

## جایگاه گردشگری در امنیت ملی و روند توسعه کشورها (مطالعه موردی: کشور ایران)

علی موقرپاک<sup>۱\*</sup> فاطمه قربانی<sup>۲</sup>

۱- مدرس دانشگاه و دانشجوی دکتری برنامه ریزی شهری دانشگاه آزاداسلامی واحد ملایر، همدان، ایران

۲- دانشجوی دکتری برنامه ریزی شهری، دانشگاه آزاداسلامی واحد ملایر، همدان، ایران

### چکیده:

طبق آمار سازمان جهانی جهانگردی، کشور ایران در رتبه پنجم جاذبه های طبیعی، و در رتبه دهم جاذبه های باستانی و تاریخی قرار دارد. بنابراین، بررسی سطوح عملکردی گردشگران در ارتباط با مکان های گردشگری، از نظر مدیریت صحیح و کنترل رفتار آنان و ارتقاء آگاهی های عمومی در سطوح مختلف، در مهار تروریسم گردشگر و ارتقاء امنیت ملی نقش به سزایی دارد و این امر، توسعه کشور را در ابعاد اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و کالبدی فراهم می سازد. هیچ گردشگری علاقه مند به حضور در شرایط بحرانی یا ناامن مقصد سفر خود نیست. بنابراین لازم است بدانیم «امنیت گردشگری» تنها حفاظت گردشگران از دزدان و آدمرباها نیست؛ بلکه امنیت جاده های، ایمنی پرواز، تشریفات اداری، دریافت ویزا، پوشش کامل بیمه های سفر، برخورد نیروی انتظامی، فعالیت کسبه و محدودیت های آمد و شد همه از مقوله امنیت گردشگری هستند که تک تک آنها در موفقیت یا عدم موفقیت صنعت گردشگری در چهار گوشه دهکده جهانی تاثیرگذار است. و در نهایت با مدیریت و برنامه ریزی صحیح در زمینه امنیت گردشگری باعث جذب گردشگر در کشور شده، به طوری که اگر این توسعه باعث تقویت جنبه های مثبت گردشگری در ابعاد (اجتماعی - اقتصادی و زیست محیطی) شود، زمینه ساز توسعه پایدار مناطق نیز می گردد و تعاملاتی که بر اثر آن در طول زمان مناطق گردشگری، از نظر زیست محیطی قابل سکونت، از نظر اقتصادی بادوام، از نظر اجتماعی همبسته و از نظر کالبدی زیبا و دیدنی می گردد. پژوهش حاضر، به جایگاه گردشگری در امنیت ملی و روند توسعه کشورها نمونه موردی ایران پرداخته است. این تحقیق، مبتنی بر استدلال و به روش تحلیلی - توصیفی و به طور کلی، مبتنی بر منابع کتابخانه ای، اسنادی و داده های آماری مراکز مختلف و وب سایت های علمی انجام شده است و در جمع آوری اطلاعات از روش های گوناگونی استفاده شده است. نتیجه حاصل از تحلیل یافته ها تایید می کند که امنیت ملی کشورها از جمله ایران رابطه مستقیمی با توسعه و گردشگری آنها دارد.

**واژه های کلیدی:** صنعت گردشگری، امنیت ملی، توسعه کشور، ایران

## مقدمه

پس از انقلاب صنعتی، با اختراع وسایل نقلیه سریع‌السیر، توسعه و بهبود وسایل ارتباطی بین کشورهای جهان، کوتاه شدن زمان سفر، ایجاد تسهیلاتی که از جهات مختلف برای مسافرت در اکناف جهان فراهم آمده بود و افزایش نسبی درآمدهای ناشی از رشد اقتصادی کشورها، تحولات شگرفی در زمینه سیاحت و جهانگردی صورت گرفت (دخیلی کهنموئی، ۱۳۸۲: ۲). به طوری که امروزه جهانگردی در سطوح بین‌المللی توسعه فراوان یافته و یکی از ارکان مهم اقتصادی کشورهای جهان را تشکیل می‌دهد. این صنعت در مدت زمان کوتاهی توانسته است اقلام بزرگی از مبادلات بین‌المللی را به خود اختصاص دهد. امروزه جهانگردی علاوه بر جنبه‌های فرهنگی، به عنوان یک از فعالیت‌های سودآور اقتصادی و اجتماعی نیز مورد توجه بسیاری از کشورهای جهان قرار گرفته و پایه‌های اقتصادی برخی از کشورها بر این صنعت استوار گردیده است. (غضنفر پور و همکاران، ۱۳۹۳: ۱۲۴)، اما جایگاه گردشگری در کشور ایران با توجه به در اختیار داشتن منابع طبیعی و انسانی فراوان در سطح جهان جزو پنج کشوری است که از بیشترین تنوع محیطی و جغرافیایی برخوردار بوده، و یکی از ذخیره‌گاه‌های مهم زیستی به شمار می‌رود بررسی در خصوص وضعیت صنعت گردشگری کشور ایران حاکی از آن است که به لحاظ سهم بخش گردشگری از تولید ناخالص داخلی، کشور ایران در میان ۱۷۴ کشور جهان رتبه ۸۶ و در میان کشورهای حاشیه خلیج فارس جایگاه سوم را پس از بحرین و قطر به خود اختصاص داده و نیز در زمینه سرمایه‌گذاری در صنعت گردشگری، کشور ایران در میان ۱۷۴ کشور جهان رتبه ۱۷۲ و در میان کشورهای خاورمیانه در رتبه آخر قرار گرفته است. همچنین به لحاظ ارزش صنعت گردشگری در سال (۲۰۱۵) کشور ایران در میان ۱۷۴ کشور جهان رتبه ۴۳ را کسب کرده است. مطابق با سند چشم‌انداز بیست ساله، کشور ایران می‌بایست در کلیه زمینه‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی در سطح منطقه، رتبه اول را کسب نماید که دستیابی به ۱/۵ درصد کل گردشگر و ۲ درصد کل درآمد گردشگری جهان از اهداف سند چشم‌انداز بیست ساله تلقی می‌شود. بی تردید یکی از عوامل کلیدی دستیابی به این امر همانا ارتقای کارایی و بهره‌روی در این صنعت است (پورکاظمی، رضایی، ۱۳۸۴: ۲۸۵-۲۸۴). در این بین یکی از مولفه‌های مهم در توسعه پایدار گردشگری، موضوع امنیت می‌باشد و اصولاً تا زمانی که امنیت نباشد سفری شکل نخواهد گرفت و بدون شک رضایت مندی گردشگران از یک مقصد همواره انگیزه‌بازدید مجدد از آن مکان را فراهم می‌نماید، به نوعی که گردشگران رضایت مند تعداد زیادی گردشگر را به بازدید از آن مکان ترغیب کرده و گردشگرانی که رضایت نداشته باشند تعداد دوبرابر این تعداد را از بازدید به یک مکان باز میدارند و این خود بالاترین ضد تبلیغ به شمار می‌رود (مصلحی، ۱۳۸۴: ۲)، صنعت گردشگری از صنایع مهم و تاثیر گذار در جوامع مختلف بشری است. ساماندهی فضاها تحت تاثیر مدیریت‌های خاص امکان‌پذیر می‌گردد (همکاران، ۱۳۸۵: ۵)، مدیریت‌ها در زمینه برقراری امنیت و تاثیر گذاری نقش آن بر شرایط گردشگری چنان موثر است که می‌توان ادعا کرد که صنعت گردشگری و مقوله امنیت ارتباط تنگاتنگی با یکدیگر دارند. اگر امنیت نباشد، صنعت گردشگری نیز نمیتواند عرض اندام کند. امنیت در معنای گسترده از مهمترین مسائلی است که در میزان تقاضای گردشگران خارجی و داخلی در هر کشوری دیگر تاثیر گذار است. به این ترتیب امنیت داخلی و ملی شاخص‌ترین عامل گسترش در هر کشوری است که می‌خواهد خود را با مشخصات کشورهای پیشرو در امر توریسم تطبیق دهد (دایی و همکاران، ۱۳۸۸: ۴۳)، امنیت فاکتور اصلی در گسترش گردشگری می

باشد چرا که گردشگری در وهله نخست به دنبال مکانی آرام جهت گذراندن اوقات خود دارد. آمارها از سراسر جهان نشان میدهد که نا امنی زیاد باعث کاهش بازدیدها و مسافرت می شود. نا امنی در بازدیدها به طور واضح در تصمیم گیری گردشگران برای بازدید از مکانها موثر است (سونمز و گرایف، ۱۹۹۸). نا امنی و عدم وجود امنیت، عامل بازدارنده در گسترش صنعت گردشگری می باشد. در بسیاری از کشورها تعداد زیادی گردشگر در دنیا به وسیله تروریسم تهدید شده اند و فعالیت های خشونت آمیز در بسیاری از کشورها افزایش یافته است (سونمز، ۱۹۹۹). این اتفاقات و خشونت ها می تواند مانعی برای گردشگری باشد چون از گردشگری و توریسم به عنوان ابزارهایی برای آسایش و صلح در محیط اجتماعی استفاده می شود به طوری که توسعه امنیت ملی موجب رشد صنعت گردشگری می شود بنا بر اهمیت و ارتباط محکم بین امنیت و گردشگری هدف پژوهش حاضر بررسی ارتباط بین این مفاهیم و تاثیر نقش امنیت بر توسعه گردشگری می باشد.

گردشگری از مهمترین فعالیتهای انسان معاصر است که همراه با به وجود آوردن تغییرات شگرف در سیمای زمین، تحولاتی بنیادی در شرایط اقتصادی، فرهنگی و آداب و رسوم به وجود آورده است. بررسی وضعیت نواحی و سرزمینهایی که همه ساله و در فصلهای مختلف مورد بازدید گردشگردان قرار می گیرند نشان می دهد تغییرات ناشی از گردشگردی در آنها بسیار چشمگیرتر و مهم تر از تغییراتی که ناشی از گسترش سایر فعالیتهای اقتصادی است (صدیایی و هدایتی مقدم، ۱۳۸۹). اما در قرن ۲۱ فراتر از مسئله اقتصادی، بنا به گفته برخی از محققان مانند مورگنتا در کنار گردشگری بایستی به توانایی های جغرافیایی (ژئوپلیتیک)، طبیعی، نظامی و سیاسی به مشخصات جمعیتی، ویژگی های ملی، ارزش های مشترک ایدئولوژیک، میزان همبستگی اجتماعی، وفاق و وحدت ملی به عنوان مؤلفه های اقتدار ملی اشاره کرد، (صادقیان، ۱۳۸۸) که به صورت عام بر کمیت و کیفیت امنیت ملی کشورها تأکید می کنند. حال با توجه به آنچه که ارائه شده است، می توان گفت که، به چه میزان گردشگری بر امنیت ملی و نقش آن در توسعه کشورها مؤثر بوده است؟

استانلی هافمن، امنیت ملی را حمایت هر ملت از صیانت و دور نگه داشتن جامعه از حمله فیزیکی و جریان های ویران کننده بیرونی تعریف می کند؛ ولی با تغییر تاکتیک و رویکرد امپریالیسم و استعمار از شیوه های کهن مبتنی بر حمله فیزیکی و نظامی به شیوه های سلطه اقتصادی و فرهنگی مسائلی چون صنعت گردشگری، امروز آنچه امنیت کشورهای جهان سوم همچون کشور ایران را از جانب قدرت های بزرگ تهدید می کند تنها حمله فیزیکی نیست، همچنان که در دنیای امروز هجوم دشمنان صرفاً نظامی نیست، مقابله با دشمن یا دشمنان یا رقیبان نیز صرفاً دفاعی و نظامی نیست، بلکه دفاعی فرهنگی، هویتی و توسعه ای خواهد بود. به همین دلیل، شماری دیگر از نظریه پردازان قدرت و امنیت ملی همچون رابرت مک نامارا بر این باورند که در جوامع نزدیک به مدرن، امنیت، سخت افزاری نیست، گرچه ممکن است آن را نیز دربرگیرد، همچنین امنیت، نیروی نظامی نیست، گرچه ممکن است آن را نیز شامل شود؛ بلکه امنیت، توسعه ای است و بدون توسعه، امنیتی وجود ندارد (روحانی، ۱۳۸۷) مک نامارا معتقد است امنیت در گرو فکر انسان و در سایه توسعه عملی است و به خوبی می دانیم توسعه مفهومی کیفی است که از طریق فرآیند فرهنگ سازی صورت می گیرد و به مراتب توسعه اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی، سیاسی و کالبدی کشورها را در برمی گیرد.

