

## صنعت گردشگری و تولید منطقه‌ای با تأکید بر محدودیت‌های استان سمنان از نظر زیرساخت‌های صنعت گردشگری

دکتر مجید مداح

عضو هیات علمی دانشگاه سمنان

### چکیده:

جهانگردی<sup>1</sup> یا گردشگری از زیر بخش‌های خدمات است که نقش مهمی را در درآمد زایی و اشتغال‌زایی کشورها دارد. علیرغم موقعیت ممتاز ایران از نظر جاذبه‌های تاریخی، وضعیت شاخص‌های جهانگردی شامل تعداد جهانگردان ورودی به کشور و درآمد جهانگردی در ایران مطلوب نیست. در این مقاله پس از مروری کوتاه بر ادبیات جهانگردی و بررسی وضعیت صنعت جهانگردی در دنیا به تعیین موقعیت نسبی ایران در این صنعت خواهیم پرداخت. سپس با استفاده از روش تحقیق علی به صورت تجربی اثر صنعت جهانگردی بر روی تولیدات منطقه‌ای را مورد بررسی قرار می‌دهیم. برای این کار ابتدا یک مدل اقتصادی از تولید ناخالص داخلی استان‌ها (GDP) ارایه شده و سپس این مدل با استفاده از روش حداقل مربعات معمولی (OLS)<sup>2</sup> تخمین زده شده است در تخمین مدل از اطلاعات اقتصادی ۲۸ استان کشور در مقطع زمانی ۱۳۸۲ استفاده شده است. نتایج حاصل از تخمین مدل نشان می‌دهد: صنعت گردشگری با ضریب ۵۳/۱ اثر بیشتری بر روی تولید منطقه‌ای نسبت به بخش‌های کشاورزی و صنعت و معدن دارد. علیرغم اهمیت بالای صنعت گردشگری در رشد تولید منطقه‌ای وضعیت استان سمنان از لحاظ زیر ساخت‌های صنعت گردشگری مطلوب نیست. این استان از نظر تأسیسات اقامتی شامل هتل، نسبت طول راه‌ها به مساحت استان و حمل و نقل هوایی به ترتیب دارای رتبه نوزدهم، بیست و هشتم و بیست و هشتم در سطح کشور است. بهبود این موقعیت نیازمند توسعه سرمایه‌گذاری در صنعت گردشگری استان سمنان است.

---

1- Tourism

2 - Ordinary Least Squares

## مقدمه:

صنعت گردشگری از پردرآمدترین و کم مخاطره‌ترین رشته از فعالیت‌های اقتصادی است. براساس آمارهای سازمان جهانی گردشگری<sup>۱</sup> تعداد گردشگران ورودی کشورها در سال ۲۰۰۵، ۸۰۶ میلیون نفر بوده که از این میزان ۵۴ درصد متعلق به کشورهای اروپایی است. پس از آن آسیا و آقیانوسیه، امریکا، افریقا و خاورمیانه به ترتیب با ۱۹، ۱۷، ۵ و ۵ درصد رتبه‌های بعدی از نظر آمار گردشگران را به خود اختصاص داده‌اند. میزان کل درآمد کشورها از صنعت گردشگری در سال ۲۰۰۵، ۶۸۰ میلیارد دلار بوده است که در این زمینه نیز اروپا پیشگام است و خاورمیانه تنها به ۲۷/۶ میلیارد دلار از این ثروت دست یافته است. همچنین آمارهای سازمان جهانی گردشگری نشان می‌دهد در سال ۲۰۰۴، ۷۷۷/۵ میلیون گردشگر وارد کشورهای مختلف شده‌اند که درآمدی معادل ۷۴۳ میلیارد دلار ایجاد نموده‌اند. این میزان درآمد ۱/۲ برابر کل درآمد کشورهای عضو اوپک از محل فروش نفت است. ایران علیرغم آن که جزء ۱۰ کشور برتر دنیا از نظر جاذبه‌های تاریخی است اما سهم اندکی از نظر تعداد جهانگرد ورودی و درآمد ایجاد شده در صنعت گردشگری دنیا دارد. در سال ۲۰۰۴ تنها ۱/۳ میلیون جهانگرد وارد ایران شده‌اند که درآمدی معادل ۱/۶ میلیارد دلار ایجاد کرده‌اند. این در حالی است که کشور کوچکی مانند امارات متحده عربی وضعیت بهتری از ایران داشته است. این کشور در سال ۲۰۰۴ پذیرای ۵/۸ میلیون گردشگر بوده است که این تعداد درآمدی معادل ۱/۵ میلیارد دلار برای این کشور ایجاد کرده‌اند.

