



سرمایه گذاری در صنعت گردشگری:

قابلیت ها، فرصت ها و چالش ها

کمیسیون گردشگری، اقتصاد ورزش و اقتصاد منر

دبیرخانه کمیسیون های تخصصی

عنوان گزارش: سرمایه‌گذاری در صنعت گردشگری: قابلیت‌ها، فرصت‌ها و چالش‌ها
کمیسیون: گردشگری، اقتصاد ورزش و اقتصاد هنر
تهیه کننده: محمود حسن پور ۱ و ویدا چراغی ۲
انتشار: دبیرخانه کمیسیون های تخصصی اتاق ایران
شماره گزارش: ۱۶۹۵۴۴
شهریور ۹۵

^۱ عضو هیأت علمی گروه مدیریت گردشگری دانشگاه مازندران m.hasanpour@umz.ac.ir
^۲ کارشناس ارشد برنامه‌ریزی گردشگری دانشگاه سمنان

چکیده

گردشگری یکی از مهم‌ترین صنایع برگزیده جهان است که می‌تواند یک منبع اقتصادی مطمئن و دائمی برای کشورهای در حال توسعه محسوب شود. این کشورها که از منابع طبیعی و انسان ساخت، تاریخ و فرهنگ غنی برخوردارند، با سرمایه‌گذاری در این صنعت به پویایی اقتصاد خویش، اشتغالزایی، کاهش فقر عمومی، تعامل‌های میان فرهنگی و توجه به منابع طبیعی و زیست محیطی کمک می‌کنند. این کشورها بیشتر به رویکرد اقتصادی این صنعت و سودآوری ناشی از آن تمایل دارند. خواهان سرمایه‌گذاری در این بخش هستند که عمدتاً از سرمایه‌گذاری خارجی استقبال می‌کنند. چرا که با صدور فرهنگ خود به کشورهای همسایه و دور، علاوه بر تبلیغ کشور خود، سبب جذب گردشگر و سرمایه‌گذار خارجی خواهند شد. معمولاً کشورهایی که درصد جذب سرمایه‌گذاری خارجی هستند، با وجود برخورداری از منابع و پتانسیلهای گردشگری به لحاظ مالی و پولی شرایط خوبی ندارند. در این صورت آنها با جذب سرمایه‌گذار می‌توانند زیرساختهای گردشگری خود را بهسازی و تقویت نموده و یک رابطه دو طرفه برد - برد برای خود و سرمایه‌گذار شکل دهند. البته محیط سرمایه‌گذاری یک کشور از عوامل بسیاری تاثیر می‌پذیرد. این عوامل عبارتند از: ثبات سیاسی که تاثیر مثبتی بر جذب سرمایه خارجی دارد؛ میزان حرمت و اجرای حاکمیت قانون؛ قوانین و مقرراتی که بر دسترسی به سرمایه و اعتبار تاثیر می‌گذارند؛ میزان اهتمام سازمانهای دولتی در تسهیل یا ایجاد مانع سرمایه‌گذاری خصوصی؛ کیفیت و نگهداری حمل و نقل و سایر زیرساختهای مرتبط با گردشگری؛ سطح و نگرشهای نسبت به فساد و رشوه خواری؛ و سیاستهای مالیاتی و مهاجرت که به سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی و کسب و کارهای مرتبط با گردشگری مربوط می‌شوند. محیط سرمایه‌گذاری در ابتدا تابعی از سیاستهای دولت است. با وجود اثرگذاری اقدامات کسب و کار بر جذابیت مقصد بالقوه سرمایه‌گذاری، سیاست دولت می‌تواند انجام این اقدامات را تسهیل نموده و یا مانع انجام آنها شود. بنابراین، آگاهی از شرایط پیوسته در حال تغییر کشور و اشراف کامل سرمایه‌گذاران داخلی، فرصت مناسبی را برای همکاری ایشان فراهم می‌آورد. جذب سرمایه‌گذاری خارجی نیز اغلب به شکل مکمل سرمایه داخلی و به قصد انتقال فناوری صورت می‌گیرد. در واقع هم‌افزایی این دو سرمایه‌گذار می‌تواند شرایط مناسبی برای بهبود وضعیت گردشگری و نیز تضمین آورده مالی سرمایه‌گذاران فراهم آورد. از این رو، توجه به هر دو نوع سرمایه‌گذاری ضروری می‌نماید.

گزارش حاضر سعی دارد به قابلیت‌ها، فرصت‌ها و چالشهای موجود در سرمایه‌گذاری گردشگری پرداخته و از رهگذر شناسایی آنها، راهکارهای عملیاتی را معرفی نماید. یافته‌های این گزارش به یقین در فراهم کردن زمینه‌های لازم برای تدوین سیاست‌های راهبردی جذب سرمایه‌گذاری خارجی در ایران اهمیتی کاربردی خواهد داشت.

کلمات کلیدی: سرمایه‌گذاری، گردشگری، چالش‌های گردشگری، فرصت‌ها

فهرست

۲	چکیده
۴	مقدمه
۵	سرمایه‌گذاری و انواع آن
۵	صنعت گردشگری و سرمایه‌گذاری
۷	ویژگی‌های سرمایه‌گذاری در گردشگری
۷	نقش بخش خصوصی و دولت در سرمایه‌گذاری گردشگری
۹	سرمایه‌گذاری گردشگری در ایران از نگاه شورای جهانی سفر و گردشگری
۱۳	اتکا به سرمایه‌گذاری داخلی در کوتاه مدت
۱۴	لزوم جذب سرمایه‌گذاری خارجی
۱۵	فرصت‌ها و جذابیت‌های گردشگری در ایران
۱۶	قابلیت‌های گردشگری ایران
۱۷	چالش‌های سرمایه‌گذاری گردشگری جهان و ایران
۱۸	مشوق‌های سرمایه‌گذاری در صنعت گردشگری ایران
۲۰	نتیجه‌گیری
۲۱	پیشنهادات
۲۲	منابع

مقدمه

در طول شش دهه‌ی گذشته، گردشگری رشد پیوسته و متنوعی را تجربه کرده و به یکی از بزرگترین و سریع‌ترین بخش‌های اقتصادی در حال رشد جهان تبدیل شده است. با وجود شوک‌های گاه و بیگاه، رشد بی‌وقفه‌ای داشته است. بنا بر نمایه آماری سازمان جهانی گردشگری در سال ۲۰۱۶، در دسته‌بندی صادرات در سراسر جهان، گردشگری در رتبه سوم پس از مواد سوختی و شیمیایی، بالاتر از تولیدات غذایی و اتومبیل قرار دارد. در بسیاری از کشورهای در حال توسعه، گردشگری رتبه اول را در بخش صادرات داراست.

تعداد گردشگران بین‌المللی از ۲۵ میلیون نفر در سال ۱۹۵۰ به ۲۷۸ میلیون نفر در سال ۱۹۸۰؛ به ۶۷۴ میلیون در سال ۲۰۰۰ و یک میلیارد و ۱۸۶ میلیون گردشگر در سال ۲۰۱۵ افزایش یافته است. درآمدهای ناشی از این نوع گردشگری در مقاصد مختلف در سال ۲۰۱۵، ۲۱۱ میلیارد دلار بوده است. به عبارتی ارزش کل صادرات گردشگری به بیش از ۱/۵ تریلیون دلار یا به طور متوسط ۴ میلیارد دلار در هر روز رسیده است. عملکرد قدرتمند این صنعت در رشد اقتصادی و اشتغالزایی بسیاری از مناطق بر کسی پوشیده نیست. از این رو باید سیاست‌های شکوفایی و رشد مستمر گردشگری همچون تسهیل سفر، توسعه منابع انسانی و پایداری را ارتقا داد. بر اساس این گزارش، مقاصد بسیاری در جهان با سرمایه‌گذاری در گردشگری، فضایی را برای توسعه این صنعت فراهم کرده‌اند. صنعتی که در حال تبدیل شدن به عامل کلیدی پیشرفت اجتماعی - اقتصادی از طریق ایجاد مشاغل و تشکیلات اقتصادی، درآمدهای ناشی از صادرات و توسعه زیرساخت‌ها است.

کشور ایران با برخورداری از سابقه تمدنی کهن، غنای فرهنگی، تنوع اقوام آریایی، جاذبه‌های طبیعی و انسان ساخت و نیز بهره‌مندی از نعمت امنیت، می‌تواند به عنوان مقصدی بی‌نظیر برای تمام سلاطین و انواع گردشگری‌ها مطرح باشد. کسب رتبه‌ی پنجم در فهرست ۵۰ مقصد اصلی گردشگری سال ۲۰۱۶ به گواه نشریه معتبر گردشگری سفر و فراغت^۳ و نیز انتخاب به عنوان نخستین کشور جذاب گردشگری از میان ۱۶ کشور از سوی نشریه جغرافیای ملی^۴ نشان از اهمیت ویژه توافقی هسته‌ای ایران در دنیا و همچنین وجود ظرفیتهای ناشناخته اما جذاب و مورد توجه گردشگری ایران در تمام جهان دارد.

ایران با وجود بهره‌مندی از تمام مواهب طبیعی و فرهنگی، به سبب عدم وجود سرمایه‌گذاری مناسب در حوزه گردشگری، تاکنون نتوانسته جایگاه خود را در گردشگری جهان ارتقا بخشد، پتانسیل‌های گردشگری خود را به فعلیت رسانده و منابع غنی گردشگری خود را به جاذبه تبدیل کند. علیرغم وجود بسیاری از فرصت‌های سرمایه‌گذاری در صنعت گردشگری، چالشها و موانعی در دستیابی به این مهم، خودنمایی می‌کنند.

³ Travel & Leisure

⁴ National Geographic

سرمایه‌گذاری و انواع آن

بسته به تعریف، سطح مطالعه و نوع نگاه می‌توان انواع مختلفی از دسته‌بندی‌ها را برای سرمایه‌گذاری تعریف نمود؛ اما آنچه به طور معمول در خصوص انواع سرمایه‌گذاری مورد توجه سیاست‌ورزان قرار می‌گیرد بر دو نوع است: سرمایه‌گذاری خارجی و داخلی. این دو نوع سرمایه‌گذاری خود به اشکال مختلفی قابل تقسیم است که به عنوان مثال، سرمایه‌های خارجی در اشکالی مانند موارد زیر قابل بحث است:

۱- سرمایه‌گذاری خارجی مستقیم: در این نوع از سرمایه‌گذاری معمولاً افق بلندمدت در نظر است و معمولاً کنترل سرمایه در دست سرمایه‌گذار باقی می‌ماند؛ چه در تولید کالا، چه در استخراج منابع یا حتی در تاسیس نهادهای مالی چون شرکت بیمه و بانک و مانند آن.

۲- پورتفلیو: پورتفلیو به فهرستی از فعالیت‌های اقتصادی می‌گویند که یک سرمایه‌گذار برای فرار از خطر، سرمایه خود را به آن مجموعه متنوع اختصاص می‌دهد. این سرمایه‌گذاری از طریق بازار بورس و اوراق بهادار کشورهای میزبان صورت می‌گیرد و به راحتی قابل جابه‌جایی است و افق کوتاه مدت را در نظر دارد.

۳- استقراض یا جلب سپرده‌های بانکی: وقتی بانک‌های کشور میزبان بهره بالاتری از نرخ جهانی بدهند، سرمایه‌های خارجی را جذب می‌کنند و بدین ترتیب قدرت وام‌دهی خود را بالا می‌برند. در این نوع، سرمایه‌داران خصوصی معمولاً دخالتی ندارند؛ گرچه سازمان‌های بین‌المللی معمولاً شروطی قائل می‌شوند. البته قدرت تصمیم‌گیری در مصرف این نوع سرمایه‌بیش‌تر به نظر می‌رسد، ولی ساختار نامتجانس و فساد و بی‌ثباتی اقتصادی و وابستگی سیاسی در کشورهای در حال توسعه، این قبیل سرمایه‌ها را به بلای جان آن‌ها تبدیل می‌کند. بحران بدهی‌ها موضوع مشهوری در این باره است.

