

تحلیل آماری صنعت گردشگری جهان، بازارهای آینده و جایگاه ایران

دکتر علی رحیم پور¹

(تاریخ دریافت: 91/10/10، تاریخ تصویب: 92/02/15)

چکیده

گردشگری، در سال 2012 همچنان یکی از برترین صنایع و فعالیت‌های درآمدزا و اشتغال‌زای جهان به شمار می‌رود. این صنعت توانسته در سال 2011 معادل 1/030 تریلیون دلار درآمد نصیب بازارهای مقصد گردشگری جهان کند. بر اساس پیش‌بینی‌های سازمان جهانی جهانگردی، آینده بازار اقتصاد و تجارت بین‌المللی دنیا، بویژه در سال 2020 با تعداد 1/360 میلیارد نفر گردشگر ورودی و تعداد 1/809 میلیارد نفر در سال 2030 در اختیار صنعت گردشگری خواهد بود. این در شرایطی است که در سال 2020 بالغ بر 717 میلیون و در سال 2030 بالغ بر 1/037 تریلیون نفر گردشگر به کشورهای درحال توسعه سفر خواهند کرد. این یعنی فرصتی برای این کشورها که اکثراً از پدیده اجتماعی و اقتصادی بیکاری و عدم درآمد ارزی کافی در رنج هستند. هم‌اکنون از 983 میلیون نفر گردشگر بالغ بر 450 میلیون نفر به کشورهای در حال توسعه سفر می‌کنند.

سؤال اصلی این پژوهش نیز در همین راستا تعریف می‌شود که به راستی در این بازار تجارت عظیم بین‌المللی گردشگری، جایگاه جمهوری اسلامی ایران کجاست و چگونه می‌توان با توجه به منابع گردشگری انحصاری موجود در کشور از این منابع به نفع منافع ملی و کمک به اقتصاد بحران‌زده کشور استفاده کرد؟ محققین در این پژوهش تلاش کرده‌اند تا بر اساس روش تحلیلی و توصیفی و استفاده از اسناد کتابخانه‌ای، و همچنین با استناد به آمار ارائه شده از سوی سازمان جهانی جهانگردی در سال 2012، در یک مقایسه تطبیقی، علاوه بر بررسی و مطالعه شرایط حاکم بر بازار گردشگری جهان، موقعیت و جایگاه ایران را بررسی و برای حضور مؤثرتر کشور در این بازار ارائه طریق نمایند. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که اگر براساس اصول علمی بازاریابی، نتوان داشته‌های خود را به محصولات با مزیت‌های رقابتی و ویژه تبدیل کرد، قطعاً نمی‌توان از این بازار سهم مناسبی را به‌دست آورد و صرفاً افسوس فرصت‌های از دست رفته برای مسئولان و مردم به جای خواهد ماند.

واژگان کلیدی: گردشگری، بازار تجارت، سال 2011، جایگاه ایران، آینده بازار.

1- نویسنده مسئول: عضو هیات علمی پژوهشگاه گردشگری و عضو هیات مدیره انجمن علمی گردشگری ایران

مقدمه

گردشگری، با در اختیار داشتن 10/2 درصد از تولید ناخالص جهان، به عنوان بزرگ ترین صنعت جهان در سال 2011 معرفی شده است. صنعت گردشگری، برای اولین بار در جهان رکوردار شد و تعداد گردشگران ورودی در این سال از مرز 983 میلیون نفر گذشت. همچنین، درآمد حاصله از رقم 1/030 تریلیون دلار تجاوز کرد. این صنعت، با رشدی شتابان از رقم 25 میلیون نفر در سال 1950 به رقم 983 میلیون نفر در سال 2011 رسیده است. یعنی از رشد متوسط سالانه 6/2 درصد برخوردار بوده است (Highlights, 2012:3 Tourism). صنعت گردشگری در سال 2011 برای 240 میلیون نفر شغل ایجاد کرده است. یعنی 10/6 درصد از نیروی کار جهان در بخش گردشگری فعالیت می کنند. از هر 9 نفر کارگر، یک نفر در بخش گردشگری شاغل است. همچنین، این صنعت در سال 2011 معادل 655 میلیارد دلار درآمد مالیاتی برای اقتصاد جهان ایجاد کرده و 10/9 درصد از کل پرداختی های جهان را شامل شده است. به طور متوسط، صنعت گردشگری حدود 6/9 درصد از کل پرداختی های دولت ها را به خود اختصاص داده و 10/7 درصد از کل سرمایه گذاری های کل جهان را شامل شده است.

