

سرمایه گذاری مؤسسات مالی بین المللی در زمینه گردشگری و مهمان نوازی

دکتر ابوالفضل – اردشیر تاج زاده نمین
عضو هیأت علمی دانشگاه علامه طباطبائی

➤ درآمد پایدار

➤ کاهش فقر

➤ ارتقا و حفظ هنر، هنرمندان و صنایع دستی
در روستاها

چرا گردشگری؟

➤ بهبود زیر ساخت ها در شهرها و روستاها

➤ ایجاد ذهنیت بهتر، ارتقا کیفیت زندگی و

مطلوبتر نمودن نگرش جامعه میزبان به

گردشگری

➤ معرفی و حفظ میراث های فرهنگی و طبیعی

تأثیر ضریب تکاثری بر اقتصاد

- ✓ هر دلار هزینه شده توسط گردشگر ۱۳ بار به گردش در می آید
- ✓ هر اتاق هتل منجر به ایجاد ۳ شغل به طور مستقیم و استخدام ۸ نفر به صورت غیر مستقیم می گردد

گردشگری صنعتی مهم و کار- محور است که نقش مهمی را در توسعه اقتصادی ایفا می کند و در برگیرنده فعالیت های متعددی می باشد. بر مبنای چشم انداز ۲۰۲۰ سازمان جهانی گردشگری، ورودی گردشگران به ۱/۶ بیلیون خواهد رسید که از این تعداد ۱/۲ بیلیون درون منطقه ای و مابقی آن (تعداد ۳۸۷ میلیون)، سفرهای طولانی می باشد.

در سال ۲۰۱۳ چیزی در حدود ۱/۰۸۷ میلیارد
گردشگر به کشورهای مختلف سفر کردند.
این تعداد در مقایسه با سال قبل نسبت به آمار ۱/۰۳
میلیاردی سال ۲۰۱۲، پنج درصد رشد داشته است.

اروپا

رتبه	کشور	تعداد توریست بین المللی (۲۰۱۳)	تعداد توریست بین المللی (۲۰۱۲)
1	 فرانسه	—	83.0 million
2	 اسپانیا	60.7 million	57.5 million
3	 ایتالیا	47.7 million	46.4 million
4	 ترکیه	37.8 million	35.7 million
5	 آلمان	31.5 million	30.4 million

آمریکا

رتبه	کشور	تعداد توریست بین المللی (۲۰۱۳)	تعداد توریست بین المللی (۲۰۱۲)
1	 آمریکا	69.8 million	66.7 million
2	 مکزیک	23.7 million	23.4 million
3	 کانادا	16.5 million	16.3 million
4	 برزیل	—	5.6 million
5	 آرژانتین	5.5 million	5.5 million

خاورمیانه

رتبه	کشور	تعداد توریست بین المللی (۲۰۱۳)	تعداد توریست بین المللی (۲۰۱۲)
1	 عربستان	13.2 million	14.2 million
2	 امارات	9.9 million	8.9 million
3	 مصر	9.1 million	11.1 million
4	 اردن	3.9 million	4.1 million
5	 ایران	—	3.8 million

قابل ذکر است هندوستان از کشورهای جنوب آسیا در سال ۲۰۱۳ تعداد گردشگران بین المللی اش به میزان حدود هفت میلیون رسید که در مقایسه با سال ۲۰۰۰ که حدود دو و نیم میلیون نفر بود رشد بسیار مناسبی را نشان می دهد.

