



جمهوری اسلامی ایران

وزارت امور خارجه

شماره :

۹۹۵۰/۲۸۴/۱۸۶۰۲۰

تاریخ :

۱۳۹۶/۱۰/۱۲

پیوست :

ندارد

نماینده وزارت امور خارجه در شمال و شرق کشور - مشهد

بسمه تعالی

مدیر کل محترم میراث فرهنگی ، صنایع دستی و گردشگری استان خراسان رضوی

موضوع: ارسال گزارش تحلیلی گردشگری در ترکیه و ایران

با سلام؛

احتراماً به پیوست تصویر نامه شماره ۷۸۹۴۲۶ مورخ ۵ / ۱۰ / ۱۳۹۶ سرکنسولگری جمهوری اسلامی ایران در طرابوزان حاوی گزارش تحلیلی تحت عنوان گردشگری در ترکیه و ایران - نگاه آماری و ارائه راه کارهای اجرایی برای احیای صنعت گردشگری در ایران که توسط جناب آقای مرتضی اوجاقلو دانشجوی دوره دکترای اقتصاد دانشگاه کارادنیز به صورت خلاصه و به شکل مقایسه آماری و با تمرکز بر آسیب شناسی وضعیت موجود و ارائه برخی راهکارها ی مفید جهت احیای صنعت گردشگری کشورمان تهیه شده است جهت ملاحظه و هرگونه بهره برداری ارسال می گردد.

غلامعباس ارباب خالص
مشاور وزیر و رئیس نمایندگی

مدیرکل محترم هماهنگی اموراتصادی استانداری خراسان رضوی

ریاست محترم اتاق بازرگانی ، صنایع، معادن و کشاورزی خراسان رضوی

ریاست محترم انجمن مدیران صنایع خراسان رضوی

اداره کل غرب آسیا

دفتر هماهنگی و راهبرد امور اقتصادی

اداره کل مشترک المنافع و قفقاز

سفارت جمهوری اسلامی ایران - آنکارا

سرکنسولگری جمهوری اسلامی ایران - طرابوزان

سرکنسولگری جمهوری اسلامی ایران - استانبول



سرکنسولگری جمهوری اسلامی ایران - طرابوزان

بسمه تعالی

اداره سوم مشترک المنافع و قفقاز

موضوع: گردشگری در ترکیه و ایران

باسلام،

احتراما؛ گزارش تحلیلی تهیه شده توسط دانشجوی ایرانی مقطع دکترای اقتصاد در دانشگاه کارادنیز طرابوزان - ترکیه تحت عنوان { گردشگری در ترکیه و ایران } که به درخواست این سرکنسولگری به صورت بسیار خلاصه و به شکل مقایسه آماری و با تمرکز بر آسیب شناسی وضعیت موجود و ارائه برخی از راهکارهای مفید جهت احیای صنعت سود آور گردشگری در کشورمان تهیه گردیده است ، به پیوست جهت استحضار ارسال می گردد.

خواهشمند است دستورفرمایند ضمن بررسی جهت بهره برداری تخصصی به سازمان میراث فرهنگی و گردشگری و دیگر مراکز ذیربط موثر در این حوزه منجمله ریاست جمهوری، وزارت کشور و اتاق ایران ارسال شود.

یادآوری می نماید این گزارش براساس آمار رسمی مراجع بین المللی تهیه شده و در صورت نیاز به بسط و توسعه تحقیق در خصوص هریک از موارد و آیتم های ذکرشده در این گزارش ، تهیه کننده گزارش آمادگی دارد به صورت پژوهشی مطالب درخواستی را تهیه و در اختیار قرار دهد. لطفا از نتیجه مطلع فرمایند.