انواع دیگری از جلب سرمایه‌های خارجی مانند بای‌بک وجود دارد که به نوعی در طبقه‌بندی بالا قابل دسته‌بندی است. از این انواع، سرمایه‌گذاری مستقیم (نوع اول) با وضعیت کشورهای جهان سوم سازگارتر است؛ زیرا این کشورها برای رشد پایدار به سرمایه‌هایی نیاز دارند که افق بلندمدت را لحاظ کنند. بحران ۱۹۹۷ کشورهای جنوب شرقی آسیا بیش‌تر ناشی از فرار سرمایه‌های پورت‌فولیو بود. این تجربه مؤید ترجیح سرمایه‌گذاری مستقیم است (پایگاه اطلاع‌رسانی حوزه).

صنعت گردشگری و سرمایه‌گذاری

اساساً صنعت گردشگری شامل کالاها و خدماتی است که به نیازهای مسافران پاسخ می‌دهند. این خدمات به منظور حمایت از این فعالیت‌ها به بخش اقامت، خطوط هوایی، راه‌آهن‌ها، هواپیماها، کشتی‌های تفریحی، اسکله‌ها، تفرجگاه‌های دریایی، مسیرهای دریایی، حمل و نقل محلی از جمله تاکسی‌ها، فروشگاه‌های مواد غذایی و نوشیدنی، موسسات خرده‌فروشی، جاذبه‌ها، سرگرمی، رویدادهای خاص، هنر و فرهنگ و زیرساخت محدود نمی‌شود. جذب سرمایه‌گذاری گردشگری در جستجوی سرمایه‌گذاری جدید در تمام زمینه‌های مرتبط با پاسخگویی به نیازهای مسافران و در نهایت ارایه تجربه کیفیت‌بازدیدکننده به صورت مستقیم و غیرمستقیم است.

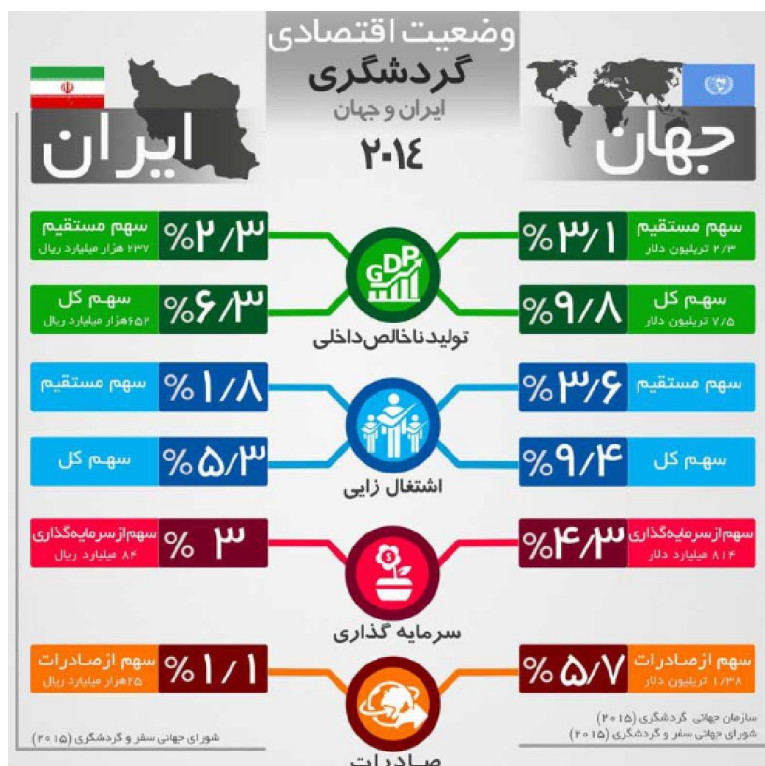
سرمایه‌گذاری گردشگری ممکن است از بطن توسعه‌دهندگان، جاذبه‌سازان، توسعه‌دهندگان املاک و مستغلات، تور اپراتورها، توسعه‌دهندگان مواد غذایی و نوشیدنی و سرگرمی، شرکت‌های حمل و نقل، شرکت‌های مدیریت دارایی (مدیریت پرتفلیو و سرمایه)، بانکها/ نهادهای مالی، سرمایه‌گذاران نهادی (مانند صندوق‌های بازنشستگی)، سرمایه‌گذاران خصوصی و صندوق سرمایه‌گذاری در املاک و مستغلات بروز کرده باشند (مشاوران مدیریت TCI و GGA، ۲۰۱۱). با توجه به اینکه یکی از عوامل عمده‌ی پیوند دهنده‌ی اقتصاد کشورها به ویژه کشورهای در حال توسعه با اقتصاد جهانی، جذب سرمایه‌گذاری است، این مساله موجب شده است که رقابت بر سر جذب سرمایه‌گذاری به یکی از واقعیت‌های امروز اقتصاد به هم پیوسته‌ی جهانی شود. طبق پیش‌بینی‌های انجام شده تا سال ۲۰۲۰ میلادی صنعت گردشگری به لحاظ درآمدزایی در کنار صنعت نفت قرار خواهد گرفت؛ از این رو لزوم اهمیت به این صنعت و جذب سرمایه به شدت احساس می‌شود.

در این میان می‌توان گفت رشد اقتصادی (تولید ناخالص داخلی)، دغدغه‌ی اصلی تمام کشورها است؛ به ویژه کشورهایی که در کاهش فقر از این صنعت به عنوان ابزاری برای توزیع ثروت در میان مردم بهره‌می‌برند. مطالعات تجربی در کشورهای مختلف همچون باربادوس، کرواسی، هند، تایوان و ترکیه وجود یک رابطه علی میان توسعه گردشگری و رشد اقتصادی را بیان می‌کنند. بسیاری از دولت‌ها (مخصوصاً اقتصادهای کم‌درآمد) باید سرمایه‌گذاری در صنعت گردشگری را به عنوان ابزاری برای تشویق و تحریک رشد در بلندمدت و توانمندسازی افراد کم‌درآمد در تسهیم منافع اقتصادی مورد توجه قرار دهند (بانک جهانی، ۲۰۱۱). باید توجه داشت که گردشگری به علت خاصیت بازدهی زود هنگام خود، بستر مناسبی

برای سرمایه گذاری است. گردشگری می تواند هر دو سرمایه گذاری داخلی و خارجی را جذب نموده و اقتصاد را به حرکت درآورد. سرمایه گذاری خارجی بخصوص برای کشورهای در حال توسعه مهم است، اما در سایر کشورها که سرمایه گذاران داخلی علاقه ای به سرمایه گذاری در گردشگری ندارند؛ سرمایه گذاری خارجی می تواند توسعه گردشگری را سرعت بخشیده و معیارهای اقتصادی را ارتقا داده و ایده ها، فن آوری، تماس ها و بازارهای جدید را به ارمغان آورد (مجله الی گشت، ۵ اردیبهشت ۹۵). از آنجا که فعالیت های گردشگری مبتنی بر سرمایه گذاری شکل می گیرد و به عنوان روندی از جریان سرمایه و چرخه ای مصرف محسوب می شود، فضاهای گردشگری به عنوان تولید محصولی در چارچوب ارزش مبادله ای آزاد بین گردشگر و میزبان است. گردشگری یک فعالیت اقتصادی وابسته به فرایند سرمایه و اقتصاد بازار است و نقش سرمایه گذاری در توسعه گردشگری یک نقش حیاتی، اصلی و بنیادی است به همین دلیل توسعه گردشگری وابستگی کامل به سرمایه گذاری های داخلی و خارجی در هر کشور دارد و بدون این سرمایه گذاری ها، حتی شکل گیری جریان گردشگری با تاثیرگذاری اقتصادی غیر ممکن است. با توجه به تاکید کارشناسان بر اهمیت سرمایه گذاری خارجی در توسعه صنعت گردشگری می توان دریافت که برای رسیدن به این هدف فقط سرمایه گذاری داخلی کافی نیست و به بیان دیگر سرمایه گذاری داخلی توانایی پوشش تمامی نیازهای این بخش را ندارد (پایگاه خبری تابناک، ۲۷ تیر ۹۵).

متأسفانه به دلیل عدم حضور مناسب موسسات گردشگری در بورس و همچنین نبود نظام آماری مناسب، آمار دقیقی از کمیت و کیفیت سرمایه گذاری در صنعت گردشگری در دسترس محققان قرار ندارد و ناگزیر می باید از آمارها و پیش بینی های موسسات آماری-تحلیلی مانند بانک جهانی و شورای جهانی سفر استفاده نمود. در شکل زیر، وضعیت اقتصادی گردشگری در ایران و جهان بر اساس گزارش های شورای جهانی سفر و گردشگری^۵ در سال ۲۰۱۵ نشان داده شده است. همانطور که در شکل نشان داده شده، درصد شاخص های وضعیت اقتصادی گردشگری کشور با متوسط مقادیر جهانی فاصله زیادی دارد. این امر نشان دهنده عدم توجه موثر به گردشگری است؛ حال آنکه با اندک سرمایه گذاری در این صنعت می توان به سودآوری و بازده اقتصادی قابل توجهی در کوتاه مدت دست یافت. به نظر می رسد پویایی این صنعت بیش از هر دلیلی، معلول ثبات سیاسی است. با توجه به عادی سازی رابطه سیاسی کشور با کشورهای همسایه و دور و همچنین استفاده از گردشگری به عنوان دیپلماسی عمومی و به گواه شورای جهانی سفر و گردشگری به مثابه محرک صلح می توان بیش از پیش از این صنعت در جهت تقریب تفاهم ملل سود جست.

شکل ۱: وضعیت اقتصادی گردشگری ایران و جهان در سال ۲۰۱۴



منبع: گروه مدیریت ایده های گردشگری

⁵ World Travel and Tourism Council (WTTC)

سرمایه گذاران گردشگری را می‌توان به سه دسته تقسیم کرد: سرمایه گذاران راهبردی، سرمایه گذاران ساخت و ساز و سرمایه گذاران مالی که با توجه به نیاز ایران می‌توان از هر سه نوع سرمایه گذار در توسعه و تجهیز زیرساخت‌های فیزیکی و مالی استفاده نمود.

جدول ۱: انواع سرمایه گذاران گردشگری

تعریف و عملکرد	انواع سرمایه گذاران
- فرد یا بنگاهی که به منظور دستیابی به حقوقی مشخص در پروژه‌های توسعه گردشگری سرمایه گذاری کرده و مدیریت مسئولیت شرکت را عهده‌دار می‌شود. - مانند کسب و کارهای گردشگری، توسعه دهندگان املاک و مستغلات که در برنامه‌ریزی، مالی یا دارندگان برند متخصص هستند.	سرمایه گذاران راهبردی
- فرد یا بنگاهی که به منظور اتخاذ مسئولیت ساخت و ساز در پروژه‌های گردشگری سرمایه گذاری می‌کند.	سرمایه گذاران ساخت و ساز
فرد یا بنگاهی که با هدف دریافت سود سهام در پروژه‌های توسعه گردشگری سرمایه گذاری می‌کند. - مانند بانکها، شرکتهای بیمه، شرکتهای خصوصی مدیریت دارایی‌ها، صندوق سرمایه‌گذاری در املاک و مستغلات، صندوق سهام خصوصی.	سرمایه گذاران مالی

منبع: سازمان گردشگری کره، سال ۲۰۱۵

ویژگی‌های سرمایه‌گذاری در گردشگری

سرمایه‌گذاری در حوزه گردشگری به لحاظ ماهیت فرابخشی خود، قدری متفاوت با سرمایه‌گذاری در سایر صنایع است. لزوم توجه به ویژگی‌های ممتاز سرمایه‌گذاری در این صنعت می‌تواند به تسهیل عملکرد و رفع موانع موجود کمک کند. این ویژگی‌ها عبارتند از:

* متأثر شدن بخش تقاضای گردشگری از عوامل غیر اقتصادی: بی‌ثباتی سیاسی، تروریسم، گسترش بیماری‌های خاص، پیشرفت فناوری، امنیت و ...

