این صنعت می‌شوند. با آغاز جنگ تحمیلی سوم علیه ایران، اقتصاد گردشگری کشورهای منطقه، به‌ویژه برخی کشورهای حاشیه خلیج فارس که به‌طور مستقیم یا غیرمستقیم در این جنگ مشارکت داشته‌اند و حتی کشور ترکیه به‌عنوان یکی از پیشروان صنعت گردشگری نیز تحت‌الشعاع این تحولات قرار گرفته است. نکته حائز توجه این است که صنعت گردشگری از جایگاه بسیار برجسته‌ای در اقتصاد آن کشورها برخوردار است. به‌عنوان مثال براساس گزارش سازمان جهانی گردشگری، سهم صنعت گردشگری از تولید ناخالص داخلی در اقتصاد امارات ۱۲،۳ درصد، ترکیه ۱۱،۷ درصد و بحرین ۱۲ درصد برآورد شده است [۱]. با توجه به اینکه میانگین جهانی این شاخص حدود ۹ درصد است [۱] سهم بالای صنعت گردشگری از تولید ناخالص داخلی در این کشورها نشان می‌دهد که علاوه بر اینکه در برابر تحولات نسبت به ایران آسیب‌پذیرترند، کمترین اختلال در جریان گردشگری آنها می‌تواند وضعیت کلی اقتصادشان را با چالش‌های اساسی مواجه کند. شواهد نیز نشان می‌دهد، جنگ رمضان، تأثیر قابل توجهی بر صنعت گردشگری این کشورها داشته است. در ادامه این موضوع به تفصیل بررسی شده است.

۲. تضعیف مزیت‌های رقابتی کشورهای حاشیه خلیج فارس در حوزه گردشگری

ناامنی یکی از مهم‌ترین عوامل بازدارنده در توسعه گردشگری است، زیرا گردشگری بیش از هر چیز بر احساس امنیت و اطمینان گردشگر نسبت به مقصد استوار است. زمانی که یک مقصد با انواع ناامنی‌های سیاسی، اجتماعی، اقتصادی، بهداشتی و ... مواجه باشد، گردشگران آن را پرخطر و غیرقابل پیش‌بینی تلقی می‌کنند و در نتیجه تمایل آنان برای سفر به آن منطقه کاهش می‌یابد. ناامنی می‌تواند هم به‌صورت واقعی، مانند وقوع جنگ، درگیری، جرم، بیماری‌های واگیردار یا بلایای طبیعی وجود داشته باشد و هم به‌صورت ادراک‌شده از طریق اخبار منفی، شایعات، هشدارهای سفر و بازنمایی رسانه‌ای در ذهن گردشگران شکل گیرد. در بسیاری از موارد، حتی برداشت ذهنی از ناامن بودن یک مقصد می‌تواند به اندازه خود ناامنی واقعی بر تصمیم گردشگران اثرگذار باشد. افزایش احساس خطر موجب بالا رفتن ریسک ادراک‌شده، کاهش اعتماد به مقصد، تضعیف تصویر گردشگری منطقه و در نهایت کاهش تقاضای سفر می‌شود. پیامدهای این وضعیت تنها به کاهش تعداد گردشگران محدود نمی‌شود، بلکه کاهش درآمدهای گردشگری، کاهش اشتغال در بخش‌هایی مانند هتل‌داری، حمل و نقل، رستوران‌ها و خدمات گردشگری، کاهش سرمایه‌گذاری و آسیب به ویژگی‌ها و شهرت مقصد را نیز به همراه دارد [۲]. بررسی روندهای مشابه در دهه گذشته





مانند بحران خلیج فارس در سال ۲۰۱۷، حمله به تأسیسات نفتی آرامکو در سال ۲۰۱۹ و بحران کرونا در سال ۲۰۲۰ نشان می‌دهد که مخاطرات امنیتی بر گردشگری منطقه معمولاً بیش از آنچه در ابتدا برآورد می‌شود گسترده است. در اغلب موارد، حتی مقاصدی که مستقیماً در معرض خطر قرار نداشته‌اند نیز با افت قابل توجه تقاضا مواجه شده‌اند. بر همین اساس، اگر رقم ۶۰۰ میلیون دلار خسارت روزانه روندی ثابت یا افزایشی پیدا کند، تداوم آن طی سه ماه می‌تواند بین ۵۰ تا ۶۵ میلیارد دلار گردش مالی بخش سفر را از اقتصاد کشورهای مذکور حذف کند [۲]. این رقم تقریباً معادل مجموع درآمد گردشگری سالیانه کشورهای چینی، آمریکا، انگلستان، آلمان، فرانسه، ایتالیا، ژاپن، هند، روسیه، برزیل و کره جنوبی است.