رضا باغبان کنسولی
سرکنسول

رونوشت :

- مدیرکل دفتر هماهنگی و راهبرد امور اقتصادی
- دفتر مطالعات سیاسی بین المللی
- دانشکده روابط بین الملل
- جناب آقای حیدری منش مشاور محترم معاون کنسولی، امور مجلس و ایرانیان و رئیس دفاتر نمایندگی های داخل کشور
- سرکنسولگری جمهوری اسلامی ایران - ارزروم
- سرکنسولگری جمهوری اسلامی ایران - استانبول
- سفارت جمهوری اسلامی ایران - آنکارا
- نمایندگی وزارت امور خارجه - تبریز

- نمایندگی وزارت امور خارجه - آذربایجان غربی ارومیه
- نمایندگی وزارت امور خارجه - اردبیل
- نمایندگی وزارت امور خارجه در شمال و شرق کشور - مشهد
- نمایندگی وزارت امور خارجه - قزوین
- آقای نمایندگی وزارت امور خارجه - زنجان
- نمایندگی وزارت امور خارجه در کیش
- نمایندگی وزارت امور خارجه - اصفهان
- نمایندگی وزارت امور خارجه - قشم
- رئیس دفتر قائم مقام محترم وزیر

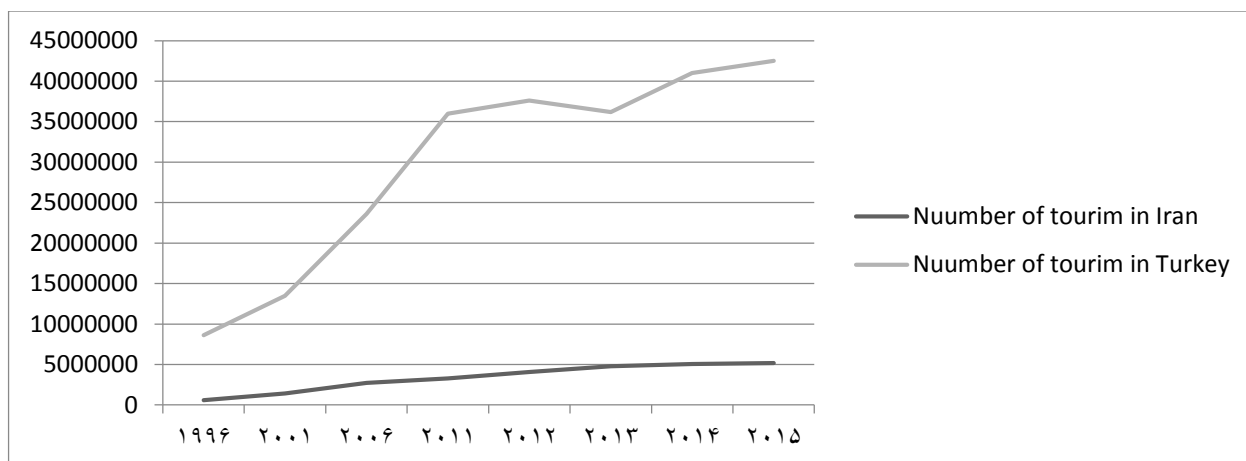
گردشگری در ترکیه و ایران

نگاه آماری و ارائه راهکارهای اجرایی برای

احیای صنعت گردشگری در ایران

*گردشگری در ترکیه و ایران

ترکیه یکی از موفقترین کشورهای در صنعت گردشگری خاصه در دو دهه اخیر می باشد. صنعت توریسم بر اساس تعداد گردشگران خارجی بازدید کننده از ترکیه در ۱۶ سال اخیر، رشد بیش از ۴۰۰ درصدی را تجربه کرد. تعداد بازدیدکنندگان از ترکیه بنا بر آمار سازمان آمار ترکیه در سال ۲۰۰۱، حدود ۱۲ میلیون نفر بود که همین آمار در سال ۲۰۱۵ به ۴۱ میلیون نفر افزایش یافت و در سال ۲۰۱۶ علیرغم مشکلات امنیتی و کودتای نافرجام، آمار بازدید کنندگان از ترکیه به ۳۱ میلیون نفر کاهش یافت اما در سال ۲۰۱۷ با اصلاح بعضی از قوانین این آمار مجددا سیر صعودی در پیش گرفته است. بخش خدمات مسافرتی که در سال ۱۹۷۵ تنها یک و نیم درصد بود، در سال ۲۰۱۵ این نرخ به حدود ۱۵ درصد از تولید ناخالص ترکیه رسید. یعنی می توان گفت سهم درآمد خدمات سیاحتی نسبت به تولید ناخالص داخلی در ترکیه تقریبا برابر با ۹۰ درصد درآمد نفت در تولید ناخالص داخلی ایران است و به دلیل تقریبا دو برابر بودن تولید ناخالص ملی ترکیه نسبت به ایران، درآمد خدمات سیاحتی از نظر درآمدی تقریبا دو برابر درآمد ایران از محل فروش نفت می باشد. این در حالی است که طبق آمار سازمان آمار ایران، آمار بازدید کنندگان از ایران در سال ۲۰۱۵ فقط ۵ میلیون و ۱۸ هزار نفر بوده که ۱/۸ همین آمار در ترکیه می باشد. نمودار زیر تعداد آمار بازدیدکنندگان از ترکیه و ایران را نشان میدهد.