فیروزی، محمدعلی و همکاران در مقاله ای تحت عنوان (خلیج فارس: امنیت، تروریسم و توریسم) اشاره می کند: خلیج فارس به عنوان یک حوزه نیمه بسته از دیر باز تاکنون و از جنبه های گوناگون تحت تأثیر سیاست و عوامل تأثیرگذار گوناگون دارای اهمیت بوده است. استعدادهای ژئوپلیتیک، ژئواکونومیک، ژئواستراتژیک، ژئوکالچری، و ژئوتوریسم در ارتباطی تنگاتنگ موجبات برتری و کانون توجه قرارگرفتن این منطقه برای سایر نقاط و مهمتر از همه کشورهای قطب دنیا و منطقه را فراهم آورده است. از لحاظ ژئوپولیتیک وجود دولت هایی با سیاست های خاص خود و حضور دولتهای فرمانطقه ای؛ از لحاظ ژئواکونومیک، وجود منابع طبیعی نفت و گاز، آبریزان و مروراید؛ از لحاظ ژئواستراتژیک گلوگاه و نقطه ثقل قرارگرفتن برسر راه اروپا، شبه قاره هند و آسیای مرکزی؛ از بعد ژئوکالچری خاستگاه و ملل واقوام کهن تاریخی، وجود فرهنگ ها و مذاهب، اقوام و حتی ادیان متفاوت و مشترک و از لحاظ ژئوتوریسم، وجود مناطق بکر طبیعی براهمیت ای منطقه افزوده است. به عنوان مثال وجود فرهنگ ها و دین و زبانهای مختلف نه تنها موجب غنی ترشدن فرهنگ شده بلکه اشتراکات آنها موجبات وحدت را فراهم آورده اند. به علاوه این استعدادها چنانچه در جای خود مورد توجه قرارگیرند، به صورت مجزا می توانند به عنوان یک استعداد گردشگری و توریستی واقع شوند. ایزدی و دبیری در مقاله (ارزیابی جغرافیای تروریسم در جنوب شرقی ایران)؛ از طریق جغرافیای تروریسم به بررسی تأثیراتی که جغرافیا بر پدیده تروریسم در سطح فشاهای جغرافیای دارد، می پردازد. در ایران نیز ویژگی های جغرافیای و ژئوپلیتیک کشور به خصوص در مناطق مرزی و حاشیه ای تأثیر زیادی در شکل گیری و فعالیت گروهک های تروریستی داشته باشد. این تأثیرگذاری در جنوب شرقی ایران بسیار حادتر و عینی تر است که در این مقاله عواملی مهمی چون توسعه ناموزون منطقه ای و ضعف شبکه راه های ارتباطی و... اشاره نموده است که عوامل را متأثر از جغرافیای تروریستی دانسته اند. هدف از تحقیق حاضر بررسی جایگاه گردشگری در امنیت ملی و روند توسعه کشورها است. به نظر می رسد امنیت ملی کشورها و از جمله ایران رابطه مستقیمی با توسعه و گردشگری آنها دارد.

### امنیت ملی و توریسم

امنیت یک مفهوم چند وجهی است و به همین جهت درباره معنای آن اختلاف زیادی وجود دارد. تعاریف مندرج در فرهنگهای لغت درباره مفهوم کلی امنیت، بر روی احساس آزادی از ترس یا احساس ایمنی که ناظر بر امنیت مادی و روانی است، تاکید دارد. (اسماعیل زایی و دیگران، ۱۳۹۱) اما مفهوم امنیت در جهان سوم ارتباط مستقیم با آسیب پذیری های اجتماعی و اقتصادی دارد، که برخاسته از تهدیدات اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و نظامی است، بنابراین از لحاظ مفهوم، امنیت باید منعکس کننده تهدیدات ناشی از مسائل اقتصادی و اجتماعی باشد، خواه این امر به فرسایش مشروعیت صرفاً در داخل مربوط باشد یا نموده های خارجی و تقسیم بندیهای اجتماعی و شکلهای اقتصادی آن باشد (لطفی، خامه چی، ۱۳۹۱).

از نظر گیدنز امنیت را میتوان موقعیتی خواند که در آن با یک رشته خطرهای خاص مقابله شده و یا به حداقل رسانده شده باشد. تجربه امنیت به تعادل، اعتماد و مخاطره بستگی دارد. امنیت چه به معنا بالفعل و چه معنای تجربی آن، ممکن است به انبوهه ها یا مجموعه هایی از آدمهای تا حد امنیت جهانی و یا به افراد ارتباط داشته باشند (اسلام فرد، زارع، ۱۳۹۰). به عقیده طیور امنیت اجتماعی در کنار امنیت اقتصادی، سیاسی، نظامی و زیست محیطی قابل طرح نیست؛ بلکه هم طراز، امنیت اجتماعی در شرایط کنونی مرجع

امنیت ملی میباید از نگاه ویور در حالی که امنیت ملی به تهدیدات علیه حاکمیت می پردازد، امنیت اجتماعی معطوف به هویت است که فی نفسه مقوله ای است بسیار مهم، چون هویت اجتماعی به هر حال وجود دارد چه دولت باشد و چه نباشد. نکته دیگر اینکه امنیت هویت با امنیت اجتماعی، معنای سیاسی یافته است و عکس العمل یک اقلیت در دفاع از هویت خود فی نفسه عملی سیاسی است. از اینرو بر این اساس ویور حوزه امنیت اجتماعی به اندازه امنیت ملی واحد اعتبار است (همان). اصولاً امنیت یک امر نسبی است. در این زمینه خطر کیفیتی نامشخص و امری نسبی است نه مطلق، نسبی بودن مفهوم امنیت بخشی به دلیل انتزاعی بودن و نبودن تعریف مشخص از این مفهوم و بخشی دیگر حاصل پیوند با مفاهیم نسبی دیگر نظیر منافع و بحران به همراه نداشته اند (امیدی و همکاران، ۱۳۹۱). جان لاک معتقد است که مقصود از صلح و امنیت تنها آن نیست که زنده بمانیم، بلکه منظور دستیابی به رفاه، آسایش و ایجاد تسهیلات مشخص است که حق طبیعی ماست (لکزایی، ۱۳۹۱). یکی از زمینه های ایجاد امنیت پایدار رونق گردشگری در یک منطقه است. زیرا امنیت و گردشگری، پارامترهای یک معادله هستند که نسبتی مستقیم با هم دارند. در واقع همان طور که یکی از عوامل مهم رونق گردشگری وجود امنیت است، توسعه گردشگری در یک منطقه و تردد گردشگری در یک مقصد نیز، موجب به وجود آمدن امنیت در آن منطقه خواهد شد. از این رو توسعه پایدار صنعت گردشگری و مقوله امنیت ارتباط تنگاتنگی با هم دارد. اصولاً تا امنیت برقرار نباشد، سفری شکل نخواهد گرفت و سخن گفتن از گردشگری، بیهوده خواهد بود. بر اساس آن چه قبلاً گفتیم هرگاه در سطح جامعه جهانی بستر مناسبی فراهم باشد، افراد سفر میکنند و در پی آن است که فعالیتهای مربوط به گردشگری رونق می یابند و اگر گردشگری نسبت به مقصدی احساس ناامنی داشته باشد، هرگز به آن جا سفر نمی کنند. امنیت و گردشگری، پارامترهای یک معادله هستند که نسبتی مستقیم با هم دارند.

در زمینه صنعت گردشگری تعاریف متعددی ارائه شده است که در اینجا به مهم ترین آنها اشاره می کنیم: واژه توریسم (توریسم) معادل فارسی واژه "Tourism" در زبان های انگلیسی، فرانسه و آلمانی است که به صورت مصطلح در زبان فارسی به صورت جهانگردی ترجمه شده است. ریشه این واژه از اصطلاح "Tornus" یونانی و لاتین گرفته شده، که یکی از معانی آن گردش کردن و یا گشتن است و با پسوند "ISM" به صورت اسم مصدر توریسم و یا توریسم در آمده است (ارمغان، ۱۳۸۶: ۱). طبق گفته ماتسیون و وال در اوایل دهه ۱۹۸۰، گردشگری عبارت است از: تغییر مکان موقتی افراد به مقاصد خارج از محل معمول کار یا اقامتشان، فعالیت هایی که در طول اقامت افراد در آن مقاصد انجام می گیرد و تسهیلاتی که به منظور برآوردن نیازهای آنان فراهم می شود (میسون، ۱۳۸۷: ۶).

## وضع موجود و آینده گردشگری

مدیریت نوین جهانگردی در کار متخصص بوده و دارای قدرت تشخیص می باشد، در جستجوی کیفیت و مشارکت است. به علاوه آنها در دنیای توسعه یافته، به طور روزافزون از گروه سنی بالاتر است که برخاسته می شوند. انگیزه های سفر از حالت منفعل و خنثی به سمت انگیزه های آموزشی، تحصیل و کنجکاوی حرکت می نماید. در همان زمان، مسافرت با شیوه های کاری قابل انعطاف و بازنشستگی زودرس تسهیل خواهد شد. جهانگردی جدید دانا و خبره از طریق صنعت جهانگردی که به طور ثابت از مفهوم بازاریابی برخوردار است سروکار دارد. با پیشرفت های تکنولوژیکی از قبیل سیستم های رزرواسیون

کامپیوتری و بازار یابی پایگاه اطلاعاتی آشنا می‌شوند. و در عین حال، تغییرات در نقشه اقتصادی و سیاسی جهانی در جریان‌ات در حال تغییر جهانگردی به صورت جدید گردشگران بین‌المللی و پیدایش مقاصد جدید منعکس خواهد شد (کویر و دیگران، ۱۳۸۰). پیش بینی شرایط با توجه به گسترش تخصص روش‌های و تجزیه و تحلیل موضوع می‌توان از رابطه علت و معلول کمک گرفت. برای اولین بار در سال ۱۹۴۹، اوسپ فلشهایم، محقق تاریخ، عنوان آینده شناسی را بکار گرفت، مراد از آینده شناسی، پیوستگی، حال، آینده در یک ساخت استدلالی و وابسته به هم می‌باشد (شکویی، ۱۳۶۴: ۶۹). بطوریکه ما می‌بینیم، توریسم به رشد قابل انتظار خود ادامه می‌دهد. به هر حال، ماهیت این رشد و توسعه در روش‌های بسیار متفاوت از آنکه در چندین دهه گذشته جریان داشت، خواهد بود. اما تا اندازه‌ای که جریان نهایی در حال وقوع است، از آن جمله می‌توان "نظم جدید جهانی" که از پایان جنگ سرد گذشته نمایان شده، و از سال جادویی ۲۰۰۰ عبور کردیم و وارد هزاره سوم میلادی شده‌ایم. بر این اساس پیش بینی می‌شود که ورود گردشگران بین‌المللی تا سال ۲۰۱۰ م، به یک میلیارد رسیده و تا سال ۲۰۲۰ م، به ۱/۶ میلیارد نفر برسد. این تعداد مسافر، نشان می‌دهد ۴/۳ درصد میانگین نرخ رشد سالانه بدون وقفه بین سال‌های ۱۹۹۵ و ۲۰۲۰ م (نرخ رشد سالانه ۴/۲ درصد در سال‌های ۱۹۹۵-۲۰۰۰ م، ۴/۳ درصد در سال‌های ۲۰۰۰-۲۰۱۰ م، ۴/۴ درصد در ۲۰۱۰-۲۰۲۰) خواهد شد.

— اروپا کماکان بزرگترین منطقه جذب گردشگری باقی خواهد ماند، گرچه میانگین رشد کم تر از حد جهانی آن، سبب کاهش سهم بازار از ۵۹ درصد به ۴۵ درصد خواهد شد.