افریقا

رتبه	کشور	تعداد توریست بین المللی (۲۰۱۳)	تعداد توریست بین المللی (۲۰۱۲)
1	 مراکش	10.0 million	9.3 million
2	 آفریقای جنوبی	9.5 million	9.1 million
3	 تونس	6.2 million	5.9 million
4	 الجزایر	2.7 million	2.6 million
5	 موزامبیک	—	2.1 million

شهرهایی که بیشترین توریست را برای اقامت یک شب در سال ۲۰۱۳ داشته اند (میلیون)

بانکوک 15.98m

لندن 15.96m

پاریس 13.92m

سنگاپور 11.75m

نیویورک 11.52m

استانبول 10.37m

دوبی 9.89m

کوالالامپور 9.20m

هنگ کنگ 8.72m

بارسلونا 8.41m



توسعه پایدار

واژه توسعه پایدار در گردشگری بیانگر توسعه به نحوی است که منجر به اثرات منفی زیست محیطی و اجتماعی-فرهنگی نگردد و منابع زیربُط و موجود برای سال ها و نسل های آتی تداوم یابد. همچنین منتهی به حفظ و بهبود کیفیت کلی محیط در سایت های گردشگری شود، ضمن اینکه متضمن رضایتمندی گردشگران و تمامی سطوح جامعه از گردشگری گردد.

گردشگری، فعالیت های زیادی را در می گیرد که شامل حمل و نقل، اقامت و پذیرایی، تورگردانی و دفاتر خدمات مسافرتی، راهنمای تور، فروش سوغاتی، خدمات مالی و غیره می باشد. همچنین بخش هایی از قبیل ساخت و ساز، زیر ساخت ها، هنر و صنایع دستی، کشاورزی، تولید و غیره می توانند از جمله عوامل توسعه در این صنعت تلقی گردند.

راه های ورود به کشورهای خارجی می تواند به صورت های زیر متجلی گردد:

ورود گردشگران، ادغام و سرمایه گذاری مستقیم (راه اندازی کسب و کارهای گردشگری یا مرتبط با آن توسط کشورهای خارجی در کشور مقصد).

قرارداد های مدیریتی، نظارت بر مدیریت و انتقال دانش و دستیابی به بازار، اجاره، فرانچایز، لیسانس و بازاریابی نیز از روش های ورود به بازارهای خارجی می باشد.

Holiday Inn موفق شده خود را در بازار رومانی با برند خود تحت عنوان **Crown Plaza** به کارآفرینان رومانی جایگاه یابی نماید و یا مدیریت هتل جدیدی را در بخارست رومانی عهده دار شود.

اثرات سرمایه گذاری مستقیم

مثبت	منفی
<ul style="list-style-type: none"> ⊕ افزایش منابع قابل سرمایه گذاری ⊕ بهبود استانداردهای فناوری ⊕ بهبود بهره وری و صنایع داخلی ⊕ افزایش رقابت آمیز بودن ⊕ معرفی فناوری روز ⊕ بهبود تخصیص منابع ⊕ اشاعه دانش و فناوری در بین صنایع داخلی ⊕ کسب در آمد بیشتر حاصل از ضریب تکاثری 	<ul style="list-style-type: none"> ⊖ وابستگی کشور ⊖ دخالت سرمایه گذاران زیربط بر تصمیمات دولت ⊖ بروز اعتصاب و غیره توسط سرمایه گذاران خارجی ⊖ و غیره

خط هوایی برزیلی (Varig) از طریق ائتلاف
توانست با خط هوایی کانادا، لوفتانزا (در
آلمان)، کشورهای اسکانديناوی

،Scandinavian Airlines System (SAS)
Thai Airway (تایلند) و خطوط هوایی آمریکا،
همکاری داشته باشد.

مزیت های ائتلاف استراتژیک، کاهش هزینه ها و ارتقای بهره
وری از طریق استفاده از منابع موجود می باشد (برای مثال
امکانات مربوط به بازرسی ورودی (Check-in) در فرودگاه
ها و غیره).

در حال حاضر بسیاری از سازمان های مربوط به اجاره ماشین،
هتل ها، عمده فروش ها، قطارها، عملیات مربوط به سفرهای
دریایی با سازمان های ارائه دهنده خدمات مالی، ائتلاف نموده
اند.

در رابطه با خطوط هوایی نیز سرمایه گذاری های به صورت
strategic alliances می باشد که در حال حاضر حدود ۷۰ در
صد بازار جهانی را در اختیار دارد.