* عدم ذخیره کالا و خدمات گردشگری: تجربه دریافت خدمات همزمان با تولید آنها صورت می‌گیرد (فرقاندوست حقیقی و همکاران، ۱۳۸۸ به نقل از الوانی و دهدشتی، ۱۳۷۳).

* فصلی بودن گردشگری: عدم یکنواختی توزیع سفر در تمام طول سال و تراکم در فصول پر رونق و رکود در سایر فصول.

* چتری بودن صنعت گردشگری: نقصان در ارائه یک خدمت، بر عملکرد و ارائه سایر خدمات سایه می‌اندازد. این ویژگی به چتری می‌ماند که قسمتی از آن سوراخ شده و در مجموع، خروجی مطلوبی را که همانا رضایت گردشگران است، موجب نخواهد شد (فرقاندوست حقیقی و همکاران، ۱۳۸۸ به نقل از رنجبریان و زاهدی، ۱۳۸۴).

* تأثیر شدید سیستم حمل و نقل بر این صنعت: از آنجا که گردشگری قائم به جابجایی است، نباید از نقش تعیین کننده‌ی سیستم حمل و نقل غافل شد. با توجه به تنوع وسایط نقلیه عمومی، میزان امنیت، قیمت و کیفیت، زمان در دسترس و همچنین علاقه‌ی گردشگر در تجربه سفر با هر یک از این وسایط، یکی از این وسایط انتخاب خواهد شد.

* بلند مدت بودن زمان بازگشت سرمایه: بالا بودن هزینه‌های ثابت، افزایش ضریب ریسک سرمایه‌گذاری به تبع آن. سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری زمان بر است و سال‌ها طول می‌کشد که یک سرمایه گذار بتواند از تلاش‌های خود بهره برداری کند. شرایط کنونی در خاورمیانه و بروز بحران در برخی کشورهای منطقه بهترین فرصت برای رشد گردشگری ایران است و به دلیل امن بودن ایران شرایط برای جذب گردشگر خارجی از هر حیث فراهم شده و از شرایط به وجود آمده به بهترین شکل ممکن استفاده کرد.

* افزایش شرکت‌های بزرگ چند ملیتی: فراهم شدن زمینه‌ای مناسب برای تشکیل شرکت‌های بزرگ چند ملیتی در نتیجه‌ی بهبود و گسترش سرمایه‌گذاری در صنعت گردشگری. شرکتهایی چون هیلتون، شرایتون و کنتیننتال در صنعت گردشگری.

نقش بخش خصوصی و دولت در سرمایه‌گذاری گردشگری

سرمایه‌گذاری به عنوان موتور محرکه رشد اقتصادی، لازمه نیل به توسعه اقتصادی و اجتماعی است. افزایش سرمایه‌گذاری منجر به افزایش تولید، افزایش ارزش افزوده، افزایش درآمد، افزایش رفاه، افزایش اشتغال، کاهش نرخ بیکاری و کاهش فقر می‌شود. مقوله سرمایه و سرمایه‌گذاری در

فرایند توسعه اقتصادی از اهمیت ویژه و بنیادی برخوردار بوده، بر این اساس دولت‌ها برای دستیابی به یک اقتصاد پیشرفته و پویا توجه لازم را به آن از طریق، وضع و اعمال قوانین و مقررات خاص، ایجاد بسترها و بهبود زیرساخت‌های لازم، استفاده بهینه از منابع، امکانات، ظرفیت‌ها، توانمندی‌ها و به کارگیری مدیریت اصولی و علمی و منطقی معطوف می‌دارند تا بدین وسیله موجبات تحول و پیشرفت کشور و جوامع را فراهم آورند. برای این مهم دولت باید چشم انداز مشخصی پیرامون مزایای واقعی و مورد انتظار سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی (سرمایه‌گذاری ثابت، افزایش درآمدهای مالیاتی، صادرات و درآمد ارز خارجی، اشتغال و مهارت‌ها، توسعه منطقه‌ای، فناوری، غیره) و نقش سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در راهبرد کلی توسعه اقتصادی نظیر سهم آن در توسعه متوازن منطقه‌ای داشته باشد. ارزیابی دوره‌ای سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی، رمز موفقیت بلندمدت هر کشوری در جذب سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی و بیشینه نمودن منافع سرمایه‌گذاری است. بسیاری از کشورهای موفق معمولاً هزینه‌ها و منافع منظم و جامعی از سیاست‌ها و برنامه‌های خویش در دست دارند و به منظور پاسخ به فرصت‌ها و روندهای بازار، به طور پیوسته درصدد بازبینی و بهبود برنامه‌ها هستند.

ایران به دلیل برخورداری از نیروی انسانی متخصص، انرژی، مواد اولیه کافی، قرار گرفتن در موقعیتی استراتژیک و دسترسی به آب‌های آزاد نسبت به سایر کشورهای منطقه حتی ترکیه، برای سرمایه‌گذاران خارجی در اولویت قرار دارد. بنابراین دولت با ارائه مشوق‌هایی برای شرکت‌های خارجی و دعوت از آنها برای حضور در همایش‌هایی که فرصت‌های سرمایه‌گذاری ایران را معرفی می‌کند، به توسعه سرمایه‌گذاری در ایران کمک می‌کند. در واقع دولت در هر همایش می‌تواند از یک هیات خارجی دعوت کند تا چالش‌های جذب سرمایه بررسی و راهکارهای لازم ارائه شود. با توجه به اینکه طرح‌های گردشگری اغلب زودبازده نیستند، این صنعت نیاز به حمایت هرچه بیشتر دولت دارد و دولت می‌تواند با ارائه تسهیلات و واگذاری وام به طرح‌های آن و ایجاد زمینه‌های مناسب کمک شایانی در زمینه سرمایه‌گذاری در این بخش انجام دهد. بنابراین گسترش حمایت‌های دولت به منظور ایجاد زیرساخت‌های اولیه سرمایه‌گذاری در صنعت گردشگری از جمله گسترش شبکه‌های برق، آب، گاز، تلفن و راه دسترسی و در نتیجه رشد قابل سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در ایجاد تأسیسات گردشگری نظیر هتل، مجتمع‌های اقامتی و بین راهی، اردوگاه (کمپینگ) و ... ایران را تبدیل به کشوری با پتانسیل‌ها و ظرفیت‌های بالای پذیرش گردشگران تبدیل نموده است.

دولت می‌تواند با شناخت ظرفیت‌های گردشگری و معرفی مناطق نمونه گردشگری و همچنین با تبلیغ و اطلاع رسانی صحیح در بعد بین المللی تبلیغات منفی را از بین ببرد و با ایجاد تنوع در خدمات گردشگری و پاسخگویی مناسب به سلیقه‌های مختلف انگیزه‌های گردشگری را افزایش دهد تا مردم تمایل بیشتری به مسافرت احساس کنند و همچنین موجب جذب گردشگران داخلی و خارجی خواهند شد و در نهایت زمینه ساز تشویق سرمایه‌گذاران جهت سرمایه‌گذاری در این صنعت می‌گردد و تمام این موارد فوق میسر نخواهد شد مگر با کمک همه جانبه‌ی دولت (مجله دنیای سفر، ۲۲ تیر ۹۵).

نقش بخش خصوصی عمدتاً متأثر از رویکردها و سیاست‌های دولت در اقتصاد و بخش گردشگری تعریف می‌شود. در اقتصادهای آزاد، سیستم اقتصادی بر پایه حضور پررنگ بخش خصوصی و نقش تقنینی و نظارتی دولت که در برخی اقتصادها حتی این نقش‌ها نیز بسیار کم‌رنگ می‌باشند، شکل گرفته‌اند و بنابراین بخش خصوصی ابتکار عمل را در حوزه اقتصاد و به تبع بخش گردشگری بر عهده دارد. بر این اساس بخش خصوصی حتی متولی سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های کلان نیز می‌باشد (بجز زیرساخت‌های استراتژیک ملی مانند فرودگاه‌ها و گمرکات). در ایران فعالیت‌های بخش خصوصی و شبه خصوصی در بخش گردشگری با یکدیگر در هم آمیخته‌اند و با توجه به توان مالی و لجستیک بخش شبه دولتی، فضای رقابتی را برای رقابت محدود ساخته است به طوری که آن‌ها می‌توانند بر پایه توانمندی‌های ضدرقابتی خود، بهای تمام شده پایین تری را نسبت به بخش خصوصی مستقل ارائه نمایند. این ساختار اقتصادی بخش گردشگری که به نوعی انحصارگری در بخش شبه دولتی نزدیک است بازدهی و تولید ملی در بخش گردشگری را کاهش می‌دهد و علاوه بر آن ریسک سرمایه‌گذاری را افزایش می‌دهد. از طرف دیگر سیاست‌های مداخله جویانه دولت در قیمت‌گذاری با هدف حمایت از مصرف‌کننده و تنظیم بازار گردشگری، ابتکار عمل را از بخش خصوصی سلب نموده و شرایط بازار رقابتی را محدود ساخته است. در کنار این سیاست‌ها، عدم وجود سیاست‌های مناسب و قوانین و مقررات مکفی نیز منجر به میل ضعیف سرمایه‌گذاران بخش خصوصی در این عرصه شده است.

بنابراین دولت باید با فراهم آوردن شرایط لازم در قالب انجام امور حاکمیتی و حمایتی خود از یک طرف و ایجاد فرصت‌های لازم سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری، به بزرگترین بخش اقتصاد کشور یعنی بخش خصوصی، امکان حضور فعال در بخش گردشگری را فراهم آورد.

سرمایه‌گذاری گردشگری در ایران از نگاه شورای جهانی سفر و گردشگری

شورای جهانی سفر و گردشگری به عنوان یکی از مراجع مهم در آرایه آمارهای گردشگری، سرمایه‌گذاری در ایران را اینگونه بیان کرده است. میزان جذب سرمایه‌گذاری سفر و گردشگری ایران در سال ۲۰۱۵، ۹۵,۹۹۰/۴ هزار میلیون از سرمایه‌گذاری در دارایی ثابت بوده است. رشد ۵/۶ درصدی آن در سال ۲۰۱۶ و نیز ۵/۸ درصدی آن در ده سال آینده مورد انتظار است. سهم سفر و گردشگری از مجموع سرمایه‌گذاری ملی، از ۳/۲ درصد در سال ۲۰۱۶ به ۳/۸ درصد در سال ۲۰۲۶ افزایش خواهد یافت. همانطور که در جدول دیده می‌شود میزان درصد رشد سرمایه‌گذاری در سفر و گردشگری ایران در سال ۲۰۱۶، بالاتر از متوسط خاورمیانه و جهان است. میزان سرمایه‌گذاری در سفر و گردشگری نسبت به مجموع سرمایه‌گذاری در دارایی ثابت، ۳/۱ درصد در سال ۲۰۱۵ بوده است که این میزان هم تراز با کشور عمان و پایین‌تر از متوسط خاورمیانه و جهان و همچنین پایین‌تر از سایر کشورهای خاورمیانه است (جدول ۲).

