

فرهنگ ثروت آفرین

بررسی و تحلیل نظام

آمار اقتصادی

گردشگری

با تأکید بر رویکرد نوآورانه و دانش بنیان

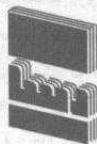
دکتر روح اله ابو جعفری

(عضو هیئت علمی پژوهشکده مطالعات فناوری)

مصطفی محبی مجد

مجتبی نصراللهی نسب

(پژوهشگران پژوهشکده مطالعات فناوری)



سرشناسه	: ابو جعفری، روح اله، ۱۳۵۹ -
عنوان و نام پدیدآور	: فرهنگ ثروت آفرین: بررسی و تحلیل نظام آمار اقتصادی گردشگری با تأکید بر رویکرد نوآورانه و دانش بنیان / نویسندگان روح اله ابو جعفری، مصطفی محبی مجد، مجتبی نصراللهی نسب؛ مشاور سید محمدحسین سجادی نیری
مشخصات نشر	: تهران: رسا، ۱۳۹۸.
مشخصات ظاهری	: ۲۵۲ ص: مصور، جدول، نمودار.
شابک	: ۹۷۸-۹۶۴-۳۱۷-۹۸۳-۰
وضعیت فهرست نویسی	: فیپا
یادداشت	: کتابنامه.
عنوان دیگر	: بررسی و تحلیل نظام آمار اقتصادی گردشگری با تأکید بر رویکرد نوآورانه و دانش بنیان.
موضوع	: گردشگری -- ایران -- آمار
موضوع	: Tourism -- Iran -- Statistics
موضوع	: گردشگری -- آمار
موضوع	: Tourism -- Statistics
موضوع	: گردشگری -- ایران -- جنبه های اقتصادی
موضوع	: Tourism -- Economic aspects -- Iran
موضوع	: گردشگری -- جنبه های اقتصادی
موضوع	: Tourism -- Economic aspects
شناسه افزوده	: محبی مجد، مصطفی، ۱۳۶۹ -
شناسه افزوده	: نصراللهی نسب، مجتبی، ۱۳۶۷ -
شناسه افزوده	: سجادی نیری، سید محمدحسین، ۱۳۵۷ -
رده بندی کنگره	: G ۱۵۵
رده بندی دیویی	: ۳۳۸ / ۴۷۹۱
شماره کتابشناسی ملی	: ۵۸۱۱۹۰۷

کلیه حقوق محفوظ و نه خصوص ناشر است

دوست عزیز، هرگونه کسب درآمد از دسترنج دیگران، تکثیر کتاب بدون اجازه از ناشر و فروش آن و یا تغییر بهای کتاب، کاری نادرست و نامشروع است و در نهایت، موجب رواج بی اعتمادی در جامعه و بروز پیآمدهای ناگوار در زندگی و محیطی ناسالم برای خود و عزیزانمان می گردد.