جدول (۱) پیش بینی ورودی گردشگران بین‌المللی و منطقه ای در سال‌های ۲۰۱۰ - ۲۰۲۰ میلادی ورودی‌های توریسم (به میلیون)

مناطق	۲۰۰۰	۲۰۱۰	۲۰۲۰
اروپا	۳۹۰	۵۲۷	۷۱۷
شرق آسیا - اقیانوس آرام	۱۱۶	۲۳۱	۴۳۸
آمریکا	۱۳۴	۱۹۵	۲۸۴
آفریقا	۲۷	۴۶	۷۵
خاورمیانه	۱۹	۳۷	۶۹
جنوب آسیا	۶	۱۱	۱۱
جهانی	۶۹۲	۱۰۴۶	۱۶۰۲

منبع: سازمان جهانی توریسم (۲۰۱۵)

— آسیای جنوب شرقی و اقیانوس آرام با افزایش سالانه ۷ درصد، از آمریکا بزرگترین منطقه جذب گردشگر، پیشی خواهد گرفت، و ۲۷ درصد از سهم بازار سال ۲۰۲۰ میلادی، را در برابر ۱۸ درصد سهم آمریکا بدست خواهد آورد. سهم قابل توجه آفریقا، خاورمیانه و جنوب آسیا تا سال ۲۰۲۰ م، به ترتیب ۰/۵٪، ۰/۴٪، ۰/۱٪ افزایش خواهد داشت.

- جالب تر از همه، تحقیقات سازمان‌های جهانی گردشگری نشان می‌دهد که تا سال ۲۰۱۱ میلادی، ۲۶۰/۴ میلیون نفر هر سال در دنیا، مشاغلی خواهند داشت که به دلیل تقاضای گردشگران و مسافران به وجود آمده است.

- ردیف آخر اینکه، گردشگری و فعالیتهای وابسته به آن، مستقیم و غیر مستقیم به ۱۰ درصد اشتغال در سطح جهان، منطقه و شهرها اثر خواهد گذاشت (Goeldner, 2003.p.500).

آینده، فقط آن نیست که در اندیشه ما امکان وقوع دارد، بلکه چیزی است که ما خواسته‌ایم و کوشیده‌ایم تا به وقوع بپیوندد. در حقیقت در آینده‌نگری، وضعی را پیش‌بینی می‌کنیم که می‌خواهیم در آینده وجود داشته باشد. به دیگر سخن، منتظر آینده نمی‌نشینیم بلکه می‌کوشیم آینده را از پیش بسازیم (کمانداری، ۱۳۹۳: ۱۳).

### گردشگری پایدار

باتلر در سال ۱۹۹۳ توریسم پایدار را توریسمی تعریف کرده است که بتواند در یک محیط در زمان نامحدود ادامه یابد و از نظر فیزیکی و انسانی به محیط زیست صدمه نزند و تا بدان حد فعال باشد که به توسعه سایر فعالیت‌ها و فرایندهای اجتماعی لطمه‌ای وارد نیاورد؛ لذا توریسم پایدار آن نوع از توریسم است که توسعه پایدار را تسهیل کند (پارسائی، ۱۳۸۴: ۲۴).

توسعه توریسم پایدار عبارت است از: گسترش این صنعت و جذب گردشگرها به کشور با استفاده از منابع موجود به گونه‌ای که ضمن پاسخ دادن به نیازهای اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی و ضوابط قانونی جامعه و همچنین انتظارات گردشگرها، بتوان وحدت و یکپارچگی، هویت فرهنگی و سلامت محیط زیست، رشد اقتصادی و رفاه مردم و میهمانان آنها را به گونه‌ای متوازن و پیوسته در حد بهینه تأمین کند (منصوری، ۱۳۸۱: ۳۷).

در توسعه پایدار جهانگردی، توسعه انعکاسی از ارزش‌ها و هنجارهای مورد قبول جامعه بوده است و جامعه حرکتی برخلاف آن از خود نشان نمی‌دهد. در این توسعه سلامت روحی و جسمی انسان‌ها، حفظ محیط زیست و توسعه متعادل اقتصادی و اجتماعی مورد توجه برنامه ریزان است. جهانگردی به مثابه یک صنعت سالم، کیفیت محیط خود را بهبود می‌بخشد و در عین حال، فرصت‌های جدید شغلی و کاری ایجاد و توسعه اقتصادی را تسهیل می‌کند (الوانی و پیروزبخت، ۱۳۸۵: ۱۳۰).

در توسعه پایدار توریسم باید اصل انعطاف پذیری و تغییر همواره مراعات شود و تحت عنوان تعیین شیوه‌ها و روش‌های کار در این حوزه، جلوی نوآوری‌ها، ابداعات جدید و تجربه‌های نوین هرگز گرفته نشود. در توسعه پایدار باید در هر لحظه بتوان با تغییرات و تحولات محیطی هماهنگ شده به انتظارات و توقعات جدید جهانگردان پاسخ داد (الوانی، ۱۳۷۳: ۱۷۲).

اهداف توریسم پایدار به عنوان الگویی برای توسعه عبارت است از:

۱. اصلاح «کیفیت زندگی» جامعه میزبان
۲. تأمین تجارب کیفی برای بازدید کننده
۳. حفظ کیفیت محیط زیست که هم جامعه میزبان و هم بازدید کننده وابسته به آنند.

هدف اصلی توریسم پایدار، ارائه روش‌های منطقی در بهره برداری از منابع طبیعی و انسانی و ممانعت از به کار گیری غیر منطقی این منابع است. به دلیل آن که توسعه پایدار توریسم دارای دو جنبه اصلی حفاظت از «محیط زیست» و «منابع و میراث فرهنگی جوامع» و یک مفهوم اساسی و کلیدی یعنی «ظرفیت پذیری» است. این جنبه‌ها، سرانجام باید در چارچوب ظرفیت پذیری و سنجش مرزهای آن در قالب خط مشی‌ها و برنامه ریزی‌های منسجم و یکپارچه محلی به مرحله اجرا گذارده شود، تا بتواند حرکت امید بخش این صنعت در توسعه همه جانبه کشور را تضمین کند.

طی همایش جهانی موسوم به مسئولان رسمی و محلی: سیاست گذاران صنعت توریسم که در سال ۱۹۹۶ در بالی برگزار گردید، دولت اندونزی اعلامیه بالی در زمینه توریسم را پخش کرد که حاوی چهار رهنمود اصلی برای توسعه توریسم بود:

- ۱- توسعه صنعت توریسم باید در راستای رفاه حال جوامع محلی باشد.
- ۲- توسعه صنعت توریسم باید بین منابع جوامع محلی و منافع گردشگران جانب اعتدال را نگه دارد، یعنی بر مبنای مساوات استوار باشد.
- ۳- توسعه صنعت توریسم باید بر مبنای برنامه ریزی دقیق با مشارکت گسترده جوامع محلی و به انضمام زنان، جوانان و مردم و بخش خصوصی صورت پذیرد.
- ۴- توسعه صنعت توریسم باید به گونه‌ای انجام گیرد که نه تنها سبب افزایش عواید و درآمدها در سطح دولتی و ناحیه‌ای شود، بلکه کیفیت زندگی را در سطح اجتماع بهبود بخشد (لومسدن، ۱۳۸۰: ۳۸۰).

فنل و ایگلز معتقدند که مفهوم توریسم پایدار بدون آموزش تورگردانان، بازدیدکنندگان و جوامع بومی، هرگز جامه عمل نخواهد پوشید، چرا که موارد مذکور به طور مستقیم و بلافاصل با محیط‌های طبیعی در ارتباط هستند و بر مقاصد توریسم به طور مستقیم تأثیر می‌گذارند. در این زمینه، ونگارد (۱۹۹۴) نیز تقریباً چنین رویکردی به مفهوم اکوتوریسم دارد (Fennell and Eagles, 1990: 23-34).

### اهمیت گردشگری

تبعات ناشی از انقلاب صنعتی، شهرنشینی، گسترش راه‌ها و شبکه های حمل و نقل، ارتباطات بین‌المللی، استفاده از فناوری‌های نو و به تبع آن افزایش اوقات فراغت، ارتقا امنیت و عواملی از این دست همه و همه باعث رشد روز افزون توریسم و قرار گرفتن آن در مرکز توجه خانواده بشری شده است. در سال‌های اخیر، گردشگری منبع درآمد سرشار در تجارت جهانی و عنصر مهمی در بهبود و تنظیم موازنه بازرگانی و تراز پرداخت‌های بسیاری از کشورها شده است (کاظمی، ۱۳۸۵: ۴). گردشگری در قرن بیست و یکم با توجه به گسترش زیرساخت‌های اقتصادی، بهداشتی، امنیتی و ارتباطی به یک واقعیت اجتناب ناپذیر بدل گشته است. سفر به دیگر نقاط برای گردشگری با انگیزه های مختلف جزء ملزومات زندگی در این قرن محسوب می‌شود و در واقع جریانی را شکل می‌دهد که مرزهای ملی و بین‌المللی را درنوردیده و رویکردی فراتر از دولت-ملت یافته است (پاپلی یزدی و سقایی، ۱۳۸۵: ۷). توریسم به عنوان پدیده ای با سودآوری فراوان به همراه گسترش تکنولوژی ارتباطات در وضعیت کنون جهان از چنان جایگاهی برخوردار گشته که تحت عنوان صنعت از آن یاد می‌شود.



در همین راستا افزایش شمار گردشگران موجب رونق یافتن کسب و کار و افزایش درآمد شرکت‌ها و مؤسساتی می‌شود که در این عرصه فعالیت می‌کنند. توسعه گردشگری، به ویژه در کشورهای کمتر توسعه یافته، عامل موثری در مقابله با فقر و بیکاری است و موجب افزایش درآمد قشرهای مختلف، کاهش بیکاری و رونق اقتصادی و در نتیجه بهبود کیفیت زندگی مردم و افزایش رفاه اجتماعی می‌شود. بررسی‌ها نشان می‌دهد که ارز به دست آمده از فعالیت‌های گردشگری در تنظیم تراز پرداخت‌های بسیاری از کشورها، به ویژه کشورهای کمتر توسعه یافته که معمولاً وابسته به اقتصاد تک محصولی‌اند، موثر واقع شده است و شاید به همین دلیل است که لوئیس ترنر<sup>۱</sup> کارشناس ارشد بین‌المللی صنعت جهانگردی، این صنعت را امیدبخش‌ترین و پیچیده‌ترین صنعتی می‌داند که جهان سوم با آن رو به روست و معتقد است که گردشگری بیشترین قابلیت را برای جانشینی دیگر صنایع درآمدزا دارد. (کمانداری و همکاران، ۱۳۹۱: ۱۰۹)

صنعت توریسم می‌تواند منافع زیادی را برای جوامع مختلف به همراه داشته باشد، این منافع در پنج عنوان اصلی عبارتند از:

- ۱- توسعه زیر ساخت‌ها، حمل و نقل، انرژی و ارتباطات
- ۲- فرآوری زمینه مناسب برای توسعه و حمایت صنایع، کشاورزی، صنعت ساختمان، تغذیه و خدمات
- ۳- جذب سرمایه های خارجی به صورت مستقیم و غیر مستقیم
- ۴- هموار سازی بستر مناسب برای افزایش درآمدهای ملی، توسعه فرصت‌های شغلی و ایجاد تحول مثبت در سایر بخش‌های اقتصادی با استفاده از ضریب تکاثری صنعت توریسم
- ۵- بهبود استانداردهای زندگی. (حیدری چپانه، ۱۳۸۷).