نگاه اجمالی به وضعیت صنعت گردشگری در ایران:

۱. شاخص رقابت پذیری مسافرتی و گردشگری:



¹ World Tourism Organization (UNWTO) and World Travel and Tourism Council (WTTC)

وضعیت صنعت گردشگری کشور ایران حاکی از آن است که به لحاظ سهم بخش گردشگری از

تولید ناخالص داخلی، کشور ایران:

- در میان ۱۷۴ کشور جهان رتبه ۹۳
- سرمایه گذاری در صنعت گردشگری، در میان ۱۸۶ کشور جهان رتبه ۱۷۲ و در میان کشورهای خاورمیانه در رتبه آخر قرار گرفته است.
- همچنین به لحاظ ارزش صنعت گردشگری در سال ۲۰۰۵ کشور ایران در میان ۱۷۴ کشور جهان رتبه ۴۳ را کسب نموده است.

۲. مقایسه وضعیت گردشگری ایران و ترکیه:

Index Component	IRAN		TURKEY	
	Rank / 130	Score*	Rank / 130	Score*
 Travel & Tourism Competitiveness Index 1-7 (best)	93	3.4	44	4.1
 Enabling environment subindex 1-7 (best)	91	4.4	82	4.5
 Business environment 1-7 (best)	79	4.3	63	4.5
 Safety and security 1-7 (best)	87	5.2	116	4.1
 Health and hygiene 1-7 (best)	93	4.7	64	5.4
 Human resources and labour market 1-7 (best)	105	4.1	94	4.3
 ICT readiness 1-7 (best)	94	3.8	72	4.3
 T&T policy and enabling conditions subindex 1-7 (best)	90	4.1	75	4.2
 Prioritization of Travel & Tourism 1-7 (best)	117	3.6	87	4.3
 International Openness 1-7 (best)	109	2.4	50	3.9
 Price competitiveness 1-7 (best)	1	6.7	70	4.9
 Environmental sustainability 1-7 (best)	119	3.6	112	3.7
 Infrastructure subindex 1-7 (best)	101	2.6	38	4.3
 Air transport infrastructure 1-7 (best)	89	2.2	14	4.7
 Ground and port infrastructure 1-7 (best)	75	3.1	54	3.5
 Tourist service infrastructure 1-7 (best)	116	2.5	42	4.7
 Natural and cultural resources subindex 1-7 (best)	80	2.6	26	3.5
 Natural resources 1-7 (best)	100	2.4	70	3.0
 Cultural resources and business travel 1-7 (best)	36	2.6	16	4.1

ترجمه جدول ۲. مقایسه وضعیت گردشگری ایران و ترکیه

رنکینگ در میان ۱۳۵ کشور دنیا

ایران	ترکیه	
۹۳	۴۴	شاخص رقابت پذیری سیاحت و گردشگری
۹۱	۸۲	۱- فعالیت های محیطی
۷۹	۶۳	۱-۱. محیط کسب و کار
۸۷	۱۱۶	۱-۲. ایمنی و امنیت
۹۳	۶۴	۱-۳. سلامت و بهداشت
۱۰۵	۹۴	۱-۴. منابع انسانی و بازار کار
۹۴	۶۴	۱-۵. آمادگی در زمینه فناوری اطلاعات و ارتباطات
۹۰	۷۵	۲- سیاست گردشگری و سیاحت
۱۱۷	۸۷	۱- اولویت بندی مسافرتی و گردشگری
۱۰۹	۵۰	۲-۲. آزادی بین المللی
۱	۷۰	۲-۳. رقابت قیمتی
۱۱۹	۱۱۲	۲-۴. پایداری زیست محیطی
۱۰۱	۳۸	۳- زیرساختها و زیربنا
۸۹	۱۴	۳-۱. زیرساخت حمل و نقل هوایی
۷۵	۵۴	۳-۲. زیرساخت زمین و بندر
۱۱۶	۴۲	۳-۳. زیرساخت خدمات گردشگری
۶۰	۲۶	۴- منابع طبیعی و فرهنگی
۱۰۰	۷۰	۴-۱. منابع طبیعی
۳۸	۱۶	۴-۲. منابع فرهنگی و کسب و کار در گردشگری