یکی از راههای توسعه صنعت گردشگری در ایران و ارتقاء موقعیت آن در سطح جهان، تبیین جایگاه و نقش صنعت گردشگری در رشد تولیدات منطقه‌ای است. در این جا سوالی که مطرح است اینکه اثر صنعت گردشگری در مقایسه با تولید بخش های صنعت و معدن و کشاورزی بر روی تولید منطقه‌ای به چه میزان است؟

هدف این مقاله یافتن پاسخی مناسب به پرسش فوق است که در این راه از روش تحقیق علی از طریق ارایه و تخمین یک مدل اقتصادی از تولید ناخالص داخلی استان‌های کشور در مقطع زمانی ۱۳۸۲ استفاده می‌نماییم.

رونق گردشگری در هر منطقه تابع شرایط و ویژگیهای ملی و منطقه‌ای شامل سیاست‌های دولت، عوامل اجتماعی، فرهنگی و سیاسی هر منطقه، جاذبه‌های طبیعی و تاریخی، کمیت و کیفیت خدمات ارایه شده به گردشگران است در این ارتباط استان سمنان دارای جاذبه‌های متنوع تاریخی و فرهنگی مناسبی جهت جذب گردشگری می‌باشد که نمود آن وجود آثار متنوع تاریخی و معماری و جاذبه‌های فرهنگی در شهرهای مختلف استان می‌باشد. این امکانات گرچه شرایط

<sup>۱</sup> - World Tourism Organization (W.T.O)

بالموقع مناسبی را جهت ورود گردشگری به استان فراهم می‌کند اما لزوماً رونق صنعت گردشگری را به همراه ندارد. چرا که عامل مهم کمیت و کیفیت زیر ساخت‌های صنعت گردشگری نیز بر توسعه این صنعت در استان مؤثر است که در این مقاله موقعیت نسبی استان سمنان از جهت شاخص‌های مرتبط با زیر ساخت‌های صنعت گردشگری مورد بررسی قرار می‌گیرد.

## ۲- مروری بر ادبیات جهانگردی

جهانگردی یا گردشگری یک فعالیت اقتصادی است که شامل عرضه و تقاضا در زمینه امکانات اقامتی، پذیرایی و خدمات جانبی برای کسانی است که خارج از محل اقامت خود به سر می‌برند. طبق تعریف سازمان جهانی گردشگری، گردشگر شخصی است که به کشور یا شهری غیر از محیط زیست عادی خود برای مدتی که کمتر از ۲۴ ساعت و بیشتر از یکسال نباشد سفر کند و قصد او از سفر، تفریح، استراحت، ورزش، دیدار اقوام و دوستان، مأموریت، شرکت در سمینار، کنفرانس یا اجلاس، معالجه، مطالعه و تحقیق یا فعالیت مذهبی باشد. بر اساس این تعریف جهانگردان با هدف تفریح و ورزش، مطالعه و تحقیق، انگیزه‌های مذهبی و فرهنگی مبادرت به سفر غیر از محل اقامت خود می‌نمایند.

صنعت گردشگری یکی از منابع مهم درآمدی است که نقش بسزایی در ایجاد اشتغال و فرصت‌های جدید اقتصادی دارد. رونق گردشگری در هر منطقه تابع شرایط و ویژگی‌هایی است که بدون آنها امکان رشد آن وجود ندارد. از دیدگاه نظری ویژگی‌های طبیعی و انسانی، تصورات ذهنی گردشگران از موقعیت یک منطقه، خدمات و امکانات رفاهی، قوانین و مقررات و زیرساخت‌های صنعت گردشگری از عوامل مؤثر در توسعه صنعت گردشگری می‌باشند که در این ارتباط مطالعات مختلفی انجام شده است. هادمن<sup>۱</sup> (۱۹۹۰) معتقد است: جذابیت و ویژگی‌های سه عنصر آب و هوا، اشکال ناهمواری و پوشش گیاهی برای توسعه فعالیت‌های گردشگری اهمیت زیادی دارند. همچنین سوبیر<sup>۲</sup> (۲۰۰) به سه عنصر آثار فرهنگی و مراکز دیدنی، گردشگران و خدمات ارایه شده تحت عنوان مثلث صنعت گردشگری به عنوان عوامل مؤثر در رونق این صنعت اشاره می‌کند. کال<sup>۳</sup> (۱۹۸۵) و پری داکس<sup>۴</sup> (۱۹۹۳) نقش زیرساخت‌های حمل و نقل را به عنوان یکی از عوامل مؤثر در توسعه صنعت گردشگری مورد تأکید قرار داده‌اند و براین اساس کارو<sup>۵</sup> (۲۰۰۷) و سیتانا<sup>۶</sup> (۲۰۰۷) با استفاده از داده‌های ۲۸ کشور در دوره زمانی (۲۰۰۰-۱۹۹۰) نشان

