

نقش گردشگری فرهنگی در توسعه اقتصاد مقاومتی

مریم زاهدی

دانشجوی دکترا، مدیریت فرهنگی، دانشکده مدیریت، واحد تهران شمال دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

marmi_55@yahoo.com

دکتر سوسن علایی

عضو هیأت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال (نویسنده مسول)

S_alaei@iau-tnb.ac.ir

1

چکیده

امروزه مبحث اقتصاد مقاومتی در اختیار برنامه ریزان اقتصادی قرار گرفته است و برای حصول نتیجه در عرصه های اقتصادی، گردشگری چهره ای مقاومتی به خود گرفته است. گردشگری به عنوان یک فعالیت و یا صنعت بین رشته ای با اتکا به فرهنگ غنی و توانمندی های بالقوه باستانی، تاریخی، طبیعی و فرهنگی ایران می تواند منافع قابل توجهی را در زمینه اقتصادی برای کشور به ارمغان آورد و یکی از مهم ترین ابزارها در قطع وابستگی به درآمدهای نفتی کشور باشد. در تدوین استراتژی اقتصاد مقاومتی می توان گردشگری را یکی از اهداف مهم اقتصادی قلمداد کرد و از گردشگری به عنوان ابزاری در برابر چالش های فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی استفاده کرد. از آنجایی که گردشگری در رشد و توسعه اقتصادی کشور نقش بسزایی دارد، هدف از این مقاله " بررسی گردشگری فرهنگی در اقتصاد مقاومتی " است که با روش کتابخانه ای به بررسی نقش گردشگری فرهنگی در اقتصاد مقاومتی کشور به عنوان یکی از اقدامات راهبردی در راستای تحقق اقتصاد مقاومتی پرداخته است. با توجه به یافته های به دست آمده گردشگری می تواند در اقتصاد مقاومتی تأثیر بسزایی در میزان اشتغال، میزان درآمد خانوارها، سطح رفاه و رشد اقتصادی داشته است. زیرا هر چه مردم در بهبود شرایط؛ شریک باشند و در نتیجه حرکت به سمت رفع مشکلات ملموس تر باشد حمایت مردم از برنامه های آتی بیشتر خواهد بود. پس می توان گفت یکی از مهم ترین عوامل موفقیت در جریان گردشگری و بهبود اقتصاد، بهبود وضعیت معیشت خانوارها است.

کلیدواژه: گردشگری، گردشگری فرهنگی، اقتصاد، اقتصاد مقاومتی، اقتصاد گردشگری.

مقدمه

امروزه کشورها دریافته‌اند برای رسیدن به رشد و توسعه اقتصادی تنها اتکا به منابع ملی و صادرات آن کافی نیست، بلکه بایستی با برنامه‌ریزی و مدیریت اصولی ابتکار عمل را در دست گرفت و در رقابت حساس بین‌المللی حضوری فعال داشت. آنچه در چند دهه اخیر در محوریت برنامه‌ریزی‌های توسعه قرار گرفته است، روی آوردن به بحث توسعه صنعت گردشگری است. با نگاهی به آمارهای منتشر شده از سوی یونسکو و سایر سازمان‌های متولی گردشگری و میراث فرهنگی جهانی می‌توان دریافت که توریسم در هزاره سوم به صنعت شماره یک در عرصه بین‌المللی تبدیل خواهد شد. آمارهای سال ۲۰۰۴ نشان می‌دهد درآمد ناشی از گردشگری حدود ده درصد تولید داخلی کشورهای گردشگرپذیر بوده است.

این امر توریسم را به مهم‌ترین بخش اقتصادی در سطح جهانی تبدیل کرده است (Srinivasan et al., 2012). همچنین ارزش صنعت گردشگری جهان در سال ۲۰۰۵ به ۶/۲ تریلیون دلار بالغ گردیده است (رضایی و زاهدین فرد، ۱۳۸۴). صنعت گردشگری صنعتی درآمدزا و به‌عنوان صنعتی مولد در جهان شناخته شده است و از آن به‌عنوان درآمد تولیدشده و اشتغال نام‌برده می‌شود (نوبرت ونهوه، ۲۰۱۷). امروزه با افزایش نیاز انسان به سفر، آسان شدن حمل‌ونقل و ایجاد قوانینی برای ساعات کار اداری، توجه کشورها به سرمایه‌گذاری در این بخش بیشتر شده است. گردشگری با داشتن آثار فرهنگی، اجتماعی، زیست‌محیطی، سیاسی و اقتصادی می‌تواند به نوبه خود چرخ‌های کشور را به سمت پیشرفت سوق دهد و با گسترش درست و اصولی، توسعه را در تمامی بخش‌های اقتصادی به‌صورت مستقیم و غیرمستقیم ایجاد نماید و حتی جنبشی باورنکردنی در کشور ایجاد کند. اقتصاد مقاومتی یک نظام اقتصادی هماهنگ با سیاست‌های کلان سیاسی و امنیتی و برای مقاومت در برابر اقدامات تخریبی شکل می‌گیرد تا بتواند در برابر ضربات اقتصادی تحریم‌ها و توطئه‌های گوناگون مقاومت کرده و توسعه و پیشرفت خود را ادامه داده و روند روبه رشد همه‌جانبه خود را در ابعاد ملی، منطقه‌ای و جهانی حفظ نماید. اقتصاد مقاومتی رابطه نزدیکی با انسجام ملی دارد (به نقل از آشفته پور و همکاران، ۱۳۹۴).