جدول شماره 1: تعداد و درآمد گردشگران ورودی کشورهای پیشرو در سال 2011

تعداد گردشگر در سال 2011 (میلیون نفر)		درآمد حاصل از گردشگری در سال 2011 (میلیارد دلار)	
کشور	تعداد	کشور	درآمد
فرانسه	79/5	امریکا	116/3
امریکا	62/3	اسپانیا	59/9
چین	57/6	فرانسه	53/8
اسپانیا	56/7	چین	48/5
ایتالیا	46/1	ایتالیا	43
ترکیه	29/3	آلمان	38/8
انگلستان	29/2	انگلستان	35/9
آلمان	28/4	استرالیا	31/4
مالزی	24/7	ماکائو (چین)	27/8
مکزیک	23/4	هنگ کنگ	22/2

Source: World Tourism Organization (UNWTO) - (Data as collected by UNWTO June 2012)

فصلنامه گردشگری دانشگاه علم و فرهنگ

اگر جمهوری اسلامی ایران به دنبال 7/5 میلیون نفر گردشگر خارجی در سال 1391 است، به واقع بایستی تلاش‌های مضاعفی در سطوح مختلف تصمیم‌گیری، اجرایی، تأمین منابع، تجهیز امکانات و تسهیلات، آموزش و تربیت نیروی انسانی متخصص صورت گیرد. البته این عددی است که رییس سازمان وقت اعلام کرده است؛ در صورتی که، بر طبق سند چشم‌انداز، ما بایستی در سال 1404 بالغ بر 20 میلیون گردشگر خارجی در سال داشته باشیم.

اما تحلیل 7/5 میلیون گردشگر ورودی به جمهوری اسلامی ایران در سال 1391:

در سال 2011 تعداد 204 میلیون نفر در صنعت گردشگری جهان شاغل بوده‌اند. تعداد گردشگران خارجی ورودی 983 میلیون نفر بوده است. یعنی به ازای هر 4/8 گردشگر ورودی یک شغل دائمی وجود داشته است.

- با این مقیاس جهانی که مورد تأیید سازمان جهانی جهانگردی است، در حال حاضر با 3/3 میلیون گردشگر ورودی به ج.ا. ایران 687500 نفر بایستی در این صنعت شاغل باشند.

اگر تعداد گردشگران به 7/5 میلیون نفر در سال برسد، تعداد 1/560/000 نفر به طور مستقیم در این صنعت در کشور مشغول به کار خواهند شد.

متوسط هزینه هر گردشگر در سال 2010 میلادی در کشورهای جنوب آسیا 1710 دلار ایالات متحده امریکا بوده است. ایران نیز در این تقسیم‌بندی سازمان جهانی جهانگردی قرار دارد. اگر تعداد 3/3 میلیون نفر گردشگر و مسافر ورودی به کشور را گردشگر با متوسط 5 شب اقامت در نظر بگیریم:

- درآمد حاصله بالغ بر 5/6 میلیارد دلار خواهد شد.

با این تفسیر اگر کشور، به عدد 7/5 میلیون گردشگر سالانه برسد:

- درآمد حاصله به رقم 12/8 میلیارد دلار در سال خواهد رسید.

حال اگر در نظر بگیریم ج.ا. ایران با توجه به منابع انحصاری گردشگری خود، در جدول ورودی‌های گردشگری در جایگاه دهم جهان قرار بگیرد چه اتفاقی در حوزه درآمد و اشتغال خواه افتاد: ایران در جایگاه مکزیک با 23/4 میلیون نفر گردشگر سالیانه:

- 40 میلیارد دلار درآمد مستقیم

- 4/875/000 شغل دائم

نکته 1: تمامی افرادی که به کشور وارد می‌شوند گردشگر نبوده و تعداد قابل توجهی با گذر مرزی و برای خرید و فروش کمتر از 24 ساعت وارد ایران می‌شوند.

نکته 2: بخش قابل توجهی از مبلغ 1710 دلار صرف تهیه بلیط رفت و برگشت گردشگران بویژه پروازهای هوایی می‌شود، که به دلیل عدم برخورداری کشور از ناوگان حمل و نقل هوایی با

فصلنامه گردشگری دانشگاه علم و فرهنگ

کیفیت و در دسترس، بخش زیادی از این مبلغ نصیب شرکت‌های حمل و نقل خارجی می‌شود. در مسیرهای دور پرواز بیش از نیمی از 1710 دلار، هزینه تهيئه بليط هواپیما می‌شود. نکته 3: اشتغال کامل در واحدهای اقامتی و پذیرایی، زمانی صورت می‌گیرد که ضریب اشغال این واحدها در سال بالای 55 درصد باشد. اگر ضریب اشغال در سال، کمتر از این رقم باشد، هتل‌ها براساس استاندارد جهانی در درازمدت متضرر شده و نیروی آموزش‌دیده و شاغل خود را از دست خواهند داد.

درآمد ارزی کشور در سال 1390:

در سال 1390 درآمد ارزی کشور اعم صادرات کالا، نفت و خدمات 110 میلیارد دلار بوده است.

مجموع درآمد صادرات نفت خام ایران در سال گذشته 69 میلیارد و 561 میلیون دلار برآورد شده است.

درآمد ارزی کشور از محل صادرات فرآورده‌های پتروشیمی در این سال 12 میلیارد دلار بوده است.

ایران به طور متوسط روزانه 2 میلیون و 300 هزار بشکه نفت خام، که بیشتر آن از نوع سنگین به‌شمار می‌رود، به دنیا صادر می‌کند.