بر اساس آمارهای موجود، صنعت جهانگردی به عنوان دومین منبع درآمد ارزی ۴۹ کشور در حال توسعه دنیا، نقش مهمی در اقتصاد این کشورها ایفا می‌نماید (پاپلی یزدی و سقایی، ۱۳۸۵: ۵۳). به طوری که در حال حاضر درآمد حاصل از صنعت گردشگری حدود شش درصد از صادرات جهان را تشکیل می‌دهد. این صنعت مخصوصاً برای کشورهایی که در فکر خروج از وضعیت تک محصولی بوده و اتکالی صرف به اقتصاد تک قطبی دارند اهمیت دوچندان می‌یابد در همین زمینه شایان ذکر است که این صنعت برای شکوفایی اقتصادی در کشورهای جهان سوم از اهمیت ویژه ای برخوردار است. تا جایی که امروزه از آن به عنوان بازوی قدرتمندی جهت افزایش درآمد و فقر زدایی کشورهای در حال توسعه نام برده می‌شود. در همین راستا بررسی وضعیت صنعت گردشگری در ایران و ملاحظه آمار و ارقام درآمد ارزی حاصل از آن، حاکی از این واقعیت است که علی‌رغم این واقعیت که کشور ایران یکی از ده کشور برجسته جهان از لحاظ آثار تاریخی و باستانی است، کمتر از یک هزارم درآمد جهانی حاصل از صنعت گردشگری را به خود اختصاص داده است. حال آن که با توجه به اتکالی بیش از حد اقتصاد ایران به صادرات نفت خام و آسیب پذیری فراوان آن در اثر نوسانات قیمت نفت و سایر شوک‌های اقتصادی و غیراقتصادی، توسعه صنعت گردشگری تا حد زیادی می‌تواند از این آسیب پذیری بکاهد و سیاست گذاران اقتصادی را نیز در فائق آمدن بر مشکلات جاری، از قبیل کمبود درآمدهای ارزی، پایین بودن سطح درآمد جامعه، پایین بودن صادرات غیر نفتی و مشکل بیکاری، کمک کند (موسوی، ۱۳۸۶: ۲۲۷). حال با توجه به جایگاه ایران در زمینه جاذبه‌های توریستی این صنعت می‌تواند جانشین اقتصاد تک محصولی متکی به نفت گردد (مهدی نژاد و

سقای، ۱۳۸۲ : ۵۳). در واقع توریسم در جهان امروز تنها به عنوان گردش و تفریح مطلق تلقی نمی‌شود. بلکه یک صنعت است که به مانند همه صنایع دیگر احتیاج به لوازم و ابزارهای خاصی داشته و لذا همانند یک فن و صنعت عظیم و اصیل برای رشد و پیشرفت احتیاج به پژوهش و تحقیق دارد. (حسین زاده دلیر و حیدری، ۱۳۸۲: ۲۶).

## امنیت و گردشگری

امنیت: واژه امنیت معادل واژه (Security) است، ریشه لاتین این واژه (Securas) است این لغت به معنای نداشتن دلهره و دغدغه است. در انی خصوص امنیت را، محافظت در مقابل خطر، احساس ایمنی و رهایی از تردید، تعریف کرد(بوزان، ۱۳۸۳: ۵۲)، به عبارت دیگر امنیت در خود حامل معانی اطمینان، عدم خوف، در امان بودن و نهراسیدن است. یعنی از احساس امنیت(حالت و موقعیت های ذهنی) تا ایمنی و اطمینان خارجی(موقعیت های عینی و برونی) در این واژه نهفته است.(موذن جامی، ۱۳۸۴: ۱۹)، مفهوم امنیت را مصونیت از تعرض و تصرف اجباری و بدون رضایت در مورد افراد، به نبود هراس و بیم نسبت به حقوق و آزادی های مشروع و به مخاطره نیفتادن این حقوق و آزادی ها و مصون بودن از تهدید و خطر مرگ، بیماری، فقر و حوادث غیر متقربه و در کل هر عاملی که آرامش انسان را از بین ببرد تعریف نمود.

امنیت در حالت عمومی در برگیرنده امنیت جانی و مالی مسافران و گردشگران است که از وظایف اولیه و اساسی دولت ها محسوب می شود. دولت ها موظف هستند که امنیت گردشگران چه داخلی و مهمتر بین المللی که وارد مرز های یک کشور میشوند را تامین کنند و برای این کار از هیچ تلاشی دریغ نورزند، به طوری که امروزه امنیت به عنوان مهمترین و زیر بنایی ترین اصل در تدوین استراتژی توسعه گردشگری در جهان به شمار می آید میان گردشگری، ثبات، توسعه و امنیت رابطه ای تعریف شده وجود دارد. چرا که توسعه زیر ساخت های جهانگردی تا حدود زیادی به سایر فعالیت های جاری و عمرانی یک منطقه، عوامل حمایت کننده، قوانین و مقررات، اطلاع رسانی، هماهنگی سازمان های مرتبط و گسترش حمل نقل در امور جهانگردی وابسته است هر گونه بروز ناامنی و به کارگیری خشونت در سطوح مختلف زیان های جبران ناپذیری را به این صنعت وارد می سازد(رحیم پور، ۱۳۸۴) به همین دلیل یکی از عوامل اصلی ترغیب سرمایه گذاران برای جهت سرمایه گذاری در یک مقصد گردشگری وجود امنیت و ثبات در آن مقصد است. از همه مهمتر اینکه گردشگران قرار باشد برای کشورها و مناطقی که به آن سفر می کنند سفیرانی باشند تا امنیت موجود در آن را همان طور که هست، توصیف کنند. شاید از این رو باشد که گردشگران پس از سفر، تصویر کشور و یا منطقه ای را که به آنجا سفر کرده اند با آنچه در روز اول در ذهن خود داشتند مغایر می دانند(میرزایی، ۱۳۹۱: ۱). حضور مستقیم گردشگران در یک کشور علاوه بر توسعه اقتصادی و تبادلات فرهنگی، آن کشور آن کشور را به عنوان یک قطب امن گردشگری به جهان معرفی می کند تا آنجا که امنیت در معنای گسترده یکی از مهمترین مسائلی است که در میزان تقاضای گردشگران برای سفر تاثیر گذار است(عندلیب، ۱۳۸۰: ۱۰)

## عوامل تاثیر گذار در امنیت گردشگران

**دولت ها:** دولت ها باید نسبت به حفظ سلامت گردشگران حساس باشند و به طور کلی جنبه های خطر ناک گردشگری باید حل و فصل شوند. به هر گونه مشکل تندرستی، حمله به گردشگران، بیماری هایی مانند مالاریا و ایدز پرداخته شود و از آن مطلع باشند و به دیگر دولت ها را در جریان این امر قرار دهند. شرایط و آیین نامه های تسهیل مسافرتی، به ویژه قسمت مهاجرت و گمرک باید تا حد امکان کارآمد و کاربر پسند باشد، در عین حال مقررات را اعمال کند (سازمان جهانی جهانگردی، ۱۳۸۴: ۷۹)

**برنامه ریزی:** چنانچه گردشگری با برنامه ریزی خوب اداره و توسعه داده نشود می تواند مشکلات اجتماعی - فرهنگی به وجود آورد در بعضی مواقع ازدحام توسط گردشگران موجب سلب آسایش ساکنین و بومی ها می شود که به باعث خشم و احساس دشمنی آنان نسبت به گردشگران می انجامد.

**عوامل سیاسی و اداری:** این عوامل در ارتباط با معیارهای مورد موافقت جهت تسهیل در امر جابجایی افرادی است که هدفشان مسافرت است به ویژه در مرزهایی که کنترل جدی صورت نمیگیرد. معیار ها رفاهی نامناسب مانع شرایط نامناسب بین کشورها می شود که از نظر جغرافیایی نزدیک یکدیگر هستند عدم ثبات سیاسی و تغییرات ناگهانی نیز از عوامل شدیداً بازدارنده هستند (ولا، ۱۳۸۴: ۱۲۸)

**شبکه راهها:** توسعه راه های ارتباطی و تاسیسات اقامتی مناسب در مناطق گردشگری نقش به سزایی در امنیت گردشگری دارد به عنوان مثال در کشور در دوره شاه عباس صفویه گردشگری توسعه چشم گیری داشته که به چند عامل از قبیل امنیت و توسعه راههای ارتباطی و تاسیسات اقامتی که در این دوره برای سهولت ارتباط و توسعه (امنیتی و اقتصادی) کشور به وجود آمد.

## نقش پلیس در امنیت گردشگران

به طور کلی نقش پلیس در گردشگری حفظ امنیت گردشگران از خطرات احتمالی است که ممکن برای آنها به وجود آید. که عبارت اند از نظارت دقیق بر ورود و خروج گردشگران، حفاظت و حراست از آثار تاریخی و فضا های تفریحی، اطلاع رسانی دقیق و به موقع امنیتی به گردشگران، نظارت دقیق بر امنیت سیستم های حمل و نقل هوایی، زمینی، دریایی، نظارت دقیق بر زیرساخت های خدماتی و گردشگری مانند هتل ها و رستوران ها، به وجود آوردن احساس امنیت در فضا های گردشگری، ارائه راهنمایی و آگاهی از ارزش ها و قوانین و مقررات محلی به گردشگران و همچنین متوجه ساختن آنها به احترام به این ارزش ها، ارائه آگاهی های لازم در زمینه خطراتی که در برخی از مکان ها یا در زمان خاص ممکن است برای گردشگران اتفاق افتد، رسیدگی سریع به جرائمی که توسط گردشگران و یا علیه آنان صورت گرفته و پیشگیری از هرگونه فعالیت غیر قانونی و غیر اخلاقی در صنعت گردشگری اشاره نمود (ربانی و همکاران، ۱۳۹۰: ۴۹). بدین ترتیب نیروی انتظامی علاوه بر ایجاد امنیت در جامعه می تواند با افزایش احساس امنیت در مناطق گردشگری باعث توسعه این صنعت شود.

به عنوان مثال گردشگری در برخی از کشورهای همسایه یکی از منابع درآمد پایدار می باشد به طوری که ترکیه با ۳۲ میلیون بازدید کننده در سال ۲۰۱۵، در بالاترین مقصد گردشگری قرار گرفته و درآمد آن از ۱۵/۸ میلیارد دلار در سال ۲۰۰۹ به ۲۱ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۵ رسیده است. این کشور برای حفظ رشد اقتصادی پایدار از ناحیه گردشگری راهبرد متفاوتی را بکار گمارد، برای حفظ نیازهای در حال تغییر

گردشگران ایران سرزمین چهار فصل و با تمدنی چند هزار ساله است که از جاذبه های متنوع و منحصر به فرد تاریخی، مذهبی، فرهنگی، طبیعی و... برخوردار است. جز پنج کشور جهان از لحاظ تنوع گردشگری است. همچنین جهت جاذبه های تاریخی جزء ده کشور اول جهان است اما با این وجود هنوز نتوانسته است جایگاه واقعی خود را در دنیا بدست آورد از مهمترین عواملی موثر در صنعت توریسم در هر کشور میزان امنیت یا میزان احساس امنیت گردشگران در آن کشور است. بنابراین گام اول در بهبود صنعت توریسم در ایران برقراری و تضمین امنیت فراگیر، هم در بعد خارجی و هم در بعد داخلی و ملی آن است. با توجه به نقش مثبت رسانه های غربی در نا امن جلوه دادن ایران لارم است در این زمینه کارهای اساسی و مهمی در سطح بین المللی صورت گیرده منظور تحقق این هدف لازم است ضمن ارتقای امنیت با به کارگیری وسایل ارتباطی و رسانه های بین المللی، وجود امنیت کامل در کشور را به سمع و نظر عموم مردم و جهانگردان همه کشورهای جهان رساند تا تصویر نادرست فقدان امنیت در کشور، مانع از رشد و توسعه صنعت توریسم نشود.

### مسائل گردشگری در کشور

تحولات جمعیتی در دهه های اخیر اثرات عمیقی بر ساختار اقتصادی، اجتماعی کشور بر جای گذاشته است. افزایش جمعیت به نوبه خود نیازها را تشدید نموده و با گذشت زمان و تکامل زندگی انسان ها کمیت و کیفیت نیازها نیز تغییر یافته است. تأمین اکثر این نیازها بویژه در جوامع روستایی کشور بدلیل معیشتی بودن اقتصاد بر منابع پایه استوار است که عمدتاً از طریق بهره برداری از طبیعت و منابع طبیعی صورت می گیرد. از اینرو، فشار مضاعفی را بر این منابع تحمیل نموده و با محدود تر شدن این منابع چشم انداز توسعه در جوامع روستایی را با چالش های جدی مواجه نموده است.

در چند دهه گذشته و به موازات تحولات اقتصادی و اجتماعی، الگوهای سکونت بیش از پیش به شهرنشینی گرایش پیدا نموده است. بر اساس آمارهای موجود، جمعیت روستایی از ۱۷۸۵۴ هزار نفر در سال ۱۳۸۵ با نرخ رشد سالانه ۱ درصد به ۲۳۰۰۰ هزار نفر در سال ۱۳۹۵ افزایش یافته و سهم جمعیت ساکن در نقاط روستایی نیز از ۵۳ درصد به ۳۵/۴ درصد در سال های مزبور تقلیل یافته است.

