

بی‌ثباتی‌های سیاسی و صنعت گردشگری در غرب آسیا

اشاره

صنعت گردشگری بزرگ‌ترین صنعت در زمان صلح است. تحولات فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی، امروزه گردشگری را به یک منبع مهم تولید ناخالص داخلی و یکی از سریع‌ترین بخش‌های اقتصادی در حال رشد جهان تبدیل کرده است. صرف نظر از قدرت اقتصادی گردشگری، این صنعت در معرض حوادثی است که ممکن است خطراتی را برای موفقیت آن ایجاد کند. بی‌ثباتی سیاسی یکی از بحران‌هایی است که درجه بالایی از خطر و نااطمینانی را ایجاد می‌کند و آثار منفی بر صنعت گردشگری خواهد داشت. شواهد موجود نمایانگر تأثیر منفی بی‌ثباتی سیاسی بر رونق این صنعت و از رده خارج شدن برخی از مقاصد از صحنه گردشگری است. اعتراض‌های خشونت‌آمیز، ناآرامی‌های اجتماعی، جنگ داخلی، عملیات تروریستی، نقض حقوق بشر یا حتی تهدید این فعالیت‌ها می‌تواند به تغییر تصمیم گردشگران بینجامد...

با مقایسه درآمدها و میزان ورود گردشگران در شرایط امنیت و ثبات سیاسی و بی‌ثباتی سیاسی در عرصه جهانی و خاورمیانه، می‌توان ارتباط بسیار نزدیک توسعه گردشگری با تحولات سیاسی را دید. استراتژی مبارزه با تروریسم بین‌الملل در عرصه جهانی گروه‌های تکفیری در فضای سیاسی - امنیتی منطقه خاورمیانه و شرایط داخلی رژیم‌های استبدادی کشورهای منطقه را می‌توان از جمله عوامل بی‌ثباتی سیاسی دانست. در این پژوهش به دنبال یافتن پاسخ به این سؤالیم که «آیا بی‌ثباتی سیاسی و فضای سیاسی - امنیتی حاکم بر کشورهای منطقه غرب آسیا بر وضعیت رشد صنعت گردشگری کشورهای منطقه تأثیر منفی بر جای خواهد گذاشت؟» این فرضیه مطرح می‌شود که بین بی‌ثباتی سیاسی و ناامنی کشورهای خاورمیانه و تأثیر منفی آن بر گردشگری این کشورها رابطه‌ای معنادار و مستقیم وجود دارد؟ این پژوهش با استفاده از روش توصیفی - تحلیلی انجام شده است.

کلیدواژه‌ها: بی‌ثباتی سیاسی، صنعت گردشگری، منطقه غرب آسیا، امنیت، تروریسم بین‌الملل



کاهش شدید سهم این کشورها از صنعت گردشگری و افزایش سهم کشورهای دیگر شده است [۳].

مقایسه پتانسیل‌ها و جاذبه‌های گردشگری منطقه خاورمیانه با میزان موفقیت این کشورها در جذب گردشگر، بی‌تردید حاکی از وجود مشکلات و موانع موجود در برابر گردشگری است. سهم ۶/۰۱ درصدی منطقه خاورمیانه از جذب گردشگران خارجی در برابر سهم ۵۲/۲۴ درصدی کشورهای اروپایی از این حیث و درآمد ارزی ۴۱/۲ میلیارد دلاری کشورهای خاورمیانه در برابر درآمد ارزی ۴۱۳ میلیارد دلاری کشورهای اروپایی در سال ۲۰۰۹، گویای این امر است [۴]. در طبقه‌بندی سازمان جهانی گردشگری ملل متحد، منطقه خاورمیانه شامل کشورهای اردن، امارات متحده عربی، بحرین، سوریه، عراق، عربستان، عمان، فلسطین، قطر، کویت، لبنان، لیبی، مصر و یمن است. در گروه‌بندی کشورهای خاورمیانه از نظر اندیشمندان و دایرةالمعارف‌های علوم سیاسی، علاوه بر مطرح بودن بسیاری از کشورهای مورد نظر، سرزمین‌های اشغالی، ایران، ترکیه و برخی دیگر از کشورهای شمال آفریقا چون الجزایر، تونس، سودان و مراکش نیز مطرح بوده‌اند [۵].

پیشینه تحقیق

سفر و گردشگری انبوه به‌عنوان پدیده‌های اقتصادی و جامعه‌شناسی نشانه‌ای از دنیای مدرن است. صنعت سفر و گردشگری به شکلی که امروز می‌شناسیم ۵۰ یا ۶۰ سال بیشتر ندارد [۶]. در کشور ما پژوهش‌های مربوط به وضعیت گردشگری خاورمیانه بسیار محدود است، اما می‌توان به دو مورد آن اشاره کرد:

مسعود موسوی شفایی، علی‌اکبر امین بیدختی و سید مجتبی اسماعیل شهبابی [۷] در پژوهش «تأثیر بی‌ثباتی سیاسی خاورمیانه بر صنعت گردشگری ایران در دوره پس از ۱۱ سپتامبر ۲۰۰۱» با استفاده از روش توصیفی - پیمایشی به بررسی شاخص‌های بی‌ثباتی سیاسی و همبستگی این شاخص‌ها با شاخص‌های رکود صنعت گردشگری کشور پرداخته‌اند که همبستگی معناداری بین آن‌ها دیده شده است.

رحیم حیدری چپانه و ناصر سلطانی در پژوهش «تحلیلی بر نقش ثبات سیاسی و امنیت در توسعه صنعت گردشگری، مطالعه موردی: منطقه خاورمیانه» یافته‌های پژوهش خود را با استفاده از روش‌های توصیفی - تحلیلی چنین ارائه می‌دهند که نوسان و عدم تعادل شدید در میزان گردشگران ورودی به کشورهای این منطقه، ارتباط بسیار نزدیکی با تحولات سیاسی در عرصه جهانی (چون استراتژی مبارزه با تروریسم بین‌الملل)، فضای سیاسی - امنیتی منطقه خاورمیانه (چون تشدید اقدامات گروه‌های تکفیری) و شرایط داخلی کشورهای این منطقه (چون رژیم‌های استبدادی) دارد.

در مورد پژوهش‌های انجام شده در خارج از ایران بیشتر به رابطه بی‌ثباتی سیاسی و عوامل اقتصادی توجه شده است و تأثیرپذیری گردشگری خاورمیانه از بی‌ثباتی‌های سیاسی منطقه مورد توجه نبوده است.

ال - حماره و استینر [۸] راهبردهای توسعه گردشگری در جهان

مهین طالبی اسکندری

کارشناس ارشد جغرافیا

حسین مردانی

دانشجوی کارشناسی ارشد جغرافیا

مقدمه

امروزه گردشگری بعد از نفت در کشورهای نفت‌خیز خاورمیانه به‌عنوان کالایی تجاری، درآمدهای جهانی سرشاری ایجاد کرده و حجم زیادی از کل تولید ناخالص ملی این کشورها را تشکیل می‌دهد به نحوی که در طول دو دهه گذشته سریع‌ترین بخش اقتصادی در حال رشد جهان بوده است [۱]. گسترش صنعت گردشگری، علاوه بر نقش و تأثیر آن در ابراز هویت ملی و ایجاد امنیت اجتماعی، موجب ارتقای وضعیت اقتصادی از جمله ایجاد فرصت‌های شغلی، درآمدزایی، کاهش فقر و گسترش عدالت اجتماعی و رفاه در جامعه می‌شود.