<sup>1</sup>- Hudman

<sup>1</sup>- Sobir

<sup>2</sup>- Kaul

<sup>3</sup>- Prideaux

<sup>4</sup>- Kharoo

<sup>5</sup>- Seetana

داده‌اند: بالا بودن اندازه زیرساخت‌های گردشگری شامل تعداد اتاق‌ها در هتل‌های قابل دسترس، نسبت طول جاده به مساحت، تعداد ترمینال‌های فرودگاه‌های بین‌المللی و تعداد بنادر به طور معنی داری در توسعه صنعت گردشگری در هر کشور مؤثر است. این نتیجه در مطالعه دیگری نیز از سوی کارو و سیتانا تأیید شده است این مطالعات بیانگر اهمیت اندازه زیرساخت‌های گردشگری در توسعه صنعت گردشگری است.

### ۳- صنعت جهانگردی در دنیا و ایران

جهانگردی بنا به پیش‌بینی سازمان جهانی جهانگردی از پویاترین بخش‌های اقتصادی جهان است که در چند سال آینده از نظر درآمد در رأس صنایع موجود دنیا قرار می‌گیرد و بخش عمده‌ای از تجارت بین‌المللی را به خود اختصاص می‌دهد. رونق جهانگردی موجب بهبود وضعیت شاخص‌های اقتصادی مانند تولید و اشتغال در بخش‌های کشاورزی و صنعت از طریق افزایش تولید مواد غذایی و محصولات صنعتی مورد نیاز جهانگردان و بخش خدمات از طریق رونق زیربخش‌های هتلداری، رستوران داری، حمل و نقل و بازرگانی می‌شود و از این جهت به مانند بخش پیشرو در اقتصاد کشورها عمل می‌کند. براساس آمارهای موجود کل مخارج انجام شده توسط جهانگردان در کشورهای مقصد (درآمد جهانگردان برای کشورهای مقصد) حدود ۲/۱ برابر مجموع درآمد سالانه کشورهای عضو اوپک از محل فروش نفت است<sup>۱</sup> که این رقم نشان دهنده اهمیت بیشتر صنعت جهانگردی نسبت به نفت در درآمدزایی کشورهاست نظر به اهمیت صنعت جهانگردی در رونق اقتصاد ملی، رقابت جهانی میان کشورهای مختلف جهت جذب گردشگر وجود دارد. براساس آمارهای جدول (۱-۳) در سال ۲۰۰۴، ۷۷۷/۵ میلیون گردشگر از کشورهای مختلف جهان دیدن کرده‌اند که درآمدی معادل ۷۴۳ میلیارد دلار برای کشورهای مقصد ایجاد نموده‌اند. فرانسه، اسپانیا، امریکا و چین از جمله جذاب‌ترین کشورها برای جهانگردان می‌باشند به طوری که ۲۷/۸ درصد از کل جهانگردان دنیا از چهار کشور مذکور بازدید کرده‌اند همچنین درآمد حاصل از جهانگردی برای سه کشور اسپانیا، امریکا و چین در سال ۲۰۰۴ حدود ۱۹۰ میلیارد دلار بوده است. در بین کشورهای آسیای هنگ کنگ، مالزی و تایلند از جمله کشورهای ممتاز در جذب جهانگرد می‌باشند. در سال ۲۰۰۴، ۱/۳ میلیون نفر جهانگرد به ایران وارد شده‌اند که این تعداد درآمدی معادل ۱/۶ میلیارد دلار برای ایران ایجاد کرده‌اند. از نظر تعداد جهانگرد ورودی و درآمد ایجاد شده به ترتیب ۰/۲۱ درصد و ۰/۱۸ درصد از صنعت جهانگردی دنیا به ایران اختصاص دارد. جدول (۲-۳) موقعیت ایران را نسبت به چند کشور منطقه از لحاظ شاخص‌های جهانگردی نشان می‌دهد. همانطور که ملاحظه می‌گردد ایران به لحاظ شاخص‌های جهانگردی

