

نقش توان‌مندی‌ها و زیرساخت‌های گردشگری در توسعه گردشگری مدرن و پویایی اقتصادی با تأکید بر نقش متغیرهای سیستمی به ویژه هتل‌ها و اقامتگاه‌ها

سیما همتی^۱

دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی توریسم، دانشگاه پدین استود، تاجیکستان

تاریخ دریافت: ۱۳۹۶/۰۸/۱۰ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۶/۱۱/۱۶

چکیده

بی‌شک جذب گردشگر و توسعه گردشگری تنها در گرو داشتن جاذبه‌های گردشگری نیست بلکه داشتن سیستم گردشگری است که باعث توسعه گردشگری می‌شود. هدف این مقاله به طور کلی تحلیل و بررسی نقش زیرساخت‌های گردشگری در توسعه گردشگری مدرن و پویایی اقتصادی است. سؤال اصلی مقاله این است که متغیرهای سیستمی به ویژه هتل‌ها و اقامتگاه‌ها چه نقشی در توسعه گردشگری مدرن و پویایی اقتصادی بازی می‌کنند؟ علاوه بر این سؤال اصلی سؤالات فرعی دیگری نیز در این مقاله مطرح می‌شود از جمله این که منظور از زیرساخت‌های گردشگری چیست؟ گردشگری مدرن دارای چه ویژگی‌هایی است؟ گردشگری سیستمی چیست و دارای چه متغیرهایی است؟ نتایج این مقاله نشانی می‌دهد که گردشگری مدرن نقش گسترده‌ای در پویایی اقتصادی کشورها بازی می‌کند اما لازمه بهره‌مندی از مزایای گردشگری مدرن توجه ویژه به متغیرهای سیستمی به ویژه هتل‌ها و اقامتگاه‌ها است. با توجه به این مقدمه در این مقاله تلاش خواهد شد با استفاده از منابع کتابخانه‌ای و مقالات علمی و پژوهشی و مقایسه و تحلیل آمار و ارقام گردشگری در کشورهای مختلف به تحلیل و تبیین نقش زیرساخت‌های گردشگری با تأکید بر نقش متغیرهای سیستمی به ویژه هتل‌ها و اقامتگاه‌ها در توسعه گردشگری مدرن و پویایی اقتصادی پرداخته شود.

واژگان کلیدی: زیرساخت‌های گردشگری، گردشگری مدرن، پویایی اقتصادی، متغیرهای سیستمی، هتل‌ها

مقدمه

بر اساس گزارش سازمان جهانی گردشگری، ایران در ردیف ۱۰ کشور برتر دنیا در زمینه گردشگری قرار دارد، اما سهم کشور ما از این صنعت سودآور چه به لحاظ تعداد و چه به لحاظ گردش مالی بسیار ناچیز است؛ کمتر از نیم درصد. بر اساس آمار منتشره در سال ۲۰۱۳ میلادی از مجموع ۱۵۰ میلیون سفر خارجی در جهان، سهم ایران فقط چهار میلیون نفر بوده است. همچنین بنا بر گفته مسعود سلطانی فر معاون رئیس‌جمهور و رئیس سازمان میراث فرهنگی در سال ۲۰۱۳ میلادی در کل جهان هزار و ۲۵۰ میلیارد دلار از محل جابه‌جایی گردشگران درآمد کسب شده که بنا بر آمار منتشره سهم ایران در همین سال از محل جذب گردشگر فقط پنج میلیارد نفری بوده است. اهمیت درآمد صنعت توریسم زمانی مشخص می‌شود که میزان درآمد آن را با میزان صادرات نفت و گاز ایران بسنجیم. بنا بر گفته بیژن زنگنه وزیر نفت درآمد ایران از محل صادرات نفت خام و میعانات گازی در سال ۹۲ بالغ بر ۴۱ میلیارد و ۶۱۰ میلیون دلار بوده است (Vessey, 2015: 50).

اعداد و ارقام نشان می‌دهد سهم صنعت گردشگری در اقتصاد ایران بسیار اندک است بر اساس آمار منتشره سهم مستقیم سفر و گردشگری نسبت به سهم سایر بخش‌های اقتصاد ایران در تولید ناخالص داخلی، حدود دو درصد از کل اعلام شده است. بر این اساس ایران در بین ۱۸۴ کشور جهان باید رتبه ۱۴۷ را به خود اختصاص دهد این در حالی است که صنعت گردشگری ترکیه با ۱/۴ درصد از تولید ناخالص داخلی توانسته رتبه ۷۶ را به خود اختصاص دهد (Isaac Zadeh and Qudsi, 2012: 155).

صنعت گردشگری صنعتی چند وجهی است که می‌تواند اثر مثبتی بر سایر بخش‌های کشور مانند کسب درآمد ارزی، افزایش درآمد ملی جامعه میزبان، افزایش درآمد دولت، افزایش سرمایه‌گذاری، افزایش اشتغال نیروی کار، توسعه تولید، فروش و گردش اقتصادی صنایع دستی داشته باشد و مهم‌تر از همه تغییر دید و نگرشی است که می‌تواند بر گردشگران در مورد آن کشور به وجود آورد. به همین دلیل توجه به این صنعت از اهمیت بالایی برخوردار است و کشورها برای افزایش سهم خود برنامه‌ریزی‌های مفصلی را انجام داده‌اند. برای مثال می‌توان به کشور ترکیه اشاره کرد که در فاصله سال‌های ۲۰۰۵-۲۰۱۳ میلادی از نظر جذب گردشگران خارجی عملکرد قابل توجهی را به نمایش گذاشت. ترکیه در سال ۲۰۰۵ میلادی برای اولین بار توانست وارد فهرست ۱۰ کشور برتر به لحاظ جذب گردشگران خارجی شود و رتبه نهم را به خود اختصاص دهد. در حال حاضر ترکیه سالانه حدود ۲۵ میلیارد دلار از محل صنعت گردشگری درآمد دارد و دولت این کشور همچنین قصد دارد این رقم را به ۵۰ میلیارد دلار در سال ۲۰۲۳ میلادی برساند. همچنین می‌توان به شیخ‌نشین دبی اشاره کرد که با جذب بیش از ۱۰ میلیون گردشگر تنها در سال ۲۰۱۳ میلادی رکورد تازه‌ای را در گردشگری خود و کشورهای حاشیه خلیج فارس ثبت کرده است. این در حالی است که شیخ‌نشین حاشیه خلیج فارس از نظر جاذبه‌های گردشگری به هیچ وجه قابل مقایسه با ایران نبوده و ترکیه نیز در رده‌بندی تعداد اماکن تاریخی ۱۷ پله پایین‌تر از ایران قرار دارد (Nahavandian, 2012: 4).

نکته دیگر عدم توازن بین ورودی‌ها و خروجی‌های صنعت گردشگری ایران است بر اساس مستندات موجود در سال ۲۰۱۳ میلادی حدود هفت میلیون نفر ایرانی با صرف هزینه‌ای معادل ۱۰ میلیارد دلار به خارج از کشور سفر کرده‌اند و در همین سال ایران فقط پذیرای چهار میلیون گردشگر بوده و از این محل درآمدی معادل پنج میلیارد

نفری کسب کرده است. این عدم توازن نشانگر نبود برنامه‌ای مدون در عرصه گردشگری است. با توجه به رتبه ممتاز ایران در جاذبه‌های گردشگری می‌توان گفت در صورت اتخاذ تدابیر لازمه و جذب گردشگران بیشتر؛ هر یک از مناطق گردشگری ایران در حکم چند حلقه چاه نفت است؛ چاه‌هایی که نه تنها تمام نمی‌شوند که با استحصال بیشتر رونق بیشتری هم می‌گیرند. اگرچه در سند چشم‌انداز توسعه پیش‌بینی شده تا سال ۱۴۰۴ میلادی ایران باید میزبان ۲۰ میلیون گردشگر باشد و از این محل ۲۵ میلیارد دلار درآمد ارزی کسب کند، اما رسیدن به این میزان نیازمند کوشش همگانی و اعمال سیاست‌های درست و چندجانبه است؛ سیاست‌هایی که بتواند با کلید تدبیر سهم درآمدی ایران‌زمین را از گردشگری افزایش دهد (Rasoulzadeh Aghdam et al., 2016: 74).

با توجه به اینکه کشورهای در حال توسعه با مشکلاتی نظیر بیکاری بالا، محدودیت منابع ارزی و تک‌محصولی بودن اقتصاد مواجه هستند توجه به توسعه صنعت گردشگری از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. از آنجایی که اقتصاد ایران به درآمدهای حاصل از صادرات نفت وابستگی بالایی دارد و نوسانات قیمت جهانی نفت در طول زمان متغیرهای کلان اقتصادی نظیر تولید ملی، سرمایه‌گذاری‌های ناخالص، اشتغال و درآمدهای ارزی را تحت تأثیر قرار داده است؛ لذا به منظور تنوع بخشیدن به منابع رشد اقتصادی، درآمدهای ارزی و همچنین ایجاد فرصت‌های مختلف شغلی در کشور، توسعه صنعت گردشگری از اهمیت دوچندانی برخوردار است. با توجه به این شرایط و اینکه ایران طبق آمار سازمان جهانی جهانگردی دارای رتبه پنجم جاذبه‌های طبیعی و رتبه دهم جاذبه‌های باستانی و تاریخی است باید از ظرفیت‌های موجود در این بخش استفاده بهینه شود تا بتوان از این رهگذر به کاهش نرخ بیکاری کمک کرد (Gholi Pour Selamani, 2007: 74).

بر اساس گزارش شورای جهانی سفر و گردشگری^۱، صنعت گردشگری ایران در سال ۲۰۱۴ میلادی به‌طور مستقیم برای ۴۱۳ هزار نفر و به‌طور غیرمستقیم برای ۱/۲۲۳ میلیون نفر اشتغال ایجاد کرده است. در این سال تأثیر مستقیم گردشگری و سفر بر اقتصاد ایران ۲۳۷۱۲۱ میلیارد ریال (۲/۳ درصد کل تولید ناخالص ملی) بوده است که برآورد می‌شود این رقم در سال ۲۰۱۵ با رشد ۶/۶ درصدی همراه بوده باشد.

همچنین تأثیر کلی گردشگری و سفر بر تولید ناخالص ملی ایران ۶۵۱۵۱۱ میلیارد ریال در سال ۲۰۱۴ بوده است. این گزارش همچنین رتبه صنعت گردشگری ایران را از نظر بزرگی در سال ۲۰۱۴ از میان ۱۸۴ کشور جهان ۴۰ و از نظر سهم این صنعت در تولید ناخالص داخلی ۱۳۷ اعلام کرده است. این در حالی است که ایران به لحاظ دارا بودن جاذبه‌های طبیعی و تاریخی در میان ۱۰ کشور برتر جهان قرار دارد اما از نظر شاخص زیرساخت‌های خدمات گردشگری در رتبه ۱۱۹ را از بین ۱۴۱ کشور به خود اختصاص داده است (Feyzpur and Emami Meybodi, 2012: 144).

با این وجود نگاهی مجمع جهانی اقتصاد نشان می‌دهد وضعیت ایران در بخش زیرساخت‌ها، به رغم بهبود یافتن در بیشتر نماگرهای آن در طول ۲ سال گذشته، چندان مساعد نیست. رتبه ایران در بخش زیرساخت خدمات گردشگری از میان ۱۳۶ کشور ۱۱۶، در بخش زیرساخت حمل و نقل هوایی ۸۹ و در زیرساخت‌های بنادر و زمینی ۷۵ بوده است و این امر بر وضعیت پذیرش گردشگران و بهره‌مندی از عواید آنان و گسترش این صنعت اثرگذار خواهد بود.

^۱. WTTC

سؤال اصلی مقاله این است که متغیرهای سیستمی به ویژه هتل‌ها و اقامتگاه‌ها چه نقشی در توسعه گردشگری مدرن و پویایی اقتصادی بازی می‌کنند؟ نتایج این مقاله نشانی می‌دهد که گردشگری مدرن نقش گسترده‌ای در پویایی اقتصادی کشورها بازی می‌کند اما لازمه بهره‌مندی از مزایای گردشگری مدرن توجه ویژه به متغیرهای سیستمی به ویژه هتل‌ها و اقامتگاه‌ها است. با توجه به این مقدمه در این مقاله تلاش خواهد شد با استفاده از منابع کتابخانه‌ای و مقالات علمی و پژوهشی و مقایسه و تحلیل آمار و ارقام گردشگری در کشورهای مختلف به تحلیل و تبیین نقش زیرساخت‌های گردشگری با تأکید بر نقش متغیرهای سیستمی به ویژه هتل‌ها و اقامتگاه‌ها در توسعه گردشگری مدرن و پویایی اقتصادی پرداخته شود.