لازم به توضیح است تثبیت شمار جمعیت روستایی در حدود تقریبی ۲۳ میلیون نفر در سال های منتهی به سال ۱۳۹۵ را نباید به منزله خاتمه یافتن توان بالقوه جمعیت پذیری جامعه روستایی ایران تلقی نمود، بلکه این موضوع از عدم استفاده بهینه از قابلیت های موجود در این مناطق، ضعف کارکردهای اقتصاد جوامع روستایی، ضعف و نارسایی سیاست ها و برنامه های دولت جهت توسعه روستایی، کمبود امکانات آموزشی و بهداشتی و بالاخره کم توجهی به صنعت گردشگری به عنوان یکی از مهم ترین مسائل نشأت می گیرد. از اینرو، چنانچه اقدامات اساسی برای تجهیز و سرمایه گذاری در این مناطق (به رغم قابلیت های موجود) صورت نپذیرد، امکان افزایش جمعیت برای آن متصور نخواهد بود و کشور همچنان شاهد موج مهاجرت های جوامع روستایی به مناطق شهری و به تبع آن بروز مشکلات اجتماعی و زیست محیطی در مناطق شهری خواهد بود. البته توسعه نیافتگی مناطق روستایی در جوامع روستایی و مهاجرت بی رویه این جوامع به مناطق شهری تنها مختص ایران نیست و در حال حاضر این مسئله با شدت و ضعف هایی در کلیه جوامع مشاهده شده و در حقیقت به عنوان یکی از مهم ترین چالش های توسعه در این جوامع مطرح است.

مجموعه مسائل فوق بسیاری از دولت‌ها را بویژه در جوامع در حال توسعه بر آن داشته است، تا با اتخاذ تدابیر مناسب و تحرک بخشیدن به اقتصاد این مناطق، انگیزه‌های لازم را برای ماندگاری این جوامع در مناطق روستایی فراهم نمایند. یکی از مهم‌ترین و در عین حال کم‌هزینه‌ترین گزینه‌ها برای توسعه و تحرک بخشیدن به اقتصاد جوامع روستایی توسعه صنعت گردشگری به طور عام و توسعه این صنعت در مناطق روستایی به طور خاص است که از بسیاری از ظرفیت‌ها و قابلیت‌های آن‌ها بویژه در کشورهایمانند ایران استفاده نشده است.

جاذبه‌ها و مقاصد بی بدیل ایران، استعداد بسیار زیادی را برای این کشور در استفاده از مزایا و منافع صنعت گردشگری ایجاد کرده است؛ اما بر اساس آمار شورای جهانی سفر و گردشگری، در سال ۲۰۱۶ (از میان ۱۸۲ کشور)، رتبه ایران از حیث مشارکت صنعت گردشگری در تولید ناخالص ملی، ۱۲۷، از نظر میزان مشاغل صنعت گردشگری و شاغلان آن، ۱۳۵ و از حیث سرمایه‌گذاری در صنعت، ۱۳۸ است؛ و در حالی که بر اساس مقاصد گردشگری موجود باید حداقل ۵٪ از درآمد گردشگری جهان را به خود اختصاص دهد در سال ۲۰۱۶ در حدود ۰/۴٪ از درآمد جهانی، نصیب ایران می‌شود که نشان از وضعیت نامطلوب صنعت گردشگری و استفاده نکردن از قابلیت‌ها و استعدادهای کشور دارد.

ایران به عنوان یکی از ده کشور اول دنیا از لحاظ آثار باستانی و یکی از پنج سرزمین نخست جهان از نظر جاذبه‌های اکوتوریسم در سطح جهان قلمداد می‌شود. با توجه به اهمیت روزافزون گردشگری در کشور و به منظور ارتقای کارکرد بخش و تمرکز در سیاست‌گذاری این حوزه، دولت لایحه تشکیل «سازمان میراث فرهنگی و گردشگری» را در سال ۱۳۸۰ به مجلس شورای اسلامی ارائه نمود. لایحه مزبور پس از بررسی‌های متعدد، در بهمن سال ۱۳۸۲ به تصویب شورای نگهبان رسید.

به موجب ماده یک قانون تشکیل سازمان میراث فرهنگی و گردشگری، سازمان‌های میراث فرهنگی کشور و ایرانگردی از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی منتزع و از ادغام آن‌ها «سازمان میراث فرهنگی و گردشگری» تشکیل شد. بر اساس این بند از قانون، کلیه اختیارات و وظایفی که سازمان‌های مذکور به موجب قوانین و مقررات داشتند و کلیه امکانات و نیروی انسانی زیر نظر رییس جمهور تأمین می‌گردد.

همچنین به موجب تبصره ذیل ماده دوم قانون مزبور، سازمان میراث فرهنگی و گردشگری مکلف شده است به منظور هماهنگی در چگونگی امکان بهره‌گیری از میراث‌های طبیعی کشور و اجرای تعهدات مطروحه در کنوانسیون حفاظت از میراث فرهنگی و طبیعی جهان نسبت به تدوین آیین نامه‌ای بپیشنهاد مشترک سازمان میراث فرهنگی و گردشگری و سازمان حفاظت محیط زیست اقدام نماید (پوراصغر، ۱۳۸۵).

### بررسی جایگاه گردشگری در برنامه‌های توسعه کشور

گردشگری در ایران با توجه به جاذبه‌های فراوان تاریخی، فرهنگی و طبیعی از اهمیت بالایی برخوردار می‌باشد. پس از انقلاب اسلامی و وقوع جنگ تحمیلی، آهنگ ورود گردشگران خارجی با نوسانات فراوان روبرو گردید. به طوری که از ۱۳۵۷ تا ۱۳۶۷ به شدت تنزل یافت و به حداقل ممکن رسید. اما پس از پایان جنگ تحمیلی با توجه به ایجاد ثبات و امنیت و همچنین اجرای برنامه‌های توسعه اقتصادی، اجتماعی و

فرهنگی روند مذکور سیر صعودی به خود گرفت و از ۱۳۶۷ تا ۱۳۷۹ به طور متوسط سالانه حدود ۵۰ درصد رشد نمود (تعداد گردشگران ورودی از ۷۰۴۷۰ نفر در ۱۳۶۷ به ۱،۵ میلیون نفر در ۱۳۸۳ رسیده است). ادامه سیر صعودی ورود گردشگران خارجی به کشور منوط به ایجاد زیرساختهای مناسب و همچنین حفظ و تقویت امنیت عینی و ذهنی در داخل و خارج از کشور می باشد.

### مروری بر برنامه های عمرانی قبل از انقلاب: تا پیش از پیدایش مدیریت گردشگری، فرهنگ و

هنر در سازمان برنامه و بودجه در سال ۱۳۴۷ ه.ش هیچ موسسه یا سازمانی مسئولیت برنامه ریزی مدون را در امر گردشگری به عهده نداشت. به همین دلیل در برنامه اول و دوم عمرانی قبل از انقلاب هیچ برنامه ای در خصوص این صنعت وجود نداشت و تنها در برنامه سوم عمرانی (۴۵-۱۳۴۱) بود که گرچه سرفصل مشخص و مستقلی برای گردشگری تعیین و منظور نشد اما خارج از برنامه اقداماتی در خصوص نهادسازی در این صنعت برداشته شده است.

نهادینه سازی دولت، اثر خود را در برنامه چهارم عمرانی (۵۱-۱۳۴۶) بجای گذاشت و در این برنامه برای اولین بار در تاریخ برنامه نویسی کشورمان در آن سالها صنعت گردشگری جایگاه ویژه ای را به خود اختصاص داده است.

اگرچه برنامه چهارم توسعه در آن سالها به عنوان یک برنامه موفق در گردشگری ارزیابی شد و ۸۰٪ اهداف ورود گردشگر تحقق یافت، اما به علت عدم وجود اهداف مشخص در حوزه ایرانگردی و خاصه تجهیزات مربوط به خدمات گردشگری از جامعیت لازم برخوردار نبود.

برنامه پنجم (۵۷-۱۳۵۲) با اهداف کلان؛ شناخت و معرفی فرهنگ ایران، ایجاد امکانات رفاهی و تامین وسایل پذیرایی برای گردشگران داخلی و خارجی، آخرین برنامه عمرانی قبل از انقلاب بود. در برنامه پنجم علاوه بر اهداف گردشگران خارجی و ایرانی، برای افزایش انواع تاسیسات گردشگری خاصه ساخت هتل و مهمان سرا نیز هدف گذاری شده بود. یکی از اقدامات بسیار مهم دولت در برنامه پنجم جهت برنامه ریزی گردشگری در سالهای قبل از انقلاب؛ انعقاد قرارداد طرح گردشگری ایران در سال ۱۳۵۰ بین سازمان برنامه و شرکت "توریست کانسالت" می باشد.

در طی سالهای ۱۳۴۸ تا ۱۳۵۷ تعداد ورود گردشگران خارجی به ایران با رشد متوسط ۸٪ از ۲۴۱،۱۹۸ نفر در سال ۱۳۴۸ به ۵۰۲،۲۷۸ نفر در سال ۱۳۵۷ رسیده است و درآمد ارزی نیز با رشد متوسط سالانه ۲۱٪ از ۲۴،۱ میلیون دلار به ۲۳۵،۲ میلیون دلار در سال ۱۳۵۷ افزایش یافته است. بطور کلی محورهای اساسی برنامه های صنعت گردشگری در دوران قبل از انقلاب عبارت بودند از:

- کسب وجه بین المللی و ایجاد ساختار تشکیلاتی و نظام اجرایی جدید به منظور اعمال مدیریت و هدایت فعالیتهای گردشگری

- توسعه خدمات گردشگری از طریق مشارکت با شرکت های فعال بزرگ جهانی در عرصه صنعت گردشگری.

- شناخت و معرفی جاذبه های گردشگری خاصه قطبهای منطقه ای گردشگری کشور.

- تشویق و ترغیب مردم برای مسافرت به کشورهای صنعتی خارجی و آشنایی آنها با دستاوردها و تجربیات توسعه اقتصادی و اجتماعی کشورهای مذکور (فرزین، محمدرضا؛ ۱۳۸۵، ص ۲۱۳).

## بررسی برنامه های گردشگری بعد از انقلاب

### جایگاه گردشگری در برنامه توسعه اول (۷۲-۱۳۶۸)

اولین برنامه توسعه بعد از انقلاب در سال ۱۳۶۸ آغاز شد. در این سال صنعت گردشگری کشور به دلیل مشکلات ناشی از جنگ تحمیلی و بحرانهای سیاسی اوایل انقلاب در بدترین شرایط در طی چهار دهه اخیر به سر می برد. در فاصله بین برنامه عمرانی پنجم و برنامه توسعه اول تعداد گردشگران خارجی وارده به کشور و درآمد ارزی آن به طور متوسط در هر سال ۸٪ کاهش می یابد به گونه ای که تعداد گردشگران وارده به کشور در سال ۱۳۶۷ برابر ۷۰ هزار نفر و درآمد حاصله ۲۹ میلیون دلار بوده است. در این سالها بسیاری از تسهیلات و خدمات گردشگری از چرخه فعالیت خارج شدند و این صنعت در رکودی عمیق بسر می برد.

مهمترین اهداف برنامه اول توسعه بعد از انقلاب در بخش گردشگری عبارتند از:

- اصلاح و بازسازی تجهیزات گردشگری و افزایش ظرفیت مسافرپذیری.
- افزایش تعداد گردشگران ورودی به ۳۱۸ هزار نفر در سال ۱۳۷۲ و کسب ۴۵۰ میلیون دلار درآمد ارزی در طی پنج سال برنامه.
- شناسایی فرهنگ و تمدن ایرانی-اسلامی به جهانیان و صدور انقلاب اسلامی.

برنامه اول در نیل به اهداف خود دارای موفقیتهایی بود اما به علت مشکلات ناشی از سیاستهای

خارجی و عدم زمینه سازی مناسب جهت ورود بخش خصوصی به این صنعت، سرمایه گذاری مناسبی صورت نگرفت.