<sup>۱</sup> - براساس آمارهای W.T.O و OPEC

نسبت به ترکیه، عربستان سعودی و امارت متحده عربی که دارای موقعیت جغرافیایی مشابه ایران هستند در سطح پایین‌تری قرار دارد. این در حالی است که ایران از حیث تاریخی، فرهنگی و ظرفیت‌های گردشگری نسبت به کشورهای مذکور در موقعیت بهتری قرار دارد. در این زمینه گزارش سازمان جهانی گردشگری نشان می‌دهد ایران از نظر میراث تاریخی جزء 10 کشور برتر دنیا و از حیث اکوتوریسم<sup>۱</sup> پنجمین کشور دنیاست. برای استفاده از این امکانات و رسیدن ایران به جایگاه مناسب در صنعت جهانگردی دنیا لازم است تا اقداماتی مانند معرفی آثار تاریخی و طبیعی ایران تبیین جایگاه ممتاز ایران به لحاظ بهره‌مندی از امکانات تاریخی و طبیعی به جهانیان، تقویت و توسعه سرمایه‌گذاریها در زیرساخت‌های صنعت گردشگری و فراهم سازی زمینه‌های مناسب سیاسی و فرهنگی صورت گیرد.

### ۱-۳- شاخص های جهانگردی در کشورهای منتخب - ۲۰۰۴

کشور	تعداد جهانگرد وارد شده به کشور - هزار نفر	مخارج جهانگرد در هر کشور - میلیون دلار
فرانسه	۷۵۱۲۱	-
اسپانیا	53599	51125
امریکا	46085	112780
چین	41761	27755
ایتالیا	37071	37872
انگلیس	27755	37193
روسیه	22051	6958
هنگ کنگ	21811	11815
مکزیک	20618	11566
کانادا	19095	14925
آلمان	18399	35589
مالزی	15703	6799
لهستان	14290	6499
یونان	13969	12809
تایلند	11737	13054
هلند	9646	11745
کل جهان	777534	743043

<sup>۱</sup> - اکوتوریسم (Ecotourism) گونه‌ای از گردشگری است که در آن گردشگران به دیدار مناطق طبیعی نامسکونی مانند گیاهان، ماهی‌ها و دیگر جانوران می‌پردازند.

Source: World Development Indicators, 2006

۲-۳- شاخص‌های جهانگردی در ایران و کشورهای منطقه - ۲۰۰۴

کشور	تعداد جهانگرد وارد شده به کشور - هزار نفر	مخارج جهانگرد در هر کشور - میلیون دلار
ترکیه	16826	-
عربستان سعودی	8579	6540
امارت متحده عربی	5871	۱۵۴۹
ایران	1659	1324
جمهوری آذربایجان	1349	79
کویت	91	414

Source: World Development Indicators, 2006

#### ۴- صنعت گردشگری و تولیدات منطقه‌ای

در این قسمت به بررسی نقش و جایگاه صنعت گردشگری در تولیدات منطقه‌ای با استفاده از تحلیل رگرسیون خطی ساده می‌پردازیم. برای این کار از روابط حسابداری ملی استفاده نموده‌ایم. بنا به تعریف تولید ناخالص از جمع ارزش افزوده بخش‌های مختلف اقتصادی شامل کشاورزی، صنعت و معدن و خدمات بدست می‌آید. بخش خدمات به کلیه فعالیت‌های بازرگانی و واسطه‌گری، هتل و رستوران دارای، حمل و نقل، آموزش و بهداشت مربوط می‌شود که آنرا به دو زیر بخش هتل و رستوران و سایر خدمات می‌توان تقسیم بندی نمود. در این بین از ارزش افزوده هتل و رستوران بعنوان متغیر جانشین<sup>۱</sup> صنعت گردشگری استفاده می‌نماییم.<sup>۲</sup> در واقع با افزایش تعداد مسافران و گردشگران وارد شده به هر منطقه تقاضا برای امکانات رفاهی مانند هتل و رستوران افزایش می‌یابد که از طریق آن ارزش افزوده هتل و رستوران می‌تواند افزایش یابد. بر این اساس

#### 1- Proxy Variable

۲- فقدان اطلاعات و آمار از حجم و ارزش تولید فعالیت‌های گردشگری در هر استان ما را ناگزیر به استفاده از متغیر جانشین نمود.