در سال‌های اخیر صنعت گردشگری همواره به‌عنوان یکی از بخش‌های پیشرو اقتصادی مطرح بوده و پس از بخش ارتباطات و اطلاعات از لحاظ اهمیت در جایگاه دوم قرار گرفته است. براساس گزارش شورای جهانی مسافرت و گردشگری (۲۰۱۰)، سهم این بخش از تولید ناخالص داخلی، اشتغال و سرمایه‌گذاری به ترتیب ۹/۸، ۸/۶ و ۹/۸ درصد بوده است [۲].

وقوع جنگ، گسترش تروریسم، گسترش روزافزون ناامنی، کنترل‌های شدید مرزی، اعمال مقررات شدید در صدور ویزا، وجود تعارض عقیدتی بین کشورها و بی‌ثباتی سیاسی - امنیتی برخی از کشورها، از جمله چالش‌های مطرح در برابر گردشگری در گذشته بوده و در آینده نیز به‌عنوان یک متغیر پویا در این حیطه مطرح خواهند بود. با وجود چنین شرایطی، هنوز شاهد رشد هر چند آرام گردشگری در ابعاد جهانی آن هستیم، اما صنعت گردشگری برخی از کشورها دچار آسیب‌های فراوانی شده است و همین امر باعث

عرب بعد از یازدهم سپتامبر را مورد بازاندیشی قرار می‌دهند و به این نتیجه می‌رسند که حملات یازده سپتامبر با توجه به نقش جهانی و موقعیت ایالات متحده و نیز شخصیت جهانی گروه تروریستی القاعده، بر گردشگری تأثیر گذار بوده است.

منسفلد و پیزام (۲۰۰۶) در کتاب گردشگری، امنیت و ایمنی، تغییری را از مطالعه موردی که در آن به ثبت خصوصیات عواقب حملات تروریستی به گردشگران، گردشگری و جامعه قربانی می‌پردازند به رویکردی علمی پیرامون چگونگی کنترل و کاهش پیامدهای این حوادث نشان می‌دهد.

کلمنت و فلچر [۹] از دانشگاه استنفورد به تأثیر بی‌ثباتی سیاسی بر محصول آسیب‌پذیری جهانگردی در فیجی و کنیا پرداخته‌اند. نتایج به دست آمده چنین است که رویدادهای سیاسی مانند کودتا و مسائل سیاسی داخلی آثاری به مراتب شدیدتر در سطح فعالیت‌های گردشگری نسبت به حملات تروریستی سطح پایین تا متوسط دارند. تیموثی و جیان پی [۱۰] در کتاب میراث فرهنگی و گردشگری در کشورهای در حال توسعه به مسائل، چالش‌ها و روندهای جهانی و منطقه‌ای مرتبط با میراث و گردشگری در کشورهای کمتر توسعه یافته می‌پردازند. این کتاب با استفاده از ایده‌ها و گفتمان‌های تئوریک گردشگری میراث به بررسی موضوعات مطرح شده می‌پردازد و از حفاظت، مدیریت، اقتصاد و توسعه نیافتگی، سیاست و قدرت، به کارگیری میراث، استعمارگری و غیره سخن می‌گوید.

تعریف گردشگری

در سال ۱۹۹۱ سازمان جهانی گردشگری وابسته به سازمان ملل متحد به تعریف معیار به شرح زیر دست یافت: «گردشگری به مجموعه فعالیت‌هایی که افراد به هنگام سفر به مکانی خارج از محیط زندگی معمول خود انجام می‌دهند، گفته می‌شود. طول مسافرت نباید کمتر از ۲۴ ساعت و نه بیشتر از ۱۲ ماه متوالی بوده و هدف از آن تفریح، تجارت و دیگر اهداف باشد. در این مسافرت، جهانگرد نمی‌تواند درآمد حاصل از اشتغال کسب کند» [۱۱].

گردشگری در جهان

در عصر کنونی کشورها و جوامع بشری به صورت فزاینده‌ای به این حقیقت پی برده‌اند که برای حفظ

وضع اقتصادی خود باید ابتکار عمل به خرج داده و در صدد یافتن راه‌های تازه‌ای برای گسترش روابط تجاری خود و خروج از وابستگی به تک‌محصول‌ها برآیند [۱۲].

میزان رشد قابل توجه گردشگری در فاصله سال‌های ۱۹۵۰ تا ۱۹۹۰ از ۲۵ میلیون گردشگر به ۴۵۷ میلیون گردشگر، بیانگر رویکرد مناسب افراد به مسافرت، سرمایه‌گذاری دولت‌ها در این بخش و ثبات نسبی در شرایط سیاسی و اقتصادی جهان بوده است. اما از سال ۱۹۹۱ شاهد میزان رشد اندک در مسافرت‌های بین‌المللی بوده‌ایم. رشد آرام گردشگری جهانی مربوط به سال ۱۹۹۱ تا حدود زیادی ناشی از جنگ خلیج فارس و رشد آرام مربوط به سال‌های ۱۹۹۷ و ۱۹۹۸ ناشی از بحران مالی آسیا بود [۱۳].

از مجموع ۸۸۰ میلیون گردشگر بین‌المللی در سال ۲۰۰۹ تعداد ۴۵۹/۷ میلیون نفر به قاره اروپا سفر و بالغ بر ۴۱۳ میلیارد دلار در کشورهای این قاره خرج کرده‌اند. فرانسه با جذب ۷۴/۲ میلیون نفر مقام اول را در جذب گردشگر داشته است. قاره آسیا و اقیانوسیه توانسته است در این سال ۱۸۱/۲ میلیون نفر گردشگر را با درآمدی معادل ۲۰۳/۷ میلیارد دلار پذیرا باشد. قاره آمریکا شامل آمریکای شمالی، مرکزی و جنوبی در سال ۲۰۰۹ بالغ بر ۱۴۰/۷ میلیون گردشگر با درآمدی معادل ۱۶۵/۲ میلیارد دلار از نظر درآمدی مقام سوم جهان را در اختیار داشته است. کشورهای منطقه خاورمیانه با ۵۲/۹ میلیون نفر و کسب درآمدی بالغ بر ۴۱/۲ میلیارد دلار در جایگاه چهارم و قاره آفریقا با ۴۵/۶ میلیون نفر و درآمدی معادل ۲۸/۹۳ میلیارد دلار در مقام پنجم جای گرفته است. قاره آفریقا تنها مقصد گردشگری دنیا بوده که از رشد مثبت ۳/۱ درصد نسبت به سال ۲۰۰۸ برخوردار بوده است [۱۴].

گفتنی است که کشور ایران بر اساس تقسیم‌بندی سازمان جهانی گردشگری در منطقه آسیا و اقیانوسیه قرار دارد.

