

تحلیل اثر صنعت گردشگری به عنوان یک عامل کشنده در توسعه

اقتصادی و اشتغال با استفاده از رویکرد سیستم داینامیک

علی حاجی غلام سریزدی^۱، علی حسنی^۲

چکیده

در اقتصاد عواملی وجود دارند که به عنوان عوامل کشنده شناخته می شوند. این عوامل با توسعه و پیشرفت خود دیگر حوزه ها را نیز تحت تاثیر قرار داده و به دنبال خود می کشند. صنعت گردشگری نیز به عنوان یک عامل کشنده بیش از هر فعالیت اقتصادی و صنعتی دیگر در جهان موجب حرکت سرمایه ها شده است، مصارف و درآمدهای حاصل از جهانگردی به مراتب بیش تر و سریع تر از تولیدات ناخالص ملی و صادرات جهانی کالا و خدمات رشد می یابد. مطالعات سازمان جهانی گردشگری^۳ نشان می دهد که صنعت گردشگری فرامرزی در پنج دهه اخیر از نرخ رشد بالاتری نسبت به نرخ رشد صنایع تولیدی و تجارت برخوردار بوده است. گردشگری به عنوان یک منبع درآمد و ایجاد اشتغال در سطح ملی، می تواند راهی برای توسعه اقتصادی در قلمرو ملی باشد. برآوردهای موجود نشان می دهد که در برخی کشورها، صنعت گردشگری سهم قابل ملاحظه ای از تولید ناخالص داخلی را به خود اختصاص می دهد. برای نمونه در کشور مکزیک سهم درآمد ناشی از گردشگران بین المللی حدود ۸/۲ درصد و در کشور مالدیو این سهم برابر ۸۷/۷ درصد از تولید ناخالص داخلی است. وجه دیگری از اثرات مثبت گردشگری در حوزه اقتصادی ایجاد اشتغال است. بر اساس تخمین های شورای جهانی سفر و گردشگری^۴، سهم صنعت گردشگری از کل اشتغال در دنیا در سال ۲۰۰۲ میلادی برابر ۱۰/۷ درصد یا ۲۵۵ میلیون نفر بوده است. این سهم بالای صنعت گردشگری از کل اشتغال بدان سبب است که این صنعت در مقایسه با تولید صنعتی و تجارت نسبتاً کاربر^۵ است. موارد مذکور معطوف به تاثیرات مستقیم صنعت گردشگری است. اما این صنعت می تواند به عنوان یک عامل کشنده نقش ارزنده ای در رشد ملی کشورها داشته باشد زیرا این صنعت با ایجاد یک سلسله فعالیت های جدید در جامعه، موجب فعال شدن سایر بخش های اقتصادی خواهد شد. به عبارت دیگر این صنعت آثار غیرمستقیم و القائی^۶ نیز در اقتصاد های ملی دارد. با توسعه صنعت توریسم، تقاضا برای سایر تولیدات و خدمات بخش های دیگر اقتصادی مانند بخش های حمل و نقل، مواد غذایی، سوخت و انرژی، صنایع دستی و بخش های ساختمانی نیز افزایش پیدا می کند که به اثرات غیرمستقیم توریسم تعبیر شده است. همچنین ارز حاصل از جذب گردشگران که به شکل دستمزد در اختیار خانوارها قرار می گیرد، بصورت هزینه های خانوار خود را

۱* دانشجوی کارشناسی ارشد MBA دانشگاه علم و فرهنگ تهران (Email: Ali84hagi@yahoo.com)

۲** دکترا اقتصاد (برنامه ریزی گردشگری) - عضو هیات علمی دانشگاه علم و فرهنگ تهران، وابسته به جهاد دانشگاهی (Email: hassani@usc.ac.ir)

^۳ World Tourism Organization (WTO)

^۴ World Travel and Tourism Council (WTTC)

^۵ Labor-intensive

^۶ Induced

مجددا در اقتصاد نشان می دهد که از آن تحت عنوان اثرات القائی توریسم تعبیر می گردد. بنابراین صنعت گردشگری با مجموعه اثرات مستقیم، غیر مستقیم و القائی خود بر توسعه اقتصاد کشورها هم موثر است و سبب تحول در ساختار اقتصادی این کشورها می شود. از این رو در این مقاله با استفاده از تحلیل دینامیکی سیستم‌ها که یک شیوه تفکر مبتنی بر مدلسازی است و هدف آن، مطالعه سیستم‌های پیچیده اقتصادی - اجتماعی است سعی در ترسیم مدل علت و معلولی اثرات صنعت گردشگری به عنوان یک عامل کننده بر اقتصاد و اشتغال داریم تا از این طریق حلقه های تقویت کننده که موجب رشد اقتصادی و حلقه های تعادلی که موجب ثبات و پایداری اقتصادی می شوند را شناسایی نمائیم و راه کارهایی جهت بهره برداری هر چه بهتر از این صنعت ارائه نمائیم.

واژه‌های کلیدی: سیستم دینامیک، صنعت گردشگری، عوامل کننده.

۱- مقدمه

در سالیان اخیر بدلیل اهمیت گردشگری از آن بعنوان یک صنعت نامبرده می شود و این صنعت به اندازه ای درآمدزا و پرسود می باشد که بسیاری از کشورها به اندازه درآمد نفتی کشورمان ایران از این صنعت کم هزینه و پرسود درآمدزائی کرده اند.

صنعت گردشگری و یا اصطلاحاً صنعت توریسم، سومین صنعت مولد شغل و سرمایه بعد از صنعت نفت و خودرسانی می باشد. به همین دلیل در دهه های اخیر بسیاری از دولت ها، مسئولین اقتصادی و صاحبانظران با حساسیت بیشتری به گسترش این صنعت روی آورده اند و در تلاش هستند سهم بیشتری از بازار جهانی این صنعت را برای جوامع خود به ارمغان آورند. گردشگری در چند دهه اخیر به یکی از مهمترین بخش های فعالیت اقتصادی کشورها تبدیل شده است. این صنعت بعنوان یک سیستم جهانی بخش قابل توجهی از تولید ناخالص جهان (در سال ۲۰۱۱ در حدود ۹٪) را به خود اختصاص داده است. بر اساس پیش بینی سازمان جهانی جهانگردی تا سال ۲۰۲۰ درآمد حاصل از توریسم بین الملل به ۱/۶ میلیارد دلار خواهد رسید.

اقتصاددانان از صنعت گردشگری بعنوان یک صنعت مولد سرمایه و اشتغال زا نام می برند و توجه خاصی به این صنعت دارند لذا معتقدند توسعه صحیح گردشگری به لحاظ اقتصادی موجب افزایش ارزش آوری می شود. صاحبانظران علم اقتصاد معتقدند اگر کشوری بتواند از پتانسیل های خود در گردشگری استفاده کرده و چرخ های این صنعت را در کشورش به حرکت درآورد شاهد شکوفائی شگرفی در سطح اقتصاد کشور خواهد شد.

بر اساس گزارش سازمان جهانی گردشگری، ایران رتبه ۱۰ جاذبه های باستانی و تاریخی و رتبه پنجم جاذبه های طبیعی را داراست با این وجود از لحاظ بهره برداری از این منابع در جایگاه مطلوبی قرار نگرفته است و سهم ایران با وجود رتبه ممتازش در جاذبه های جهانگردی از درآمد گردشگری جهان حتی به یک درصد هم نمی رسد. نمودار زیر تعداد گردشگران خارجی وارد شده به ایران و میزان

صادرات خدمات گردشگری را طی سال های مختلف نشان می دهد که پیش بینی می شود در سال ۲۰۱۲ تعداد گردشگران خارجی به ایران به حدود ۲۴۳۸۰۰۰ نفر برسد.



شکل شماره ۱: تعداد گردشگران خارجی وارد شده به ایران و میزان صادرات خدمات گردشگری

۲- ادبیات موضوع

در این قسمت ابتدا چارچوب رانه - کشانه^۱ را تشریح می نمایم. سپس صنعت گردشگری و وضعیت آن در جهان و در ایران را توضیح می دهیم و نهایتاً به توصیفی از رویکرد سیستم داینامیک و تحقیقاتی که در زمینه صنعت گردشگری توسط سیستم داینامیک انجام شده می پردازیم.

۲-۱- الگوی رانه-کشانه در پژوهش های گردشگری

الگو رانه-کشانه از اولین الگوهائی است که در تحقیقات گردشگری مورد استفاده قرار گرفته و سابقه آن به نیمه دوم دهه ۷۰ میلادی برمی گردد (Lee, ۲۰۱۱). این الگو ریشه در نظریه انگیزش مازلو دارد (Woo et al., ۲۰۱۱) و از الگوهای متداول و مورد توجه در بین پژوهشگران گردشگری است. این الگو در شرایط مختلف جغرافیائی (کشورهای در حال توسعه و توسعه یافته) و برای پاسخگویی به طیف متنوعی از سوالات پژوهشی در حوزه گردشگری مورد استفاده بوده است.

کازینسکی (۲۰۰۹) در تبیین مدل رانه-کشانه چنین عنوان داشته است که عوامل رانه ای علل سفر گردشگر و عوامل کشانه ای علل انتخاب یک مقصد معین توسط آن گردشگر را توضیح می دهند. این نکته قبلاً نیز توسط یوون و اوپسال (۲۰۰۵) مورد تاکید قرار گرفته است.

^۱ Push-Pull Framework

کاربردهای این الگو را می توان در دو دسته قرار داد. دسته اول الگوی رانه-کشانه را به مثابه یک چارچوب تئوریک و نظری پذیرفته و بر این اساس توجه اصلی آنها بر پژوهش پیرامون انگیزه های گردشگران در انتخاب یک مقصد گردشگری معین بوده است (Aris Anuar, et al, 2012; Grimm & Needhem, 2012). بر این اساس عوامل رانه ای به عنوان محرک های داخلی برای اقدام به سفر و عوامل کشانه ای به عنوان محرک های بیرونی در انتخاب یک مقصد متصور بوده و هدف پژوهشگران عمدتاً تعیین مهمترین این مولفه ها و ابعاد رانه ای یا کشانه ای بوده است. بر این اساس می توان گفت برخی از عوامل رانه ای عبارتند از: گریز از روزمرگی در مبداء، کشف چیزهای نو، خود سنجی، پرستیژ و تعامل اجتماعی. همچنین برخی از عوامل کشانه ای عبارتند از: انگیزه های فرهنگی و تجارب تازه، بروشورها و اوراق تبلیغاتی^۱ مقصد در وب سایت آژانس های گردشگری.