برخی از سرمایه گذاران در گردشگری

سرمایه گذاران خارجی می توانند شرکت ها یا افراد کارآفرینی باشند که بر روی شرکت های گردشگری سرمایه گذاری می کنند.

برای مثال، Hilton Accor, Four season, سازمان های بزرگ سرمایه گذار می باشند.

Sol Kerzner از افریقای جنوبی نمونه ای از سرمایه گذاران انفرادی می باشد.

برخی دیگر از قبیل Mercury, Colony capital، از سرمایه ها مربوط به صندوق بازنشستگی، جهت سرمایه گذاری، استفاده می نمایند.



مؤسسات بین المللی سرمایه گذاری یا International
world bank financial institutions (IFI, s) مانند
group، یا سایر بانک های توسعه منطقه ای به کاهش فقر و
ارتقا سرمایه گذاری در کشورهای در حال توسعه کمک می
کنند



شایان ذکر است که عمدتاً انگلیسی ها و آمریکایی ها سرمایه گذاری می نمایند. همچنین اکثر هتل های بزرگ دنیا، در کشورهای در حال توسعه فعالیت می کنند.

کشورهای متعددی برای ایجاد تفرجگاه، بازسازی و توسعه مقصدهای موجود در گردشگری، زیرساخت ها، توسعه منطقه ای جدید، مرمت میراث های تاریخی و یا مبارزات تهاجمی تبلیغات، تبادل اطلاعات مشترک، مدیریت مشترک در خصوص گردشگران جهت تحرک آزاد بین کشورها و غیره از سرمایه گذاری خارجی استفاده می نمایند. مثالهای در این رابطه عبارتند از مراکش، راه ابریشم که بین کشورهای چین، قزاقستان، قرقیزستان، تاجیکستان و ازبکستان به انجام رسیده است و یا در سایر کشورها مانند هند و غیره می باشد.



- چارچوب های سیاسی- قانونی
- سازمان های تسهیل کننده
- ساختار مبتنی بر پشتیبانی از تصمیمات
- سازمان های توسعه نیروی انسانی
- زیر ساختار
- فیزیکی
- اجتماعی
- فرصت های سرمایه گذاری
- روش همکاری بخش دولتی با خصوصی

پیش نیازهای سرمایه گذاری



سیاست های گردشگری

- ▶ برنامه جامع گردشگری
- ▶ ارتقا سرمایه گذاری در بخش خصوصی
- ▶ بهبود کیفیت محصولات گردشگری
- ▶ بهبود زیر ساخت ها
- ▶ بازاریابی و تبلیغات تهاجمی غیر مستقیم و مستقیم
- ▶ در نظر گرفتن گردشگری به عنوان یک صنعت
- ▶ ایجاد مقررات گردشگری برای جلوگیری از بروز جرایم گوناگون
- ▶ و ایجاد امنیت در جامعه و یا در رابطه با گردشگران یا دیگرکشورها
- ▶ توجه به بخش توسعه منابع انسانی در گردشگری
- ▶ ارتقا پشتیبانی از خدمات گردشگری
- ▶ بهبود ارتباطات
- ▶ حفظ میراث های فرهنگی و طبیعی و بهبود آن
- ▶ ارتقا حیات وحش و طبیعت گردی

افزایش گردشگران ورودی

بازاریابی تهاجمی داخلی و بین المللی

سازماندهی رویدادهای بین المللی

آگاهی در مورد مدیریت حرفه ای میراث ها و توسعه آن

تضمین اقامتی مطبوع و دلپذیر

توسعه گردشگری از طریق اینترنت

تشویق به همیاری بخش خصوصی و دولتی

گردشگری روستایی برای ایجاد اشتغال در روستاها

طبیعت گردی

فلسفه وجودی توسعه گردشگری

زیر ساخت ها

سرمایه گذاری

دولتی

بزرگ راهها، فرودگاه
ها، زیرساخت های
شهری، برق و غیره

غیر دولتی
(خصوصی)

هتل ها، دفاتر خدمات
مسافرتی، تورگردان ها،
واسطه ها، فروشگاههای
صنایع دستی

شراکت بخش دولتی
و غیر دولتی

جاده ها، خطوط هوایی، تفرجگاه
ها، حفظ ابنیه های تاریخی، تور
جهان گستر (وب).