ارزش افزوده هتل و رستوران شاخص بیانگر توسعه صنعت گردشگری در هر استان است. با این تعریف ابتدا مدل اقتصادی زیر را در نظر می‌گیریم:

$$rGDP=f(rAG,rID,rRHS,rOS) \quad (1)$$

که در آن

rGDP: تولید ناخالص داخلی استان به قیمت ثابت ۱۳۷۶

rAG: ارزش افزوده بخش کشاورزی استان به قیمت ثابت ۱۳۷۶

rID: ارزش افزوده بخش صنعت و معدن استان به قیمت ثابت ۱۳۷۶

rRHS: ارزش افزوده هتل و رستوران استان به قیمت ثابت ۱۳۷۶

rOS: ارزش افزوده سایر خدمات استان به قیمت ثابت ۱۳۷۶ می‌باشند.

سپس از اطلاعات اقتصادی استان های کشور برای تخمین مدل فوق استفاده می‌نماییم جدول (۱-۴) آمارهای اقتصادی مربوط به ۲۸ استان کشور را در مقطع زمانی ۱۳۸۲ نشان می‌دهد. با وارد کردن این اطلاعات در مدل (۱) و تخمین آن به روش حداقل مربعات معمولی (OLS) معادله رگرسیون خطی زیر بدست آمد، در این معادله نسبت به مدل (۱) متغیر ارزش افزوده سایر خدمات (rOS) از مجموعه متغیرهای توضیحی سمت راست به دلیل اثر نامطلوب بر نتایج آماری مدل حذف شده است.

$$\hat{rGDP}_i = 1112/5 + 0/67rAG_i + 0/97rID_i + 53/1rRHS_i$$

$$t \quad (1/9) \quad (2/4) \quad (31/) \quad (41/7)$$

$$R^2 = 0/99, \quad D.W = 2/1, \quad F = 1902, \quad n = 28$$

که در آن اندیس  $i$  بیانگر اطلاعات استان  $i$  ام و اعداد داخل پرانتز نشان‌دهنده آماره مربوط به معنی دار بودن ضرایب رگرسیون است. فرضیه وجود خود همبستگی<sup>۲</sup> و ناهمسانی واریانس<sup>۳</sup> با تکیه بر آزمون‌های LM<sup>۴</sup> و وایت<sup>۵</sup> رد می‌شود که براین اساس نتایج بدست آمده در رگرسیون (۲) قابل اعتماد است. هر یک از ضرایب متغیرهای توضیحی از لحاظ آماری در سطح اطمینان ۹۹ درصد معنی‌دار بوده و علائم ضرایب از لحاظ اقتصادی مطابق انتظار می‌باشد. مقدار ضریب تعیین 99/0 بدست آمده که نشان می‌دهد 99 درصد از تولید ناخالص داخلی واقعی در سطح استان‌های

1- Ordinary Least Squares

2 - Correlation

3 - Heteroscedasticity

4- LM Test

5- White Test

کشور توسط ارزش افزوده یا تولید واقعی بخش های کشاورزی و صنعت و معدن و زیر بخش هتل و رستوران در هر استان توضیح داده می شود نکته حایز اهمیت در نتایج بدست آمده اندازه ضریب ارزش افزوده رستوران و هتل به عنوان متغیر جانشین صنعت گردشگری در مقایسه با اندازه دیگر ضرایب برآوردی می باشد.

مقایسه ضرایب متغیرهای توضیحی در معادله (۲) نشان می دهد اثر نهایی صنعت گردشگری بر تولیدات منطقه ای بیش از اثر نهایی تولیدات کشاورزی و صنعت و معدن می باشد به نحوی که با افزایش یک واحد (میلیارد ریال) در تولید رستوران و هتل (جانشین صنعت گردشگری) تولید ناخالص داخلی استانها ۵۳/۱ واحد (میلیارد ریال) افزایش می یابد این در صورتی است که با افزایش یک واحدی تولید در بخش های کشاورزی و صنعت و معدن تنها ۰/۶۷ و ۰/۹۷ واحد تولیدات منطقه ای افزایش می یابد. به عبارت دیگر رونق صنعت گردشگری از طریق افزایش ارزش افزوده رستوران و هتل اثر بیشتری بر روی تولید ناخالص داخلی استانها نسبت به دیگر بخش های اقتصادی دارد که این نتیجه نقش پیشتاز صنعت گردشگری در رشد تولیدات منطقه ای تصدیق می کند.