در عین حال الگوی رانه-کشانه به عنوان یک مدل و چارچوب نظم دهنده تفکرات محقق و گروه بندی متغیرهای تحقیق هم مطرح بوده است. در این کاربرد دوم، اثر این عوامل بر طیفی از متغیرهای وابسته نظیر رضایت و دلبستگی گردشگران به مقصد توریستی نیز مورد بررسی قرار گرفته اند (Alegre, 2011; Alegre & Cladera, 2012). در کلامی خلاصه الگوی رانه-کشانه می تواند در رمز گشایی از رفتارهای پیچیده گردشگران و منطق انتخاب های آنها موثر بوده و نتایج حاصل از کاربرد آن به همراه رویکرد سیستم داینامیک نیز می تواند در تعیین بسته های گردشگری^۲ و نیز سیاست گذاری جلب سیاحان موثر باشد (Van Der Merwe et al., 2010).

از طرف دیگر علاوه بر الگو رانه-کشانه در درون صنعت گردشگری در اقتصاد نیز عواملی وجود دارند که به عنوان عوامل کشنده شناخته می شوند. این عوامل با توسعه و پیشرفت خود دیگر حوزه ها را نیز تحت تاثیر قرار داده و به دنبال خود می کشند. یکی از این عوامل صنعت گردشگری است. صنعت گردشگری نیز به عنوان یک عامل کشنده بیش از هر فعالیت اقتصادی و صنعتی دیگر در جهان موجب تاثیرگذاری بر حوزه های مختلف اقتصادی و توسعه و رشد کشورهای دارای صنعت گردشگری شده است.

۲-۲- صنعت گردشگری

برای اولین بار بصورت رسمی در سال ۱۹۳۷ کلمات توریست و توریسم توسط سازمان ملل مورد استفاده قرار گرفت ولی پیشینه این صنعت به سالها قبل از این تاریخ برمی گردد. کشور انگلستان در میان کشورهای اروپائی از اولین کشورهایی بود که به این صنعت روی آورد و با صنعتی شدن کشورها در غرب فرهنگ توریسم در بین مردم رواج یافت. و با اختراع راه آهن این صنعت به یک صنعت بین المللی مبدل گردید. و بدین ترتیب این صنعت ابتدا در اروپا و سپس در سایر قاره ها گسترش یافت.

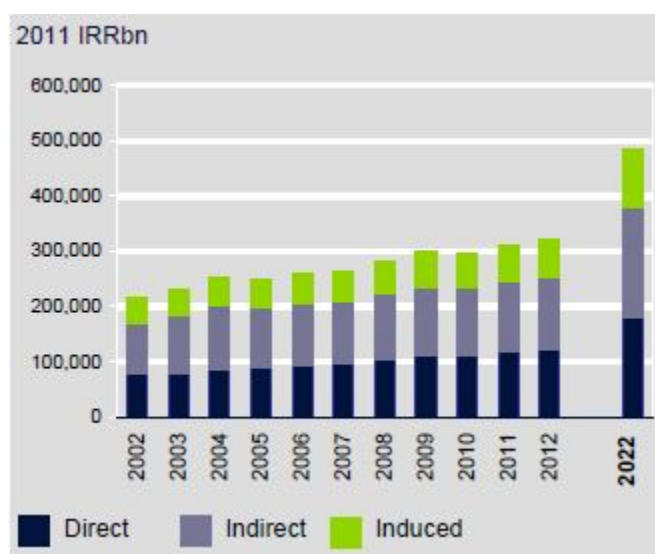
^۱ Promotional Material

^۲ Tourist Product Bundles

ولی امروزه توجه دولتمردان و صاحبان بزرگان بیش از پیش به این صنعت معطوف گردیده تا آن حد که برای توسعه این صنعت بودجه‌هایی بیش از بودجه‌های دفاعی در نظر گرفته می‌شود (اژدری، ۱۳۹۰). طبق گزارش شورای جهانی سفر و گردشگری صنعت گردشگری دارای رشدی در حدود ۲.۸٪ در سال ۲۰۱۲ می‌باشد که این رشد بیشتر از نرخ رشد جهانی اقتصاد که در حدود ۲.۵٪ پیش‌بینی می‌شود می‌باشد. این نرخ رشد بیانگر آن است که صنعت گردشگری بطور مستقیم حدود ۲ تریلیون دلار درآمد و در حدود ۱۰۰.۳ میلیون شغل بصورت مستقیم در جهان ایجاد می‌کند. با به حساب آوردن اثرات دیگر این صنعت گردشگری در حدود ۶.۵ تریلیون دلار درآمد ایجاد می‌کند و سبب ایجاد ۲۶۰ میلیون شغل می‌شود یا به عبارت دیگر در هر ۱۲ شغل یکی مربوط به گردشگری است. صنعت گردشگری در سال ۲۰۱۱ در حدود ۶.۳ تریلیون دلار سهم در GDP، ۲۵۵ میلیون شغل، ۷۴۳ بلیون دلار سرمایه‌گذاری را بصورت مستقیم، غیرمستقیم و القایی ایجاد کرده است. در بلندمدت نیز رشد سالانه صنعت در حدود ۴٪ تا سال ۲۰۲۲ پیش‌بینی شده است که ۳۲۸ میلیون شغل را ایجاد می‌کند و نسبت شاغلین در صنعت به کل اشتغال را ۱ به ۱۰ افزایش می‌دهد (شورای جهانی سفر و گردشگری، ۲۰۱۲).

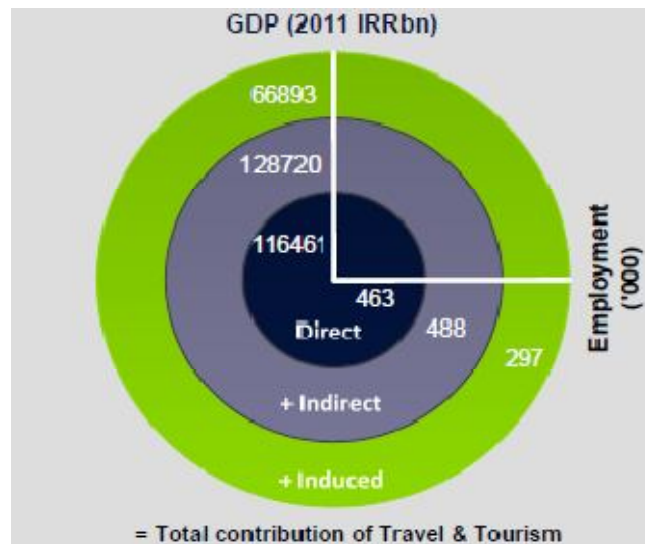
در رده بندی بین ۱۸۱ کشور بررسی شده در گزارش سازمان جهانی شورای سفر و گردشگری در سال ۲۰۱۱ در تولید ناخالص داخلی حاصل از گردشگری، کشور ایران در رتبه ۳۳ قرار دارد و نسبت به اقتصاد ملی در رتبه ۱۲۸ و از نظر رشد اقتصادی در رتبه ۹۲ دنیا قرار گرفته است.

نمودار شکل ۲ سهم صنعت گردشگری در GDP به تفکیک مقدار مستقیم، غیرمستقیم و القایی در سال‌های ۲۰۰۲ تا ۲۰۱۲ را نشان می‌دهد. همانطور که از شکل مشخص است ۶.۳٪ سهم بخش گردشگری در GDP در سال ۲۰۱۱ است که از این مقدار حدود ۲.۴٪ بصورت مستقیم می‌باشد. از نظر سهم صنعت گردشگری در GDP ایران با رتبه ۳۳ از کشورهایی همچون ترکیه با رتبه ۱۴ و مصر با رتبه ۲۹ عقب‌تر می‌باشد (شورای جهانی سفر و گردشگری، ۲۰۱۲).



شکل شماره ۲: سهم گردشگری در GDP ایران

نمودار شکل ۳ میزان اشتغال زایی بصورت مستقیم، غیرمستقیم و القایی و همچنین سهم در GDP را در ایران در سال ۲۰۱۱ به نمایش می گذارد. همانطور که مشخص است در سال ۲۰۱۱ تعداد کل اشتغال در صنعت گردشگری برابر ۱۲۴۸۰۰۰ (در حدود ۵.۷٪ از اشتغال کل) است که از این تعداد حدود ۴۶۲۵۰۰ شغل مستقیم می باشد. از نظر اشتغال ایران با رتبه ۳۰ از کشورهایی همچون مصر با رتبه ۱۳ و ترکیه با رتبه ۲۱ عقب تر می باشد (شورای جهانی سفر و گردشگری، ۲۰۱۲).



شکل شماره ۳: سهم گردشگری در اشتغال و GDP ایران در سال ۲۰۱۱

۳-۲- سیستم دینامیک

رویکرد سیستم دینامیک از دهه ۱۹۵۰ با کارهای فارستر آغاز گردید. وی با انتشار سه کتاب معروف خود یعنی پویایی های صنعتی، پویایی های شهری و پویایی های جهان رویکرد سیستم دینامیک را پایه گذاری کرد (Forrester, ۱۹۶۱, ۱۹۶۹, ۱۹۷۱).