سازمان جهانی گردشگری UNWTO در گزارش سال ۲۰۱۳ به نکات برجسته و جالبی اشاره و میزان رشد گردشگری در جهان و هر یک از قاره‌ها و مناطق را بیان کرده است. طبق این گزارش، بیشترین رشد در گردشگران ورودی را منطقه آسیا پاسیفیک با افزایش ۶ درصدی داشته و پس از آن اروپا و آفریقا هر کدام با ۵ درصد رشد در رتبه‌های بعدی قرار دارند. در آمریکای شمالی و جنوبی، گردشگری با رشد سه درصدی همراه بوده است و در خاورمیانه تقریباً شاهد رشد

جدول شماره ۱: توزیع گردشگری بین‌المللی در مهم‌ترین بازارهای مقصد بر حسب تقسیم‌بندی اداری سازمان جهانی گردشگری (نرخ رشد ۲۰۰۹ نسبت به ۲۰۰۸)

منطقه	۱۹۹۰	۱۹۹۵	۲۰۰۰	۲۰۰۵	۲۰۰۶	۲۰۰۷	۲۰۰۸	۲۰۰۹	نرخ رشد
قاره اروپا	۲۶۲/۶	۳۱۱/۳	۳۹۳/۵	۴۴۰/۳	۴۶۲/۲	۴۸۴/۴	۴۸۷/۲	۴۵۹/۷	-۵/۷
قاره آسیا و اقیانوسیه	۵۵/۸	۸۱/۸	۱۰۹/۳	۱۵۴/۶	۱۶۷	۱۸۴/۳	۱۸۴	۱۸۱/۲	-۱/۶
قاره آمریکا	۹۲/۸	۱۰۹	۱۲۸/۲	۱۳۳/۴	۱۳۵/۸	۱۴۲/۵	۱۴۷/۸	۱۴۰/۷	-۴/۸
قاره آفریقا	۱۵/۲	۲۰/۱	۲۷/۹	۳۷/۳	۴۱/۴	۴۴/۴	۴۴/۲	۴۵/۶	۳/۱
خاورمیانه	۹/۶	۱۳/۷	۲۴/۴	۳۷/۸	۴۰/۹	۴۷/۶	۵۵/۶	۵۲/۹	-۴/۹

منبع: Organization 2009&2010 UNWTO: World Tourism

چندانی نبوده‌ایم. درآمد حاصل از گردشگری را در کل دنیا طی سال ۲۰۱۳، چیزی بالغ بر ۱۱۵۹ میلیارد دلار اعلام کرده است که نسبت به سال قبل ۸۱ میلیارد دلار افزایش داشته است. طبق گزارش سال ۲۰۱۳ سازمان جهانی گردشگری، میانگین میزان رشد گردشگران ورودی بین‌المللی در سال گذشته حدود ۵ درصد در سراسر جهان بوده و این تعداد به ۱۰۸۷ میلیون نفر رسیده و رشد میزان گردشگری داخلی در سال گذشته ۵ تا ۶ میلیارد نفر بوده و پیش‌بینی شده است که در سال ۲۰۳۰ گردشگران بین‌المللی به ۸/۱ میلیارد نفر برسند [۱۵].

پیش‌بینی‌های سازمان جهانی جهانگردی در ژانویه ۲۰۱۴ رشدی معادل ۴ تا ۴/۵ درصد برای گردشگران بین‌المللی را نشان می‌دهد و در ضمن به این نکته اشاره شده است که این رشد در یک دوره بلندمدت مدت تا سال ۲۰۳۰ حدود ۳/۳ درصد در هر سال خواهد بود. همچنین این پیش‌بینی‌ها نشان می‌دهد که رشد گردشگران برای آسیا پاسیفیک ۵ تا ۶ درصد و برای آفریقا ۴ تا ۶ درصد خواهد بود. براساس این گزارش، چین به‌عنوان بازار اصلی و شماره یک گردشگری در جهان شناخته شده است و گردشگران در سال مذکور، رقمی بالغ بر ۱۲۹ میلیارد دلار

گردشگری به مجموعه فعالیت‌هایی که افراد به هنگام سفر به مکانی خارج از محیط زندگی

معمول خود انجام می‌دهند، گفته می‌شود.

طول مسافرت نباید کمتر از ۲۴ ساعت

و نه بیشتر از ۱۲ ماه متوالی بوده

و هدف از آن تفریح، تجارت

و دیگر اهداف باشد. در

این مسافرت، جهانگرد

نمی‌تواند در آمد

حاصل از اشتغال

کسب کند

خرج

کرده‌اند

و منطقه

خاورمیانه با کاهش

۲ درصدی درآمد

گردشگری روبه‌رو بوده

است. آمار گردشگران بین‌المللی

نشان‌دهنده رشد مستمر و بدون وقفه

در این زمینه است که از ۲۵ میلیون نفر

گردشگر در سال ۱۹۵۰ به ۲۷۸ میلیون نفر در

سال ۱۹۸۰ و از ۲۸ میلیون نفر در سال ۱۹۹۵ به

۱۰۸۷ میلیون نفر در ۲۰۱۳ رسیده است [۱۶].

درآمدهای جهانی گردشگری

کشورهایی که توانسته‌اند در صنعت گردشگری

کارنامه موفق‌تری از خود به جا بگذارند، علاوه بر معرفی

کشور خود به گردشگران، درآمد سرشاری از این صنعت

به دست آورده‌اند.

سال ۲۰۱۸ میلادی در جهان، یک هزار و ۲۴۱ میلیارد دلار

سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری انجام شد که این رقم معادل

۹/۰۲ درصد از کل سرمایه‌گذاری جهان است. این رقم تا سال

۲۰۲۰ به ۲/۷۵۷ میلیارد دلار خواهد رسید که ۹/۰۴ درصد از کل

سرمایه‌گذاری در جهان را تشکیل می‌دهد.

تولید ناخالص داخلی جهان از گردشگری در سال گذشته میلادی

۹/۲ درصد از کل تولید ناخالص داخلی بوده که نسبت به ۱۰ سال

گذشته رشد نیم‌درصدی داشته و این رقم معادل ۵۷۵۱ میلیارد دلار بوده است. طبق پیش‌بینی‌های سازمان جهانی شورای سفر در سال ۲۰۲۰ میلادی، تولید ناخالص داخلی جهان از گردشگری به مبلغی معادل ۱۱/۱۵۱ میلیارد دلار می‌رسد که نسبت به سال ۲۰۱۰ رشد ۴/۴ درصدی خواهد داشت و نسبت اقتصاد گردشگری به ۹/۶ درصد کل تولید ناخالص جهان افزایش می‌یابد.

براساس آخرین آمار این سازمان در حال حاضر از هر ۱۲/۳ شغل در سراسر دنیا یک شغل مربوط به صنعت جهانگردی است. در سال ۲۰۱۰، صنعت گردشگری ۱/۸ درصد از کل مشاغل جهان را با ۲۳۵ میلیارد دلار درآمد به خود اختصاص داده و اکنون ۷۵۸ هزار نفر به واسطه این صنعت مشغول به کارند. پیش‌بینی‌های این سازمان در ده سال آینده نشان می‌دهد که ۹/۲ درصد از کل مشاغل دنیا مرتبط با صنعت گردشگری خواهد بود و ۳۰۳ میلیون و ۱۹ هزار شغل مرتبط با گردشگری به وجود می‌آید [۱۷].