رویکرد نظری و مفهومی

حدود دو قرن از استفاده از واژه گردشگر^۱ برای کسی که به مسافرت می‌رود می‌گذرد و تا اکنون تعاریفی متعددی از گردشگری ارائه شده هر یک از این تعاریف از آنجا که از دریچه‌ای خاص به گردشگری نگریسته توانسته است بخشی از فعالیت گردشگری را پوشش دهد. بر اساس گفته مکینتاژ و گولدر (۱۹۸۶) توریسم جمعی از پدیده‌ها و روابط ناشی شده از روابط متقابل گردشگران، تأمین کنندگان تجاری، حکومت‌ها و جوامع میزبان در فرآیند جذب و میزبانی گردشگران و توریست‌هاست (Michaely, 2000: 24).

در عمومی‌ترین حالت، یک دسته از عوامل ساختاری به هم پیوسته است. این واژه در زمینه‌های متفاوت معانی گوناگونی می‌دهد ولی زیرساخت‌های گردشگری از جمله عوامل مؤثری هستند که می‌توانند مستقیماً منجر به ارائه خدمات شوند و برخورداری از آن‌ها می‌تواند توسعه کشور را افزایش دهد این موارد عبارت‌اند از: دسترسی فیزیکی به جاذبه توریستی، دسترسی به آب لوله کشی، برخورداری از شبکه برق، برخورداری از گاز یا سایر فرآورده‌های نفتی، وجود سیستم دفع زباله و فاضلاب، فضاهای سبز و شبکه ارتباطی. تأسیسات آب و فاضلاب شامل مطالعات و طراحی شبکه جمع‌آوری فاضلاب، برآورد مقادیر کیفی فاضلاب، طراحی شبکه جمع‌آوری فاضلاب، برآورد نیاز آبی مورد نیاز جاذبه توریستی، طراحی و محاسبات هیدرولیکی یعنی سرعت جریان آب و حداقل قطر لوله‌ها، تجهیزات و تأسیسات شبکه، طراحی و محاسبه شبکه توزیع آب و ارائه نقشه‌های اجرایی است. تصفیه آب شامل تجزیه و تحلیل مطالعات و بررسی‌های لازم از نظر جمعیت انسانی مخاطب، خصوصیات هیدرولوژیکی منطقه گردشگری، ارائه گزینه برتر تصفیه فاضلاب بر اساس توجیه فنی و اقتصادی همچنین مرحله اجرایی تصفیه خانه را در بر می‌گیرد (Zarabi et al., 2014: 179).

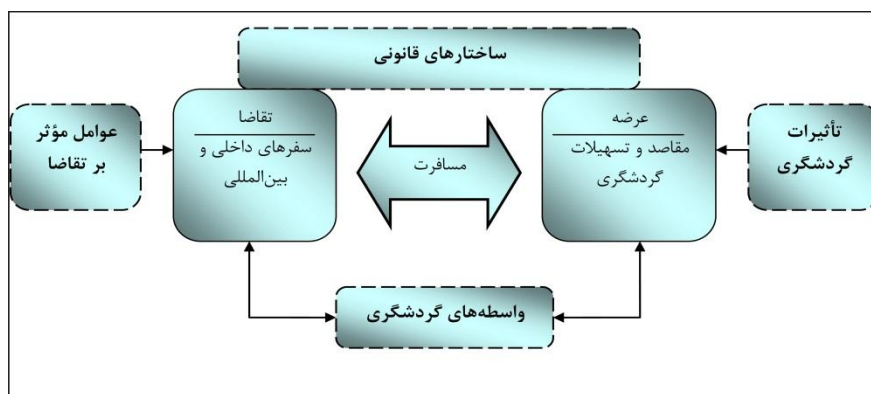
جدول شماره ۱- زیرساخت‌های گردشگری

زیرساخت‌های نرم	زیرساخت‌های سرد
۱. اطلاع‌رسانی و تبلیغات در سطح ملی و بین‌المللی	۱. گسترش راه‌ها و حمل و نقل
۲. مدیریت مناسب در بخش‌های مختلف صنعت گردشگری	۲. سرمایه‌گذاری بخش خصوصی و دولتی در جهت توسعه فرودگاه‌ها، هتل‌ها، رستوران‌ها و جاذبه‌ها
۳. ایجاد امنیت برای مردم و گردشگران	۳. بهبود اماکن تاریخی، مراکز فرهنگی، فراغتی، ورزشی
۴. بهداشت در صنعت گردشگری	
۵. گردشگری الکترونیک	

Source: (vahedPour and Jafari, 2011: 85)

^۱. Tourist

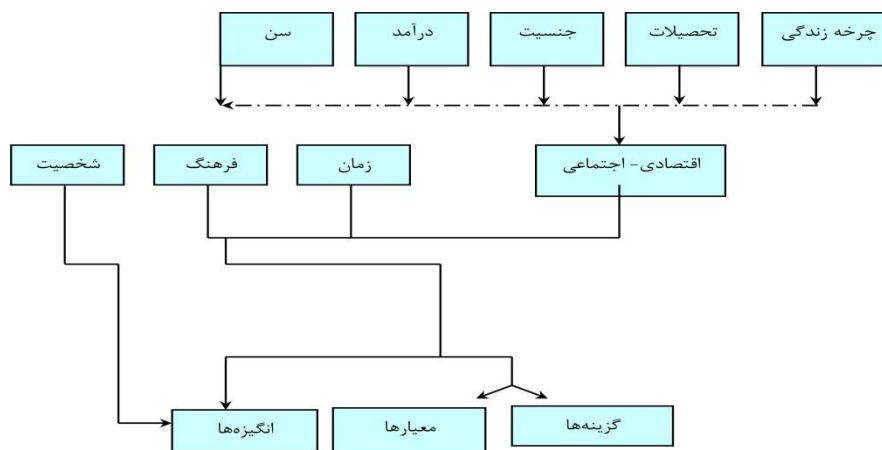
فعالیت سیستم گردشگری در قالب ارتباط متقابل عرضه و تقاضا در این صنعت صورت می‌گیرد. انواع خدمات و تسهیلات در عرضه محصول گردشگری مشارکت دارند: هتل‌ها و تسهیلات اسکان و پذیرایی، اردوگاه‌ها، رستوران‌ها و خدمات تغذیه، استراحت گاه‌ها، پارک‌های موضوعی، خدمات اطلاع‌رسانی، تورهای داخلی و سفرهای کوتاه تفریحی، جاذبه‌های فرهنگی، مغازه‌ها، تسهیلات تفریحی و ورزشی، حمل و نقل و ... از طرف دیگر از سوی تقاضا نیز عوامل بسیاری وجود دارند که بر انتخاب یک مقصد توسط گردشگر تأثیرگذار می‌باشند مانند شرایط اجتماعی-اقتصادی، زمان، فرهنگ و انگیزه‌ها که روند خواسته‌های گردشگران را شکل می‌دهند؛ اما به طور کلی دو دسته از عوامل نیز بر روند فعالیت این سیستم از دو سوی عرضه و تقاضا تأثیرگذار است. یکی از این موارد، ساختارهای قانونی و دولتی است که بر کل روند فعالیت گردشگری در بخش عرضه و تقاضا تأثیرگذار هستند. عامل دیگر واسطه‌های مسافرتی و کانال‌های توزیع است که بین بخش تقاضا از سوی گردشگران و عرضه مقاصد و تسهیلات گردشگری ارتباط برقرار می‌کنند. به هر حال فرآیند فعالیت گردشگری در مجموع دارای تأثیراتی نیز می‌باشد که در سه سطح اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی و محیطی در مقاصد گردشگری صورت می‌پذیرد (Zarabi et al., 2014: 179).



نمودار شماره ۱- سیستم گردشگری (Ray, 1998: 11)

عوامل مؤثر بر تقاضا

عوامل مؤثر بر تقاضای سفر در شکل زیر نشان داده شده است. در این بخش به اختصار به هر یک از این عوامل پرداخته می‌شود.



نمودار شماره ۲- عوامل مؤثر بر تقاضا (Mill & Morrison, 1985: 38)

چرخه زندگی

مفهوم چرخه حیات خانواده بر مبنای این فرضیه ابتدایی استوار گردیده که هرگاه مردم با هم و در کنار هم زندگی کنند، شیوه زندگی آن‌ها دچار تغییر و تحول خواهد شد و چنانچه بعدها دارای فرزند شوند سبک زندگی آن‌ها اساساً روبرو می‌شود، به علاوه وضعیت مالی و سایر امور نیز بدون تغییر باقی نمی‌ماند. اپدمن (۱۹۹۵) و پیدس (۱۹۹۳) به معرفی مفهومی می‌پردازند که تحت عنوان چرخه حیات مسافرتی یا دوره مسافرت شناخته شده است. این فرضیه اثبات می‌کند که الگوهای سفر و مقاصد و مسیرها به موازات این که افراد چرخه زندگی خود را می‌گذرانند دچار تغییر و تحول می‌شود. از سوی دیگر را پرمن الگوی تغییر و تحول در بین نسل‌های متفاوت را نیز ارائه می‌کند (Lumsden, 2001: 73).

جدول شماره ۲- الگوی چرخه حیات

مراحل	خصوصیات	رفتار گردشگری
۱. اوایل دوران کودکی	تبعیت کامل از والدین یا قیم، تعطیلات کنار دریا و روی شن‌ها.	جست و جوی اماکن تفریحی کنار دریا یا خشکی با تسهیلات سرگرم کننده برای کودکان.
۲. اوایل نوجوانی	نفوذ بیشتر در تصمیم‌گیری‌ها هر چند که هنوز تابع والدین باشند.	گذراندن تعطیلات در گردشگاه‌ها با سرگرمی‌های شبانه، خوابگاه مخصوص جوانان و برنامه‌های تعطیلاتی نیمه مستقل تعطیلات گروهی.
۳. جوانان	جوانان، افراد مجردی که در خانه زندگی نمی‌کنند.	تعطیلات با توجه به زمان و بودجه. شامل انواع فعالیت‌های پرحادثه و سرشار از تجربه.
۴. مرحله مشارکتی	زوج‌هایی که با هم زندگی می‌کنند و دارای زندگی پرمشغله‌ای هستند. در این مرحله کمبود زمان، مهم‌ترین مانع سفر است.	طرفدار تنوع و گشت و گذار در طبیعت در روزهای تعطیل.
۵. مرحله اولیه خانواده	شامل والدین تنها با زوج‌های جدا شده است. معذورات مالی و درسی از موانع کلیدی سفر هستند، این افراد به تعطیلات خانواده محور تمایل دارند.	علاوه وافر به تعطیلات اصلی و با بازدید از VFR در زمان‌های تعطیل.
۶. مرحله پیشرفت خانواده	هنوز موانع عمده مربوط به آموزش تعلیم و تربیت است. الگوهای تعطیلاتی از بین رفته‌اند.	هماهنگ سالی برنامه‌های تعطیلاتی با برنامه‌های فرزندانی که در شرف رسیدن به وضعیت نیمه مستقل هستند.
۷. خانه خالی	فرزندان خانه را ترک کرده‌اند و والد یا والدین آزادی و فراغت بیشتری یافته است.	در این هنگام خانواده، رفاه مالی بیشتری برای رفتن به مسافرت‌های اکتشافی دارد.
۸. بازنشستگی	با بازنشسته شدن زن و مرد، جست و جوی درآمد ثابت می‌ماند ولی زمان به اندازه کافی موجود است.	جست و جوی مدام کیفیت، با افزایش سن، افراد به دنبال تعطیلات کم تب و تاب‌تری هستند. پیری و کهنولت سن مانعی برای سفر به حساب نمی‌آید.

Source: (Lumsden, 2001: 74)

سن و جنس

به موازات این که افراد به سنین متفاوتی می‌رسند، ارزش‌ها و نیازهای آنان با جوانان متفاوت می‌شود. در برخی جوامع، جنسیت بر اساس انتظاراتی که جامعه از زن یا مرد دارد حائز اهمیت است. هافستد (۱۹۸۵) در تحقیقات خود جوامع را به دو گروه تقسیم می‌کند. گروه طرفدار مردان و گروه طرفدار زنان. در گروه اول، مردان افرادی هستند دارای اعتماد به نفس و فردگرا و در مقایسه، زنان نقش‌ها و وظایف مراقبتی بر عهده دارند؛ و در گروه دوم، تقسیم وظایف زنانه چندان واضح و روشن نیست ولی اشتراک و کیفیت زندگی از عوامل اصلی به شمار می‌روند. بنابراین هافستد بر این عقیده است که کشورهای هم‌چون استرالیا، آلمان و ژاپن به مردان و در مقابل، کشورهای شمال اروپا به زنان گرایش دارند. چارچوب‌های فرهنگی کلی اگر گمراه کننده می‌نمایند، ولی به ویژه در زمان تدوین فعالیت‌های بازاریابی جهانی پیگیری تحلیلی جالبی را به دست می‌دهند (Ibid., 2001: 74)

تحصیلات تحصیلات از آنجا که بر درآمد تأثیر دارد عامل مهمی محسوب می‌شود. جدای از درآمد سطح تحصیلات بر نوع اوقات فراغت و سفر تأثیرگذار است. میزان تحصیلات بر فعالیت‌های مربوط به کار و اوقات فراغت عامل

تعیین‌کننده محسوب می‌شود. علاوه بر این آموزش و تحصیلات خود به عنوان یکی از دلایل سفر می‌باشد. تحقیقات نشان داده است که با افزایش سطح تحقیقات تمایل به تفریح در خارج از خانه افزایش می‌یابد. همچنین افرادی که دارای تحصیلات بالاتری هستند فعالیت‌هایی را ترجیح می‌دهند که به کسب مهارت نیاز دارند مثل فعالیت شامل بازی، کنسرت، موزه‌های هنری، بازی تنیس و گلف، اسکی، مطالعه کتاب و غیره.