این رویکرد واقعیت های جهان را که تاحدی از چشم جزنگر ما به دور است با اصل کل گرایی نمایش و به تصویر می کشد. امروزه استفاده از مدلسازی آن هم مدلسازی ریاضی در بسیاری از رشته های طبیعی، اجتماعی، صنعتی و کشاورزی کاربردهای زیادی پیدا کرده است (HamidiZadeh, ۲۰۰۰). اما نکته مهم یافتن ابزارهایی جهت درک پیچیدگی های سیستم های اجتماعی - اقتصادی و سپس مدلسازی و طراحی سیاست های مناسب برای بهبود این گونه سیستم هاست که رویکرد سیستم دینامیک به ما کمک می کند تا این پیچیدگی ها را بدرستی دیده، و با روشی مناسب برخورد کرده و مسائل درون سیستم ها را حل نمائیم (Forrester, ۱۹۶۱).

گام های این رویکرد شامل تعریف مسئله، مفهوم سازی (ترسیم نمودار علت و معلولی)، تدوین مدل (ترسیم مدل جریان)، شبیه سازی، ارزیابی و اعتبارسنجی مدل و آنالیز سیاست ها روی مدل می باشد (HamidiZadeh, ۲۰۰۰).

در گام مفهوم سازی ما حلقه های علی که نشان دهنده روابط علت و معلولی و همچنین جهت اثر این ارتباطات بین متغیرها و اجزا سیستم هستند را ترسیم می نمایم. نمودارهای علت و معلولی ابزارهای مناسبی جهت نمایش ساختار بازخوردی سیستم هستند. این نمودارها از سه مولفه تشکیل شده اند: (۱) متغیرها: که همان اجزا سیستم هستند. (۲) پیکان ها: که رابطه علت و معلولی را نمایش می دهند. (۳) علامت پیکان ها: که جهت ارتباط را نمایش می دهند (حاجی غلام سریزدی، زارع مهرجردی، ۱۳۹۱). شکل زیر را در نظر بگیرید. نمودار علی شکل ۴ بیانگر این است که متغیر A علت وقوع B است (به عبارت دیگر B معلول A است) و در سمت چپ رابطه بین دو متغیر مثبت است یعنی افزایش (کاهش) A باعث افزایش (کاهش) B می گردد. و رابطه سمت راست بیانگر رابطه منفی می باشد یعنی افزایش (کاهش) A باعث کاهش (افزایش) B می گردد.



شکل شماره ۴: روابط علی بین دو متغیر

روابط علت و معلولی نهایتاً حلقه های علی را می سازند. یک حلقه بازخوردی، زنجیره بسته ای از روابط علی است که نهایتاً روی متغیر اولیه اثر می گذارد (سنگه و همکاران، ۱۳۸۸). این حلقه ها به دو شکل حلقه مثبت (تقویتی) و حلقه منفی (تعادلی) می باشند. حلقه بازخور مثبت، دایره هایی است که اگر یک عامل در آن در یک جهت تغییر داده شود، دایره تغییرات را در آن جهت تقویت می کند. حلقه های مثبت منجر به تقویت و بزرگ شدن آنچه که در سیستم اتفاق می افتد می گردند. حلقه بازخور منفی، دایره هایی است که اگر یک عامل در آن در یک جهت تغییر داده شود، دایره با تغییرات آن عامل در آن جهت مخالفت می کند. حلقه های منفی نقش خنثی کننده داشته و مخالف تغییر می باشند (Sterman, ۲۰۰۰). به عبارت دیگر حلقه های تقویتی خود افزایشده هستند و منجر به رشد نمایی یا تنزل افسار گسیخته در طول زمان می شوند. حلقه های بازخوردی تعادلی ساختارهای هدف جو و متعادل کننده در سیستم ها و منشا پایداری و ثبات هستند (Meadows, ۲۰۰۹).

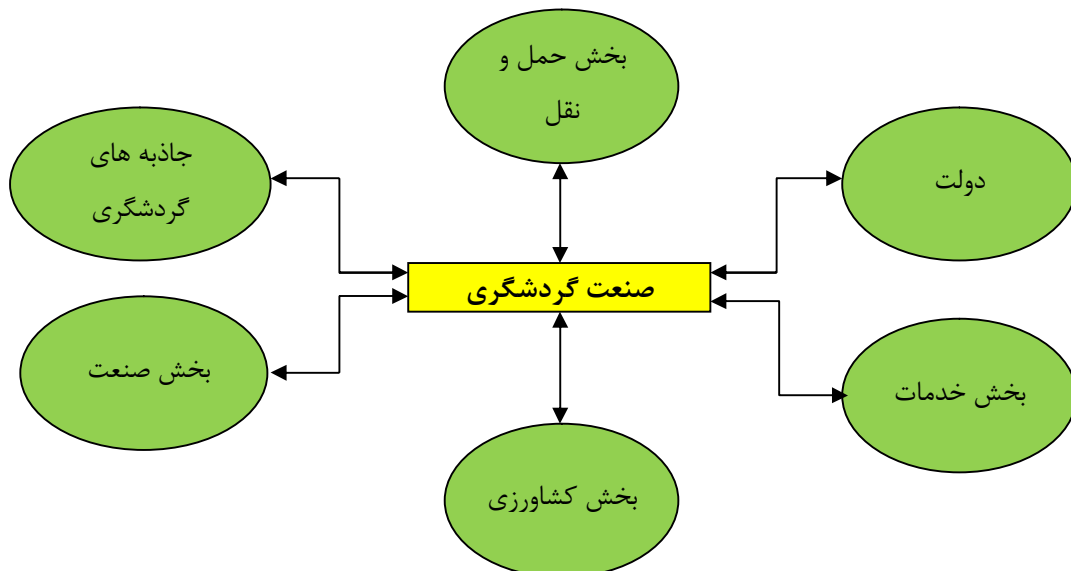
از آنجا که صنعت گردشگری ذاتاً سیستمی غیرخطی، پیچیده و پویا و از اجزا و عوامل مختلف تشکیل شده است (McKercher, ۱۹۹۹) استفاده از رویکرد سیستم داینامیک در بررسی آثار آن مفید می باشد. به همین دلیل در زمینه استفاده از رویکرد سیستم داینامیک برای مطالعه صنعت گردشگری و آثار آن کارهای تحقیقاتی زیادی صورت گرفته است. به عنوان مثال امبوگوا و کاماوا با استفاده از سیستم داینامیک به بررسی توسعه توریسم در کنیا پرداخته اند (Mbugua & Kamau, ۲۰۰۵). احمدی و شاهقلیان مدل سیستم داینامیک برای ارزیابی مدل بهره وری صنعت توریسم در استان فارس طراحی کرده اند (Ahmadi & Shahgholian, ۲۰۱۱). لطفی، موسکاردینی و لاولر با استفاده از سیستم داینامیک اثرات اقتصادی توریسم را بر اقتصاد مصر بررسی کرده اند (Loutfi, Moscardini, Lawler, ۲۰۰۰). یان فو به مطالعه پایداری صنعت توریسم در چین پرداخته است و از مدل سیستم داینامیک به عنوان ابزاری جهت بررسی سیاست های دولت برای توسعه پایدار صنعت توریسم در چین استفاده کرده است (Yan Fo, ۲۰۱۱). جانگ، لی و چو به ترسیم مدل

دینامیکی برای بررسی سرمایه گذاری در زیرساخت های حمل و نقل در توسعه گردشگری پرداخته اند (Jiang, ۲۰۱۰, Li, Xu). بوش و مانی مدل دینامیکی از ذینفعان در توسعه گردشگری ترسیم کرده اند. آنها در جهت مدیریت پایدار توسعه صنعت گردشگری به دنبال یافتن راه حلی برای تامین نیازها و اهداف ذینفعان مختلف که گاه در تضاد با هم می باشد برآمده اند (Bosch & Maani, ۲۰۱۱).

۳- تصویر غنی سیستم

در سیستم دینامیک ابزارهای مختلفی جهت نمایش مدل وجود دارد که یکی از این ابزارها تصویر غنی یا نمودار زیر سیستم ها می باشد. تصویر غنی از سیستم شکلی می باشد که زیر سیستم های یک سیستم و تعاملات بین آنها را نمایش می دهد (Meadows, ۲۰۰۹). تصویر غنی یا همان نمودار زیر سیستم نشان دهنده معماری کلی یک مدل است (Sterman, ۲۰۰۰). به عبارت دیگر این تصویر نشان دهنده بخش های اصلی یک مدل شبیه سازی بالقوه یا یک تصویر غنی از متغیرها و موضوعات اصلی درگیر در سیستم مورد مطالعه می باشد (حاجی غلام سریزدی، زارع مهرجردی، ۱۳۹۱). در این مرحله با کمک تصویر غنی (تصویر بزرگ) ^۱ ارتباط و تعامل بین زیر سیستم های سیستم مورد نظر و همچنین ابر سیستم هایی ^۲ که سیستم ما جزئی از آن است را نشان می دهیم.

گردشگری با توجه به ماهیت و محتوای آن از عوامل و بخش های گوناگون و پیچیده ای تشکیل شده است. بر این اساس گردشگری باید به صورت سیستمی مرکب از عوامل مختلف در نظر گرفته شود که با همدیگر مرتبط اند. داخل این عوامل و زیر سیستم های کلی، عناصر و اجزایی قرار دارد که بایستی آنها و تعامل بین آنها بدرستی دیده شود (سقایی، ۱۳۹۰). شکل شماره ۵ تصویر غنی ذینفعان صنعت گردشگری را به نمایش می گذارد.



شکل شماره ۵: تصویر غنی ذینفعان صنعت گردشگری

^۱ Rich or Big picture

^۲ Sypersystems

همانطور که از شکل مشخص است صنعت گردشگری یک رابطه دوطرفه با بخش صنعت، خدمات، دولت، کشاورزی، حمل و نقل و جاذبه های گردشگری دارد.

فنل و انگل در چارچوب جامعی از اکوتوریسم که شامل سه مولفه توریست، بخش خدمات و منابع طبیعی است به اهمیت جاذبه های گردشگری در جذب توریست و رابطه تعاملی آنها می پردازند (Fennel and Eagles, ۱۹۹۰). رابطه تعاملی صنعت گردشگری و جاذبه های گردشگری بیانگر این است که وجود جاذبه های گردشگری مانند منابع طبیعی، آثار تاریخی و فرهنگی به عنوان یک کشانه باعث جذب گردشگران می شود و از طرف دیگر ورود گردشگر به منطقه باعث افزایش درآمد و نهایتاً سرمایه گذاری بر روی منابع گردشگری و تبلیغات این جاذبه ها می شود که باعث گسترش هر چه بیشتر این جاذبه های می گردد.