نقش امنیت در گردشگری جهان

یکی از برجسته‌ترین عناصر در اهداف دولت‌ها

در سیاست‌گذاری‌های مربوط به گردشگری، عنصر

امنیت است. برقراری امنیت ملی از طریق کنترل مرزها

و کنترل ورودی‌ها و خروجی‌های گردشگران، اطمینان از

امنیت و سلامتی شهروندان در خارج از کشور، حفظ و تدوام

روابط بین‌الملل براساس قانون اساسی، برقراری امنیت گردشگران در

زمان ورود، اقامت و خروج از کشور و در نهایت، تأمین سایر اهداف

سیاسی از جمله جلب اعتماد جهانی، کسب و جاهدت برای دولت و

تثبیت اصول فرهنگی - اجتماعی جامعه، از جمله دلایل دخالت دولت

در امر گردشگری است [۱۸].

کشورهایی که از امنیت و ثبات سیاسی لازم برای حمایت از جریانات

گردشگری برخوردارند، می‌توانند از پتانسیل‌های موجود در جاذبه‌های

گردشگری حداکثر منافع اقتصادی - اجتماعی را ببرند و در افزایش

مقبولیت و مشروعیت بین‌المللی در عرصه‌های سیاسی و معرفی

مؤلفه‌های فرهنگی کشورشان به سایر کشورهای دنیا نیز گام‌هایی

مؤثر بردارند. اما مناطق و کشورهایهایی که درگیر بی‌ثباتی سیاسی و

نامانی هستند، در راستای ایجاد بستری مناسب برای استفاده از

کارکردهای مثبت صنعت گردشگری با چالش‌های عمده مواجه‌اند.

گردشگری در خاورمیانه

به گزارش خبرگزاری میراث فرهنگی به نقل

از سازمان گردشگری جهانی و طبق بررسی‌های

انجام شده در چشم‌انداز درازمدت گردشگری، منطقه

خاورمیانه تا سال ۲۰۳۰ بیشترین میزان رشد گردشگری را

در جهان دارد. طبق همین بررسی‌ها براساس روند جاری در ۳۰

سال گذشته پیش‌بینی شده است که در سال ۲۰۳۰ تعداد گردشگران

در خاورمیانه به مرز ۱۴۹ میلیون نفر برسد. این رقم براساس میانگین

افزایش سالانه ۴/۶ درصدی در مقایسه با میانگین رشد سالانه در

سطح جهانی است که برابر با ۳/۳ درصد در سال بوده است.

رشد گردشگری خاورمیانه بسیار گسترده و همه‌جانبه است و ابعاد

گوناگونی از این صنعت را در طیفی وسیع، از گردشگری تفریحی و

سرگرمی گرفته تا طبیعت گردی و گردشگری همایش‌ها و کنفرانس‌ها را در بر می‌گیرد. مؤسسه تحقیقات بین‌المللی یورومانیاتور، سال گذشته پیش‌بینی کرده بود که پس از سقوط ۱۰ درصدی صنعت گردشگری منطقه خاورمیانه در نتیجه جنبش‌های مردمی موسوم به بیداری اسلامی در کشورهای عربی در سال ۲۰۱۲، در سال ۲۰۱۳ نشانه‌هایی مثبت از رشد برای خاورمیانه پدیدار می‌شود، اما ظاهراً در این روند رشد خاورمیانه، به‌طور مشخص توجهی به ایران نشده بود. هر چند این گزارش تأکید داشت که افزایش تعداد گردشگران جهان عمدتاً از بازارهای آسیا و اقیانوسیه و متکی به کشورهای آمریکای لاتین و اروپای مرکزی است، اما مسافران آمریکایی و اروپایی به‌ویژه علاقه شدیدی به سفر به کشورهایی نشان می‌دهند که پیش‌تر ورود به آن‌ها ممنوع بوده است. اکنون در آغاز سال ۲۰۱۴ میلادی به نظر می‌رسد بخش‌هایی از این پیش‌بینی‌ها در منطقه خاورمیانه و خلیج فارس و تا حدودی درباره ایران محقق شده است. با این حال سهم ایران در حال حاضر حدود یک دهم درصد از توریست خارجی است و با توجه به افق ۲۰ ساله باید به میزان ۲۵ میلیارد دلار از این صنعت کسب درآمد کند [۱۹].

بی‌ثباتی سیاسی خاورمیانه

بی‌ثباتی سیاسی به شیوه‌های مختلف تجلی پیدا می‌کند. در ادبیات گردشگری از جنگ، کودتا، تروریسم، بلایای طبیعی و عواقب سیاسی آن‌ها، جرم و جنایت، کشمکش‌های جزئی و تغییر رژیم‌های حکومتی به‌عنوان متداول‌ترین علل بروز بی‌ثباتی سیاسی نام برده شده است.

حملات ۱۱ سپتامبر (۲۰۰۱)، اثرات مخربی بر گردشگری این منطقه داشت. علاوه بر آن، جنگ‌های داخلی اخیر در لبنان، جنگ عراق، حمله عراق به کویت در سال ۱۹۹۰، جنگ تحمیلی عراق علیه ایران در سال ۱۹۸۱، جنگ‌های گروه‌های تکفیری و ربودن گردشگران در یمن، مصر، عربستان سعودی و عراق، جنگ بین عربستان با همراهی امارات و کشورهای غربی علیه یمن، درگیری‌های فلسطینیان با رژیم اشغالگر قدس و حزب‌الله لبنان با رژیم اشغالگر قدس، مشکلات مربوط به تنگه هرمز و بسیاری از وقایع اخیر، این منطقه را به‌عنوان مهم‌ترین بستر منازعات بشری در رسانه‌های جهان مطرح می‌کند [۲۰].

حوادث مربوط به جرایم، جنگ، تروریسم و ناآرامی‌های سیاسی - اجتماعی می‌توانند آثار منفی بر گردشگران، صنعت گردشگری و جامعه میزبان داشته باشند.

برخلاف حملات تروریستی، تأثیرات منفی جنگ در مناطق گسترده‌تر و در طول مدت زمان بیشتری احساس می‌شود [۲۱].

تأثیر بی‌ثباتی سیاسی و بحران‌های امنیتی بر صنعت گردشگری خاورمیانه

متزلزل بودن ثبات و امنیت در منطقه خاورمیانه، نقش تعیین‌کننده‌ای در اعمال سیاست‌گذاری‌های دولت‌های این منطقه در ابعاد مختلف داشته است. تلاش چندین ساله کشورهای خاورمیانه برای همسو کردن سیاست‌های خود در

وقوع جنگ، گسترش تروریسم، گسترش روزافزون ناامنی، کنترل‌های شدید مرزی، اعمال مقررات شدید در صدور ویزا، وجود تعارض عقیدتی بین کشورها و بی‌ثباتی سیاسی - امنیتی برخی از کشورها، از جمله چالش‌های مطرح در برابر گردشگری در گذشته بوده و در

آینده نیز به عنوان یک متغیر پویا در این حیطه مطرح خواهند بود

قالب یک

سازمان

همکاری منطقه‌ای

نیز کم‌رنگ بوده است.