نکته اساسی این بوده که راهبردهای اصلی کشورهای عربی حاشیه خلیج فارس در توسعه گردشگری طی سال‌های اخیر بر «ویژندسازی مبتنی بر امنیت گردشگران و تجربه گردشگری مجلل و گران‌قیمت» استوار بوده است [۳]. این کشورها میلیاردها دلار صرف ایجاد تصویری از یک مقصد ایمن، مدرن، جذاب و مجهز به زیرساخت‌های سطح جهانی کرده‌اند؛ تصویری که توانسته سالیانه ده‌ها میلیون گردشگر را از اروپا، شرق آسیا و آمریکای شمالی جذب کند. اما تجربه بازارهای جهانی سفر نشان می‌دهد که مسئله ادراک امنیت گردشگران، مهم‌ترین عامل تعیین‌کننده در انتخاب مقصد گردشگری است و می‌تواند حتی قوی‌ترین ویژگی‌های گردشگری را آسیب‌پذیر کند. برای نمونه حملات تروریستی سال ۲۰۱۵ در پاریس باعث کاهش ۱.۵ میلیارد یورویی درآمد گردشگری فرانسه شد و همین‌الگو به صورت مشابه برای ترکیه در سال ۲۰۱۶ و سریلانکا در سال ۲۰۱۹ دیده شد [۳]. در این میان یکی از مهم‌ترین محورهای سیاستگذاری کشورهای عربی حاشیه خلیج فارس در زمینه گردشگری، «گردشگری رویداد»^۱ بوده است. سرمایه‌گذاری‌های قابل توجهی که کشورهای مذکور در این حوزه انجام داده‌اند، گردشگری رویداد را به یکی از مهم‌ترین مزیت‌های رقابتی آنها در عرصه گردشگری تبدیل کرده است. این موضوع موجب شده است که منافع اقتصادی قابل توجهی از این حوزه نصیب کسب و کارها و تأسیسات فعال در بخش گردشگری این کشورها شود. به عنوان مثال کشور قطر با برگزاری جام جهانی فوتبال در سال ۲۰۲۲، بیش از ۱۷ میلیارد دلار منفعت اقتصادی تنها در بخش گردشگری به دست آورد [۳].

نکته حائز اهمیت آن است که وقوع جنگ رمضان، بیش از هر چیز، همین مزیت رقابتی را تهدید کرده و موجب تضعیف آن شده؛ زیرا با شکل‌گیری ناامنی در این کشورها، به علت وجود پایگاه‌های آمریکایی در آنها و در نتیجه درگیری مستقیم و غیرمستقیم در جنگ، روند قابل توجهی از لغو یا تعلیق میزبانی رویدادهای گردشگری محور در این کشورها شکل گرفته که زیان هنگفتی را بر اقتصاد گردشگری کشورهای مذکور تحمیل می‌کند. به عنوان مثال می‌توان به لغو مسابقات گرندپری^۲ فرمول یک در کشورهای بحرین و عربستان اشاره کرد. بر اساس برآوردهای صورت گرفته، برگزاری مسابقه در هر یک از این دو کشور می‌توانست بین ۳۰۰ تا ۵۰۰ میلیون دلار منافع اقتصادی ایجاد کند؛ از این رو لغو این دو مسابقه نزدیک به یک میلیارد دلار ارزش اقتصادی مستقیم را برای تأسیسات و کسب و کارهای گردشگری این کشورها از بین برده است [۴]. افزون بر این، لغو چنین رویدادهایی تنها به از دست رفتن درآمد مستقیم محدود نمی‌شود، بلکه پیامدهای غیرمستقیمی نیز به همراه دارد؛ از جمله کاهش ورود گردشگران، افت نرخ اشغال هتل‌ها، کاهش درآمد بخش‌های حمل و نقل، رستوران‌ها و خدمات شهری و همچنین کاهش پوشش رسانه‌ای مثبت که معمولاً در جریان برگزاری رویدادهای بین‌المللی برای کشور میزبان ایجاد می‌شود.