جدول ۱-۴. اطلاعات اقتصادی استان های کشور - میلیارد ریال - ۱۳۸۲

استان	تولید ناخالص داخلی (۱۳۷۶-۱۰۰)	ارزش افزوده کشاورزی (۱۳۷۶-۱۰۰)	ارزش افزوده صنعت و معدن (۱۳۷۶-۱۰۰)	ارزش افزوده رستوران و هتل (۱۳۷۶-۱۰۰)
آذربایجان شرقی	19891/55	2477/954	6375/414	237/1675
آذربایجان غربی	10982/40	2168/398	2068/462	122/0725
اردبیل	5417/239	1341/316	794/6133	86/87392
اصفهان	32419/22	2871/570	14524/72	317/8929
ایلام	2454/682	312/7280	1189/641	18/75648
بوشهر	16873/20	603/0531	13098/62	27/01209
تهران	126090/5	2556/582	34784/99	1656/477
چهارمحال و بختیاری	3462/556	803/2514	634/0700	13/12608
خراسان	31580/53	5260/745	7458/610	407/8411
خوزستان	66639/88	3074/703	56625/74	149/1883
زنجان	4227/820	1017/050	1438/812	36/06218
سمنان	3706 /801	707/7320	1189/779	13/98964
سیستان و بلوچستان	5925/741	955/6305	965/2855	19/17098
فارس	23580/70	4441/237	6294/429	189/2919
قزوین	7144/454	1178/668	2960/175	62/41796
قم	5059/665	450/9516	1433/103	57/47841
کردستان	4733/750	863/0452	746/4088	48/60104
کرمان	12522/57	3365/226	3262/431	80/58722
کرمانشاه	7012/968	1253/608	1619/751	74/12781
کهگیلویه و بویر احمد	17339/65	519/5876	17032/83	13/95509
گلستان	7824/756	2088/660	960/3591	30/32815
گیلان	11583/29	1977/201	2803/545	187/3230
لرستان	6298/351	1326/051	1168/462	30/98446
مازندران	18448/45	4533/148	3784/024	2164/76
مرکزی	11313/21	1274/584	5645/074	71/43351
هرمزگان	9738/520	1199/048	2400/921	65/80311
همدان	7958/955	1954/718	1531/215	59/62003
یزد	6403/355	771/9270	2397/099	28/35924

منبع: آمارهای تولید و ارزش افزوده بخشهای مختلف اقتصادی مندرج در سالنامه آماری کشور، با استفاده از

شاخصهای قیمت مربوطه در سال ۱۳۸۲ تعدیل شده است

### ۵- محدودیت‌های توسعه صنعت گردشگری در استان سمنان

استان سمنان دارای ۵۸۹/۷ هزار نفر جمعیت با نرخ باسوادی ۸۸/۶ درصد است. میزان تولید ناخالص داخلی استان در سال ۱۳۸۲، ۹۲۱۱ میلیارد ریال بوده است که از این میزان سهم بخش

های کشاورزی، صنعت و معدن و خدمات به ترتیب ۱۹/۳، ۲۸ و ۵۰ درصد می‌باشد. سهم استان از تولید ناخالص داخلی کشور ۰/۷۶ درصد است. استان سمنان دارای جاذبه‌های متنوع تاریخی و فرهنگی مناسب جهت جذب گردشگر است که از مهمترین آنها به موارد زیر می‌توان اشاره نمود.

الف - جاذبه‌های تاریخی و معماری: مناطق مختلف استان سمنان در برگیرنده آثار تاریخی و معماری قابل توجهی است. مسجد جامع سمنان، منار سلجوقی مسجد جامع، خانقاه و مزار شیخ‌علاءالدوله، مسجد امام (مسجد شاه یا سلطانی) گرمابه حضرت، دروازه ارگ، بازار سمنان و بازار شیخ‌علاءالدوله، قلعه‌های سارو، کوشمغان، زاوقان، کاروانسرای سنگی آهوان، کاروانسرای شاه عباسی در سمنان، عمارت چشمه علی، گنبد چها دختر و مسجد تاریخانه در دامغان، مجموعه تاریخی بسطام در شاهرود و قصرها و عمارات مربوط به دوره‌های صفویه و قاجاریه در گرمسار از جمله مهمترین بناهای تاریخی و معماری استان سمنان به شمار می‌آیند.

