

بررسی اجمالی وضعیت صنعت جهانگردی کشور

کد موضوعی: ۲۷۰

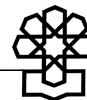
شماره مسلسل: ۱۰۰۰۲

آذر ماه ۱۳۸۸

به نام خدا

فهرست مطالب

۱	چکیده
۱	مقدمه
۲	۱. پراکنش ورودی‌ها و درآمدهای جهانگردی در جهان
۳	۲. جایگاه و سهم ایران از صنعت جهانگردی
۵	۳. ساختار سازمانی و تشکیلات صنعت جهانگردی کشور
۷	۴. امکانات تأسیسات اقامتگاهی
۷	۵. تأسیسات پذیرایی بین‌راهی
۷	۶. دفاتر خدمات مسافرتی و جهانگردی
۸	۷. وضعیت نیروی انسانی و آموزش گردشگری در کشور
۹	۸. چالش‌های توسعه جهانگردی در کشور
۱۴	۹. راهبردهای مقابله با چالش‌ها
۱۶	پروژه‌های پیشنهادی
۱۷	منابع و مأخذ



بررسی اجمالی وضعیت صنعت جهانگردی کشور

چکیده

صنعت جهانگردی به‌عنوان یکی از مهمترین فعالیتهای اقتصادی جهان به‌طور متوسط ۱۰ درصد تولید ناخالص داخلی و ۱۰ درصد اشتغال جهان را به‌خود اختصاص داده است و برای برخی از کشورها به‌عنوان مهم‌ترین فعالیت اقتصادی ارزآور محسوب می‌شود.

از سال ۱۹۵۰ تا ۲۰۰۷ تعداد جهانگردان بین‌الملل از ۲۵ میلیون به ۹۰۳ میلیون نفر افزایش یافته و درآمد ناشی از این فعالیت مهم ۸۵۶ میلیارد دلار رسیده است.

سهم ایران در ورودی‌های جهانگردی طی سال‌های اخیر نسبت به سال‌های قبل تغییری نکرده و در حال حاضر تنها ۰/۲۴ درصد ورودی‌های جهانگردی جهان را به‌خود اختصاص داده است.

به بیان دیگر کشور ایران با داشتن زمینه‌های مساعد کمتر از $\frac{1}{4}$ هند، $\frac{1}{10}$ ترکیه، $\frac{1}{5}$ عربستان و

$\frac{1}{5}$ امارات متحده عربی جهانگرد خارجی جذب می‌کند.

عوامل متعددی در عدم توسعه جهانگردی در ایران تأثیرگذار هستند که می‌توان آنها را به عوامل داخلی و عوامل بیرونی تقسیم‌بندی کرد. ضعف‌ها و موانع داخلی و تهدیدها و موانع بیرونی دست به دست هم داده و جهانگردی ایران را به‌رغم داشتن استعدادهای بالقوه بسیار بالا و منابع غنی به سمت انحطاط سوق داده‌اند.

اتخاذ روش‌های مدیریتی کارآمد و علمی و توجه به آسیب‌شناسی توسعه‌نیافتگی جهانگردی در ایران، اصلاح ساختار سازمانی و نظام مدیریتی و تدوین برنامه‌های راهبردی می‌تواند زمینه را برای توسعه جهانگردی کشور فراهم کند.

مقدمه

در طی نیم قرن گذشته صنعت جهانگردی روند رشد شتابان و پایداری را پشت سر گذاشته است و با ارائه خدمات و فعالیتهای گوناگون به یکی از بزرگترین و سریع‌الرشدترین بخش‌های اقتصادی جهان تبدیل شده است. درحال حاضر این فعالیت مهم اقتصادی یکی از بخش‌های مهم بازرگانی جهان محسوب می‌شود و درآمد ناشی از آن رتبه چهارم بعد از درآمد فراورده‌های نفتی، مواد



شیمیایی و صنعت اتومبیل‌سازی را به خود اختصاص داده است.

به‌طور متوسط تقریباً ۱۰ درصد تولید ناخالص داخلی و ۱۰ درصد اشتغال جهان در صنعت جهانگردی متمرکز است و در برخی از کشورهای در حال توسعه و کمتر توسعه‌یافته این صنعت به‌عنوان مهمترین منبع درآمد ارزی محسوب می‌شود.

از سال ۱۹۵۰ تا ۲۰۰۷ تعداد جهانگردان بین‌الملل از ۲۵ میلیون نفر به ۹۰۳ میلیون نفر افزایش یافته است. در سال ۲۰۰۷ میزان درآمد ناشی از ورودی‌های جهانگردی و حمل‌ونقل به بیش از یک تریلیون دلار آمریکا رسید که ۸۵۶ میلیارد دلار آن سهم صنعت جهانگردی بوده است.

در حالی که در سال ۱۹۵۰ پانزده مقصد بزرگ جهان ۹۸ درصد از ورودی‌های بین‌الملل را جذب کرده بودند این سهم در سال ۲۰۰۷ به ۵۷ درصد کاهش یافته است. این امر بیانگر رقابت شدید در صنعت جهانگردی و ظهور مقصدهای جدیدی است که به دنبال سهم‌خواهی از درآمدهای فزاینده این فعالیت بزرگ اقتصادی هستند.

با این وصف سهم ایران از درآمدهای جهانگردان بین‌الملل در مقایسه با کشورهای همجوار آن‌گونه که باید باشد، نیست. از نظر ورودی‌ها با توجه به آخرین آمار در سال ۱۳۸۷ تنها ۲,۲۰۰,۰۰۰ نفر جهانگرد خارجی وارد ایران شده‌اند که حدود ۰/۲۴ درصد از ورودی‌های جهان را به‌خود اختصاص داده که تقریباً رتبه هشتم را در جهان دارد. این سهم از سال ۱۹۷۰ تا سال ۲۰۰۷ دارای نوساناتی بوده که در سال‌های اخیر نسبت به سال‌های میانه دوره کاهش جدی را نشان می‌دهد.