کمترین قیمت نفت سبک ایران در سال گذشته 67/76 دلار و بالاترین قیمت نفت سبک ایران در این سال 112/38 دلار بوده است و متوسط قیمت نفت سبک ایران در این سال 84/26 دلار ارزیابی شده است.

درآمد روزانه صادرات نفت خام ایران در سال گذشته به 190 میلیون و 580 دلار رسیده است. اگر کشور به عدد 7/5 میلیون گردشگر سالانه برسد، درآمد حاصله به رقم 12/8 میلیارد دلار در سال خواهد رسید که معادل 18/6 درصد درآمدهای حاصل از صادرات نفت خواهد بود.

تولید ناخالص ملی ایران در سال 1389 معادل 482 میلیارد دلار بوده است. اگر کشور به عدد 7/5 میلیون گردشگر سالانه برسد، سهم گردشگری در تولید ناخالص ملی به رقم 2/7 درصد خواهد رسید.

اگر رقم 3/3 میلیون نفر ورودی به کشور در سال 1390 را گردشگر در نظر بگیریم، درآمد حاصله بالغ بر 5/6 میلیارد دلار خواهد بود که معادل 1/16 درصد از تولید ناخالص ملی کشور را شامل می‌شود. (دفتر بازاریابی و توسعه گردشگری خارجی 1391)

فصلنامه گردشگری دانشگاه علم و فرهنگ

به طور متوسط، سهم گردشگری در تولید ناخالص ملی کشورهای پیشرفته در صنعت گردشگری دنیا بین 10 تا 11 درصد است (رحیم پور، علی، 1389: 352).

وضعیت منابع انسانی و اشتغال در بخش گردشگری کشور

نیروی انسانی شاغل در واحدهای اقامتی: بیشترین شاغلین در صنعت گردشگری در واحدهای اقامتی و پذیرایی فعالیت می‌کنند. آمار نشان می‌دهد که در سال 1391 تعداد 1617 مهمانپذیر، 2295 واحد پذیرایی بین راهی، 978 هتل، 522 هتل آپارتمان در کشور وجود داشته‌اند.

همچنین در حوزه دفاتر خدمات مسافرتی و جهانگردی که مهم‌ترین بخش این صنعت برای جذب گردشگر بوده و بایستی از نیروی انسانی ویژه و آموزش‌دیده‌ای برخوردار باشند، تعداد 3273 دفتر خدمات مسافرتی و گردشگری موفق به اخذ مجوز فعالیت شده‌اند، که متاسفانه تعداد 2837 دفتر از آنها فعالند و بیشتر در بخش تورهای خروجی فعالیت می‌کنند.

جدول شماره 1: تعداد دفاتر خدمات مسافرتی و جهانگردی فعال در صنعت گردشگری کشور			
ردیف	نام استان	تعداد دفاتر	درصد به کل
1	آذربایجان شرقی	139	4/9
2	آذربایجان غربی	37	1/3
3	اردبیل	18	0/63
4	اصفهان	128	4/51
5	البرز	47	1/66
6	ایلام	17	0/6
7	بوشهر	16	0/56
8	تهران	1212	42/72
9	چهارمحال و بختیاری	27	0/95
10	خراسان جنوبی	9	0/32
11	خراسان رضوی	258	9/09
12	خراسان شمالی	22	0/78
13	خوزستان	95	3/35
14	زنجان	31	1/09
15	سمنان	16	0/56
16	سیستان و بلوچستان	22	0/78

فصلنامه گردشگری دانشگاه علم و فرهنگ

3/88	110	فارس	17
1/52	43	قزوین	18
1/41	40	قم	18
0/81	23	کردستان	19
3/17	90	کرمان	20
1/16	33	کرمانشاه	21
0/21	6	کهگیلویه و بویر احمد	22
1/55	44	گلستان	23
1/23	35	گیلان	24
0/74	21	لرستان	25
5/57	158	مازندران	26
0/92	26	مرکزی	27
1/8	51	هرمزگان	28
0/67	19	همدان	29
1/55	44	یزد	30
	2833	جمع	

ماخذ: دفتر امور مراکز خدمات گردشگری، 1390/8/22، سازمان میراث فرهنگی و گردشگری

از این تعداد دفتر و شرکت خدمات مسافرتی و گردشگری کمتر از 100 شرکت در زمینه تورهای ورودی به مقصد ایران فعال هستند (گزارش جامعه تورگردانان ایران، 1391 در بخش راهنمایان تور که باز منابع انسانی شاغل در این حوزه یکی از مهم ترین بخش‌های این صنعت است که نقش بسیار مؤثر و تأثیرگذاری در ارتقای سطح رضایتمندی آن دسته از گردشگران خارجی و داخلی دارد که با تور به کشور سفر می‌کنند. تاکنون تعداد 5628 نفر راهنمای تور آموزش دیده و موفق به اخذ مجوز فعالیت شده‌اند که در حال حاضر با مشکل عدم اشتغال مواجه شده‌اند.