بر اساس پیش‌بینی‌های شورای جهانی سفر و گردشگری، تا ده سال آینده (۲۰۲۶)، میزان درصد رشد سهم سرمایه‌گذاری در گردشگری و سفر در سرمایه‌گذاری دارایی ثابت، تنها با ۰/۲ درصد افزایش به ۵/۸ درصد خواهد رسید. با وجود اینکه ایران در این طبقه بندی، جایگاه پنجم خاورمیانه را خواهد داشت، می‌توان گفت این جایگاه، شایسته‌ی پتانسیلها و فرصت‌های سرمایه‌گذاری در گردشگری کشور نیست. کشورهای رتبه نخست را به خود اختصاص داده‌اند که اغلب امنیت مطلوبی را دارا نیستند ضمن اینکه به لحاظ منابع گردشگری قابل رقابت با ایران نخواهند بود. اما با تغییر رویکرد خود از داشتن دیدگاه امنیتی به دیدگاه اقتصادی و عدم وابستگی به اقتصاد تک محصولی حتی با عدم بهره‌مندی از ثبات امنیتی لازم سرمایه‌گذار جذب خواهند کرد و گردشگری خود را توسعه خواهند داد. پاکستان، لبنان و سوریه از این دست کشورها هستند.

جدول ۲: درصد رشد سرمایه‌گذاری در گردشگری و سفر (۲۰۱۶)

سرمایه‌گذاری در سفر و گردشگری	۲۰۱۶ (درصد رشد)
۷	۱۱/۴
۱۴	۹/۱
۶۳	۵/۶
۶۴	۵/۶
	۵/۱
	۴/۷
۹۲	۴/۶
۱۰۴	۴/۲
۱۱۲	۳/۷
۱۲۷	۳/۰
۱۲۹	۲/۸
۱۷۹	-۲/۵

منبع: شورای جهانی سفر و گردشگری (۲۰۱۶)

جدول ۳: سهم سرمایه‌گذاری در گردشگری و سفر در مجموع سرمایه‌گذاری در دارایی ثابت (۲۰۱۵)

سهم سرمایه‌گذاری در گردشگری و سفر در مجموع سرمایه‌گذاری در دارایی ثابت	۲۰۱۵ (درصد رشد)
مصر	۱۲/۵
عربستان سعودی	۱۲/۱
ترکیه	۹/۹
لبنان	۹/۹
پاکستان	۹/۳
اردن	۸/۸
خاورمیانه	۶/۴
اسرائیل	۴/۷
جهان	۴/۳
سوریه	۴/۰
ایران	۳/۱
عمان	۳/۱

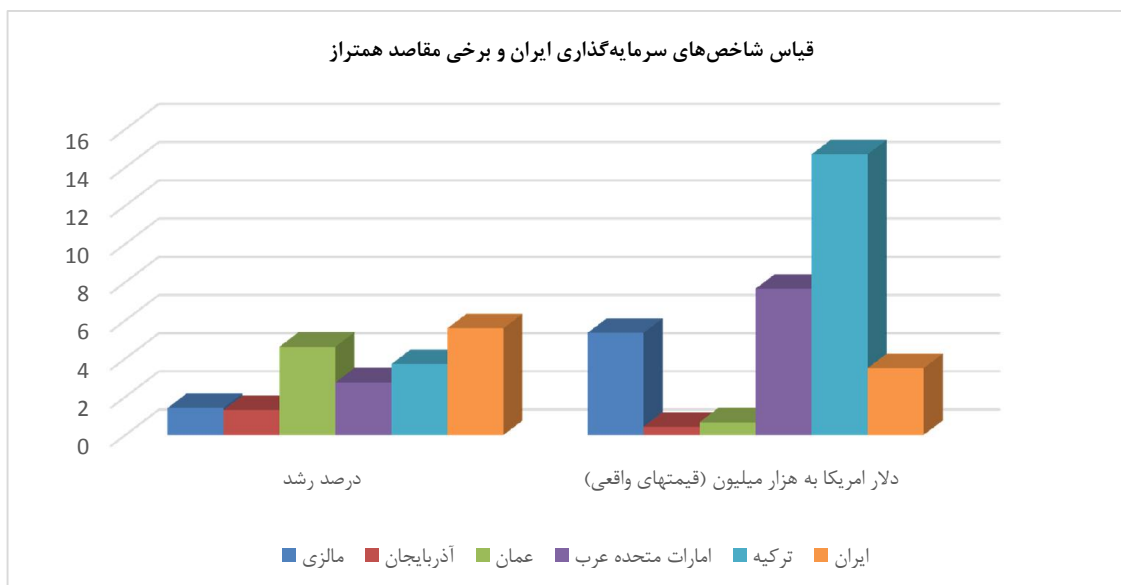
منبع: شورای جهانی سفر و گردشگری (۲۰۱۶)

جدول ۴: پیش‌بینی سهم سرمایه‌گذاری در گردشگری و سفر در سرمایه‌گذاری در دارایی ثابت (۲۰۱۶-۲۰۲۶)

پیش‌بینی سهم سرمایه‌گذاری در گردشگری و سفر در سرمایه‌گذاری در دارایی ثابت (۲۰۱۶-۲۰۲۶)	۲۰۱۶-۲۰۲۶ (درصد رشد سالیانه)
پاکستان	۷/۶
لبنان	۶/۲
اردن	۶/۲
سوریه	۶/۰
عمان	۵/۸
ایران	۵/۸
خاورمیانه	۵/۴
اسرائیل	۴/۹
جهان	۴/۵
عربستان سعودی	۴/۴
ترکیه	۳/۷
مصر	۳/۳

منبع: شورای جهانی سفر و گردشگری (۲۰۱۶)

نمودار ۱: قیاس شاخص‌های سرمایه‌گذاری ایران و کشورهای رقیب

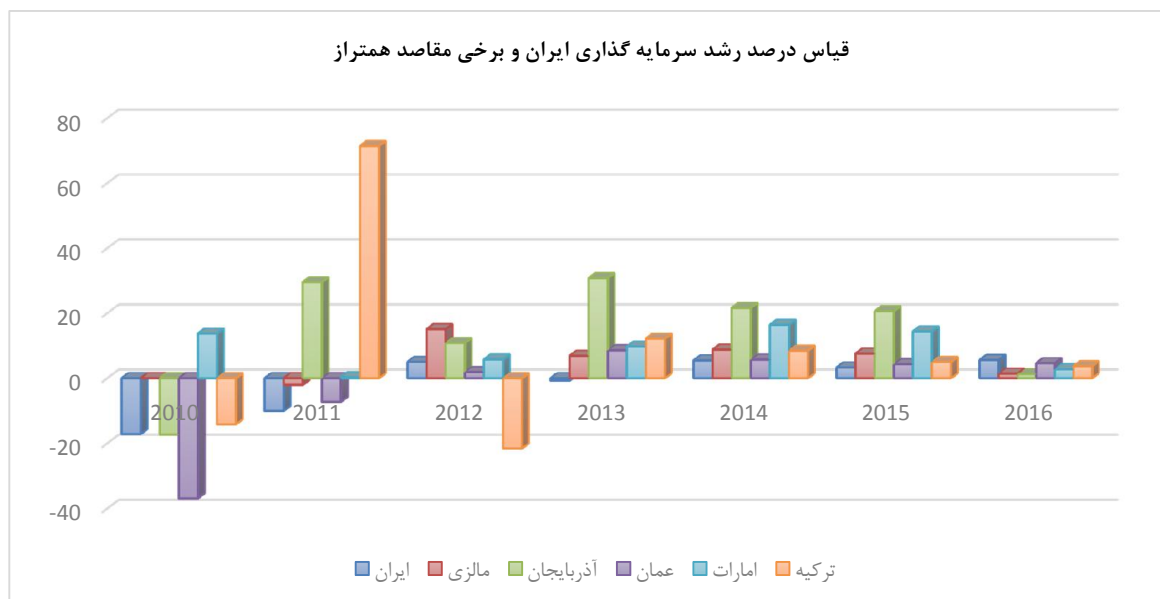


منبع: شورای جهانی سفر و گردشگری (۲۰۱۶)

جدول ۵: قیاس درصد رشد سرمایه‌گذاری ایران و برخی مقاصد هم‌تراز (۲۰۱۰-۲۰۱۶)

کشور	۲۰۱۰	۲۰۱۱	۲۰۱۲	۲۰۱۳	۲۰۱۴	۲۰۱۵	۲۰۱۶
ایران	-17.1707	-10.0678	5.00498	-0.71785	5.46842	3.27115	5.58748
مالزی	4.09836	-2.09733	15.0818	6.87041	8.77825	7.56541	1.41133
آذربایجان	-17.3323	29.5514	10.8442	30.814	21.6154	20.5943	1.31017
ترکیه	-14.166	71.4393	-21.5833	12.1839	8.46252	4.98734	3.71456
امارات	13.7509	0.271845	5.75752	9.70808	16.4172	14.4032	2.75306
عمان	-36.8931	-7.28246	1.89351	8.59103	5.70807	4.30782	4.62469

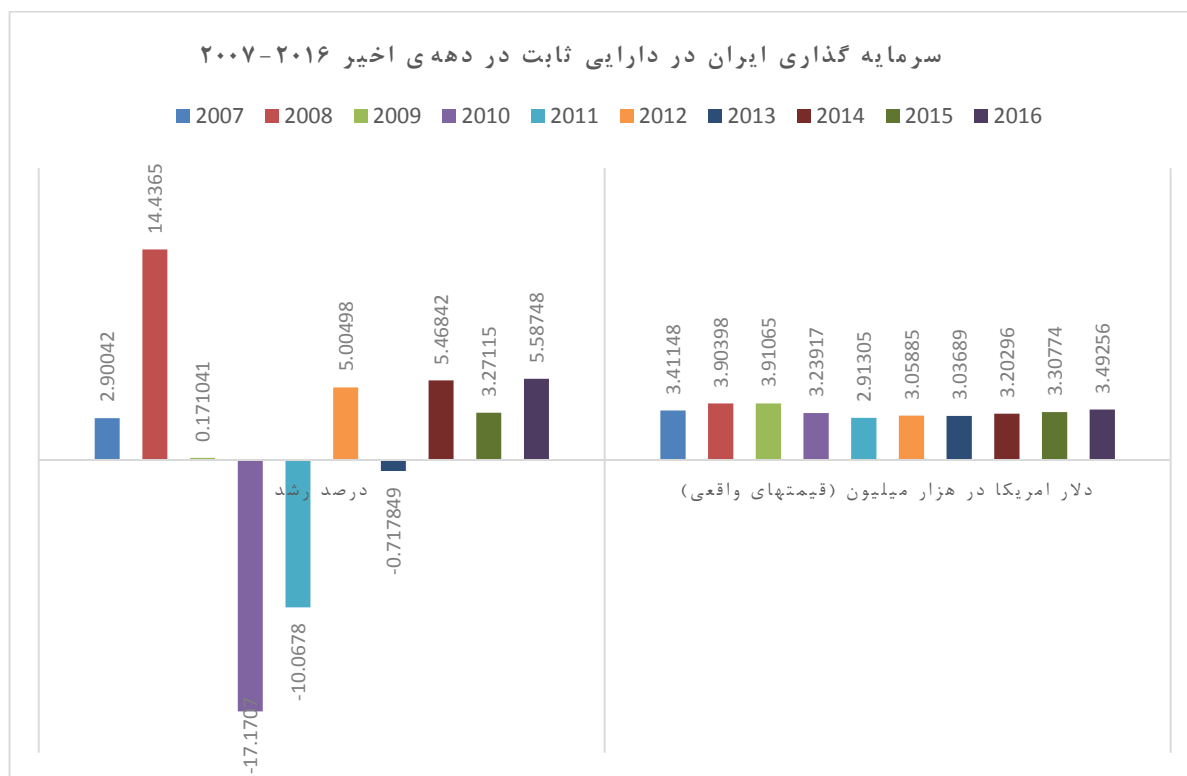
نمودار ۲: قیاس درصد رشد سرمایه گذاری ایران و برخی مقاصد همتراز (۲۰۱۰-۲۰۱۶)



همانطور که در نمودار نشان داده شده، ایران در هفت سال گذشته روند رو به رشدی را در سرمایه‌گذاری تجربه کرده است. به گونه‌ای که در سال اخیر، نسبت به کشورهای همتراز و به نوعی رقبای خود در صدر قرار دارد. این رشد را می‌توان به بهبود روابط ایران با همسایه‌های خود، توافق هسته‌ای و همچنین ثبات اقتصادی ناشی از کنترل نرخ ارز و نوسانات تورمی نسبت داد.