مؤسسه خدمات فرهنگی رسا

تلفن: ۴۵ - ۸۸۸۳۴۸۴۴ فاکس: ۸۸۸۳۸۱۲۵

WWW.RASABOOKS.IR

عنوان: فرهنگ ثروت آفرین

بررسی و تحلیل نظام آمار اقتصادی گردشگری

امور گرافیک: مؤسسه فرهنگی و هنری نگاه نو، تهران / طراح جلد: حمیدرضا بیدقی

چاپ اول: ۱۳۹۸ — تیراژ: ۵۰۰ نسخه

مرکز توزیع: بخش رسا - تلفن: ۶۶۹۰۷۷۱۰ و ۶۶۹۰۷۷۱۲

قیمت: ۶۵۰۰۰ تومان

۱	مقدمه
۵	بخش اول: تبیین و توسعه نظام آمار اقتصادی حوزه گردشگری
۷	مقدمه بخش اول
۱۳	فصل اول: تعاریف و مفاهیم فنی گردشگری
۱۳	۱-۱. مقدمه
۱۴	۲-۱. گفتار اول: تعاریف فنی
۱۶	۳-۱. گفتار دوم: جمع‌بندی
۱۹	فصل دوم: تبیین چهارچوب مفهومی اقتصاد گردشگری
۱۹	۱-۲. مقدمه
۲۰	۲-۲. گفتار اول: جایگاه گردشگری در اسناد بالادستی کشور
۲۵	۳-۲. گفتار دوم: اجزای اقتصاد گردشگری
۳۱	۴-۲. گفتار سوم: تجربه کشور ترکیه در توسعه اقتصاد گردشگری
۳۴	۵-۲. گفتار چهارم: گردشگری اسلامی
۳۵	۶-۲. گفتار پنجم: جمع‌بندی
۳۹	فصل سوم: تبیین نظام آماری گردشگری
۳۹	۱-۳. مقدمه
۴۰	۲-۳. گفتار اول: تعاریف آماری
۴۴	۳-۳. گفتار دوم: طبقه‌بندی انواع گردشگری از نظر آماری
۴۵	۴-۳. گفتار سوم: طبقه‌بندی آماری تقاضای گردشگری
۴۸	۵-۳. گفتار چهارم: طبقه‌بندی عرضه گردشگری
۵۱	۶-۳. گفتار پنجم: حساب‌های اقماری گردشگری
۵۵	۷-۳. گفتار ششم: مطالعه موردی آمار گردشگری در کشور استرالیا
۵۶	۸-۳. گفتار هفتم: تولیدکنندگان آمار و منابع داده گردشگری در ایران
۶۳	۹-۳. گفتار هشتم: جمع‌بندی
۶۵	بخش دوم: تحلیل صنعت گردشگری با رویکرد نوآورانه و دانش‌بنیان

۶۷	مقدمه بخش دوم
۶۹	فصل چهارم: تبیین مدل نوآوری صنعت گردشگری
۶۹	۱-۴. مقدمه
۷۱	۲-۴. گفتار اول: انواع نوآوری در خدمات
۷۵	۳-۴. گفتار دوم: ارتباط نوآوری و صنعت گردشگری
۸۰	۴-۴. گفتار سوم: نوآوری‌های کلیدی در صنعت گردشگری
۸۵	فصل پنجم: تبیین شاخص‌های سنجش نوآوری صنعت گردشگری
۸۵	۱-۵. مقدمه
۸۶	۲-۵. گفتار اول: تبیین شاخص‌های نوآوری سمت عرضه گردشگری
۹۵	بخش سوم: آمارنامه صنعت گردشگری
۹۷	مقدمه بخش سوم
۹۹	فصل ششم: تعاریف و مفاهیم آماری
۹۹	۱-۶. مقدمه
۹۹	۲-۶. گفتار اول: تعاریف و مفاهیم آماری
۱۰۳	۳-۶. گفتار دوم: طبقه‌بندی‌های آمار اقتصاد گردشگری
۱۰۵	فصل هفتم: آمار کلیدی گردشگری
۱۰۷	فصل هشتم: شاخص‌های کلان گردشگری
۱۰۷	۱-۸. مقدمه
۱۱۲	۲-۸. گفتار اول: تولید ناخالص داخلی
۱۱۷	۳-۸. گفتار دوم: اشتغال
۱۲۰	۴-۸. گفتار سوم: صادرات بازدیدکنندگان (مخارج گردشگران ورودی)
۱۲۴	۵-۸. گفتار چهارم: هزینه‌های مسافرت و گردشگری بومی
۱۲۷	۶-۸. گفتار پنجم: هزینه‌های مسافرت و گردشگری کسب‌وکار
۱۳۱	۷-۸. گفتار ششم: هزینه‌های مسافرت و گردشگری تفریحی
۱۳۴	۸-۸. گفتار هفتم: هزینه‌های انفرادی دولت