توجه به آمار مقایسه ای جدول فوق نشانگر برخی از امتیازات قوی تر ایران نسبت به ترکیه است. به عنوان مثال در بخش امنیت و سلامت جایگاه ایران ۸۷ و جایگاه ترکیه ۱۱۶ می باشد

- تاثیر گردشگری بر اشتغال:

اثر صنعت سفر و گردشگری بر اشتغال در ایران همانطور که در نمودار ۷ مشاهده می شود، صنعت سفر و گردشگری در سال ۲۰۱۵ به طور مستقیم ۳۷۲ هزار شغل ایجاد کرده که این میزان ۹,۱ درصد از کل اشتغال است. انتظار می رود این میزان در سال ۲۰۱۲ با رشد ۲,۳ درصدی مواجه شده و به ۳۹۲ هزار شغل برسد (همچنان سهم آن از اشتغال ۹,۱ درصد می باشد) پیش بینی ها حاکی از رشد سالانه ۳,۳ درصدی در اشتغال بوده که برای سال ۲۰۲۲ انتظار میزان ۲۲۷ هزار شغل مستقیم می رود. نمودار ۸ نشان می دهد میزان اشتغال کل (مستقیم، غیرمستقیم و القایی) در سال ۲۰۱۵ برابر با ۵۱۱,۳۹۸,۱ شغل است که معادل ۲,۵ درصد از کل اشتغال را شامل می شود. پیشبینی میشود برای سال ۲۰۱۲ این مقدار با رشد ۸,۳ درصدی مواجه شده و به رقم ۳۵۲,۱ هزار شغل برسد. این رقم نیز ۷,۵ درصد از کل اشتغال را به خود اختصاص میدهد. پیش بینی ها برای سال ۲۰۲۲ نیز حاکی از رشد سالانه ۱,۳ درصدی در اشتغال کل و رسیدن به ۹۲۷,۱ هزار شغل و سهم ۱,۲ درصدی از کل اشتغال کشور میباشد.

- سرمایه گذاری ترکیه در بخش گردشگری و سیاحت:

بر اساس آمار سازمان جهانی گردشگری و سیاحت، از نظر حجم سرمایه گذاری، ترکیه با حجم سرمایه گذاری ۱۷,۵ (میلیارد دلاری) در بین ۱۰ کشور ردیف اول در سطح جهان و بالاتر از کشورهای پیشرفته در صنعت توریسم نظیر اسپانیا، ایتالیا و مصر قرار گرفته است. به طوری که میانگین جهانی سرمایه گذاری در بخش گردشگری و سیاحت در جهان در سال ۲۰۱۶ برابر با ۴,۴ (میلیارد دلار) و این میانگین در سطح اروپا ۲,۱ (میلیارد دلار) برآورد شد. در حالی که سرمایه گذاری ایران در این بخش برابر با ۳,۵ (میلیارد دلار) در ردیف ۳۹ جهان قرار داشت که پایین تر از میانگین خاورمیانه و

حتی کشوری نظیر عربستان و پاکستان می باشد. این آمار به صورت خلاصه در دو جدول پایین با

توجه به لوکاسیون کشورها مقایسه گردیده است

TRAVEL & TOURISM INVESTMENT		2016 (US\$bn)
6	Saudi Arabia	28.6
10	Turkey	17.5
29	Egypt	4.6
	World Average	4.4
	Middle East Average	3.8
36	Pakistan	3.6
39	Iran	3.5
44	Israel	3.0
62	Lebanon	1.2
70	Jordan	0.9
79	Oman	0.7
136	Syria	0.1