مبانی نظری

امروزه صنعت گردشگری یکی از مهم‌ترین فعالیت‌های اقتصادی در جهان به شمار می‌آید که علاوه بر منافع اقتصادی، فرصت بسیار مناسبی را در اختیار بازدیدکنندگان قرار می‌دهد تا نسبت به اهمیت حفظ فرهنگ‌ها و چگونگی محافظت از فرهنگ‌های محلی و چشم‌اندازهای طبیعی آگاه شوند. این شرایط برای روستاها، شهرها و نواحی دور دست طبیعی درآمد خوبی ایجاد می‌کند. مروری بر ادبیات برنامه‌ریزی گردشگری مبین آن است که تاکنون چندین رویکرد عمده در مورد بخش گردشگری وجود داشته است. گتز در ارتباط با برنامه‌ریزی توریسم این رویکردها را مورد توجه قرار داده است. دیدگاه تقویت‌گراها، رویکرد اقتصادی صنعتی‌مدار، رویکرد فیزیکی - فضایی، رویکرد اجتماعی‌مدار

و رویکرد برنامه‌ریزی توسعه پایدار. رهیافت تقویت‌گرا تفکر ساده‌انگارانه‌ای است که معتقد است توسعه توریسم ذاتاً خوب است و دارای محاسن خودکاری برای میزبان است. گتز معتقد است رهیافت تقویت‌گرایی همیشه مورد استفاده خواهد بود و این توسط دو گروه مورد تأکید است. اول سیاست‌مدارانی که به طور فلسفی بر رشد اقتصادی تأکید

سومین همایش بین المللی پژوهش های مدیریت و علوم انسانی

۱۴ تیر ۱۳۹۷ دانشگاه تهران

دارند، دوم کسانی که به واسطه توریسم فواید مالی کسب می کنند. در مقابل این تفکر رویکرد اقتصادی در برنامه ریزی است که به دنبال حیطه های خصوصی است. این رویکرد مؤثرترین روش برای به وجود آوردن درآمد و اشتغال برای مناطق و جامعه است. رویکرد فیزیکی - فضایی رویکردی جغرافیایی است که به توریسم به عنوان امری که پایه اکولوژیکی دارد می نگرد و توسعه آن بر اساس الگوهای فضایی مشخص می شود. در این رهیافت امکانات و چارچوب هایی که تاثیرات منفی توریسم را در محیط فیزیکی کاهش می دهد، مورد توجه قرار می گیرد. رویکرد اجتماع محور متضمن آنست که در روند توسعه توریسم احتیاج به مشارکت یا کنترل جمعی است. مورفی معتقد است اگر قرار باشد توریسم به عنوان یک صنعت موفق درآید باید برنامه ریزی و مدیریت آن بر پایه امکانات محلی و تصمیم گیری جمعی استوار گردد (استلاجی و دیگران، ۱۳۴: ۱۳۹۰). بسیاری از محققان، اقدامات مدیریتی در سطح کلان را از وظایف دولت ها در صنعت گردشگری می دانند به طوری که فعالیت هایی چون برنامه ریزی توسعه گردشگری، ارتقای گردشگری، استانداردهای گردشگری از وظایف دولت ها در امر گردشگری شمرده شده است (خاویز و همکاران، ۲۰۱۱). کشور ایران با داشتن قدمتی اصیل، طولانی و تاریخی غنی که می تواند در گردشگری فرهنگی مورد استفاده قرار گیرد در سالهای اخیر به ویژه با تحریم های جهانی با مشکلات اقتصادی همراه است که نیاز به بررسی دارد. از آنجایی که ایران کشوری تک محصولی است و اقتصاد آن بر پایه فروش نفتی باشد و همچنین با تحریم جهانی و مشکلات بیکاری و اقتصادی دست و پنجه نرم می کند می توان گفت با اتمام این طلای سیاه (نفت) کشور به سوی نابودی کشیده می شود از این رو بایستی به دنبال صنعتی جایگزین بود که بتواند کشور را از اقتصاد تک محصولی رها کرده و با ایجاد درآمد از آن، از جمله صنعت گردشگری به خصوص گردشگری بین المللی و ورود ارز به کشور به بهبود زیرساخت ها، کاهش بیکاری، افزایش رفاه شهروندان و خروج از این اقتصاد بیمار منجر شود.

ابتدا نیاز هست به یک تعریف یکپارچه در مفاهیمی همچون گردشگری، گردشگری فرهنگی، اقتصاد مقاومتی، رابطه گردشگری و اقتصاد و تاثیر آن در اقتصاد کشورهای در حال توسعه رسید. و برای رسیدن به نتیجه ای کاربردی به مطالعه همه جانبه ای نیاز می باشد که به توان با دقت بیشتر به یک جمع بندی دست یافت.

تعریف گردشگری

در ابتدا به تعریفی از گردشگری می پردازیم. سازمان گردشگری جهانی^۲ گردشگری را این گونه تعریف می کند: "گردشگری مجموعه ای از فعالیت ها، خدمات و صنایع است که تجربه مسافرت را شامل: حمل و نقل، محل اقامت، غذا و نوشیدنی، مغازه های خرده فروشی، کسب و کار سرگرمی و سایر خدمات مهمان نوازی برای افراد یا گروه هایی که از خانه بیرون می روند، ارائه می دهند." (به نقل از ایمانی خوشخو و ولی الله علی زاده، ۱۳۹۲). در تعریف فوق به نکته ای اشاره شده تحت عنوان "افراد و گروه هایی که از خانه بیرون می روند" یعنی جابه جایی که این می تواند از محلی به محل دیگر باشد، از شهری به شهری، از کشوری به کشوری دیگر و یا فراتر از آن از قاره ای به قاره دیگر را پوشش دهد. پس در ذات گردشگری جابه جایی گسست ناپذیر وجود دارد و همین ذات باعث جذب گردشگر به مقصد گردشگری و حضور گردشگر را در مقصد می طلبد. صنعت گردشگری دارای ویژگی های خاصی است، همچون: ناملموس بودن،

² - Javier and et al

³ - world tourism organization (WTO)