۱۳۸	۸-۹. گفتار هشتم: مصرف گردشگری داخلی.....
۱۴۱	۸-۱۰. گفتار نهم: تشکیل سرمایه.....
۱۴۵	۸-۱۱. گفتار دهم: مخارج گردشگری خارجی.....
۱۴۸	۸-۱۲. گفتار یازدهم: گردشگری سلامت.....
۱۴۹	۸-۱۳. گفتار دوازدهم: شاخص‌های رفاه و پذیرش گردشگری.....
۱۵۱	فصل نهم: آمار موضوعی اقتصاد گردشگری.....
۱۵۱	۹-۱. مقدمه.....
۱۵۱	۹-۲. گفتار اول: شاخص‌های عرضه گردشگری.....
۱۷۷	۹-۳. گفتار دوم: شاخص‌های تقاضای گردشگری.....
۱۸۹	فصل دهم: آمار نوآوری گردشگری.....
۱۸۹	۱۰-۱. مقدمه.....
۱۸۹	۱۰-۲. گفتار اول: استخراج شاخص‌های نوآوری سمت تقاضا.....
۱۹۰	۱۰-۳. گفتار دوم: استخراج شاخص‌های نوآوری سمت عرضه.....
۱۹۱	۱۰-۴. گفتار سوم: خلاصه‌ای از عملکرد مهم‌ترین کسب‌وکارهای نوپای گردشگری.....
۱۹۵	منابع و مآخذ.....
۱۹۷	پیوست گزارش.....
۱۹۷	۱۲-۱. جداول ده‌گانه حساب اقماری گردشگری به همراه روش و منابع جمع‌آوری داده‌ها.....
۲۲۱	۱۲-۲. مواد مرتبط با گردشگری در برنامه‌های چهارم و پنجم توسعه بعد از انقلاب.....

گردشگری و رای کارکردهای فرهنگی، سیاسی و اجتماعی آن، به عنوان یکی از اصلی‌ترین منابع اقتصادی مهم در بسیاری از کشورهای جهان مورد توجه قرار دارد. جذابیت حوزه گردشگری عمدتاً به دلیل کنار هم قرار گرفتن تأثیرات اجتماعی و تبادل فرهنگی این صنعت در کنار امکان کسب درآمدهای سرشار ارزی حاصل از آن است که موجب شد تا بسیاری از کشورها در کنار صدور فرهنگ کشور خود و ایجاد تعاملات فرهنگی، برای کسب درآمدهای سرشار ارزی، سیاست‌های گردشگری خود را مبتنی بر برنامه‌ریزی کلان و نهادسازی در سطح وزارتخانه قرار دهند. این صنعت به عنوان آینه تمام‌نمای فرهنگ و تمدن یک کشور، نقش جایگاهی بی‌بدیل در پیشبرد گسترش فرهنگ جوامع ایفا می‌کند. سازمان‌های بین‌المللی نظیر آنکتاد، گردشگری را به عنوان یکی از جنبه‌های اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی صنایع خلاق که در تعامل با فناوری و مالکیت فکری است، قلمداد می‌کنند (بیدرام، ۱۳۹۵). برخی از کشورهای جهان نظیر آفریقای جنوبی، گردشگری را تحت عنوان فعالیت فرهنگی و از جمله مصادیق صنایع فرهنگی به شمار می‌آورند. در ایالات متحده آمریکا صنایع فرهنگی بر مواردی از جمله گردشگری و میراث فرهنگی، موزه‌ها و کتابخانه‌ها، سرگرمی‌ها، فعالیت‌های ورزشی و نیز طبیعت‌گردی دلالت دارد. همچنین صنایع فرهنگی در چین شامل گردشگری، نشر، تبلیغات، طراحی، هنر و صنایع دستی، پخش و رسانه‌های دیجیتال می‌شود. در ایران نیز جایگاه گردشگری فقط به موارد یادشده محدود نشده و در اسناد

بالادستی کشور به جایگاه آن اشاره شده است. به طور مثال مطابق با پیش نویس سند ملی نوآوری صنایع و محصولات فرهنگی و فناوری های نرم کشور، گردشگری یکی از حوزه های مهم صنایع فرهنگی و سازوکاری در جهت مدیریت بهره وری و حکمرانی در حوزه فرهنگی و اجتماعی است. طبق آخرین گزارش رقابت پذیری جهانی، صنعت توریسم در دهه گذشته حدود ۱۰ درصد از تولید ناخالص داخلی جهان را شامل شده و در حال حاضر از هر ۱۰ شغل در جهان، ۱ شغل به طور مستقیم و غیرمستقیم با این صنعت ارتباط دارد. همچنین برای مدت ۶ سال متوالی، رشد صنعت گردشگری در جهان عملکرد بهتری از اقتصاد جهانی داشته است که نشان دهنده مقاومت بیشتر این صنعت در برابر نااطمینانی های ژئوپولیتیک^۱ و نوسانات اقتصادی^۲ است. در انتهای سال ۲۰۱۶، بخش گردشگری ۷/۶ تریلیون دلار از تولید ناخالص داخلی دنیا را در اختیار داشته است، یعنی در حدود ۱۰،۲ درصد که به موجب آن ۲۹۲ میلیون شغل در این بخش ایجاد شده است. تحقیقات بین المللی اخیر نشان می دهد که به ازای هر ۳۰ توریست جدید، یک شغل در مقصد ایجاد می شود. و این در حالی است که صنعت گردشگری تقریباً دو برابر سایر صنایع به اشتغال زنان کمک می کند (مجمع جهانی اقتصاد، ۲۰۱۷).