TRAVEL & TOURISM INVESTMENT		2016 (US\$bn)
10	Turkey	17.5
11	Spain	17.2
16	Italy	10.6
29	Egypt	4.6
	World Average	4.4
34	Morocco	4.1
38	Greece	3.5
	Other Europe Average	2.1
62	Lebanon	1.2
74	Tunisia	0.8
102	Cyprus	0.3
112	Malta	0.3

منبع: سازمان جهانی گردشگری و سیاحت

اشتغال:

با وجود مشکلات امنیتی و سیاسی در سال ۲۰۱۶ در ترکیه که بخش توریسم در ترکیه را تحت تاثیر سخت خود قرار داد تعداد شاغلان مستقیم و غیر مستقیم در ترکیه برابر با دو میلیون و دویست هزار نفر بود که در مقایسه با ایران با آمار یک میلیون و ششصد هزار نفر می باشد که ششصد هزار نفر بیشتر از ایران بوده که این رقم برابر با ۲۰٪ کل بیکاران در ایران می باشد.

این مهم نقش گردشگری در مبحث اشتغال را نشان می دهد که با سیاست گذاری صحیح در کوتاه مدت نیز قابل حصول می باشد.

- عوامل و رتبه بندی موانع توسعه گردشگری در ایران:

عوامل و درجه اهمیت فاکتورها در مبحث گردشگری در ایران را به طور خلاصه در جدول زیر می توان مشاهده نمود:^۲

- **ضعف زیربنایی** که حاصل از عدم سرمایه گذاری کافی در بخش گردشگریست در رده اول و عوامل دولتی و سیاسی وسایر در رده های بعدی مهمترین و تاثیر گذار ترین عامل ضعف صنعت توریسم در ایران می باشند.

² <http://www.sid.ir/FileServer/JF/6005913910901>

جدول (۴) میانگین رتبه عوامل مؤثر بر عدم توسعه گردشگری

رتبه	عامل	میانگین رتبه	آماره های آزمون کای دو	
۱	عامل زیربنایی	۵/۰۱	تعداد	۱۰۳
۲	عامل دولتی	۴/۶	χ^2	۵۵/۵۱
۳	عامل مدیریتی	۴/۵۵	درجه آزادی	۶
۴	عامل سیاسی	۴/۴۳	سطح معنی داری	۰/۰۱
۵	عامل انسانی	۳/۹		
۶	عامل اقتصادی	۲/۸		
۷	عامل فرهنگی	۲/۷۱		

نتیجه گیری :

تامل در جدول فوق برخی از حقایق قابل توجه درخصوص عوامل مهم بازدارنده و منفی در صنعت توسعه گردشگری را روشن می سازد منجمله :

- درحالی که ممکن است در افکار عمومی علت عدم افزایش ورود گردشگران خارجی به کشورمان ناشی از عواملی مانند موارد سیاسی - فرهنگی منجمله اسلامی بودن انقلاب کشورمان و تحریمهای غرب و امریکا و محدودیتهای مذهبی و فرهنگی کشورمان قلمداد شوند اما بررسی جدول فوق حقایق ملموس دیگری را مهمتر از دو فاکتور سیاسی ، اقتصادی و فرهنگی آشکار می سازد .
- از مجموع ۲۸ واحد اصلی سنجش عوامل بازدارنده، سه عامل بسیار مهمتر از عوامل سیاسی - فرهنگی با تاثیر گذاری به مراتب بیشتر قابل مشاهده است که به ترتیب شامل عامل زیربنایی (کمبود سرمایه گذاری در زیرساختهای گردشگری کشور) با حدود ۱۶٪ رتبه اول و عامل دولتی (بروکراسی) حدود

۱۵٪ و عامل مدیریتی (فقدان دانش و نگاه به روز مدیران گردشگری در این صنعت) حدود ۱۵٪ در

سه رده نخستین عوامل منفی قرار گرفته اند.