جدول شماره 2: تعداد راهنمایان تور دارای مجوز فعالیت در کشور			
ردیف	نام استان	تعداد راهنما	درصد به کل
1	آذربایجان شرقی	95	1/77
2	آذربایجان غربی	31	0/58
3	اردبیل	40	0/74
4	اصفهان	381	7/08

فصلنامه گردشگری دانشگاه علم و فرهنگ

1/21	65	البرز	5
0/02	1	ایلام	6
0/07	4	بوشهر	7
62/71	3375	تهران	8
0/04	2	چهارمحال و بختیاری	9
0/00	0	خراسان جنوبی	10
3/79	204	خراسان رضوی	11
0/07	4	خراسان شمالی	12
0/24	13	خوزستان	13
1/32	71	زنجان	14
0/13	7	سمنان	15
0/09	5	سیستان و بلوچستان	16
10/59	570	فارس	17
0/30	16	قزوین	18
0/06	3	قم	19
0/04	2	کردستان	20
2/36	127	کرمان	21
0/11	6	کرمانشاه	22
0/04	2	کهگیلویه و بویر احمد	23
0/28	15	گلستان	24
1/02	55	گیلان	25
0/07	4	لرستان	26
0/50	27	مازندران	27
0/24	13	مرکزی	28
0/15	8	هرمزگان	29
1/06	57	همدان	30
3/33	179	یزد	31
	5382	جمع	

ماخذ: دفتر امور مراکز خدمات گردشگری، 1390/8/22، سازمان میراث فرهنگی و گردشگری

آمار ارائه شده به وسیله بانک مرکزی، میانگین تعداد شاغلین در مهمان پذیرها (مسافرخانه‌ها) را در هر واحد 3/3 نفر ذکر کرده است. این رقم برای هتل‌های 4 و 5 ستاره، به طور متوسط به

فصلنامه گردشگری دانشگاه علم و فرهنگ

ازای هر تخت یک نفر است ولی به ازای هر 3 تخت در هتل‌های 1 تا 3 ستاره، یک نفر نیروی انسانی آموزش‌دیده مشغول به کار است. نیروی انسانی شاغل در واحدهای اقامتی گردشگری در سال 1379 حدود 23395 نفر بوده است. که این رقم بایستی در سال 1391 با 52869 نفر افزایش به رقم 76264 نفر برسد. این عدد کلیه شاغلین بخش اقامتی، عملیات مربوط به مسافرت، راهنمایان تور و رستوران‌ها را در بر می‌گیرد.

روش تحقیق

نوع تحقیق صورت گرفته در این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از نظر نوع، توصیفی، تحلیلی و مقایسه‌ای است که می‌توان با مقایسه و تطبیق سناریوهای مختلف، روش تجربی را نیز به آن افزود. از روش و ابزارهای تحقیقات اسنادی و اطلاعات کتابخانه‌ای برای جمع‌آوری داده‌های مورد نظر و برای محاسبات، استفاده شده است.

تحلیل موضوع

تعداد گردشگران ورودی که در سال 2010 بالغ بر 940 میلیون نفر بوده است، در سال 2011 به 983 میلیون نفر افزایش یافته است.

جدول شماره 3: مقایسه‌ای درآمد و تعداد گردشگران ورودی به تفکیک منطقه بر اساس سال (2009 - 2011)					
منطقه		گردشگران ورودی بین‌المللی (میلیون نفر)		درآمد (میلیارد دلار آمریکا)	
سال	2009	2010	2011	2010	2011
جهان	883	940	983	927	1030
اقتصادهای پیشرفت	475	499	523	589	664
آسیا و پاسیفیک	181/1	204/4	217	255/3	289/4
امریکا	141/7	150/7	156/6	180/7	199/1
افریقا	45/9	49/7	52/2	30/4	32/6
خاورمیانه	52/8	60/3	55/4	51/7	45/9

Source: World Tourism Organization (UNWTO) - (Data as collected by UNWTO June 2012)

درآمد ارزی حاصله از صنعت گردشگری در سال 2010 معادل 927 میلیارد دلار بوده است که در سال 2011 به 1/030 تریلیون افزایش یافته است.

فصلنامه گردشگری دانشگاه علم و فرهنگ

درآمد صنعت گردشگری در سال 2008 معادل 939 میلیارد دلار بوده است که با توجه به وضعیت اقتصادی حاکم بر جهان و با عنایت به رشد 4/7 درصدی درآمدهای سال 2010 و 2011، هنوز این میزان درآمد به عدد سال 2008 یعنی قبل از شروع بحران‌های اقتصادی در اروپا و امریکای شمالی نرسیده است.