برآوردهای صورت گرفته نشان می‌دهد که در صورت تداوم این روند و تسری آن به سایر رویدادهای برنامه‌ریزی شده در سال ۲۰۲۶، مجموع خسارت‌های ناشی از لغو یا تعلیق این رویدادها ممکن است به رقمی حدود ۳ تا ۵ میلیارد دلار برسد [۴]؛ رقمی که می‌تواند راهبرد بلندمدت این کشورها برای تبدیل شدن به قطب‌های جهانی گردشگری رویداد را با چالش‌های جدی مواجه کند.

1. Event Tourism

۲. به عنوان مثال، رویداد اکسیو دبی (امارات متحده عربی، ۲۰۲۲-۲۰۲۱)، جام جهانی فوتبال (قطر، ۲۰۲۲)، جایزه بزرگ فرمول یک ابوظبی (امارات متحده عربی، از ۲۰۰۹ تاکنون)، جایزه بزرگ فرمول یک بحرین (بحرین، از ۲۰۰۴ تاکنون)، جشنواره خرید دبی (امارات متحده عربی، از ۱۹۹۶ تاکنون)، ریاض سیزن (عربستان سعودی، از ۲۰۱۹ تاکنون)، نمایشگاه بین‌المللی کتاب شارجه (امارات متحده عربی، از ۱۹۸۲ تاکنون)، جشنواره مسقط (عمان، از ۱۹۹۸ تاکنون) و جشنواره هلا فوریه (کویت، از ۱۹۹۹ تاکنون).

3. Formula 1 Grand Prix

تعطیلات عید فطر در کشورهای حاشیه خلیج فارس، از دیگر رویدادهایی است که منجر به سفر گردشگران این کشورها به کشورهای همجوارشان می‌شود. به عبارت دیگر در بازه زمانی تعطیلات عید فطر، گردشگران مختلفی از کشورهای عربستان، امارات، عمان، قطر و بحرین به کشورهای یکدیگر سفر می‌کنند. در بازه تعطیلات عید فطر سال ۲۰۲۶ (که همزمان با وقوع ناامنی حاصل از درگیری‌های نظامی در منطقه غرب آسیا بود)، به دلیل ناامنی گسترده حاصل از درگیری‌های نظامی، نرخ اشغال هتل‌ها در این کشورها با کاهش قابل توجهی نسبت به بازه تعطیلات عید فطر سال ۲۰۲۵ همراه بوده است. در کشور امارات متحده عربی، نرخ اشغال هتل‌ها در دبی از ۸۹ درصد به ۳۴ درصد، در ابوظبی از ۸۶ درصد به ۴۸ درصد، در شارجه از ۸۶ درصد به ۴۸ درصد، در رأس الخیمه از ۸۷ درصد به ۵۸ درصد و در فجیره از ۸۹ درصد به ۶۴ درصد کاهش یافت. همچنین در کشور بحرین نرخ اشغال هتل‌ها منامه از ۸۵ درصد به ۱۳ درصد و در کشور عمان نرخ اشغال هتل‌ها در شهر صلاله از ۷۷ درصد به ۹ درصد دیده می‌شود [۵].