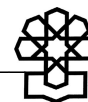
این روند نوسان و کاهش سهم ورودی‌ها نشان‌دهنده فقدان راهبردهای توسعه جهانگردی در بلندمدت و مشکل در مدیریت این صنعت است. در ادامه گزارش ضمن بررسی وضعیت جهانگردی ایران و جهان از نظر ورودی‌ها و درآمدها به موانع و چالش‌های توسعه جهانگردی در کشور نیز پرداخته و در نهایت راهکارهایی برای توسعه جهانگردی در ایران ارائه شده است.

۱. پراکنش ورودی‌ها و درآمدهای جهانگردی در جهان

سازمان جهانی جهانگردی برای ارائه آمار دقیق و سیاست‌های مشورتی در زمینه سیاست‌های توسعه دنیا را به پنج منطقه اصلی تقسیم کرده است که هر منطقه یا بازار به زیربخش‌های کوچکتری تقسیم شده است.

براساس آمار منتشره در سال ۲۰۰۷ کل جهانگردان دنیا ۹۰۳ میلیون نفر بوده و میزان درآمد ناشی از آن به ۸۵۶ میلیارد دلار رسیده است.

جدول ۱ تعداد جهانگردان و میزان درآمد مناطق پنجگانه و زیر مناطق را نشان می‌دهد.



جدول ۱. تعداد ورودی‌ها و میزان درآمد جهانگردی جهان در سال ۲۰۰۷ به تفکیک بازارها

ردیف	نام منطقه	تعداد ورودی به میلیون نفر	سهم به %	میزان در آمد به میلیارد دلار	سهم به درصد
۱	اروپا	۴۸۴/۹	۵۳/۷	۴۳۴/۴	۵۰/۶
	شمال اروپا	۵۸/۱	۶/۴	۶۹/۸	۸/۱
	اروپای غربی	۱۵۴/۹	۱۷/۱	۱۴۹/۵	۱۷/۲
	اروپای شرقی و مرکزی	۹۵/۶	۱۰/۶	۴۸/۳	۵/۶
	اروپای جنوبی و مدیترانه	۱۷۶/۲	۱۹/۵	۱۶۶/۴	۱۹/۴
۲	آسیا و اقیانوسیه	۱۸۴/۲	۲۰/۴	۱۸۳/۹	۲۲/۱
	شمال شرق آسیا	۱۰۴/۲	۱۱/۵	۸۳/۷	۱۰/۴
	جنوب شرق آسیا	۵۹/۶	۶/۶	۵۴	۶/۳
	اقیانوسیه	۱۰/۷	۱/۲	۳۲/۱	۳/۸
	جنوب آسیا	۹/۸	۱/۱	۱۳/۷	۱/۶
۳	آمریکا	۱۴۲/۵	۱۵/۸	۱۷۱/۳	۲۰
	آمریکای شمالی	۹۵/۳	۱۰/۶	۱۲۵/۱	۱۴/۶
	کارائیب	۱۹/۵	۲/۲	۲۲/۸	۲/۶
	آمریکای مرکزی	۷/۷	۰/۹	۶/۳	۰/۷
	آمریکای جنوبی	۱۹/۹	۲/۲	۱۷/۱	۲
۴	آفریقا	۴۴/۳	۴/۹	۲۸/۳	۳/۳
	آفریقای صحرا	۲۸/۰	۳/۱	۱۷/۹	۲/۱
	آفریقای شمالی	۱۶/۳	۱/۸	۱۰/۳	۱/۲
۵	خاورمیانه	۴۷/۴	۵/۲	۳۴/۲	۴
۶	جهان	۹۰۳	۱۰۰	۸۵۶	۱۰۰

۲. جایگاه و سهم ایران از صنعت جهانگردی

کشور ایران از نظر تقسیمات جهانی جزء زیرمجموعه منطقه جنوب آسیا و اقیانوسیه قرار دارد. این بخش از بازار جهانگردی آسیا و اقیانوسیه با کل ورودی ۹,۸۰۰,۰۰۰ نفر گردشگر با سهم ۱/۱ درصد در سال ۲۰۰۷ ضعیف‌ترین مقصد جهانگردی دنیا بوده است و از نظر درآمد نیز با ۱۳/۴ میلیارد دلار اندکی بالاتر از شمال آفریقا قرار گرفته است.

کشورهای جنوب آسیا شامل: ایران، هند، بنگلادش، بوتان، پاکستان، سریلانکا، افغانستان، مالدیو، نپال هستند. کشور هند حدود ۵۰ درصد ورودی‌ها و ۸۰ درصد درآمد جهانگردی این بازار را به خود اختصاص داده است.

جدول ۲ بررسی مقایسه‌ای ایران و کشورهای جنوب آسیا را از ۱۹۹۰ تا ۲۰۰۷ نشان می‌دهد.



جدول ۲. بررسی مقایسه‌ای ایران و کشورهای جنوب آسیا را از ۱۹۹۰ تا ۲۰۰۷

(تعداد ورودی به هزار نفر)

نام کشور	۱۹۹۰	۱۹۹۵	۲۰۰۰	۲۰۰۴	۲۰۰۵	۲۰۰۷
ایران*	۱۵۴	۴۸۹	۱۳۴۲	۱۶۵۹	—	۲۲۰۰
بنگلادش	۱۱۵	۱۵۶	۱۹۹	۲۷۱	—	—
بوتان	۲	۵	۸	۹	—	—
هند	۱۷۰۷	۲۱۲۴	۲۶۴۹	۳۴۵۷	۳۹۱۹	۴۹۷۷
مالدیو	۱۹۵	۳۱۵	۴۶۷	۶۱۷	۳۹۵	۶۷۶
نپال	۲۵۵	۳۶۳	۴۶۴	۳۸۵	—	—
پاکستان	۴۲۴	۳۷۸	۵۵۷	۶۴۸	—	—
سریلانکا	۲۹۸	۴۰۲	۴۰۰	۵۶۶	—	—

* آمار ورودی‌های جهانگردی کل اتباع بیگانه ورودی به ایران است که از نیروی انتظامی گرفته شده است و سازمان جهانگردی ایران فاقد سیستم آماری است. براساس نظرات کارشناسی جهانگردان ورودی به ایران کمتر از ۵۰۰ هزار نفر است.