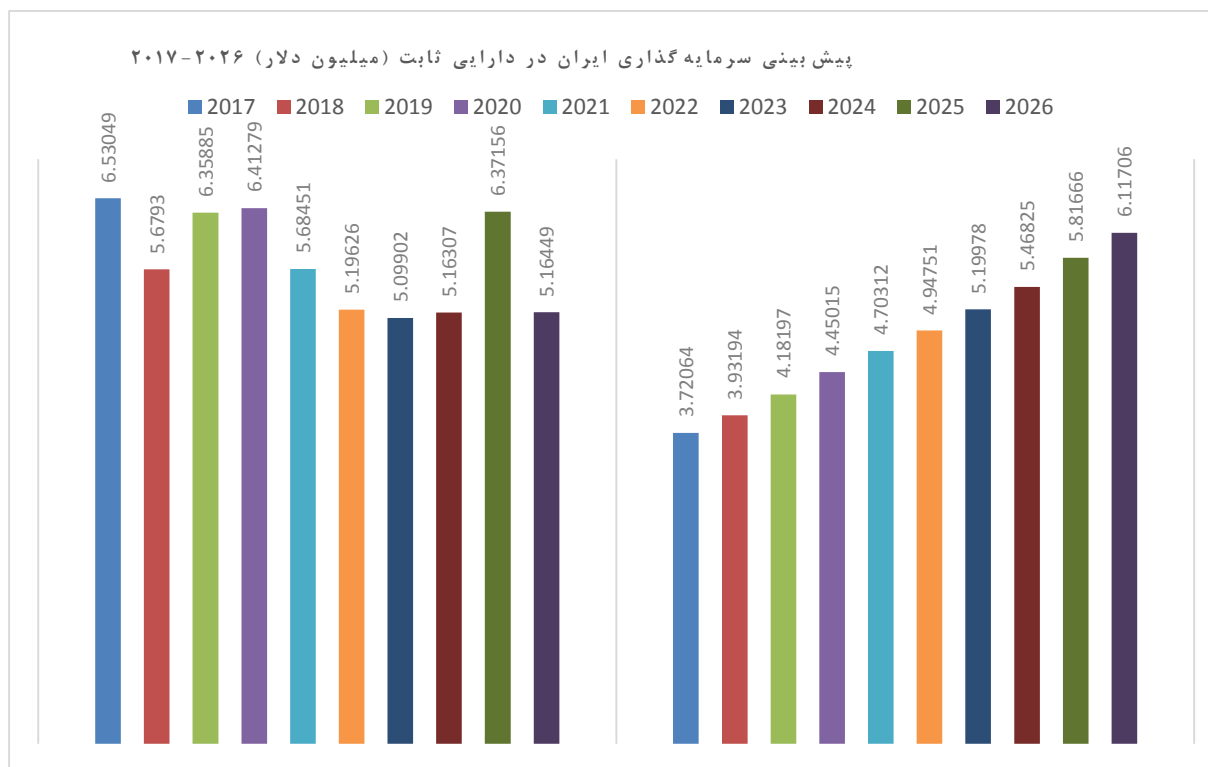
در نمودار ۱، میزان سرمایه‌گذاری ایران در دارایی ثابت در دهه‌ی اخیر ارایه شده (۲۰۱۶-۲۰۰۷) و نمودار ۲، پیش‌بینی میزان سرمایه‌گذاری ایران در دارایی ثابت ده سال آینده (۲۰۲۶-۲۰۱۷) آمده است. این نمودارها بر اساس نشانگرهایی مانند درصد رشد و حجم سرمایه‌گذاری (قیمتهای واقعی) ترسیم شده‌اند.

نمودار ۳: سرمایه گذاری ایران در دارایی ثابت در دهه‌ی اخیر (۲۰۱۶-۲۰۰۷)



منبع: سازمان جهانی سفر و گردشگری (۲۰۱۶)

نمودار ۴: پیش‌بینی سرمایه‌گذاری ایران در دارایی ثابت در سالهای ۲۰۲۶-۲۰۱۷



منبع: شورای جهانی سفر و گردشگری (۲۰۱۶)

جدول ۶: قیاس میزان سرمایه‌گذاری در صنعت گردشگری به قیمت‌های واقعی (میلیارد دلار)

سال	۲۰۱۶	۲۰۱۵	۲۰۱۴	۲۰۱۳	۲۰۱۲	۲۰۱۱	۲۰۱۰	کشور
ایران	3.49256	3.30774	3.20296	3.03689	3.05885	2.91305	3.23917	ایران
مالزی	5.34228	5.26793	4.89742	4.5022	4.21277	3.66067	3.7391	مالزی
آذربایجان	0.435089	0.429462	0.356121	0.292826	0.223849	0.201949	0.155883	آذربایجان
ترکیه	14.6816	14.1558	13.4833	12.4313	11.0812	14.1311	8.24265	ترکیه
امارات	7.65263	7.4476	6.50996	5.59192	5.09709	4.8196	4.80654	امارات
عمان	0.668025	0.638496	0.612127	0.579073	0.53326	0.523351	0.564457	عمان

اتکا به سرمایه‌گذاری داخلی در کوتاه مدت

بر مبنای مطالعات انجام شده، توجه ویژه به بخش خصوصی داخلی در کنار جلب سرمایه‌های خارجی از اهمیت بسیاری برخوردار است. مطالعه صنعت گردشگری ترکیه نشان می‌دهد حدود ۷۰ درصد از سرمایه‌گذاری بخش گردشگری این کشور توسط بخش خصوصی داخلی انجام شده است و سرمایه‌گذاران خارجی تنها ۱۵ درصد از سرمایه لازم این بخش را تامین کرده‌اند. این تخصیص‌ها حمایت از سرمایه‌گذار و تولید کننده داخلی را موجب می‌شود.

در ایران نیز با توجه به تصویر ارائه شده از کشور در رسانه‌های خارجی طی سه دهه گذشته، انتظار هجوم سرمایه‌گذاران خارجی به صنعت گردشگری ایران در کوتاه مدت تصویری منطقی نیست و لازم است اتکای سرمایه‌گذاری در این بخش - حداقل در کوتاه مدت - بر سرمایه‌گذاران داخلی باشد. به این ترتیب، می‌توان گفت موفقیت در جذب سرمایه برای حوزه زیرساخت‌های گردشگری از عهده یک سازمان مشخص خارج است و همکاری سازمان‌ها و نهادهای مسئول به منظور رفع موانع موجود را می‌طلبد (مجله دنیای سفر، ۲۶ مرداد ۹۵).

لزوم جذب سرمایه‌گذاری خارجی

اصولاً رشد اقتصادی به رشد تولید ناخالص داخلی گفته می‌شود؛ برای رشد اقتصادی الزاماتی وجود دارد که متضمن تحقق این رشد باشند. مهم‌ترین الزام، افزایش سرمایه‌گذاری در حوزه‌های مولد اقتصادی و همچنین افزایش بهره‌وری است. زیرا بخش قابل توجهی از رشد اقتصادی را بهره‌وری شامل می‌شود. ورود سرمایه‌های خارجی به همراه تجربیات مدیریتی آن‌ها می‌تواند علاوه بر ارتقای بهره‌وری در آموزش و انتقال آن نیز موثر باشد. ارتقای اندکی در بهره‌وری در اقتصادی مانند ایران که از مشکل عدم بهره‌وری مناسب رنج می‌برد می‌تواند منجر به انباشت سرمایه‌های قابل توجهی گردد.

شاخص‌های کلان اقتصادی که توسط مؤسسات اعتبارسنجی بین‌المللی در مورد تمام کشورها مشخص و اعلام می‌شود، متأسفانه رتبه‌های متغیرهای کلان اقتصاد ایران را در ردیف‌هایی نشان می‌دهد که مشوق سرمایه‌گذاران خارجی پیرامون سرمایه‌گذاری در ایران نیست. با وجود اجرایی شدن برجام نیز بسیاری از بانک‌های معتبر خارجی از بیم جریمه شدن توسط امریکا، ارتباط پولی و بانکی خود را با ایران آغاز نکرده‌اند که موجب بروز مسائل اقتصادی، سیاسی و مالی بسیاری می‌شود و این علامت منفی به سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی برای سرمایه‌گذاری است (پایگاه خبری اقتصاد آنلاین، ۲۳ مرداد ۹۵). البته در ایران در مسیر سرمایه‌گذاری به مفهوم عام آن به ویژه در صنعت گردشگری مشکلات و موانع متعددی وجود دارد که مهم‌ترین آن‌ها در حوزه نرم‌افزاری و نهادی است. لذا باید با وضع قوانین مرتبط با تضمین سودآوری سرمایه‌گذاری گردشگری برای سرمایه‌گذاران، از حضور آنان حمایت کرد و به نوعی حاشیه امن آن‌ها را گسترش داد. به گونه‌ای که کمتر تحت تاثیر تبعات روابط سیاسی تحمیل شده بر گردشگری قرار گیرد. چرا که پیامد مثبت یا منفی هر اتفاقی بر تصمیم‌گیری سرمایه‌گذار دخیل است. مانند کودتای نظامی اخیر در ترکیه و بحران سال گذشته میان روابط ترکیه و روسیه که می‌توان از آنها به عنوان نمونه‌های تحولات سیاسی تاثیر گذار و نقش آفرین بر سرمایه‌گذاری گردشگری و کسب درآمدهای ناشی از آن دانست (روزنامه دنیای اقتصاد، ۲۷ مرداد ۹۵).

البته، سرمایه‌گذاری در ایران اگر چه پر ریسک است؛ اما منافع خوبی به همراه دارد. سرمایه‌گذار خارجی برای انتخاب کشور هدف در سرمایه‌گذاری به دنبال سود و منافع بالاست و ایران نیز در شرایطی قرار دارد که تمام مواد اولیه مورد نیاز صنعت، نیروی جوان و تحصیل کرده برای کار و قوانین خوب برای حمایت از سرمایه‌گذار خارجی را دارد. سرمایه‌گذاران بیش از هر چیز به امنیت سرمایه خود و ثبات در محل سرمایه‌گذاری اهمیت می‌دهند. بزرگترین تضمین برای سرمایه‌گذاران خارجی، بند موجود در قوانین سرمایه‌گذاری خارجی است که همانا عدم مصادره و تملیک دارایی‌های آنها است. ضمن اینکه جبران زیان سرمایه‌گذاری خارجی ناشی از ممنوعیت یا توقف اجرای موافقت‌نامه مالی بر اثر وضع قانون یا تصمیمات دولت، حداکثر تا سقف اسقاط سررسید شده، توسط دولت تضمین می‌شود (روزنامه اقتصاد آنلاین، ۱۴ مهر ۹۴). البته نباید از ضرورت ثبات در رویه‌ها غافل شد چرا که با وجود مهیا بودن شرایط لازم برای سرمایه‌گذاری خارجی، می‌بایست سرمایه‌گذاران را نیز برای ورود سرمایه خود به کشور متقاعد نمود.