فرصت هایی برای سرمایه گذاری در
گردشگری پایدار

پایداری و سرمایه گذاری

پایدار

- اشاره بر حفظ منابع طبیعی و فرهنگی می نماید.
- محصول جامعه و ایجاد کننده ثروتی است که می تواند تا زمانی که بشر وجود دارد، تداوم یابد

نا پایدار

- تاثیر منفی بر سرمایه گذاری و امور مالی در طول مدت
- مقصد ها ممکن است قادر به جذب گردشگران مورد نظر خود نگردند

چرا اغلب سرمایه گذاریها پایدار نمی باشند

چشم انداز کوتاه مدت

- سرمایه گذاری های کوتاه مدت به تاثیرات مالی و کارکردهای آن در کوتاه مدت بی توجه می باشند.

کسب و کارها

- سرمایه گذاران و توسعه دهندگان در خصوص بازده سرمایه گذاری ابهام دارند

فقدان مشوق ها

- نبود چارچوب های لازم در خصوص مشوق ها

(شبکه های پایدار مالی و سرمایه گذاری، این مشکلات را رفع می نماید)



رقابت

سیاست های دولت

مخاطره بالا

برخی از دلایل سرمایه گذاری
ناکافی در گردشگری

قوانین

برنامه ریزی

ماهیت فصلی بودن بازار

سیاست های مالی دولت

شکست بازار

سایر موارد مثل بروز بیماری ، جنگ و غیره

برگشت پایین سرمایه گذاری
در مقایسه با سرمایه گذاری
در سایر موارد (مانند ملک)

گروه های ذینفع

دولت ها

- اطلاعات جهت سرمایه گذاری پایدار مالی
- ایجاد ظرفیت، منطبق بر سیاست سرمایه گذاری پایدار.
- تضمین سرمایه گذاری برای پایداری مقصد.

سازمان های غیر دولتی

- موقعیتی مناسب برای سازمان ها در کشور ها جهت انجام پروژه های مشترک
- یاد گیری از شبکه- توزیع اطلاعات بر مبنای بهترین عملکرد و آموختن درسهای در خصوص آن.