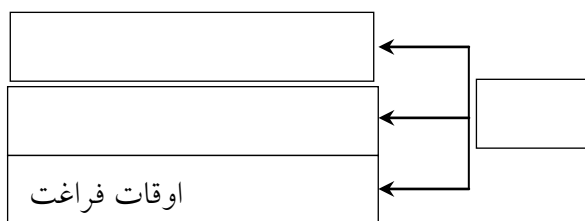
درآمد

روشن است که درآمد یکی از عوامل مهم در تقاضا برای سفر محسوب می‌شود. نه تنها مسافرت کردن به یک مکان دارای هزینه است بلکه گردشگر برای دریافت خدمات در مقصد نیز باید هزینه پردازد. تعیین اهمیت ارتباط بین درآمد و سفر مشکل است چون متغیرهای اقتصادی، اجتماعی دیگری هم بر آن اثر می‌گذارند. به طور کلی درآمد بالاتری با تحصیلات بالاتر، مشاغل خاص و گروه‌های سنی خاص در ارتباط است.

هزینه‌های سفر با سایر هزینه‌ها در رقابت هستند. مطالعات بسیاری برای تعیین درصد درآمدی که برای تفریح اختصاص می‌یابد انجام شده است. به نظر می‌رسد که در سطوح پایین‌تر درآمدی و تحصیلات تقریباً ۲ درصد از درآمد برای تفریح صرف می‌شود. همان‌طور که درآمد افزایش می‌یابد درآمدی که برای تفریح اختصاص می‌یابد بین ۵ تا ۶ درصد برای همه سطوح تحصیلاتی افزایش می‌یابد. بالاترین هزینه‌های تفریح (۷ درصد) توسط کسانی گزارش شده که صاحب‌خانه، زیر چهل سال و بدون بچه بوده‌اند. سایر مطالعات نشان داده است که ارتباط مثبتی بین درآمد و هزینه‌های تفریح وجود دارد.

زمان

مقدار زمان موجود برای فرد عامل مهمی برای سفر محسوب می‌شود. عامل زمان در نوع مقاصدی که می‌توانند مورد بازدید قرار گیرند و نوع فعالیت‌هایی که می‌توانند انجام شوند عامل مهمی محسوب می‌شود. تمایل به سفر و توانایی مالی در صورتی که فرد زمان برای مسافرت نداشته باشد کافی نیستند. هر سه عامل برای سفر باید وجود داشته باشند تا گردشگری اتفاق بیفتد.



نمودار شماره ۳- تقسیمات زمان

فعالیت‌های مربوط به تأمین نیازها شامل فعالیت‌هایی چون خوردن و خوابیدن هستند. زمانی که بعد از کار و تأمین نیازها باقی می‌ماند اوقات فراغت می‌باشد. با تقسیم زمان به این سه نوع ارتباط بین آن‌ها روشن می‌شود. زمان مطلق است، یک روز ۲۴ ساعت وجود دارد و هفته، هفت روز است و ۵۲ هفته در یک سال وجود دارد، هر تغییری در یکی از این سه قسمت ناخودآگاه بخش‌های دیگر را تحت تأثیر قرار می‌دهد؛ و این مسئله مهمی است چون در مطالعه گردشگری بر استفاده از اوقات فراغت تمرکز می‌شود (Mill & Morrison, 1985: 47).

فرهنگ

فرهنگ را می‌توان «مجموعه‌ای از باورها، ارزش‌ها، نگرش‌ها، عادات و شیوه‌های رفتاری دانست که در یک اجتماع وجود دارد و از نسلی به نسل دیگر منتقل می‌گردد» تعریف نمود.

با در نظر گرفتن تصویری که هر فرد از خود دارد، بسیاری از مردم به نیازهای خویش در چارچوب هنجارهای جامعه پاسخ می‌دهند. به عنوان مثال این یک اصل پذیرفتنی است که به عنوان یک گردشگر خواستار دیدن مناطق سرسبز باشیم، حال آن که گردشگری برای اهداف جنسی اصلی است منفور و مطرود. سایر جنبه‌های فرهنگی که به پژوهش درباره انگیزه مربوط می‌شود. عبارت‌اند از:

- نهادهایی همچون کلسیا، رسانه‌ها و نظام‌های آموزشی: این نهادها بر الگوهای فرهنگی تأثیر می‌گذارند. به عنوان مثال، یک درصد آن است که روز خالی را به پرستش و عبادت اختصاص دهد و بنابراین به غیر مذهبی کردن این روز ندارد، که این امر غالباً با مخالفت طرفداران گردشگری مواجه می‌شود.
- گفتار و زبان: انتقال فرهنگ اساساً به واسطه متون شفاهی و کتبی صورت می‌گیرد و از سوی دیگر شامل حرکات و اشارات نمادین از قبیل شیوه تعارضات، احوال پرسی‌ها، میزان تشریفات و... نیز است. استفاده از زبان تشریفاتی به جای زبان غیر تشریفاتی در صنعت گردشگری در بسیاری از فرهنگ‌ها از اهمیت خاصی برخوردار است.
- عادات جمعی: این امر شامل چگونگی تقسیم ساعات روزانه، نگرش‌ها در مورد زمان استفاده از امکانات و تسهیلات به کار بستن قوانین راهنمایی و رانندگی و غیره می‌شود.
- خرده فرهنگ: در بسیاری از جوامع تعدادی فرهنگ فرعی نیز وجود دارد که از تفاوت‌های جغرافیایی یا قومی نشأت گرفته‌اند (Lumsden, 2001: 70).

شخصیت

شخصیت به مجموعه‌ای از خصوصیات روانی متمایزی اطلاق می‌شود که نوع رفتار یک فرد را مشخص می‌سازد. این خصوصیات معین، سبب تمایز افراد می‌شوند. هر چند که بعضی از مؤلفان معتقدند که الگوهای شخصیتی دارای ویژگی‌های اجتماعی متفاوتی هستند. یکی از مفاهیم وابسته به این زمینه تصورات شخصی است و دلالت دارد بر این که مشتریان تا چه حد تمایل دارند خود را فراتر از شخصیت‌شان فرض نمایند. استدلال بر این است که رفتار شغلی غالباً بر تصویر خود منطبق است به طور مثال مردانی که اعتماد به نفس کافی دارند به فراخور سلیقه خوش، در تعطیلات بازی گلف یا قایق سواری را انتخاب می‌کنند. با این حال هنوز ابهام موجود در چگونگی بین انواع شخصیت‌ها و الگوی تعطیلات برطرف نشده است. برای اثبات این رابطه دلایل کافی وجود ندارد (Lumsden, 2001: 66).

انگیزه انگیزه آن گرایشاتی است که فرد برای رسیدن به رضایت و خشنودی انجام می‌شود. انگیزه، که به شیوه‌های گوناگونی بروز می‌نماید و موضوع علم روانشناسی است. سلسله مراتب نیازها که برای اولین بار از سوی مازلو تبیین و تعیین گردید، به طور گسترده برای تشریح انگیزه به کار گرفته شد. این امر شاید مدیون سادگی و کاربرد آن در

بخش‌های مختلف بود. از سوی دیگر، نظریه مزبور به توصیف رفتار مصرف‌کننده در صنعت گردشگری کمک کرده است.

میل و مورسیون (۱۹۹۲) رابطه فرضی موجود بین نیازهای روانی، جسمی و ذهنی را از لحاظ فواصل آن‌ها با یکدیگر و ترتیب قرار گرفتن‌شان در هر طبقه مورد مطالعه قرار داده‌اند. آن‌ها به این نتیجه رسیده‌اند که بین این سطوح ارتباط تنگاتنگی برقرار است. یعنی افرادی که می‌خواهند نیازهای برتر خود پاسخ دهند، در عین حال می‌کوشند که به نیازهای فروتر خود نیز برسند. میل و مورسیون، ترجیح می‌دهند که نموداری که مزلو از سلسله مراتب نیازها ارائه کرده است، به جای شکل هرمی، ترکیبی چون ردیف خانه‌های کندو داشته باشد. از سوی دیگر آن‌ها دو بعد دیگر در مراحل بالاتر را نیز اضافه می‌کنند: نخست دانش و فهم و دوم ارزیابی زیبایی‌شناختی (Lumsden, 2001: 62-64).

پراکندگی هتل‌های ایران

پراکندگی هتل‌های کشور نشان می‌دهد که بیشترین تعداد هتل‌های کشور در استان‌های خراسان رضوی، تهران، مازندران و گیلان (به ترتیب ۱۲۵، ۸۸، ۸۲ و ۷۷ هتل) قرار دارد. این در حالی است که کمترین تعداد هتل‌ها در استان‌های خراسان جنوبی، خراسان شمالی، قزوین و سمنان (به ترتیب ۳، ۶، ۶ و ۷ هتل) قرار دارد.

- هتل‌های یک ستاره

استان‌های خراسان رضوی، مازندران و گیلان (به ترتیب ۳۶، ۳۱ و ۳۰ هتل) بیشترین تعداد هتل‌های یک ستاره را در اختیار دارند. با این وجود، علاوه بر استان زنجان که هیچ هتل یک ستاره‌ای در اختیار ندارد، در استان سمنان تنها ۱ هتل و خراسان شمالی، خراسان جنوبی، بوشهر، کهگیلویه و بویراحمد، گلستان، مرکزی و همدان تنها ۲ هتل وجود دارد.

- هتل‌های دو ستاره

بیشترین تعداد هتل‌های دو ستاره کشور در استان‌های خراسان رضوی، مازندران و گیلان (به ترتیب ۳۷، ۳۱ و ۲۷ هتل) قرار دارد. علاوه بر استان خراسان جنوبی که هیچ هتل دو ستاره‌ای در اختیار ندارد، کمترین تعداد هتل‌های دو ستاره در استان‌های چهارمحال و بختیاری (۱ هتل)، قزوین (۲ هتل) و خراسان شمالی، زنجان، مرکزی و سمنان (۳ هتل) قرار دارد.

- هتل‌های سه ستاره

بیشترین تجمع هتل‌های سه ستاره در استان خراسان رضوی با ۳۱ هتل و استان تهران با ۲۰ هتل است. این در حالی است که استان‌های ایلام و کهگیلویه و بویراحمد هیچ هتل سه ستاره‌ای در اختیار ندارند. با این وجود استان‌های خراسان جنوبی، خراسان شمالی، سیستان و بلوچستان، قزوین، گلستان و همدان تنها با ۱ هتل سه ستاره و استان‌های بوشهر، چهارمحال و بختیاری، زنجان، قم و لرستان با ۲ هتل سه ستاره پایین‌ترین تراکم هتل‌های سه ستاره را در کشور دارند.

- هتل‌های چهار ستاره

استان‌های خراسان رضوی و تهران به ترتیب با ۱۱ و ۱۰ بیشترین تعداد هتل‌های چهار ستاره در کشور را در اختیار دارند.