جدول ۳. بررسی تطبیقی ایران با کشورهای حوزه خلیج فارس و کشور ترکیه

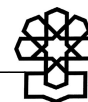
(تعداد ورودی به هزار نفر)

نام کشور	۱۹۹۰	۱۹۹۵	۲۰۰۰	۲۰۰۳	۲۰۰۶	۲۰۰۷
بحرین	۱۳۷۶	۱۳۶۹	۲۴۲۰	۳۵۱۴	۴۵۱۹	—
کویت	۱۵	۷۲	۷۸	۹۱	—	—
عمان	۱۴۹	۲۹۷	۵۷۱	۱۱۹۵	—	—
قطر	۱۳۶	۳۰۹	۳۷۸	۷۳۲	۹۶۴	۹۶۹
عربستان سعودی	۲۲۰۹	۳۳۲۵	۶۵۸۵	۸۵۷۹	۸۶۲۰	۱۱۵۳۶
امارات متحده عربی	۹۷۳	۲۳۱۵	۳۹۰۷	۷۱۲۶	—	—
یمن	۵۲	۶۱	۷۳	۱۷۴	۳۳۶	۳۷۹
ترکیه	۴۷۹۹	۷۰۸۳	۹۵۸۶	۱۳۳۴۱	۲۰۲۷۳	۲۲۲۴۸

کشور ایران با داشتن منابع و استعدادهای گوناگون طبیعی و فرهنگی کمتر از ۰/۲۴ درصد از کل ورودی‌های جهان را به خود اختصاص داده است که در مقایسه با منابع گردشگری موجود و حجم تقاضای جهانگردی جهان بسیار تأسفبار است.

کشور ایران کمتر از $\frac{1}{2}$ هند، $\frac{1}{10}$ ترکیه، $\frac{1}{5}$ عربستان و $\frac{1}{5}$ امارات متحده عربی در دنیا جهانگرد

جذب می‌کند.



جدول ۴. بررسی مقایسه‌ای سهم گردشگری بین‌الملل ایران از ۱۹۷۰ تا ۲۰۰۷ (به هزار نفر)

نام کشور	۱۹۷۰	۱۹۸۰	۱۹۹۰	۲۰۰۰	۲۰۰۲	۲۰۰۴	۲۰۰۷
جهان	۱۶۵۸۰۰	۲۷۸۱۰۰	۴۳۹۵۰۰	۶۸۷۰۰۰	۷۰۷۰۰۰	۷۶۵۱۰۰	۹۰۳۰۰۰
ایران	۲۴۱/۲	۱۵۳/۶	۱۶۲	۱۳۴۱	۱۵۸۵	۱۶۵۹	۲۲۰۰
سهم ایران به درصد	۰/۱۵	۰/۰۵	۰/۳۷	۰/۲۰	۰/۲۲	۰/۲۲	۰/۲۴

۳. ساختار سازمانی و تشکیلات صنعت جهانگردی کشور

متولی اصلی صنعت جهانگردی کشور سازمان میراث فرهنگی و گردشگری کشور است. این سازمان در سال ۱۳۸۳ با ادغام سازمان میراث فرهنگی، جهانگردی و صنایع دستی شکل گرفت. قرار بود بعد از ادغام اساسنامه و آیین‌نامه تشکیلاتی تدوین شود که تاکنون چنین اتفاقی رخ نداده است.

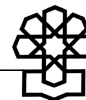
مسئولیت اصلی بخش گردشگری سازمان برعهده دو معاونت باعنوان معاونت گردشگری و معاونت طرح‌های سرمایه‌گذاری و دو شرکت در زمینه توسعه ایرانگردی و جهانگردی است.

با توجه به بین‌بخشی بودن فعالیت‌های جهانگردی، دستگاه‌های دیگری به‌طور مستقیم و غیرمستقیم درگیر فعالیت‌های صنعت جهانگردی هستند که قوانین و مقررات حقوقی و قانونی برخی از آنها اثر قابل توجهی بر توسعه صنعت جهانگردی دارد. به‌نظر می‌رسد بهترین وظیفه سازمان هماهنگی بین دستگاهی برای توسعه فعالیت‌های جهانگردی باشد که این مهم نیاز به جایگاه سازمانی بالا، مدیریتی کارآمد و با نفوذ و قدرت کارآیی دارد.

بعد از سال‌های ۱۳۷۹ تاکنون سازمان آمارهای جهانگردی را ارائه نکرده است. بقیه مسائل و مشکلات بخش نیز عمدتاً به‌دلیل عدم قدرت هماهنگی بین‌سازمانی رها شده و آن‌طور که لازم است توجهی به آنها نشده است.

اطلاعات موجود بیانگر این مهم است که حدود ۲۵ دستگاه دولتی و عمومی به‌طور مستقیم و غیرمستقیم درگیر فعالیت‌های جهانگردی بوده و در سرنوشت توسعه جهانگردی کشور دخیل هستند. از طرف دیگر برای راه‌اندازی یک بنگاه کوچک گردشگری متقاضی سرمایه‌گذاری حداقل باید به ۱۴ دستگاه مختلف مراجعه کند^۱ که اخذ مجوز و موافقت هر کدام از این دستگاه‌ها از مهمترین معضلات برای تأسیس بنگاه‌های خدمات گردشگری است.