سومین همایش بین المللی پژوهش های مدیریت و علوم انسانی

۱۴ تیر ۱۳۹۷ دانشگاه تهران

غیرقابل برگشت بودن، غیرقابل ذخیره بودن، فصلی بودن و تفکیک ناپذیری؛ که دانستن این موارد حائز اهمیت است (کریستوفر لاولاک و لارن رایت، ۱۳۹۴)

در تحلیل های صنعت گردشگری اغلب بین گردش های جمعی و گردش های هدفمند تمایز قائل می شوند. گردش های جمعی از نظر تجاری، عملیاتی در مقیاس بالا و در عین حال کم بازده است. اما گردشگری هدفمند به آن دسته از انواع گردشگری اشاره دارد که تعداد اندکی از گردشگران با علائق و سلیقه خاص را در بر می گیرد و درآمد حاصل از هر یک از این گردشگران نیز بالاست. (دیوید تراسبی، ۳، ۱۳۹۳)

صنعت گردشگری صنعتی است که در آن با کالایی که فرد بتواند آن را با خود حمل کند و داشته باشد همراه نیست. مسافری به منطقه ای سفر می کند و برای داشتن تجربه ای پولی را مصرف می کند یعنی در صنعت گردشگری هم مکانی و هم زمانی را شاهد هستیم برای مثال مسافر برای دیدن لاله های واژگون کوه های زاگرس باید در زمانی که گل ها می رویند در منطقه زاگرس حضور پیدا کند تا بتواند خدمتی تحت عنوان بازدید از لاله های منطقه زاگرس را داشته باشد. همین عامل باعث می شود که با حضور یک مسافر در مقصد چندین شغل ایجاد شود.

با توجه به ماهیت عرضه گردشگری از یک طرف و تقاضای آن از طرف دیگر برای مجموعه ای از محصولات که تحت عنوان گردشگری نام برده می شود، باعث ایجاد چالش برای مقصد گردشگری در جهت دستیابی به هماهنگی تمامی اجزای سازنده آن در تمامی بخش های این صنعت می شود که تحت عنوان تقلیل عرضه نام برده می شود (ناتی و کلیودن، ۲۰۱۱، به نقل از نوبرت ونهو، ۲۰۱۷).

می توان گفت از سال ۲۰۰۷ با تأسیس انجمن اقتصاد گردشگری^۶ به صورت رسمی و جدی مطالعاتی جامع تر و هدفمندتر در زمینه اقتصاد گردشگری صورت گرفت. لازم به ذکر است قبل از ثبت انجمن ذکر شده، تحقیقاتی توسط گری (۱۹۶۶)، گادری (۱۹۶۱)، گراکس^۷ (۱۹۶۵) و انتشار کتابی به نام ارتباط بین المللی و تجارت بین الملل توسط گری در سال ۱۳۷۰ صورت گرفته ولی به صورت تخصصی برای صنعت گردشگری تحقیقاتی بسیار محدودی انجام شده بود. در بسیاری از کشورها گردشگری اصلی ترین بخش اقتصادی را تشکیل می دهد بر اساس برآوردهای انجمن مسافرت و گردشگری جهان^۸ گردشگری، ۱۰ درصد تولید ناخالص داخلی^۹ جهانی را در برمی گیرد (۱۰ تریلیون دلار) و با رشد ۴ درصدی در سال ۲۰۲۰ میلادی، تقاضای گردشگری در جهان ۱٫۶ میلیارد دلار خواهد رسید (ایمانی خوشخو و ولی الله علی زاده، ۱۳۹۲). سهم مستقیم گردشگری در اقتصاد ایران، در سال ۲۰۱۵ میلادی، ۲/۵ درصد بوده است؛ در حالی که، این رقم برای میانگین جهانی و میانگین خاورمیانه ۳ درصد است و این آمار و ارقام ظرفیت های استفاده نشده ایران را نشان می دهد. باین حال انتظار می رفت که در سال ۲۰۱۶، درآمدهای مستقیم گردشگری با

4

4 - christopher lovelock and lauren wright

3- David Throsby

5 - Nulty and Cleverdon

6 - international association tourism economics (IATE)

7 - Gary

8 - Guardi

9 - gracchus

1 - world travel and tourism council (WTTC)

0

1 - GDP

1

سومین همایش بین المللی پژوهش های مدیریت و علوم انسانی

۱۴ تیر ۱۳۹۷ دانشگاه تهران

سرعت ۶/۷ درصد بیشتر نسبت به سال پیش افزایش یابد. این سرعت رشد، در سال های پس از آن، اندکی کند می شود و در بازه ی ۲۰۱۶ تا ۲۰۲۶ به ۴/۹ درصد خواهد رسید. پیش بینی می شود سهم درآمدهای مستقیم گردشگری، از اقتصاد کل کشور، تا سال ۲۰۲۶ به ۲/۸ درصد افزایش یابد که البته بازم با میانگین جهانی فاصله دارد. بر اساس پیش بینی سازمان های جهانی، تا سال ۲۰۳۰ میانگین رشد گردشگر، در مناطق مختلف جهان، ۴/۴ درصد در نظر گرفته شده و تعداد گردشگران بین المللی به ۱/۸ میلیارد نفر خواهد رسید (سازمان جهانی سفر و گردشگری، ۲۰۱۵). با توجه به پیش بینی های انجام شده اهمیت گردشگری فراتر از آنچه تصور می رود برای تحرک اقتصادی یک کشور مهم تلقی می شود. تأثیراتی که فعالیت های گردشگری در اقتصاد می گذارد بنا به تعریف لاندبرگ در اقتصاد گردشگری میزان مسافرت ها و تبعات و اثرات اقتصادی آن ها را اعم از مستقیم، غیرمستقیم و القایی موردسنجش و اندازه گیری قرار می دهد (لاندبرگ، ۱۳۸۳). آدریان بول^۱ نیز معتقد است که علم اقتصاد در بسیاری از حوزه ها نقش ایفا می کند، به ویژه در آنجا که لازم است اثرات اقتصادی و اقدامات مربوط به کنترل آثار گردشگری و نیروهای بازار که تقاضای گردشگران را به عرضه و کالاهای گردشگری، مرتبط می کنند مورد تحلیل قرار گیرند. می توان گفت گردشگری تمامی بخش های اقتصادی را مستقیم و غیرمستقیم درگیر می کند. از جمله اثرات گردشگری در اقتصاد، می توان به موارد زیر اشاره کرد:

5

۱. کاهش مشکل بیکاری: با توجه به بررسی انجمن مسافرت و گردشگری جهان^۲ تا سال ۲۰۲۰ میلادی بالغ بر ۳۲۸ میلیون شغل با تقاضای گردشگری ۱,۶ میلیارد دلار ایجاد می کند که مشکلات وسیعی که حاصل از بیکاری ایجاد می شود را از بین می برد.