ب - جاذبه‌های فرهنگی: علاوه بر آثار و بناهای تاریخی، جاذبه‌های کویری و کوهستانی از ویژگی‌های ممتاز استان جهت جذب گردشگر می‌باشد در این زمینه به وجود ایل‌ها و عشایر منطقه سمنان و انواع صنایع دستی تولیدی مانند قالی، گلیم، جاجیم، شال بافی، سجاده‌بافی، چادرشب، سبده‌بافی، زیلوبافی، کرباس، سفال و سرامیک، نمد، منبت‌کاری، معرق‌کاری و چرم‌سازی می‌توان اشاره نمود.

امکانات بالقوه فوق شرایط مناسبی را برای ورود گردشگر به استان سمنان فراهم می‌نماید. افزایش ورود گردشگران به استان سمنان موجب توسعه و رونق صنعت گردشگری می‌شود که این امر نیز تولید ناخالص داخلی استان سمنان را در مقیاس وسیع افزایش می‌دهد. توسعه صنعت گردشگری نیازمند الزامات مختلفی است که از جمله مهمترین آنها زیرساخت‌های صنعت گردشگری است در این ارتباط بر اساس آمارهای جدول (۱-۵) استان سمنان از لحاظ زیرساخت‌های صنعت گردشگری با محدودیت‌های ساختاری مواجه است، همانطور که ملاحظه می‌گردد در این استان تنها ۸ هتل ارایه دهنده خدمات به گردشگران وجود دارد که از این حیث

رتبه استان در سطح ملی نوزدهم است. براساس اطلاعات موجود، استان سمنان فاقد هتل پنج ستاره و چهار ستاره است.

اندازه کمی و کیفی راههای استان بر سهولت و سرعت حمل و نقل گردشگران مؤثر بوده و می‌تواند موجب کاهش هزینه استفاده از امکانات بالقوه تاریخی و فرهنگی استان گردد. در این ارتباط استان سمنان از نظر شاخص نسبت طول راه به مساحت دارای رتبه بیست و هشتم در سطح کشور است که این موقعیت می‌تواند هزینه نسبی مصرف امکانات بالقوه تاریخی و فرهنگی استان در سطح ملی را افزایش می‌دهد.

زمان، عامل مهمی در برنامه‌ریزی‌های شخصی و اجتماعی است. یکی از عواملی که هزینه فرصت استفاده از قابلیت‌های اقتصادی و گردشگری یک منطقه را کاهش می‌دهد، امکانات ایجاد شده از طریق حمل و نقل هوایی است علی‌رغم اهمیت این موضوع، استان سمنان فاقد فرودگاه فعال جهت ارائه خدمات به گردشگران داخلی و خارجی است که این محدودیت موجب رتبه بیست و هشتم استان از نظر شاخص تعداد مسافران حمل شده توسط شرکت‌های هواپیمایی در سطح کشور شده است. سمنان از معدود مراکز استان در سطح ملی است که فاقد فرودگاه است و متأسفانه همواره توجیه این بوده که فاصله سمنان تا مرکز کشور تنها ۲ ساعت است و بنابراین نیازی به فرودگاه نیست! غافل از آنکه کاربرد خدمات هوایی تنها در جابجایی مسافر نیست و توسعه آن پیامدهای خارجی مثبتی نیز مانند کاهش هزینه فرصت اقتصادی در مبادلات تجاری، فرهنگی و آموزشی به همراه دارد.

در مجموع به نظر می‌رسد به لحاظ شاخص‌های مرتبط با صنعت گردشگری، استان سمنان دارای موقعیت مناسبی نیست که این مسئله در برنامه‌ریزی‌های منطقه‌ای باید مورد توجه قرار گیرد.

جدول ۱-۵. زیر ساخت‌های توسعه صنعت گردشگری در استان سمنان - ۱۳۸۲

موقعیت استان در سطح کشور	شاخص		
رتبه نوزدهم از لحاظ تعداد تأسیسات اقامتی	پنج ستاره (۰)	۸ هتل	تأسیسات اقامتی شامل مهمانخانه (هتل)
	چهار ستاره (۰)		
	سه ستاره (۲)		
	دو ستاره (۴)		
	یک ستاره (۲)		
رتبه بیست و هشتم از لحاظ نسبت طول راه به مساحت	آزاد راه (۰) راه اصلی (۹۵۰) راه فرعی (۶۶۸)	۱۶۱۸ کیلومتر	طول راههای استان
رتبه بیست هشتم از لحاظ تعداد فرودگاه و تعداد مسافران حمل شده توسط شرکت‌های هواپیمایی	یک فرودگاه غیر فعال		حمل و نقل هوایی