قطعاً ورود سرمایه‌گذاران به ویژه سرمایه‌گذاران خارجی منافی را به همراه دارد که برخی از این منافع را در سرمایه‌گذار داخلی کمتر می‌توان یافت. با ورود سرمایه‌گذاری خارجی به کشور و در نتیجه‌ی افزایش رقابت در تولید، کیفیت محصولات بالا رفته، زنجیره تولید ارتقا یافته، ورود فناوری روز دنیا به کشور تسهیل شده و تولید محصولات با کیفیت از سوی تولیدکنندگان داخلی برای رقابت با محصولات خارجی و جلوگیری از خروج از بازار صورت می‌گیرد. گرچه ممکن است تبعاتی نظیر خطر فرار سرمایه‌ها و افت ناگهانی اقتصاد در شرایط بحرانی نیز در پی داشته باشد. با این وجود، ورود هر سرمایه‌گذار خارجی به کشور چه به صورت مشارکت با شرکتهای ایرانی و چه به صورت مستقل به نفع ایران است. زیرا آنها برای تولید محصولات خود از نیروی بومی کشور استفاده می‌کنند که خود سبب اشتغال‌زایی، انتقال فناوری و دانش روز مدیریت به کشور خواهد شد و از طرفی مصرف‌کننده‌های ایرانی می‌توانند با قیمت ارزان‌تر اجناس باکیفیت‌تری را خریداری نمایند. بدون تردید حضور موفق و فعال ایران در عرصه اقتصاد و تجارت جهانی مستلزم هماهنگی ساختارهای اقتصادی و صنعتی با فن‌آوری‌های روز و فنون مدیریتی جدید است. علاوه بر موارد فوق، جذب درصد بیشتری از سرمایه‌گذاری‌های خارجی نشان از بهبود اعتبار اقتصادی ایران و در نتیجه ارتقاء جایگاه و منزلت ایران در اقتصاد و تجارت جهانی است (پایگاه خبری تحلیلی صنعت حمل و نقل تین، ۲۳ دی ۹۳).

لازم به ذکر است، گردشگری تنها صنعت جهان است که در آن، "کالا" یا "خدمت" در محل تولید، مصرف می‌شود. به همین دلیل، مردم محلی از مزیت دستیابی به منافع مرتبط با این صنعت برخوردارند ضمن اینکه در معرض خطر خروج یا متحمل شدن اثرات منفی حاصله از آن نیز قرار دارند. گردشگری مسئول، به خوبی برنامه‌ریزی شده، و نظام‌مند می‌تواند مکانیسمی بسیار خوب در انتقال منابع از غنی به فقیر - حتی

در مقیاس‌های بزرگ باشد. فعالیتهای گردشگری تجاری، علاوه بر فراهم نمودن فرصتی برای مردم محلی پیرامون مشارکت در اشتغال مستقیم، ارایه کالاها و خدمات به کسب و کارهای گردشگری از طریق زنجیره تامین، تعامل مستقیم با گردشگر را نیز سبب می‌شوند (سازمان گردشگری کانادا، ۲۰۰۴). رونق اقتصادی Nkwichi Lodge موزامبیک، نمونه‌ی موفق این سرمایه‌گذاری است. با ورود سرمایه‌گذاران به صنعت گردشگری و استفاده بهینه از پتانسیلهای گردشگری منطقه، در ۷۵ پروژه گردشگری سرمایه‌گذاری شد و در نتیجه‌ی آن، ۱۰۰۰ فرصت شغلی برای مردم محلی به وجود آمد و تغذیه و آموزش ۳۵۰ خانواده کشاورز تأمین شد. به این ترتیب، سرمایه‌گذاری خارجی را می‌توان نیروی محرک اقتصاد و پویایی جامعه محلی و همچنین اهرمی برای کاهش فقر دانست (بانک جهانی، ۲۰۱۱).

سازمانهای جهانی نیز در حوزه سرمایه‌گذاری، عملکرد خوبی داشته‌اند. اقدامات اجرایی موسسه مالی بین‌المللی^۶ در حوزه گردشگری به عنوان عضوی از بانک جهانی در کشورهای در حال توسعه پیرامون سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی نمونه‌ی موفق حضور این سازمانها است. مشارکت فعال و حضور پر رنگ این موسسه در کشورهای در حال توسعه، نویدبخش تغییری شگرف در اقتصاد این جوامع خواهد بود. در اینجا، تنها به چکیده‌ای از اقدامات اجرایی این موسسه اشاره می‌شود:

- تقویت و حمایت از صنعت گردشگری و کشاورزی کشور میانمار در جهت اشتغالزایی و بهبود مهارتهای نیروی انسانی این کشور، بهسازی زیرساخت‌های کسب و کار به منظور جذب هر چه بیشتر سرمایه‌گذاران خارجی و گردشگران ورودی.
- سرمایه‌گذاری در گردشگری موزامبیک که به آن اشاره گردید.
- کمک به توسعه گردشگری لبنان و سرمایه‌گذاری در این حوزه به منظور جبران خسارتهای و تبعات ناشی از جنگ.
- ارتقای خدمات گردشگری تاجیکستان و پاکستان.
- سرمایه‌گذاری در هتل ژیوا لینگ بوتان^۷ در جهت افزایش ظرفیت اتاق‌ها، سرمایه‌گذاری‌های گردشگری
- سرمایه‌گذاری در صنعت گردشگری مصر و حمایت از این صنعت (وبسایت IFC).

فرصتها و جذابیت‌های گردشگری در ایران

برخورداری از میراث غنی، باستانی و تاریخی، مهم‌ترین مزیت نسبی ایران نسبت به کشورهای منطقه در جذب گردشگر خارجی محسوب می‌شود. افسانه‌ها و تاریخ تمدن اسلامی، بناهای ثبت شده در فهرست یونسکو، به همراه تاریخ ده هزار ساله، ایران را به محل وقوع رخداد‌های مهم تاریخی تبدیل نموده و با توجه به وفور آثار تاریخی و تنوع آداب و سنن این کشور همواره مورد توجه گردشگران، بازرگانان و تجار بوده است. به لحاظ ژئوپلیتیک نیز، قرار گرفتن ایران در مسیر جاده ابریشم و دسترسی به آبهای بین‌المللی، ارتباط مستقیم ایران با کشورهای آسیای میانه و افغانستان از یک سو و کشورهای حوزه خلیج فارس از سوی دیگر مزیت مهمی در توسعه گردشگری محسوب می‌شود (مشوقها و حمایتها از سرمایه‌گذاری در صنعت گردشگری: فرایند سرمایه‌گذاری در صنعت گردشگری ایران، آذر ماه ۸۹).

البته در سال‌های اخیر دولت در بخش گردشگری تلاش نموده تا با شناسایی فرصت‌های سرمایه‌گذاری در این بخش در قالب طرح‌هایی مانند مطالعات امکان‌سنجی مناطق نمونه گردشگری، تهیه بسته‌های سرمایه‌گذاری گردشگری و یا روستاهای هدف گردشگری فرصت‌های جذب سرمایه‌گذاری خارجی و به ویژه داخلی و محلی را فراهم آورد که ماحصل آن شناسایی صدها منطقه نمونه و روستای هدف و بسته‌های سرمایه‌گذاری در کشور بوده است.

با بررسی عوامل مختلف در جذب و مشارکت سرمایه‌گذاری در یک اقتصاد شامل وجود فرصت‌های سرمایه‌گذاری و ارائه مشوق‌های لازم می‌توان گفت شرایط جذب سرمایه‌گذاری در اقتصاد گردشگری ایران به لحاظ ذات وجود فرصتها فراهم است و ارتقای آن با سیاست‌های تشویقی و رفع موانع امکان‌پذیر خواهد بود. در شکل زیر، اینفوگرافیک جذابیت‌های صنعت گردشگری ایران برای سرمایه‌گذاران آمده است.

⁶ International Finance Corporation (IFC)

⁷ Bhutan's Zhiwa Ling Hotel

شکل ۲: جذابیت‌های صنعت گردشگری ایران برای سرمایه‌گذاران



منبع: گروه مدیریت ایده‌های گردشگری

قابلیت‌های گردشگری ایران

ایران با تکیه بر پیشینه‌ی غنی، امنیت، مهمان‌نوازی، برخورداری از پتانسیلهای فراوان انواع گردشگری، تنوع آداب و رسوم، جاذبه‌های طبیعی و انسان ساخت می‌تواند بهترین گزینه برای جذب سرمایه‌گذاری باشد. قابلیت‌های برجسته‌ی ایران در حوزه گردشگری عبارتند از:

- غنای فرهنگی بسیار، مکانهای فرهنگی، سایت‌های بوم‌گردی و آثار تاریخی با سبقه تمدنی ۷۰۰۰ ساله که در جهان به "مهد تمدن" شهره است.
- مجموعه موزه‌ها
- هزاران فرصت بوم‌گردی
- سایت‌های مذهبی متعدد
- خدمات بهداشتی و درمانی ارزان قیمت
- وجود زیرساخت گسترده حمل و نقل شبکه اتوبوس، هوایی و ریلی (سازمان سرمایه‌گذاری و کمک‌های اقتصادی و فنی ایران)

چالش‌های سرمایه‌گذاری گردشگری جهان و ایران

ورود سرمایه‌های خارجی به کشور تابع چند فاکتور اساسی است. نخست امنیت سرمایه‌گذاری در اولویت است زیرا سرمایه‌فراری است و به جایی می‌رود که احساس امنیت کند و امنیت سرمایه‌گذاری تابع انواع قوانین و مقررات، شفافیت در بازارهای کالا، پول، کار و سرمایه و شفافیت در فضای سیاسی و سیاست خارجی است. سرمایه‌خارجی وارد کشوری می‌شود که امنیت آن کشور تضمین شده و درجه ریسک پذیری آن پایین باشد. درجه ریسک پذیری نیز توسط نهادهای بین‌المللی با استفاده از شاخص‌های اقتصادی-اجتماعی هر کشور تعیین می‌شود (شرکت بازرگانی توسعه و تجارت تندیس).

جهان به شکل فزاینده‌ای در دهه‌ی گذشته دچار تغییر شده است و اما برخی مسائل همچنان گریبان‌گیر صنعت گردشگری است. محیط عملکرد این صنعت برای تغییر رویکرد راهبردی خود به صورت اساسی به ذینفعان گردشگری نیازمند است تا بتواند این مسائل قدیمی را مرتفع نماید و به چالش‌های اخیر به نحو موثر و مهم‌تری رسیدگی نموده و بر فرصت‌های جدید سرمایه‌گذاری کند. چالش‌های زیر به عنوان چالش‌های سرمایه‌گذاری گردشگری شناسایی شده‌اند که این چالش‌ها در اغلب کشورها به ویژه کشورهای در حال توسعه‌ای مانند ایران نیز مشهودند. گزارش‌ها و بررسی‌های بسیاری، وجود این چالش‌ها را تایید می‌کنند:

- * بازگشت سرمایه کمتر سرمایه‌گذاری‌های گردشگری در قیاس با بخش‌هایی مانند مسکن.
- * سطوح پایین یا نامشخص سودآوری صنعت گردشگری در مقایسه با دیگر گزینه‌های سرمایه‌گذاری.
- * نبود اطلاعات پیرامون پروفایل ریسک / بازگشت سرمایه‌ی این صنعت.
- * عدم آگاهی از فرصت‌های موجود در بخشی از سرمایه‌گذاران بالقوه.
- * سختگیری‌های موجود در تصویب طرح‌های سرمایه‌گذاری در سطح کلان.
- * عدم وجود یک برنامه‌ریزی منسجم و تعریف شده برای هدایت سرمایه‌های گردشگری.
- * نگرش صرف به جذب سرمایه ولو بدون اولویت‌بندی و تدوین برنامه.
- * بی‌ثباتی کلی سیاست‌های اقتصادی به تغییر دولت‌ها.
- * فرصت سوزی به دلیل زمانبر بودن فرایند، هزینه کردها، میراث یا مسائل حفاظتی و در نتیجه تمایل اندک سرمایه‌گذاران به مشارکت
- * با وجود وابستگی گردشگری به زیرساخت حمایتی (مانند راه آهن، جاده‌ها، مبادی هوایی و آبی)، سرمایه‌گذاری در این زیرساخت‌ها خارج از کنترل اپراتورهای گردشگری است و در نتیجه عدم سرمایه‌گذاری در این زیرساخت‌ها جذابیت عمومی سرمایه‌گذاری در این بخش دچار ابهام خواهد شد.
- * استفاده مشترک جامعه میزبان و میهمان از زیرساخت‌های ایجاد شده توسط سرمایه‌گذار، برای سرمایه‌گذار ارزش اقتصادی نخواهد کرد.