جدول شماره 4: مقایسه تعداد و درآمد گردشگران بین‌المللی ورودی به تفکیک قاره (2009-2011)										
مقصد	درآمد گردشگری بین‌المللی			تعداد گردشگران بین‌المللی ورودی						
	سهام (%)	میلیون دلار امریکا			سهام (%)		تغییر (%)		(1000)	
	2011	2010	2009	2011	10/09	11/10	2011	2010	2009	
اروپا	100	463404	409310	412257	100	6/2	2/8	503963	474755	461662
اروپای شمالی	14/2	70278	61425	58438	11/8	5/6	0/2	59284	56125	55997
اروپای غربی	55/4	160392	142153	144471	73/3	3/4	3/6	159045	153847	148536
اروپای مرکزی و شرقی	19/4	56072	48094	47948	47/7	8/1	3/3	103457	95676	92619
اروپای جنوبی و مدیترانه	61	176663	157638	161400	84	7/7	2/8	182178	169107	164511
آسیا و پاسیفیک	100	289448	255254	204155	100	6/1	12/9	216996	204439	181127
شمال شرق آسیا	49/4	143051	128579	101627	53/4	3/8	13/8	115779	11508	980127
ادامه جدول شماره 4										
جنوب شرق آسیا	28/3	81871	68587	53847	35/6	10/4	12/5	77154	69886	62102
اقیانوسیه	14/4	41560	39157	33781	5/4	0/9	6/1	11669	11566	10904
جنوب	7/9	22966	18932	14900	5/7	8	13/6	12395	11479	10103

فصلنامه گردشگری دانشگاه علم و فرهنگ

										آسیا
100	19908 2	18070 0	166097	100	3/9	6/4	156600	15070 7	141697	امریکا
72/9	14508 4	13120 7	119436	64/9	2/5	6/6	10170 4	99183	93042	شمال امریکا
12	23901	22735	22183	13/3	3/9	2/2	20811	20024	19590	کارائیب
3/6	7174	6676	6003	5/3	4/8	3/9	8320	7940	7640	امریکای مرکزی
11/5	22923	20081	18475	16/5	9/4	10	25765	23561	21426	جنوب امریکا
100	32552	30373	28368	100	0/9	8/5	50168	49738	45850	افریقا
29/1	9468	9661	9896	34	-9/1	6/7	17055	18756	17574	شمال افریقا
70/9	23083	20712	18472	66	6/9	9/6	33112	30982	28276	سایر افریقا

Source: World Tourism Organization (UNWTO) - (Data as collected by UNWTO June 2012)

از مجموع 1/030 تریلیون دلار درآمد گردشگری در سال 2011، اروپا توانسته است معادل 463/4 میلیارد دلار یعنی در حدود نیمی از درآمد این صنعت را به خود اختصاص دهد. در این تجارت پر سود، قاره آفریقا با مبلغ 32/6 میلیارد دلار کمترین درآمد را داشته است (Tourism Highlights, 2012:5).

تعداد گردشگران ورودی در سال 2000 حدود 674 میلیون نفر بوده است. این عدد در سال 2005 به رقم 799 میلیون نفر و در سال 2010 به عدد 940 میلیون نفر بالغ شده است. از این تعداد، کشورهای دارای اقتصاد پیشرفته در جهان، بازار تجارت بین‌المللی گردشگری را در سال 2000 بالغ بر 417 میلیون نفر و در سال 2010 بالغ بر 499 میلیون نفر در اختیار داشته‌اند. این در حالی است که کشورهای به اصطلاح در حال توسعه و یا در حال پیشرفت، در سال 2000 حدود 256 میلیون نفر و در سال 2010 حدود 441 میلیون نفر گردشگر بین‌المللی را جذب کرده‌اند.

روند حاکم بر بازار نشان می‌دهد که گرایش گردشگران بین‌المللی به سوی کشورهای در حال پیشرفت است و به مرور، بازارهای سنتی گردشگری بویژه اروپا، بازار خود را به سود کشورهای در حال توسعه از دست می‌دهد.

بازارهای آتی و پیش بینی‌های سازمان جهانی جهانگردی:

جدول شماره 5: مقایسه و پیش‌بینی تعدادگردشگران ورودی (1980-2030)												
سهم (%)		میانگین رشد سالانه (%)					گردشگر ورودی بین‌المللی (میلیون)					منطقه
		پیش‌بینی آینده			آمار گذشته		پیش‌بینی آینده		آمار گذشته			
2030	2010	-30 2020	-20 2010	-30 2010	-2010 95	-95 1980	2030	2020	2010	1995	1980	
100	100	2/9	3/8	3/3	3/9	4/4	1809	1360	940	528	277	جهان
43	53	1/8	2/6	2/2	2/7	3/7	772	643	498	334	194	اقتصادهای پیشرفته
57	47	3/8	4/9	4/4	5/7	5/8	1037	717	442	193	83	اقتصادهای در حال پیشرفت
41/1	50/6	1/8	2/7	2/3	3	3/7	744	620	475/3	304/1	177/3	اروپا
29/6	21/7	4/2	5/7	4/9	6/3	8/9	535	355	204	82	22/8	آسیا و پاسیفیک
13/7	15/9	2/2	2/9	2/6	2/1	3/8	248	199	149/7	109	62/3	امریکا
7/4	5/3	4/6	5/4	5	6/7	6/7	134	85	50/3	18/9	7/2	افریقا
8/2	6/5	4	5/2	4/6	10/5	4/5	149	101	60/9	13/7	7/1	خاورمیانه

Source: World Tourism Organization (UNWTO) - (Data as collected by UNWTO June 2012)

آمار و پیش‌بینی‌های سازمان جهانی جهانگردی نشان می‌دهد که در سال 2020 تعداد گردشگران ورودی به رقم 1/360 میلیارد نفر بالغ خواهد شد. از این بازار، تعداد 643 میلیون نفر سهم اقتصاد کشورهای پیشرفته خواهد بود و تعداد 717 میلیون نفر نصیب اقتصاد کشورهای در حال پیشرفت خواهد شد.