۱. سازمان میراث فرهنگی و گردشگری، سازمان محیط زیست، سازمان منابع طبیعی، نیروی انتظامی، بخش‌داری یا فرمانداری محلی، بهداشت و درمان، سازمان مسکن و شهرسازی، اداره کل راه و ترابری سازمان امور آب، شرکت برق منطقه‌ای، شرکت مخابرات، شرکت گاز و بانک‌ها.



۴. امکانات تأسیسات اقامتگاهی

۴-۱. هتل

براساس آخرین آمار (سال ۱۳۸۶) حدود ۷۸۰ واحد اقامتگاهی هتل در کشور با درجات ۱ تا ۵ ستاره وجود دارد که در مجموع دارای تعداد ۳۲۹۲۲ اتاق و تعداد ۷۲۷۶۸ تخت هستند. که از این تعداد تنها ۱۴ واحد ۵ ستاره، ۳۵ واحد ۴ ستاره و ۱۰۴ واحد ۳ ستاره و بقیه ۲ و ۱ ستاره هستند. از نظر مالکیت ۱۰۰ درصد هتل‌های ۵ ستاره و ۵۶ درصد هتل‌های ۴ ستاره و ۳۰ درصد هتل‌های سه ستاره متعلق به دستگاه‌های دولتی و نیمه‌دولتی است. که در این زمینه بخش خصوصی برای ادامه حیات و بقای خود مجبور به رقابت نابرابر با مؤسسات دولتی مالک تأسیسات اقامتگاهی هستند.

۴-۲. هتل آپارتمان

براساس آمار سازمان ۳۷۹ واحد هتل آپارتمان در کشور وجود دارد.

۴-۳. مهمانپذیر

تعداد مهمانپذیرهای کشور ۱۴۹۳ واحد هست که دارای ۲۶۹۸۱ اتاق با ظرفیت ۷۲۳۱۶ تخت است.

۵. تأسیسات پذیرایی بین‌راهی

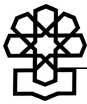
تأسیسات پذیرایی بین‌راهی تأسیساتی هستند که تحت نظارت سازمان میراث فرهنگی و گردشگری اداره می‌شوند. براساس آمار دریافتی از سازمان حدود ۲۰۳۳ واحد پذیرایی بین‌راهی در کشور ثبت شده است که در مسیر شبکه‌های ارتباطی کشور به مسافران و گردشگران خدمات ارائه می‌دهند.

۶. دفاتر خدمات مسافرتی و جهانگردی

در حال حاضر سه نوع دفاتر خدمات مسافرتی و جهانگردی در کشور داریم:

۶-۱. دارندگان مجوز بند «الف»

تنظیم برنامه مسافرت‌های هوایی به‌طور مستقیم و غیرمستقیم به‌منظور فروش بلیت مسافرت‌های



هوایی، ذخیره جا، با رعایت قوانین و مقررات و دستورالعمل‌های سازمان (با مجوز سازمان هواپیمایی کشور).

۲-۶. دارندگان مجوز بند «ب»

انجام خدمات مربوط به برنامه‌ریزی، فروش و اجرای تورهای مسافرتی داخلی و خارجی، اخذ ویزا، ذخیره جا، (با مجوز سازمان میراث فرهنگی و گردشگری).

۳-۶. دارندگان مجوز بند «پ»

انجام خدمات مربوط به سفرهای زیارتی با نظارت و اخذ مجوز از سازمان حج و زیارت. براساس آمار ارائه شده از سازمان در حال حاضر حدود ۲۴۰۰ دفتر دارای مجوز در زمینه‌های مختلف مشغول فعالیت هستند که برخی از آنها غیرفعال محسوب می‌شوند. اگر دفتری بخواهد هر سه مجوز را داشته باشد، باید برای هر فعالیت مجوز جداگانه‌ای از سازمان مربوطه دریافت کند که این علاوه بر مواردی است که برای راه‌اندازی یک بنگاه فعالیت خدمات گردشگری لازم است.

۷. وضعیت نیروی انسانی و آموزش گردشگری در کشور

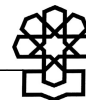
به دلیل نبود نظام آماری جامع، منسجم و قابل اطمینان در سطح کشور متأسفانه تصویری از وضعیت موجود شاغلین بخش گردشگری وجود ندارد. اما به طور کلی شاغلین بخش گردشگری را می‌توان به سه گروه اصلی طبقه‌بندی کرد.

– نیروهای عملیاتی و اصطلاحاً صف که مستقیماً به ارائه محصولات گردشگری به بازدیدکنندگان اشتغال دارند.

– نیروهای کارشناسی که بیشتر به ارائه مشاوره انجام تحقیقات آموزش و برنامه‌ریزی می‌پردازند.

– مدیران ارشد و میانی که بیشتر به سیاستگذاری و امور ستادی اشتغال دارند. به طور معمول ۷۵ درصد شاغلین گردشگری به امور صف و ۲۵ درصد باقیمانده و به امور مدیریتی و کارشناسی اشتغال دارند.

براساس آخرین آمار حدود ۲۵ هزار نفر در تأسیسات اقامتگاهی کشور اشتغال دارند که از این تعداد حدود ۶ هزار نفر آن در واحدهای اقامتی استان تهران شاغل هستند. متأسفانه آمار دقیقی



از شاغلین سایر بخش‌های جهانگردی کشور در سطوح مختلف وجود ندارد. براساس آخرین آمار تا سال ۱۳۸۲، ۵۳۷۵ نفر به‌عنوان نیروی آموزش‌دیده دوره‌های کوتاه‌مدت در بخش جهانگردی کشور وجود داشته است که باید تعداد دانش‌آموختگان و افراد در حال تحصیل در مقاطع کاردانی، کارشناسی ارشد را نیز به آن اضافه کرد. به‌طور کلی اطلاعات موجود در ایران نشان‌دهنده این نکته است که صنعت گردشگری به‌عنوان یک بخش اقتصادی دارای اثر فزاینده نسبتاً بالایی در تولید بوده و قدرت اشتغال‌زایی آن به صورت مستقیم و غیرمستقیم از بسیاری از بخش‌های اقتصادی دیگر بیشتر است.^۱

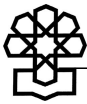
۸. چالش‌های توسعه جهانگردی در کشور

کشور ایران علیرغم داشتن منابع غنی اعم از منابع طبیعی و فرهنگی گردشگری و منابع سرمایه‌ای (شامل تأسیسات زیربنایی و روبناهی گردشگری کشور که در بخش‌های ۱ تا ۴ به آن اشاره شد) جایگاه مناسبی را از نظر ورودی‌ها و درآمدهای جهانگردی ندارد.