* قیاس معایب مالیاتی سرمایه‌گذاری‌های گردشگری با سرمایه‌گذاری‌های مشابه (در دارایی‌های جامعه میزبان) به لحاظ میزان بازدهی. هر نوع سرمایه‌گذاری، سطحی از ریسک و عدم اطمینان را داراست. تفاوت‌های بین سرمایه‌گذاری گردشگری و دیگر انواع سرمایه‌گذاری را می‌توان پیچیدگی و بلندپروازانه بودن آن به لحاظ عملکردی دانست. زیرا به جهت زمانبر بودن فرایند، حصول نتیجه دیر هنگام بوده و این امر جذابیت مالی نخواهد داشت.

* سرمایه‌گذاری‌های گردشگری در مقایسه با سایر سرمایه‌گذاری‌ها تا دستیابی به یک بازگشت سرمایه رضایت‌بخش، ممکن است وقفه زمانی زیادی داشته باشد؛ و

* گردشگری ممکن است فصلی باشد که به دوره‌های رونق و رکود در تقاضا منجر شود و جریان نقدینگی را تحت تاثیر قرار دهد به اندازه‌ای که دیگر انواع سرمایه‌گذاری این تاثیر را ندارند (گروه مشاوره آلن، ۲۰۱۱).

بر این اساس می‌توان گفت ورود سرمایه‌های خارجی به کشور تابع چند عامل اساسی است که امنیت سرمایه‌گذاری در اولویت اول قرار دارد. امنیت سرمایه‌گذاری نیز خود تابع انواع قوانین و مقررات، شفافیت در بازارهای کالا، پول، کار و سرمایه و شفافیت در فضای سیاسی و سیاست خارجی است. سرمایه‌خارجی وارد کشوری می‌شود که امنیت آن کشور تضمین شده و درجه ریسک پذیری آن پایین باشد. درجه ریسک پذیری نیز توسط نهادهای بین‌المللی با استفاده از شاخص‌های اقتصادی-اجتماعی هر کشور تعیین می‌شود. در این میان شاید عضویت ایران در سازمان

تجارت جهانی و پذیرش استانداردها و ارزش‌های تجاری این سازمان، سرمایه‌گذاران خارجی و علاقمندان را به سرمایه‌گذاری در ایران ترغیب نماید. در بستر این عضویت اتفاقات مهمی مانند شفافیت مالی و امنیت نیز حاصل خواهد شد.

البته، بررسی تاریخی رفتار اقتصاد ایران نشان می‌دهد که این رفتارها همواره به گونه‌ای بوده است که در فاصله‌های زمانی کوتاه دچار سیکل‌های تجاری افسار گسیخته ای شده بدین معنا که دوره های رونق و رکود را در بازه ی زمانی اندکی تجربه می‌کند و این مسئله موجب افزایش ریسک سرمایه‌گذاری بلند مدت در بخش تولید شده است و نقدینگی را به بخش های غیر مولد و با ریسک بسیار پایین سوق داده است. در چنین شرایطی اقتصاد کشور دچار یک تناقض بزرگ یعنی نقدینگی بالا و تولید ناخالص پایین است که آثار آن به صورت تورم و کاهش قدرت خرید نمایان می‌شود. وضعیتی که نه تنها چالش پیچیده برای اقتصاد به وجود آورده بلکه سایر حوزه ها را نیز با بحران مواجه ساخته است. یکی از اشتباهات رایج در ایران اعطای امتیاز و تسهیلات به سرمایه‌گذاران به جای تضمین قراردادها در چارچوب ایجاد امنیت سرمایه‌گذاری است؛ به طوری که این امر نه تنها به جذب سرمایه‌گذاری کمی نمی‌کند، بلکه باعث ایجاد فساد و سوءاستفاده از امتیازات و تسهیلات اعطایی می‌شود. علاوه بر این، از بعد خارجی، دغدغه سرمایه‌گذاران خارجی و نگرانی آنها از جریمه شدن از سوی دولت آمریکا در صورت همکاری با ایران است.

بر اساس نتایج پژوهش بلومبرگ، بیش از نیمی از شرکت‌های بین‌المللی علاقه‌مند به تجارت با ایران، به دلیل ترس از جریمه‌های احتمالی دولت آمریکا، از ورود به بازار ایران امتناع می‌کنند و تمایل ندارند در معرض ریسک قرار بگیرند. نگرانی آنها به اندازه‌ای است که مدیران این شرکت‌ها درباره مذاکره با بانک‌های بزرگ درباره اجرای طرح‌هایشان در ایران نیز تردید دارند. هیات‌های تجاری مختلفی در رفت و آمد به ایران هستند تا ارزیابی دقیقی از بازار هشتاد میلیون نفری کشور به دست آورند. با این حال، نوعی تردید و ابهام در مذاکرات دوجانبه سرمایه‌گذاران خارجی با طرف ایرانی مشاهده می‌شود.

به گفته فعالان اقتصادی ایران، از بعد داخلی هیات‌های خارجی که در پسابرجام به ایران سفر کرده‌اند، روشن شدن چارچوب و قواعد مبارزه با فساد اداری را به منزله یک رفع ابهام بزرگ در انتقال سرمایه به داخل کشور عنوان کرده‌اند. در واقع برای آنها بیش از آنکه تسهیلات و امتیازهای اعطا شده از سوی دولت‌مردان ایران جذابیت داشته باشد، تضمین قراردادها و شفاف بودن مسیر سرمایه‌گذاری از اهمیت برخوردار است (پایگاه تحلیل اقتصادی، ۳۱ اردیبهشت ۹۵). البته امضای توافق نامه کنوانسیون مبارزه با پولشویی که در سال ۹۵ منجر به خروج ایران از این لیست سیاه شد بارقه‌ی امیدی در شفافیت مالی ایران و تطهیر مراودات مالی-تجاری خواهد بود.

مشوق های سرمایه گذاری در صنعت گردشگری ایران

- یکی از مهمترین مشوق های سرمایه گذاری در صنعت گردشگری ایران معافیت مالیاتی می باشد. براساس تبصره ۳ ماده ۱۳۲ قانون مالیات های مستقیم تمامی تأسیسات گردشگری دارای پروانه بهره برداری هر سال از پرداخت ۵۰ درصد از مالیات مشمول معاف هستند.
- براساس مصوبه دولت، به منظور فراهم نمودن زمینه جلب سرمایه گذاری داخلی و خارجی با رعایت قانون تشویق و حمایت سرمایه گذاری خارجی به تصویب بیش از ۱۶۶ منطقه نمونه گردشگری در مناطق مستعد کشور و قطب‌های گردشگری اقدام نموده است. مناطق مزبور برحسب ظرفیت پذیرش گردشگر در چهار سطح بین المللی، ملی، استان و محلی برای ارائه خدمت به گردشگران داخلی و خارجی ایجاد می شود. هر منطقه دارای مراکز خدماتی، رفاهی، فرهنگی و گردشگری از جمله واحدهای اقامتی، پذیرایی، خرید، تولید و عرضه صنایع دستی، فرهنگی، هنری، تفریحی، ورزشی، پارک ها و سایر خدمات گردشگری خواهد بود. در این راستا کلیه وزارتخانه ها، سازمان ها و موسسات و شرکت های دولتی مکلفند پس از تأسیس منطقه نمونه، خدمات خود را تا ورودی منطقه با شرایط و نرخ های مصوب در شهرها و روستاهای هم جوار منطقه به سرمایه گذاران و بهره برداران ارائه نمایند.
- فرصت های سرمایه گذاری در بخش گردشگری نیز در پیرامون محورهای ذیل در قالب بسته فرصت‌ها به زبان های فارسی و انگلیسی تهیه و آماده ارائه به سرمایه گذاران است:

❖ مناطق نمونه گردشگری؛ بی‌تردید سرمایه‌گذاری در مناطق نمونه گردشگری می‌تواند با یک تیر دو نشان زده باشد، چراکه هم فعالیت اقتصادی مطمئنی است و هم با چشم‌انداز حضور گردشگران به‌ویژه گردشگران خارجی، از پشتوانه‌ای قوی برای بهره‌وری در صنعت گردشگری برخوردار است که البته لازم است علاقه‌مندان پیش از هرگونه تصمیمی در این رابطه، با یک نگاه حقوقی دقیق، شناخت بهتری را در خصوص قوانین سرمایه‌گذاری در مناطق نمونه گردشگری کسب کنند.

- ❖ تأسیسات اقامتی هم چون هتل، متل و کمپینگ
- ❖ سایت های طبیعت گردی و روستاهای هدف گردشگری
- ❖ شهرک ها و بازارچه های صنایع دستی
- ❖ اماکن تاریخی قابل احیاء پایگاه های میراث فرهنگی
- ❖ مجتمع های آب درمانی
- ❖ بسته های سرمایه گذاری نوار ساحلی
- ❖ بسته های سرمایه گذاری خدمات گردشگری
- ❖ بسته های سرمایه گذاری در مناطق آزاد تجاری و ویژه اقتصادی

فرصت‌های سرمایه‌گذاری تهیه شده این امکان را برای سرمایه‌گذار فراهم می‌آورد تا ضمن اطلاع از خلاصه مشخصات اقتصادی، مالی و فنی پروژه، از پیشرفت فیزیکی پروژه، محل اجرای پروژه و سایر مشخصات طرح مطلع گردند.

براساس قانون تشویق و حمایت سرمایه‌گذاری از هیأت سرمایه‌گذاری خارجی ایران به طور کامل پوشش داده خواهد شد. گسترش حوزه فعالیت سرمایه‌گذاران خارجی از جمله امکان پذیر شدن سرمایه‌گذاری در زیرساخت ها، به رسمیت شناختن روش های جدید سرمایه‌گذاری خارجی همچون تأمین مالی پروژه ای^۸ ترتیبات بیع متقابل^۹ و انواع روش های ساخت بهره برداری و واگذاری^{۱۰}، کوتاه‌تر شدن فرآیند درخواست پذیرش و تصویب سرمایه‌گذاری خارجی در هیأت سرمایه‌گذاری خارجی از جمله مزیت های قانون جدید تشویق و حمایت سرمایه‌گذاری خارجی می باشد. در حوزه تأمین مالی خارجی (فاینانس)، براساس قانون تشکیل سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری، حداقل ده درصد از سهمیه فاینانس کل کشور باید به امر توسعه طرح های گردشگری و صنایع دستی اختصاص یابد که با توجه به پیگیری‌های انجام شده توسط معاونت سرمایه‌گذاری و طرح‌ها در سال ۱۳۸۷ برای چند پروژه دارای اولویت به ارزش تقریبی ۸۰۰ میلیون دلار گواهی مسدودی ارزی صادر شده است (مشوق‌ها و حمایت‌ها از سرمایه‌گذاری در صنعت گردشگری: فرایند سرمایه‌گذاری در صنعت گردشگری ایران، آذر ماه ۸۹).