این ارقام در سال 2030 به طور تعجب‌آوری تغییر خواهد کرد؛ به طوری که، کشورهای پیشرفته می‌توانند 772 میلیون نفر گردشگر را میزبان باشند در حالی که کشورهای در حال توسعه بالغ بر 1/037 تریلیون نفر گردشگر را میزبانی می‌کنند.

میزان هزینه کرد گردشگران در مقاصد گردشگری

جدول شماره 6: متوسط هزینه کرد گردشگران در منطقه جنوب آسیا در بین سال‌های 2005 - 2010 به دلار آمریکا						
سال	2005	2006	2007	2008	2009	2010
جهان	840	870	950	1020	970	980
جنوب آسیا	1220	1290	1370	1470	1550	1710

Source: World Tourism Organization (UNWTO) - (Data as collected by UNWTO June 2012)

آمار نشان می‌دهد که میزان هزینه کرد گردشگران با توجه به افزایش میزان سرمایه گذاری در تأسیسات گردشگری، به منظور ارتقای کیفیت خدمات و تورم جهانی طی 5 ساله 2005 تا 2010 حدود 140 دلار به ازای هر نفر افزایش یافته است. اما این روند افزایشی در جنوب آسیا بسیار شدیدتر بوده است، به طوری که مازاد خرج کرد گردشگران در سال 2010 نسبت به سال 2005 حدود 490 دلار را نشان می‌دهد.

9 کشور عضو سازمان جهانی جهانگردی در جنوب آسیا عبارتند از: ایران، هند، مالدیو، سریلانکا، بوتان، نپال، افغانستان، پاکستان، بنگلادش.

این یک حقیقت است که مقاصد پیشرو در صنعت گردشگری جهان، از نظر نوع گردشگری که جذب می‌کنند، تفاوت‌های مشخصی با یکدیگر دارند. متوسط طول مدت اقامت، میزان پولی که هزینه می‌کنند و مسافتی که می‌پیمایند تأثیر مستقیمی در کسب درآمد ارزی برای بازارهای مقصد دارد. متوسط هزینه هر گردشگر در سال 2009 میلادی به ترتیب در قاره اقیانوسیه 3400 دلار، در کشورهای جنوب آسیا 1710 دلار، در امریکای شمالی 1340 دلار، در کشورهای کارائیب 1180 دلار و در کشورهای اروپای شمالی 1010 دلار ایالات متحده آمریکا بوده است.

ایالات متحده آمریکا سهم بزرگ تری از گردشگران مسافت طولانی با اقامت بیشتر را از رقبای اروپایی خود، که بیشتر بر گردشگری مسافت کوتاه (کوتاه مدت) تکیه دارند، کسب کرده است؛ لذا از این نظر، در سال 2009 با درآمدی بالغ بر 103/5 میلیارد دلار مقام اول جهان را به خود اختصاص داده است، اگر چه از نظر تعداد گردشگران ورودی بعد از کشور فرانسه در جایگاه دوم جهان قرار دارد.

براساس آمار ارائه شده در سال 2011 میلادی، منطقه آسیا و پاسفیک با مبلغ 1330 دلار برای هر گردشگر بیشترین درآمد را برای مقاصد گردشگری داشته است. این در شرایطی است که قاره

فصلنامه گردشگری دانشگاه علم و فرهنگ

آفریقا با 650 دلار برای هر گردشگری، کمترین هزینه را برای گردشگران خارجی به دنبال داشته است.

کشور استرالیا با جذب 5/885 میلیون نفر گرچه به لحاظ تعداد گردشگر ورودی در سال 2010 میلادی در بین 10 کشور برتر جهان قرار ندارد، ولی به لحاظ کسب درآمد با متوسط هزینه کرد 3400 دلار برای هر گردشگر و در مجموع با 30/103 میلیارد دلار، مکان هشتم جدول را به خود اختصاص داده است. مسافت طولانی، تنوع و گستردگی جاذبه‌ها بویژه جاذبه‌ها و چشم اندازهای طبیعی، نقش مؤثری در میزان هزینه کرد بالای گردشگران ورودی به این کشور داشته است (پژوهشکده گردشگری، 1390: 12).