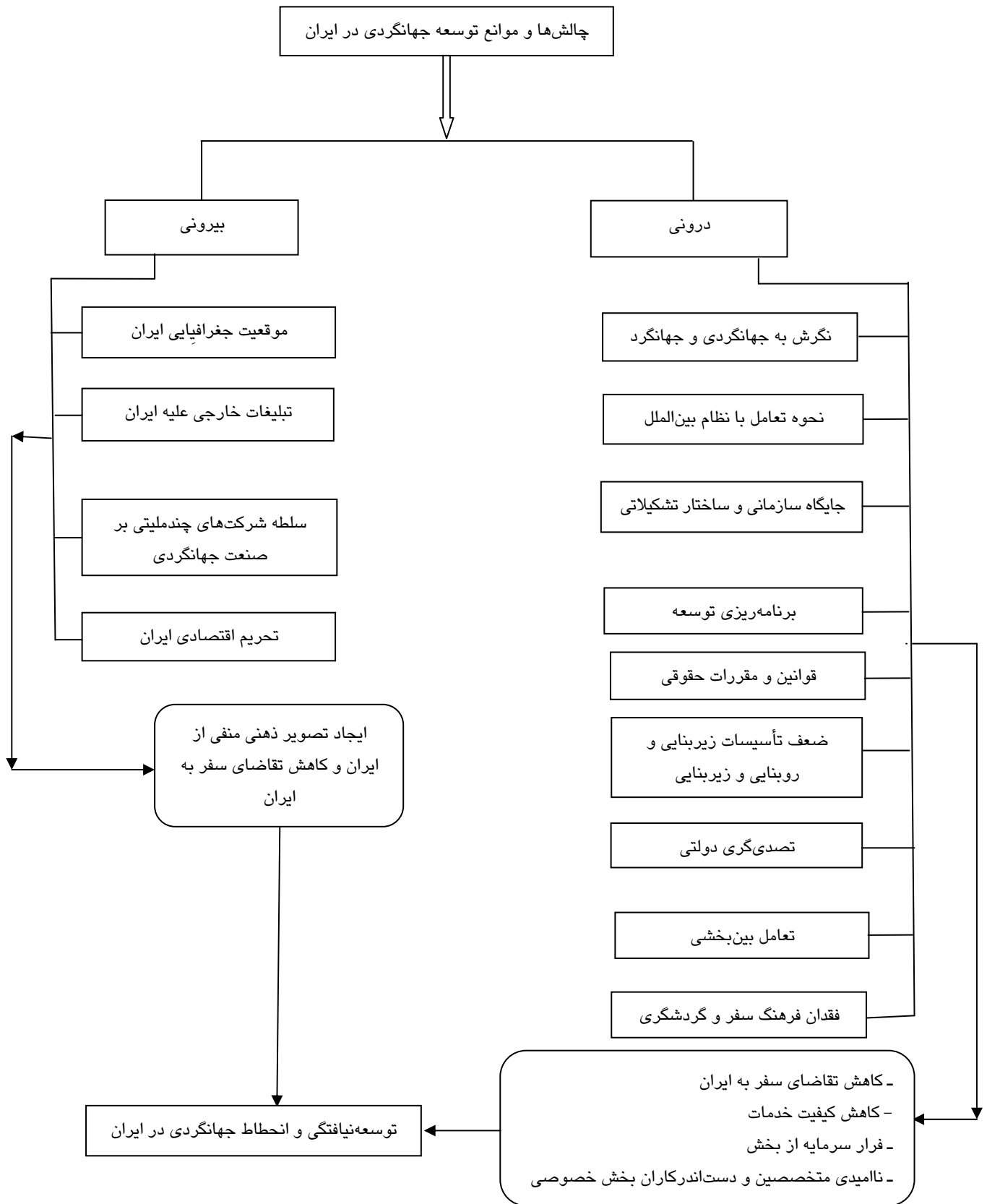
ایران با توجه به تنوع زیستی و طبیعی و گوناگونی قومی و فرهنگی و آثار مادی و معنوی فرهنگی از مطرح‌ترین کشورهای جهان محسوب می‌شود. اما از نظر جهانگردی تقریباً در رتبه هشتم جهان قرار گرفته است. پرسش این است که چرا چنین اتفاقی رخ داده است و چرا علیرغم داشتن قدرت و فرصت‌های ملی و بین‌المللی صنعت جهانگردی نقش‌چندانی در درآمدهای اقتصادی و اشتغال کشور ندارد و چرا نتوانسته‌ایم با توجه با آنچه که توان داریم به جایگاه مناسبی برسیم. برای پاسخ به این سؤال برخی از مهمترین چالش‌ها و موانع را با ارائه راهکارهای کلی مورد بررسی قرار داده‌ایم تا مبنایی برای ارائه راهکارهای توسعه جهانگردی کشور شود. برای سهولت مطالعه چالش‌ها و موانع توسعه را در کشور به دو بخش عمده چالش‌های بیرونی و چالش‌های داخلی تقسیم کرده و به توضیح آنها پرداخته‌ایم.

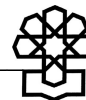
نمودار ۲ چالش‌ها و موانع توسعه‌نیافتگی و انحطاط جهانگردی در کشور را نمایش می‌دهد.