۲. ورود ارز به چرخه اقتصادی

۳. پرورش نیروی متخصص

۴. درآمدزایی دولت از طریق مالیاتی که از مسافران گرفته می شود (به نقل از ایمانی خوشخو، ۱۳۹۶).

سازمان جهانی گردشگری، با تأکید بر نقش مهم گردشگری به عنوان یک کاتالیزور اقتصادی، این صنعت را عامل مؤثر در رشد اقتصادی معرفی کرده است (بی. ای اس یو، ۲۰۱۵). مواردی که در قسمت بالا نام برده شد حاکی از جمع آوری بخش عظیمی از پول است که با تزریق در بخش های مختلف صنعتی و خدماتی باعث بهبود وضعیت اقتصادی و به دنبال آن پیشرفت سطح زندگی اجتماعی مردم یک کشور می شود.

تعریف اقتصاد مقاومتی

اقتصاد مقاومتی به اقتصادی اطلاق می شود که بر پایه قطع ارتباط نفتی باشد (آرام و همکاران، ۱۳۹۱).

در تعریفی دیگر، اقتصاد مقاومتی به اقتصادی اشاره دارد که در حال دست و پنجه نرم کردن با "اقتصاد پایدار" و مشکلاتی مانند: جنگ، تحریم و محاصره بوده است. (جوهانستون، ۲۰۰۵).

¹ - Landberg

2

¹ - Adrian Bull

3

¹ - WTTTC

4

اقتصاد مقاومتی به معنی تشخیص حوزه های فشار و متعاقباً تلاش برای کنترل و بی اثر کردن آن تأثیرها می باشد و در شرایط آرمانی تبدیل چنین فشارهایی به فرصت است. همچنین برای رسیدن به اقتصاد مقاومتی باید وابستگی های خارجی کاهش یابد و بر تولید داخلی کشور و تلاش برای خوداتکایی تأکید گردد. اقتصاد مقاومتی یعنی تشخیص حوزه های فشار یا در شرایط کنونی تحریم و متعاقباً تلاش برای کنترل و بی اثر کردن و ایجاد شرایط به فرصت است (آشفته پور و همکاران، ۱۳۹۴: ۵).

اقتصاد گردشگری در کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه

در هر دو گروه از کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه رابطه مثبت بین رشد یافتگی گردشگری و رشد اقتصادی تأیید شده است. با مقایسه میزان این اثر در هر دو گروه از کشورها، مشخص شد که میزان این اثر تقریباً با هم برابر است (ابراهیمیان قاجاری، ۱۳۹۱). با توجه به داشتن معضلاتی که در کشورهای در حال توسعه داریم از جمله: نرخ بیکاری بالا، محدودیت منابع ارزی، اقتصاد تک محصولی، سطح پایین درآمد سرانه و نرخ های واضح رشد اقتصادی را شاهد هستیم. از آنجایی که کشورهای در حال توسعه نیاز به رشد اقتصادی سریع و پایدار دارند تا به توانند از پس مشکلات نام برده برآیند و از آنجایی که گردشگری از صنایع پردرآمد جهان شناخته شده است می تواند نقش مهمی در راستای رسیدن به اهداف اقتصادی باشد (حسنوند و خدا پناه، ۱۳۹۳). توسعه، اندکی بعد به صورت چندجانبه با کاهش وابستگی فرهنگی به یک قدرت بزرگ مطرح شد. پس مفهوم توسعه فراتر از رشد اقتصادی گسترش یافت و نیز اهداف اجتماعی وسیع تری را نظیر توزیع عدالت، در برمی گرفت و همچنین خودمختاری هم یک عنصر لازم برای توسعه در نظر گرفته شد (ابراهیمیان قاجاری، ۱۳۹۱). بنابراین مفهوم توسعه طی نیم قرن به یک تکاملی همه جانبه تبدیل شد و اکنون پنج بعد ذیل را در برمی گیرد:

۱- بعد اقتصادی: ایجاد سلامت و دسترسی منصفانه به منابع به عنوان یک وسیله غلبه بر آلودگی فقر.

۲- بعد اجتماعی: بهبود فرصت های سلامتی، آموزش، استخدام و مسکن.

۳- بعد سیاسی: به رسمیت شناختن حقوق بشر، ایجاد آزادی سیاسی و قادر کردن جوامع به انتخاب و به کار بردن سیستم های سیاسی مناسب با نیازها و ساختارهایشان.

۴- بعد فرهنگی: حفاظت یا تأیید هویت فرهنگی و خودباوری.

۵- بعد زندگی کامل: حفاظت و محکم کردن اعتقادات، سمبل ها و سیستم های مفهومی جامعه.

شاید، باید بعد ششم نیز به نام مؤلفه بوم شناختی اضافه شود که ظهور قابلیت تحمل محیطی به عنوان اصل راهنمای همه سیاست های توسعه را منعکس می کند (به نقل از ابراهیمیان قاجاری، ۱۳۹۱).