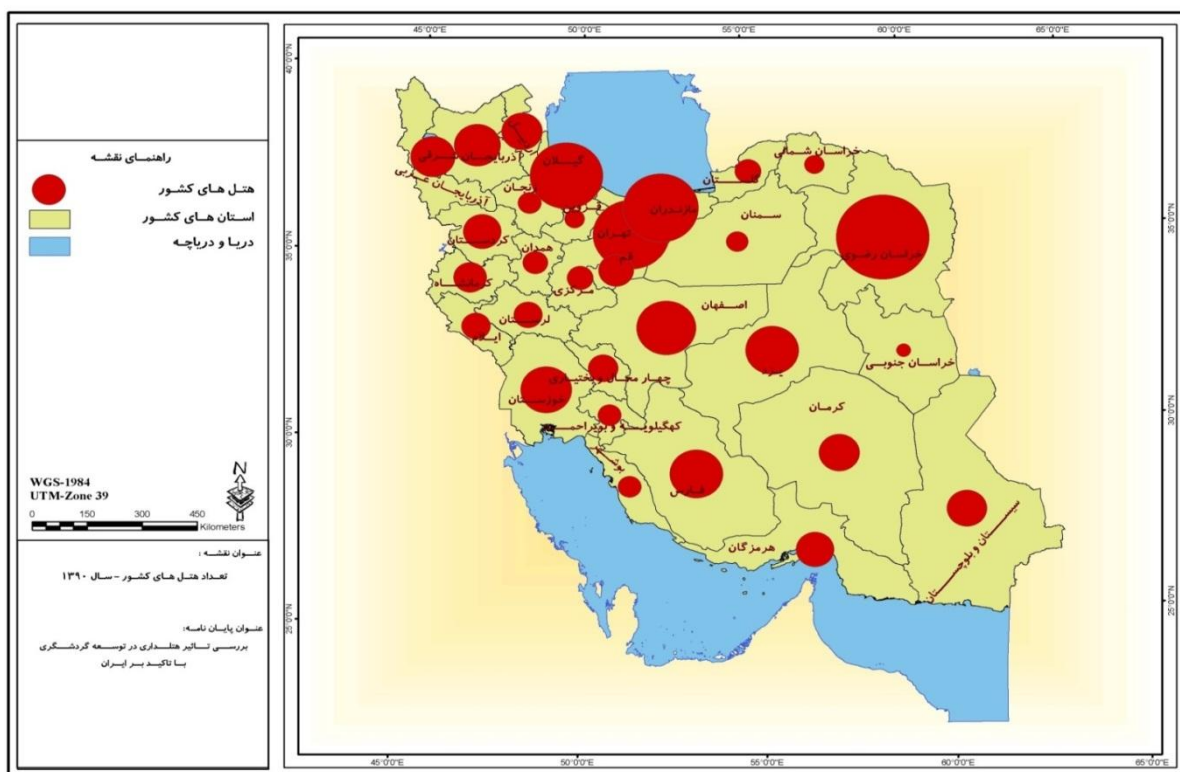
- هتل‌های پنج ستاره

بیشترین تعداد هتل‌های پنج ستاره در استان‌های خراسان رضوی و تهران (۴ هتل) قرار دارد.

جدول شماره ۳- پراکندگی هتل‌ها در استان‌های کشور به تفکیک ستاره ۱۳۹۰

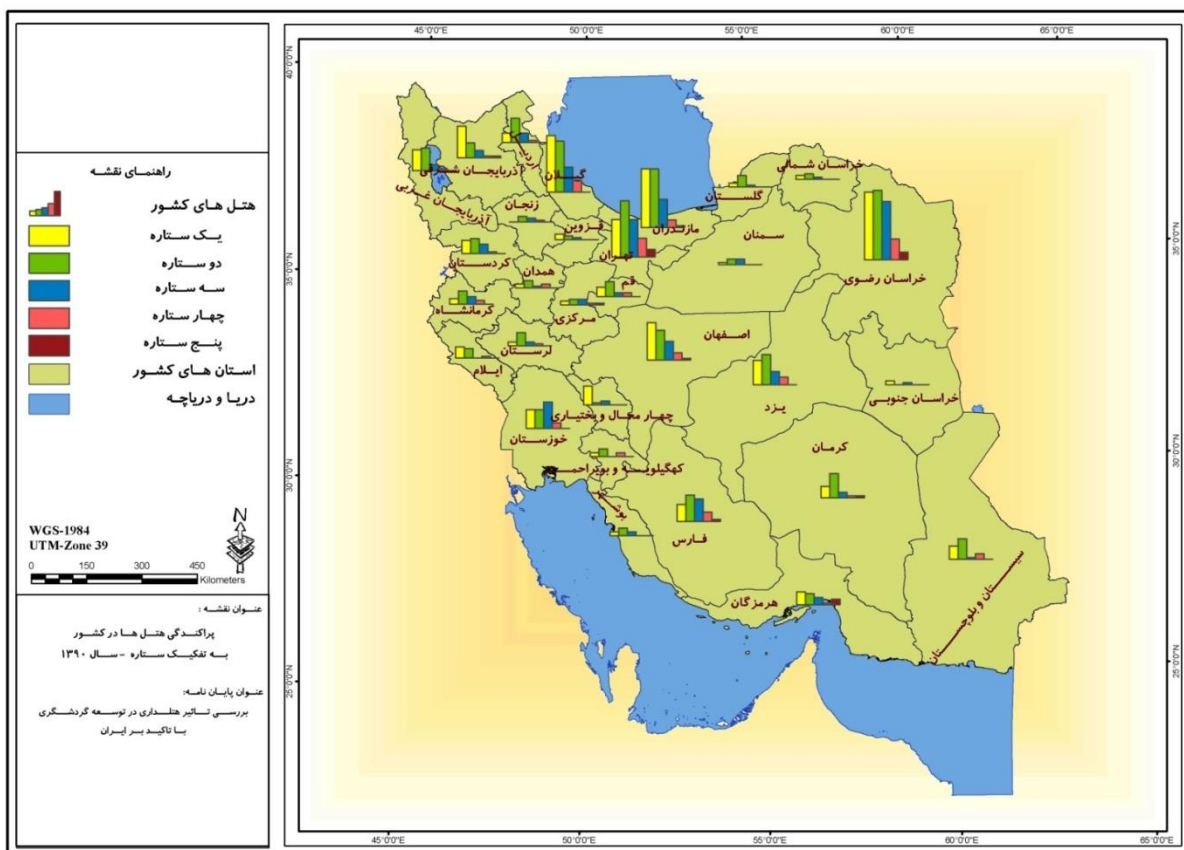
استان	یک ستاره	دو ستاره	سه ستاره	چهار ستاره	پنج ستاره	درجه‌بندی نشده	جمع
آذربایجان شرقی	۱۷	۸	۴	۱	۱	۰	۳۱
آذربایجان غربی	۱۱	۱۲	۳	۱	۰	۲	۲۹
اردبیل	۵	۱۳	۵	۱	۰	۰	۲۴
اصفهان	۲۰	۱۶	۱۰	۴	۱	۰	۵۱
ایلام	۶	۵	۰	۱	۰	۰	۱۲
بوشهر	۲	۴	۲	۰	۰	۰	۸
تهران	۲۰	۳۰	۲۰	۱۰	۴	۰	۸۴
چهارمحال و بختیاری	۱۰	۱	۲	۰	۰	۰	۱۳
خراسان جنوبی	۲	۰	۱	۰	۰	۰	۳
خراسان رضوی	۳۶	۳۷	۳۱	۱۱	۴	۶	۱۲۵
خراسان شمالی	۲	۳	۱	۰	۰	۰	۶
خوزستان	۱۰	۱۰	۱۴	۳	۰	۱	۳۸
زنجان	۰	۳	۲	۱	۰	۲	۸
سمنان	۱	۳	۳	۰	۰	۰	۷
سیستان و بلوچستان	۷	۱۱	۱	۳	۰	۱	۲۳
فارس	۹	۱۴	۱۲	۵	۱	۰	۴۱
قزوین	۳	۲	۱	۰	۰	۰	۶
قم	۵	۸	۲	۲	۰	۱	۱۸
کردستان	۷	۸	۵	۱	۰	۰	۲۱
کرمان	۶	۱۳	۳	۱	۱	۰	۲۴
کرمانشاه	۳	۷	۴	۲	۰	۰	۱۶
کهگیلویه و بویراحمد	۲	۴	۰	۲	۰	۰	۸
گلستان	۲	۶	۱	۰	۰	۱	۱۰
گیلان	۳۰	۲۷	۱۳	۶	۰	۱	۷۷
لرستان	۲	۷	۲	۱	۰	۰	۱۲
مازندران	۳۱	۳۱	۱۵	۴	۱	۰	۸۲
مرکزی	۲	۳	۳	۱	۱	۰	۱۰
هرمزگان	۷	۶	۴	۱	۳	۰	۲۱
همدان	۲	۴	۱	۲	۰	۰	۹
یزد	۱۳	۱۶	۷	۴	۰	۱	۴۱
کشور	۲۷۳	۳۱۲	۱۷۲	۶۸	۱۷	۱۶	۸۵۸

Source: (Cultural Heritage, Handicrafts and Tourism Organization, 2011)



نقشه شماره ۱- تعداد هتل های کشور در سال ۱۳۹۰

Source: authors



نقشه شماره ۲- پراکندگی هتل ها در کشور به تفکیک ستاره در سال ۱۳۹۰

Source: authors

بر اساس آمار منتشره از سوی مرکز آمار ایران، در سال ۱۳۸۵ در مجموع ۱۶۸۳۵۹۲ میلیون ریال توسط اقامتگاه‌های عمومی کشور دریافت شده است. دریافتی از کرایه اتاق و تخت اقامتگاه‌های عمومی کشور برابر با ۱۶۱۷۴۵۳ میلیون ریال بوده که سهم ۹۶/۰۷ درصدی از اقلام دریافتی این اقامتگاه‌ها محسوب می‌شود. در میان هتل‌های کشور، هتل‌های استان‌های خراسان رضوی، تهران و هرمزگان به ترتیب با ۴۷۰۶۰۰، ۴۱۹۳۲۸ و ۱۵۳۵۷۸ میلیون ریال بیشترین میزان دریافتی را در میان هتل‌های سایر استان‌ها داشته‌اند. این در حالی است که هتل‌های استان‌های کهگیلویه و بویراحمد، خراسان شمالی و چهارمحال و بختیاری به ترتیب با ۸۹۹، ۱۲۷۰ و ۱۴۶۶ میلیون ریال کمترین میزان دریافتی را در بین هتل‌های کشور داشته‌اند. این در حالی است که در همین سال هزینه اقلام پرداختی هتل‌های کشور برابر با ۹۵۷۷۲۵ میلیون ریال گزارش شده است. بیشترین مبالغ پرداختی توسط هتل‌های کشور مربوط به حق‌الزحمه کارکنان است (۴۷۵۱۸۰ میلیون ریال برابر با ۴۹/۶۲ درصد از کل هزینه‌ها).

همانند مبالغ دریافتی، در میان هتل‌های کشور، هتل‌های استان‌های خراسان رضوی، تهران و هرمزگان به ترتیب با ۲۵۳۹۳۶، ۱۸۸۹۲۱ و ۱۱۱۶۰۰ میلیون ریال بیشترین میزان پرداختی را در میان هتل‌های سایر استان‌ها داشته‌اند. همچنین هتل‌های استان‌های کهگیلویه و بویراحمد، خراسان شمالی و چهارمحال و بختیاری به ترتیب با ۵۶۸۴۲۲ و ۲۰۳۰ میلیون ریال کمترین میزان دریافتی را در بین هتل‌های کشور داشته‌اند.

جدول شماره ۴- برخی اقلام دریافتی در اقامتگاه‌های عمومی به تفکیک استان: ۱۳۸۵ (میلیون ریال)

استان	کرایه اتاق و تخت	اجاره سالن	اجاره محل مسکونی و غیر مسکونی	کمک‌های مردمی، نهاده‌ها و سازمان‌های غیر دولتی	فروش کالا	ارزش کالای تولید شده	جمع
آذربایجان شرقی	۶۱۳۴۶	۴۵۹۲	۱۱۸	۰	۲۰۰	۲۴۹	۶۶۵۰۵
آذربایجان غربی	۱۳۷۹۲	۱۵	۲۳۲	۱۳۹	۰	۰	۱۴۱۷۸
اردبیل	۳۴۶۸۳	۴۴۷	۳۲۲	۰	۱۳	۰	۳۴۴۶۵
اصفهان	۳۵۵۶۲	۱۱۸۸۷	۱۷۸	۰	۸	۰	۴۰۹۳۵
ایلام	۱۵۵۲	۴۲	۰	۰	۰	۰	۱۵۹۴
بوشهر	۱۱۳۳۵	۴۸	۳۳	۴۵۰	۰	۴۳۰۸	۱۶۱۷۴
تهران	۴۰۳۳۹۴	۱۵۰۱۹	۲۱۳	۳۴	۶۶۸	۰	۴۱۹۳۲۸
چهارمحال و بختیاری	۱۴۲۲	۳۳	۱۱	۰	۰	۰	۱۴۶۶
خراسان جنوبی	۶۳۱۲	۱۱	۰	۳۶	۰	۰	۶۳۵۹
خراسان رضوی	۴۵۹۱۷۸	۱۳۴۴	۱۶۰۳	۱۸۳۹	۶۵۴۳	۹۳	۴۷۰۶۰۰
خراسان شمالی	۱۲۰۹	۰	۶۰	۰	۱	۰	۱۲۷۰
خوزستان	۳۸۱۵۶	۷۲۹	۶۰۰	۱۹۲	۰	۰	۳۹۶۷۷
زنجان	۵۹۳۲	۱۳۳	۰	۰	۰	۰	۶۰۶۵
سمنان	۷۹۷۰	۳۰۰	۹	۱۲۰	۰	۰	۸۳۹۹
سیستان و بلوچستان	۱۵۳۸۰	۳۵۲۴	۷۸	۹۰۰	۰	۰	۱۹۸۸۲
فارس	۱۲۱۹۲۱	۱۴۶۷	۱۸۰	۰	۰	۰	۱۲۳۵۶۸
قزوین	۳۶۹۴	۰	۰	۰	۰	۰	۳۶۹۴
قم	۱۶۱۸۱	۷	۰	۰	۳	۰	۱۶۱۹۱
کردستان	۱۳۶۱۵	۶۶	۱۷۹	۴۷۰	۲۳	۰	۱۴۴۵۳
کرمان	۱۳۲۳۷	۷۹۰	۱۸۰	۵۸۸	۰	۰	۱۴۷۹۵
کرمانشاه	۳۹۵۶	۰	۷۳	۰	۰	۰	۴۰۲۹
کهگیلویه و بویراحمد	۸۹۹	۰	۰	۰	۰	۰	۸۹۹
گلستان	۸۲۰۸	۴۰۴۸	۲	۷۰۷	۱۱	۰	۱۴۹۷۶
گیلان	۵۹۴۲۴	۱۶۸۳	۱۹۶	۰	۱۰۶۴	۰	۶۲۳۶۷
لرستان	۳۹۳۲	۳۸	۰	۵۰	۰	۰	۴۰۲۰
مازندران	۹۲۹۳۶	۷۶۳	۲۶۶۷	۱۳۷۵	۵۳۷	۰	۹۸۲۷۸
مرکزی	۲۹۱۸	۰	۰	۰	۱۱۸	۰	۳۰۳۶
هرمزگان	۱۵۳۳۳۰	۸۰۳	۴۵۵	۰	۰	۰	۱۵۳۵۷۸
همدان	۱۶۵۳۷	۱۹۳	۲۸	۰	۳۸۰	۰	۱۷۱۳۸
یزد	۸۴۵۲	۲۱۹	۴۲	۲۶	۰	۳۴	۸۷۷۳
کشور	۱۶۱۷۴۵۳	۳۷۵۰۱	۷۴۵۹	۶۹۲۶	۹۵۴۹	۴۶۸۴	۱۶۸۳۵۹۲