۳. ر کود فعالیت تأسیسات و کسب و کارهای گردشگری در دبی



پیش از آغاز جنگ رمضان (معادل ۲۷ فوریه ۲۰۲۶)، شهر دبی جایگاه خود را به‌عنوان یکی از قطب‌های اصلی گردشگری جهان تثبیت کرده بود. آمارهای رسمی نشان می‌دهد که این شهر در سال ۲۰۲۵، نزدیک به ۲۰ میلیون گردشگر ورودی داشته و فرودگاه بین‌المللی آن نیز بیش از ۹۵ میلیون مسافر را جابه‌جا کرده است؛ رقمی که پس از فرودگاه آتلانتا و پکن، دبی را در میان پرترددترین فرودگاه‌های جهان قرار می‌داد. افزون بر این، نرخ اشغال هتل‌ها در دبی معمولاً در بازه ۷۵ تا ۸۵ درصد قرار داشت و صنعت گردشگری بیش از ۱۲ درصد از تولید ناخالص داخلی امارات را تشکیل می‌داد [۳]. اما آغاز درگیری‌ها به سرعت این روند را برهم زد و نشانه‌های رکود شدید، کمتر از چند هفته پس از شروع تنش‌ها نمایان شد. بررسی‌ها نشان می‌دهد که تنها در فاصله ۳۰ روز ابتدایی جنگ رمضان، بیش از ۲۲۶ هزار و ۵۰۰ رزرو اقامت کوتاه مدت (زیر ۱۰ روز) معادل ۸۰ درصد رزروهای انجام شده، در شهر دبی لغو شده است [۶]. وضعیت کسب و کارهای ارائه‌دهنده خدمات به گردشگران از آغاز جنگ رمضان، شرایط دشواری را سپری می‌کند و نشانگر شدت بالای رکود در تقاضای خدمات گردشگری است. ریاست رستوران زنجیره‌ای پل ۲ که دارای ۱۴ شعبه در دبی با بیش از هزار کارمند بوده، اعلام کرده که از زمان شروع جنگ تاکنون، در آمد رستوران‌هایش نسبت به مدت مشابه سال گذشته بیش از ۵۰ درصد کاهش یافته و در مقایسه با ماه منتهی به جنگ با افت ۷۰ تا ۸۰ درصدی روبه‌رو شده است [۷]. او اظهار کرده که برای جلوگیری از تعطیلی واحدها و اخراج حدود ۳۰ درصد از کارکنان، ناچار شده حقوق را هم ۳۰ درصد کاهش دهد [۶].

در نمونه‌ای دیگر، مالک رستوران زنجیره‌ای ناندوز^۲ در دبی اظهار کرده که مراجعه مشتریان در هفته‌های پس از آغاز جنگ به ۱۵ تا ۲۰ درصد وضعیت پیش از جنگ است [۷]. به دنبال این کاهش تقاضا، بیش از نیمی از کارکنان این مجموعه به مرخصی بدون حقوق اعزام شده و حتی برخی شعب به صورت موقت تعطیل شده‌اند. تجربه جهانی نشان می‌دهد که افت تقاضا در رستوران‌ها، به‌ویژه در مقاصد گردشگر محور، معمولاً حداقل ۳ تا ۶ ماه طول می‌کشد تا به سطح طبیعی بازگردد [۶]؛ بنابراین آثار این رکود احتمالاً تا نیمه دوم سال برای اقتصاد دبی تداوم خواهد یافت.

بررسی وضعیت بخش هتل‌داری دبی، نشان می‌دهد که سطح اشغال هتل‌ها^۴ در دو هفته ابتدایی پس از شروع جنگ رمضان به ۱۵ تا ۲۰ درصد سطح پیش از جنگ رسیده است [۶]. این در حالی است که بسیاری از هتل‌های مجلل دبی، از جمله برخی مجموعه‌های

1. Hotel Occupancy Rate

2. PAUL

3. Nando's

۴. متشکل از شاخص‌هایی از قبیل تعداد اتاق‌های قابل فروش، تعداد اتاق‌های اشغال شده یا فروخته شده، مدت اقامت مهمانان، تعداد ورود یا پذیرش مهمانان و ضریب استفاده از ظرفیت اقامتی هتل.



واقع در منطقه گردشگری نخل جمیرا برای جلوگیری از خالی ماندن اتاق‌ها، قیمت‌ها را تا ۵۰ درصد کاهش داده‌اند. به‌عنوان مثال می‌توان به مجموعه هتل داری مجستیک، اشاره کرد. این مجموعه که ۴۵۰ اتاق را اداره می‌کند نیز در اطلاعیه رسمی اعلام کرده که نرخ اشغال به پایین‌ترین حد ممکن رسیده و موج لغو رزروها «حتی فراتر از ماه آوریل» ادامه دارد. معنای این روند آن است که حتی پایان یافتن جنگ به تنهایی برای توقف رکود کافی نیست و بازگشت اعتماد و احساس امنیت گردشگران به امارات احتمالاً زمان بیشتری خواهد برد. برخی برآوردهای صنعت هتل داری نشان می‌دهد که در صورت پایان جنگ، دبی ممکن است برای بازگشت به سطح اشغال پیش از آغاز جنگ رمضان، بین ۱۲ تا ۱۸ ماه زمان نیاز داشته باشد [۷]. بنابراین از آنجا که بخش اقامت صنعت گردشگری در دبی به شکل کامل «هتل محور» است، کاهش قابل توجه نرخ اشغال هتل‌ها نشان از رکود صنعت گردشگری در دبی دارد.