### سیاست های کلی توسعه گردشگری در ایران در برنامه اول توسعه:

- شناساندن تمدن و فرهنگ ایران اسلامی به جهانیان
- ایجاد زمینه های مناسب برای صدور انقلاب از طریق توسعه صنعت جهانگردی و آشنایی مردم با مظاهر فرهنگی و تمدن ملل مختلف جهان
- شناساندن نقاط طبیعی و دیدنی در سراسر کشور و ترغیب مردم به بازدید از نقاط مذکور در اوقات فراغت به منظور آشنا شدن مردم نقاط مختلف با یکدیگر و تعلیم وحدت اقوام ایرانی
- افزایش درآمدهای ارزی کشور از طریق جذب جهانگردان و سودآور نمودن واحدهای دولتی
- افزایش ظرفیت مسافرپذیری از ۳۱ هزار تخت در سال ۱۳۶۷ به حدود ۴۵ هزار تخت از طریق بازسازی واحدهای خسارت دیده و احداث ۵۰ واحد جدید
- افزایش تعداد جهانگردان از ۸۰ هزار نفر در سال ۱۳۶۷ به ۳۱۸ هزار نفر در پایان برنامه (منبع؛ برنامه ملی توسعه گردشگری)

### تحلیلی بر ورود گردشگر بین المللی به ایران طی سال ۱۳۵۷ تا ۱۳۹۶

با توجه به تعریفی که از گردشگر بین الملل در بحث تعاریف شد، خلاصه آمار ورود گردشگران بین المللی به ایران ارائه شده که می توان علل کم و زیاد شدن آن را طی دوره های مختلف را چنین بیان کرد:

۱- طی سال های ۵۷ و ۵۸ همزمان با پیروزی انقلاب اسلامی با کاهش و افت شدید رو به رو بوده که علت را می توان وجود نا امنی های زیاد در کشور و حرکت های انقلابی مردم بر علیه حکومت طاغوتی دانست که توریست ها جو را نا امن می دانستند.

۲- طی سالهای ۵۹ و ۶۰ با افزایش مختصری همراه است علت را می توان ایجاد ثبات و امنیت توسط دولت جمهوری اسلامی ایران دانست.

۳- طی سال های ۶۱ تا ۶۸ دارای نوسان بوده و ورود توریست ها به ایران بسیار کم که علت را می توان وجود جنگ تحمیلی در ایران بیان نمود که در کشور به دلیل حملات هوایی و زمینی کشور عراق امنیت کافی برای حضور گردشگران وجود نداشته و ایران را نا امن می دانستند.

۴- طی سال های ۶۸ تا ۷۵ ایران پس از جنگ با انجام تبلیغات ورود گردشگران بین المللی به ایران بالا رفت ولی رشد آن چشمگیر نبود.

۵- در سال ۷۶ با ریاست جمهوری جناب آقای خاتمی در کشور و ادغام سازمان میراث فرهنگی و سازمان گردشگری و تبلیغات دولت آقای خاتمی و شعار او در سازمان ملل مبنی بر گفتگوی تمدن ها باعث شد که خارجیان تمایل بیشتری برای آمدن به ایران داشته باشند و آمار رشدی قابل ملاحظه ای کرد و تا سال ۸۲ در حال افزایش بوده است.

۶- در سال ۸۲ به علت ناامنی در کشورهای همسایه ایران نظیر افغانستان، عراق و واقعه ۱۱ سپتامبر ۲۰۰۲ باعث شد که جهانیان نسبت به مسافرت با هواپیما و کم شدن علاقه به خاورمیانه باعث افت کمی در آمار ورود به ایران شد.

۷- در ۲۰۰۵ با اعمال تحریم های بین المللی علیه ایران بر دلیل برنامه صلح آمیز هسته ای، به صورت چشمگیری بر روند توسعه کشور از نظر اقتصادی و سیاسی تأثیر منفی بر جای گذاشت.

۸- از سال ۲۰۰۸ به بعد روند تروریستی دانشمندان هسته ای ایران از سوی کشورهای مخالف برنامه هسته ای ایران امنیت ملی کشور را مورد خدشه قرار داده و تروریسم گردشگری را در ایران به صورت علنی اشاعه داده شد.

۹- با انتخاب رئیس جمهور جدید در خرداد ماه ۹۲ تا سال ۹۶، هم اکنون شاهد توسعه و پیشرفت های عظیمی در مواردی چون روابط سازنده اقتصادی و سیاسی ایران با کشورهای همسایه و کشورهای غربی، حل مسئله انرژی هسته ای از راه دیپلماتیک و مهمتر از همه برداشتن گام بسیار مهم در زمینه رفع تحریمها بوده است.

#### این آمار در مقایسه با:

- کل جهان، مقام ۷۹ را بین ۲۰۰ کشور
  - جنوب آسیا، مقام سوم را بین ۹ کشور
  - کشورهای عضو کنفرانس اسلامی (OIC)، مقام ۱۳ را بین ۵۵ کشور
- بررسی تطبیقی درآمدهای حاصل از توریسم در ایران و چند کشور منتخب جهان



در آستانه هزاره سوم، صنعت گردشگری به عنوان یکی از مهم‌ترین بخش‌های اقتصادی در بسیاری از کشورها مطرح و هم اکنون اقدامات گسترده‌ای برای توسعه این صنعت در بسیاری از کشورها آغاز شده است. بر اساس گزارش سازمان تجارت جهانی در سال ۲۰۱۵، درآمدهای ناشی از صنعت گردشگری در سطح جهان از ۷۹۱ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۰ با ۳/۸ درصد رشد به ۱۱۸۳ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۷ افزایش یافته است. بر اساس اطلاعات موجود مجموع درآمد حاصل از ۶ قاره جهان به لحاظ درآمدهای گردشگری در سال ۲۰۱۷ معادل ۲۷۲ میلیارد دلار بوده است، که قاره اروپا با ۴۵/۹ میلیارد دلار در سال بیشترین و قاره آسیا با ۱/۲ میلیارد دلار کمترین میزان درآمدهای توریسم را به خود اختصاص داده بودند. در ضمن بر اساس همان گزارش تعداد کل گردشگران وارد شده به ۶ قاره مزبور حدود ۳۳۹ میلیون نفر اعلام شده است، که قاره اروپا با ۷۱۷ میلیون نفر در رتبه اول و قاره آسیا با ۱۹۹ میلیون نفر در رتبه ششم قرار داشته‌اند. جدول شماره ۱ و نمودار شماره ۱ تعداد گردشگران و درآمدهای حاصل از آن‌ها را در ۶ قاره و ۵ کشور اول در جهان در سال ۲۰۱۵ نشان می‌دهد.

### نمای کلی صنعت گردشگری در سال ۲۰۱۵

International Tourist Arrivals by region (million)						
	Base year	Forecasts		Average annual growth rate (%)	Share (%)	
	1995	2010	2020	1995-2020	1995	2020
<b>Total</b>	<b>565</b>	<b>1,006</b>	<b>1,561</b>	<b>4.1</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
Africa	20	47	77	5.5	3.6	5.0
Americas	109	190	282	3.9	19.3	18.1
East Asia/Pacific	81	195	397	6.5	14.4	25.4
Europe	338	527	717	3.0	59.8	45.9
Middle East	12	36	69	7.1	2.2	4.4
South Asia	4	11	19	6.2	0.7	1.2
Intraregional (a)	464	791	1,183	3.8	82.1	75.8
Long-haul (b)	101	216	378	5.4	17.9	24.2

جدول ۱: تعداد گردشگران وارد شده به ۶ قاره جهان در سال ۲۰۱۵

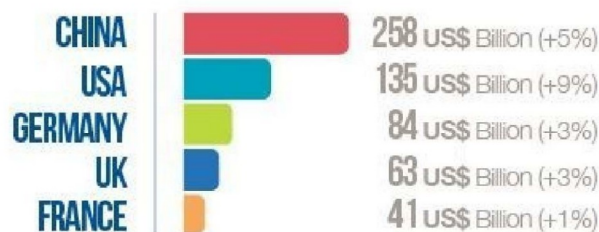
منبع: world tourism organization (unwto)

طبق گزارش مذکور، تعداد گردشگران بین‌المللی در سال ۲۰۱۵، ۶/۴ درصد افزایش یافته است؛ یعنی نسبت به سال گذشته افزایشی ۵۲ میلیون نفری در شمار گردشگران بین‌المللی را شاهد بوده‌ایم. این ششمین سال متوالی پس از بحران اقتصاد جهانی سال ۲۰۰۹ است که رشد گردشگری بین‌المللی بالاتر از متوسط (بلندمدت) آن بوده است. عواید حاصل از گردشگران بین‌المللی نیز بر اساس مقادیر واقعی (با در نظر گرفتن نوسانات نرخ ارز و تورم و خارج کردن این اثرات از مقدار اسمی) ۴/۴ درصد رشد کرده و کل درآمد مقاصد حدود ۱۲۶۰ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۵ (معادل ۱۱۳۶ میلیارد یورو) برآورد می‌شود. فرانسه، ایالات متحده آمریکا، اسپانیا و چین در صدر رده‌بندی تعداد گردشگران بین‌المللی ورودی و دریافت عواید

حاصل از این صنعت قرار داشته‌اند. از نظر میزان عواید حاصل شده از ورود گردشگران، تایلند با ارتقای ۳ پله‌ای نسبت به سال گذشته در جایگاه ششم قرار گرفته و هنگ‌کنگ (که متعلق به چین است) یک پله بالاتر رفته و به جایگاه نهم رسیده است. مکزیک نیز با صعود یک پله‌ای به رتبه نهم جذب گردشگران رسیده است. چین، ایالات متحده آمریکا و بریتانیا بیشترین میزان خروج گردشگران (گردشگران برون‌مرزی) را داشته‌اند و این امر با واحد پولی و اقتصاد قدرتمند آنها تقویت شد. تحلیلگران سازمان جهانی گردشگری در گزارش ماه ژانویه خود پیش‌بینی می‌کردند که ورود گردشگران بین‌المللی ۵/۳ تا ۵/۴ درصد در سال ۲۰۱۶ رشد خواهد کرد که این نرخ بیش از پیش‌بینی برنامه بلندمدت گردشگری تا سال ۲۰۳۰ با رشد سالانه ۳/۳ درصد بوده است.



## WORLD'S TOP TOURISM SPENDERS 2017



Source: © UNWTO Barometer 2018 - World Tourism Organization (UNWTO), April 2018

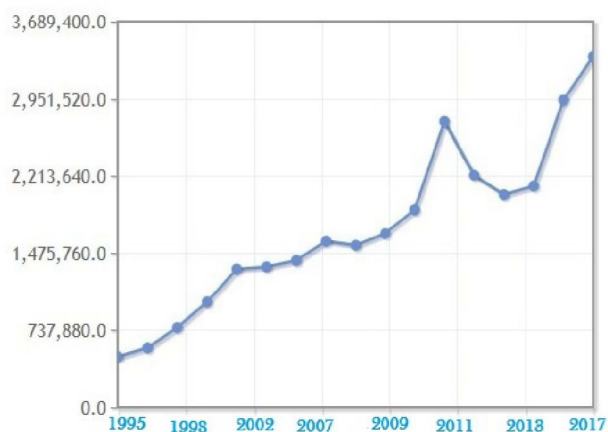
نمودار ۱: درآمد حاصل از گردشگری در ۵ کشور اول جهان در سال ۲۰۱۷

منبع: world tourism organization (unwto)

همان‌گونه که ملاحظه می‌شود درآمدهای حاصل از گردشگری در جهان از شتاب مضاعفی برخوردار شده و پیش‌بینی می‌شود که این روند در سال‌های آینده سرعت بیشتری به خود بگیرد. به‌رغم اینکه ایران یکی از پنج کشور تاریخی جهان و یکی از ۱۰ کشور اول جهان از نظر منابع طبیعی و جاذبه‌های گردشگری است، انتظار می‌رود یکی از پنج کشور اول جاذب جهانگرد و یا دست کم جزء ۱۰ کشور اول باشد. با وجود این، سهم ایران به لحاظ جذب درآمدهای حاصل از توریسم بویژه گردشگری طبیعی در نازل‌ترین سطح قرار داشته و تناسبی با قابلیت‌های کشور ندارد.

