

نقش دولت در توسعه اقتصاد گردشگری ایران با محوریت اقتصاد مقاومتی منوچهر جهانیان^۱

تاریخ دریافت: ۱۳۹۵/۰۸/۲۸ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۵/۱۲/۰۵

چکیده

صنعت گردشگری، به‌منزله یکی از مهم‌ترین و سودآورترین صنایع خدماتی جهان، اولویت در آمد اقتصادی کشورهای بسیاری است. در سال‌های اخیر، با طرح موضوع «اقتصاد مقاومتی» به‌عنوان رویکرد کلی اقتصاد ایران، تمامی فعالیت‌های دولت به این موضوع معطوف و راهکاری برای رشد و توسعه اقتصاد شد. در این مقاله، با توجه به اهمیت جایگاه کلیدی دولت در اقتصاد و نیز در صنعت گردشگری، در مقام متولی اصلی گردشگری ایران، نقش دولت در توسعه اقتصاد گردشگری با محوریت اقتصاد مقاومتی بررسی شده است. این پژوهش به شیوه کیفی - توصیفی انجام شده و محوریت بحث شاخص‌های اقتصاد مقاومتی است. طی مطالعات انجام شده، مشخص شد صنعت گردشگری با این شاخص‌ها بسیار هم‌راستا است؛ و با مدیریت دولت و هموارسازی فعالیت‌ها می‌توان شاهد رشد صنعت گردشگری و کاهش وابستگی به اقتصاد تک‌محصولی نفت بود. همچنین، با بهره‌گیری از قابلیت‌های صنعت گردشگری در ایران، می‌توان در مسیر رشد و توسعه اقتصاد متکی بر منابع و ظرفیت‌های داخلی گام برداشت.

واژه‌های کلیدی: صنعت گردشگری، دولت، اقتصاد مقاومتی

مقدمه

واژه دولت بیانگر دستگاهی واحد است که حکومت ا طریق آن اعمال قدرت می‌کند. دولت شامل سیاست‌مداران منتخب، دیوان‌سالاران، کارکنان کشوری، مستخدمین دولتی و همچنین شامل مجموعه‌ای از قوانین، مقررات، حقوق، کنوانسیون‌ها و سیاست‌هاست. اقدامات و اعمال دولت، بر سیاست‌های گردشگری و خط‌مشی‌های توسعه، به درجات مختلف، تأثیر می‌گذارد. به‌طور کلی، هدف از مدیریت دولتی ایجاد چارچوبی است که به‌واسطه آن رفاه مردم فراهم و تقویت و درعین حال، از حقوق افراد حمایت شود. مدیریت دولتی به‌منظور اعمال سیاست‌ها و برنامه‌های دولت و اجرای امور معمول آن مدنظر قرار می‌گیرد و انتخاب می‌شود. در عمل این امر

^۱. عضو هیئت علمی دانشگاه علم و فرهنگ
jahanian@usc.ac.ir

شامل اجرای قوانین، جمع‌آوری درآمدها، اجرای خدمات اجتماعی، توزیع و اختصاص بودجه و اعتبارات مالی و به‌طور کلی اداره کشور می‌شود. در بخش گردشگری نیز، دولت نقش مدیریت کلان را عهده‌دار شده و شکل مناسب سازمانی را، برای دستگاه متولی امور گردشگری، در دست می‌گیرد (داس ویل، ۱۳۷۹، به نقل از حسن‌پور، ۱۳۹۲).

باتوجه به رشد صنایع خدماتی در جهان، صنعت گردشگری به یکی از مهم‌ترین و کلیدی‌ترین صنایع خدماتی تبدیل شده که سالانه درآمدهای اقتصادی بسیاری را، برای کشورها، به همراه داشته است. ایران، به لحاظ شرایط اقلیمی توپوگرافی، از منابع عظیمی در راستای توسعه صنعت گردشگری برخوردار است و پتانسیل بسیار بالایی در بهره‌مندی از صنعت گردشگری، چه در سطح داخلی و چه بین‌المللی، دارد. براساس آمار به دست آمده، گردشگری ایران در سال ۲۰۱۰، با رشد ۳۰۹ درصدی و درآمد ۲/۴ میلیارد دلار، ۲/۵ درصد از صادرات کل ایران را تشکیل می‌دهد؛ برای سال ۲۰۲۰، ۳۰۸ درصد رشد ورودی و ۵/۱ میلیارد دلار درآمد ارزی و ۲/۴ درصد کل صادرات ایران پیش‌بینی می‌شود. یکی دیگر از شاخصه‌های بارز گردشگری تأثیر مستقیم و غیرمستقیم بر اشتغال است. در ایران ۵۹۸ هزار نفر، در سال ۲۰۱۰، در این صنعت اشتغال داشته‌اند که ۸/۳ درصد کل مشاغل کشور است. براساس آمار سال ۱۳۹۲، تعداد ۴۸۰۱۸۲۶ نفر گردشگر بین‌المللی وارد ایران شده‌اند و نسبت به سال ۱۳۹۱ از رشد ۱۸ درصدی برخوردار بوده است.

سهم مستقیم گردشگری در اقتصاد ایران، در ۲۰۱۵ میلادی، ۲/۵ درصد بوده است؛ در حالی که، این رقم برای میانگین جهانی و میانگین خاورمیانه ۳ درصد است و این ظرفیت‌های استفاده نشده ایران را نشان می‌دهد. باین حال انتظار می‌رود که در ۲۰۱۶، درآمدهای مستقیم گردشگری با سرعت (۶/۷ درصد بیش‌تر نسبت به سال پیش) افزایش یابد. این سرعت رشد، در سال‌های پس از آن، اندکی کند می‌شود و در بازه ۲۰۱۶ تا ۲۰۲۶ به ۴/۹ درصد خواهد رسید. براین اساس، پیش‌بینی می‌شود سهم درآمدهای مستقیم گردشگری، از اقتصاد کل کشور، تا ۲۰۲۶ به ۲/۸ درصد افزایش یابد که البته باز هم با میانگین جهانی فاصله دارد. براساس پیش‌بینی سازمان‌های جهانی، تا ۲۰۳۰ میانگین رشد گردشگر، در مناطق مختلف جهان، ۴/۴ درصد در نظر گرفته شده و تعداد گردشگران بین‌المللی به ۱/۸ میلیارد نفر خواهد رسید (سازمان جهانی سفر و گردشگری، ۲۰۱۵).

از این‌رو، در سال‌های اخیر، با تأکید بر اقتصاد مقاومتی^۱ به‌عنوان رویکرد کلی اقتصادی کشور از یک سو، و اهمیت صنعت گردشگری از سوی دیگر، ضروری است تا چارچوب نگرش‌های اقتصادی مقاومتی، در توسعه اقتصاد ایران، در صنعت گردشگری لحاظ و بررسی شود. از آنجاکه در کشور ایران، دولت متولی اصلی صنعت گردشگری است، نقش دولت و دولتمردان در توسعه گردشگری، با رویکرد اقتصاد مقاومتی، بیش‌ازپیش مهم و ضروری به نظر می‌رسد. لذا در این نوشتار، باتوجه به مفاهیم و مضامین اقتصاد مقاومتی، بر نقش دولت در توسعه اقتصاد گردشگری تأکید شده است.

^۱ Resilience Economy

صنعت گردشگری

گردشگری هنوز فعالیتی جدید برای بسیاری از کشورهایی است که تجربه‌ای کم یا ناچیز در توسعه این بخش از اقتصاد دارند. به‌علت رشد فوق‌العاده گردشگری، در دهه‌های اخیر و پیش‌بینی تبدیل گردشگری به بزرگترین صنعت صادراتی در سال ۲۰۲۰، کشورها به‌ناچار باید اهمیت زیادی به توسعه گردشگری بدهند. طبق آمار سال ۲۰۰۵، حدود ۸۰۸ میلیون گردشگر در جهان جابه‌جا شده‌اند که درآمدی بالغ بر ۲۸۲ میلیارد دلار به‌همراه داشته است. مطابق اعلام سازمان جهانی گردشگری، با روند رشد تا سال ۲۰۲۰، تعداد این گردشگران در سرتاسر جهان به حدود ۱/۶ میلیارد نفر خواهد رسید (نوربخش و اکبرپور، ۱۳۸۹، کرمی‌پور، ۱۳۹۱).

گردشگری چهارمین صنعت درآمدزای جهان، پس از صنعت نفت و خودروسازی و مواد شیمیایی، است. طبق آمار به‌دست آمده، گردشگری با افزایش رشد چهار درصدی در جهان نسبت به سال‌های قبل و با کسب درآمد ۱۱۰۰ میلیارد دلار و ایجاد ۲۹۰ میلیون شغل مستقیم و غیرمستقیم (۸/۸ درصد از کل مشاغل جهان) بی‌شک عنصر بسیار مهمی در اقتصاد جوامع به‌شمار می‌رود (گزارش سازمان جهانی گردشگری سال ۲۰۱۵).