بر اساس داده‌های منتشرشده توسط دفتر رسانه‌ای دبی، آمار عملکرد فرودگاه بین‌المللی این شهر در سه‌ماهه آغازین سال ۲۰۲۲ حاکی از کاهش قابل توجهی است. در این بازه زمانی، مجموع مسافران پذیرش شده به ۶.۸۱ میلیون نفر رسید که در مقایسه با دوره مشابه سال قبل، کاهش ۶۰.۲ درصدی را نشان می‌دهد. این روند نزولی در ماه مارس با شدت بیشتری دنبال شد، به طوری که شمار مسافران با سقوطی ۷.۵۶ درصدی نسبت به سال گذشته، به ۵.۲ میلیون نفر کاهش یافت.

تحقیقات انجام شده توسط وبگاه توریسم اکونومیکس^{۳۳} که بخشی از آکسفورد اکونومیکس^{۴۵} است، نشان می‌دهد که بسته به مدت زمان ادامه درگیری، بین ۳۲ تا ۸۳ میلیون نفر گردشگر کمتری نسبت به سال گذشته به این کشور سفر خواهند کرد و بین ۴۳ تا ۶۵ میلیارد دلار از هزینه کرد بازدیدکنندگان از دست خواهد رفت [۸].

بخش دیگری از گزارش این نهاد به وضعیت مدیریت چمدان‌ها اختصاص دارد. در سه ماه نخست سال، ۶.۷۱ میلیون بار توسط فرودگاه پردازش شد که سهم ماه مارس از این رقم، ۶.۲ میلیون چمدان بود. نکته قابل تامل، صعود نرخ گم‌شدن یا جابه‌جایی اشتباه بار به ۵.۳ مورد در هر هزار مسافر است؛ این در حالی است که شاخص مذکور در دوره مشابه سال قبل ۵۹.۱ بود. شواهد نشان می‌دهد که فشارهای کاری و عجله پرسنل فرودگاه دبی برای مدیریت پروازها پس از وقفه‌های مقطعی در آسمان امارات، عامل اصلی افزایش نرخ آسیب‌دیدگی و جابه‌جایی نادرست چمدان‌های مسافران در این بازه زمانی بوده است [۹]. این موضوع به طور مشخص بر روی کیفیت تجربه سفر گردشگران و مسافران تاثیر خواهد گذاشت. ضمن اینکه گویای ایجاد اختلال در زنجیره ارائه خدمات به مسافران و گردشگران نیز هست.

علاوه بر موارد فوق، کاهش تقاضا برای نیروی کار مهاجر که بخش عمده کارکنان صنعت گردشگری امارات را تشکیل می‌دهند، ضربه قابل توجهی به ساختار این صنعت وارد کرده است. بسیاری از کارکنان هتل‌ها، رستوران‌ها و مراکز خدماتی با کاهش ساعت کاری، انتقال به شیفت‌های کمتر، لغو مزایا یا مرخصی بدون حقوق مواجه شده‌اند. این وضعیت نه تنها نظم اقتصادی داخلی امارات را تحت فشار قرار داده، بلکه پیامدهای مستقیمی را بر زنجیره تأمین خدمات گردشگری خواهد داشت؛ زیرا کاهش نیروی انسانی ماهر در کوتاه‌مدت می‌تواند ظرفیت صنعت را برای بازیابی سریع در دوران پساجنگ کاهش دهد.

1. Majestic
2. Tourism Economics

۳. توریسم اکونومیکس یک مؤسسه تحقیقاتی و مشاوره‌ای تخصصی در حوزه گردشگری، سفر و هتلداری است که تحلیل‌ها، پیش‌بینی‌ها و مطالعات اثرات اقتصادی این صنعت را ارائه می‌کند.

4. Oxford Economics

۵. آکسفورد اکونومیکس یک مؤسسه بین‌المللی مشاوره اقتصادی است که در زمینه پیش‌بینی‌های اقتصادی، تحلیل بازارها و ارائه خدمات پژوهشی به شرکت‌ها، دولت‌ها و نهادهای مالی فعالیت می‌کند.