از این گذشته، فضای ناامن

حاکم بر این منطقه، موجب

تشدید روند مداخله دولت‌ها در امور

داخلی کشورهایشان شده است. به تناسب

همین امر، کشورهای این منطقه به جای

سرمایه‌گذاری در بخش‌های زیربنایی جامعه همچون

آموزش، بهداشت و تأمین اجتماعی، مبادرت به افزایش

هزینه‌های نظامی خود می‌کنند، زیرا هر چه سطح تهدیدات

امنیتی بین‌المللی یک کشور بیشتر شود، هزینه‌های نظامی آن

کشور نیز بالا خواهد رفت [۲۲].

بی‌ثباتی سیاسی و فضای ناامن حاکم بر برخی از کشورهای منطقه، هزینه‌های مربوط به ایجاد بسترهای لازم برای توسعه گردشگری بین‌المللی را افزایش می‌دهد. ریچی معتقد است که این کشورها باید برنامه‌های توسعه صنعت گردشگری را مورد بازشناسی مجدد قرار دهند و برای آن، برنامه‌های بلندمدتی را تدوین کنند که در خلال آن توجه به ثبات سیاسی و امنیت داخلی از اهمیت بسیار برخوردار باشد [۲۳].

منطقه خاورمیانه به عنوان پرتنش‌ترین منطقه جهان، دارای جاذبه‌های متنوع گردشگری نیز هست، اما در طول تاریخ کمتر زمانی بوده که حکومت‌های این حوزه جغرافیایی در آرامش به سر برده باشند، به‌خصوص آنکه از سال ۲۰۱۰ و شروع جنبش‌های مردمی در تونس، این بی‌ثباتی همچون دومینویی منطقه را فراگرفت. نخستین تأثیر شورش‌ها افزایش قیمت نفت بود؛ ماده‌ای که به سرعت بر افزایش قیمت بلیت هواپیما نیز تأثیر گذاشت و از آنجا که قیمت بلیت یکی از مهم‌ترین مخارج سفر به حساب می‌آید، تغییر آن بر تعداد گردشگران نیز مؤثر است. مصر که در سال ۲۰۱۱ وارد بحران داخلی و با سرنگونی رهبرش مواجه شد، نسبت به سال قبل ۴/۵ میلیون گردشگر خود را از دست داد. طبق آمار در سال ۲۰۱۰ این کشور ۱۴ میلیون گردشگر را جذب کرد که درآمد حاصل از آن ۱۳ درصد تولید ناخالص داخلی شد، اما تقریباً یک سال بعد این رقم به ۱۱ درصد رسید. بمب‌گذاری

فرودگاه قاهره که بعد از فرودگاه بین‌المللی ژوهانسبورگ آفریقای جنوبی، بزرگ‌ترین و مهم‌ترین فرودگاه قاره آفریقا است و سالانه ۱۶ میلیون مسافر را جابه‌جا می‌کند، در نتیجه حوادث اخیر دچار بحران شدید شد. این کشور در سال ۲۰۱۳ نسبت به سال قبل از خود ۴/۱ میلیارد درآمد صنعت گردشگری را از دست داد، زیرا با کودتای ارتش، تنها رئیس‌جمهور منتخب مصر، محمد مرسی، کنار گذاشته شد و این کشور وارد چرخه‌ای از تظاهرات، درگیری، خشونت و کشتار گردید. طبق گزارش‌های منتشر شده پس از برکناری مرسی، مصر با کاهش ۵۷ درصدی در حوزه گردشگری روبه‌رو شد. این مسئله باعث کاهش ۱/۵ درصدی تولید ناخالص داخلی شد.

لبنان نیز به‌عنوان کشوری که در همسایگی فلسطین اشغالی و البته سوریه است و دچار جنگ داخلی شده، از این تحولات به دور نیست. این کشور به‌عنوان سوئیس خاورمیانه توانست در سال ۲۰۰۸ که ثبات سیاسی بر آن حاکم بود ۴ میلیارد دلار درآمد کسب کند که معادل ۹ درصد تولید ناخالص داخلی آن بود. در واقع ۲۲ درصد درآمد ملی لبنان وابسته به صنعت گردشگری بود، اما آغاز حمله داعش به سوریه در سال ۲۰۱۱ موجب شد که این کشور سالانه بیش از ۲۵ درصد گردشگر خود را از دست بدهد. این در حالی بود که تا پیش از این پیش‌بینی می‌شد تا سال ۲۰۲۳، ۵/۸ درصد بر میزان تولید ناخالص داخلی لبنان از طریق گردشگری افزوده شود.

همچنین این کشور در معرض حملات رژیم اشغالگر قدس است. اگرچه رهبران لبنان پس از هر جنگ و درگیری با تل‌آویو به سرعت دست به ترمیم زده‌اند، اما احساس ناامنی از سوی راکت‌های رژیم اشغالگر قدس، بر تعداد گردشگر مؤثر بوده است.

اقلیم خودمختار کردستان عراق نیز در سال‌های اخیر نشان داده است که می‌تواند به‌عنوان یکی از مراکز جذب گردشگر در خاورمیانه عمل کند. این منطقه در سال ۲۰۱۳ با افزایش ۳۳ درصدی گردشگر روبه‌رو شد. بر این اساس دو میلیون و سیصد نفر در سال گذشته میلادی از اقلیم کردستان دیدن کردند که البته ۶۶ درصد این افراد از مرکز و جنوب عراق بودند. در حالی که گردشگری در کردستان بر پایه جذابیت‌های غیرمذهبی است، اساس گردشگری کشور عراق

به‌طور کلی دینی و مذهبی است. از این رو بعد از نفت، دومین راه درآمد این کشور زائران هستند که بیشترین آن‌ها را ایرانیان تشکیل می‌دهند. وجود مراکز شیعی باعث شد که پس از سقوط صدام روزانه به‌طور متوسط ۶ هزار زوار ایرانی وارد عراق شوند، از این رو ۶۰ درصد اقتصاد شهر مقدس نجف اشرف وابسته به گردشگر است. مسئله قابل توجه در این باب، عدم تأثیر ناامنی در استان‌های شیعی عراق بر تعداد زائر ایرانی است، چنان‌که در آخرین آمار اعلام شده از سوی مراکز دولتی ایران، روزانه ۱۲۰۰ نفر از مرز شلمچه وارد عراق می‌شوند که در تابستان این تعداد به چهار هزار نفر می‌رسد. بر این اساس به‌طور متوسط عراق سالانه پذیرای ۲ میلیون گردشگر است. اما به‌طور کلی عراق و به‌ویژه اقلیم کردستان به دلیل تجاوزات و تحرکات داعش در گذشته با کاهش شدید گردشگر مواجه شده است که البته هنوز آمار دقیقی از آن موجود نیست.