از جمله خدمات مهم صنعت گردشگری، توسعه سایر صنایع کشور در سایه افزایش تقاضا برای کالاها و خدمات است که به صورت مستقیم توسط گردشگران ایجاد می شود و این موضوع خود موجب بهبود معیشت ساکنان کشور و در نتیجه افزایش تقاضای داخلی از کالاها و خدمات به صورت غیرمستقیم خواهد شد. با این همه، به رغم آن که گردشگری در طی ۵۰ سال اخیر به یکی از صنایع بزرگ و تعیین کننده در دنیا تبدیل شده و در خلال سال های اخیر با تحقیقات وسیعی در حوزه گردشگری به عنوان یک رشته مستقل شکل گرفته، اما همچنان پژوهش جامعی در زمینه ادبیات اقتصادی این حوزه صورت نپذیرفته و روند توسعه مباحث نظری و متولوژی اندازه گیری اثرات اقتصادی آن مشخص نیست (خوشخرو، علی زاده، ۱۳۹۲: ۶۲).

با نگاهی به ساختار نهادی و اسناد بالادستی کشور، اولویت نداشتن این صنعت و جدی گرفته نشدن آن به وضوح قابل مشاهده است. به گونه ای که به غیر از برخی اهداف کمی و کیفی معرفی شده در اسناد بالادستی نظیر برنامه ششم توسعه اقتصادی، هیچ برنامه بلندمدت و هیچ جایگاه و اولویتی نسبت به این صنعت با سایر صنایع کشور دیده و معرفی نشده و به طور کلی مورد غفلت قرار گرفته است. در «سند چشم انداز ۱۴۰۴ کشور» در مورد هدف گذاری

1. geopolitical uncertainty

2. economic volatility

این صنعت، رسیدن به ۲۰ میلیون گردشگر ورودی در انتهای سال ۱۴۰۴ پیش بینی شده و در «سند ملی نوآوری صنایع و محصولات فرهنگی و فناوری‌های نرم» نیز فقط به بیان "کسب حداقل رتبه چهارم گردشگری در منطقه" به عنوان هدف این بخش از فعالیت‌های صنایع فرهنگی کشور بسنده شده است (شورای عالی انقلاب فرهنگی (مصوب کمیسیون نقشه جامع علمی کشور)، ۱۳۹۶).

با مقدمه فوق می‌توان گفت صنعت گردشگری به چهار دلیل مورد توجه قرار دارد. اول آنکه با توسعه اقتصادی کشورها و حرکت آن‌ها از جایگاه "کشورهای با درآمد سرانه کم و متوسط" به سوی "کشورهای با درآمد سرانه بالا" و همزمان با توسعه زیرساخت‌های حمل و نقل در جهان، تقاضای گردشگری از یک کالای لوکس به یک کالای عادی تبدیل شده و مورد توجه قرار گرفته است. دلیل دوم آنکه بسیاری از کشورهای دنیا و به ویژه کشورهای منطقه به سمت برنامه‌ریزی منسجم و اختصاصی برای صنعت گردشگری به عنوان یک صنعت سازگار با محیط زیست و ارزش آور حرکت کرده‌اند که از جمله می‌توان به سلسله "برنامه‌های ده‌گانه توسعه گردشگری" کشور ترکیه (۱۹۶۳ تا ۲۰۱۸) و برنامه توسعه گردشگری کشور عمان با محوریت منطقه آزاد مسقط جهت تاسیس شهری به نام شهر آبی با هزینه ۱٫۸ میلیارد دلار اشاره کرد. سوم آنکه صنعت گردشگری به شدت کار محور بوده و متکی به نیروی انسانی می‌باشد و برای کشورهایی نظیر ایران که ساختار جمعیت جوان دارند و از موهبت نیروی کار فعال بالایی برخوردار هستند یکی از بهترین صنایع از منظر اشتغال نیروی کار به ازای مقادیر یکسان سرمایه‌گذاری محسوب می‌شود و چهارمین دلیل توجه به چالش‌ها و آسیب‌های اقتصادی این صنعت، فقدان تناسب منطقی عملکرد آن با برنامه و از آن مهم‌تر نداشتن برنامه کلان مستقل و اولویت‌دار برای این صنعت است. این کتاب در سه مرحله نسبت به توسعه نظام آماری اقتصاد گردشگری بحث می‌کند. با توجه به آنکه عموم فعالیت‌های صورت‌گرفته در حوزه گردشگری از جنس خدمات بوده، لذا در مرحله اول نیاز بود تا نسبت به تدوین یک راهنمای فنی و اقتصادی در این حوزه اقدام شود. لذا در بخش اول این مطالعه به بررسی تعاریف فنی گردشگری، مفاهیم اقتصادی گردشگری و تعاریف آماری این حوزه پرداخته شده است. در بخش دوم، بعد از مشخص کردن دامنه فنی، اقتصادی و آماری گردشگری، با استفاده از مطالعات اسنادی و استفاده از پلنل نخبگانی، نظرات برخی فعالان صنعت، اساتید دانشگاه در حوزه گردشگری، مدیران و متولیان این حوزه و پژوهشگران حوزه گردشگری، بررسی و تجزیه و تحلیل شده تا با استفاده از آن شاخص‌هایی