۱. ضریب فزاینده تولید صنعت گردشگری در ایران بعد از صنایع غذایی و ساختمان رتبه سوم را در بین بخش‌های مختلف دارد. همچنین ضریب فزاینده اشتغال این صنعت بعد از بخش‌های کشاورزی، صنایع غذایی و ساختمان رتبه چهارم را به خود اختصاص داده است. سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی کشور: مجموعه اسناد ملی توسعه در برنامه چهارم توسعه، (۱۳۸۵).



نمودار ۲. چالش‌ها و موانع توسعه‌نیافتگی و انحطاط جهانگردی در کشور





۸-۱. چالش‌های بیرونی

موقعیت نسبی ایران در جهان

کشور ایران در یکی از بحرانی‌ترین مناطق جهان قرار گرفته است و با کشورهای همسایه است که به دلیل پایین بودن شاخص‌های اقتصادی، فرهنگی و ثبات سیاسی و امنیتی و دسترسی نمی‌توانند بازار خوبی برای جهانگردی ایران در تعامل باشند. این درحالی است که اولویت بازار هدف هر کشوری در ابتدا همسایگان بلافصل و مجاور آن هستند.

۱. متمرکز بودن قدرت جهانگردی دنیا در دست شرکت‌های بزرگ و فراملیتی اعم از تورگردان‌ها، هتل‌های زنجیره‌ای و شرکت‌های حمل‌ونقل و همگامی آنها با نظام سلطه و عدم توانایی نظام سیاست خارجی ایران با این کشورها. به این نکته باید توجه کرد که منشأ و مبدأ حدود ۷۰ درصد جهانگردان دنیا اروپا و آمریکاست.

۲. ارائه تصویر نادرست و منفی از ایران به جهانیان توسط برخی از رسانه‌های غربی، اثر منفی بر جذب جهانگرد دارد که البته عملکرد برخی دستگاه‌ها و افراد عوامل داخلی در این مورد بی‌تأثیر نبوده است.

۳. تحریم اقتصادی ایران و در نتیجه عدم امکان استفاده از سرمایه‌گذاری‌های شرکت‌های بزرگ هتلداری و تورگردان و حمل‌ونقل هوایی.

۴. عدم تعامل سیاسی بین ایران و کشورهای توسعه‌یافته غربی و به نوعی صف‌آرایی که امکان استفاده از بازارهای اصلی را از ایران گرفته شده است. باید توجه کرد که لازمه توسعه جهانگردی صلح و آرامش سیاسی است.

۸-۲. چالش‌های درونی توسعه جهانگردی کشور

الف) نگرش به جهانگرد و صنعت جهانگردی در نظام فکری کشور

سابقه نگرش و تصور منفی از جهانگرد و جهانگردی در ذهن برخی از دست‌اندرکاران. مانند نگرش به جهانگرد به‌عنوان جاسوس، خوشگذران، عیاش، عامل تهاجم فرهنگی و

• عدم تعریف و تبیین هدف از توسعه جهانگردی: آیا هدف از توسعه جهانگردی توسعه اقتصادی است؟ یا به دنبال اهداف دیگری هستیم؟ آن اهداف کدامند؟ کدام اولویت دارد؟ چرا؟

• عدم تعریف و تبیین جایگاه صنعت جهانگردی در اقتصاد کشور.

در هیچ برنامه توسعه و سیاست‌های کلان به سهم جهانگردی در تولید ناخالص داخلی و تولید ناخالص ملی توجه نشده است. درحالی که برخی از کشورهای درحال توسعه و توسعه‌یافته این سهم را با دقت مشخص کرده و اهداف کمی را نیز اعلام کرده‌اند.



• سلطه دولت و حاکمیت دولتی و قدرت سیاسی بر صنعت جهانگردی کشور و رقابت نابرابر آنها با بخش خصوصی که اغلب بنگاه‌های کوچک را تشکیل می‌دهند.

ب) جایگاه و ساختار سازمان و تشکیلات جهانگردی

• پس از گذشت ۷۵ سال از عمر جهانگردی رسمی در ایران از ۱۳۱۴ هنوز جایگاه باثبات و معناداری برای این بخش در نظر گرفته نشده است و تشکیلات سازمانی منسجمی در این زمینه نداریم. تعدد مراکز تصمیم‌گیری و دولتی بودن این تصمیمات بخش خصوصی را سردرگم کرده است. جالب است بدانید که این سازمان جهانگردی با این سن و سال هنوز مالک رسمی ۱ متر مربع فضا در کشور نیست.

• با توجه به بین‌بخشی بودن فعالیت‌های گردشگری که حدود ۲۵ دستگاه را شامل می‌شود به‌علت ضعف مدیریت و جایگاه، سازمان جهانگردی توانایی تعامل بین‌سازمانی را ندارد و در نتیجه اغلب برنامه‌ها بدون اجرا رها می‌شوند.

• ضعف مدیریتی و اجرایی: تشکیلات جهانگردی ایران بعد از انقلاب هیچگاه مدیر کارآمد به‌خود ندیده است. مدیران غیرمتخصص و ناکارآمد از مهمترین دلایل انحطاط جهانگردی ایران محسوب می‌شوند. این شیوه انتصاب مدیر و عدم آشنایی ابتدایی به موضوع و انتقال اتوبوسی مدیران میانی و کارمندان زهر کشنده فعالیت اقتصادی در کشور محسوب می‌شوند.

ج) مشکلات برنامه‌ریزی توسعه جهانگردی در کشور

در مدیریت جهانگردی کشور برنامه علمی و کارشناسی لازم مشاهده نمی‌شود.

• فقدان برنامه‌ریزی راهبردی در بخش گردشگری کشور یا مبهم بودن برنامه‌های تهیه شده و در دست اجرا.

• فقدان تفکر برنامه‌ریزی نظام‌مند و در نتیجه انجام کارهای بدون برنامه که نتایجی را برای کشور دربر نداشته است. مانند مناطق نمونه گردشگری، روستاهای هدف گردشگری، ۱۰۰۱ مسیر گردشگری و ...