انجمن های محلی

- تقویت فرهنگ زندگی و حفاظت از تنوع زیستی
- ایجاد شغل و افزایش درآمد
- کاهش فقر

سه گام برنامه ریزی

گام اول

- گرد هم آوردن کسب و کارها

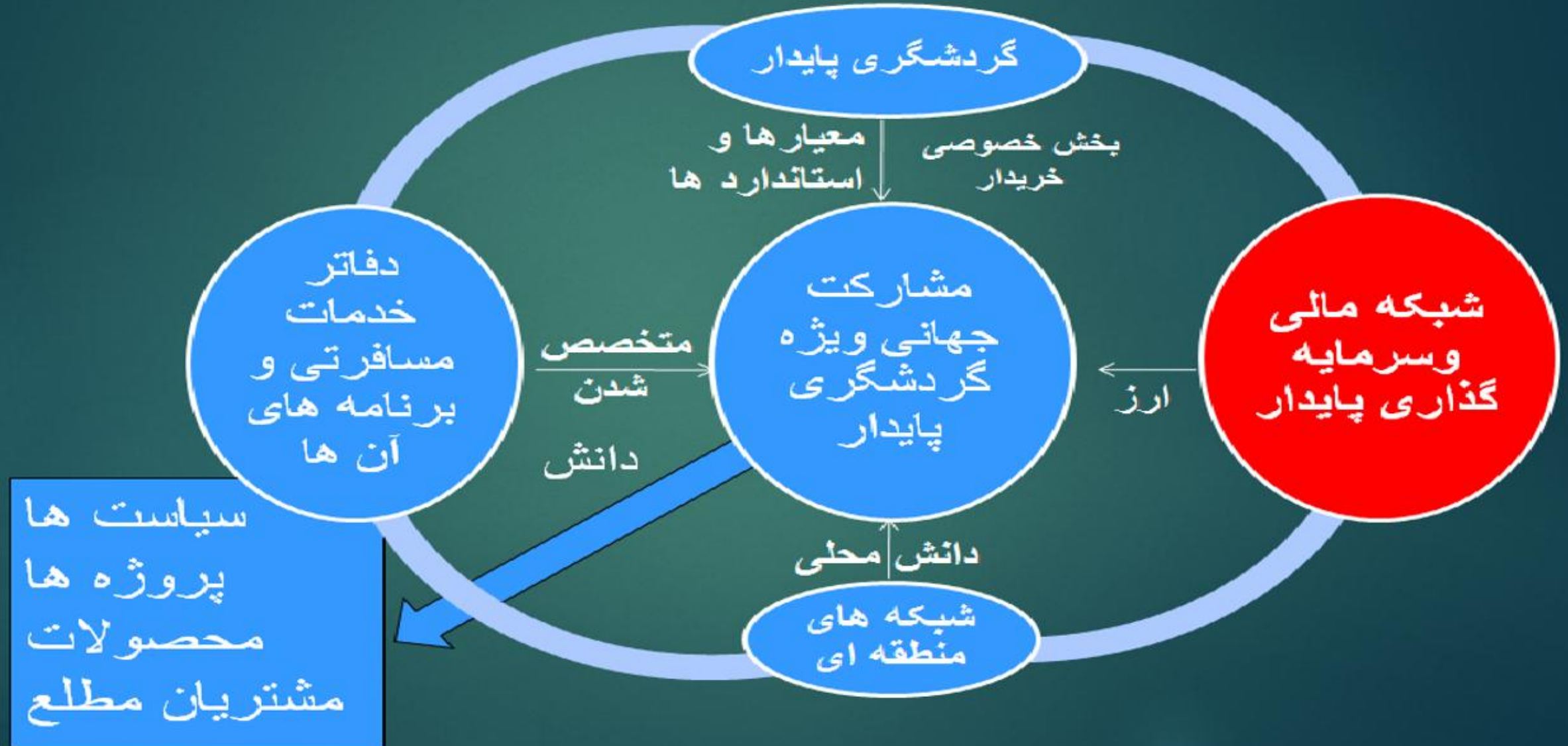
گام دوم

- انتخاب استانداردهای متداول

گام سوم

- هماهنگ کردن سرمایه با سرمایه گذاری

پایداری جهانی در خصوص مشارکت گردشگری پایدار



استراتژی ارتقای سرمایه گذاری در بخش گردشگری در بر گیرنده ۱۰ مرحله به شرح زیر می باشد:

- شناخت روندها در صنعت گردشگری
- برنامه مشخص در رابطه با پیشنهاد
- توسعه معیارهای انتخاب
- یافتن الگو در رابطه با پیشنهاد خود
- اتخاذ تصمیم نهایی
- تعریف هدف ها
- توسعه راهبردهای بازاریابی
- تماس با شرکت های مورد نظر

- UNCTAD, expanding on UNESCAP(2001) and on Kushiva and karamustaf(2001).
- <http://www.unwto.org/facts/eng/methodological.htm>.
- Endo K (2006). Foreign direct investment in tourism – flows and volumes. In: *Tourism Management*. 27: 600–614.
- UNWTO (2007b). *A Practical Guide to Tourism Destination Management*. Madrid.
- Brohman J (1996). New directions in tourism for Third World development. *Annals of Tourism Research*. 23 (1): 48–70.
- Pizam A (2005). *International Encyclopedia of Hospitality*
- UNCTAD (2007). *FDI in Tourism: The Development Dimension*.
- UNCTAD (2009). *Investment Guide to the Silk Road*.
- UNCTAD, based on information provided by the Government of India.
- UNCTAD, based on information provided by the Government of India.
- Allen consulting group- industry survey