درآمدهای پایین، سلامت و آموزش در حد نازل، نرخ بالای رشد جمعیت و عدم اشتغال زیاد، مشکلات موازنه پرداخت ها و میزان بالای بدهی های بین المللی نیز، از دیگر ویژگی های کشورهای کمتر توسعه یافته یا در حال توسعه می باشد. مضاف بر این ها ساختارهای اجتماعی - سیاسی مجهز برای نظارت کردن بر چالش های این کشورها دچار

سومین همایش بین المللی پژوهش های مدیریت و علوم انسانی

۱۴ تیر ۱۳۹۷ دانشگاه تهران

مشکلات اساسی است. با این وجود بسیاری شاخص های دیگر توسعه انسانی مانند مسائل مرتبط با جنسیت، دسترسی به انرژی و منابع طبیعی، ایمنی و امنیت و مانند آن، باید به عنوان ملاک توسعه به حساب آیند. پس برای آن که گردشگری به عنوان یک وسیله مؤثر برای توسعه در نظر گرفته شود، باید راه حلی برای بسیاری از چالش های توسعه ای که قبلاً ذکر شد، ارائه دهد. در سراسر جهان، متقاعدکننده ترین دلیل برای دنبال کردن گردشگری به عنوان یک استراتژی توسعه، همکاری مثبت منتسب آن به اقتصاد محلی یا ملی است. میزان کمکی که گردشگری در اقتصاد محلی یا ملی و به طور جامع، به توسعه می کند بر اساس عوامل متنوع، متغیر است. هر چند به عنوان یک قانون کلی، ممکن است در کشورهای کمتر توسعه یافته وابستگی بیشتری به گردشگری نسبت به کشورهای صنعتی ایجاد شود. مطمئناً در بیشتر ملت های کمتر توسعه یافته کوچک با بستر منابع بسیار محدود به ویژه کشورهای کوچک جزیره ای، گردشگری بخش غالب اقتصادی می شود (به نقل از ابراهیمیان قاجاری، ۱۳۹۱). در نتیجه عوامل ذکر شده، می تواند در موفقیت کشورهای در حال توسعه کمک فراوانی نماید.

گردشگری و اقتصاد مقاومتی

همان طور که گفته شد اقتصاد مقاومتی به اقتصادی اطلاق می شود که بر پایه قطع ارتباط نفتی باشد و رهایی از اقتصاد تک محصولی است (آرام و همکاران، ۱۳۹۱) و به اقتصادی اشاره دارد که در حال دست و پنجه نرم کردن با "اقتصاد پایدار" و ادبیات اقتصاد مشکلاتی مانند: جنگ، تحریم و محاصره بوده است و منظور از اقتصاد مقاومتی یعنی رسیدن به اقتصادی پویا و فعال و دفع موانع پیشرفت و قرار گرفتن در مسیر ترقی اقتصادی (جوهانستون، ۲۰۰۵). منافاتی ندارد که اقتصاد تحریم هم بخشی از اقتصاد مقاومتی باشد ولی تمام اقتصاد مقاومتی اقتصاد تحریم نیست در واقع اقتصاد مقاومتی می تواند راه حلی برای بیرون آمدن و مقابله با تحریم باشد. می توان گفت رفع تحریم، از کارکردهای اقتصاد مقاومتی است (سیفلو، ۱۳۹۳). برای رسیدن اقتصاد در عرصه اقتصاد جهانی با استفاده از اقتصاد مقاومتی نیاز به همکاری و تعامل بین مردم و دولت است که بتوانند نقاط ضعف را پوشش دهند و در مسیر تبدیل نقاط ضعف به نقاط مثبت گام بردارند که از مهم ترین وظایف دولت در تحقق اقتصاد مقاومتی می توان به موارد زیر اشاره کرد:

- تثبیت نوسانات نرخ ارز

- افزایش سطح اشتغال

- تثبیت سطح عمومی قیمت ها

- ارتقای بخش خصوصی در اقتصاد

- مدیریت مصرف (فشاری و پور غفار، ۱۳۹۳).

اقتصاد مقاومتی باعث ایجاد مؤلفه هایی می شود که در پی آن ها پیشرفت را ایجاد می کند که می تواند در ایجاد اقتصادی پایدار کمک کند که عبارت اند از :

سومین همایش بین‌المللی پژوهش‌های مدیریت و علوم انسانی

۱۴ تیر ۱۳۹۷ دانشگاه تهران

۱- ایجاد تحرک و پویایی در اقتصاد کشور و بهبود شاخص‌های کلان اقتصادی ۲- توانایی مقاومت با عوامل تهدیدآمیز
۳- تکیه بر ظرفیت‌های داخلی ۴- رویکرد جهانی ۵- مردم محوری ۶- تأمین امنیت اقلام راهبردی و اساسی ۷- کاهش
وابستگی به درآمد فروش نفت ۸- اصلاح الگوی مصرف ۹- فساد ستیزی ۱۰- دانش‌محوری (سیفلو، ۱۳۹۳).

پس به خوبی اهمیت اقتصاد مقاومتی را برای کشورهای تک‌محصولی و دارای مشکلات اقتصادی می‌توان شاهد بود. با
توجه به تحقیقاتی که کامفیروزی و همکاران (۱۳۹۲) داشته‌اند شاخص‌های اقتصاد مقاومتی را به صورت زیر ارائه
کرده‌اند:

۱. سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی ۲. فرهنگ‌سازی ۳. مبارزه با مفاسد اقتصادی و ایجاد امنیت اقتصادی ۴. کیفیت ۵.
مصرف محصولات داخلی ۶. اشتغال و کارآفرینی ۷. سرمایه‌گذاری و گسترش تولید ۸. اقتصاد بدون نفت. با توجه به
شاخص‌های نام‌برده شده، برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری مهم‌ترین شاخص اقتصاد مقاومتی است (کامفیروزی و دیگران،
۱۳۹۲).