از دهه ۱۹۵۰، وقتی مسافران خارجی به مکان‌های عمومی دسترسی پیدا کردند، شمار گردشگران بیش از ۷/۱ درصد در هر سال افزایش پیدا کرد. طبق گزارش سازمان جهانی جهانگردی (UNWTO)، در سال ۲۰۰۷، تعداد گردشگران خارجی به ۹۰۰ میلیون نفر رسید. این تعداد، در سال ۲۰۱۵، به یک میلیارد و ۲۰۰ میلیون نفر رسیده و ۷/۱۷ تریلیون دلار درآمد اقتصاد جهانی داشته که از این مقدار حدود ۲/۲۳ تریلیون دلار درآمد مستقیم حاصل از گردشگری بوده است (UNWTO). طبق پیش‌بینی سازمان جهانی جهانگردی شمار گردشگران بین‌المللی تا سال ۲۰۲۰ هر سال شش درصد افزایش می‌یابد (Yasin et al., 2011).

صنعت گردشگری بی‌شک یکی از مهم‌ترین و کلیدی‌ترین عناصر رشد اقتصادی کشورها در سال‌های اخیر به‌شمار می‌رود. نمونه بازار آن رشد اقتصادی گردشگری در کشورهای اسپانیا، امریکا، کنیا، آفریقای جنوبی و... است. از این‌رو سازمان جهانی گردشگری صنعت گردشگری را، در نقش کاتالیزور اقتصادی، عامل مهمی در رشد اقتصادی معرفی کرده است. بنابراین، کشورهای در حال توسعه در جست‌وجوی کسب منافع اقتصادی ناشی از صنعت گردشگری هستند (B.Esu, 2015). به همین سبب گردشگری به‌عنوان منبع جدیدی برای ایجاد اشتغال، افزایش درآمدهای ارزی، افزایش درآمدهای دولتی، تقویت زیرساخت‌های اجتماعی، در مطالعات مختلف تأیید شده است (Cloverdon, 2002). صنعت گردشگری تأثیرات قابل توجهی در جوامع داشته است. از جمله می‌توان به سه تأثیر کلی آن اشاره کرد (جدول ۱):

جدول ۱: انواع اثرات صنعت گردشگری بر جوامع

تأثیرات	توضیح
تأثیرات مستقیم ^۱	دستمزدها و دریافتی‌هایی که به‌صورت مستقیم از مشارکت‌کنندگان در صنعت گردشگری حاصل می‌گردد. گردشگری در مقایسه با سایر صنایع نیروی انسانی بیشتری به‌کار می‌گیرد.
تأثیرات غیرمستقیم ^۲	آوردهایی که در زنجیره گردشگری حاصل می‌شود. از جمله داده‌های حاصل از غذا، حمل‌ونقل، اسباب و تجهیزات و... .
تأثیرات دینامیک ^۳	گردشگری مجموعه وسیعی از انواع تأثیرات دینامیک را دربرمی‌گیرد. توسعه گردشگری در سبک زندگی مردم محلی، همسایگان، توسعه تأمین مالی، الگوهای رشد اقتصادی و انواع زیرساخت‌ها و منابع و مقاصد تأثیر می‌گذارد.

منبع: Ashley et al. (۲۰۰۷)

منافع مستقیم اقتصادی گردشگری شامل اشتغالزایی، درآمدزایی، ارزآوری است که همگی به افزایش سطح استانداردهای زندگی جوامع در سطح ملی و منطقه‌ای و محلی منجر می‌شود. از جمله مهم‌ترین منافع غیرمستقیم اقتصادی گردشگری، تسهیل و سرعت‌بخشی توسعه سایر بخش‌های اقتصادی مانند کشاورزی، شیلات، مسکن، صنعت، تولید، صنایع دستی از طریق خرید و مصرف محصولات این بخش‌هاست. (اینسکیپ، ۱۳۹۲: ۳۵۷) از این‌رو همواره گردشگری، برای پیشرفت اقتصادی، مورد توجه دولت‌ها قرار گرفته است (ضیایی و تراب احمدی، ۱۳۹۲: ۱۵۲).

پیشینه نقش دولت‌ها در اقتصاد جوامع

دولت را می‌توان مجموعه‌ای از مقامات مسئول دانست که باتوجه به تمایلات و ترجیحات و توانایی‌های خود بر سیاست‌های عمومی تأثیر می‌گذارند. به بیانی رسمی‌تر، دولت مجموعه‌ای پایدار از نهادهای سیاسی است که در یک جامعه مدنی فعالیت می‌کنند (هال و جنکینز، ۱۳۷۸ به‌نقل از حسن‌پور، ۱۳۹۲).

با بروز بحران جهانی سال ۱۹۲۹ و تداوم آن، و پ از شکست نظریه‌های سرمایه‌داری در دهه ۱۹۳۰، اقتصاد جهان به‌سمت ارائه تعریفی جدید برای دولت و حوزه مداخلات آن پیش رفت. در این دوران دولت شبرگرد اقتصاددانان لیبرال کنار گذاشته شد و به‌جای آن، در بسیاری مناطق به‌ویژه آمریکا و بسیاری مناطق اروپای غربی، دولت مداخله‌گر برای کاهش بیکاری گسترده و راهنمایی اقتصادها به‌سمت دولت رفاه روی کار آمد. دولت رفاه، به‌موازات ارائه خدمات رفاهی، مسئولیت سرمایه‌گذاری برای رشد را برعهده گرفت. این امر موجب پیدایش بخش عظیمی از

^۱ Direct Effects

^۲ Indirect Effects

^۳ Dynamic Effects

فعالیت‌های اقتصادی دولتی شد که قسمتی از آن از طریق ملی کردن بعضی بنگاه‌های خصوصی و قسمتی هم از طریق سرمایه‌گذاری از محل وجوه عمومی، در مؤسسات اقتصادی جدیدالتأسیس دولتی، حاصل شد. با گذشت زمان و انتقاد از رویکردهای مذکور، کاهش حجم دولت از طریق فروش مؤسسات دولتی به بخش خصوصی پیشنهاد شد. (حسینی و دیگران، ۱۳۹۲: ۴۵-۴۶)

در نظریه لیبرالیسم کلاسیک، محور اصلی تفکرات این بود که دست دولت باید از اقتصاد کوتاه باشد و سیاست «لسه فر»^۱ بر جامعه اقتصادی حاکم شود. طرفداران اصل لسه فر بر این عقیده بودند که دولت بیشتر باید به مسائل حاکمیتی و امنیت اشخاص بپردازد. آنان معتقد به آزادی مطلق اقتصادی بودند و از این حیث دخالت دولت را، در بازار آزاد و رقابتی، عاملی فسادآور دانسته و مانع پیشرفت و رونق اقتصادی قلمداد می‌کردند (شاپیرو، ۱۳۹۱: ۲۷-۴۴).

نقد شدیدی که مخالفان لیبرالیسم بر دولت‌های لیبرال کلاسیک داشتند، بی‌عدالتی اقتصاد حاکم بر جامعه بود. به عقیده منتقدین مداخله‌نکردن دولت در اقتصاد، منجر به چپاول ثروت از سوی قدرتمندان و سرمایه‌داران می‌شود. در این دوره فکری بود که دولت اقتصاد را تحت کنترل خود قرار داد و با مداخله مستقیم در بازار سرمایه و منابع اصلی را در دست گرفت و آن را بر اساس معیار مساوات اقتصادی میان افراد جامعه توزیع کرد تا مانع گسترش شکاف طبقاتی اقتصادی شود (Hollander, 2012). این نوع تفکر، در اواخر قرن بیستم، در نهایت منجر به شکل‌گیری دولت‌های رفاه شد؛ این دولت‌ها اقتصاد را در سیطره خود داشته و به‌طور گسترده‌ای به ارائه خدمات عمومی می‌پرداختند و سیاست‌های اقتصادی تعدیل‌کننده را در بازار اعمال می‌کردند (Gutmann, 1988).

اما نظریه فکری دولت رفاه، به مرور زمان، موجب کندی چرخه اقتصاد شد و با پدید آمدن بحران اقتصادی شکست خورد (بو، ۱۳۸۴: ۱۴۸). این امر به رکود اقتصادی شدید انجامید و دلیل اصلی آغاز تحول فکری درباره دخالت دولت در اقتصاد شد که دوره نئولیبرالیسم را با تفکر جدید دولت‌تنظیمی پدید آورد. منتقدین دولت رفاه همواره بر مسئله تن‌پروری و اتکای جامعه به حمایت‌های دولتی تأکید می‌کردند. به عقیده آنان، اگرچه دولت می‌باید حامی منافع عموم باشد اما، تأمین اقتصاد جامعه را نباید برعهده بگیرد و از این طریق مسیر را بر هرگونه تلاش مردم و تحول اقتصادی ببندد (پتفت و مؤمنی‌راد، ۱۳۹۴).

در تفکر نئولیبرال، وظیفه دولت گشودن راه برای تحقق آزادی‌های کارآفرینانه و مهارت‌های فردی در چارچوبی نهادی است که ویژگی آن حقوق مالکیت خصوصی قدرتمند و بازارهای آزاد و تجارت آزاد است که می‌تواند رفاه و بهروزی انسان را افزایش دهد. دولت عملاً مداخله غیرمستقیم در تنظیم و حفظ تعادل بازار دارد و ناظر و تنظیم‌کننده اصلی چرخه اقتصادی است (Colin, 2004).