بررسی روند تحولات گردشگری در ایران در سال‌های گذشته فراز و فرودهای زیادی را نشان می‌دهد. پس از انقلاب اسلامی و وقوع جنگ تحمیلی، آهنگ ورود جهانگردان خارجی به ایران با نوسانات زیادی روبرو بود، به‌طوری‌که از سال ۱۳۵۷ تا سال ۱۳۶۷ به شدت تنزل نمود و به حد اقل ممکن رسید. با پایان یافتن جنگ تحمیلی و با توجه به ایجاد ثبات و امنیت و همچنین تدوین برنامه‌های توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی از سال ۱۳۶۷ تا ۱۳۹۶ به‌طور متوسط از رشد سالانه بیش از ۵۰ درصد برخوردار گردید و

تعداد آن‌ها از ۷۰۷۴۰ نفر در سال ۱۳۶۷ به حدود ۱/۶ میلیون نفر در سال ۱۳۹۱ افزایش یافت. درآمد ارزی حاصل از جهانگردی نیز از ۲۹ میلیون دلار در سال ۱۳۹۱ به حدود ۷۹۳ میلیون دلار در سال ۱۳۹۵ افزایش یافته است. نمودار (۲) و (۳) به ترتیب تعداد گردشگران خارجی ورودی به کشور و درآمد حاصل از آن‌ها را در سال‌های ۱۳۷۴ تا ۱۳۹۵ نشان می‌دهد.



نمودار ۲: روند تغییرات جهانگردان ورودی به کشور از سال ۱۳۷۴ تا ۱۳۹۵

هفته نامه خبری - تحلیلی برنامه - سازمان مدیریت و برنامه ریزی کشور - سال سوم - شماره ۹۵

خوشبختانه در برنامه سوم توسعه موضوع گردشگری و قابلیت‌های آن جهت ارتقای درآمدهای ارزی کشور مورد تأکید قرار گرفته است که مبین درک و اهمیت این مسئله در کشور است. بر اساس اطلاعات موجود، در سال‌های ۱۳۸۸، ۱۳۹۰ و ۱۳۹۵ به ترتیب، ۱۶۷/۵، ۲۶۳/۸ و ۳۲۸/۸ میلیارد ریال جهت ایرانگردی و جهانگردی از بودجه عمومی دولت هزینه شده است.



نمودار ۴: روند تغییرات درآمدهای ارزی حاصل از جهانگردی در سال‌های ۱۳۵۶ تا ۱۳۹۵

منبع: هفته نامه خبری - تحلیلی برنامه - سازمان مدیریت و برنامه ریزی کشور - سال سوم - شماره ۹۵

به این ترتیب، مهم‌ترین اقدام جهت استمرار ورود جهانگردان خارجی به کشور ایجاد زیرساخت‌های مناسب به‌ویژه در مناطق طبیعی و بکر کشور، از جمله مناطق تحت حفاظت و همچنین حفظ و تقویت امنیت عینی و ذهنی در داخل و خارج کشور است که باید با جدیت بیشتری از سوی دستگاه‌های ذیربط دنبال شود. لازم به توضیح است، هر چند بر اساس آمارهای موجود روند ورود گردشگران و درآمدهای حاصل از آن در سال‌های منتهی به دهه ۸۰ شمسی رو به افزایش بوده است، اما با مقایسه ارقام جهانگردان ورودی و درآمدهای حاصل از آن‌ها با کشور همسایه ترکیه (با درآمدی معادل ۱۱/۹ میلیارد دلار)، غفلت و ناکارآمدی را در این حوزه کاملاً نمایان می‌سازد. (پوراصغر، ۱۳۸۵)

از طرف دیگر بر اساس آمار و بودجه سهم جهانگردان در تولید ناخالص جهان در سال ۲۰۰۰ میلادی ۱۰/۸ درصد و در اشتغال زایی جهانی ۸ درصد بوده. به عبارت دیگر یک شغل از سیزده شغل جهان مربوط به بخش سفر و جهانگردی است. در سال ۲۰۲۰ پیش بینی می‌شود. تعداد مشاغل بخش جهانگردی به ۲۵۱/۶ میلیون یا ۹/۱ درصد از کل مشاغل جهان خواهد رسید. در حالی که تعداد جهانگردان بین‌المللی در سال ۲۰۱۷ میلادی به ۶۹۸ میلیون نفر درآمد حاصل از جهانگردی بین‌المللی ۲۰۰۰ میلیارد دلار بود (WWW.ISEACANEWS.IR).

### دور نمای بلندمدت صنعت گردشگری دنیا

با توجه به گزارش منتشر شده از سوی سازمان جهانی گردشگری در مورد پیش‌بینی روند گردشگری تا سال ۲۰۳۰، انتظار می‌رود تعداد ورود گردشگران بین‌المللی بین سال‌های ۲۰۱۰ تا ۲۰۳۰ با نرخ سالانه حدود ۳/۳ درصد رشد کند و در سال ۲۰۳۰ تعداد گردشگران به ۸/۱ میلیارد نفر برسد. همچنین انتظار می‌رود تعداد ورود گردشگران به مقاصد نوظهور، بین سال‌های ۲۰۱۰ تا ۲۰۳۰ با نرخ دو برابر اقتصادهای پیشرفته رشد کند. از سوی دیگر، سهم بازار اقتصادهای نوظهور از ۳۰ درصد در سال ۱۹۸۰ به ۴۵ درصد در سال ۲۰۱۵ افزایش یافت و انتظار می‌رود که این میزان تا سال ۲۰۳۰ به ۵۷ درصد نیز صعود کند؛ یعنی معادل ورود بیش از یک میلیارد گردشگر بین‌المللی. برخی از آمارهایی که در این گزارش آمده گویای این است که ۱۰ درصد از تولید ناخالص داخلی جهان به‌طور مستقیم، غیرمستقیم یا القایی از سوی بخش گردشگری تامین شده است. شمار گردشگران داخلی نیز چیزی حدود ۵ تا ۶ میلیارد سفر برآورد می‌شود. در سال ۲۰۱۵ اندکی بیش از نیمی از گردشگران از طریق هوایی مسافرت کرده‌اند، در حالی که ۳۹ درصد مسیرهای جاده‌ای را برای سفر انتخاب کرده، ۲ درصد از طریق ریلی و راه‌آهن و ۵ درصد نیز از طریق دریایی به مقاصد گردشگری رفته‌اند. این آمار نیز نشان‌دهنده این است که رشد گردشگری از طریق هوایی به تدریج در حال افزایش است و سریع‌تر از سایر طرق حمل و نقل رشد کرده است. از نظر اهداف گردشگری نیز طبق گزارش سازمان جهانی گردشگری، اندکی بیش از نیمی از گردشگران یعنی ۵۳ درصد از آنها به دلایل تفریحی، سرگرمی و تعطیلات به سفر رفته‌اند؛ در حالی که ۲۷ درصد به دلایل سلامتی، مذهبی و زیارتی یا برخی موارد دیگر از این دست سفر کرده‌اند. همچنین ۱۴ درصد به دلایل تجاری و کاری و ۶ درصد نیز به دلایل نامشخص از کشورهای دیگر بازدید داشته‌اند.

## نتیجه گیری

امروزه صنعت گردشگری در جهان توسعه یافته و در حال توسعه، بدلیل اثرات (منفی و مثبت) چشمگیری از فعالیت های آن در ابعاد مختلف (اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، کالبدی، زیست محیطی و سیاسی) به صورت مستقیم و غیر مستقیم می تواند بر ادامه حیات کشورها نیز مؤثر باشد. در واقع رشد گردشگری بی نظم و بدون برنامه ریزی می توان نتایج منفی اغلب همراه با صدمه های جبران ناپذیر به محیط زیست، ارزشهای فرهنگی- اجتماعی و حتی امنیت ملی یک کشور داشته باشد. بنابراین می توان گفت که رشد و توسعه گردشگری برنامه ریزی شده، منافع زیادی برای کشورها (بلاخص کشور ایران) دارد؛ که به طور خلاصه در ذیل به چند مورد از این منافع اشاره می شود:

۱) افزایش درآمد برای جامعه محلی: گردشگری، فرصتی برای توسعه کسب و کار و ایجاد شغل است، به علاوه محرکی برای سرمایه گذاری و حمایت از خدمات محلی حتی در جوامع از راه دور خواهد بود.

۲) فعل شدن بخش خصوصی و خارج شدن صنعت گردشگری از دایره ایدئولوژیکی دولتی: برای عبور از فضای کنونی اقتصاد راهی جز اتخاذ یک الگوی مناسب به همراه استراتژی مدون در صنعت گردشگری نداریم. امروز بعد از تغییر گفتمان دولتمردان در فضای سیاسی جهان تعاملات ایران و جهان تغییر اساسی یافته که شاهد این تغییر صنعت گردشگری است. با تلاشی که دولت در فضای سیاسی بین الملل انجام داد، صنعت گردشگری به عنوان یک صنعت لطیف و متاثر از نوسانات سیاسی، در مسیر رشد و توسعه قرار گرفته است. باید اعتقاد داشته باشیم صنعت گردشگری فقط به دست بخش خصوصی می تواند به تکامل و پویایی برسد باید منویات مقام معظم رهبری در مورد خروج از اقتصاد دولتی فصل الخطاب قرار گیرد. اکنون و بعد از گذشت ۳۷ سال از پیروزی شکوهمند انقلاب اسلامی هنوز ۸۵ درصد از اقتصاد ما دست دولت است و این وضعیت باعث شده تا با فراز و نشیب و هایی که در قیمت نفت در بازار های جهانی وجود دارد همواره اقتصاد ما دچار لطمه و زیان شود. هم اکنون فعالان حوزه گردشگری در سطح بین الملل به دنبال بخش خصوصی برای مذاکره و همکاری هستند و دیگر نگاه به بخش دولتی ندارند. اگر امروز برای فعالان بخش خصوصی انگیزه ای برای رشد صنعت توریسم ایجاد نشود همین حالت روز مرگی اتفاق می افتد. ما از دولت انتظار داریم موضوع جایزه صادراتی برای فعالان حوزه گردشگری پیگیری و به نتیجه برسد. صنعت گردشگری با همین وضعیت و بدون حمایت سال گذشته حدود ۱۰ میلیارد دلار ارز آوری داشته است در حالیکه امروزه کل درآمد ما در حوزه نفت ۲۰ میلیارد دلار است. با این رویکرد قطعاً نهضت ملی گردشگری می تواند جای خود را پیدا کند با تمام اقدامات مثبتی که انجام شده انتظار ما این است که با ضریب امنیتی خوبی که در کشور وجود دارد امکان لغو روادید فراهم شود.

۳) تقویت درک فرهنگی: گردشگری می تواند اعتماد به نفس ایجاد کند و مشوقی برای حفظ هنرهای سنتی و صنایع دستی، دانش سنتی و روش هایی باشد که منجر به استفاده پایدار از تنوع زیستی می شود. با این حال تعامل بین گردشگری و ارزش های فرهنگی محلی پیچیده است.

۴) فراهم نمودن فرصت های جدید برای فروش محصولات خاص: مسلم است که فعالیتهای صنعتی خاص، تا حد زیادی بوسیله نیازهای گردشگران تعیین می شود. کارد ر هتل ها و رستوران ها، خدمات فرهنگی و تفریحی، خدمات حمل و نقل، برگزاری سفر، تولید صنایع دستی و گردشگری و... به علاوه گردشگری، محرک تجارت در طیف گسترده ای از حوزه های مرتبط از قبیل ساخت و ساز، خدمات مالی، تجارت، صنایع غذایی، صنایع

روشنایی، فعالیت های فرهنگی هنری یا خدمات کلی عمومی (حمل و نقل محلی، پست، تلفن، تبادل ارز و...) است. بنابراین گردشگری رشد تولیدی مهمی را برای شهرهای بزرگ به ارمغان آورده و سهم زیادی در تولید ناخالص داخلی دارد.

۵) ایجاد اشکال نوین گردشگری: بخش مسافرت همواره در حال تحول است تا تجربه ی منحصر به فردی از اصالت، حس شهرنشینی، و شناور بودن را در اختیار گردشگران قرار دهد. از مهمترین مسائل صنعت گردشگری و تقاضای مسافران در آینده می توان به: گردشگری سلامت، گردشگری تاریخی و باستانی، گردشگری زیارتی، گردشگری فرهنگی، گردشگری ورزشی، گردشگری مناسبت ها و مکان های سیاسی (مانند خانه مشروطه تبریز، احمد اباد مصدق، تخت سلیمان، پاسارگاد (مقبره کوروش)، سی و سه پل، پل خواجه و کاخ چهل ستون، طاق بستان، طاق گرا، معبد آناهیتا، تندیس هرکول و... نام برد.