از آنجایی که صنعت گردشگری در زمینه اقتصاد کاربردی‌تر از سایر صنایع است و نقش مؤثرتری در اشتغال‌زایی دارد و
دولت‌ها می‌توانند از طریق گردشگری مشکلات ناشی از بیکاری را کاهش دهند و قابلیت جایگزینی به جای فعالیت‌های
اقتصادی را دارد و نیز به دلیل داشتن تنوع بخش‌های اقتصادی می‌تواند روند توسعه را راحت‌تر کند و اقتصاد را از
وابستگی به تک‌محصولی بودن برهاند (خلیلی، ۱۳۹۱). پس در اهمیت و به‌کارگیری گردشگری در ایجاد اقتصاد
مقاومتی برای دولت‌ها شکی نیست تا بتوانند مشکلات اقتصادی را پشت سر بگذارند و به ثبات اقتصادی دست پیدا
کنند.

تأثیر گردشگری فرهنگی در اقتصاد ایران

گردشگری فرهنگی^۷ نوعی از گردشگری است که در رابطه با فرهنگ یک کشور یا منطقه می‌باشد. توریسم فرهنگی
به‌طور خاص بر شیوه زندگی مردم در این مناطق جغرافیایی و تاریخچه آن مردم، هنر، معماری، ادیان و دیگر عناصری
که به آن‌ها کمک کرده تا شیوه زندگی خود را دنبال کنند تمرکز دارد. گردشگری فرهنگی شامل گردشگری
در مناطق شهری به‌خصوص شهرهای تاریخی و بزرگ و امکانات فرهنگی این شهرها مانند موزه‌ها و تئاترهای
آن‌هاست. همچنین این نوع توریسم می‌تواند شامل گردشگری در مناطق روستایی و نمایش سنت‌های بومی جوامع
فرهنگی (به‌عنوان مثال جشنواره‌ها و آداب‌ورسوم) و ارزش‌ها و شیوه زندگی آنان باشد. گردشگری فرهنگی در حال
حاضر محبوبیت زیادی در سراسر جهان دارد و در گزارش اخیر سازمان همکاری و توسعه اقتصادی^۸ این نوع توریسم
می‌تواند در توسعه منطقه‌ای در مناطق مختلف جهان مؤثر باشد (سازمان همکاری و توسعه اقتصادی، ۲۰۰۹). ارزیابی
مزایای اقتصادی رویدادهای فرهنگی برای اطلاع دادن به تصمیم‌گیری ضروری است. در بسیاری از موارد رویدادهای
فرهنگی برای جذب گردشگران طراحی شده‌اند و تزریق هزینه‌های توریست به اقتصاد محلی یکی از عوامل میزبانی
رویدادها است (توره و اسکارا^۹، ۲۰۱۷). نتایج یافته‌های پژوهش رامشت و همکاران (۱۳۹۰) نشان می‌دهد که با توجه

^۱ - Cultural tourism

^۱ - Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD)

^۱ - Torre and Scarborough

سومین همایش بین المللی پژوهش های مدیریت و علوم انسانی

۱۴ تیر ۱۳۹۷ دانشگاه تهران

به منابع غنی گردشگری و فرهنگی در جمهوری اسلامی ایران و انطباق اصول کلی و مبانی توسعه گردشگری فرهنگی باسیاستها و اهداف کلان جمهوری اسلامی ایران در بخش میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری، مناسبترین گزینه در این زمینه برنامه ریزی، توسعه و ترویج گردشگری فرهنگی است.

با توجه به اهمیت گردشگری این صنعت بیشترین پوشش اقتصادی را نسبت به صنایع دیگر دارد که با توجه به ایجاد نتایج پایدار و مطلوب، باعث شده دولت‌ها توجه خود را به صنعت گردشگری و رشد همه‌جانبه‌ی آن بیشتر معطوف نمایند. همچنین از مطالعات صورت گرفته دیگر در قلمرو موضوعی تحقیق، می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

کیومرث مولا دوست (۱۳۹۲) در مقاله‌ای به بررسی جایگاه اقتصاد مقاومتی در توسعه کشاورزی و پایداری امنیت ملی به تبیین اهمیت توسعه بخش کشاورزی با استفاده از نگاه اقتصاد مقاومتی برای تحصیل امنیت ملی پرداخته و به این نتیجه رسید که مهم‌ترین تهدیدهای پیش رو، تحریم‌های اقتصادی است که مستقیماً امنیت ملی را مورد توجه قرار می‌دهد. اقتصاد مقاومتی به‌عنوان ابزاری کارا در جهت مقابله با تهدیدات می‌تواند در مرحله نخست ضمن بازسازی عمیق در اقتصاد ایران و در گام بعدی ظهور یک اقتصاد قوی قابل رقابتی در سطح جهان، امنیت ملی ایران را تأمین کند (به نقل از آشفته‌پور و همکاران، ۱۳۹۴: ۳).

9

در تحقیق خالو باقری و همکاران (۱۳۹۲) با عنوان اقتصاد دانش‌پایه ابزاری راهبردی در راستای تحقق اقتصاد مقاومتی، تلاش شده است تا به‌مرور مفاهیم اقتصاد مقاومتی، اقتصاد دانش‌پایه، تحلیل شرایط و ویژگی‌های کشور، در هر دو زمینه و ارائه پیشنهادها کاربردی و عملیاتی به‌منظور بهره‌گیری از توسعه اقتصاد دانش‌پایه، در راستای دستیابی به اقتصاد مقاومتی به‌عنوان یکی از ضرورت‌های اساسی اقتصاد کشور در شرایط فعلی پرداخته شود و در نتیجه ایجاد شرکت‌های دانش‌پایه، توسعه پارک‌های فناوری، توسعه دانشگاه کارآفرین، ایجاد کانون‌های پژوهش و پیشرفت، بهبود و ایجاد زمینه‌های حقوقی و حمایتی لازم از جمله مهم‌ترین راهکارهای کاهش این ضعف باشد (به نقل از آشفته‌پور و همکاران، ۱۳۹۴: ۳-۴).