⁸ Financing Project

⁹ Buy Back

¹⁰ BOT

نتیجه‌گیری

امروزه هیچ کشوری بدون مشارکت فعال در بازرگانی بین‌المللی و اقتصاد جهانی نمی‌تواند به رشد و توسعه مناسبی دست پیدا کند. بنابراین چالشی که در حال حاضر پیش روی کشورهای در حال توسعه از جمله کشور ایران قرار دارد این است که چگونه در این فعالیتهای بین‌المللی، شرکت موثر داشته باشد. در حال حاضر، مناسب‌ترین بخش‌های سرمایه‌گذاری در ایران که از مزیت نسبی بالفعل برخوردارند عبارتند از: فناوری اطلاعات، بخش پتروشیمی، بخش انرژی، بخش آب و بخش کشاورزی (مخصوصاً صادرات محصولات) آن و همچنین صنعت گردشگری (شرکت بازرگانی توسعه و تجارت تندیس).

بنا بر آنچه گفته شد، به منظور دستیابی به اهداف چشم انداز ۱۴۰۴، خروج از اقتصاد تک محصولی، رونق اقتصادی، و اشتغالزایی، استفاده از منابع سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی، ترغیب سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی و همچنین سرمایه‌گذاران ایرانی مقیم خارج از کشور، ناگزیر می‌نماید. سرمایه‌گذاری خارجی به جهت عدم وجود نقدینگی مناسب در جریان‌های مالی کشور، دستیابی به فناوری روز دنیا، استفاده از نیروی انسانی بومی و اشتغالزایی صورت می‌گیرد. اما توجه به این نوع سرمایه‌گذاری نباید موجب غفلت از بخش خصوصی و سرمایه‌گذاران داخلی کشور گردد. چرا که با گسترش بیشتر حوزه نفوذ و عملکرد این بخش، می‌توان به پویایی آن و رونق اقتصادی کشور امیدوار بود، زیرا ایشان نسبت به سرمایه‌گذاران خارجی بر محیط پیوسته در حال تغییر ایران اشراف بیشتری دارند و بهتر می‌توانند خود را با محیط تطبیق دهند.

در این بین توجه به پیشران‌ها و محرک‌های گردشگری در بخش سخت‌افزاری و نرم‌افزاری آن (عوامل نهادی) از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. به طور تقریباً بدیهی سیر تاریخی تمدن ایران و همچنین شرایط طبیعی و ویژگی‌های خاصی آن در کنار موقعیت ژئوپولیتیک آن شرایط سخت‌افزاری لازم را برای توسعه صنعت گردشگری فراهم آورده است. در کنار این شرایط و مهمتر از آن‌ها عوامل نرم‌افزاری یا نهادی است که بهبود و ارتقای آن می‌تواند منجر به توسعه سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی گردد. این بخش از عوامل عمدتاً در اختیار حاکمیت است و از آن به عنوان ابزارهای کنترلی و تنظیمی استفاده می‌کند.

جلب سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی با ایجاد فضایی امن که تضمین‌کننده برگشت سرمایه باشد در کنار ارائه مشوق‌هایی که در شروع کار و پیش از آنکه سرمایه‌گذاری به سوددهی برسد از سرمایه‌گذار حمایت می‌کنند، به علاوه محدود شدن حیطه اجرایی دولت با وضع قوانین لازم، از جمله نکاتی است که در از نظر گذراندن تجارب این کشورها می‌توان به آنها دست یافت.

دولت باید بتواند با اصلاح قوانین انگیزه بخش، حذف بوروکراسی اداری، ایجاد ثبات در اقتصاد کشور به استقبال سرمایه‌گذاری رفته و از تجربه دولت‌های موفق در این زمینه استفاده کند. راز اصلی پیشرفت کشورهای حوزه آسیا، جذب سرمایه از طریق افزایش انعطاف‌پذیری است. اما انعطاف‌پذیری اقتصادی به واسطه توسعه زیرساخت‌های مهم تجاری و تولیدی و ایجاد تعادل در این بخش‌ها حاصل می‌گردد. مولفه‌های اصلی ایجاد تعادل اقتصادی شامل مواردی چون برقراری نظام مالی قابل اطمینان بین سرمایه‌های خارجی و سیستم بانکی داخلی، ایجاد جریان‌سازی مثبت برای رشد بخش خصوصی و در نهایت کاهش بدهی‌های بین‌المللی و منطقه‌ای. بسیاری از کشورهای موفق این روزهای آسیا، بین دهه‌های ۸۰ و ۹۰ میلادی بر افزایش سطح زیرساخت‌های مختلف تمرکز کرده‌اند. تلاش‌های آن‌ها عمدتاً شامل:

- ❖ جلب مشارکت اجتماعی و بخش خصوصی و تشویق آن‌ها به سرمایه‌گذاری در طرح‌های خرد و کلان گردشگری.
- ❖ چارچوب‌گذاری سیاسی، اجتماعی و اقتصادی نوین برای گشایش بازار معاملات خارجی.
- ❖ اصلاح قوانین گمرکی و تسهیل فرآیندهای ورود و خروج کالاها.
- ❖ عقد توافقنامه‌های تجاری بین‌المللی معتبر و بلند مدت.
- ❖ اصلاح قوانین مالیاتی و حذف موانع موجود در این حوزه.
- ❖ ایجاد بستری امن برای فعالیت تاجران داخلی و خارجی.
- ❖ افزایش زیرساخت‌های ترانزیتی مثل زیرساخت‌های جاده‌ای و مسیرهای دریایی.

پیشنهادات

با توجه به مطالب پیش گفته پیشنهادات زیر در جهت تسهیل سرمایه گذاری داخلی و خارجی گردشگری و هرچه بهتر شدن شرایط سرمایه گذاری در این بخش ارائه می گردد:

- همکاری ایران با موسسه مالی بین المللی در جهت سرمایه گذاری گردشگری.
- معافیت مالیاتی برای سرمایه گذاران.
- توجه به زیرساختهای قانونی، تشویق و تقویت سرمایه گذاری بخش خصوصی.
- تشکیل واحد برنامه ریزی کلان سیاستها با حوزه اختیارات خاص و عدم تاثیرپذیری از تغییر دولتها.
- فراهم نمودن شرایط اجتماعی مناسب و بهبود روابط سیاسی با سایر کشورها.
- تاسیس سازمان سرمایه گذاری داخلی در جهت حمایت از منابع سرمایه گذاری داخلی و با هدف حذف بوروکراسی اداری و سهولت سرمایه گذاری داخلی
- فعال تر شدن دفتر سرمایه گذاری خارجی گردشگری در خصوص تسریع در ورود سرمایه گذاری خارجی.
- توانمندسازی بخش خصوصی و حمایت از آن در وضع قوانین سرمایه گذاری.
- ثبات اقتصادی و سیاسی.
- ارجحیت دیدگاه اقتصادی به سرمایه گذاری گردشگری به جای دیدگاه امنیتی.
- برقراری امنیت اقتصادی و قضایی در کشور.
- مبارزه جدی با فساد اداری و مالی.
- اجرای سیاستهای آزادسازی و خصوصی سازی به صورت برنامه ریزی شده، کاملاً تدریجی و هدفمند.
- کوچک سازی بخش گردشگری دولت از طریق واسپاری مسئولیت های سرمایه گذاری به بخش خصوصی.
- اعمال سیاستهای شفاف اقتصادی، اصلاح ساختار اقتصاد و تعهد به اقتصاد بازار.
- ایجاد سیاستهای هماهنگ پولی و مالی، کنترل کسری بودجه و تورم و استقرار یک رژیم باثبات ارزی به عنوان شاخص های سلامت اقتصاد کشور.
- ایجاد زیرساختهای فیزیکی مناسب نظیر سیستم ارتباطی، راه، بندر و فرودگاه به خصوص در مناطق آزاد.
- برقراری روابط دیپلماتیک قوی در عرصه جهانی، عضویت در مجامع بین المللی، انعقاد پیمان های چندجانبه سرمایه گذاری، پرهیز از تنش در مناسبات بین المللی به منظور جلب اعتماد سرمایه گذاران خارجی.
- ارتقای سیاست گشودگی سیاسی-اقتصادی با کشورهای بازار هدف گردشگری از طریق تسهیل و لغو روادید.
- مشخص شدن جایگاه مالکیت خصوصی و محترم شمردن آن.
- برقراری وضعیت مناسبی که در آن شرکت های داخلی بتوانند به صورت مستقیم وارد مذاکره با سرمایه گذاران خارجی شوند.
- معرفی بسته های سرمایه گذاری گردشگری به هیات های تجاری از طریق اتاق های بازرگانی کشور.
- فراهم نمودن شرایط لازم جهت پیوستن کشور به سازمان تجارت جهانی.

۱. فرقاندوست حقیقی، کامبیز؛ رضوانی، علی اصغر؛ هاشمی سلیمانی، سید هادی (۱۳۸۸)، "بررسی موانع توسعه سرمایه گذاری بخش خصوصی در صنعت جهانگردی"، پژوهشنامه حسابداری مالی و حسابرسی.
۲. TCI Management Consultants and GGA Management Consultants (2011), "Ontario's tourism investment strategy and implementation plan", millierdickinsonblais.
۳. The Allen Consulting Group (2011), "Framework guide to facilitate tourism investment: companion report", National long – term tourism strategy, Australian Government.
۴. <http://blogs.worldbank.org/psd/should-t-we-be-promoting-tourism-sector-investment>
۵. http://english.visitkorea.or.kr/enu/invest/info/busin_underst.jsp
۶. <http://www.tourism.gc.ca/eic/site/034.nsf/eng/00040.html>
۷. <http://www.investiniran.ir/en/sectors/turism>
۸. <http://semega.ir/company/report>
۹. <http://pajoohe.com/fa/index.php?Page=definition&UID=38641>
۱۰. <http://donya-e-eqtesad.com/news/958419>
۱۱. <http://forsatnet.ir/managers>
۱۲. <http://www.eligasht.com/Blog/tourism/5064>
۱۳. <http://www.tabnakhamadan.ir/fa/news/261814>
۱۴. <http://donya-e-eqtesad.com/SiteKhan/941370>
۱۵. <http://www.tinn.ir/fa/doc/article/37646/>
۱۶. <http://donya-e-eqtesad.com/news/1064776>
۱۷. <http://www.eghtesadonline.com/%D8%A8%D8%AE%D8%B4--3/140090-%D9%86%D8%B8%D8%B1-%D8%AC%D8%A7%D9%85%D8%B3%D8%A7%D8%B2-%D8%AF%D8%B1%D8%A8%D8%A7%D8%B1%D9%87-%D8%A7%D9%84%D8%B2%D8%A7%D9%85%D8%A7%D8%AA-%D8%AA%D8%AD%D9%82%D9%82-%D8%B1%D8%B4%D8%AF-%D8%A7%D9%82%D8%AA%D8%B5%D8%A7%D8%AF%DB%8C-%D8%AF%D8%B1%D8%B5%D8%AF%DB%8C>
۱۸. http://www.ifc.org/wps/wcm/connect/ifc_ext_design/ifc+search/search/Search+Results+2015UI?cx=009183910618791464029%3Aik2jtgcdpms&cof=FORID%3A11&ie=&q=tourism+investment&siteurl=http%3A%2F%2Fwww.ifc.org%2Fwps%2Fwcm%2Fconnect%2Fcorp_ext_content%2Fifc_external_corporate_site%2Fabout%2Bifc_new%2Fresources
۱۹. WTTC (2016). "Travel & Tourism ECONOMIC IMPACT 2016 IRAN".
۲۰. <http://www.tandis-ak.com/fa/> سرویس-ها/سرمایه-گذاری-۲/بررسی-سرمایه-گذاری-مستقیم-خارجی-در-ایر/
۲۱. <http://www.tandis-ak.com/fa/> سرویس-ها/سرمایه-گذاری-۲/موانع-جذب-سرمایه-گذاری-خارجی/
۲۲. <http://www.hawzah.net/fa/Article/View/89499/> اندیشه-سرمایه-گذاری-خارجی-آری-یا-نه
۲۳. <http://www.hesabeman.ir/> بلومبرگ-تحلیل-سرمایه-گذاری-در-ایران /
۲۴. UNWTO (2016). "Tourism highlights".