Source: (Statistics Center of Iran, 2006)

جدول شماره ۵- برخی اقلام پرداختی در اقامتگاه های عمومی به تفکیک استان: ۱۳۸۵

استان	پرداختی به کارکنان	وسایل و لوازم کم دوام و بی دوام مصرف شده	مواد گروشی	حمل و نقل	خدمات نظافت	اجاره محل مسکونی و غیرمسکونی	تعمیرات جزئی ساختمان مسکونی و غیر مسکونی	خدمات حقوقی، حسابداری، رایانه ای و سایر	ارتباطات (پست، تلفن و اینترنت)	بیمه های تجاری	تبلیغات و بازاریابی	انواع سوخت	برق	آب	خرید کالاهای به فروش رسیده	ارزش مواد اولیه مصرف شده	جمع
آذربایجان شرقی	۲۴۴۷۳	۲۰۰۴	۴۵۸۶	۶۹۸	۱۶۷	۳۳۲	۷۱۲	۷۹۲	۴۵۲	۸۱۴	۱۶۷	۱۰۲۸	۱۶۷۵	۱۱۸۱	۷۶	۹۴	۳۹۰۵۱
آذربایجان غربی	۴۵۶۳	۵۳۴	۱۰۹۹	۵۶	۸۱	۹۰۷	۸۹۸	۱۳	۲۷۴	۷۳	۴۶	۵۷۲	۴۷۴	۴۲۸	۰	۰	۱۰۰۲۵
اردبیل	۷۹۱۶	۱۳۴۰	۱۳۰۶	۴۵	۳۰	۱۴۵۳	۳۵۷	۸	۳۴۳	۲۹	۲۳۳	۸۹۷	۱۰۰۶	۶۰۷	۱۱	۰	۱۵۵۸۱
اصفهان	۱۳۹۳۵	۱۳۷۴	۲۲۵۹	۱۳۳	۲۷۱	۴۷۰	۱۰۷۰	۴۶۰	۸۸۴	۳۵۳	۲۰۹	۸۱۲	۱۶۹۵	۱۱۵۸	۷	۰	۲۴۶۹۰
ایلام	۸۲۸	۶۹	۱۷۷۵	۳۰	۰	۲۱	۴۵	۰	۳۲	۰	۱۳	۷۹	۷۶	۳۲	۰	۰	۳۰۲۰۰
بوشهر	۶۰۱۰	۴۶۱	۲۳۱۷	۱۲۳	۵	۹۸۹	۲۵۱	۶۰۰	۱۷۵	۱۲۵	۱۴	۱۷۹	۹۹۶	۲۶۵	۰	۳۳۰۶	۱۵۷۱۶
تهران	۱۰۵۴۴۹	۷۹۲۸	۳۰۷۹۳	۴۲۴۵	۱۹۱۹	۵۴۲۸	۴۳۸۰	۱۲۶۴	۴۲۸۵	۲۹۶۷	۱۱۸۳	۵۴۷۲	۸۸۰۳	۴۳۴۹	۴۵۶	۰	۱۸۸۹۲۱
چهارمحال و بختیاری	۸۴۴	۲۳	۸۸۴	۲۲	۸	۵۷	۹	۰	۱۹	۱۰	۱۱	۵۷	۴۲	۴۴	۰	۰	۲۰۳۰
خراسان جنوبی	۱۳۰۲	۱۱۷	۹۸۳	۴۲	۲۱۶	۱۳۰۶	۵۳	۰	۴۹	۱۳	۱۵	۶۸۶	۱۳۳	۸۵	۰	۰	۵۰۰۰
خراسان رضوی	۱۰۴۵۲۳	۱۲۲۴۳	۳۴۰۱۰	۱۵۰۹	۵۰۵	۱۵۴۴۲	۲۱۸۴۳	۵۵۷	۶۱۹۲	۱۴۱۹	۱۵۰۴۷	۹۳۳۵	۱۴۱۱۲	۱۱۳۰۲	۶۰۱۱	۸۵	۲۵۳۹۳۶
خراسان شمالی	۱۷۷	۴۹	۱۳۹	۱	۹	۴۲	۲۲	۰	۱۰	۰	۰	۴۵	۴۸	۲۶	۰	۰	۵۶۸
خوزستان	۱۱۸۹۲	۶۴۱	۳۶۸۲	۱۵۲	۶۸	۲۱۷	۴۷۵	۱۰۳	۶۷۸	۲۰۱	۱۳۷	۵۸۰	۱۸۳۴	۹۰۴	۰	۰	۲۱۵۶۴
زنجان	۱۴۵۶	۱۹۱	۱۴۸۲	۲۴	۱۸	۰	۴۴	۶	۴۲	۲۱	۳	۱۳۱	۱۲۱	۷۸	۰	۰	۳۶۱۷
سمنان	۱۶۷۴	۲۶۰	۱۹۶	۱۶	۱۰	۸۶	۱۰۰	۰	۷۵	۰	۷	۱۷۰	۹۶	۵۰	۰	۰	۲۷۴۰
سیستان و بلوچستان	۱۲۶۸۸	۱۲۵۰	۴۸۳۱	۱۲۲	۷	۰	۱۴۳	۰	۴۴۱	۲۴۵	۲۷۲	۵۸۴	۱۳۵۷	۳۰۷	۰	۰	۲۲۲۰۷
فارس	۳۹۰۱۸	۲۱۲۳	۷۰۹۸	۴۸۲	۱۲۱۷	۲۹۱۲	۳۳۶۶	۶۵۰۶	۱۱۲۸	۴۴۰	۷۹۲	۱۵۴۹	۳۱۷۰	۲۲۹۷	۰	۰	۷۲۰۹۸
قزوین	۱۴۰۲	۱۱۱	۴۹	۲۸	۰	۱۲	۱۴۱	۱۰	۱۱۱	۰	۳۱	۶۳	۸۷	۴۰	۰	۰	۲۰۸۵
قم	۵۱۰۷	۴۱۴	۱۱۰۲	۳۱	۳۲۵	۴۷۰	۵۸۸	۱۱	۵۲۲	۳۲	۱۱	۳۷۴	۵۹۳	۵۴۲	۲	۰	۱۰۱۲۴
کردستان	۳۶۷۴	۲۸۹	۶۹۵	۸	۳۴	۴۲۱	۳۵۳	۳۸	۵۸	۱۱	۲۷	۱۱۲	۱۳۳	۱۴۸	۱۵	۰	۶۰۰۶
کرمان	۵۴۸۴	۴۳۵	۲۳۳۰	۱۰۶	۷۴	۱۴۰۹	۹۱	۱۰۱	۲۶۸	۲۴۷	۸۲	۴۱۱	۶۸۵	۲۱۶	۰	۰	۱۲۰۳۹
کرمانشاه	۲۲۶۴	۳۰۶	۵۵۶	۱	۱	۰	۱۲۲	۲۲	۸۹	۰	۱	۱۷۲	۲۴۳	۱۹۳	۰	۰	۳۹۷۰
کهگیلویه و بویراحمد	۲۳۰	۲۹	۱۱	۰	۵	۱۸	۶۹	۰	۵	۰	۰	۲۷	۱۷	۱۱	۰	۰	۴۲۲
گلستان	۲۹۵۲	۱۰۳۱	۱۸۲۸	۸۳	۱۶	۲۲۸	۴۲۴	۳۶	۱۴۶	۲۲	۴۷	۲۰۵	۳۹۴	۱۶۴	۸	۰	۷۵۸۴
گیلان	۲۲۰۳۶	۱۳۷۱	۵۷۲۴	۲۵۱	۲۰۱	۲۹	۲۲۵۸	۵۷۵۱	۴۹۹	۴۹۴	۷۴۳	۱۱۴۲	۲۷۴۶	۵۰۶	۷۳۹	۰	۴۴۵۰۰
لرستان	۱۲۵۰	۷۹	۷۵۳	۳۱	۱۲۵	۳۹۳	۱۰۷	۳۳	۱۴۱	۲۶	۱۳	۸۴	۱۸۷	۱۱۰	۰	۰	۳۵۲۲
مازندران	۲۸۹۹۳	۱۵۷۶	۱۶۷۹	۳۷۸	۶۹	۲۴۲۱	۱۷۰۱	۲۸۲	۱۳۱۸	۳۹۹	۶۳۰	۲۲۰۲	۶۷۳۳	۹۷۹	۳۹۹	۰	۴۹۶۵۹
مرکزی	۱۰۲۴	۱۵۴	۴۴۴	۲۲	۰	۷	۱۳۸	۰	۳۰	۱۱	۹	۶۲	۵۱	۵۴	۹۰	۰	۲۰۹۶
هرمزگان	۴۸۸۹۱	۳۲۷۳	۱۹۳۰۳	۱۵۰۵	۱۶۲۹	۶۲۴۸	۳۰۶۳	۱۵۸۹	۳۰۲۲	۱۳۲۵	۱۳۴۳	۱۷۷۲	۱۴۴۷۸	۴۱۵۹	۰	۰	۱۱۱۶۰۰
همدان	۹۸۸۹	۴۵۳	۱۲۶۱	۸۰	۶۰	۸۰۰	۳۶۵	۸۴	۲۶۳	۱۰۲	۱۵۹	۳۵۴	۴۹۳	۳۲۱	۳۰۵	۰	۱۴۹۸۹
یزد	۵۰۵۶	۳۵۹	۱۰۱۱	۱۷	۳۰	۱۷۵	۱۹۹	۳	۲۸۱	۴۸	۵۸	۲۴۷	۵۶۶	۲۸۶	۰	۲۹	۸۳۶۵
کشور	۴۷۵۱۸۰	۴۰۴۸۷	۱۳۴۲۹۶	۱۰۲۴۱	۷۱۰۷	۴۲۰۹۳	۴۳۳۸۷	۱۸۲۵۹	۲۱۷۳۲	۹۴۲۷	۲۱۳۰۲	۲۹۴۰۳	۶۲۴۴۴	۳۰۸۴۳	۸۱۱۹	۳۴۱۴	۹۵۷۷۲۵

Source: (Statistics Center of Iran, 2006)

زیرساخت‌های حمل و نقل هوایی توریسم در ایران

در سال‌های اخیر ایران به دلیل تحریم‌های موجود، در بخش زیرساخت‌های حمل و نقل هوایی دچار مشکلات بسیاری بود و این امر بر کیفیت پایین آن اثر گذاشته است. نکته قابل توجه در مورد این شاخص در گزارش مجمع جهانی اقتصاد، قرار گرفتن امارات در رده سوم برترین زیرساخت حمل و نقل هوایی در جهان است. برترین کشور جهان از نظر زیرساخت حمل و نقل هوایی کانادا است و پس از آن به ترتیب کشورهای ایالات متحده آمریکا، امارات متحده عربی، استرالیا، هنگ کنگ، سنگاپور، نورژ، بریتانیا، اسپانیا و هلند قرار دارند و چنان که اشاره شد رتبه ایران در این بخش ۸۹ است (Tavakoli and Hedayati, 2008: 15).