همان‌طور که بیان گردید، طی سال‌های گذشته، اقتصاددانان مکاتب مختلف توسعه اقتصادی نظرات گسترده‌ای را درباره جایگاه اقتصادی دولت و نقش آن در راهبردهای توسعه ارائه کرده‌اند.

^۱Laissez-faire

در دیدگاه جدید، که مقبول بسیاری از کشورهاست، مدارج مکمل در کنار بخش خصوصی برای توسعه بالاتر در حالی قابل دسترسی است که در کنار دولت توسعه‌گرا، برای برخورداری از یک بخش خصوصی قدرتمند، سیاست‌گذاری شود (حسینی و شفیعی، ۱۳۸۶: ۱۳۲ به نقل از مصلی‌نژاد و اکبری، ۱۳۹۱).

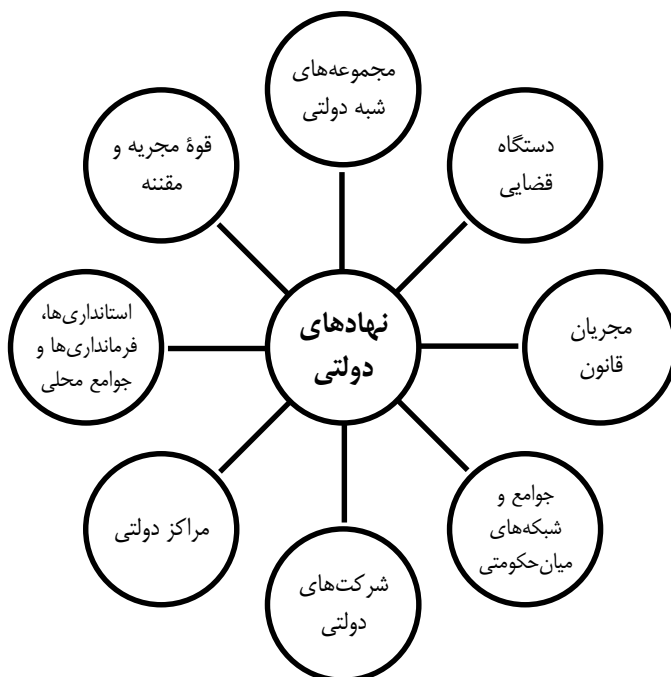
نمی‌توان این نکته را نادیده گرفت که دولت دارای نقش مشخصی در ارتقای عملکرد اقتصادی است و باید آن را هم در سطوح اقتصاد کلان و هم اقتصاد خرد ایفا کند. بازارها بهترین راه سازماندهی تولید و توزیع کالاها و خدمات هستند. اما موارد مهمی وجود دارد که در آن‌ها بازارها عاجز از تولید نتایج کارا هستند (استیگلیتز، ۱۳۸۲: ۸۳).

عرضه کالاهای عمومی، رفع انحصارها، تنظیم تأثیرات بیرونی، عدالت اجتماعی از جمله مواردی است که سازوکار بازار به‌خودی‌خود نمی‌تواند عهده‌دار آن شود. خصوصی‌سازی بنگاه‌های دولتی و تمرکز بر اداره مؤثر سازمان‌های دولتی برای ارائه کالاهای عمومی و مقررات‌گذاری شایسته تنها راه پیشروی دولت برای تسهیل فعالیت بخش خصوصی است. فقط در چنین بستری است که بخش خصوصی می‌تواند رشد و توسعه برون‌زا و پایدار را به ارمغان آورد (هداوند و سرزعی، ۱۳۸۷).

نقش دولت در اقتصاد گردشگری

آگاهی دولت‌ها از اهمیت گردشگری و نقش این فعالیت در توسعه مادی و معنوی ملت‌ها سبب شد که دولت‌ها، برای سازماندهی امور گردشگری، سازمان‌هایی در سطوح گوناگون تشکیل دهند. از این رو نقش و مسئولیت دولت، ایجاد هماهنگی بین فعالیت‌های سازمان‌های اقتصادی، اجتماعی، رفاهی کشور است؛ و چون در امور گردشگری، چه در مبدأ و چه در مقصد مسافرت، مؤسسات و سازمان‌های بسیاری دخالت دارند، که هر کدام ارائه‌دهنده بخشی از خدمات گردشگری هستند و منافع خود را در توسعه گردشگری می‌دانند، برای گسترش همکاری بین آن‌ها در ارائه خدمات بهتر به گردشگر در سطوح محلی، منطقه‌ای یا ملی باید سازمان‌های گردشگری در سراسر یک کشور تشکیل شود (محلای، ۱۳۸۰ به نقل از حسن‌پور، ۱۳۹۲). با توجه به نقش و اهمیت دولت‌ها در اداره جوامع و فعالیت‌های صنایع مختلف، ساختار نهادهای دولتی مرتبط با گردشگری به صورت زیر بیان شده است (نمودار ۱):

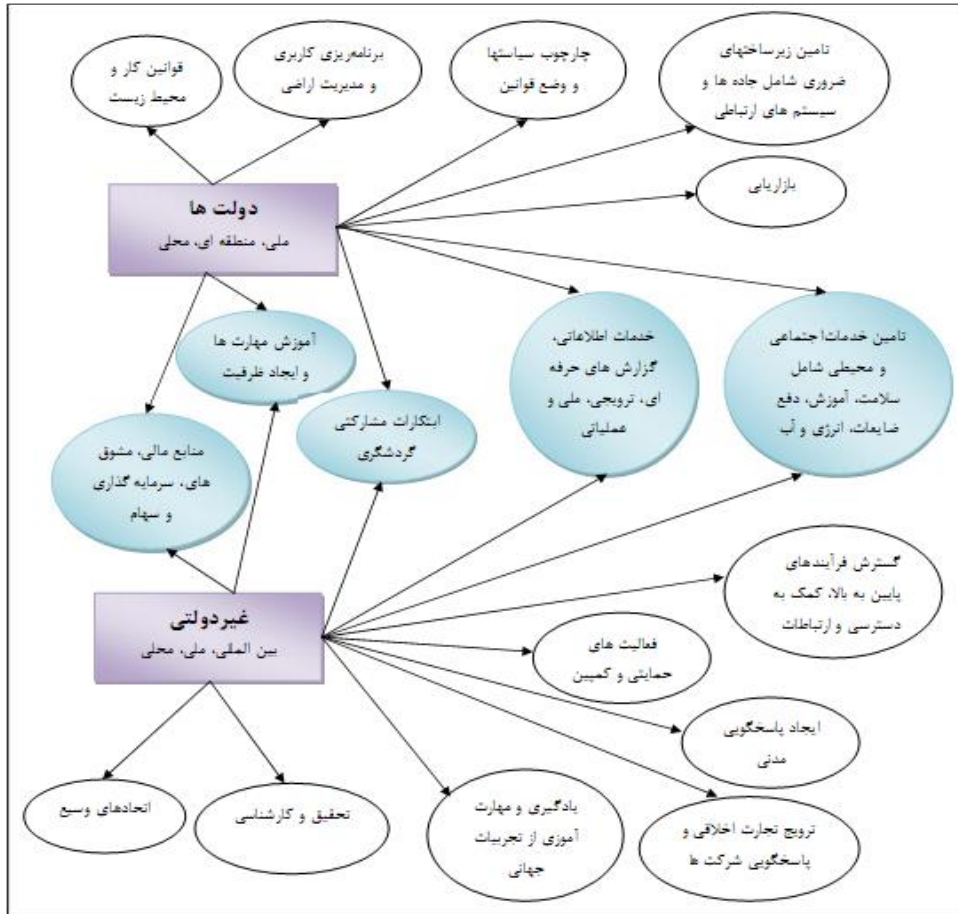
نمودار ۱: ساختار نهادهای دولتی مرتبط با گردشگری



منبع: هال و جنکینز، ۱۳۷۸ به نقل از حسن پور ۱۳۹۲

برنامه‌ریزی دولت‌ها در سطح ملی و منطقه‌ای و محلی، در گردشگری، نقش بسیار مهمی در توسعه گردشگری، با اهداف اقتصادی و غیراقتصادی، ایفا می‌کند. بی‌شک این برنامه‌ها در سطوح مختلف با هم متفاوت‌اند؛ اما نکته مهم این است که این برنامه‌ها بدون یکپارچگی و مشارکت جامعه محلی اجرا نخواهد شد (B.Esu, 2015). از این رو، در برنامه‌های گردشگری جوامع، سازمان‌های دولتی و غیردولتی نقش‌های متفاوتی ایفا می‌کنند و نباید تأثیرشان را نادیده انگاشت. لذا سازمان‌های دولتی و غیردولتی هر کدام، در برنامه‌ها و منافع اقتصادی و غیراقتصادی حاصل از توسعه گردشگری، نقش‌های گوناگونی دارند که در ذیل بیان شده است:

نمودار ۲: نقش‌های بالقوه سازمان‌های دولتی و غیردولتی در تعیین نوع و سطح منافع به‌دست آمده از توسعه گردشگری



منبع: Simpson, 2008

ریچینز (۲۰۰۰) تصمیم‌گیری‌ها و اقدامات دولت‌ها را در صنعت گردشگری به انواع: داده و اطلاعات، برنامه‌ریزی، کنترل، توسعه، کاربری زمین، زیرساخت، تأمین مالی تقسیم کرده است. فعالیت دولت در هر یک از شیوه‌های مداخله و تصمیم‌گیری در جدول ذیل بیان شده است:

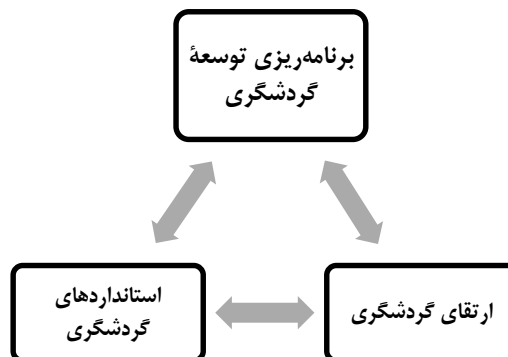
جدول ۲: فعالیت دولت در هریک از شیوه‌های مداخله و تصمیم‌گیری

موضوع	تصمیم‌گیری
داده (اطلاعات)	پشتیبانی در توسعه اقتصادی گردشگری ارتقای گردشگری در سطح محلی / منطقه‌ای و ادارات گردشگری
برنامه‌ریزی	پشتیبانی از برنامه‌ها و استراتژی‌های گردشگری چشم‌انداز بلندمدت برای گردشگری و توجه به عناصر محیطی، اقتصادی، اجتماعی گردشگری
کنترل	ارائه معیارها و استانداردها در توسعه گردشگری ارائه خطوط راهنما و امکانات در جهت توسعه گردشگری ایجاد و تأمین نیازهای امنیتی، سلامتی، محیطی در توسعه گردشگری
توسعه	توسعه فرایندها و اقدامات در جهت فراهم کردن امکانات و انجام فعالیت‌ها ارزیابی و سنجش معیارهای توسعه ارزیابی فعالیت‌ها و عملکردها در جهت توسعه
کاربری زمین	تعیین ظرفیت و محدودیت‌های زمین در توسعه گردشگری تعیین حوزه‌های خاص و گسترده در جهت توسعه گردشگری
زیرساخت	اعمال تغییرات و اقدامات در مدیریت زیرساخت‌ها ایجاد و پیگیری اقدامات و برنامه‌های زیرساخت
تأمین مالی	ایجاد دستمزد، مالیات، نرخ‌های بهره و ... در توسعه گردشگری و افزایش شمار بازدیدها مشاوره تأمین مالی و انجام دادن پژوهش برای توسعه و کاهش موانع موجود در راه توسعه گردشگری

منبع: Richins(۲۰۰۰)

در مطالعه دیگری نقش‌های دولت در صنعت گردشگری به سه گروه اصلی تقسیم می‌شود:

نمودار ۳: نقش دولت در صنعت گردشگری



منبع: Javier and Elazigue(۲۰۱۱)

تحقیقات انجام شده حاکی از اهمیت نقش دولت در صنعت گردشگری است. به طوری که نمی‌توان اقدامات گردشگری را در کشورها بدون حضور دولت در نظر گرفت. در یکی از تحقیقات، نقش دولت رهبری، طبقه‌بندی محصولات در سطح جهانی، تمرکز بر کیفیت، شریک مهم صنعتی، حمایت‌کننده، بازاریابی برشمرده شده است (Ontario, 2009). به عنوان مثال، سازمان گردشگری

اسکاتلند مهم‌ترین عنصر در سیستم مدیریت گردشگری این کشور را دولت معرفی کرده است؛ به طوری که چشم‌انداز توسعه گردشگری خود را، طی سال‌های آتی، رشد اقتصادی اعلام کرده است. از این رو دولت را مهم‌ترین حلقه اتصال، در کسب منافع اقتصادی گردشگری، می‌داند (VisitScotland, 2010).

دولت‌ها، با هرگونه رویکردی، باید به نکات زیر در صنعت گردشگری توجه کنند:

- ۱- ایجاد دولت مرکزی، در واحدهای دولتی محلی در مناطق و سایت‌های گردشگری، برای ایجاد ارتباط یکپارچه میان دولت مرکزی و واحدهای محلی.
- ۲- تعیین چگونگی فعالیت و مشارکت سایر واحدهای دولتی در توسعه گردشگری به صورت یک پارچه
- ۳- تعیین واحدهای اقتصادی گردشگری برای بررسی منافع و آورده‌های اقتصادی
- ۴- تعیین اثرات فعالیت‌های گردشگری، در هر یک از واحدهای اقتصادی، در اقتصاد ملی (Goodwin and Robson, 2004).

اقتصاد مقاومتی

اقتصاد مقاومتی، در اولین روزهای معرفی، بیشتر به اقتصادی اشاره داشت که در حال دست‌وپنجه نرم کردن با «اقتصاد پایدار» و ادبیات اقتصادی مشکلاتی مانند جنگ و تحریم و محاصره بود (سیفلو، ۱۳۹۳).

اقتصاد مقاومتی یعنی تشخیص حوزه‌های فشار یا - در شرایط کنونی - تحریم و در پی آن تلاش برای کنترل و بی‌اثر کردن آن و در شرایط آرمانی تبدیل چنین فشارهایی به فرصت که قطعاً باور و مشارکت همگانی و اعمال مدیریت‌های عقلایی و مدبرانه پیش شرط و الزام چنین موضوعی است. اقتصاد مقاومتی کاهش وابستگی‌ها و تأکید روی مزیت‌های تولید داخل و تلاش برای خوداتکایی است (فشاری و پورغفار، ۱۳۹۳). درحقیقت منظور از اقتصاد مقاومتی، اقتصادی و فعال و پویاست، نه اقتصادی منفعل و بسته؛ چنان‌که مقاومت برای دفع موانع پیشرفت و کوشش در مسیر مهم حرکت و پیشرفت تعریف می‌شود (Johnston, 2005).

اقتصاد مقاومتی بنیان نظری برای مدل‌سازی گونه ویژه‌ای از اقتصاد است که فعالانه خود را برای مواجهه با تحریم‌ها، بیش‌ازپیش، آماده ساخته است. مکانیسم‌های اقتصادی، فضای کسب‌وکار، تجارت خارجی، نهادهای مالی و واسطه‌ای و... در اقتصاد مقاومتی، مبتنی بر این پیش فرض طراحی می‌شوند که کشور در تعارض ایدئولوژیک دائمی با نظام سلطه است و هر لحظه ممکن است ضربه‌ای اقتصادی از غرب به کشور وارد شود (تراب‌زاده جهرمی و دیگران، ۱۳۹۲). منافاتی ندارد که اقتصاد تحریم هم بخشی از اقتصاد مقاومتی باشد؛ ولی تمام اقتصاد مقاومتی اقتصاد تحریم نیست؛ درواقع، اقتصاد مقاومتی می‌تواند راه حلی برای مقابله و خروج از تحریم‌های

اقتصادی باشد؛ ولی صرفاً در این موضوع محدود نیست و فراتر از اقتصاد تحریم است. به طور کلی می‌توان گفت رفع تحریم‌ها یکی از کارکردهای اقتصاد مقاومتی است (سیفلو، ۱۳۹۳). در اقتصاد مقاومتی، شناسایی نقاط ضعف کشور و تبدیل آن به نقاط قوت یکی دیگر از الزامات کشور در رسیدن به جایگاه واقعی اقتصاد در عرصه جهانی است. برای تحقق اقتصاد مقاومتی، لازم است تعامل و همکاری سازنده‌ای بین مردم و دولت صورت گیرد. از مهم‌ترین وظایف دولت در تحقق اقتصاد مقاومتی می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

- تثبیت نوسانات نرخ ارز
- افزایش سطح اشتغال
- تثبیت سطح عمومی قیمت‌ها
- ارتقای بخش خصوصی در اقتصاد
- مدیریت مصرف (فشاری و پورغفار، ۱۳۹۳)

در اقتصاد مقاومتی، دو رویکرد درون‌زا و برون‌نگر به اقتصاد مطرح می‌شود. در نگرش درون‌زا، به بهره‌برداری حداکثری با بهره‌وری بالا از ظرفیت‌ها و مزیت‌های درونی اقتصاد ایران، در حکم عوامل اصلی ثبات و رشد اقتصادی داخلی، تأکید می‌شود. در رویکرد برون‌نگر، به بهره‌برداری حداکثری از فرصت‌های موجود در جهان، به منظور پیش‌برد اهداف اقتصاد ملی، توجه می‌شود که در سه حوزه دانش فنی، سرمایه، بازار مدنظر قرار می‌گیرد (نیلی و ملایی، ۱۳۹۳).