اهمیت و ضرورت پرداختن به موضوع اقتصاد مقاومتی به دلایل مختلف امری مهم و ضروری است، از یک طرف دشمنان ملت ایران تلاش دارند تا نسبت به درهم‌ریختگی اقتصاد ایران اقدام و از ناحیه اقتصادی ضرباتی را به ملت ایران وارد نمایند. از اینرو مقاومت در اقتصاد می‌تواند نسخه‌های کارساز برای عبور از این مرحله باشد. از سویی دیگر موضوع اقتصاد مقاومتی مبحثی جدید و بکر است و تجربه منتشرشده‌ی مکتوبی در مورد آن وجود ندارد. باید جوانب آن مورد بررسی و توجه بیشتر قرار گیرد. از آنجایی که برای گردشگری در بیشتر مواقع سرمایه زیادی لازم نیست و کافی است حداقل‌هایی به وجود بیاید که باعث استفاده از فضاهای تاریخی و طبیعی موجود گردد و این امر موجبات رونق اقتصادی، اشتغال زایی و کسب درآمد بدون سرمایه گذاری گسترده و ارز آوری مستقیم را فراهم می‌نماید و از طرفی امکان شناساندن حقیقت ایران و از بین بردن پرده سیاه تبلیغ علیه ایران، وابستگی میان فرهنگی بلند مدت با دیگر ملت‌ها به جای تعاملات سیاسی و کوتاه مدت با دولت‌ها، ایجاد سفیرهای فرهنگی در سراسر دنیا (پس از بازگشت توریست از ایران) به خصوص در اروپا و آمریکا و بسیاری موارد دیگر که به صورت مستقیم و غیر مستقیم تحت تاثیر صنعت گردشگری می‌باشد لزوم پرداختن به موضوع گردشگری فرهنگی و نقش آن در اقتصاد مقامتی را دوچندان می‌نماید.

سومین همایش بین المللی پژوهش های مدیریت و علوم انسانی

۱۴ تیر ۱۳۹۷ دانشگاه تهران

بحث و نتیجه گیری

صنعت گردشگری بدون شک یکی از مهم ترین و کلیدی ترین عناصر رشد اقتصادی کشورها، در سال های اخیر، به شمار می رود. از این رو ایران کشوری غنی در تمدن، فرهنگ و تاریخ است که پتانسیل های تبدیل شدن به مقصد گردشگری را داراست و با دارا بودن طبیعت چهار فصل، نیروی کار مستعد و مقاصد گردشگری فراوان، می تواند با ایجاد زیرساخت های استاندارد و برقراری روابط جهانی در مسیر بهبود و رشد اقتصادی گام بردارد. با توجه به مطالعات انجام شده خروج از اقتصاد بیمار کار بسیار دشواری است و گاهی با تمام تلاش هایی که می شود نتیجه مورد نظر به دست نمی آید ولی گردشگری می تواند با درگیر نمودن همه جانبه بخش های اقتصادی، این مسیر دشوار را آسان تر نماید به شرط آن که در طی مسیر رعایت جوانبی صورت گیرد. این جوانب عبارت اند از: ۱- فرهنگ سازی ۲- نگاهی حرفه ای به صنعت گردشگری داشتن ۳- پرورش نیروی آموزش دیده ۴- تعامل مردم و دولت ۵- ایجاد بازار رقابتی ۶- بخش دولتی بیشتر تأمین کننده مالی باشد ۷- بهبود روابط سیاسی با جهان.

موارد ذکر شده مواردی هستند که در گام اول به ما کمک می کنند که در جهت داشتن یک اقتصاد مقاومتی بتوانیم برنامه ریزی صحیح و اصولی داشته باشیم. برای مثال وقتی نیروی کار بطور تخصصی آموزش ببیند و مشغول کار شود با ایجاد درآمدزایی آن ها می توان در مراحل بعدی با حمایت نیروی مشغول به کار برای رسیدن به اقتصادی سالم و پایدار استفاده کرد. لذا با توجه به مطالعات پیشین و نتایج حاصله از آن نتیجه می گیریم که هر چه در بهبود شرایط؛ مردم شریک باشند در نتیجه حرکت به سمت رفع مشکلات ملموس تر باشد حمایت مردم از برنامه های آتی بیشتر خواهد بود. پس می توان گفت یکی از مهم ترین عوامل موفقیت در جریان گردشگری و بهبود وضعیت معیشت خانوارها است. گردشگری از نظر فرهنگی دارای اهمیت است. این امر در کوتاه مدت موجب اتحاد و پیوند بیشتر اقوام، مذاهب و فرهنگ های مختلف شده است. به همین دلیل روز به روز بر اهمیت بُعد «عنصر فرهنگ» این صنعت افزوده می شود. گردشگری موجب افزایش آگاهی جوامع از شیوه های زندگی یکدیگر و در نتیجه نزدیکی فرهنگ های ملل مختلف شده و سبب می شود به عنوان نزدیکترین گونه به عنصر فرهنگ، رشدی سریع تر تا گردشگری فرهنگی از میزان رشد گردشگری را در دنیا کسب کند. بهترین روش حضور دولت در جریان بهبود این است که حضوری نظاره گر داشته باشد و در صورت ایجاد مشکل وخیم وارد عمل شود. از جمله عوامل مهم برای موفقیت اقتصادی ایجاد روابط جهانی است. برای مثال: ایران با وجود تحریم های اقتصادی، برای رسیدن به اقتصاد مقاومتی و خارج شدن از اقتصاد تک محصولی راهی دشوارتر دارد که می تواند گاهی رسیدن به اقتصاد پایدار را غیرممکن کند پس در پی خارج شدن از فروش درآمد نفتی و ورود به عرصه جهانی، با استفاده از صنعت گردشگری بایستی روابط صلح آمیز با جهان داشته باشد تا بتواند در این دهکده جهانی ارتباط برقرار کند. گردشگری فرهنگی برای ایران که کشوری در حال توسعه است می تواند پله ای برای پرش و ورود به سمت کشورهای توسعه یافته باشد و گردشگری فرهنگی با تمام پیچیدگی هایی که دارد بهترین و سریع ترین راه برای خلاصی از مشکلات حاکی از تورم، رکود، و بیکاری است. پیشنهادهای در این زمینه ارائه می شود که امید آن است که در جهت سرعت بخشیدن به این صنعت و در عین حال از لحاظ اقتصادی مؤثرتر واقع گردد:

. داشتن برنامه راهبردی و جامع گردشگری به صورت مکتوب و مدون

. به فعلیت رسیدن مزیت نسبی

سومین همایش بین المللی پژوهش های مدیریت و علوم انسانی

۱۴ تیر ۱۳۹۷ دانشگاه تهران

. خلق مزیت های نسبی جدید

. برگزاری سمینارهای بین المللی

. خلق فرصت های بیشتر برای سرمایه گذاری به صورت رقابتی

. پذیرش گردشگری به عنوان صنعت توسعه ای

. توسعه و تقویت برنامه های تبلیغاتی جهت معرفی جاذبه های گردشگری ایران

. ایجاد مدیریت سازمان یافته و استفاده از متخصصین در این رشته

منابع

ایمانی خوشخو، محمدحسین، علی زاده، ولی الله. (۱۳۹۲). اقتصاد گردشگری (مروری بر پیشینه تحقیق در خارج و داخل)، فصلنامه گردشگری علم و فرهنگ، شماره ۱، صص ۹۵-۱۱۴.

آشفته پور، سپیده، کوهی، لیلا، سلمانی زاده، صدیقه. (۱۳۹۴). نقش گردشگری در اقتصاد مقاومتی، سومین همایش ملی گردشگری جغرافیا و محیط زیست پایدار

ابراهیمیان قاجاری، زینب. (۱۳۹۱). مقایسه اثر گردشگری بر رشد اقتصادی در کشورهای توسعه یافته و کشورهای در حال توسعه، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی.

آرام، محبوبه، محمد پور، فرشته، کاشانی، حسام غیبی، احمد. (۱۳۹۱). نقش صنعت گردشگری در رشد و توسعه اقتصاد مقاومتی با تکیه بر درآمدزایی، توسعه زیرساخت ها، اشتغال زایی و فقرزدایی، همایش ملی بررسی و تبیین اقتصاد مقاومتی، رشت، دانشگاه گیلان.

حسنوند، سمیه، خدا پناه، مسعود. (۱۳۹۳). تأثیر گردشگری بر رشد اقتصادی در کشورهای در حال توسعه: و پانل پویا دو رویکرد پانل ایستا، فصلنامه سیاست های راهبردی و کلان، سال دوم، شماره ششم، صص ۸۷-۱۰۲.

خلیلی، حسام الدین. (۱۳۹۱). مقاومت اقتصادی در پرتو اقتصاد مقاومتی، کارگاه، دوره دوم، سال پنجم.

سیفلو، سجاد. (۱۳۹۳). مفهومی شناسی اقتصاد مقاومتی، مجله معرفت اقتصاد اسلامی، سال پنجم، شماره دوم.

شجاعی، منوچهر و نوری، نورالدین. (۱۳۸۶). بررسی سیاست های دولت در صنعت گردشگری و ارائه الگوی توسعه پایدار صنعت گردشگری کشور، دانش مدیریت، سال بیستم، شماره ۷۸.

رامشت، محمدحسین، عزتیان، ویکتوریا، محبوب فر، محمدرضا، قمری، حسین. (۱۳۹۰). نقش گردشگری فرهنگی در توسعه پایدار کشور ایران، همایش گردشگری و توسعه پایدار، همدان، دانشگاه آزاد اسلامی واحد همدان.

فشاری، مجید؛ پور غفار، 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.

لاولاک، کریستوفر، لورن، رایت. (۱۳۹۴). اصول بازاریابی و خدمات، ترجمه ی ابوالفضل تاجزاده نمین، انتشارات سمت.

تراسبی، دیوید. (۱۳۹۳). اقتصاد سیاست فرهنگی، ترجمه ی دکتر سوسن علانی، انتشارات سوره مهر.

رضایی، جواد و منا زاهدین فرد (۱۳۸۴). بررسی کارایی صنعت گردشگری با استفاده از روش های ناپارامتری. مجموعه مقالات ظرفیت های گردشگری ایران در بستر جهانی شدن، دانشگاه آزاد اسلامی فیروزکوه، صص ۱۷۳-۱۹۰.

استلاجی، علیرضا و مهناز الله قلی نژاد (۱۳۹۰). برنامه ریزی توسعه پایدار با تاکید بر گردشگری (سرعین و روستاهای اطراف) مجله جغرافیا، سال ۹، شماره ۳۰، صص ۱۲۹-۱۴۴.

Andrew, Torre, Helen, Scarborough. (2017). Reconsidering the estimation of the economic impact of cultural tourism, Volume 59, Pages 621-629.

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

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

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.

Srinivasan, P., Santhosh Kumar, P.K. and Ganesh, L. (2012). Tourism and economic growth in Sri Lanka; an ARDL bounds testing approach. The Romanian Economic Journal 45: 211-225.

Vanhove, Norbert. (2017). The economics of tourism destinations : theory and practice, New York : Routledge, Third edition.



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

Andrew, Torre, Helen, Scarborough. (2017). Reconsidering the estimation of the economic impact of cultural tourism, Volume 59, Pages 621-629.

Loomis, J., and Lindberg, K. (2006). Pricing principles for natural and cultural attractions in tourism. In L. Dwyer and P. Forsyth (eds), International Handbook on the Economics of Tourism. Cheltenham: Edward Elgar.