- با مطالعه بر گزارشات سازمان های جهانی گردشگری این نکته استنباط می شود که فعالیت های

توریستی تا حدود زیادی به فعالیت های جاری و عمرانی یک منطقه وابسته بوده و هم چنین وابسته

به ایجاد عوامل زیر بنایی و سایر عوامل حمایت کننده و قوانین و مقررات (امنیت) ، اطلاع رسانی،

هماهنگی سازمانهای مرتبط و گسترش حمل و نقل در امور ایرانگردی می باشد.

- ارتقاء شفافیت مالی جهت عضویت در شبکه های مالی بین المللی و ارتقاء همکاری با بانکها و مراکز

رتبه بندی مالی و پولی بین المللی .

- ارائه تبلیغات داخلی و خارجی خاصه در شبکه های خارجی و اینترنتی جهت به تصویر کشاندن

امکانات و استعدادهای طبیعی و جاذبه های متنوع توریستی و شناخت عمقی آن فرهنگ و خرده

فرهنگ ها و تمدن و تاریخ و هنجارهای اجتماعی ، اقتصادی در توسعه صنعت گردشگری بسیار مؤثر

خواهد بود. استفاده از وسایل ارتباط جمعی مانند تلویزیون ، رادیو، تلفن، پست، امکانات و فرصتهای

برگزاری کنفرانس ها و نمایشگاهها و جشنوارههای فرهنگی و هنری در داخل یا خارج کشور همچنین

استفاده از نشریاتی که دارای تصاویر جالبی باشند در جشنواره ها و کنفرانس های بین المللی و

داخلی بسیار مهم می باشند .

- گسترش حمل و نقل (بنادر، فرودگاهها و شبکه جاده ای) نه الزاما توسط دولت بلکه گشودن راه

برای بخش خصوصی در چارچوب اصل ۴۴ قانون اساسی کشور و ابلاغ مقام معظم رهبری نه تنها در

مبحث گردشگری بلکه در کل اقتصاد.

- از دیگر عوامل مهم تاثیرگذار بعد از عامل سیاسی، فقدان آموزشهای لازم برای نیروی انسانی شاغل

در بخش گردشگری است (از مهمانداران گرفته تا خدمه هتلها و خدمه حمل و نقل عمومی و) که

با حدود ۱۲٪ سهم ، نقش منفی در توسعه صنعت گردشگری را به خود اختصاص داده است.

- جالب توجه است که دو عامل اقتصادی و فرهنگی در آخرین رتبه عوامل بازدارنده در صنعت گردشگری کشورمان هرکدام حدود ۹٪ تاثیرگذاری، قرار گرفته اند یعنی محدودیتهای دینی و فرهنگی در کشورمان به عنوان یکی از عوامل کاهش تعداد گردشگر، در آخرین رده قرار دارد و لذا با آموزش مدیریت، کاهش بروکراسی و آموزش پرسنل در بخش خدمات گردشگری که حداقل سرمایه گذاری را می طلبند و از طریق نرم افزاری می توان عملاً ۷۰٪ - ۸۰٪ بر رشد و توسعه گردشگری کشور افزود.

ارزیابی :

برای دست یافتن به جایگاه درخور شان کشورمان همانطور که آمار واقعی و علمی در گزارش فوق نشان می دهد، بیش از سرمایه گذاری نیازمند به اراده جدی برای آموزش مدیریت و نیروهای خدماتی هستیم و از طرفی می توان با :

- دعوت از اساتید و مدرسین رشته های گردشگری و هتلداری و متخصصان فضاهای سبز و تفریحی
 - آموزش مدیران دولتی به صورت اجباری در بخش توریسم و گردشگری
 - و حتی الامکان پرهیز از انتصابات سیاسی مدیران فاقد عقبه دانش لازم در این رشته حیاتی و اولویت دادن به تخصص واقعی در این انتصابات،
- نسبت به احیای اقتصاد مقاومتی و جایگزینی درآمد گردشگری به جای بودجه نفتی که در معرض تحریمهای جدی قرار دارد، با حداقل هزینه شاهد شکوفایی صنعت درون زای گردشگری در ایران عزیز باشیم.

تهیه کننده : مرتضی اوجاقلو

دانشجوی دکترای اقتصاد از دانشگاه کارادنیز - ۱۳۹۶/۱۰/۵