۴. رکوذاقتصاد گردشگری ترکیه در پی شوک تقاضا و کاهش گردشگران ورودی

ترکیه در دهه اخیر صنعت گردشگری خود را به یکی از ستون‌های اصلی اقتصادش تبدیل کرده و همین موضوع باعث شده هر تنش منطقه‌ای برای این کشور پیامدهای قابل توجهی ایجاد کند. ترکیه در سال ۲۰۲۵ با ثبت حدود ۶۴ میلیون گردشگر ورودی و درآمدی نزدیک به ۵۶ میلیارد یورو موفق شد جایگاه چهارمین مقصد مهم گردشگری جهان را تثبیت کند [۷]؛ جایگاهی که حتی باعث شد از کشورهایمانند ایتالیا پیشی بگیرد و پس از فرانسه، اسپانیا و آمریکا قرار بگیرد. این رشد شتاب‌دار در حالی رخ داده که سهم گردشگری از تولید ناخالص داخلی ترکیه هم به حدود ۱۲ تا ۱۴ درصد رسیده و یکی از منابع اصلی ارزآوری و اشتغال این کشور محسوب می‌شود [۱۰]؛ به طوری که تقریباً از هر ۱۰ شغل جدید در ترکیه، یکی مرتبط با گردشگری و خدمات جانبی آن است [۱۰].

در میان ملیت‌های مختلفی که به ترکیه سفر می‌کنند، سهم مسافران ایرانی جایگاه مهمی دارد. داده‌های مرکز آمار ترکیه نشان می‌دهد در سال‌های اخیر به طور میانگین سالی حدود ۳/۳ میلیون گردشگر ایرانی وارد این کشور می‌شوند؛ عددی که نزدیک ۵ درصد کل ورودی‌ها را تشکیل داده و در مقایسه با آمار ایران قابل توجه است، زیرا نزدیک به نصف کل گردشگران ورودی ایران در ۱۴۰۴ محسوب می‌شود و حتی با کل گردشگران ورودی ایران در سال ۱۴۰۳ برابری می‌کند [۱۳]. این موضوع نشان می‌دهد که تحولات مؤثر بر گردشگری خروجی ایران می‌تواند مستقیماً حجم قابل توجهی از تقاضای سفر به ترکیه را تغییر دهد. نکته حائز اهمیت این است که الگوی جغرافیایی مقصد گردشگران و مسافران ایرانی به ترکیه، کاملاً متمرکز بوده و همین تمرکز تأثیر اقتصادی سفرهای ایرانی‌ها را در برخی استان‌های مرزی ترکیه بسیار بزرگ‌تر از سهم ملی آنها کرده است.

در واقع شهرهایی مانند وان، آغری، حکاری، قارص، ارزروم و غازی‌آنتیپ^۱ به طور قابل توجهی از حضور گردشگران ایرانی منتفع بوده‌اند. بررسی‌های اتاق بازرگانی وان^۲ نشان می‌دهد در برخی ماه‌های سال تا ۴۵ درصد فروش مراکز خرید این شهر وابسته به مسافران ایرانی است و در حوزه اقامت هم در فصول اوج سفر، بیش از ۶۰ درصد ظرفیت هتل‌ها توسط ایرانی‌ها پر می‌شود [۱۰]. حتی براساس گزارش اتحادیه هتل‌داران شرق ترکیه، در سال ۲۰۲۴ حدود یک سوم اشتغال مستقیم بخش گردشگری در این شهرها توسط تقاضای سفر ایرانی‌ها پشتیبانی شده است. همین وابستگی باعث شده که با آغاز جنگ تحمیلی سوم علیه ایران، لغو گسترده سفرهای جمعی (تور) و کاهش ورودی گردشگران ایرانی بلافاصله در آمارهای رزرو هتل‌ها و درآمد کسب و کارهای محلی انعکاس پیدا کند. بسیاری از هتل‌های شهرهای وان و قارص گزارش داده‌اند که تنها طی چند روز، نرخ رزروها تا ۷۰ درصد کاهش یافته و بخشی از واحدهای اقامتی عملاً خالی مانده‌اند [۱۰].

