

اقتصاد صنعت گردشگری؛ نگاهی مقایسه‌ای به ایران و جهان

صنعت گردشگری به‌عنوان یکی از صنایع حیاتی و پویا در سطح جهان، تأثیرات گسترده‌ای بر رشد اقتصادی، اشتغالزایی و تبادل فرهنگی دارد. این صنعت با جذابیت‌های متنوع و قابلیت‌های چشمگیر خود، نقش برجسته‌ای در تقویت اقتصاد جهانی ایفا می‌کند. با این حال ایران علی‌رغم برخورداری از منابع غنی فرهنگی، تاریخی و طبیعی، همچنان نتوانسته است جایگاه شایسته و درخوری در بازار جهانی گردشگری به دست آورد.



پدرام باقرنژاد- روزنامه نگار و فعال رسانه‌ای

گروه گردشگری - مشکلاتی
نظیر ضعف زیرساخت‌ها، محدودیت‌های بین‌المللی، سیاست‌گذاری‌های نامهارنگ و نداشتن تبلیغات هدفمند، باعث شده‌اند تا این ظرفیت عظیم اقتصادی به‌طور کامل شکوفا نشود. براساس آمارهای سازمان جهانی گردشگری (UNWTO)، صنعت گردشگری به‌عنوان یکی از بزرگ‌ترین صنایع جهان در سال ۲۰۱۹، بیش از ۱.۵ میلیارد مسافر بین‌المللی را جذب کرده است. این صنعت به‌طور مستقیم و غیرمستقیم به میلیون‌ها شغل وابسته است و سهم قابل توجهی از تولید ناخالص داخلی (GDP) کشورهای مختلف را تشکیل می‌دهد. اما در مقایسه، ایران که از موقعیت جغرافیایی استراتژیک، میراث فرهنگی غنی و طبیعت بکر و متنوع بهره‌مند است، سهم بسیار ناچیزی از این بازار را به خود اختصاص داده است. علاوه بر موانع داخلی نظیر کمبود امکانات اقامتی مدرن و حمل‌ونقل کارآمد، تصورات منفی جهانی و تجربه‌های اقتصادی نیز مانعی جدی در جذب گردشگران خارجی بوده است. در حالی که کشورهای همسایه ایران با بهره‌گیری از استراتژی‌های مدرن بازاریابی، توسعه زیرساخت‌های گردشگری و تسهیل قوانین ویزا توانسته‌اند درآمدهای قابل توجهی از این صنعت کسب کنند، ایران همچنان با مشکلات متعددی همچون پیچیدگی در صدور ویزا، عدم توجه کافی به بازاریابی دیجیتال و ضعف در معرفی جذابیت‌های گردشگری در سطح بین‌المللی دست‌وپنجه نرم می‌کند.

پیشرفت فناوری: توسعه فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی، از جمله اینترنت و موبایل، دسترسی به مقاصد گردشگری را آسان‌تر و به تبلیغات و بازاریابی موثرتر کمک کرده است.
جهانی‌شدن: جهانی‌شدن موجب افزایش تعاملات فرهنگی و اقتصادی میان کشورهای مختلف شده است. **افزایش درآمد طبقات متوسط:** افزایش درآمد طبقات متوسط در کشورهای در حال توسعه به افزایش سفرهای بین‌المللی و تقاضا برای تجربیات گردشگری منجر شده است. با این حال، شیوع ویروس کرونا در سال ۲۰۲۰ تأثیرات منفی عمیقی بر این صنعت گذاشت که منجر به کاهش قابل توجه تعداد مسافران بین‌المللی و بحران‌های اقتصادی گسترده شد. طبق گزارش‌ها UNWTO، تعداد گردشگران بین‌المللی در سال ۲۰۲۰ نسبت به سال ۲۰۱۹ حدود ۷۴ درصد کاهش یافت. با این حال، روند بهبود و بازسازی این صنعت در حال انجام است و انتظار می‌رود گردشگری جهانی به‌تدریج به سطح پیش از بحران برگردد.