جدول ۳: مقایسه رویکردهای درون‌زا و برون‌نگر در اقتصاد مقاومتی

اقتصاد مقاومتی	
اقتصاد دانش بنیان توسعه بخش نفت و گاز و زنجیره ارزش آن تقویت نظام مالی کاهش وابستگی بودجه به نفت	درون‌زا
برنامه‌ریزی تولید ملی متناسب با نیازهای صادراتی توسعه دیپلماسی اقتصادی تشویق سرمایه‌گذاری خارجی برای صادرات	برون‌نگر

منبع: نیلی و ملایی، ۱۳۹۳

با نگاهی به ویژگی‌ها و مؤلفه‌های ده‌گانه اقتصاد مقاومتی، می‌توان به راحتی قضاوت کرد که هرگز اقتصاد مقاومتی راهبرد مقاومت اقتصادی نیست. ویژگی‌ها و مؤلفه‌های اقتصادی و مقاومتی عبارت است از:

- ۱- ایجاد تحرک و پویایی در اقتصاد کشور و بهبود شاخص‌های کلان اقتصادی؛
- ۲- توانایی مقاومت در برابر عوامل تهدیدزا؛
- ۳- تکیه بر ظرفیت‌های داخلی؛

- ۴- رویکرد جهادی؛
- ۵- مردم‌محوری؛
- ۶- تأمین امنیت اقلام راهبردی و اساسی؛
- ۷- کاهش وابستگی به درآمد فروش نفت؛
- ۸- اصلاح الگوی مصرف؛
- ۹- فسادستیزی؛
- ۱۰- دانش‌محوری (سیفلو، ۱۳۹۳).

نقش دولت در گردشگری ایران با رویکرد اقتصاد مقاومتی

در ایران، دولت متولی امر گردشگری است. در طول بیش از هفت دهه، ساماندهی این صنعت با تشکیل اداره‌های گوناگون شروع شده و سپس به سازمان ارتقا یافته است. امروز سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری، زیر نظر ریاست جمهوری، متولی صنعت گردشگری در ایران است. (ضرغام بروجنی و شالبافیان، ۱۳۹۳: ۳۶۹)

در توسعه گردشگری، دولت‌ها اهداف متعددی را مدنظر دارند. از آنجاکه دولت‌ها تمایل به حفظ نظام اقتصادی خود دارند، ترجیح می‌دهند در گردشگری مداخله کنند (گی، ۱۳۸۲: ۳۴۸). لذا گردشگری، در بسیاری از کشورهای در حال توسعه، شاهره اقتصادی مناسبی به شمار می‌آید و فواید اقتصادی بسیاری به همراه دارد؛ که از جمله می‌توان به درآمدهای کسب‌شده از گردشگران، درآمدهای صادراتی، افزایش تولید ناخالص ملی، اشتغال‌زایی اشاره کرد (Sharpley and Tefler, ۲۰۰۸: ۱۸۰).

از این‌رو گرایش و توجه کشورها به صنعت گردشگری معطوف به منافع اقتصادی است. با توجه به مسائل اقتصادی در ایران از یک سو، و منابع عظیم و متنوع گردشگری از سوی دیگر، اتخاذ رویکردهای صحیح اقتصادی می‌تواند اولین گام در توجه هرچه‌تمام‌تر به صنعت گردشگری و توسعه آن باشد. همان‌طور که بیان شد، اقتصاد مقاومتی نظام اقتصادی مجزا نیست؛ مدل اقتصادی کلاسیک نیست؛ بلکه جریانی مهندسی‌شده از تولید و درآمد و مصرف ملی است که باعث تعادل در بازارهای اقتصاد کلان می‌شود و با استفاده از ظرفیت‌های تشویقی و برانگیختگی‌های ملی و دینی در صدد است نفوذ خود را تا پائین‌ترین لایه‌های اقتصاد خرد و بنگاه‌های کوچک اقتصادی و خانوارها گسترش دهد (خلیلی، ۱۳۹۱).

کامفیروزی و همکارانش (۱۳۹۲)، در تحقیقات خود، شاخصه‌های اقتصاد مقاومتی را به صورت زیر ارائه کرده‌اند:

- سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی؛
- فرهنگ‌سازی؛
- مبارزه با مفاسد اقتصادی و ایجاد امنیت اقتصادی؛

- کیفیت؛
- مصرف محصولات داخلی؛
- اشتغال و کارآفرینی؛
- سرمایه‌گذاری و گسترش تولید؛
- اقتصاد بدون نفت.

در میان این شاخص‌ها، سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی مهم‌ترین شاخص اقتصاد مقاومتی‌اند (کامفیروزی و دیگران، ۱۳۹۲). با توجه به نقش دولت‌ها، در حوزه برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری، در صنعت گردشگری نیز برنامه و سیاست دولت‌ها و حکومت‌هاست که فعالیت‌ها و رویکردهای جوامع را مشخص می‌کند. شاخص‌های بنیادین سیاست‌گذاری گردشگری در سه حوزه سیاسی، اقتصادی، فرهنگی و آموزش به صورت ذیل ارائه شده است:

جدول ۴: شاخص‌های بنیادین سیاست‌گذاری گردشگری

توسعه روابط خارجی
سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های گردشگری
کاهش تصدی دولت
توسعه فرهنگ عمومی گردشگری
ایجاد نظام آموزش رسمی گردشگری
توسعه آموزش‌های کاربردی
حمایت از پژوهش‌های گردشگری
تحول و نوسازی سازمان‌ها
تحول در نظام مدیریت
توسعه نظام پشتیبانی و عملیات
توسعه محصولات و خدمات گردشگری

منبع: شجاعی و نوری، ۱۳۸۶

در میان شاخص‌ها، سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های گردشگری و کاهش تصدی دولت شاخص‌های حوزه اقتصادی بیان شده‌اند (شجاعی و نوری، ۱۳۸۶). با توجه به اینکه ایران، در حوزه امکانات بالقوه سرمایه‌ای اعم از ذخایر مادی و انسانی، از توانمندی‌های بسیاری برخوردار است، به نظر می‌رسد توانمندی نیل به تعادل اقتصادی مطلوب امری میسر باشد. ابزارها و عوامل توسعه و تعادل اقتصادی، به‌طور کلی به دو دسته عامل سخت‌افزاری نظیر سرمایه فیزیکی و مادی، و عوامل نرم‌افزاری نظیر سرمایه انسانی، سازمان، انضباط و قانونمندی تقسیم می‌شود. مطالعه سرگذشت و کارنامه دولت‌ها مؤید این نکته است: همواره کشورهایی که به تقویت عوامل نرم‌افزاری توسعه و تعادل اقتصادی پرداخته‌اند، بسیار موفق‌تر از کشورهایی بوده‌اند که به تقویت عوامل سخت‌افزاری نظیر سرمایه فیزیکی پرداخته‌اند (خلیلی، ۱۳۹۱).

از آنجاکه صنعت گردشگری در مقایسه با سایر صنایع، که اکثراً سرمایه‌برند، کاربرتر است، لذا نقش مؤثرتری در اشتغال‌زایی دارد و دولت‌ها عموماً از گردشگری، برای رفع مشکلات اقتصادی ناشی از بیکاری در جوامع، بهره می‌برند. گردشگری این قابلیت را دارد که در نقش فعالیت اقتصادی جایگزین، با تنوع بخشی به اقتصاد ملی، روند توسعه را تسریع کند و اقتصاد را از وابستگی به یک صنعت و تک‌محصول بودن برهاند (ضیایی و تراب احمدی، ۱۳۹۲: ۲۳۰).

جمع‌بندی

صنعت گردشگری بی‌شک یکی از مهم‌ترین و کلیدی‌ترین عناصر رشد اقتصادی کشورها، در سال‌های اخیر، به‌شمار می‌رود. از این‌رو سازمان جهانی گردشگری، با تأکید بر نقش مهم گردشگری به‌عنوان یک کاتالیزور اقتصادی، این صنعت را عامل مؤثر در رشد اقتصادی معرفی کرده است (B.Esu, 2015)؛ به همین سبب گردشگری در نقش منبع جدیدی برای ایجاد اشتغال، افزایش درآمدهای ارزی، افزایش درآمدهای دولتی، تقویت زیرساخت‌های اجتماعی، در مطالعات گوناگون تأیید شده است (Cloverdon, 2002).

مجمع جهانی اقتصاد^۱ از سال ۲۰۰۵ تاکنون، «شاخص رقابت‌پذیری جهانی» را مبنای تحلیل اقتصادی کشورها قرار داده است. در حوزه گردشگری، براساس شاخص‌های توانمندی‌های محیطی، سیاست‌گذاری، زیرساخت، منابع طبیعی و فرهنگی، هر ساله کشورها را بررسی و رتبه‌بندی می‌کند. در گزارش منتشر شده این سازمان در ۲۰۱۵، ایران بین ۱۴۱ کشور حائز رتبه ۹۷ شده است (WEF, 2015). با توجه به قابلیت‌ها و منابع تاریخی و طبیعی ایران، و تمرکز سایر کشورهای در حال توسعه بر صنعت گردشگری، این آمار خوشایند نبوده و جایگاه مناسبی برای کشورمان نیست.