این نماگر از چندین متغیر کوچک‌تر از جمله کیفیت زیرساخت حمل و نقل هوایی، تعداد کیلومتر-صندلی موجود داخل کشور، تعداد کیلومتر-صندلی موجود بین‌المللی، تعداد خروجی‌های کشورهای با استفاده از هواپیما، تراکم فرودگاه‌ها و تعداد خطوط هوایی مشغول به کار تشکیل و نمره دهی شده است. بر اساس این گزارش، ایران در زمینه کیفیت خدمات حمل و نقل هوایی با رتبه ۱۱۰ جهانی جایگاه نامناسبی دارد و از نظر تراکم فرودگاه‌ها بر اساس تعداد فرودگاه‌ها نسبت به جمعیت در مقام ۹۳ قرار گرفته؛ حال آنکه از نظر تعداد کیلومتر-صندلی موجود داخل کشور در رده ۳۲ جهانی قرار دارد. این در حالی است که در گزارش سال ۲۰۱۵ ایران در زیرساخت حمل و نقل هوایی رتبه ۹۳ را داشت و در زیرمجموعه‌های آن نیز در کیفیت خدمات حمل و نقل هوایی رتبه ۱۲۱ را به خود اختصاص داده بود (Zarabi et al., 2009: 30).

در همین حال، وضعیت خوب اقتصادی کانادا و رقابت‌پذیری بین‌المللی آن توانسته روی سیاست‌های عمومی آن کشور اثر بگذارد و ظرفیت‌هایی برای رشد زیرساخت‌های حمل و نقل هوایی ایجاد کند. یکی دیگر از عوامل این گسترش زیرساخت‌های هوایی در کنار وضعیت مناسب اقتصادی این کشور، دوری آن از سایر کشورهای جهان بوده که در نتیجه برای مواردی همچون حمل و نقل مسافر و در مواردی بار توسعه این صنعت مورد توجه قرار گرفته است. موج نوی توجه عمده به این صنعت در کانادا از سال ۲۰۱۲ آغاز شد؛ زمانی که هارپر، نخست‌وزیر این کشور بر اهمیت آن تأکید کرد. پهناوری این کشور و وضعیت آب و هوایی خاص آن موجب شده برای برقراری ارتباط میان نواحی مختلف آن از حمل و نقل هوایی به شدت استفاده شود؛ زیرا دسترسی از طریق جاده‌ای، آبی یا ریلی امکان‌پذیر نیست یا به شدت دشوار است. به همین دلیل، افزایش تقاضا برای این بخش در کانادا موجب توسعه شدید آن در این کشور شده است. به دلیل اینکه در مواردی توانایی پشتیبانی از این تقاضا با مشکلاتی روبه‌رو بود، کمیته مربوط به سنای این کشور دست به شناخت چالش‌های اقتصادی و عملیاتی زد و با مطالعاتی که انجام داد دریافت خطوط حمل و نقل هوایی کانادا پول زیادی در مسیرهای پرتردد اضافه می‌کنند تا خدمات پرواز به مناطق کم‌تردد را توجیه کنند و به نحوی به آن یارانه دهند (Shakouri and Miratalebi Aghdam, 2012: 90).

در این صورت اگر یک شرکت هوایی جدید می‌خواست با شرکت‌های موجود در سودآورترین مسیرها رقابت کند، می‌توانست قیمت خود را در این مسیرهای پرتردد کاهش دهد اما همچنان اثر افزایش قیمت روی مسیرهای جوامع کوچک‌تر وجود داشت. برای پاسخگویی به این مشکلات، یک استراتژی سفرهای هوایی ملی پیشنهاد شد تا نگاهی جامع به این صنعت داشته و عرضه و تقاضا به درستی مورد بررسی قرار گیرد. افزون بر این، قوانین این حوزه نیز

مورد بررسی قرار گرفت و برخی برنامه‌های مالی نیز برای پاسخ دادن به نیازهای خاص و برخی چالش‌ها در این کشور به راه افتاد. از سوی دیگر، یکی از عوامل اساسی توسعه زیرساخت‌های حمل و نقل هوایی ایالات متحده آمریکا، ناشی از اقتصاد پیشرفته این کشور و نیاز رو به فزونی آن به سفرهای تجاری و تفریحی بوده است. دوری این کشور از سایر بازارهای عمده جهانی و اروپا نیز یکی دیگر از عوامل توسعه زیرساخت‌های حمل و نقل هوایی به شمار می‌رود. این صنعت در ایالات متحده سابقه دیرینی دارد و در واقع اختراع نخستین هواپیما به این کشور بر می‌گردد. از دهه ۱۹۷۰ میلادی نوعی مقررات زدایی در بخش حمل و نقل هوایی آمریکا رخ داد و همین امر موجب افزایش تقاضا و توسعه این صنعت در این کشور شد (Nazarian and Ghadrian, 2010: 33).

تجربه همسایه جنوبی ایران نیز در این زمینه قابل بررسی است. صنعت هوانوردی و زیرساخت‌های مربوط به حمل و نقل هوایی در چند سال اخیر یکی از نخستین پیشران‌های رشد اقتصادی غیرنفتی در امارات متحده عربی بوده و این کشور تبدیل به محوری برای هوانوردی جهانی شده است. در این میان دبی به شدت بر هوانوردی به عنوان مؤلفه‌ای برای دستیابی به رشد اقتصادی تکیه کرده است. این صنعت در دبی حدود ۲۸ درصد از تولید ناخالص داخلی را تشکیل می‌دهد و سالانه مبلغی حدود ۲۲ میلیارد دلار به اقتصاد کمک می‌کند. این صنعت ۱۹ درصد از همه مشاغل دبی به طور مستقیم یا غیرمستقیم مشارکت می‌کند. رشد ظرفیت صنعت هوانوردی در کل این کشور با توجه به توسعه برنامه‌ریزی شده در فرودگاه‌ها حاصل شده است که بزرگ‌ترین آن را می‌توان پروژه توسعه فرودگاه بین‌المللی آل مکتوم دانست که در صورت تکمیل شدن به بزرگ‌ترین فرودگاه جهان تبدیل می‌شود. انتظار می‌رود تا سال ۲۰۳۰ میلادی شش فرودگاه مهم در این کشور، ۳۰۰ میلیون مسافر را در طول سال جا به جا کنند (Saghaei, 2013: 84).

زیرساخت‌های دریایی و زمینی

در گزارش مجمع جهانی اقتصاد ایران از نظر زیرساخت بنادر و زمینی نسبت به سایر زیرساخت‌ها بهتر عمل کرده و در رتبه ۷۵ جهانی قرار دارد. یکی از دلایل آن وضعیت نسبتاً مناسب خطوط ریلی در کشور است. هنگ کنگ برترین زیرساخت بنادر و زمینی را در جهان به خود اختصاص داده است و پس از آن نیز کشورهای سنگاپور، هلند، سوئیس، آلمان، بلژیک، فرانسه، لوکزامبورگ، دانمارک و ژاپن قرار دارند. کیفیت جاده‌ها، تراکم جاده‌ای، تراکم جاده‌های آسفالت شده، کیفیت زیرساخت‌های ریلی، تراکم خطوط ریلی، کیفیت زیرساخت بنادر و در نهایت کارایی حمل و نقل زمینی از جمله متغیرهای این نماگر هستند. ایران در زمینه کیفیت جاده‌ها در رتبه ۶۷ قرار دارد و از نظر کیفیت زیرساخت ریلی در رده ۴۴. همچنین کشورمان از نظر کیفیت زیرساخت بنادر نیز در مقام ۷۳ جهانی جای گرفته است. ضمن اینکه در زمینه کارایی حمل و نقل زمینی نیز در جهان رتبه ۵۸ را به خود اختصاص داده است. این در حالی است که در گزارش سال ۲۰۱۵ ایران در زیرساخت بنادر و زمینی رتبه ۷۶ را داشت. همچنین، ایران از نظر کیفیت جاده‌ها در رتبه ۶۳، از نظر کیفیت زیرساخت بنادر در مقام ۸۰ و از نظر کیفیت زیرساخت ریلی نیز در جایگاه ۴۴ قرار داشت (Hoshmand et al., 2006: 145).

هنگ کنگ به عنوان کشوری که رتبه نخست را در این زیر شاخص دارد، بندری بسیار مهم است که حمل و نقل حجم بسیار زیادی از صادرات چین از طریق آن انجام می‌گیرد. در واقع، هنگ کنگ به نوعی پایگاه اقتصادی و

صادراتی تبدیل شده و با رشد چین از دهه ۸۰ میلادی به بعد و خصوصاً پس از استقلال این جزیره از انگلستان در سال ۱۹۹۷ میلادی با رشد قابل توجهی پیشرفت کرده است. سنگاپور نیز به دلیل اینکه بازار داخلی کوچکی دارد و منابع طبیعی آن محدود و زمین آن اندک است، با تمرکز بر توسعه بنادر توانسته به رشد اقتصادی مناسبی دست یابد. صنایع دریانوردی این کشور به طور تقریبی ۷ درصد از تولید ناخالص داخلی این کشور را دربرمی گیرند. پروژه‌هایی که در این کشور تعریف شده است بر رشد این صنعت تا سال ۲۰۳۰ و دو برابر شدن فعالیت‌های بنادر در آن اشاره دارد. در دهه‌های ۱۹۷۰ و ۱۹۸۰ میلادی این بنادر تقویت شدند و این کار که بیشتر در جهت استفاده از ظرفیت‌های دریایی این سرزمین بود، منجر به تقویت زیرساخت‌های بنادر در این کشور شد. اگر به هلند نیز که رتبه سوم این فهرست را دارد نگاه کنیم، درمی یابیم که قرار گرفتن این کشور در شمال اروپا و سابقه دریانوردی آن در کسب این رتبه نقش داشته است. بندر روتردام بزرگ‌ترین بندر دریایی جهان به جز بنادر منطقه شرق آسیا محسوب می‌شود و بزرگ‌ترین بندر اروپا است. نقش مهم بنادر در اقتصاد این کشور سبب رشد و توسعه این کشور شده و سرمایه‌گذاری برای بهبود زیرساخت‌های بنادر را افزایش داده که در نتیجه موجب ترقی چشمگیر این بخش شده است (Hoshmand and elahi, 2005: 160).

زیرساخت خدمات گردشگری

در زمینه زیرساخت‌های مربوط به خدمات گردشگری، ایران ضعیف‌ترین عملکرد را در بین زیرساخت‌ها دارد و رتبه جهانی آن به ۱۱۶ می‌رسد. بهترین زیرساخت‌های خدمات گردشگری در جهان در این گزارش از آن کشورهای اتریش، اسپانیا، ایالات متحده آمریکا، پرتغال، کرواسی، سوئیس، بریتانیا، استرالیا، آلمان و کانادا است. متغیرهای زیرمجموعه این نماگر، تعداد اتاق‌های هتل به ازای هر ۱۰۰ نفر، کیفیت زیرساخت‌های گردشگری، وجود شرکت‌های اجاره خودروی بزرگ و تعداد دستگاه‌های خودپرداز به ازای هر ۱۰۰۰ نفر بزرگسال هستند. ایران از نظر تعداد هتل در رده ۱۱۴، از نظر کیفیت زیرساخت‌های گردشگری در رتبه ۱۲۴، وجود شرکت‌های اجاره خودروی بزرگ در مقام ۱۲۹ و از نظر تعداد دستگاه‌های خودپرداز در جایگاه ۵۰ جهانی قرار دارد. این در حالی است که در گزارش سال ۲۰۱۵ میلادی ایران در زیرساخت خدمات گردشگری رتبه ۱۱۹ را داشت. ایران از نظر زیرمجموعه‌های این نماگر نیز جایگاه مناسبی در سال ۲۰۱۵ میلادی نداشت و از نظر تعداد اتاق‌های هتل به ازای هر ۱۰۰ نفر در رتبه ۱۱۳ و از نظر وجود شرکت‌های اجاره خودروی بزرگ در مقام ۱۲۰ جهانی قرار داشت (Najarzadeh and Tasan, 2011: 101).

در این بخش سنجش نماگر در سال ۲۰۱۷ میلادی با متغیرهای متفاوتی نسبت به متغیرهای سال ۲۰۱۵ میلادی نیز همراه بوده است؛ برای مثال می‌توان به اضافه شدن کیفیت زیرساخت‌های گردشگری به جای توسعه سفرهای تجاری توصیه شده اشاره کرد. به نظر می‌رسد عاملی که در صعود رتبه ایران در زمینه زیرساخت خدمات گردشگری نقش بازی کرده، تعداد خودپردازهای موجود در کشور بوده که در سال ۲۰۱۵ تعداد آن ذکر نشده بود. با توجه به اینکه خودپردازهای ایران چندان نقشی در سرویس‌دهی و خدمات رسانی به گردشگران کشورهای دیگر ایفا نمی‌کنند و همچنین به دلیل تداوم مشکلات مربوط به خدمات بانکی و پولی بین ایران و کشورهای دیگر در نتیجه

تحریم‌ها، رتبه کم ایران در این متغیر بر خدمات گردشگری بین‌المللی اثر چندانی نمی‌گذارد و تا حدودی تنها بر گردشگران داخلی مؤثر خواهد بود (Tayybi et al., 2014: 55).