تأثیرات اقتصادی: گردشگری به‌عنوان موتور محرکه اقتصاد با تأثیرات مثبت فراوانی همراه است: **اشتغال‌زایی:** گردشگری به ایجاد شغل‌های مستقیم و غیرمستقیم کمک می‌کند. طبق گزارش WTTC، در سال ۲۰۱۹، گردشگری و سفر به‌طور مستقیم ۳۱۹ میلیون شغل ایجاد کرده که معادل ۱۰ درصد از کل اشتغال جهانی است. **توسعه زیرساخت‌ها:** درآمد حاصل از گردشگری به توسعه زیرساخت‌های مختلف از جمله هتل‌ها، رستوران‌ها و سیستم‌های حمل‌ونقل کمک می‌کند. **حفظ فرهنگها و میراث‌ها:** گردشگری می‌تواند به حفظ فرهنگها و میراث‌های محلی کمک کند. بسیاری از مقاصد گردشگری براساس تاریخ و فرهنگ محلی خود جذب گردشگر می‌کنند. گردشگری همچنین می‌تواند به کاهش فقر و بهبود کیفیت زندگی مردم محلی کمک کند. به‌عنوان مثال، صنعت گردشگری در کشورهای آفریقایی و آسیایی به‌عنوان یک ابزار مؤثر برای توسعه اقتصادی و کاهش فقر عمل کرده است. گزارش‌های OECD نشان می‌دهد توسعه گردشگری در کشورهای در حال توسعه به بهبود زیرساخت‌های اجتماعی و اقتصادی و افزایش درآمد‌های محلی کمک کرده است. از سوی دیگر، گردشگری می‌تواند به تقویت روابط بین‌المللی و تبادل فرهنگی کمک کند. گردشگران باتجربه فرهنگ‌های گوناگون، تأثیرات مثبت اجتماعی و فرهنگی بر جوامع می‌آیند. این آثار به‌عنوان میراث جهانی یونسکو ثبت شده‌اند و به جذب گردشگران بین‌المللی کمک می‌کنند. **تنوع طبیعی:** تنوع جغرافیایی ایران شامل کوه‌ها، دشت‌ها، بیابان‌ها و مسوالات نیز بر جذابیت این کشور افزوده است. مناطق طبیعی مانند کویر لوت، دشت‌های سرسبز گیلان، و سواحل جنوبی کشور از جاذبه‌های مهم گردشگری هستند.

تغییرات اقلیمی: تغییرات اقلیمی و افزایش شدت بلایای طبیعی می‌تواند به کاهش جذابیت مقاصد گردشگری و آسیب به زیرساخت‌ها منجر شود. گزارش‌های IPCC نشان می‌دهد که تغییرات اقلیمی به افزایش حوادث طبیعی مانند سیل و طوفان‌های شدید منجر شده که بر صنعت گردشگری تأثیر گذاشته است. **بیماری‌های واگیردار:** شیوع بیماری‌های واگیردار مانند کوید-۱۹ می‌تواند به کاهش شدید تعداد مسافران و بحران‌های اقتصادی در صنعت گردشگری منجر شود. **جایگاه ایران در صنعت گردشگری:** ایران با تارخچه‌ای غنی و فرهنگ و جغرافیایی متنوع و منحصر‌فرد یکی از مقاصد گردشگری جذاب در جهان محسوب می‌شود.

آثار باستانی: ایران دارای آثار باستانی بی‌ظنری مانند تخت جمشید، میدان نقش جهان و شهرهای تاریخی مانند یزد و اصفهان است که از جاذبه‌های گردشگری کشور به حساب می‌آیند. این آثار به‌عنوان میراث جهانی یونسکو ثبت شده‌اند و به جذب گردشگران بین‌المللی کمک می‌کنند. **تنوع طبیعی:** تنوع جغرافیایی ایران شامل کوه‌ها، دشت‌ها، بیابان‌ها و مسوالات نیز بر جذابیت این کشور افزوده است. مناطق طبیعی مانند کویر لوت، دشت‌های سرسبز گیلان، و سواحل جنوبی کشور از جاذبه‌های مهم گردشگری هستند.