با توجه به اینکه، در ایران دولت متولی امر گردشگری است، سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری، زیر نظر ریاست جمهوری، عهده‌دار صنعت گردشگری در کشور است (ضرغام بروجنی و شالبافیان، ۱۳۹۳: ۳۶۹). از یک سو با توجه به مسائل اقتصادی که ایران با آن مواجه است، و از سوی دیگر منابع عظیم و متنوع گردشگری ایران، اتخاذ رویکردهای صحیح اقتصادی می‌تواند اولین گام در توسعه گردشگری و توجه هرچه تمام‌تر به این صنعت باشد (خلیلی، ۱۳۹۱). رشد سهم درآمدهای کل گردشگری و صنایع وابسته، در سال جاری میلادی و بازه ده‌ساله تا ۲۰۲۶، مسیر دشوارتری را طی خواهد کرد و سرعت آن کمتر از رشد سهم درآمدهای مستقیم، در کل اقتصاد، خواهد بود. این رشد به تدریج برای ۲۰۱۶ و بازه ده‌ساله پیش‌رو، به ترتیب ۵/۹ و ۴/۷ درصد خواهد بود. به این ترتیب، سهم درآمدهای کل گردشگری در اقتصاد ایران از ۶/۷ درصد کنونی به ۷/۳ درصد خواهد رسید. این رشد کند درآمدهای کل گردشگری نسبت به درآمدهای مستقیم نشان از آن دارد که زیرساخت‌ها و صنایع وابسته و پشتیبان گردشگری با سرعت کمتری

^۱ World Economic Forum (WEF)

در حال رشدند و بخش عمده توسعه در بنگاه‌ها و مراکزی انجام می‌شود که به صورت مستقیم با گردشگران درارتباطاند. از طرفی سرمایه‌گذاری‌ها و هزینه‌های دولتی برای توسعه سفر و گردشگری هم در این بند جای می‌گیرد که نشان از ناکافی بودن آن‌ها دارد.

تحقیقات انجام شده حاکی از اهمیت نقش دولت در صنعت گردشگری است، به طوری که، اقدامات گردشگری در کشورها را نمی‌توان بدون حضور دولت در نظر گرفت (Ontanio, 2009). بسیاری از محققان، اقدامات مدیریتی در سطح کلان را از وظایف دولت‌ها در صنعت گردشگری می‌دانند به طوری که فعالیت‌هایی چون برنامه‌ریزی توسعه گردشگری، ارتقای گردشگری، استانداردهای گردشگری از وظایف دولت‌ها در امر گردشگری برشمرده شده است (Javier and Elazigue, 2011).

در توسعه گردشگری، دولت‌ها اهداف متعددی را مدنظر دارند. از آنجاکه دولت‌ها تمایل به حفظ نظام اقتصادی خود دارند، ترجیح می‌دهند در گردشگری مداخله نمایند (گی، ۱۳۸۲: ۳۴۸)؛ لذا گردشگری، در بسیاری از کشورهای در حال توسعه، شاهره اقتصادی مناسبی به شمار می‌آید و فواید اقتصادی بسیاری به همراه دارد که از آن جمله می‌توان به درآمدهای کسب شده از گردشگران، درآمدهای صادراتی، افزایش تولید ناخالص ملی، اشتغال‌زایی اشاره کرد (Sharpley and Tefler, 2008: 180).

در سال‌های اخیر، اقتصاد مقاومتی، به مفهوم رویکردی کارا در برون‌رفت از مشکلات اقتصادی پیش‌رو، ارائه شده است. همان‌طور که بیان شد، اقتصاد مقاومتی یک نظام اقتصادی مجزا نیست؛ یک مدل اقتصادی کلاسیک نیست؛ بلکه جریانی مهندسی شده از تولید و درآمد و مصرف ملی است که باعث تعادل در بازارهای اقتصاد کلان می‌شود (خلیلی، ۱۳۹۱). از این رو دولت‌ها باید در کنار وظایف خطیر نظارت، راهبری، حمایت از بخش خصوصی و کسب‌وکارهای نوپایی که در آن پدید آمده‌اند، بسترهای مناسبی برای رشد واحدهای فعال اقتصادی خصوصی، به ویژه در بخش صنایع کوچک و متوسط، فراهم آورند. در ایران، به علت سهم حدود ۸۵ درصدی دولت در عرصه فعالیت‌های اقتصادی، مطمئناً باید نفوذ فوق‌العاده دولت را در عرصه تمامی کارکردهای اصلی سیستم نوآوری انتظار داشت (اکبرزاده و شفیعی‌زاده، ۱۳۹۱).

اجرای صحیح اصل ۴۴ قانون اساسی و مردمی کردن اقتصاد و توانمندسازی بخش خصوصی می‌تواند نقش بسزایی در افزایش مشارکت مردمی و تحقق اقتصاد مقاومتی و نیز، تقویت ظرفیت و توان تولید داخلی داشته باشد. نیروی کار، منابع سرمایه‌ای، ابتکارات و خلاقیت‌ها، نگاه‌ها و نگرش‌ها و نظایر آن می‌باید با الزامات اقتصاد مقاومتی هماهنگ شوند. نگاه مولد به درون، خوداتکایی و خودکفایی، از ویژگی‌های اقتصاد مقاومتی است و عامل تبدیل کشور به صادرکننده محصولات غیرنفتی و غیروابسته و غیرمتمکی به نفت است. در اقتصاد مقاومتی، رویکرد کشور و جامعه، در وهله نخست، بهره‌وری و به‌کارگیری ظرفیت‌های درونی است (فشاری و پورغفار، ۱۳۹۳).

از آنجاکه صنعت گردشگری در مقایسه با سایر صنایع، که اکثراً سرمایه‌برند، کاربرتر است، لذا نقش مؤثرتری در اشتغال‌زایی دارد و دولت‌ها عموماً از گردشگری برای رفع مشکلات اقتصادی ناشی از بیکاری در جوامع بهره می‌برند. گردشگری این قابلیت را دارد که، درنقش فعالیت اقتصادی جایگزین، با تنوع بخشی به اقتصاد ملی، روند توسعه را تسریع کرده و اقتصاد را از وابستگی به یک صنعت و تک‌محصول بودن برهاند (ضیایی و تراب احمدی، ۱۳۹۲: ۲۳۰). آمار توسعه گردشگری ایران، در طول چهار برنامه چشم‌انداز، با پایه حدود ۷۰۰ هزار نفر در سال گردشگر ورودی به ایران، در سال ۱۳۸۳، مطابق جدول زیر است:

جدول ۵: آمار توسعه گردشگری ایران

سال‌های برنامه	نرخ رشد	تعداد گردشگران در سال‌های پایانی	درآمد ارزی در سال‌های پایانی برنامه به میلیارد دلار
برنامه چهارم توسعه ۱۳۸۴-۱۳۸۸	٪۳۰	۲/۶	۱/۵
برنامه پنجم توسعه ۱۳۸۹-۱۳۹۳	٪۲۰	۶/۵	۴/۵
برنامه ششم توسعه ۱۳۹۴-۱۳۹۸	٪۱۵	۱۳	۱۰
برنامه هفتم توسعه ۱۳۹۹-۱۴۰۳	٪۱۰	۲۰	۲۵

منبع: سال‌نامه آماری معاونت برنامه‌ریزی و نظارت ریاست جمهوری ۱۳۹۵

نتایج تحلیل و بررسی نقاط قوت و ضعف گردشگری ایران، در مواجهه با فرصت‌ها و تهدیدهای پیش‌رو، به‌صورت خلاصه در جدول زیر آمده است:

جدول ۶: نقاط ضعف و قدرت، فرصت‌ها و تهدیدهای گردشگری ایران

نقاط قوت	<p>- جغرافیای سیاسی و موقعیت ایران در منطقه استراتژیک خاورمیانه و آسیا، موقعیت تاریخی ایران در حکم یکی از مراکز تمدن‌های بزرگ باستانی، امنیت و پایداری سیاسی کشور در مقایسه با کشورهای منطقه، قرارگیری در حدفاصل دو قاره آسیا و اروپا</p> <p>- برخورداری کشور از انواع مختلف جاذبه‌ها و قابلیت‌های گردشگری به‌ویژه گردشگری مذهبی، گردشگری فرهنگی، گردشگری سلامت، گردشگری دریایی، گردشگری جنگ، گردشگری روستایی و طبیعت‌گردی</p> <p>- تنوع اقلیم و موقعیت منحصربه‌فرد جغرافیایی</p> <p>- تنوع فرهنگی و قومی کم‌نظیر</p> <p>- برخورداری از میراث فرهنگی و تاریخی بی‌بدیل (۱۳ اثر ملموس ثبت جهانی)</p> <p>- قرار گرفتن در کنار جاده باستانی ابریشم</p> <p>- خدمات زیربنایی و شبکه حمل‌ونقل نسبتاً توسعه‌یافته که، به‌جز ترکیه، در میان کشورهای همسایه یکی از بهترین‌ها را در اختیار دارد.</p> <p>- شرایط و موقعیت مناسب برای تشکیل تورهای تلفیقی شامل مناطق ساحلی، جنگل، کوه، نواحی بیابانی و کویری، روستاهای سنتی، جاذبه‌های تاریخی</p> <p>- جایگاه و ساختار مناسب دستگاه متولی گردشگری در نظام تشکیلاتی دولت</p> <p>- تنوع زیستی، ایلات و اقوام با آداب و سنن متفاوت و جاذبه‌های متنوع فرهنگی، گستردگی و تنوع صنایع دستی، خوراکی‌های سنتی، پوشش‌های گوناگون</p> <p>- برخورداری از نیروی انسانی تحصیل‌کرده و دانشگاهی در حوزه گردشگری</p>
نقاط ضعف	<p>- نداشتن نظام جامع حساب‌های اقماری گردشگری کشور (TSA) و به‌تبع آن فقدان آمار و ارقام لازم برای برنامه‌ریزی و بررسی اثرات درآمد کم حاصل از گردشگری بر متغیرهای کلان اقتصادی، نظیر اشتغال‌زایی و تولید ناخالص ملی، قابل احصاء نیست.</p> <p>- ناهماهنگی بین دستگاه‌های دخیل در صنعت گردشگری</p> <p>- ناهماهنگی و فقدان همکاری لازم بین دستگاه‌های ذیربط در زمینه معرفی چهره واقعی جمهوری اسلامی ایران در سطح بین‌المللی و مقابله با تبلیغات مغرضانه و مسموم رسانه‌های معاند</p> <p>- اختصاص نیافتن اعتبارات و بودجه ملی ویژه، برای فعالیت‌های تبلیغاتی گسترده و فراگیر، در راستای معرفی قابلیت‌ها و توانمندی‌های گردشگری جمهوری اسلامی ایران در سراسر جهان</p> <p>- نبودن سامانه بانکی لازم در کشور، به‌منظور پذیرش کارت‌های اعتباری بین‌المللی</p> <p>- مراحل متعدد و دست‌وپاگیر صدور روادید ورود به کشور برای اغلب بازارهای هدف گردشگری</p> <p>- ضعف ساختار سیستم حمل‌ونقل هوایی در حوزه پروازهای بین‌المللی و بالاصح پروازهای داخلی</p> <p>- نداشتن توجه کافی به ناوگان حمل‌ونقل دریایی، شامل کشتی‌های کروز و کشتی‌های تفریحی</p> <p>- نبود فرهنگ‌سازی و نهادینه‌سازی مبحث گردشگری در کتب درسی، رسانه ملی و دستگاه‌های اجرایی کشور</p> <p>- تغییر ندادن نوع دیدگاه به گردشگری، از پدیده‌ای صرفاً فرهنگی به پدیده‌ای ممزوج از مقوله فرهنگ و اقتصاد، در دستگاه‌های کلان سیاست‌گذار و دستگاه‌های اجرایی کشور</p>