از طرف دیگر حضور بیش از ظرفیت توریست در یک منطقه آثار منفی زیست محیطی و مخرب جاذبه های گردشگری دارد (Mbugua & Kamau, ۲۰۰۵). به عنوان مثال سیگالا مصرف منابع، آلودگی، تخریب مکان های تاریخی و فرهنگی و تخریب جنگل ها و محوطه های طبیعی را از آثار منفی توریست می داند (Sigala, ۲۰۰۸).

صنعت توریسم وابستگی شدیدی به خرید توسط گردشگران دارد. حضور گردشگران موجب افزایش تقاضا برای محصولات صنعتی و در نتیجه افزایش تولید و رونق صنایع می شود (پژوم، ۱۳۹۰) و افزایش سطح تولید کالاها و خدمات باعث ایجاد درآمد برای صنایع شده و این خود منجر به توسعه صنایع می گردد. به عبارت دیگر صنعت گردشگری کمک گسترده ای به توسعه بخش های تولید کشور به خصوص صنایع دستی می کند. و نهایتاً توسعه صنایع خود به عنوان عاملی برای جذب گردشگر عمل می کند. از طرف دیگر افزایش درآمد حاصل از گردشگری اثر مثبت روی مصرف کالاها و محصولات گذاشته (Loutfi, Moscardini, Lawler, ۲۰۰۰) و توسعه تولید را منجر می شود. نتایج تحقیق در ایران نشان می دهد که فعالیت های هتل داری و رستوران، صنایع غذایی، صنایع پوشاک و چرم، صنایع دستی و صنعت حمل و نقل داخلی بیشترین تاثیر را از مخارج توریست های خارجی پذیرفته و بیشترین سهم از تولید، درآمد و اشتغال ایجاد شده را به خود اختصاص می دهند (صباغ کرمانی، امیریان، ۱۳۷۸).

اهمیت ویژه بخش حمل و نقل به حدی است که به اعتقاد بعضی کارشناسان خود می تواند به صورت مجزا به عنوان یکی از ارکان اصلی گردشگری مطرح شود (نادرپور، ۱۳۹۰). بهبود حمل و نقل و زیرساخت های آن باعث افزایش دسترسی و سهولت در جابجایی شده و رفاه بیشتری را برای گردشگران به همراه دارد (Gronau & Kagermeier, ۲۰۰۷) که این باعث افزایش حجم ورود گردشگران می شود. از طرف دیگر درآمد حاصل از بخش گردشگری می تواند باعث افزایش سرمایه گذاری در بخش حمل و نقل شود (Jiang, Li, ۲۰۱۰). همچنین بدلیل ایجاد تقاضا، حمل و نقل و مشاغل مرتبط با آن افزایش می یابد.

صنعت توریسم باعث توسعه بخش خدمات می شود بطوریکه در حدود ۳۰٪ تجارت خدمات جهان را به خود اختصاص داده است (Önder, Durgun, ۲۰۰۸). از لحاظ سهم عوامل تولید از درآمد حاصل از توسعه گردشگری در فعالیت هتل ها و رستوران ها به ترتیب ۴۷ درصد مربوط به سود سرمایه و حدود ۱۴ درصد مربوط به نیروی انسانی است. این شاخص ها به خوبی گویای مزیت صنعت گردشگری برای سرمایه گذاری در

بخش خدمات است (محمدی، ۱۳۹۰). از طرف دیگر بهبود امکانات رفاهی و خدماتی از جمله گزینه های افزایش دهنده جذابیت (فاکتور کشانه ایی) بوده و باعث افزایش ورود گردشگر و نهایتاً توسعه صنعت گردشگری می شود و توسعه صنعت گردشگری و افزایش درآمد حاصل از آن باعث توسعه بخش خدمات برای تامین نیازها و تقاضای حاصله می شود.

توسعه گردشگری باعث ایجاد اثرات مثبت و منفی روی بخش کشاورزی می شود. از یک طرف گردشگران به غذا نیاز دارند به عبارت دیگر یکی از جاذبه های گردشگری غذاهای سنتی و محلی می باشد که این محرک توسعه کشاورزی می شود. از طرف دیگر توسعه گردشگری در بعضی موارد به کاهش زمین کشاورزی و سرمایه گذاری روی بخش کشاورزی و بجای آن تمرکز بر گردشگری و تبدیل زمین ها به زیرساخت هایی از جمله حمل و نقل و هتل و مراکز رفاهی باعث کاهش کشاورزی می گردد. به عنوان مثال طبق گزارش اداره منابع، انرژی و گردشگری استرالیا افزایش ۱٪ در توریسم خارجی در استرالیا باعث کاهش ۰.۰۲ درصدی در بخش کشاورزی استرالیا می شود (Access Economics, ۲۰۰۹).

بخش دولتی با ایجاد زیرساخت های می تواند نقش اساسی را در توسعه صنعت گردشگری داشته باشد. یکی از مهمترین وظایف بخش دولتی، مدیریت کلان و تعیین سیاست های کلی در این صنعت می باشد (اژدری، ۱۳۹۰) که می تواند ضمن بهره برداری و توسعه زیرساخت ها باعث تشویق و حمایت بخش خصوصی برای توسعه صنعت گردشگری گردد. از طرف دیگر توسعه صنعت گردشگری باعث افزایش درآمد دولت و درآمد ملی و نهایتاً توسعه اقتصادی کشور می گردد.

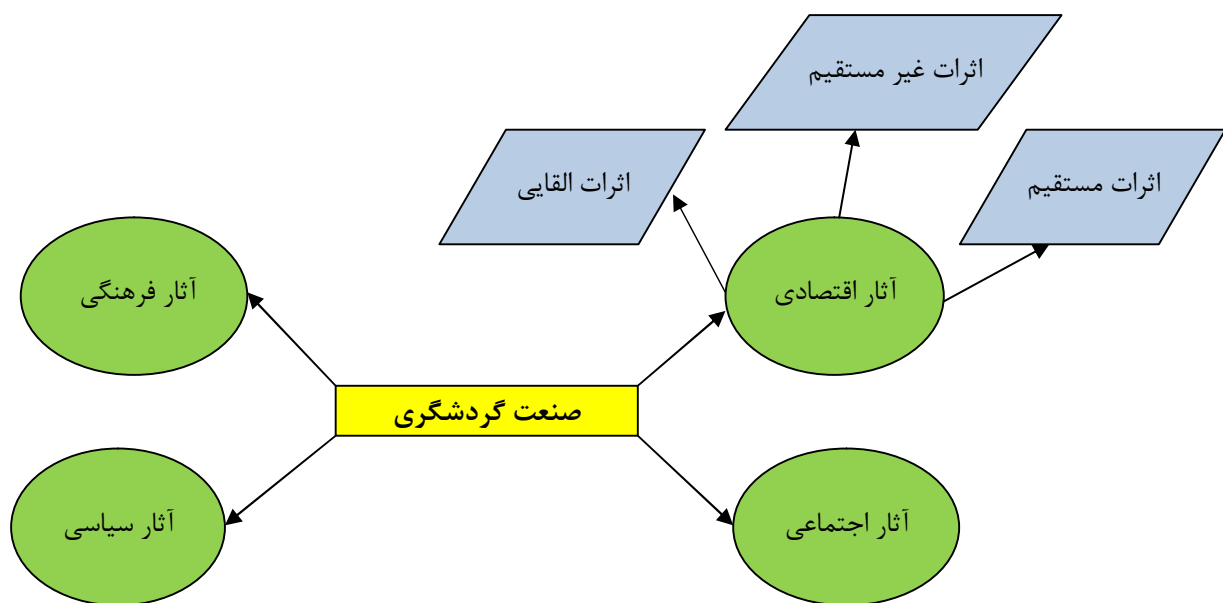
شکل ۶ تصویر غنی آثار مختلف صنعت گردشگری را نمایش می دهد. برای تمام آثار توریست چه اقتصادی، چه اجتماعی، فرهنگی و سیاسی آثار مستقیم و غیر مستقیم وجود دارد که ما در این مقاله روی آثار اقتصادی بیشتر تمرکز می کنیم.

در زمینه آثار فرهنگی گردشگری با توسعه صنعت گردشگری و با ورود انبوه گردشگران تبادل فرهنگی میان کشورها و مناطق مختلف افزایش می یابد و مردم کشورها با فرهنگ های مختلف آشنا می شوند به عبارت دیگر گردشگری عاملی جهت زنده نگه داشتن سنتها و آداب و رسوم گذشتگان و فرهنگ کشورها می باشد (محمد پور، ۱۳۹۰) که این موجب تقویت و نشر فرهنگ جامعه به کشورهای مختلف می شود. البته اگر بدون برنامه فرهنگی مناسب گردشگران وارد یک منطقه شوند بدلیل معیارهای فرهنگی مختلف موجب به خطر افتادن اساس نظم اخلاقی جامعه میزبان، عدم توجه به رسوم و عادات محلی و در نتیجه سست کردن بنیادی روش زندگی محلی می شوند (یگانه محلاتی، ۱۳۸۹).

بهبود صنعت گردشگری به مقدار زیادی به ثبات سیاسی و ارتباطات سیاسی کشورها در جهان بر می گردد. از طرف دیگر این صنعت همچنین راهی برای تنش زدایی بین کشورها و ایجاد تفاهم، وفاق و صلح بین المللی است (محمد پور، ۱۳۹۰).

از آثار اجتماعی صنعت گردشگری می توان به آثار اشتغال و افزایش سطح زندگی مردم که منجر به کاهش بزه و جرم می شود اشاره کرد. به عبارت دیگر با توسعه صنعت گردشگری استاندارد سطح زندگی افراد بالا می رود و این منجر به کاهش جرائم اجتماعی و بهبود امنیت اجتماعی می گردد.