فرهنگ و مهمان‌نوازی: فرهنگ غنی و مهمان‌نوازی ایرانیان نیز به‌عنوان عاملی جذاب برای گردشگران بین‌المللی مطرح است. جشنواره‌ها، مراسم‌های فرهنگی و هنرهای سنتی مانند قالی‌بافی، مینیاتور و معماری سنتی ایرانی می‌تواند به‌عنوان جذابیت‌های فرهنگی برای گردشگران مورد توجه گردشگری منجر شود.

آمار گردشگری در ایران: براساس آمارهای سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و ایران، تعداد گردشگران خارجی که در سال ۲۰۱۹ وارد کشور شدند، حدود ۷ میلیون نفر بود. با این حال، سهم ایران از بازار جهانی گردشگری هنوز نسبتاً پایین است و نیازمند تلاش‌های بیشتری برای افزایش جذب گردشگران است. به‌عنوان مثال، میزان گردشگران ورودی به ایران نسبت به کشورهای همسایه مانند ترکیه و امارات متحده عربی که هر کدام چندین برابر بیشتر از ایران گردشگر جذب می‌کنند، بسیار کمتر است. برای بهبود این وضعیت، ایران باید روی استراتژی‌های جدیدی برای جذب گردشگران تمرکز کند و روی ارتقاء کیفیت خدمات و زیرساخت‌ها سرمایه‌گذاری در این بخش‌ها احساس می‌شود. بهبود کیفیت خدمات و افزایش تعداد و تنوع اقامتگاه‌های گردشگری، توسعه سیستم حمل‌ونقل عمومی و بهبود شرایط بهداشتی می‌تواند به افزایش رضایت گردشگران و جذب آنها به ایران کمک کند.

تبلیغات ضعیف: کمبود تبلیغات مؤثر در سطح بین‌المللی نیز یکی دیگر از عواملی است که باعث کاهش جذب گردشگران شده است. بسیاری از کشورها با استفاده از کمپین‌های تبلیغاتی قوی توانسته‌اند جاذبه‌های خود را معرفی کنند، اما ایران هنوز نتوانسته به این هدف دست یابد. برای بهبود این وضعیت، ایران باید به توسعه استراتژی‌های تبلیغاتی مؤثر در سطح بین‌المللی بپردازد و بهره‌برداران رسانه‌ای و دیجیتال به‌طور جدی‌تر همکاری کنند. همچنین همکاری با آژانس‌های مسافرتی و سازمان‌های بین‌المللی می‌تواند به تبلیغات مؤثر کمک نماید.

امنیت و ثبات اجتماعی: امنیت و ثبات اجتماعی یکی از عوامل کلیدی در جذب گردشگران است. هرچند ایران به‌عنوان یک کشور امن برای سفر شناخته می‌شود، اما برخی از نگرانی‌ها درباره وضعیت امنیتی ممکن است بر تصمیم‌گیری گردشگران تأثیر بگذارد. برای ارتقاء امنیت و بهبود وضعیت اجتماعی، ایران باید به تقویت زیرساخت‌های امنیتی و ایجاد محیطی

عوامل مؤثر بر گردشگری: **تحریک‌ها و مسائل سیاسی:** یکی از عوامل اصلی که باعث کاهش جذب گردشگران خارجی به ایران

شده، تحریک‌ها و مسائل سیاسی است. این موضوع باعث ایجاد تصویر منفی از ایران در رسانه‌های بین‌المللی شده و بسیاری از گردشگران را از سفر به این کشور منصرف کرده است. برای حل این مشکل، ایران نیازمند بهبود روابط بین‌المللی و تلاش برای تغییر تصویر منفی موجود در رسانه‌هاست. همچنین تقویت دیپلماسی فرهنگی و برقراری ارتباطات مؤثر با سایر کشورها می‌تواند به جذب بیشتر گردشگران کمک کند.