### پیشهادات:

- ۱- تعیین شعار و نشان ملی گردشگری.
- ۲- تدوین خط مشی دیپلماسی گردشگری و تشکیل وزارت گردشگری.
- ۳- ایجاد واحدهای سیاسی، نهادها و سازمانهای محلی، ملی، منطقه ای و بین المللی.
- ۴- تشکیل مدیریت بحران گردشگری.
- ۵- تشکیل سرویس های اطلاعاتی، امنیتی و افزایش امنیت مرزی و داخلی.
- ۶- جلوگیری از ایجاد گرایش ها و اختلافات مذهبی.
- ۷- تربیت پلیس راهنمای گردشگری.
- ۸- فراهم آوردن توانمندی های لازم برای استمرار این امنیت در زمان وقوع بحران های اجتماعی.

## منابع و مآخذ:

۱. ابراهیم زاده، ع. و مسعودی راد، م. ۱۳۹۱. گردشگری و نقش آن در امنیت و توسعه شهرهای مرزی (نمونه موردی شهر بانه).
۲. اذانی، مهري (۱۳۸۵) مقایسه سنتی شهر اصفهان و عصر جدید از منظر جغرافیا و قرن ۲۱، مجموعه مقالات اولین همایش جغرافیا و قرن ۲۱، دانشگاه آزاد واحد نجف آباد.
۳. اریسیان، ن.، ۱۳۸۲. اگرورتوریسم و نقش آن در توسعه روستایی " بررسی سیاست های و برنامه های توسعه جهانگردی در جمهوری اسلامی ایران"، ناشر دانشگاه علامه طباطبایی، تهران. ص ۱۰۸ تا ۱۱۰.
۴. اسلام فرد، ف. و زارع، ز.، ۱۳۹۰. نقش امنیت در توسعه پایدار گردشگری شهرهای مرزی (مطالعه موردی شهر زابل)
۵. امیدی، س. و دیگران، ۱۳۹۱. توسعه گردشگری و راهکارهایی بر امنیت اجتماعی نمونه موردی شهرستان سمیرم
۶. ایزدی، ح. و دبیری، ع.، ۱۳۹۲. ارزیابی جغرافیای توریسم در جنوب شرقی ایران. فصلنامه ژئوپلیتیک، ۹(۱): ۹۱ - ۱۲۶
۷. الوانی، سیدمهدی و معصومه پیروزبخت (۱۳۸۵) فرایند مدیریت جهانگردی، دفتر پژوهش‌های فرهنگی، چاپ اول، تهران.
۸. ارمغان، سیمین (۱۳۸۶) توریسم و نقش آن در جغرافیا، چاپ اول، انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی واحد اسلام شهر.
۹. بوزان، باری (۱۳۸۷) مردم، دولت ها و هراس (ترجمه پژوهشکده مطالعات راهبردی) انتشارات پژوهشکده مطالعات راهبردی، تک جلد.
۱۰. اسلام، کنگره بین المللی جغرافیدانان جهان اسلام، سیستان و بلوچستان، ۳۷-۲۵ فروردین ۸۹، ۱-۱۱
۱۱. پاپلی یزدی، محمدحسین و مهدی سقایی (۱۳۸۵) توریسم (ماهیت و مفاهیم)، چاپ اول، تهران، انتشارات سمت
۱۲. پاپلی یزدی، م. ح. و سقایی، م.، ۱۳۸۵. گردشگری، ماهیت و مفاهیم، انتشارات سمت. تهران.
۱۳. پارسائی، اسماعیل (۱۳۸۴) امکان سنجی نواحی مستعد توسعه اکوتوریسم در استان کهگیلویه و بویراحمد با استفاده از GIS، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تربیت مدرس تهران.
۱۴. ثبوتی، ح.، ۱۳۸۶. بررسی عوامل تاثیر گذار در توسعه گردشگری استان ایلام سازمان میراث فرهنگی و صنایع دستی و گردشگری استان ایلام.
۱۵. حسین زاده، دلیر، حیدری، کریم، چپانه، رحیم (۱۳۸۲) توریسم در ایران، چالش ها و امید ها، مجله جغرافیا و توسعه ناحیه ای، شماره یک دانشگاه فردوسی مشهد. ص ۲۳-۴۹.
۱۶. حسینی، ن.، ۱۳۸۶. امنیت پایدار ثمره توسعه گردشگری است. روزنامه سرمایه، ص ۴
۱۷. حیدری چپانه، رحیم (۱۳۸۷) مبانی برنامه ریزی صنعت توریسم، چاپ اول، انتشارات سمت، تهران
۱۸. رحیم پور، ع.، ۱۳۸۴. جهانگردی، امنیت و توسعه. ماهنامه بازاریابی، شماره ۱۷، تهران.
۱۹. روحانی، ح.، ۱۳۸۷. نشریه مرکز تحقیقات استراتژیک مجمع تشخیص مصلحت نظام، بهار.

۲۰. دایی، نگار، گندمکار، امیر، حاتمی، مجتبی (۱۳۸۸) تحلیلی بر امنیت و ابعاد فرهنگی گردشگری شهر اصفهان، مجموعه مقالات امنیت و توسعه پایدار گردشگری.
۲۱. دخیلی کهنمویی، جواد (۱۳۸۲) بررسی راهکارهای توسعه توریسم در آذربایجان شرقی، پایان نامه کارشناسی ارشد رشته جغرافیا و برنامه ریزی شهری، دانشگاه تبریز.
۲۲. ربانی، رسول و همکاران (۱۳۹۰) نقش پلیس در تامین امنیت و جذب گردشگری (نمونه مورد مطالعه شهر اصفهان)، فصلنامه مطالعات اجتماعی شماره ۲۰.
۲۳. رحیم پور، علی (۱۳۸۴) جهانگردی، امنیت و توسعه، ماهنامه بازاریابی شماره ۱۷. تهران
۲۴. سازمان جهانی گردشگری (۱۳۸۴) کنفرانس بین المللی گردشگری ص ۷۹.
۲۵. سازمان ایرانگردی و جهانگردی، ۱۳۸۲. بررسی سیاست های و برنامه های توسعه جهانگردی در جمهوری اسلامی ایران. ناشر دانشگاه علامه طباطبایی، ص ۱۸
۲۶. شکویی، حسین (۱۳۶۴) مقدمه ای بر جغرافیای جهانگردی، چاپ اول، دانشگاه تبریز.
۲۷. صادقیان، ن. ، ۱۳۸۸. نظام نامه مبانی و منابع مدیریت فرهنگی، با تاکید بر جایگاه برنامه ریزی فرهنگی در مدیریت شهری. موسسه نشر شهر، تهران، ۱۷۸.
۲۸. صادقی ده چشمه، م. و بابائی فارسیانی، م.، ۱۳۸۹. نقش امنیت در توسعه گردشگری.
۲۹. صیدایی، ا.، هدایتی مقدم، زهرا، ۱۳۸۹، نقش امنیت در توسعه گردشگری، مجله علوم اجتماعی، شماره ۸، ۹۷-۱۱۰
۳۰. عندلیب، علیرضا (۱۳۸۰) نظریه پایه و اصول آمایش مرزی جلد اول ایران صفحه ۱۱۶.
۳۱. عبدالله زاده، م.، ۱۳۷۹. برنامه ریزی ملی و منطقه ای جهانگردی. نشر دفتر پژوهشهای فرهنگی، چاپ اول، ص ۱۷
۳۲. غضنفرپور، حسین و کمانداری، محسن (۱۳۹۳) جغرافیا گردشگری با تاکید بر گردشگری شهری، انتشارات نور علم. چاپ اول.
۳۳. کاظمی، مهدی (۱۳۸۵) مدیریت گردشگری، انتشارات سمت تهران.
۳۴. کمانداری، محسن (۱۳۹۳) بررسی و تحلیل مسیرهای گردشگری شهر کرمان با تاکید بر الگوی رفتاری گردشگران، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم انسانی دانشگاه یزد.
۳۵. کمانداری، محسن، غضنفرپور حسین و شرفی حجت الله (۱۳۹۱) گردشگری و نقش آن در توسعه مناطق روستایی مطالعه موردی دهستان ساردوینه شهرستان جیرفت، مجله گردشگری و چشم انداز آینده قشم ص ۱۰۵-۱۱۹.
۳۶. لومسدن، لس (۱۳۸۰) بازاریابی توریسم ، ترجمه محمد ابراهیم گوهریان، چاپ اول، دفتر پژوهشهای فرهنگی، تهران.
۳۷. مصلحی، محسن (۱۳۸۴) شناسایی موانع صنعت توریسم، راهبردهای غلمی و عملی در اصفهان، تک جلد
۳۸. منصوری، علی (۱۳۸۱) توریسم و توسعه پایدار، رشد آموزش جغرافیا، دفتر انتشارات کمک آموزشی، شماره ۶۳.
۳۹. موذن جامی، محمد هادی (۱۳۸۷) مقدمه ای بر امنیت و مولفه های آن، فصلنامه دانش انتظامی.



۴۰. موسوی، جواد (۱۳۸۶) ارزیابی وضعیت تسهیلات گردشگری استان آذربایجان شرقی از دیدگاه گردشگران، پژوهش های جغرافیایی، شماره ۶۱، انتشارات دانشگاه تهران.
۴۱. میرزایی، رحمت (۱۳۹۱) رابطه امنیت و توسعه گردشگری روستایی مطالعه موردی منطقه مرزی اورامانات در استان کرمانشاه.
۴۲. میسون، پیتر (۱۳۸۷) توریسم (اثرات، برنامه ریزی و مدیریت)، ترجمه روزبه میرزایی و پونه ترابیان، چاپ اول، انتشارات ترمه.
۴۳. والا، فرانسو (۱۳۸۴) گردشگری بین المللی، ترجمه محمد مهدی کتابچی، انتشارات امیر کبیر ص ۱۲۸.
۴۴. فیروزی، م.ا.، ندری، ح.، ندری، ز.، ۱۳۸۹. خلیج فارس: امنیت، تروریسم و توریسم. مجموعه مقالات کنگره بین المللی جغرافیدانان جهان
۴۵. کارگر، ب.، ۱۳۸۶. توسعه شهرنشینی و صنعت گردشگری در ایران.
۴۶. کاشف، ا.، ۱۳۹۱. بررسی چالش ها و فرصت های امنیتی در مرزهای شرقی.
۴۷. لطفی، ح.، و خامه چی، م.، ۱۳۹۱. نقش امنیت در توسعه گردشگری زاہل.
۴۸. لطفی فر، م.، و یغفوری، ح.، ۱۳۹۱. نقش امنیت در توسعه گردشگری، مورد شناسی، چابهار. اولین همایش ملی توسعه سواحل مکران و اقتدار دریایی جمهوری اسلامی ایران، مکران، ۳۰ بهمن ۱۳۹۱
۴۹. لکزایی، ص.، ۱۳۹۱. بررسی چالش ها و فرصت های امنیتی در مرزهای شرقی.
۵۰. هفته نامه خبری - تحلیلی برنامه - سازمان مدیریت و برنامه ریزی کشور - سال سوم - شماره ۷۱
51. Clark, G. L., 1986. "Restructuring the U.S. economy: the NLRB, the Saturn Project, and economic justice". *Economic Geography*, Vol 62, No:4.
52. Fennell, D. A. & Eagles, P. F. J., (1990) Ecotourism in Costa Rica: a Conceptual Framwork, *Journal of Park and Recreation Administration*, 8(1): 23-34.
53. Goeldner. R. Charles and Ritchie. J. R. Brent (2003) *Tourism , Principles, Practies, Philosophies*, publish by Tohn wileson ,Juc, Hoboken. New jersey.
54. Sonmez, S., Y. Apostolopoulos, and P. Tarlow (1999) *Tourism in Crisis: Managing the Effects of Terrorism*. *Journal of Travel Research* 38(1):13-18.
55. Sevil F. Sonmez, Alan R. Graefe (1998) Influence of terrorism risk on foreign tourism decisions, *Annals of Tourism Research*, Vol.25, No.
56. [www.world\\_tourism.org/market](http://www.world_tourism.org/market)