منبع: ۱- مرکز آمار ایران، سالنامه آماری کشور در سالهای ۱۳۸۳ و ۱۳۸۲

۲- محاسبات محقق

### نتیجه‌گیری و پیشنهادات:

ورود گردشگران به هر کشور موجب درآمدزایی و ایجاد فرصت‌های اقتصادی جدید می‌شود که از این طریق سطح فعالیت‌های اقتصادی در بخش‌های مختلف تحریک می‌شود. در حال حاضر علیرغم موقعیت ممتاز ایران از لحاظ جاذبه‌های تاریخی و اکوتوریسم، سهم اندکی از تعداد کل گردشگران ورودی به کشورها و درآمد کل ایجاد شده در دنیا به ایران اختصاص دارد. یکی از عواملی که می‌تواند موجب ارتقاء جایگاه جهانی ایران در صنعت گردشگری گردد، فعال شدن این

صنعت در سطح استان‌های کشور است. برآوردهای این مقاله نشان می‌دهد: توسعه صنعت گردشگری اثر نهایی بیشتری بر روی تولید منطقه‌ای نسبت به بخش‌های کشاورزی و صنعت و معدن دارد که این نتیجه نقش پیش‌تاز صنعت گردشگری را در توسعه منطقه‌ای تبیین می‌سازد. استان سمنان علیرغم بهره‌مندی از جاذبه‌های تاریخی و معماری مانند انواع بناهای تاریخی در شهرهای مختلف استان و داشتن جاذبه‌های فرهنگی مانند وجود ایل‌ها و عشایر در مناطق مختلف استان با محدودیت‌های ساختاری در توسعه صنعت گردشگری مواجه است. در این استان تنها ۸ هتل ارائه‌کننده خدمات به گردشگران وجود دارد که از این حیث رتبه نوزدهم در سطح ملی به استان اختصاص دارد. همچنین از نظر شاخص طول راه به مساحت و از نظر تعداد فرودگاه و مسافران حمل شده توسط شرکت‌های هواپیمایی رتبه بیست و هشتم در سطح ملی به استان اختصاص دارد. حال با توجه به اهمیت بالای صنعت گردشگری در افزایش تولید منطقه‌ای و بهره‌مندی استان از امکانات بالقوه توسعه صنعت گردشگری لازم است تا اولاً: توسعه صنعت گردشگری در برنامه توسعه منطقه‌ای بطور جدی مورد توجه قرار گیرد ثانیاً: با افزایش توسعه سرمایه‌گذاری‌های دولتی و خصوصی در زیرساخت‌های صنعت گردشگری استان سمنان مانند تأسیسات اقامتی، راه و فرودگاه زمینه ورود و اقامت بیشتر گردشگران در استان فراهم شود.

#### منابع و مآخذ:

- ۱- توریسم یا گردشگری ملی (۱۳۸۵)، ماهنامه اتاق بازرگانی، شماره ۹.
- ۲- چشم‌انداز سرمایه‌گذاری در استان سمنان (۱۳۸۶) معاونت برنامه‌ریزی استانداری سمنان.
- ۳- خلاصه مقالات اقتصادی کشور (۱۳۸۴) بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران.
- ۴- داس ویل، راجر (۱۳۷۸) مدیریت جهانگردی، مبانی، راهبردها و آثار، ترجمه سید محمد اعرابی و داود یزدی، دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- ۵- سالنامه آماری کشور (۱۳۸۴) مرکز آمار ایران.

۶- مجموعه مقالات نخستین همایش جهانگردی و جمهوری اسلامی ایران (۱۳۷۷) سازمان آزاد منطقه کیش.

۷- نظری نژاد، محمدعلی، مرغوب، حوا (۱۳۸۲) نقش میراث فرهنگی و صنعت گردشگری در توسعه اقتصادی کشور و معرفی الویت‌های آن، مجموعه مقالات همایش سیاست‌ها و مدیریت برنامه‌های رشد و توسعه در ایران، مؤسسه عالی آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه‌ریزی.

8-Khadaroo, J. Seetana, B. (2007) The Rol of Transport Infrastructure in International Tourism Development: A Gravity Model Approach, Tourism Management, pp.1-9.

9- Khadaroo, J. Seetana, B. (2007) Transport Infrastructure and Tourism Development, Annals of Tourism Research, Vol.34, No.4, pp.1021-1032.

10- Prideaux, B. (2000) The Role of the Transport System in Destination Development, Tourism Management 21, pp.53-63.

11- Report (2006) World Bank Development Indicators.

12- Report (2006) World Tourism Organization.