صنعت گردشگری موجب شکوفایی اقتصادی کشورهای میزبان می گردد. صنعت گردشگری حجم وسیعی از فعالیت های مختلف اقتصادی را به طور مستقیم در بر می گیرد؛ از جمله می توان به صنعت هلتداری، رستوران داری، امکانات و تاسیسات اقامتی، تفریحی اشاره کرد. توسعه بخش گردشگری نه تنها موجب توسعه این فعالیت ها می شود بلکه در اثر وجود روابط متقابل بین بخشی، تمام بخش های اقتصادی با درجات متفاوتی تحت تاثیر مثبت آن قرار می گیرند. بدین ترتیب تزریق هر واحد پولی از طریق ورود گردشگران به چرخه اقتصادی کشور موجب ایجاد تولیدی به میزان بیشتر از آن مقدار در بخش های مختلف اقتصادی به طور مستقیم و غیر مستقیم می شود. به عبارت دیگر این صنعت آثار غیرمستقیم و القایی نیز در اقتصاد های ملی دارد. با توسعه صنعت توریسم، تقاضا برای سایر تولیدات و خدمات بخش های دیگر اقتصادی مانند بخش های حمل و نقل، مواد غذایی، سوخت و انرژی، صنایع دستی و بخش های ساختمانی نیز افزایش پیدا می کند که به اثرات غیرمستقیم توریسم تعبیر شده است. همچنین ارز حاصل از جذب گردشگران که به شکل دستمزد در اختیار خانوارها قرار می گیرد، بصورت هزینه های خانوار خود را مجددا در اقتصاد نشان می دهد که از آن تحت عنوان اثرات القایی توریسم تعبیر می گردد (Ennew, 2003). بنابراین صنعت گردشگری با مجموعه اثرات مستقیم، غیر مستقیم و القایی خود بر توسعه اقتصاد کشورها هم موثر است و سبب تحول در ساختار اقتصادی این کشورها می شود.



شکل شماره ۶: تصویر غنی آثار صنعت گردشگری

۴- مدل علت و معلولی سیستم

شکل ۷ مدل علت و معلولی کل سیستم را نمایش می دهد. این مدل شامل ۹ حلقه تقویتی (مثبت) و ۶ حلقه تعادلی (منفی) می باشد. در ادامه هر یک از این حلقه ها که در ۵ نمودار که عبارتند از نمودار بخش صنعت، خدمات، دولت، کشاورزی و نمودار آثار منفی توضیح داده می شود.

همانطور که در شکل ۸ مشاهده می کنید با افزایش تعداد گردشگران داخلی و خارجی تقاضا برای کالا و خدمات داخلی مخصوصا تقاضا برای محصولات محلی افزایش می یابد (Bosch & Maani, ۲۰۱۱). افزایش تقاضا بدلیل عدم توانایی طرف عرضه در کوتاه مدت منجر به افزایش قیمت های کالا و خدمات شده و این خود باعث افزایش هزینه های گردشگری می شود. از آنجا که هزینه های گردشگری عامل مهمی در تصمیم گیری برای سفر به منطقه مقصد می باشد افزایش هزینه های گردشگری منجر به کاهش تعداد گردشگران می شود (حلقه B۱).

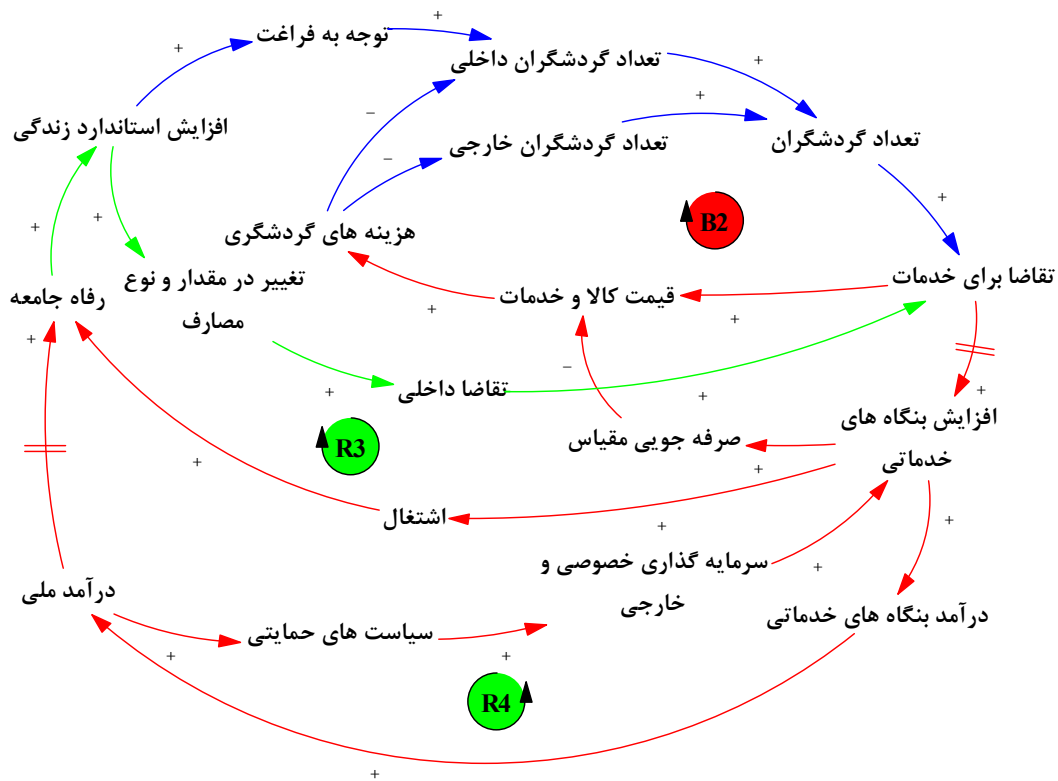
از طرف دیگر در بلند مدت افزایش تقاضا منجر به تولید بیشتر، رونق و توسعه صنعتی شده و عرضه را افزایش می دهد. محاسبات انجام شده نشان داده اند که ضریب فزاینده تولید در صنعت جهانگردی ایران معادل ۱/۶ است که این رقم بدان معنا است که اگر یک واحد پولی توسط جهانگردان در ایران هزینه و وارد چرخه اقتصادی کشور شود، باعث ایجاد تولیدی به میزان ۱/۶ واحد پولی در بخش های مختلف اقتصادی که به صورت مستقیم یا غیرمستقیم با آن در ارتباط هستند، خواهد شد. مقایسه این اثر با ضریب فزاینده سایر بخش های اقتصادی نشان می دهد که صنعت گردشگری ایران پس از صنایع غذایی (با ضریب ۲/۱۶) و ساختمان (با ضریب ۱/۷۲) در رتبه سوم در بین تمام بخش های اقتصاد ایران قرار دارد که نشان از قابلیت بالای این صنعت برای ایجاد رونق اقتصادی در کشور است (محمدی، ۱۳۹۰). حجم تولید بیشتر باعث سرشکن شدن هزینه های ثابت روی مقدار تولید بیشتر شده و باعث صرفه جویی مقیاس و نهایتا کاهش بهای تمام شده کالا و خدمات می گردد و این خود را با کاهش هزینه های گردشگری در بلند مدت نشان می دهد. در نتیجه در بلند مدت تعداد گردشگران افزایش می یابد. همچنین تولید بیشتر و توسعه صنعتی منجر به افزایش اشتغال و درآمد ملی می شود. محاسبات انجام شده در مورد ضریب فزاینده اشتغال در بین بخش های مختلف اقتصادی نشان می دهد قدرت اشتغال زایی صنعت گردشگری در ایران بعد از بخش های کشاورزی، صنایع غذایی و ساختمان در رتبه چهارم قرار دارد (محمدی، ۱۳۹۰). افزایش اشتغال و درآمد ملی رفاه جامعه را افزایش می دهند. با افزایش رفاه مردم سطح استاندارد زندگی جامعه افزایش یافته و اوقات فراغت مورد توجه قرار می گیرد و این تعداد گردشگران داخلی را افزایش می دهد. گردشگری داخلی می تواند مبنای تمرین و ممارست به منظور تقویت زیرساخت های گردشگری در کشور محسوب شده و در بلندمدت بستر مناسبی برای پذیرایی از گردشگران خارجی را ایجاد کند (کاظمی، ۱۳۹۰). همچنین در خصوص گردشگری داخلی باید اشاره کرد که در حال حاضر سالانه بیش از ۵۰ میلیون سفر با انگیزه گردشگری در کشور انجام می شود که برآورد می شود در آینده رشد بالایی داشته باشد. زیرا با افزایش سطح رفاه جامعه تقاضا برای سفرهای گردشگری نیز افزایش خواهد یافت (محمدی، ۱۳۹۰). همچنین با افزایش سطح رفاه و استاندارد زندگی در مقدار تولید و نوع تولید تغییر ایجاد شده (Ahmadi & Shahgholian, ۲۰۱۱) و تقاضا داخلی کالا و خدمات را افزایش می دهد که این خود منجر به توسعه بیشتر صنعت و تولید بیشتر می گردد. همانطور که قبلا اشاره شد این اثر را اثر القایی می نامند (حلقه R۱).