به منظور اندازه گیری دقیق اقتصاد گردشگری که مبتنی بر آسیب شناسی باشد، حاصل شود. در بخش سوم و پایانی این پژوهش ضمن بررسی جایگاه گردشگری در طبقه بندی های آماری شناخته شده، اجزای دقیق این صنعت در هر کدام از این طبقه بندی ها استخراج شده و در نهایت ضمن شناسایی مراکز متولی آمار این حوزه در کشور، ضمن انجام مکاتبات و برگزاری جلسات کارشناسی با نهادهای یاد شده، آمار اقتصادی موجود و انتشار یافته توسط مراکز آماری این حوزه بررسی و با استفاده از آن شاخص های محاسبه شده در بخش دوم به صورت کمی محاسبه و استخراج و در قالب آمارنامه منتشر شده است.

امید است که باب حاضر که با تکیه بر وضعیت موجود گردشگری کشور و نظرات فعالان این حوزه تهیه شده بتواند گامی هرچند کوچک در توسعه نظام آماری اقتصاد گردشگری و در مرحله بعد در رشد و بالندگی این صنعت بردارد.

در پایان بر خود لازم می دانیم تا از کلیه عزیزانی که ما را در انجام این مهم یاری کرده اند، تشکر و قدردانی کنیم. به خصوص از جناب آقای دکتر شهاب طلایی پژوهشگر پژوهشکده سیاست پژوهی و مطالعات راهبردی، حکمت و جناب آقای علی اصغر شالبافیان مشاور تحقیق و توسعه هلدینگ گردشگری تأمین اجتماعی که با راهنمایی های ارزنده خود کمک های شایانی در انجام این امر داشتند، که ال نشکر و قدردانی را داریم. همچنین از سرکار خانم زهره چیت ساز از همکاران مرکز آمار ایران که در این پژوهش خالصانه با ما همکاری داشتند تشکر کرده و برای ایشان توفیق روز افزون آرزو می کنیم و همچنین از آقایان زادمهر و خلیلی از همکاران حوزه گردشگری در مرکز همکاری های تحول و پیشرفت که با پیشنهادات سازنده خود، سهم به سزایی در بهتر شدن این کتاب داشتند، سپاسگزاری می کنیم. در پایان نیز از باب من لم یشکر المخلوق لم یشکر الخالق، در غود لازم می دانیم از معاونت فناوری های ارتباطات و مهندسی اجتماعی مرکز همکاری های تحول و پیشرفت که با تأمین مالی پروژه امکان تهیه این کتاب را فراهم کردند تشکر و قدردانی می گردد. همچنین از ستاد توسعه فناوری های نرم و هویت ساز معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و مرکز آمار ایران که با اظهار نظر کارشناسی و نقد و بررسی این کتاب، کمک های شایانی به بهبود این مجموعه ارائه کردند قدردانی می گردد. امیدواریم این کتاب به گسترش درک صحیح از جایگاه گردشگری کمک کند و زمینه ساز رشد و توسعه این صنعت باشد.