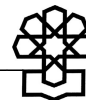
• طرح‌های جامع استانی که در حال حاضر رها شده یا با مشاوران غیرمتخصص و ضعیف برای تهیه آنها قرارداد بسته شده است.

د) مشکلات حقوقی و قوانین و مقررات

• فقدان قانون تشکیلاتی مصوب سازمانی در تشکیلات جدید از سال ۱۳۸۳.

• فقدان قانون توسعه جهانگردی متناسب با نیاز روز.

• عدم کارایی قوانین و آیین‌نامه‌های مصوب دهه ۶۰ و ۷۰ به دلیل تغییر نیازها و سیاست‌ها



• فقدان قانون حقوقی مصوب و مکتوب در ارتباط با حقوق جهانگرد، عرضه‌کننده خدمات جهانگردی مانند هتل، حمل‌ونقل، تور، راهنمایان جهانگردی و

هـ) مشکلات مربوط به تأسیسات جهانگردی

- پایین بودن کیفیت خدمات گردشگری به‌خصوص خدمات هتلی و رستوران و عدم تدوین استاندارد ملی یا کاربرد استانداردهای بین‌المللی،
- پایین بودن سطح آموزشی و علمی شاغلین بخش و عدم اهتمام سازمان در ارائه آموزش‌های کارآمد و استخدام نیروهای متخصص،
- عدم هدایت و مشاوره علمی دولت در سرمایه‌گذاری در بخش و محدود کردن آن به سمینارهای پرهزینه و تبلیغاتی با بزرگنمایی سرمایه‌گذاری خارجی. درحالی‌که این سمینارها کمتر نتیجه‌بخش بوده و منجر به جذب سرمایه خارجی لازم نشده است.

و) عدم توانایی در ایجاد تعامل بین‌بخشی

- به‌لحاظ گستردگی و تنوع فعالیتی صنعت جهانگردی مدیریت سازمان در ایجاد تعامل بین‌بخشی موفقیت‌چندانی نداشته و این مهمترین عامل عقب‌ماندگی و انحطاط جهانگردی بوده است:
- اختلاف با نیروی انتظامی برای اخذ آمار گردشگران ورودی به ایران،
 - اختلاف با وزارت امور خارجه بر سر صدور ویزای برای گردشگران ورودی،
 - اختلاف با سازمان حفاظت محیط زیست برای توسعه طبیعت‌گردی در پارک‌های ملی و مناطق حفاظت شده،
 - اختلاف با سازمان حفاظت محیط زیست و سازمان منابع طبیعی برای توسعه مناطق نمونه گردشگری،
 - اختلاف با مجلس شورای اسلامی در مورد موضع‌گیری‌های رئیس سازمان و عدم پاسخ‌گویی به درخواست‌های نمایندگان،
 - اختلاف با بخش خصوصی و اتحادیه‌ها و انجمن‌های صنفی و علم کردن تشکیلات جدید وابسته به سازمان و دولت و تأسیس دفاتر خدمات مسافرتی توسط سازمان‌ها وابسته به دولت.

ز) سلطه دولت و نهادهای دولتی بر صنعت جهانگردی

سازمان جهانگردی و در کنار آن دستگاه‌های دولتی به‌شدت در حال غرق شدن در امور اجرایی جهانگردی شده‌اند. به‌نحوی که بخش خصوصی توانایی رقابت با آنها را ندارد و در نتیجه روز به روز ناامیدتر می‌شوند. این درحالی است که از برنامه سوم توسعه قرار بوده که در راستای سیاست‌های خصوصی‌سازی جهانگردی با واگذاری واحدهای اقامتی دولتی این کار آغاز شود و هنوز اقدام مؤثری صورت نگرفته است.



ح) مسائل و مشکلات مربوط به فرهنگ سفر

- تبلیغ و تشویق مردم به سفر با شعار و وعده‌های غیرعملی با ایجاد تشکیلاتی مانند ستاد تسهیلات سفر،
- عدم توجه به غنی‌سازی فرهنگ سفر با هدف اثربخشی آن در ایجاد آرامش روانی و فقط تأکید بر حجم سفرها به‌منظور استفاده تبلیغاتی از آن،
- تشویق به سفر بدون فراهم کردن امکانات رفاهی متناسب با شأن انسانی و برنامه‌ریزی هیئتی برای اسکان و در نتیجه سوءاستفاده از حقوق انسانی انسان‌ها.

۹. راهبردهای مقابله با چالش‌ها

۹-۱. مقابله با چالش‌های بیرونی

تعامل سیاسی با نظام جهانگردی بین‌الملل و به‌تبع آن با شرکت‌های فراملیتی جهانگردی با هدف ایجاد تصور ذهنی مثبت از ایران در ذهن جهانیان و فراهم کردن زمینه برای برقراری ارتباط بخش خصوصی با شرکت‌های بزرگ تورگردان و هتلی و ایجاد نمایندگی در چارچوب قانون به‌منظور جذب جهانگردان بین‌المللی.

۹-۲. مقابله با چالش‌های درونی

هدف: اصلاح نگرش به جهانگردی

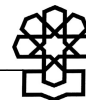
راهکار

۱. رایزنی با سطوح عالی مدیریتی و افراد تأثیرگذار و اطلاع‌رسانی در مورد نقش اقتصادی و فرهنگی مثبت جهانگردی.
۲. درگیر کردن و اخذ مشاوره و راه‌حل از افراد و گروه‌های صاحب نفوذ و دخالت دادن آنها در سیاستگذاری‌های توسعه جهانگردی.