توسعه اکوتوریسم: با توجه به تنوع طبیعی ایران، توسعه اکوتوریسم می‌تواند فرصتی مناسب برای جذب گردشگران باشد. محافظت از منابع طبیعی و ایجاد مسیرهای گردشگری پایدار می‌تواند به حفظ محیط زیست و جذب گردشگران علاقه‌مند به طبیعت کمک کند.

سرمایه‌گذاری خارجی: جذب سرمایه‌گذاری خارجی در بخش گردشگری می‌تواند به توسعه خدمات و تسهیل فرآیندهای سرمایه‌گذاری و تسهیل فرآیندهای سرمایه‌گذاری می‌تواند به جذب گردشگران خارجی کمک کند.

چالش‌ها: با وجود فرصت‌های زیاد، ایران با چالش‌های مختلفی مواجه است: **تداوم تحریم‌ها:** ادامه تحریم‌ها می‌تواند مانع اصلی برای جذب سرمایه‌گذاری و گردشگران باشد. ایران باید تلاش کند از طریق دیپلماسی و مذاکرات بین‌المللی، به کاهش تحریم‌ها و بهبود روابط با سایر کشورها بپردازد.

رقابت با دیگر مقاصد: رقابت با مقاصد گردشگری در سطح بین‌المللی، برای ایران باید به‌عنوان یک چالش جدی در نظر گرفته شود. کشورهای همسایه مانند ترکیه و امارات متحده عربی با سرمایه‌گذاری کلان در صنعت گردشگری، رقابت سنگینی را برای ایران ایجاد کرده‌اند. برای مقابله با این رقابت، ایران باید به ارتقاء کیفیت خدمات و بهبود استراتژی‌های بازاریابی خود توجه ویژه‌ای داشته باشد. **مدیریت منابع:** نیاز به مدیریت

آگهی شماره (۱۳۵-۱۴۰۳) دبیرخانه کمیسیون ماده ۱۲ قانون زمین شهری اداره کل راه و شهرسازی استان هرمزگان

نظر به اینکه اراضی واقع در شهر هنگویبه بمساحت ۱۷۰۴۵۹ مترمربع مورد درخواست معاونت املاک و حقوقی که در تاریخ ۱۴۰۳/۰۸/۱۹ در کمیسیون ماده ۱۲ مطرح و برای قسمتی از محدوده مورد نظر به مساحت ۱۰۶۰۸۹/۴۶ متر مربع که فاقد آثار بوده رای موات و برای باقیمانده بمساحت کل ۶۴۳۶۹/۵۴ متر مربع که دارای آثار بوده رای بایر صادر گردیده است با توجه به مصوبه مورخ ۱۳۷۰/۱۱/۲۰ مجمع تشخیص مصلحت نظام موضوع طی دو نوبت و به فاصله ۱۰ روز در روزنامه کثیرالانتشار آگهی می‌شود. چنانچه مالک یا مالکین در صورت اعتراض ظرف مدت سه ماه از تاریخ انتشار آگهی به دادگاه محل مراجعه و اعتراضیه خود را کتبا تسلیم ننمایند در غیر اینصورت پس از پایان مهلت مقرر هیچ گونه اعتراضی مسموع نمی‌باشد.