از آنجا که یکی از مشکلات و تنگناهای متعدد در راه رشد و توسعه صنعت گردشگری در ایران عدم تمایل بخش خصوصی به سرمایه گذاری در این بخش به علت عدم سودآوری و حمایت ناکافی دولت می باشد

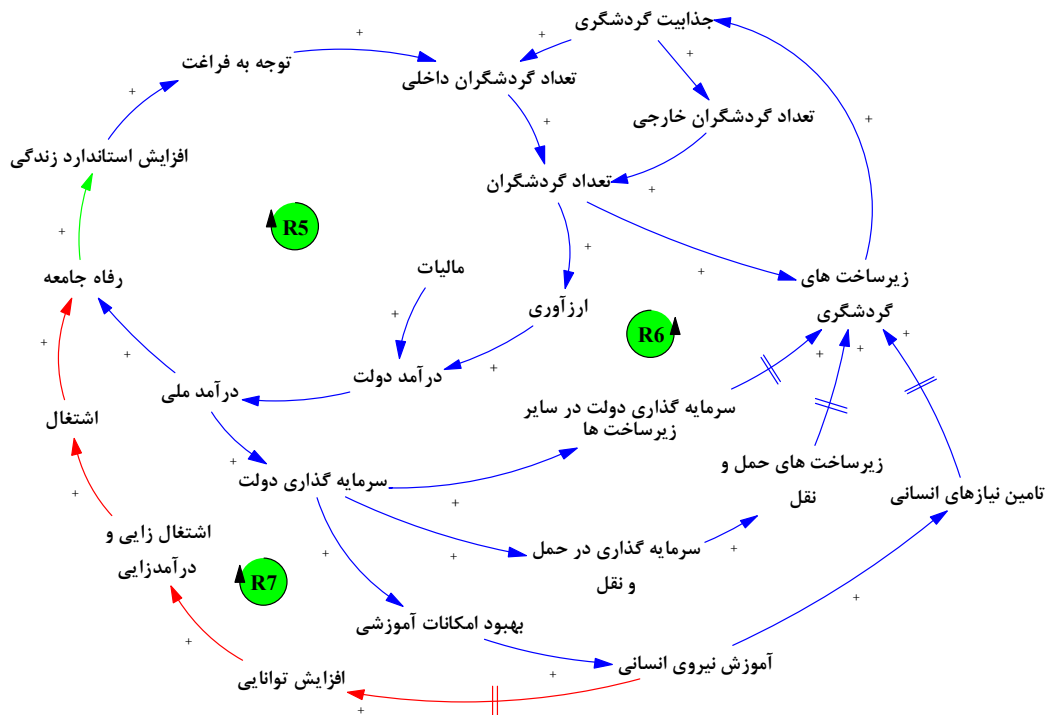
(پژوم، ۱۳۹۰) با توسعه صنعتی و تولید بیشتر که منجر به افزایش درآمد بخش صنعت و درآمد ملی می شود سیاست های حمایتی دولت از این بخش افزایش می یابد که این باعث ثبات و پایداری در این بخش می گردد (Yan Fo, ۲۰۱۱) و سرمایه گذاری بیشتری چه بصورت دولتی و چه بصورت خصوصی و همچنین سرمایه گذاری خارجی در این بخش افزایش می یابد که این خود منجر به توسعه و تولید بیشتر صنعتی می گردد (R۲).

۲-۴- نمودار بخش خدمات

این نمودار نیز مانند نمودار قبل می باشد که از دو حلقه تقویتی و یک حلقه تعادلی تشکیل شده است. به عبارت دیگر در این نمودار با افزایش تعداد گردشگر بخش خدمات تحت تاثیر قرار می گیرد. صنعت گردشگری گسترده ترین صنعت خدماتی در دنیا محسوب می شود (پژوم، ۱۳۹۰). این بخش نیز مانند بخش تولید عمل می کند که در کوتاه مدت با افزایش هزینه ها تعداد گردشگران را کم می کند (B۲) بطوریکه در برخی موارد قیمت های گران خدمات گردشگری به عنوان عاملی می باشد که نمی توان ایران را یک کشور توریستی تعریف کرد ولی در بلند مدت از طریق آثار غیرمستقیم و القایی خود باعث رونق صنعت گردشگری و افزایش تعداد گردشگران چه داخلی و خارجی می گردد (R۳،۴). ورود جهانگرد به ایران سرمایه گذاری را افزایش داده، به خصوص سرمایه گذاران را تشویق به سرمایه گذاری در زمینه احداث اقامتگاه، سالن های غذاخوری مجهز بینراهی و ... می کند. در نتیجه باعث افزایش اشتغال و درآمد ملی می گردد (Önder, Durgun, ۲۰۰۸).



شکل شماره ۹: نمودار بخش خدمات



شکل شماره ۱۰: نمودار دولت

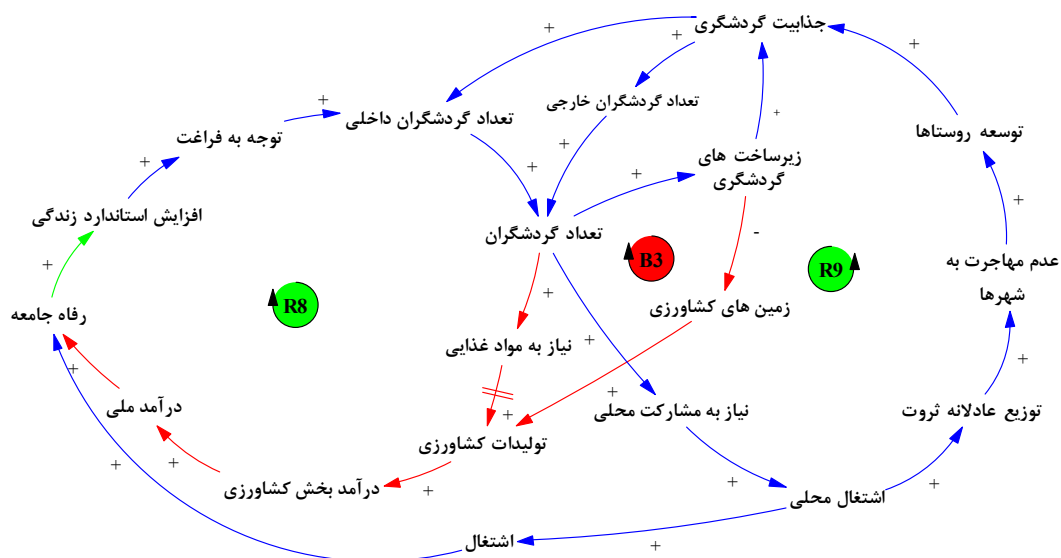
هنگامی که جهانگرد وارد کشور می‌شود در مقابل خدماتی که به وی ارائه می‌شود باید هزینه پرداخت کند و این پرداخت ارزی خواهد بود. لذا این صنعت می‌تواند جایگزین اقتصاد تک‌محصولی یعنی درآمد نفتی گردد. با توجه به شکل ۱۰ افزایش تعداد گردشگران خارجی باعث افزایش ورود ارز به کشور می‌شود و از طرف دیگر افزایش تعداد گردشگران داخلی به معنی کاهش خروج آنها و کاهش خروج ارز می‌باشد. ارزآوری باعث توازن تجاری و ثبات اقتصادی و همچنین افزایش درآمد دولت می‌شود (Pearce, ۱۹۹۲). همانطور که از نمودارهای قبلی دیدیم توسعه صنعت، خدمات و بخش‌های دیگر باعث افزایش مالیات دولت و نهایتاً درآمد دولت می‌گردد و افزایش درآمد دولت درآمد ملی را افزایش می‌دهد. افزایش درآمد ملی از یک طرف از طریق اثر القایی منجر به افزایش گردشگر داخلی می‌شود (R۵).

صنعت گردشگری تلفیقی از فعالیت‌ها، خدمات و صنایع مختلف می‌باشد و به دو دسته کلی؛ منابع جهانگردی و زیرساخت‌ها تقسیم می‌شود. منابع جهانگردی شامل منابع طبیعی، منابع فرهنگی و منابع انسان‌ساخت می‌باشند که خود به نحوی اشکال مختلف جهانگردی را ایجاد می‌نمایند. زیرساخت‌ها در برگیرنده تمامی ساخت و سازهای زیربنایی و روبنایی یک کشور محسوب می‌شوند و به طور عمده شامل سیستم‌های ارتباطی، سیستم‌های بهداشتی، حمل و نقل هوایی، زمینی، زیرزمینی، دریایی و اجزای آن، هتل‌ها، اقامتگاه‌ها، کمپینگ‌ها، رستوران‌ها، کارخانه‌های تهیه غذا و نوشیدنی‌ها، مراکز خرید (بازارهای سنتی و مدرن)، مراکز تفریحی و ... می‌باشند (نادرپور، ۱۳۹۰). بخش دولتی با ایجاد زیر ساخت‌های گردشگری می‌تواند نقش اساسی را در توسعه این صنعت داشته باشد. با افزایش درآمد ملی سرمایه‌گذاری دولت در بخش‌های مختلف از جمله زیرساخت‌های حمل و نقل (Jiang, Li, Xu, ۲۰۱۰)، زیرساخت‌های گردشگری و حتی آموزشی افزایش می‌

یابد. با افزایش سرمایه گذاری دولت زیرساخت های گردشگری بهبود می یابد. زیرساخت ها تابعی از تعداد گردشگران و سرمایه گذاری می باشد. که با افزایش سرمایه گذاری و تعداد گردشگران زیرساخت ها بهبود می یابند. بهبود زیرساخت ها منجر به افزایش جذابیت کشور شده که این خود منجر به افزایش تعداد گردشگران شده و باز ارزآوری به کشور را افزایش می دهد (R۶).

فقدان نیروی انسانی کارآموده و متخصص امور جهانگردی در دفاتر ایرانگردی و جهانگردی و بی اطلاعی و بی تجربگی کادر شاغل در موسسات جهانگردی یکی از ضعف های صنعت گردشگری می باشد (پژوم، ۱۳۹۰) که سرمایه گذاری در بخش آموزش منجر به افزایش توانایی و مهارت نیروی انسانی کشور شده که این منجر به خود اشتغالی و درآمد زایی افراد می شود. که این دو نیز رفاه جامعه را افزایش داده و از طریق اثر القایی منجر به افزایش گردشگر و توسعه صنعت گردشگری می شود (R۷).