با این توصیفات باید اشاره کرد که جنگ رژیم اشغالگر قدس علیه غزه، کودتا در مصر، درگیری میان سیاست‌مداران لبنی، بحران سوریه و تحولات عراق، می‌تواند بر کل صنعت گردشگری خاورمیانه اثر سوء بگذارد. احساس ناامنی یک گردشگر اروپایی، آمریکایی یا مسافرانی از شرق آسیا در کشورهای مجاور این کانون‌های بحران، طبیعی است، به‌خصوص که شبکه‌های اجتماعی و رسانه‌ها روزانه اخبار اعمال خشونت‌بار داعش، جبهه النصره و البته طالبان و القاعده را در این حوزه جغرافیایی پوشش می‌دهند. بر این اساس انتظار می‌رود درآمد ۸۷ میلیارد دلاری ترکیه در سال ۲۰۱۳ که از طریق گردشگری به دست آمد در سال ۲۰۱۴ با کاهش روبه‌رو شود. همچنان که ایران نیز به دلیل داشتن مرزهای طولانی با عراق و افغانستان و نزدیک شدن زمان خروج نیروهای بین‌المللی از این کشور و قدرت‌گیری روزانه طالبان در آن با این مسئله روبه‌رو خواهد شد [۲۴].

سازمان جهانی شورای سفر (WTO) در گزارش کارشناسان این شورا و به کمک دانشکده اقتصاد دانشگاه آکسفورد، سالانه گزارشی در بازه‌های زمانی ده‌ساله تهیه می‌کند و در آن به وضعیت گردشگری و آثار اقتصادی آن در ۱۸۱ کشور دنیا می‌پردازد.

جدول ۲: مقایسه وضعیت گردشگری (رشد واقعی تولید ناخالص داخلی) در جهان، خاورمیانه و ایران

رشد واقعی تولید ناخالص داخلی حاصل از گردشگری	۲۰۱۰	۲۰۲۰
خاورمیانه	-۱/۱ درصد	۵/۲ درصد
جهان	۰/۵ درصد	۴/۴ درصد
ایران	۳/۹ درصد	۳/۸ درصد

بنابر آخرین گزارش‌های این سازمان که آمار و وضعیت گردشگری کشورها را از سال ۲۰۱۰ تا ۲۰۲۰ میلادی پیش‌بینی کرده است ایران در سال ۲۰۱۰ میلادی رشد ۳/۹ درصدی در صنعت گردشگری دارد. براساس همین گزارش وضعیت گردشگری ایران تا سال ۲۰۲۰ با رکود مواجه می‌شود و این عدد به ۳/۸ درصد می‌رسد، اما در سال ۲۰۱۰ میلادی، درآمد حاصل از گردشگر ورودی به ایران به حدود ۲/۴ میلیارد دلار می‌رسد که ۲/۵ درصد از صادرات کل ایران را تشکیل می‌دهد.



طبق پیش‌بینی سازمان جهانی شورای سفر در سال ۲۰۲۰ میلادی این مبلغ به ۵/۱ میلیارد دلار می‌رسد و ۲/۴ درصد از کل صادرات ایران را تشکیل می‌دهد [۲۵].

در طول دهه ۱۹۹۰ اغلب کشورهای خاورمیانه، تعرض به گردشگران دیگر کشورها را تجربه کرده‌اند، اما برخی از کشورهای خاورمیانه چون مصر، اردن و ترکیه در نوک حملات تروریستی علیه گردشگران بوده‌اند. در سال ۲۰۱۰ در جریان حملات تروریستی، کشورهای عراق و یمن به ترتیب با ۳۳۶۴ و ۱۷۸ نفر کشته در صدر کشورهای منطقه خاورمیانه قرار دارند [۲۶].

از سال ۱۹۹۰ به بعد، سه رویداد بسیار مهم تأثیر شدیدی بر ناپایداری امنیت به‌عنوان یکی از مؤلفه‌های اصلی صنعت گردشگری در خاورمیانه گذاشته است. رویداد اول، مربوط به جنگ اول خلیج فارس در سال ۱۹۹۱ و حمله نظامی آمریکا و متحدانش به عراق است. براساس برآورد سازمان جهانی گردشگری ملل متحد (۲۰۰۲ UNWTO)، میزان رشد گردشگری منطقه خاورمیانه در سال ۱۹۹۱ نسبت به سال ۱۹۹۰، ۷/۱ - درصد بوده، در حالی که در همین سال میزان رشد گردشگری در جهان ۷/۰ درصد بوده است. رویداد دوم مربوط به حملات ۱۱ سپتامبر ۲۰۰۱ است. بیشترین شوک ناشی از این حمله در آمریکا احساس شد، چرا که در سال ۲۰۰۱ رشد منفی ۴/۷ - درصدی تعداد ورود گردشگران به آمریکا نسبت به سال قبل از آن اتفاق افتاده است. رویداد سوم نیز مربوط به پیامدهای منفی استراتژی آمریکا مبنی بر مبارزه پیش‌دستانه با تروریسم خودساخته خود و پیگیری آن در افغانستان و عراق است که تأثیر منفی بر رشد متعادل بازار گردشگری منطقه خاورمیانه داشته است.

سیاست‌گذاری دولت‌ها در خاورمیانه

امروزه گردشگری مهم‌ترین فعالیت اقتصادی جهان است. به همین دلیل، سیاست‌ها، راهبردها و برنامه‌ریزی گردشگری از چالش‌های مهم فکری جامعه انسانی است. منابع و جاذبه‌های گردشگری در تمام بخش‌های برنامه‌ریزی و مدیریتی صنعت گردشگری اهمیت بسیار دارد و ویژگی‌ها و مشخصه‌های منابع و جاذبه‌ها در یک کشور یا منطقه، اساس توسعه گردشگری را مهیا می‌سازد [۲۷].

برنامه‌ریزی گردشگری نیازمند اطلاعات کافی در باره جاذبه‌های گردشگری، ویژگی‌های گردشگران، عوامل اقتصادی، سیاسی، خدماتی، اجتماعی و فرهنگی، محیط زیستی و مدیریتی است [۲۸].

بی‌گمان هر گونه برنامه‌ریزی برای رونق گردشگری و جذب گردشگر مستلزم توجه به اصول گردشگری پایدار است تا خللی به جاذبه‌های گردشگری وارد نیاید و این جاذبه‌ها پس از مدت زمان کوتاه به اضمحلال و نابودی دچار نشود.

ترکیه که در سال ۲۰۰۵ توانست خود را به لیست ۱۰ کشور برتر جذب‌کننده گردشگران خارجی وارد کند، در آن سال ۲/۵۲ درصد از بازار گردشگری جهان را در اختیار داشت که در انتهای ۲۰۱۱ میلادی سهم خود از بازار گردشگری جهانی را به ۲/۹۹ درصد ارتقا داد. ترکیه تلاش می‌کند با اتخاذ سیاست‌های مؤثر از جمله ایجاد تسهیلات در صدور ویزا برای گردشگران، پائین آوردن عوارض خروجی، بسترسازی برای استاندارد کردن قوانین حوزه گردشگری، افزایش نرخ امنیت

در مناطق گردشگری، توسعه زیرساخت‌های گردشگری و جذب سرمایه‌گذاری‌های داخلی و خارجی در ساخت هتل‌ها و تأسیسات این صنعت، به‌کارگیری راهکارهای عملی در جذب مشتری، همکاری مشترک با کشورهای اسلامی و اروپایی و نیز توسعه آموزش‌ها در حوزه گردشگری، افق روشنی را برای صنعت گردشگری در سال ۲۰۲۳ رقم زد [۲۹].