از طرف دیگر، اهمیت بازارهای اروپایی برای ترکیه هم بسیار زیاد است. آلمان به عنوان دومین مبدأ اصلی گردشگران ورودی به ترکیه با حدود ۶ میلیون مسافر در سال ۲۰۲۵ نقش کلیدی در ثبات درآمدهای گردشگری ترکیه دارد [۹]. هشدار اخیر وزارت خارجه آلمان درباره خودداری از سفرهای غیر ضروری به مناطق مرزی با ایران، عراق و سوریه، باعث کاهش ورود گردشگران آلمانی به ترکیه شده است. تجارب مشابه در سال‌های ۲۰۱۵ تا ۲۰۱۷ نشان می‌دهد که پس از صدور هشدارهای مشابه، ترکیه در بعضی بازارها تا ۱۵ درصد افت سفر را تجربه کرده بود. کاهش حتی ۵ تا ۷ درصدی سفر اروپایی‌ها در سال ۲۰۲۶ می‌تواند معادل ۱ تا ۲ میلیارد یورو کاهش درآمد گردشگری باشد، آن هم در شرایطی که ترکیه به شدت به ارز حاصل از گردشگری وابسته است [۳].

در صورت ادامه دار بودن وضعیت فعلی، پیش‌بینی‌ها حاکی از آن است که ترکیه در سال ۲۰۲۶ با افتی بین ۸۰۰ هزار تا ۱/۵ میلیون نفر در ورودی گردشگران منطقه‌ای مواجه خواهد شد. اگر این کاهش هم‌زمان با احتیاط بیشتر بازارهای اروپایی باشد، احتمال

1. Van, Ağrı (Agri), Hakkari, Kars, Erzurum, Gaziantep
2. Van Chamber of Commerce and Industry



دارد در آمد گردشگری ترکیه بین ۳ تا ۵ میلیارد یورو کمتر از سناریوی معمول رشد این کشور باشد [۹]. این آثار به خصوص در ماه‌های نخست پس از تشدید تنش‌ها محسوس‌تر خواهد بود، زیرا گردشگری بیش از سایر بخش‌ها به «ادراک امنیت سفر» حساس است و حتی پس از بازگشت ثبات هم معمولاً چند ماه طول می‌کشد تا بازار بازاریابی شود... باید دقت نمود، این موضوع احتمالاً بر کاهش تعداد بازدیدکنندگان از جاذبه‌های گردشگری از جمله مراکز تفریحی و حتی موزه‌ها نیز تاثیر گذار خواهد بود.

در مجموع، آنچه اکنون دیده می‌شود صرفاً یک افت موقت در آمار تقاضای خدمات و تأسیسات گردشگری ترکیه نیست؛ بلکه نشانه‌ای از میزان حساسیت مستقیم صنعت گردشگری ترکیه به امنیت منطقه‌ای به‌ویژه وضعیت ایران است. اقتصادی که بخشی از موتور رشد آن بر پایه گردشگری بنا شده، در برابر کوچک‌ترین تنش در پیرامون خود واکنش‌پذیری بالایی دارد و همین موضوع می‌تواند مسیر سال ۲۰۲۶ را برای این کشور پیچیده‌تر کند؛ به‌ویژه اگر هشدارهای سفر کشورهای اروپایی ادامه پیدا کند یا موج لغو سفرها گسترده‌تر شود.

۵. جمع‌بندی و نتیجه‌گیری



آنچه در این گزارش بررسی شد، به‌روشنی مؤید آن است که پیامدهای مخرب اقتصادی حاصل از هرگونه تهاجم نظامی علیه ایران، هرگز به منافع اقتصادی ایران محدود و محصور نخواهند ماند بلکه به‌طور مستقیم ثبات و منافع اقتصادی کل کشورهای منطقه را تهدید می‌کند. کشورهای حاشیه خلیج فارس که با میزبانی از پایگاه‌های نظامی آمریکا و استقرار نظامیان آمریکایی، ناگزیر خود را در کانون بحران قرار داده‌اند، اعتبار و تصویر بین‌المللی خود را به‌عنوان مقاصد امن و باثبات در ذهن گردشگران و سرمایه‌گذاران جهانی به‌شدت مخدوش ساخته‌اند. این استقرار نظامی، با تبدیل کردن جغرافیای گردشگری این کشورها به جغرافیای تنش و جنگ نظامی، پیامدهای عینی و مخربی همچون ریزش بی‌سابقه آمار گردشگران ورودی و لغو زنجیره‌ای کلان‌رویدادهای گردشگری محور را به دنبال داشته؛ فرایندی که به‌طور مستقیم شریان‌های اقتصادی کسب‌وکارها را مسدود کرده و زنجیره ارزش تأسیسات گردشگری این کشورها را بار کود مواجه کرده است. از این رو، تضعیف چشمگیر منافع اقتصادی این کشورها صرفاً یک رکود گذرا نیست، بلکه چالشی وجودی برای راهبردهای کلان و بلندمدت توسعه‌ای آنها در حوزه گردشگری است که می‌تواند برای مدت قابل توجهی سرمایه‌گذاری‌های سنگین این کشورها برای تبدیل شدن به قطب‌های جهانی گردشگری را با بن‌بستی جبران‌ناپذیر مواجه کند.