<p>- تأکید بر ضرورت توسعه صنعت گردشگری در اسناد بالادستی کشور</p> <p>- بی‌ثباتی سیاسی در برخی از کشورهای حوزه خاورمیانه و در نتیجه امکان سرازیر شدن گردشگران این کشورها به سمت جمهوری اسلامی ایران</p> <p>- گرایش جدید کشورهای منطقه به گردشگری حلال و گردشگری درمانی که جمهوری اسلامی ایران از پتانسیل بالایی در این خصوص برخوردار است.</p> <p>- لغو روایت با برخی از کشورهای بازار هدف</p> <p>- قرار گرفتن نام جمهوری اسلامی ایران در فهرست مقاصد مجاز گردشگری کشور چین به‌عنوان بزرگترین بازار مولد گردشگر در جهان</p> <p>- عضویت جمهوری اسلامی ایران در سازمان‌های منطقه‌ای و بین‌المللی نظیر ECO ، D8 ، OIC ، UNWTO</p> <p>- تحولات نرخ ارز و افزایش قیمت تورهای خروجی و به تبع آن ارزان شدن تورهای ورودی</p>	<p>فرصت‌ها</p>
<p>- تبلیغات مغرضانه و مسموم رسانه‌های خارجی از طریق ماهواره، اینترنت، نشریات، فیلم‌های مستند و سینمایی</p> <p>- اعمال تحریم‌های اقتصادی علیه جمهوری اسلامی ایران</p> <p>- اختصاص نیافتن بسته‌های حمایتی مرتبط با طرح هدفمندسازی پارانه‌ها، در خصوص حامل‌های انرژی</p> <p>- تأسیسات گردشگری</p> <p>- بی‌ثباتی سیاسی و وجود ناآرامی در کشورهای همسایه</p>	<p>تهدیدات</p>

در مجموع می‌توان بیان کرد اجرای سیاست‌های اقتصاد مقاومتی و دستیابی به نتایج آن مستلزم برنامه‌ریزی در یک مسیر بلندمدت و هماهنگی تمام دستگاه‌ها و نهادهاست؛ و همانطور که بیان شد، در تجلی اقتصاد مقاومتی باید نهادها و منابع و عوامل اثربخش در جامعه را مورد توجه قرار داد (اخباری و قلی زاده، ۱۳۹۴).

بحث و نتیجه‌گیری

از آنجا که صنعت گردشگری، به یکی از پردرآمدترین صنایع خدماتی در جهان تبدیل شده است و بسیاری از کشورهای توسعه‌یافته رشد اقتصادی خود را مدیون این صنعت‌اند، و از سوی دیگر، با توجه به قابلیت‌ها و پتانسیل بالای ایران در داشتن جاذبه‌های گردشگری متنوع، تمرکز و توجه به این صنعت در حکم شاهراه اقتصادی، برای برون‌رفت از مشکلات اقتصادی، ضروری است. این مفاهیم به منظور توجه صرف اقتصادی به گردشگری نیست، زیرا نگاه صرفاً منفعت‌طلبانه به گردشگری، آن را ضایع و تباه خواهد ساخت؛ اما در حال حاضر، با توجه به شکاف‌های موجود در اقتصاد ایران، می‌توان به گردشگری به‌منزله منبع و راهکاری اساسی نگریست.

در سال‌های اخیر، موضوع اقتصاد مقاومتی به‌عنوان رویکرد کلی اقتصادی مطرح شده و با نام‌گذاری سال ۱۳۹۵، به سال اقتصاد مقاومتی، از سوی مقام معظم رهبری، اهمیت این موضوع

بیش از پیش معلوم می‌شود. به همین سبب، ضروری است تمامی ارگان‌ها و صنایع این رویکرد را مورد توجه قرار دهند.

در صنعت گردشگری ایران، دولت متولی امر گردشگری است و به عبارتی صنعت گردشگری ایران تحت نظارت و مدیریت دولتی است؛ ازین رو دولت، در مقام مهم‌ترین ارگان قانون‌گذار، در صنعت گردشگری اثر می‌گذارد. مفاهیم گوناگونی در اقتصاد مقاومتی ارائه شده و به‌ویژه به بهره‌برداری از منابع داخلی اشاره شده است؛ منابع تاریخی، طبیعی، فرهنگی از مهم‌ترین جاذبه‌های کشور محسوب می‌شوند که بهره‌برداری از آن‌ها از طریق گردشگری تحقق می‌یابد. همچنین، بهره‌برداری از ظرفیت‌های داخلی تجلی‌بخش اقتصاد بدون نفت خواهد بود و تکیه بر صنعت گردشگری خود یکی از اقداماتی است که وابستگی ایران را به نفت کاهش خواهد داد. تأکید بر برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری دولت، خود یکی از مهم‌ترین نکات قابل توجه در ارتقای صنعت گردشگری است. برنامه‌ریزی در راستای ارتقای گردشگری ایران، با تأکید بر ظرفیت‌های داخلی و به‌کارگیری واحدهای خصوصی، منجر به اشتغال‌زایی و کاهش بیکاری در این صنعت می‌شود و خصوصی‌سازی را نیز محقق می‌کند.

همان‌طور که بیان شد، اقتصاد مقاومتی به معنی اقتصاد محدودکننده و انقباضی نیست. اقتصاد مقاومتی به عبارتی تأکید و تمرکز بر منابع داخلی و بهترین شیوه بهره‌برداری از آن است. با توجه به ویژگی‌های بالقوه صنعت گردشگری، می‌توان انتظار داشت دولت در مقام مرجع اصلی و برنامه‌ریز، با رویکردی تعادل‌نگر و نظارتی، مسیر اقدامات لازم در توسعه گردشگری را هموار نماید.

بر اساس سند چشم‌انداز افق ۱۴۰۴، رسیدن به عدد ۲۰ میلیون نفر در نظر گرفته شده، دور از دسترس نیست و می‌توان با برنامه‌ریزی و محور قراردادن هر سه ضلع دولت و بخش خصوصی و جوامع میزبان به این رقم دست یافت؛ که قطعاً نقش مؤثری در ایجاد اشتغال و درآمد ارزی و رشد تولید ناخالص داخلی خواهد داشت. در آن صورت می‌توانیم به رتبه پانزدهم در رنکینگ سازمان جهانی جهانگردی دست یابیم؛ که درآمد ارزی بیش از ۳۰ میلیارد دلار خواهد داشت. آن زمان می‌توان، به جای نفت، بر توسعه گردشگری برنامه‌ریزی کرد، که این مهم مستلزم داشتن برنامه استراتژیک و توجه جدی به مؤلفه‌های زیر است:

- شناسایی مزیت‌های گردشگری کشور
- حضور فعال و جدی در بازارهای هدف گردشگری و بازشناسایی و بازبینی این بازارها
- نقش جدی بخش‌های غیردولتی و NGOها و سازمان‌های مردم‌نهاد
- جوامع میزبان و محلی
- توسعه همکاری‌های منطقه‌ای و بین‌المللی
- به‌کارگیری تجربه‌های موفق کشورهای پیش‌رو و توسعه یافته در این حوزه
- لزوم توجه جدی و عزم ملی در خصوص توسعه گردشگری در کشور