جدول شماره 7: متوسط هزینه کرد گردشگران در بین سال 2011 به دلار ایالات متحده		
منطقه	درآمد گردشگران به میلیارد دلار	هزینه هر گردشگر به دلار
جهان	1030	1050
اقتصادهای پیشرفت	664	1270
اقتصادهای در حال پیشرفت	366	800
اروپا	463/4	920
آسیا و پاسیفیک	289/4	1330
امریکا	199/1	1270
آفریقا	32/6	650
خاورمیانه	45/9	830

Source: World Tourism Organization (UNWTO) - (Data as collected by UNWTO June 2012)

جایگاه ایران

آمار موجود نشان می‌دهد که جمهوری اسلامی ایران، با شرایط موجود، چه از نظر اقتصادی و چه از نظر سیاسی توانایی مقابله با تبلیغات مغرضانه بدخواهان نظام جمهوری اسلامی را ندارد. ارائه چهره بسیار خشن و ناپه‌نچار از کشور در نزد مردم بازارهای سنتی و بازارهای جدید ایران، عملاً راه هرگونه پیشرفت و توسعه در صنعت گردشگری کشور را بسته است. بدتر از آن، این که، برنامه‌ریزان و مسئولان کشور هم عملاً در مقابل این وضعیت تماشاگر بوده و اقدام مناسبی برای تعدیل وضع موجود نمی‌کنند. ضعف منابع انسانی در حوزه مدیریتی دستگاه‌های مرتبط با صنعت گردشگری کشور، در اولویت قرار نگرفتن ورود گردشگران در دستگاه‌های مرتبط و عدم ارائه تسهیلات مناسب

فصلنامه گردشگری دانشگاه علم و فرهنگ

بانکی و اعتباری برای سرمایه‌گذاری در احداث تأسیسات گردشگری، عملاً سیاست‌ها و برنامه‌های سازمان متولی را با بن‌بست مواجه کرده است.

خروج سالانه بیش از 7/6 میلیون نفر شهروند ایرانی برای دیدار، سیاحت و زیارت به خارج از مرزهای سیاسی و ورود 3/3 میلیون مسافر و گردشگر به کشور، نشان می‌دهد که برای رسیدن به رقم 20 میلیون گردشگر ورودی در سال بایستی راه زیادی را پیمود. (سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی (1383)، سند چشم‌انداز، مصوبه شماره 31090/59447 مورخ 83/10/9)

همان طور که در جداول 1 و 2 اشاره شده، تعداد دفاتر خدمات مسافرتی که بایستی در ورود گردشگر به کشور نقش داشته باشند بسیار محدود بوده و تعداد آنها به کمتر از 100 شرکت می‌رسد. در کنار این، بیش از 5000 نفر راهنمای آموزش دیده تور که دارای مجوز رسمی فعالیت هستند، به دلیل عدم رونق تورهای مسافرتی با پدیده بیکاری مواجه هستند.

انگیزه و هدف از سفر گردشگران

بر اساس نظر سنجی صورت گرفته از سوی سازمان جهانی جهانگردی، انگیزه گردشگران از سفر در سال 2011 به شرح زیر بوده است:

- 1- فراغت، سرگرمی و تعطیلات با 51 درصد.
- 2- سفرهای تجاری 15 درصد.
- 3- دیدار اقوام و دوستان، سفرهای مذهبی و زیارتی، معالجه و سلامت و سایر با 27 درصد.
- 4- سایر 7 درصد.

در تقسیم بندی مذکور، گردشگری سلامت و درمان در گروه سوم قرار گرفته است که این رشته در قاره آسیا بالاترین میزان رشد را در اختیار دارد.

به دلیل هزینه ارزان و جذب متقاضیان اروپایی و آمریکایی، توریسم درمانی شش کشور آسیا حد فاصل سال‌های 2008 تا 2012 یکی از سریع‌ترین بازارهای رو به رشد صنعت توریسم در منطقه آسیا بوده است. همزمان با افزایش تعداد متقاضیان سفر به این کشورها، سفرهایی با هدف دریافت کمک‌های پزشکی نیز صورت گرفته است.

بنا به همین بررسی‌ها، مهم‌ترین عامل برای این روند رشد، هزینه پایین تر، معالجات پزشکی و نیز خدمات نسبتاً خوب و استاندارد بهداشتی در این کشورها است.

هزینه‌های گران معالجات پزشکی در کشورهای توسعه یافته به ویژه در آمریکا و انگلستان نیز یکی از عوامل مهم در افزایش تعداد توریست‌هایی است که متقاضی استفاده از این نوع خدمات در کشورهای آسیایی و مقاصد کم هزینه تر دیگرند.

فصلنامه گردشگری دانشگاه علم و فرهنگ

در عین حال، پیش بینی شده است که بازار توریسم درمانی در کل منطقه آسیا بیش از 20 درصد طی سال‌های 2010 تا 2013 افزایش یابد. علاوه بر این، کشورهای مختلفی که بیشترین بازدید کننده را در زمینه توریسم درمانی آسیا دارند شامل مالزی، هند، سنگاپور، فیلیپین، کره جنوبی و تایلند هستند که از این میان کشورهای تایلند، سنگاپور و هند مقاصد برتر و پیشرو در توریسم درمانی محسوب می‌شوند. این کشورها مجموعاً بالغ بر 90 درصد از کل بازار توریسم درمانی آسیا را در دوره مورد نظر به خود اختصاص داده اند.