دولت امارات متحده عربی عنوان نخست جدول گردشگری پیشرفته را در خاورمیانه به‌دست آورد. امارات متحده عربی در جریان این تلاش‌ها موفق شده است از نظر رقابت در صنعت سفر و گردشگری در گزارش منتشر شده از سوی همایش اقتصاد جهانی که تحت عنوان «حرکت فراسوی رکود» برگزار شد، جایگاه خود را در طبقه‌بندی ۱۳۹ کشور جهان به‌رتبه ۳۰ برساند. با این اقدام، کشور امارات متحده عربی برای اولین بار با کسب ۴/۷۸ امتیاز دارای پیشرفته‌ترین صنعت سفر و گردشگری در کل منطقه خاورمیانه شناخته شد. تداوم توسعه زیرساخت‌های گردشگری به‌ویژه در بخش حمل و نقل هوایی در امارات که رتبه چهارم را در شاخص رقابتی جهان داراست، مهم‌ترین نقش را در کسب این مقام ایفا کرده است. همچنین تصور می‌شود که این کشور جایگاه جهانی خوبی در بازاریابی مقاصد گردشگری و کمپین‌های بازاریابی دارد که از این طریق حضور برجسته‌ای در نمایشگاه‌های بزرگ بین‌المللی گردشگری و سفر داشته است. این کشور همچنین مقام سوم را از نظر اولویت‌های دولت برای بخش سفر و گردشگری داشته است.

این گزارش سهم سفر و گردشگری را در تولید ناخالص ملی کشور امارات در سال ۲۰۱۰ در حدود ۱۶/۶ درصد برآورد کرده است که برابر با ۴۲/۵۶ میلیارد دلار می‌شود. از آنجا که گردشگری ابوظبی، دبی و شارجه مجموعاً در ۹۳ درصد از کل تولید ناخالص ملی امارات سهم دارند، این گزارش پیش‌بینی کرده است که میانگین رشد برای سهم این صنعت در تولید ناخالص ملی امارات سالانه بیش از ۸/۱ درصد طی دوره ۲۰۱۱ تا ۲۰۲۰ خواهد بود. این میزان نشان‌دهنده میزان اشتغالی بالغ بر ۴۲۹ هزار نفر خواهد بود که در مقایسه با ۱۳/۸ درصد از کل نیروی کار در کشور میزان قابل توجهی است. نکته جالب در پیشرفت امارات متحده عربی و جایگاه برتر آن بر برخی مقاصد گردشگری باستانی در کشورهای دیگر منطقه است آن هم در شرایطی که امارات از نظر اندوخته‌های گردشگری طبیعی نیز امکانات متوسطی دارد.

این مسئله عمدتاً به دلیل توسعه طبقه‌بندی و استانداردها در حوزه اندوخته‌های فرهنگی است که سبب شده رتبه امارات از ۸۴ در سال ۲۰۰۹ به ۳۴ در سال جاری بازگردد که این امر تا حد زیادی به ویژگی‌های منحصر به فرد این کشور برای گردشگرها و مسافران از نظر شاخص آشنایی است که

این کشور را در رتبه ۲۵ مقاصد گردشگری جهان قرار داده است.



منطقه خاورمیانه به عنوان پر تنش ترین منطقه جهان، دارای جاذبه‌های متنوع گردشگری نیز هست، اما در طول تاریخ کمتر زمانی بوده که حکومت‌های این حوزه جغرافیایی در آرامش به سر برده باشند

افزایش تعداد هتل‌ها و تجهیز آن‌ها در ابوظبی به میزان ۱۰ درصد تنها در شش ماه نخست سال ۲۰۱۱ در مقایسه با مدت مشابه در سال گذشته و نیز افزایش ۲۶ درصدی تقاضا نسبت به سال گذشته نیز در این رتبه‌بندی مورد توجه بوده است. افزایش مسافران در دبی نیز بالغ بر ۱۴ درصد بوده که نرخ اشغال هتل‌ها را به ۸۱ درصد رسانده است [۳۰].

نتیجه‌گیری

صلح، امنیت و آسایش از عوامل ضروری برای گسترش گردشگری در هر نقطه به شمار می‌آیند. هر گونه تهدید علیه امنیت جانی گردشگران باعث کاهش و یا به‌طور کلی برچیده‌شدن فعالیت در یک منطقه آسیب‌دیده می‌شود که در نتیجه، تأثیر منفی بر گردشگران وارد شده به مناطق گردشگری مجاور بر جای می‌گذارد.

در این پژوهش بر آن بودیم تا تأثیر بی‌ثباتی سیاسی و ناامنی در خاورمیانه را بر گردشگری منطقه مورد بررسی قرار دهیم. جنگ به‌عنوان یکی از شاخص‌های بی‌ثباتی سیاسی، نقش مهمی بر بازاریابی گردشگری دارد، بدین صورت که بالا گرفتن جنگ در کشورهای همسایه، جذب گردشگر خارجی و تبلیغات را که از ارکان اصلی بازاریابی است به شدت تحت تأثیر قرار می‌دهد.

شاخص دیگر بی‌ثباتی سیاسی، تروریسم است. تروریسم در خاورمیانه، سلفی‌ها و همچنین گروهک‌های القاعده و امثال آن‌ها باعث به‌وجود آمدن تصویر منفی از کل منطقه می‌شود. حملات تکفیری‌ها در کشورهای همسایه مانند