هدف: خصوصی‌سازی صنعت جهانگردی

راهکارها

۱. واگذاری تأسیسات تفریحی - اقامتگاهی - دستگاه‌های دولتی به بخش خصوصی به معنای واقعی،
۲. کاستن از قدرت دولت در تصدی‌گری با کوچک کردن سازمان،
۳. واگذاری اختیارات اجرایی مانند درجه‌بندی، نرخ‌گذاری، آموزش، صدور مجوز، به اتحادیه‌های



- صنفي و تخصصي و نظارت علمي و كارآمد توسط سازمان،
۴. كوچك كردن سازمان با هدف تخصصي كردن آن،
 ۵. حمايت و تشويق سرمايه‌گذاري در توسعه مناطق محروم داراي پتانسيل،
 ۶. حمايت از مشاركت مردمی با فراهم كردن زمينه‌های توسعه تعاونی‌های خدمات گردشگری،
 ۷. واگذاري جاذبه‌ها و منابع گردشگری به تعاونی‌های متشكل از دانش‌آموختگان جهانگردی كه روز به روز بر تعداد آنها افزوده می‌شود.

هدف: برنامه‌ريزی استراتژیک جهانگردی در کشور

راهکارها

۱. تبديل سازمان به سازمان تصميم‌ساز و سياست‌گذار،
۲. توسعه جهانگردی با هدف توسعه پايدار منطقه‌ای و ملی در غالب برنامه‌های زمانی کوتاه، میان و بلندمدت،
۳. تدوين استراتژی بلندمدت بازار جهانگردی کشور با سياست تقسيم بازار و اولويت‌بندی و انتخاب بازار هدف،
۴. تدوين نظام جامع آماری گردشگری برای ارائه آمار درست و كارآمد براساس دستورالعمل سازمان جهانی جهانگردی در سال ۲۰۰۸،
۵. آموزش برنامه‌ريزی جهانگردی با اصول و روش‌های علمی روز و با استفاده از اساتيد متخصص جهانگردی.

هدف: استفاده از جهانگردی برای تنوع‌بخشی به اقتصاد

راهکارها

۱. هدف‌گذاری برای ارتقاء جایگاه جهانگردی در توليد ناخالص داخلی،
۲. ارتقاء جایگاه جهانگردی در توليد شغل،
۳. جذب سرمايه‌های داخلی و خارجی به شكل واقعی،
۴. عملی كردن سياست‌های برنامه‌ای در قالب سند چشم‌انداز،
۵. تدوين استراتژی‌های بازنگری، تنوع‌بخشی و در نهايت ته‌اجمی برای توسعه گردشگری به ترتيب اولويت.



هدف: توسعه فرهنگ گردشگری و سفر در جامعه

راهکارها

۱. تعامل با بزرگان نظام و مراکز علمی و دینی تأثیرگذار برای معرفی جهانگرد به عنوان میهمان و عامل توسعه اقتصادی و منبع کسب درآمد،
۲. آموزش فرهنگ سفر به مردم همراه با کاستن از آسیبها و اثرات منفی آن در جامعه،
۳. زمینه‌سازی و تشویق به استفاده از خدمات و امکانات اقامتی و پذیرایی در سفر به جای خود پذیرایی با اصلاح کیفیت خدمات و نگرش مشتری محور از طریق اتحادیه‌های صنفی،
۴. تشویق و فرهنگ‌سازی سفر در غالب تور به جای سفرهای انفرادی و بی‌برنامه و خود انگیخته،
۵. تولید و پخش برنامه‌ها و فیلم‌های سینمایی در مورد نحوه مسافرت پربازده و کارآمد به جای برنامه‌های سفر بی‌برنامه و بی‌هدف.

پروژه‌های پیشنهادی

- در نهایت پیشنهاد می‌شود تحقیقات زیر برای برون‌رفت از چالش و کنترل روند انحطاط صنعت جهانگردی در ایران انجام شود.
۱. تدوین نظام جامع حقوق جهانگردی در ایران.
 ۲. نقش شرکت‌های چندملیتی تورگردان و هتلی در جهانگردی و نحوه ارتباط ایران با این شرکت‌ها.
 ۳. بررسی راهکارهای توسعه فرهنگ سفر در کشور.
 ۴. تلاش برای طراحی اصول و روش‌های استانداردهای خدمات گردشگری در ایران.
 ۵. تدوین برنامه‌های جامع توسعه جهانگردی در ایران و علل عدم اجرای آنها.
 ۶. تبیین چالش‌ها و موانع سازمانی و مدیریتی توسعه جهانگردی در ایران.
 ۷. ارزیابی وضعیت تخصصی و کیفی نیروی انسانی شاغل در بخش جهانگردی و راهکارهایی برای بهبود کیفیت نیروی انسانی بخش.



منابع و مآخذ

۱. سازمان میراث فرهنگی گردشگری، گزارش آمار تأسیسات جهانگردی (هتل، مهمانپذیر، هتل آپارتمان)، ۱۳۶۰.
۲. سازمان میراث فرهنگی گردشگری، مجموعه مقالات سرمایه‌گذاری در صنعت گردشگری، ۵ آبان ۱۳۸۷.
۳. سازمان ایرانگردی و جهانگردی - آمار ورود گردشگران به ایران، ۱۳۸۱-۱۳۸۴، سال چاپ ۱۳۸۳.
4. Torism Highlights Edition 2000.
5. Torism Highlights Edition 2003.
6. Torism Highlights Edition 2004.
7. Torism Highlights Edition 2008.
8. Toursim Markt Trends in Asia and Pacific 2000-2006.



شناسنامه گزارش

شماره مسلسل: ۱۰۰۰۲

عنوان گزارش: بررسی اجمالی وضعیت صنعت جهانگردی کشور

نام دفتر: مطالعات فرهنگی (گروه هنر و رسانه میراث فرهنگی و گردشگری)

تهیه و تدوین: اسماعیل قادری

ناظر علمی: طهمورث قاسمی

متقاضی: معاونت پژوهشی

سرپرستار: حسین صدری‌نیا

ویراستار ادبی: نرگس کلاکی

واژه‌های کلیدی: —

تاریخ انتشار: ۱۳۸۸/۹/۲۱