در این میان یکی از کارهای مهمی که اتریش به عنوان کشور نخست در زیرساخت‌های خدمات گردشگری انجام داده و موجب شده که به رتبه اول در زمینه زیرساخت خدمات گردشگری دست یابد، وجود شرکت‌های بزرگ اجاره خودرو برای گردشگران بوده است. علاوه بر این، اتریش از نظر وجود هتل‌ها در کشور نیز نسبت به جمعیت خود عملکرد خوبی داشته است. اتریش بهشت بسیاری از ورزش‌ها نیز محسوب می‌شود و همین تمرکز بر جذب گردشگران ورزشی را موجب شده است. اسپانیا هم که در رتبه دوم این نماگر قرار دارد، سال‌ها است به واسطه پذیرش گردشگران فراوان که شمار آنان به بیش از ۶۸ میلیون نفر نیز رسیده است، با منبع درآمدی قابل توجهی روبه‌رو است و همین امر رقابت در صنعت گردشگری این کشور و پیشرفت و بهبود کیفیت آن را موجب شده است. برای مقایسه می‌توان به عواید دریافتی کشورهای مختلف نگاهی انداخت. عواید حاصل از هر گردشگر ورودی در اسپانیا حدود ۸۲۴ دلار تخمین زده می‌شود در حالی که این مقدار برای ایران ۶۶۵ دلار است. ایالات متحده آمریکا نیز با اشتغال حدود ۳/۸ درصد از کل مشاغل خود در بخش گردشگری که معادل ۵,۶ میلیون نفر است و پذیرش بیش از ۷۷ میلیون گردشگر بین‌المللی در سال، توانسته خود را در این رقابت به سومین کشور ارائه‌دهنده خدمات باکیفیت گردشگری تبدیل کند (Shahabadi and Sayyah, 2013: 29).

نتیجه‌گیری و دستاورد علمی و پژوهشی

صنعت گردشگری تلفیقی از فعالیت‌ها، خدمات و زیرساخت‌های مختلف است که از مهم‌ترین آن‌ها مراکز اقامتی و هتل‌ها است. اهمیت هتلداری و جایگاه ویژه آن در صنعت گردشگری و نقش آن در جذب گردشگر بر همگان روشن است امروزه دیگر هتلداری یک فعالیت صرفاً تجاری نیست بلکه یک فعالیت اقتصادی فرهنگی و یک صنعت است. اهداف توسعه گردشگری و ارتقا کمی و کیفی فعالیت‌های گردشگری در ارتباط ناگسستنی با این صنعت است. از آنجا که اقتصاد ایران به درآمدهای حاصل از صادرات نفت وابستگی بالایی دارد و نوسانات قیمت جهانی نفت در طول زمان متغیرهای کلان اقتصادی نظیر تولید ملی، سرمایه‌گذاری‌های ناخالص، اشتغال و درآمدهای ارزی را تحت تأثیر قرار داده است، لذا به منظور تنوع بخشیدن به منابع رشد اقتصادی، درآمدهای ارزی و همچنین ایجاد فرصت‌های مختلف شغلی در کشور و جذب ۲۰ میلیون گردشگر ورودی مطابق چشم‌انداز افق ۱۴۰۴، توسعه صنعت گردشگری و هتلداری از اهمیت دو چندانی برخوردار است و به تبع آن جامعه هتلداران کشور به عنوان نماینده بخش خصوصی جایگاهی مهم و نقشی حیاتی در این صنعت دارد. صنعت گردشگری علاوه بر درآمدزایی بالا از توانایی اشتغال آفرینی خوبی هم برخوردار است. نتایج مطالعات انجام شده نشان داده‌اند توسعه این صنعت نقش مؤثری در کاهش بیکاری و همچنین بهبود توزیع درآمد و افزایش درآمدهای دولت از طریق مالیات‌های غیرمستقیم دارد. این موضوع از آن جهت اهمیت دارد که در شرایط کنونی معضل اشتغال به یکی از دغدغه‌های اصلی سیاست‌گذاران اقتصادی تبدیل شده است و توسعه صنعت گردشگری می‌تواند به سهم خود در رفع این مشکل اثرگذار باشد. در این بین باید به گسترش زیرساخت‌های گردشگری اهمیت ویژه‌ای بدهیم. این زیرساخت‌ها در برگیرنده تمامی ساخت و سازهای زیربنایی و روبنایی یک کشور می‌شوند و به طور عمده شامل سیستم‌های

ارتباطی، سیستم‌های بهداشتی، حمل و نقل هوایی، زمینی، زیرزمینی، دریایی و اجزای آن، هتل‌ها، اقامتگاه‌ها، کمپینگ‌ها، رستوران‌ها، کارخانه‌های تهیه غذا و نوشیدنی‌های سالم، مراکز خرید (بازارهای سنتی و مدرن)، مراکز تفریحی و... است.

در واقع در دنیای پر رقیب امروز تنها نمی‌توان به صرف داشتن مناطق گردشگری و ابنیه تاریخی اقدام به جذب توریست و گردشگر کرد، چرا که امروزه بحث ماندگاری گردشگر بیش از سایر مقوله‌ها در اولویت متولیان امر قرار دارد. صنعت هتلداری که شامل پذیرایی و عرصه تولید و توزیع مواد غذایی و نوشیدنی به میهمانان و مسافران می‌شود از نظر اشتغال‌زایی و درآمد، بخش بزرگی از صنعت بزرگ گردشگری را تشکیل می‌دهد در صنعت گردشگری بخش‌های دولتی و خصوصی مکمل یکدیگر هستند و عدم وجود یکی از آن‌ها باعث بروز ناکارآمدی دیگری می‌شود لذا باید بخش دولتی و بخش خصوصی هر یک در جایگاه خود قرار بگیرند تا شاهد رشد و شکوفایی این صنعت باشیم برنامه‌ریزی بلندمدت و کوتاه مدت به همراه برنامه‌ریزی استراتژیک می‌تواند زمینه‌های لازم جهت توسعه و گسترش این صنعت و توسعه زیرساخت‌های گردشگری را در پیش داشته باشد در کشور ما ایران فرصت‌های گردشگری فراوانی وجود دارد که تاکنون به آن‌ها پرداخته نشده است مدیریت کلان و متخصص در صنعت گردشگری حرف اول را می‌زند و باید فرصت‌ها را در کشور شناسایی و آن‌ها را در طرح جامع گردشگری کشور بگنجانند و زمینه سرمایه‌گذاری را در زیرساخت‌های سخت مانند هتل‌ها، رستوران‌ها و جاذبه‌ها مهیا کند و دولت نیز زمینه توسعه زیرساخت‌های نرم مانند آموزش، فرهنگ و امنیت را در کشور گسترش دهد اگرچه توسعه و گسترش زیرساخت‌های گردشگری به منظور استفاده هرچه بیشتر از مزایای متعدد اجتماعی و فرهنگی و اقتصادی آن اجتناب‌ناپذیر است ولی مشکلات و تنگناهای متعددی در راه رشد صنعت گردشگری ایران وجود دارد که نباید از نظرها دور بماند.

مجموعه واحدهایی که برای اقامت گردشگران، خدمات اقامتی و یا وابسته به آن را ارائه می‌دهند تأسیسات اقامتی نامیده می‌شوند. انواع تأسیسات اقامتی عبارت‌اند از: هتل، هتل بوتیک، هتل آپارتمان، متل، هاستل، مسافرخانه یا مهمان‌پذیر، مهمانسرا، مجتمع توریستی، اردوگاه جهانگردی، بنگالو، شاله، پانسیون، پانسیون خانگی، ویلا یا آپارتمان شخصی (خانه دوم)، ویلاهای خصوصی، اقامتگاه‌های آزاد، کاروانسرا و زائرسرا هتل: اقامتگاهی است با کیفیت و درجه‌بندی مختلف که متناسب با امکانات، وسعت، تجهیزات، تعداد اتاق و تخت از یک تا پنج ستاره طبقه‌بندی می‌شوند. هتل‌ها معمولاً با شیوه‌ای مدرن اداره می‌شود و خدمات و امکانات جنبی پیشرفته‌تر و بیشتری چون رستوران، استخر، سالن اجتماعات دارد و درجه‌بندی آن با رعایت استانداردهای مشخصی صورت می‌گیرد. هتل‌ها بر اساس یکی از معیارهای زیر طبقه‌بندی می‌شوند امروزه هتلداران فعال جهان، ساخت هتل‌های ارزان قیمت را در برنامه کاری خود قرار داده‌اند. با این کار سفر نیز ارزان تمام می‌شود. با ارزان شدن سفرها، گردشگری نیز رونق می‌یابد. این طرحی است اجرا شده در کشورهای اروپایی که با موفقیت انجام گرفته و در حال بهره‌برداری است. این طرح در کشورهایی چون ترکیه و مالزی که امروزه شاهد پیشرفت صنعت گردشگری آنان هستیم اجرایی شده است. کسب رضایت، حفظ و نگهداری مشتریان و به تبع آن سودآوری در این بخش از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. در واقع باید گفت اولین دغدغه گردشگران هنگام ورود به مقصد یافتن محلی جهت اقامت شبانه است، نوع و کیفیت

خدمات ارائه شده در اقامتگاه‌ها اهمیت اساسی داشته و بر ارزیابی از سفر اثرگذار است. برای همین باید برای بهبود شرایط اقامتی مسافران و گردشگران فکر جدی کرد.

در نظرسنجی از عده‌ای جهانگردان خارجی که در شب آخر اقامتشان در ایران به عمل آمد، آن‌ها به تمام عوامل اقامتی در ایران نمره‌های کم دادند و تنها برای میهمان‌نوازی ایرانیان نمره کامل قائل شدند. مطالعه خدمات هتل‌ها از دیدگاه جهانگردان و تجاری که زیاد سفر می‌کنند و تجزیه و تحلیل آنان از عملکرد هتل‌ها و مقایسه نوع خدمات ارائه شده در هتل‌های مختلف از دیدگاه آن‌ها می‌تواند معیار مناسبی در ارائه خدمات بهینه باشد و در برنامه‌ریزی، دست‌اندرکاران را یاری رساند. باید اعتراف کرد شرایط میزبانی از گردشگران خارجی در ایران نه تنها در حد استاندارد نیست، بلکه با کمترین استانداردهای جهانی فاصله بسیاری دارد! در ایران، هتل‌ها با همدیگر سنجیده و ستاره‌گذاری می‌شود و به استانداردهای جهانی اعتنایی نمی‌شود. با وجود خدمات ارائه شده در هتل‌ها و اقامتگاه‌های کشور، متأسفانه بسیاری از هتل‌ها در خدمات‌رسانی به جهانگردان خارجی ضعیف هستند. امروزه قسمت اعظم درآمد ملی کشورها از محل هتل‌ها و ارائه خدمات به مسافران حاصل می‌شود و بسیاری از کشورها تنها دارای صادرات خدمات گردشگری و تأسیسات آن است و از این راه کمبودهای ملی خود را جبران می‌کنند. در زمینه اشتغال هتلداری و فن‌پذیرایی از میهمانان و خدمت به آنان در واقع میزبانی از جمله مهم‌ترین و اصلی‌ترین امور اشتغال‌زایی جهانگردی است، بیش از نیمی از نیروی شاغل در صنعت جهانگردی در بخش هتلداری فعالیت می‌کنند؛ که این مهم ضرورت توجه مسئولان کشور را به بخش هتلداری نیاز دارد کارشناسان این صنعت در ایران معتقدند که آشنا نبودن کارکنان هتل‌ها به خدمات دهی متناسب با استانداردهای جهانی، پایین بودن تحصیلات کارکنان (۸۶ درصد کمتر از دیپلم) بالا بودن سن کارکنان (میانگین سن ۴۰ سال و حد متوسط سابقه کار ۲۴ سال) و... از عوامل مهم در پس زدن گردشگران در دیدار از ایران است.

در سال ۱۳۶۷ نسبت به ۳۰۵۷۲ تخت اقامتی موجود در سطح کشور به هر ۱۰ هزار نفر جمعیت کشور حدود ۶ تخت بوده است؛ که طبعاً پاسخگوی تقاضای داخلی هم نبوده است.

در سال ۱۳۷۶ تعداد تخت‌های موجود ۵۰۸۸۰ بوده که آمار برای هر ۱۰ هزار نفر به ۸ تخت آن هم بعد از ۱۰ سال رسیده است. در سال ۱۳۸۳ بر اساس آمارهای موجود در کل کشور ۷۱۸ هتل و هتل آپارتمان درجه‌بندی شده با ۵۷ هزار و ۶۶۱ اتاق و ۲۷ هزار و ۸۸۹ تخت، یک هزار و ۵۶۰ مهمان‌پذیر با ۲۵ هزار و ۹۴۶ اتاق و ۷۱ هزار و ۹۴۴ تخت وجود دارد که در طول سال تنها ۴۲ درصد اتاق‌ها و ۳۷ درصد تخت‌ها اشغال است.