منابع

1. Sarah, R(2007), *Political Instability And Its Effects on Tourism*. Victoria University, Melbourne, Australia.
2. قمصری، نیر؛ ولی بیگی، مجتبی؛ تقی پور، علی اکبر و فشاری، مجید (۱۳۹۰). «تأثیر مالیات بر درآمد ارزی گردشگری کشورهای خاورمیانه و شمال آفریقا(رهیافت داده‌ای تابلویی پویا»، فصلنامه مدل‌سازی اقتصادی، ش ۱۶، ص ۷۱.
3. حیدری چیانه، رحیم و سلطانی، ناصر(۱۳۹۳). «تحلیلی بر نقش ثبات سیاسی و امنیت در توسعه صنعت گردشگری؛ مطالعه موردی: منطقه خاورمیانه»، فصلنامه جغرافیا و برنامه‌ریزی محیطی، ش ۵۴، صص ۲۲۸-۲۰۹.
4. UNWTO(2010)TourismHighlight,2006 Edition ,Madrid:UNWTO:348
5. آقابخی، علی و افشاری راد، مینو(۱۳۷۹). فرهنگ علوم سیاسی. تهران: چاپار.
6. منسفلد، یول وپیژام، آبراهام(۲۰۰۶). گردشگری، امنیت و ایمنی(از نظریه تا عمل). ترجمه علی صحرانشین، مالک جعفری فشارکی و حسام ولیدی(۱۳۸۹). اصفهان: شهید حسین فهمیده.
7. موسوی شفائی، مسعود؛ امین بیدختی، علی اکبر و اسماعیل شهبانی، سید مجتبی (۱۳۹۱). «تأثیر بی‌ثباتی سیاسی خاورمیانه بر صنعت گردشگری ایران در دوره پس از ۱۱ سپتامبر ۲۰۰۱»، فصلنامه روابط خارجی، ش ۲، صص ۲۴-۲۱۱.
8. همان، ص ۲۱۵.
9. همان، ص ۲۱۴.
10. تیموتی، دالان جی و نیوایان، جیان پی (۲۰۰۹). میراث فرهنگی و گردشگری در کشورهای در حال توسعه. ترجمه اکبر پور فرج و جعفر باپیری(۱۳۸۹). تهران: مهکامه.
11. موسوی شفائی، مسعود؛ امین بیدختی، علی اکبر و اسماعیل شهبانی، سید مجتبی (۱۳۹۱). «تأثیر بی‌ثباتی سیاسی خاورمیانه بر صنعت گردشگری ایران در دوره پس از ۱۱ سپتامبر ۲۰۰۱»، فصلنامه روابط خارجی، ش ۲، ص ۲۱۹.
12. گلی، علی (۱۳۸۸). «توریسم ایران در کجای خاورمیانه ایستاده است»، جهانگردی و توریسم. <http://pnumbt.persianblog.ir/post>, 14/8, Accessed 15 may 2015
13. حیدری چیانه، رحیم و سلطانی، ناصر(۱۳۹۳). «تحلیلی بر نقش ثبات سیاسی و امنیت در توسعه صنعت گردشگری؛ مطالعه موردی: منطقه خاورمیانه»، فصلنامه جغرافیا و برنامه‌ریزی محیطی، ش ۵۴، صص ۲۱۰.
14. UNWTO Tourism Highlights, Edition 2010, page 3, <http://www.e-unwto.org>, Accessed 3 jun 2015
15. <http://persiavisit.ir>, Accessed 15 may 2015
16. UNWTO Annual Report 2015
17. <http://www.tebyan.net>, Accessed 21 may 2015
18. معصومی، محمود(۱۳۸۴). ماهیت گردشگری، تهران: پیک کویر.
19. روزنامه دنیای اقتصاد. «خاورمیانه پیش‌تاز در جذب گردشگر». شماره ۳۲۵۹: ۱۳۹۳/۵/۱۱/۰۵.
20. منسفلد، یول وپیژام، آبراهام(۲۰۰۶). گردشگری، امنیت و ایمنی(از نظریه تا عمل). ترجمه علی صحرانشین، مالک جعفری فشارکی و حسام ولیدی(۱۳۸۹). اصفهان: شهید حسین فهمیده، ص ۷.
21. حیدری چیانه، رحیم و سلطانی، ناصر(۱۳۹۳). «تحلیلی بر نقش ثبات سیاسی و امنیت در توسعه صنعت گردشگری مطالعه موردی: منطقه خاورمیانه»، فصلنامه جغرافیا و برنامه‌ریزی محیطی، ش ۵۴، صص ۲۱۷-۲۱۸.
22. همان، ص ۲۱۹.
23. <http://www.mojnews.ir> ۱۳۹۳ مرداد.
24. <http://www.tebyan.net> Accessed 21 may 2015
25. National counterterrorism center, 2010 on terrorism:p 22
26. ضیایی، محمود و داغستانی، سعید(۱۳۸۹). «تحلیل سلسله‌مراتبی جاذبه‌های تاریخی- فرهنگی شهرستان نیشابور»، جغرافیا و توسعه، ش ۱۷، صص ۱۳۸-۱۱۳.
27. لیاقتی، هومان؛ خوشبخت، کورش؛ محمودی، حسین؛ کوچک زاده، محسن و امیدوار، پگاه(۱۳۸۹). «واکاوی ویژگی‌های الگوی فراغت در گردشگری شهری». محیط‌شناسی، ش ۵۵، ص ۲۵.
28. <http://mardomsalari.com/Template1/News>, Accessed 2 jun 2015.
29. <http://www.khabaronline.ir/detail/171891/society/tourism>, Accessed 25 may 2015.
30. UNWTO Tourism Highlights, Edition 2010, page 6, <http://www.e-unwto.org>, Accessed 3 jun 2015.

البنه در حوزه گردشگری گاه رکود حاصل از ناآرامی‌های کشورهای منطقه منشأ خیر برای کشورهای امن‌تر مانند ایران شد و گردشگرانی که به‌عنوان مثال قصد سفر به خاورمیانه را داشتند با قطع امید از مصر، ترکیه، لبنان و... رهسپار ایران شدند

پاکستان،

افغانستان

و عراق، باعث

مخدوش شدن چهره

کشورهای منطقه شده

است و تأثیر مخرب بر صنعت

گردشگری کشورها دارد.

بی‌ثباتی رژیم سیاسی در کشورهای

این منطقه شاخص دیگر بی‌ثباتی سیاسی در

خاورمیانه است که بر گردشگری تأثیر نامطلوب

می‌گذارد. تظاهرات، اعتصابات و شورش‌هایی که از سال

۲۰۱۱ در کشورهای مختلف عربی شروع شده در وهله نخست

موجب آسیب جدی به صنعت گردشگری این کشورها و در مرحله

بعد به صنعت گردشگری کل منطقه می‌شود.

مصر، ترکیه و سوریه از کشورهایی هستند که در سال‌های گذشته

اقتصادهای گردشگری پویایی داشته‌اند و برای بالا بردن درآمدهای

خود درازمدت برنامه‌ریزی کرده بودند. اشتراک دیگر این کشورها در

این است که طی سال‌های ۲۰۱۲ تا ۲۰۱۴ درگیر جنگ و بحران‌های

داخلی شدند و در یک دوره زمانی شرایط ناپایداری بر آنان حاکم شد

که تأثیرات مخربی از خود بر جای گذاشت. این آثار گاهی حتی به

همان کشورها هم محدود نماند و اقتصادهای مرتبط با آنان در منطقه

را هم تحت تأثیر قرار داد. البته در حوزه گردشگری گاه رکود حاصل

از ناآرامی‌های کشورهای منطقه منشأ خیر برای کشورهای امن‌تر مانند

ایران شد و گردشگرانی که به‌عنوان مثال قصد سفر به خاورمیانه را

داشتند با قطع امید از مصر، ترکیه، لبنان و... رهسپار ایران شدند.

به دلیل تحولات سیاسی منطقه خاورمیانه، رشد منفی ۵/۱ گردشگری

منطقه خاورمیانه در سال ۲۰۰۹ نسبت به سال قبل از آن، بسیار قابل

تأمل است [۳۱]. به موازات چنین رویکردی و عدم اطمینان بخش‌های

دولتی و خصوصی از سرمایه‌گذاری در این بخش اقتصادی - به استثنای

کشورهای ترکیه، مصر، عربستان و در سال‌های اخیر ایران - رهاوردی

جز سهم ناچیز کشورهای منطقه از بازارهای بین‌المللی نداشته است.

توجه به شرایط سیاسی، اجتماعی - فرهنگی، امنیت داخلی، تدوین

برنامه‌های بلندمدت صنعت گردشگری با محوریت بازاریابی بین‌المللی

در راستای بهبود و توسعه آن، می‌تواند از مهم‌ترین اهداف کلان توسعه

گردشگری بین‌المللی کشورهای خاورمیانه تلقی شود. بنابراین ثبات

سیاسی و امنیت به‌عنوان یکی از مؤلفه‌های مؤثر در توسعه گردشگری

بین‌المللی می‌تواند چشم‌انداز امیدوارکننده‌ای برای این صنعت رو به

رشد در منطقه خاورمیانه داشته باشد.