۶. پیشنهادها

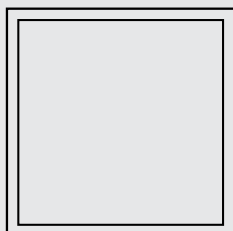


براساس پیامدهای گسترده‌ای که تنش‌ها و درگیری‌های نظامی برای اقتصاد گردشگری منطقه به همراه دارد، ضرورت دارد نهادهای مسئول در حوزه روابط فرهنگی و ارتباطات میان‌کشوری، مانند وزارت امور خارجه، سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی با همکاری سازمان صدا و سیما و استفاده از ظرفیت فعالان رسانه‌ای مردمی، نقش فعالی در تبیین آثار چنین بحران‌هایی داشته و با ارائه تحلیل‌های مستند و مبتنی بر داده‌های گزارش مذکور، توجه دولت‌ها، جوامع و فعالان اقتصادی و مدنی کشورهای منطقه را به هزینه‌های واقعی بی‌ثباتی ناشی از جنگ‌افروزی‌های آمریکا و در پی آن تأثیرات ادراکی سایه ناامنی بر منطقه جلب کند.



- [1] <https://www.e-unwto.org/pb-assets/unwto/Brief.../>
- [2]: Tourism, Security and Safety: From Theory to Practice-Abraham.Pizam
- [3] <https://traveltrade.today/tourism-news/turkey-tourism/uae-turkey-jordan-qatar-bahrain-kuwait-lead-middle-east-in-heightened-travel-concerns/>
- [4] <https://www.travelandtourworld.com/news/article/qatars-tourism-crisis-as-surg-ing-costs-and-the-iran-conflict-are-shaking-travel-across-the-gcc/>
- [5]: <https://www.reuters.com/world/asia-pacific/australian-airline-qantas-shares-fall-more-than-10-us-iran-conflict-2026-03-01/>
- [6] <https://parsi.euronews.com/travel/2026/03/04/trips-are-pretty-much-on-hold-iran-war-risks-40-billion-loss-in-middle-east-visitor-spendi>
- [7] <https://skift.com/2026/04/28/bahrain-gives-travel-a-grace-period-on-fees/>
- [8] : <https://www.mediaoffice.ae/en/news/2026/may/04-05/dubai-international-dxb>
- [9] : <https://www.kojaro.com/news/308764-dubai-tourism-war-status/>
- [10] <https://www.thetraveler.org/bahrain-and-regional-rivals-pivot-as-iran-war-reshapes-tourism/>

عنوان: پیامدهای ناامنی منطقه‌ای حاصل از جنگ رمضان بر گردشگری کشورهای منطقه



DOI: [10.22034/report.mrc.2025.1404.33.10.21632](https://doi.org/10.22034/report.mrc.2025.1404.33.10.21632)

Permanent Link: report.mrc.ir/article

Publisher : Islamic Parliament Research Center of Iran

گزیده سیاستی

بررسی وضعیت اقتصاد گردشگری در منطقه نشان می‌دهد که هر گونه تنش یا درگیری نظامی با ایران نه تنها به صنعت گردشگری کشور خود آسیب می‌رساند، بلکه منافع اقتصادی صنعت گردشگری در تمام کشورهای همسایه را نیز تحت‌تأثیر قرار داده و منجر به زیان‌های جدی برای آن‌ها می‌شود.



مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی

تهران، خیابان پاسداران، روبروی پارک نیاوران (ضلع جنوبی، پلاک ۸۰۲)

تلفن: ۷۵۱۸۳۰۰۰ صندوق پستی: ۱۵۸۷۵-۵۸۵۵ پست الکترونیک: mrc@majles.ir

وبسایت: rc.majles.ir