- همکاری سایر دستگاه‌ها و وزارت‌خانه‌ها و نهادهای مرتبط با مقوله گردشگری با دستگاه متولی برای توسعه
- توسعه و تکمیل زیرساخت‌های موردنیاز در بخش‌های گوناگون حمل‌ونقل، مراکز اقامتی و پذیرایی، راهنمایان و...
- نگاه علمی و تخصصی به مقوله گردشگری، به‌کارگیری نیروهای آموزش‌دیده و دانشگاهی، تعامل و همکاری با مراکز علمی و دانشگاهی برای سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی و حتی اجرا در حوزه‌های گوناگون

منابع

- اخباری، محمدقلی‌زاده (۱۳۹۴)، ثبات اقتصاد کلان در رویکرد اقتصاد مقاومتی، *فصلنامه روند*، سال بیست‌ودوم، شماره ۷۱.
- استیگلیتز، جوزف (۱۳۸۲). *نقش دولت در جهان معاصر، در دولت، فساد و فرصت‌های اجتماعی*. ترجمه حسین راغفر، انتشارات نقش و نگار.
- اکبرزاده، نجمه، شفیعی‌زاده، احسان (۱۳۹۱)، بررسی نقش دولت در بهبود روند ایجاد و توسعه کسب‌وکارهای دانش‌بنیان، *فصلنامه تخصصی پارک‌ها و مراکز رشد*، سال نهم، شماره ۳۳.
- اینسگیپ، ادوارد (۱۳۹۲)، *برنامه‌ریزی گردشگری*، ترجمه محمود حسن‌پور و سعید داغستانی، تهران: مهکامه.
- بو، سودرستن، (۱۳۸۴)، *جهانی‌شدن و دولت رفاه*، ترجمه هرمز همایون‌پور، تهران، مؤسسه عالی پژوهش تأمین اجتماعی.
- پتفت، آرین؛ مؤمنی‌راد، احمد (۱۳۹۴)، سیر تحول نحوه مداخله دولت در اقتصاد از منظر حقوق عمومی، از دولت رفاه تا دولت فراتنظیمی، *فصلنامه پژوهش حقوق عمومی*، سال هفدهم، شماره ۴۷.
- تراب‌زاده جهرمی، محمدصادق و دیگران (۱۳۹۲)، بررسی ابعاد و مؤلفه‌های اقتصاد مقاومتی جمهوری اسلامی ایران در اندیشه حضرت آیت‌الله خامنه‌ای، *مطالعات انقلاب اسلامی*، شماره ۳۲، صص ۳۱-۴۶.
- داس ویل، راجر (۱۳۷۹)، *مدیریت جهانگردی، مبانی، راهبردها و آثار*، ترجمه سیدمحمد اعرابی و داود ایزدی، تهران، دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- حسن‌پور، محمود (۱۳۹۲)، نگاهی به جایگاه صنعت گردشگری در ساختار نظام اداری ایران و مقایسه آن با برخی از کشورهای پیشرو، *مجله نامه اتاق بازرگانی*، سال هشتادوپنجم، شماره ۸۰، صص ۵۳-۵۷.
- حسینی، سیدشمس‌الدین و شفیعی، افسانه (۱۳۸۶). نقش دولت در اقتصاد و توسعه؛ مطالعه تجربه ایران، *اقتصاد و جامعه*، سال سوم، شماره یازدهم، صص ۱۳۱-۱۷۴.
- حسینی، سیدشمس‌الدین؛ شفیعی افسانه، داودخانی (۱۳۹۲)، نقش و جایگاه دولت در اقتصاد از نظریه تا عمل، تهران: پیک نور.

- خلیلی، حسام الدین (۱۳۹۱)، مقاومت اقتصادی در پرتو اقتصاد مقاومتی، کارگاه، دوره دوم، سال پنجم.
- سیفولو، سجاد (۱۳۹۳)، مفهوم‌شناسی اقتصاد مقاومتی، مجله معرفت/اقتصاد اسلامی، سال پنجم، شماره دوم.
- شاپیرو، جان (۱۳۹۱)، لیبرالیسم، معنا و تاریخ آن، ترجمه محمد کاشانی، تهران، نشر مرکز.
- شجاعی، منوچهر و نوری، نورالدین (۱۳۸۶)، بررسی سیاست‌های دولت در صنعت گردشگری و ارائه الگوی توسعه پایدار صنعت گردشگری کشور، دانش مدیریت، سال بیستم، شماره ۷۸.
- ضرغام بروجنی، حمید؛ شالبافیان، علی اصغر (۱۳۹۳)، سیاست‌های گردشگری کشورها (مطالعه تطبیقی)، تهران: مهکامه.
- ضیایی، محمود؛ تراب احمدی، مژگان (۱۳۹۲)، شناخت صنعت گردشگری با رویکرد سیستمی، تهران: نشر علوم اجتماعی.
- فشاری، مجید؛ پورغفار، جواد (۱۳۹۳)، بررسی و تبیین الگوی اقتصاد مقاومتی در اقتصاد ایران، مجله اقتصادی، سال چهاردهم، شماره ۵ و ۶، صص ۲۹-۴۰.
- کامفیروزی، محمدحسن؛ بنیادی نائینی، علی؛ موسوی لقمان، سیده اشرف (۱۳۹۲)، بررسی نقش عوامل در اقتصاد بدون نفت در الگوی اقتصاد مقاومتی، فصلنامه علمی پژوهشی اقتصاد اسلامی، سال سیزدهم، شماره ۵۲.
- کرمی پور، عارفه (۱۳۹۱)، نقش صنعت گردشگری در توسعه اقتصاد منطقه‌ای؛ شناخت امکانات و محدودیت‌ها در ایران و جهان، دومین همایش ملی راهکارهای توسعه اقتصادی با محوریت برنامه‌ریزی منطقه‌ای، دانشکده علوم انسانی دانشگاه آزاد اسلامی سنندج.
- گی، چاک وای (۱۳۸۲)، گردشگری در چشم‌انداز جامع، ترجمه علی پارسائیان و سیدمحمد اعرابی، تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- محلانی، صلاح‌الدین (۱۳۸۰)، درآمدی بر جهانگردی، تهران، دانشگاه شهید بهشتی.
- مصلی‌نژاد، عباس؛ اکبری، سمانه (۱۳۹۱)، نقش دولت در توسعه اقتصادی ترکیه در سه دهه اخیر، مجله مطالعات توسعه اجتماعی/ایران، سال چهارم، شماره دوم.
- نوربخش، سیدمرتضی؛ اکبریپور سراسکانرود، محمد (۱۳۸۹)، نقش گردشگری شهری در توسعه اقتصادی کلان‌شهرها، ویژه‌نامه اقتصاد گردشگری شهری.
- نیلی، مسعود؛ ملایی، ناصر (۱۳۹۳)، رهیافت راهبرد توسعه اقتصادی کشور بر مبنای رویکرد اقتصاد مقاومتی، مؤسسه عالی آموزش و پرورش مدیریت و برنامه‌ریزی نهاد ریاست جمهوری.
- هداوند، مهدی؛ سرزعی، علی (۱۳۸۷)، تحول نقش دولت در اقتصاد، فصلنامه اطلاع‌رسانی حقوقی، شماره چهاردهم.

Ashley, Caroline et al.,(2007), The Role of the Tourism Sector in Expanding Economic Opportunity, The Fellows of Harvard College.

Cloverdon , R.c.2002 ,Tourism development in the SADC regional : The Opportunities and challenges ,Development southern Africa ,Vol 19 ,1,pp:7-28

Colin H. (2004), "Re-Stating Politics Re-Politicizing the State: Neoliberalism Economic Imperatives and the Rise of the Competition State", Special Issue of the Political Quarterly, Vol.75.

ESU, Bassey B.(2015), Transforming the Nigeria tourism industry through tourism entrepreneurial development, African Journal of Business Management, Vol. 9 (15), pp. 569 – 580.

Gutmann A. 1988, Democracy and the Welfare State, Princeton University Press.

Hollander J.H. (2012), Economic Liberalism, Literary Licensing.

Javier, Aser B and Elazigue, Dulce B. (2011), Opportunities and Challenges in Tourism Development Roles of Local Government Units in the Philippines, Paper presented to the 3rd Annual Conference of the Academic Network of Development Studies in Asia (ANDA). Skills Development for New Dynamism in Asian Developing Countries under Globalization. March 5-7, 2011 Symposium Hall, Nagoya University Japan. Japan Society for the Promotion of Science.

(JSPS) and Nagoya University.

Johnston, D. C. (2005), "Richest Are Leaving Even the Rich Behind", New York times, PP. 1,17, June, 5.

Ontario(2009), Role of Government in Tourism Research Study, Queen's Printer for Ontario, ISBN 978-1-4249-8940-9

Simpson, Murray C.(۲۰۰۸), Community Benefit Tourism Initiatives-A conceptual oxymoron?.Tourism Management, vol. 29 ,pp. 1–18.

VisitScotland(2010), Sustainable Tourism Strategy.

WEF(2015), The Travel & Tourism Competitiveness Report 2015, ISBN-13: 978-92-95044-48-7.

World Tourism Organization (UNWTO), 2015, www.unwto.org.

Yasin, Mahmoud, Alavi, Jafar, Koubida, Sallem, Small, Michael H (2011) An assessment of the competitiveness of the Moroccan tourism industry, Benchmarking: An International Journal, vol.18 No. 1 pp. 6-22.