۴-۴- نمودار بخش کشاورزی



شکل شماره ۱۱: نمودار بخش کشاورزی

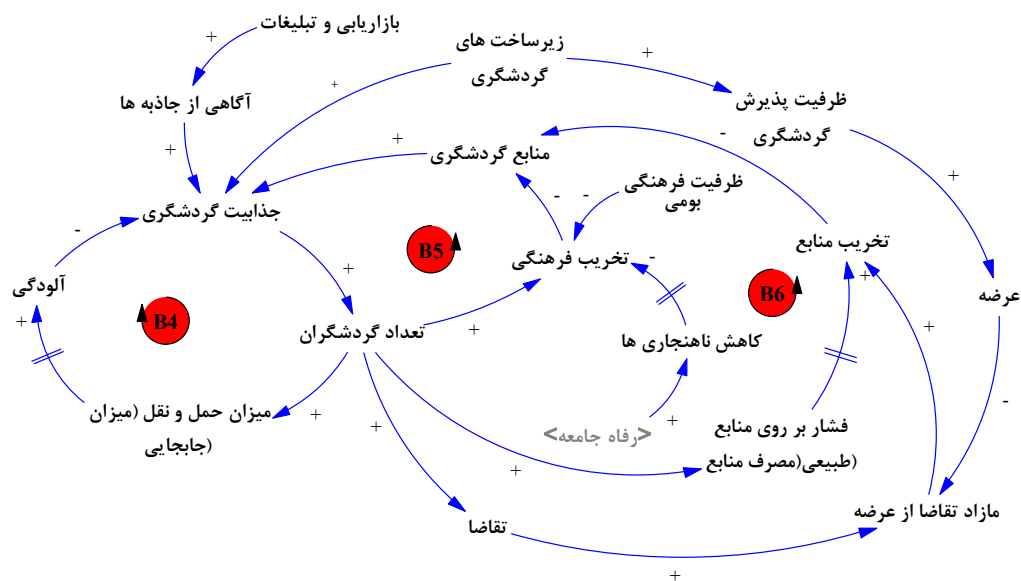
اثر توسعه صنعت گردشگری دارای دو اثر مثبت و یک اثر منفی بر بخش کشاورزی است. با افزایش تعداد گردشگران نیاز به مواد غذایی مخصوصا غذای سنتی و بومی زیاد می شود (McCatty & Serju, ۲۰۰۶). در تحقیقی یکی از گله های گردشگران اروپایی از ایران یکنواختی و تکراری بودن غذاهای رستوران ها بود و آنها اشاره می کردند که مایل به خوردن غذاهای سنتی و معمولی که مردم عادی در خانه هایشان می خورند هستند (ایمانی خوشخو و جاودانه، ۱۳۹۰). تمایل به مواد غذایی سنتی منجر به افزایش تولیدات کشاورزی می گردد. افزایش کشاورزی درآمد این بخش را افزایش داده و منجر به افزایش درآمد ملی و به سبب آن افزایش رفاه جامعه می شود که از طریق اثر القایی باعث جذب بیشتر گردشگر داخلی می گردد (R۸).

از طرف دیگر با افزایش تعداد گردشگر و نیاز به زیرساخت های گردشگری، زیرساخت های کشاورزی از جمله زمین کشاورزی تبدیل به هتل و امکانات گردشگری دیگر می شود که این به عنوان یک عامل منفی از تولیدات کشاورزی می کاهد (B۳).

گردشگری به مشارکت جوامع محلی نیاز اساسی دارد چرا که بهترین و توانمندترین راهنمایان تورهای گردشگری کسی نیست جز بومیان ساکن این مناطق که به راحتی می توانند هدایت چنین تورهای تخصصی را برعهده گیرند و همین مساله در کاهش مهاجرت های بی رویه روستائیان به کلان شهرها نیز نقش اساسی ایفا می کند و در این راستا چرخ بسیاری از مراکز اقامتی در دورافتاده ترین نقاط کشور به حرکت در خواهد آمد و باعث اشتغال زایی، ارتقای سطح زندگی مردم روستایی خواهد شد (پژوم، ۱۳۹۰).

در نتیجه همانطور که اشاره شد با افزایش تعداد گردشگر و توسعه صنعت گردشگری نیاز به مشارکت محلی بیشتر شده و باعث اشتغال زایی محلی می شود. این اثر از یک طرف اشتغال کشور و رفاه جامعه را افزایش می دهد و از طرف دیگر باعث عادلانه تر توزیع شدن درآمد می گردد. چون گردشگر در هر مرحله وجوه خود را به تولیدکننده به طور مستقیم پرداخت می کند. محاسبات نشان می دهد که توسعه توریسم در ایران باعث بهبود توزیع درآمد خواهد شد (صباح کرمانی، امیریان، ۱۳۷۸). توزیع عادلانه درآمد و درآمد زایی در روستاها منجر به کاهش مهاجرت به کلان شهرها از روستاها شده که این باعث رونق روستاها و افزایش جذابیت و توسعه روستاها می گردد. نهایتاً روستاهای توسعه یافته جذابیت گردشگری را افزایش می دهد (R۹).

۵-۴- نمودار آثار منفی



شکل شماره ۱۲: نمودار آثار منفی

شکل شماره ۱۲ آثار منفی گردشگری را در سه حلقه تعادلی نشان می دهد. رشد صنعت گردشگری در کشورهای پیشرفته به دو عامل اساسی بستگی دارد: برخورداری هر کشور از جاذبه های گردشگری و دیگری توجه به امر تبلیغات و بازاریابی. با افزایش تبلیغات آگاهی گردشگران از جاذبه های کشور افزایش می یابد در نتیجه گردشگران بیشتری جذب کشور می شوند. البته در رابطه با تبلیغات ضعف عمده ایی در کشور وجود دارد. به عنوان مثال در تحقیقی از گردشگران اروپایی سفر کرده به ایران مشخص شد گردشگران اروپایی شناخت چندانی از صنایع دستی ایران ندارند در صورتی که ایران از نظر تنوع صنایع دستی بسیار غنی می باشد (ایمانی خوشخو و جاودانه، ۱۳۹۰). با افزایش گردشگر میزان حمل و نقل چه از نظر تعداد و چه از نظر

مسافت افزایش می یابد که در بلند مدت باعث آلودگی هوا، آلودگی صوتی و ... می گردد (Sigala, ۲۰۰۸, Dickinson and Robbins ۲۰۰۸) که این خود از جذابیت کشور کاسته و باعث کاهش گردشگر در بلند مدت می گردد (B۴).

جهانگردی عاملی جهت زنده نگه داشتن سنتها و آداب و رسوم گذشتگان و همچنین راهی برای تنش زدایی بین کشورها و ایجاد تفاهم، وفاق و صلح بین المللی است (محمد پور، ۱۳۹۰). همچنین گردشگران را می توان سفیران خوبی برای معرفی و انتقال فرهنگ و هنر ایران به دیگر کشورها دانست اما با افزایش تعداد گردشگر بدلیل ورود افراد با فرهنگ های مختلف اگر ظرفیت فرهنگی بومی توسعه نیافته باشد آثار مخربی بر فرهنگ می گذارد. از طرف دیگر توسعه صنعت گردشگری علاوه بر اشتغال زائی و ایجاد درآمد، و با افزایش رفاه و آموزش، بسیاری از ناهنجاری ها همچون مشکلات امنیتی، فرهنگی و اجتماعی کاهش می یابد (اژدری، ۱۳۹۰) که این باعث کاهش تخریب فرهنگی می گردد. نهایتا تخریب فرهنگی باعث از بین رفتن یکی از منابع مهم گردشگری کشور که همان فرهنگ ایرانی است می گردد (B۵).

افزایش تعداد گردشگران باعث افزایش تقاضا می شود و از طرف دیگر توسعه صنعت گردشگری باعث افزایش سرمایه گذاری در این بخش و توسعه زیرساخت های گردشگری می شود. با افزایش زیرساخت ها عرضه گردشگری افزایش می یابد. اگر تقاضا از عرضه بیشتر گردد با از بین رفتن منابع روبرو می شویم. از طرف دیگر افزایش تعداد گردشگر بر روی منابع طبیعی با افزایش مصرف فشار وارد می کند که این نیز منجر به تخریب منابع شده (Mbugua& Kamau, ۲۰۰۵) و نهایتا از جذابیت کشور می کاهد (B۶). به دنبال افزایش جمعیت و فشار بر روی منابع طبیعی، مسئله توریسم و گردشگری نیز اثرات نامطلوبی بر محیط زیست برجای می گذارد (سیامک یگانه محلاتی، ۱۳۸۹). صنعت گردشگری به دلیل عوارض منفی آن بر محوطه ها و منابع طبیعی از یک سو و تخریب در سایت های فرهنگی و تاریخی مورد بازنگری قرار گرفته است. اعلام سال تنوع زیستی و شعار توریسم و تنوع زیستی در سال ۲۰۱۰ شاید از جمله موارد این بازنگری است.