با بررسی مختصری بر آمار و ارقام ارائه شده از تعداد هتل‌ها و اتاق‌های موجود و تعداد ورودی جهانگردان به کشور و انجام سفرهای داخلی می‌توان به این نتیجه رسید که در ایران از انواع مراکز اقامتی معرفی شده به ویژه هتل‌ها که بیشتر مورد توجه جهانگردان است آن هم به تعداد انگشت‌شمار و محدود به شهرهای بزرگ، اغلب مراکز اقامتی ما در سطح کشور در حد مهمانسراها و مهمان‌پذیرها هستند که تعداد بسیاری از آن‌ها وابسته به سازمان‌ها و ارگان‌های مختلف دولتی است، گذشته از آن افراد شاغل در این مراکز میانگین سنی ۴۰ سال را دارند و تحصیلات ۸۶ درصد آن‌ها نیز زیر دیپلم است که نشان‌دهنده توجه نکردن به ارائه خدمات در این مراکز است و اغلب این افراد به صورت تجربی به این کار مشغول گشته و آموزش‌های لازم و اصولی را که جزء مهم‌ترین ویژگی‌های شاخص میزبانی است

ندیده‌اند، در حالی که صنعت هتلداری در دنیا در به روزآوری خدمات با آموزش افراد مستعد و جوان تلاش می‌کند و مراکزی در سطوح مختلف تا سطح دکتری این فن و هنر را آموزش می‌دهند اما در ایران چند سالی است که در چند مرکز محدود تا سطح فوق دیپلم این آموزش‌ها داده می‌شود اما از این افراد هم به دلیل دید سنتی حاکم بر این حرفه کمتر بهره‌برداری می‌گردد. با این شرایط و امکانات موجود می‌توان پیش‌بینی کرد که در افزایش آماری از قبیل تعداد ورودی جهانگردان و ظرفیت اشغال هتل‌ها و ... چندان تفاوتی نخواهیم کرد.

ایران برای رشد صنعت هتلداری باید قبل از هر کاری، هماهنگ با صنعت جهانگردی فعالیت کند و این دو امر را به موازات هم پیش ببرد، همان‌گونه که دیگر سردمداران این پیشه در دیگر نقاط جهان عمل کرده‌اند و نتیجه گرفته‌اند. عمده اقامتگاه‌های عمومی ایران دارای رتبه ۱ الی ۳ ستاره هستند. به عبارتی اکثر آن‌ها با درجات پائین بنا شده‌اند و به همین دلیل در احداث آن‌ها از فن‌آوری بالا و استاندارد روز استفاده نگشته است و تجهیزات به کار رفته در آن‌ها عمدتاً قابل مقایسه با سطح استاندارد بین‌المللی و قابل پذیرش نزد جهانگردان به خصوص جهانگردان اروپایی نیست. صنعت هتلداری یکی از محورهای مهم توسعه در صنعت گردشگری است لذا باید ارتقاء سطح کیفیت هتلداری، توسعه صنعت گردشگری و جذب جهانگرد، جزء اهداف کلان متولیان این صنعت قرار گیرد و بدیهی است دسترسی به چنین اهداف مهمی، به انسجام و همفکری دست‌اندرکاران نیازمند است. انتظار یاری رسانی از دولت امری طبیعی است چرا که در تمام دنیا، اگر دولت از این صنعت حمایت نکند، موفق نخواهد بود.

خدمات صنعت هتلداری اصلی‌ترین حلقه توسعه صنعت جهانگردی را تشکیل می‌دهد. اگر گردشگر احساس آرامش نکند قطعاً سفر نخواهد کرد و یکی از مهم‌ترین مکان‌هایی که این حس را به افراد انتقال می‌دهد مراکز اقامتی هستند که به استراحت آنان اختصاص دارد. در واقع در این مراکز می‌توان بیشترین خدمات رفاهی را به گردشگران ارائه کرد و از برای آن‌ها درآمد سرشاری به دست آورد. به عنوان مثال می‌توان انواع کلوپ‌های تفریحی مجاز را برای هتل‌هایی که فضای این کار را دارند فراهم کرد تا بدین طریق میهمانانی که جذب این هتل شده‌اند چه داخلی و چه خارجی بدون اینکه فضای هتل را ترک کنند اوقات فراغت خود را نیز پرکنند. وقتی که میهمان در هتل می‌ماند از خدمات جانبی آن نیز استفاده خواهد کرد و این امر باعث می‌شود که هتلدار بتواند درآمد مضاعفی کسب کند و ایجاد اشتغال نماید که یکی از کارکردهای مهم هتل در دنیا است و طبق آخرین اطلاعات ارائه شده از سوی سازمان جهانی جهانگردی ورود هر جهانگرد ۹ فرصت شغلی ایجاد می‌کند که از این آمار تعدادی هم شامل بخش هتلداری می‌گردد.

اگر هتل‌ها توسعه نیابند صنعت جهانگردی با رکود و مانعی بزرگ مواجه خواهد شد، چون درآمدی که از ارزیابی گردشگر خارجی کسب می‌شود سه برابر گردشگر داخلی برآورد شده است و هر یک از گردشگرانی که از ایران دیدن می‌کنند در واقع یک سفیر ارزشمند تبلیغاتی هستند، آنچه را که دیده‌اند بازگو می‌کنند و زیبایی‌ها و زشتی‌های سفر را مطرح می‌کنند، بنابراین باید برای هر جهانگردی که وارد ایران می‌شود علاوه بر ارزش اقتصادی، از نظر تبلیغاتی بایستی ارزشی بیشتر قائل شویم چون راضی بودن هر جهانگردی منجر به جذب ۵ نفر دیگر می‌گردد اما ناراضی بودن آن‌ها به دفع ۱۱ نفر منجر می‌شود؛ که این نوع تبلیغ چون از زبان یک جهانگرد بیان می‌شود در جذب یا دفع به خصوص در کشور مبدأ تأثیر عمیق‌تری دارد.

ایران با داشتن قابلیت‌های فراوان گردشگری چه از نظر تاریخی و فرهنگی و چه از نظر جاذبه‌های طبیعی و جذب اکوتوریسم می‌تواند در تمام فصول از تمامی نقاط کشور درآمد کسب کند. مشکلی که بر سر این راه قرار گرفته نداشتن تأسیسات و تسهیلات زیربنائی و امکانات رفاهی، حمل و نقل، خدمات گردشگری، مراکز اقامتی و پذیرایی و ... در حد استاندارد در اکثر نقاط کشور است، چون اغلب امکانات در پایتخت و مراکز استان‌ها جمع گشته است و برای توسعه در قسمت‌های مختلف نیاز به سرمایه‌گذاری و صرف مدت زمانی طولانی است که واگذاری امور به بخش خصوصی می‌تواند کمک شایانی به این صنعت نماید.

هتلداری هم از این امر مستثنی نیست و با کمک بخش خصوصی قابلیت‌های آن در جذب جهانگردان نمایان‌تر می‌گردد که این شرایط به سیاست‌های دولت بستگی دارد و با تصمیم‌گیری‌های دولت می‌توان زیربنای این صنعت را در ایران شکل داد، در ذیل پیشنهادهایی ارائه گشته که می‌تواند در روند رشد و توسعه مراکز اقامتی کشور مؤثر باشد.

References

- Tavakoli, Morteza and Salah Hedayati (2008), *Tourism Challenges in the Border Areas (Case Study: Sistan)*, *Geographical Space Quarterly*, No. 22
- Rasoulzadeh Aghdam, Samad and Seyed Ahmad Mir Mohammad Tabar and Samad Adipour and Yousef Zayeni Vand (2016), *Opportunities and Restrictions of the Tourism Industry in Iran*, *Journal of Sociological Studies*, No. 30
- Organization for Management and Planning of the Country (2006), "Review of General Land Planning Policies in Iran, Management and Planning Organization of Iran", *Program Weekly*, Year 5, No. 187, Tehran.
- Management and Planning Organization of Iran (1998), "Land Planning Plan", Tehran.
- The Organization for Management and Planning (2003), "The Perspective Document of the Islamic Republic of Iran on the horizon of 1404 AH", Tehran.
- Cultural Heritage, Handicrafts and Tourism Organization (2011 A), "List of Hotels in the Country", Tehran.
- Cultural Heritage, Handicrafts and Tourism Organization (2011 b), "List of Hotel Apartments in the Country", Tehran.
- Heritage, Handicrafts and Tourism Organization (2011 c), "Country List of Countries", Tehran.
- The Cultural Heritage, Handicrafts and Tourism Organization (2011 d), "List of Pensions of the Country", Tehran.
- Saghaei, Mohsen (2013), *an Analysis of the Impact of Aviation Industry on the Development of Religious Tourism; Case Study: Mashhad Airport*, *Geographical Quarterly*, No. 110
- Shahabadi, Abolfazl and Ali Sayyah (2013), *Influence of Economic Infrastructure on Tourism: A Data Panel Approach Comparative Comparison of Developing and Developed Countries*, *Journal of Tourism Planning and Development*, Second Year, No. 110
- Shakouri, Ali and Seyyed Masoud Miratalbi Aghdam (2012), *Development of Domestic Tourism and the Liberation of Aviation (Comparison of Iran and India)*, *Quarterly Journal of Space Planning and Design*, Vol. 16, No. 1
- Tayebi, Seyed Kamali and Zahra Zamani and Zahra Pourhaghan (2014), *The Effects of the 2008 Financial Crisis on the Bilateral Business of International Tourism Services of Iran*, *Journal of Tourism Planning and Development*, No. 8
- Isa Zadeh, Saeed and Soodeh Ghodsi (2012), *calculating the employment rate coefficients of the tourism sector in Iranian economy. Using the data-output model*, *Journal of Tourism Management Studies*, No. 17
- Feyzpur, Mohammad Ali and Mehdi Emami Meybodi (2012), *Economic Development of Tourism Industry in Iran and Comparison with Outlook Countries*, *Journal of Tourism Management Studies*, Issue 19

- Gholi Poursalamani, Ali (2007), Comparative Study of Tourism Industry in Iran and Turkey, Commercial Quarterly, No. 23
- Lomsden, Les (2001), "Tourism Marketing", translation by Mohammad Ebrahim Goharian, Cultural Research Bureau, Tehran.
- Statistics Center of Iran (2008), "Statistical Yearbook of the Country", Tehran.
- Mickeyli, Alireza (2000), Tourist Planning Based on Ecological Principles, Geographical Quarterly, No. 39
- Najarzadeh, Reza and Mona Tassan (2011), Tourism Services in D-8 Countries Identifying Abilities and Advantages in These Countries, Quarterly Journal of Economic Research (Sustainable Development and Development), No. 38
- Nazarian, Asghar, Esmaeel Ghaderi and Abdolreza Haghighi (2010), The role of aviation in the development of tourism industry with an emphasis on the international airport of Urmia, Quarterly of New Attitudes in Human Geography, No. 7
- Nahavandian, Mohammad (2012), The Month of the Month (Tourism Industry Position in the Economy), Quarterly Journal of the Chamber of Commerce, No. 529
- Vahidpour, Gholam Abbas and Mahtab Jafari (2011), Strategies for Sustainable Management and Development of Iran's Tourism Infrastructure with Emphasis on SOWT Model, Journal of Regional Planning, Volume 1, Issue 1.
- Wiesi, Hadi (2015), The Impact of Political Ideology on Tourism Industry (Case Study: Iran), Journal of Tourism Planning and Development, No. 14
- Houshmand, Mahmoud and Saeed Alaha (2005), The Effect of ECO Land Transport Infrastructure on Intra-regional Trade of Iran, Quarterly Journal of Economics, Volume 2, Number 4
- Houshmand, Mahmoud and Mohammad Hossein Mahdavi Adeli and Saeed Alahi (2006), The Influence of Ground Transportation Infrastructure on the Volume of Trade between the Regions of Iran and ECO Countries, Quarterly Journal of the Research Journal of Commerce, No. 41
- Mill, Robert Christie and Alistair M. Morrison (1985), the tourism system: an introductory text: Englewood cliffs, New Jersey: prentice hall.
- Ray, Y. (1998) Tourism: an Introduction, New York: Longman.
- Zarabi, Asghar and Jabar Alizadeh Asl and Isa Bahari (2014), An Analysis of Tourism Infrastructure in the Urumieh Echo-Worth Destination Using SWOT, Geography and Planning Quarterly, No. 48
- Zarabi, Asghar and Jamal Mohammadi and Mohsen Saghaei (2009), Challenges of the Aviation Industry of Iran. Case Study of Air Traffic in Isfahan, Journal of Geography and Environmental Planning, No. 33