محدوده دارای اثر

شماره پلاک: ۱۵۹۷/۱۸

شماره پلاک: ۱۵۹۷/۱۹

شماره پلاک: ۱۵۹۷/۲۰

شماره پلاک: ۱۵۹۷/۲۱

شماره پلاک: ۱۵۹۷/۲۲

شماره پلاک: ۱۵۹۷/۲۳

شماره پلاک: ۱۵۹۷/۲۴

شماره پلاک: ۱۵۹۷/۲۵

شماره پلاک: ۱۵۹۷/۲۶

شماره پلاک: ۱۵۹۷/۲۷

شماره پلاک: ۱۵۹۷/۲۸

شماره پلاک: ۱۵۹۷/۲۹

شماره پلاک: ۱۵۹۷/۳۰

شماره پلاک: ۱۵۹۷/۳۱

شماره پلاک: ۱۵۹۷/۳۲

شماره پلاک: ۱۵۹۷/۳۳

شماره پلاک: ۱۵۹۷/۳۴

شماره پلاک: ۱۵۹۷/۳۵

شماره پلاک: ۱۵۹۷/۳۶

شماره پلاک: ۱۵۹۷/۳۷

شماره پلاک: ۱۵۹۷/۳۸

شماره پلاک: ۱۵۹۷/۳۹

شماره پلاک: ۱۵۹۷/۴۰

شماره پلاک: ۱۵۹۷/۴۱

شماره پلاک: ۱۵۹۷/۴۲

شماره پلاک: ۱۵۹۷/۴۳

شماره پلاک: ۱۵۹۷/۴۴

شماره پلاک: ۱۵۹۷/۴۵

شماره پلاک: ۱۵۹۷/۴۶

شماره پلاک: ۱۵۹۷/۴۷

شماره پلاک: ۱۵۹۷/۴۸

شماره پلاک: ۱۵۹۷/۴۹

شماره پلاک: ۱۵۹۷/۵۰

محدوده موات

شماره پلاک: ۱۵۹۷/۵۱

شماره پلاک: ۱۵۹۷/۵۲

شماره پلاک: ۱۵۹۷/۵۳

شماره پلاک: ۱۵۹۷/۵۴

شماره پلاک: ۱۵۹۷/۵۵

شماره پلاک: ۱۵۹۷/۵۶

شماره پلاک: ۱۵۹۷/۵۷

شماره پلاک: ۱۵۹۷/۵۸

شماره پلاک: ۱۵۹۷/۵۹

شماره پلاک: ۱۵۹۷/۶۰

شماره پلاک: ۱۵۹۷/۶۱

شماره پلاک: ۱۵۹۷/۶۲

شماره پلاک: ۱۵۹۷/۶۳

شماره پلاک: ۱۵۹۷/۶۴

شماره پلاک: ۱۵۹۷/۶۵

شماره پلاک: ۱۵۹۷/۶۶

شماره پلاک: ۱۵۹۷/۶۷

شماره پلاک: ۱۵۹۷/۶۸

شماره پلاک: ۱۵۹۷/۶۹

شماره پلاک: ۱۵۹۷/۷۰

شماره پلاک: ۱۵۹۷/۷۱

شماره پلاک: ۱۵۹۷/۷۲

شماره پلاک: ۱۵۹۷/۷۳

شماره پلاک: ۱۵۹۷/۷۴

شماره پلاک: ۱۵۹۷/۷۵

شماره پلاک: ۱۵۹۷/۷۶

شماره پلاک: ۱۵۹۷/۷۷

شماره پلاک: ۱۵۹۷/۷۸

شماره پلاک: ۱۵۹۷/۷۹

شماره پلاک: ۱۵۹۷/۸۰

مساحت کل: S=170459

مساحت موات: S=106089

مساحت دارای اثر: S=11597.36

مساحت موات: S=24272.18

شناسه: ۱۸۲۹۴۵۵ | اداره ارتباطات و اطلاع رسانی راه و شهرسازی استان هرمزگان

آنها که در اقتصاد کیش حضور دارند موفق ترند!

روزنامه

۴۴۴۲۴۹۶۹

۴۴۴۲۴۹۹۹

پرتیراژترین و با سابقه ترین نشریه جزیره کیش

گسترده ترین شبکه اطلاع رسانی داخلی منطقه آزاد کیش

روزنامه

تاپ تورز

گروه هتل های تاپ تورز

هتل ویدا

هتل بزرگ کوروش

021-8586

www.ttgroup.ir

@Toptours_Group

ttgroup.ir