۵- نتایج

در این مقاله با استفاده از الگو رانه-کشانه و رویکرد سیستم داینامیک و با کمک ابزارهای تصویر غنی و نمودار علت و معلولی به تاثیر گردشگری بر توسعه اقتصادی و اشتغال در کشور پرداختیم. برجسته ترین پیامد رونق گردشگری آثار مستقیم و غیرمستقیم آن بر کمیت ها و شاخص های کلان اقتصادی می باشد. این پیامدها از یک سو با افزایش سطح تولید کالاها و خدمات و ایجاد درآمد برای عاملان فعالیت های اقتصادی وابسته به گردشگری بازدهی خود را نمایان می کند و از سوی دیگر با ایجاد فرصت های شغلی جدید نه تنها بخشی از موفقیت های اقتصادی را به نمایش می گذارد، بلکه بهبود وضعیت اشتغال که یکی از مزیت های ویژه توسعه گردشگری به سبب ضریب فزاینده اشتغال آن است، بهبود شرایط اجتماعی و کاستن از آسیب ها و عوارض اجتماعی ناشی از بیکاری نیروی انسانی را نیز در پی دارد. همانطور که در مدل علت و معلولی قابل مشاهده است تاثیر این صنعت از جهات مختلف قابل بررسی است که عبارتند از:

- ورود ارز به کشور و ایجاد توازن تجاری
 - اشتغال در بسیاری از زمینه ها و بخش ها از جمله بخش صنعت، خدمات و ...
 - توزیع عادلانه ثروت در کشور و پایداری اقتصادی
 - فعال شدن و بهبود سیستم های حمل و نقل
 - افزایش سرمایه گذاری در بخش های مختلف صنعت گردشگری و به تبع آن بخش های خدماتی و صنعتی
 - افزایش تولیدات محلی و بومی و صنعتی (صنایع دستی و محصولات فرهنگی) و دیگر تولیدات صنعتی
 - افزایش میزان سرمایه گذاری بخش خصوصی (هتل سازی و سایر خدمات مرتبط)
- نهایتا با توجه به نمودارهای ترسیم شده می توان راه های زیر را به عنوان راه کارهایی جهت بهره برداری هر چه بهتر از این صنعت ارائه نمائیم:

- تبلیغات و اطلاع رسانی جاذبه های گردشگری به جهان
- برنامه ریزی صحیح در توازن بین عرضه و تقاضا
- کنترل آثار منفی فرهنگی، زیست محیطی و ... با برنامه ریزی صحیح و مدبرانه
- توسعه روستاها از طریق صنعت گردشگری
- سرمایه گذاری در تسهیلات زیربنایی و روبنایی
- برنامه ریزی جامعه جهت بهره برداری همه جانبه از بخش های خدماتی و صنعتی، کشاورزی از گردشگری
- تعامل بخش دولتی و خصوصی و حمایت دولت از سرمایه گذاری بخش خصوصی و خارجی

منابع

- استرمن، جان د، ترجمه: میرزایی دریانی، شهرام و همکاران (۲۰۰۰)، "پویایی شناسی سیستم تفکر سیستمی و مدل سازی برای جهان پیچیده"، چاپ دوم، انتشارات ترمه، ص ۲۸.
- حاجی غلام سربزیدی، علی؛ زارع مهرجردی، یحیی (۱۳۹۰). "پویایی های سیستمی"، (در حال چاپ).
- سنگه، پیترو، و همکاران، ترجمه خادمی گراشی، مهدی، و همکاران (۱۳۸۸). "پنجمین فرمان در میدان عمل استراتژی ها و ابزارهای ایجاد سازمان یادگیرنده" انتشارات آریانا قلم، ۱۳۱-۱۳۰.
- محمدی، یونس (۱۳۹۰). مزیت های سرمایه گذاری در صنعت گردشگری ایران. وبلاگ شخصی (www.uonsm.blogfa.com)
- یگانه محلاتی، سیامک (۱۳۸۹). بررسی و ارائه راهبردهای توسعه پایدار در شهرهای ساحلی و آثار توریسم بر محیط زیست شهری و توسعه پایدار آن. مقالات ارسالی به سایت آفتاب (www.aftabir.com)، ۷ اسفند ۱۳۸۹.
- محمد پور، شورش (۱۳۹۰). برنامه ریزی و توسعه صنعت توریسم در ایران. منبع: lostring.ir، ۳۱ فروردین ۹۰.
- کاظمی، مرتضی (۱۳۹۰). مقایسه رونق توریسم در ایران و مالزی، مقالات ارسالی به سایت آفتاب (www.aftabir.com)، ۵ دی ۱۳۹۰.
- صباغ کرمانی، مجید؛ امیریان، سعید (۱۳۷۸). بررسی اثرات اقتصادی توریسم در جمهوری اسلامی ایران با استفاده از تحلیل داده- ستانده. پژوهشنامه بازرگانی، ۵۷- ۸۳، ۱۳۷۸.

- ایمانی خوشخو، محمد حسین؛ جاودانه، علی (۱۳۹۰). میزان رضایت گردشگران اروپایی از تجربه سفر به ایران. فصلنامه علمی-پژوهشی گردشگری و توسعه، شماره ۱، زمستان ۱۳۹۰.
- پژوم، مه تاج، (۱۳۹۰). نقش و تاثیر صنعت گردشگری بر اشتغال ملی و منطقه ای، وبلاگ
(<http://dokh.persianblog.ir/page/1>)
- نادرپور، زهرا (۱۳۹۰)، بررسی تطبیقی زیرساختهای صنعت گردشگری ایران و استرالیا، وبلاگ
(<http://dokh.persianblog.ir/page/2>)
- ازدوری، علیرضا (۱۳۹۰)، نقش مدیریت در توسعه صنعت گردشگری، وبلاگ www.tourismscience.ir
- سقای، مهدی (۱۳۹۰)، گردشگری به عنوان یک سیستم، وبلاگ شخصی <http://touristy.blogfa.com>
- Meadows D. H. (۲۰۰۹), Thinking in Systems A Primer, Earth scan, ۲۷-۳۲.
- Forrester, J. (۱۹۶۱). Industrial Dynamics. The MIT Press, Cambridge, Mass. ۱۹۶۱.
- Forrester, J. (۱۹۶۹). Urban Dynamics. The MIT Press, Cambridge, Mass. ۱۹۶۹.
- Forrester, J. (۱۹۷۱). World Dynamics. The MIT Press, Cambridge, Mass. ۱۹۷۱.
- Hamidi Zadeh, MR. (۲۰۰۰), system dynamics, Print and Publishing Center, Shahid Beheshti Printing, pp. ۳۵, ۲.
- Fennell, D., and P. Eagles. (۱۹۹۰). Ecotourism in Costa Rica: A conceptual framework. Journal of Park and Recreation Administration ۸ (۱): ۲۳-۳۴.
- Rouhollah Ahmadi and Keivan Shahgholian, (۲۰۱۱). Designing And Evaluation Model Productivity For Tourism Industry With System Dynamics, International Review of Business Research Papers Vol. ۶, No. ۱ February ۲۰۱۰, Pp. ۵۹۰-۵۹۶
- Sigala, Marianna, (۲۰۰۸). A supply chain management approach for investigating the role of tour operators on sustainable tourism, homepage: www.elsevier.com/locate/jclepro, pp. ۲.
- Yan Fu, (۲۰۱۱). A System Dynamics Approach for Analyzing Sustainable Tourism Industry in China. International Conference on Management and Service Science (MASS), ۱۲-۱۴ Aug. ۲۰۱۱.
- McKercher, B. (۱۹۹۹). A chaos approach to tourism. Tourism Management, ۲۰, ۴۲۵-۴۳۴.
- Report of Access Economics, (۲۰۰۹). analysing the impact of a given change in international tourism activity on Australia's Top ۲۰ Tourism Regions. engaged by the Department of Resources, Energy and Tourism (DRET).
- Gronau, W, and A Kagermeier. (۲۰۰۷). Key factors for successful leisure and tourism public transport provision. Journal of Transport Geography ۱۵ (۲): ۱۲۷-۱۳۵.
- Ennew, Christine. (۲۰۰۳). Understanding the Economic Impact of Tourism. Som Nath Chib Memorial Lecture. ۱۴ Feb ۲۰۰۳.
- Pearce, D. (۱۹۹۲) Tourism Development, (second edition), New York: Longman, ۱۹۹۲.
- Dickinson, JE, and D Robbins. (۲۰۰۸). Representations of tourism transport problems in a rural destination. Tourism Management ۲۹ (۶): ۱۱۱۰-۱۱۲۱.
- Woo, E. et al (۲۰۱۱). A Comparative Study of Motivation across Different Festival Products. GradConf Hospitality, UMassAmherst.

- Grimm, K. E. & Needham, M. D. (2012). Internet promotional material and conservation volunteer tourist motivations: A case study of selecting organizations and projects. *Tourism Management Perspectives*, No. 1, pp 17-27
- Tkaczynski, A (2009). Destination segmentation: A recommended two-step approach. PhD thesis, University of Southern Queensland.
- Yoon, Y & Uysal, M. (2005). An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: a structural model. *Tourism Management*, No. 26
- Alegre, J. et al (2011). Analysing the influence of tourist motivations on tourist expenditure at a sun-and-sand destination. *Tourism Economics*, Vol. 17, No. 4
- Alegre, J & Cladera, M. (2012). Tourist characteristics that influence shopping participation and expenditures. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, Vol. 6
- Van Der Merwe, P. et al (2010). Travel motivations of tourists to selected marine destinations. *International Journal of Tourism Research*, vol. 13, No. 2
- Lee, Y. K. (2011). A Cultural Perspective on Motivation Factors Affecting Exhibition Participation. UNLV Theses/Dissertations/ Professional Papers/Capstones. Paper 1100
- Jie Jiang, Jun Li and Honggang Xu,(2010). System Dynamics Model for Transportation Infrastructure Investment and Cultural Heritage Tourism Development: A Case Study of Xidi and Hongcun Historical Villages. The 24th International Conference of the System Dynamics Society, July 20 – 24, 2010, Seoul, Korea.
- Thanh Van Mai Bosch O.J.H, and Maani E.Kambiz,(2011). Towards a shared systems model of stakeholders in tourism development in the Cat Ba biosphere reserve of Vietnam. 2011, The 24th International Conference of the System Dynamics Society, July 20 – 24, 2011, Washington, DC.
- L. Wakiuru Wamwara-Mbugua, Edward M. Kamau,(2005). A Systems Dynamics View of Tourism Development in Kenya.
- Kübra ÖNDER, Ayşe DURGUN(2008) .Effects Of Tourism Sector On The Employment In Turkey: An Econometric Application. First International Conference On Management And Economics, 28-29 March Arnavutluk, 2008
- Machel McCatty & Prudence Serju. (2006). *Tourism, Economic Growth & Employment*, Bank of Jamaica.
- Loutfi M., Moscardini A.O., Lawler K. (2000). Using System Dynamics to analyse the Economic Impact of Tourism Multipliers, The 14th International Conference of The System Dynamics Society, August 7 - 10, 2000, Bergen, Norway.
- Aris Anuar, A. N. et al (2012), Understanding the Factors Influencing Formation of Tourist Friendly Destination Concept, *J. of Management & Sustainability*, Vol. 2, No. 1