کشورهای یاد شده، با ارائه طیف وسیعی از انواع خدمات درمانی با قیمت‌های مناسب، برای برخی از توریست‌های غربی نسبت به کشوری چون ایالات متحده، مقاصد جالب و بسیار جذابی محسوب می‌شوند.

گذشته از این، برخی تسهیلات توریسم پزشکی نقش مهمی در توسعه بازارهای جدید توریسم درمانی در آسیا ایفا می‌کنند. فهرستی از این نوع تسهیلات و خدمات تجاری مربوط به آن‌ها در دسترس است. این گزارش، همچنین فهرستی از تسهیلات توریسم درمانی عمده که مراجعه کنندگان در این کشورها می‌توانند به آن‌ها دسترسی داشته باشند ارائه کرده است.

بررسی‌های توریسم درمانی آسیا 2008-2012 علاوه بر این، تحقیقات جامع و بی طرفانه‌ای نیز در مورد شرایط کنونی بازارها و عملکرد هریک و همچنین چشم انداز بازارهای کلیدی توریسم درمانی آسیا همچون تایلند، سنگاپور، هند، مالزی، فیلیپین و کره جنوبی انجام داده است. این تحقیقات اذعان دارد که شش بازار بزرگ و برتر آسیایی که در این بررسی‌ها تحت پوشش بوده اند تفاوت‌های بنیادینی از نظر قیمت و هزینه، زیر ساخت‌ها، ذخایر انسانی، تعاریف و درک متفاوت از بیمار، رقابت‌ها و سطح حمایت‌های دولتی دارند. هریک از این عوامل، در تمامی این بررسی‌ها مورد توجه قرار گرفته اند. در نتیجه، این بررسی‌ها، اطلاعات ارزشمندی به متقاضیانی می‌دهد که در جستجوی کسب اطلاعات لازم درباره بازارها و طراحی استراتژی‌های مناسب در فعالیت‌های خود هستند.

پیش بینی شده است که بازار توریسم درمانی در کل منطقه آسیا طی سال 2010 تا 2013 بیش از 20 درصد افزایش یابد. جمهوری اسلامی ایران در زمینه جذب گردشگران سلامت به دلایل زیر می‌تواند یکی از برترین کشورهای جهان باشد:

- 1- نزدیک بودن به بازارهای تقاضا: آسیای مرکزی و قفقاز و کشورهای عرب حوزه خلیج فارس.
- 2- شباهت‌های فرهنگی و ارزشی (حوزه قلمرو فرهنگی ایرانی و اسلامی).
- 3- جاذبه گردشگری انحصاری (فرهنگی، طبیعی و انسان ساخت).
- 4- حدود 4 میلیون ایرانی مقیم خارج از کشور.

فصلنامه گردشگری دانشگاه علم و فرهنگ

- 5- سابقه و شهرت پزشکان ایرانی در سراسر دنیا.
 - 6- دستاوردهای نوین علمی و پژوهشی پزشکی ایران (سلول های بنیادی).
 - 7- تجهیزات، ابزار و آزمایشگاه های ژنتیکی.
 - 8- امکانات زیرساختی آموزشی و درمان.
 - 9- انجام پیشرفته ترین اعمال جراحی.
 - 10- خدمات گردشگری استاندارد شده و مورد نیاز مشتری.
- شناسایی، اطلاع رسانی و تبلیغات کارآمد برای جذب این نوع گردشگران می تواند به عنوان یکی از مزیت های رقابتی صنعت گردشگری کشور به شمار رود.

تردد و حمل و نقل

- 1 - بیش از نیمی از گردشگران ورودی در سال 2011 با حمل و نقل هوایی مسافرت کرده اند. این رقم حدود 51 درصد از کل 983 میلیون نفر است. البته در سال 2009 این رقم معادل 53 درصد بوده است.
 - 2- در سال 2009 حدود 39 درصد از گردشگران، از طریق حمل و نقل زمینی سفر کرده اند که این رقم در سال 2010 و 2011 با 2 درصد افزایش به 41 درصد رسیده است. سفرهای دریایی، با یک درصد افزایش نسبت به سال 2009 به 6 درصد بالغ شده است. این رقم نیز در سال 2011 هم همان 6 درصد بوده است. جالب است که در سال 2010 و 2011 سفر با راه آهن به 2 درصد کاهش یافته است. این رقم در سال 2009 نیز معادل 3 درصد بوده است.
- روند تقاضا نشان می دهد که گرایش برای حمل و نقل هوایی از سال 1980 تا سال 2009 با سرعت بیشتری نسبت به حمل و نقل زمینی و دریایی وجود داشته اما این روند در سال 2010 و 2011 نه تنها متوقف شده است بلکه میزان آن 2 درصد کاهش را نسبت به سال قبل نشان می دهد.
- افزایش حس کنجکاوی گردشگران، افزایش هزینه های پرواز، عدم افزایش درآمد خانوار، بروز سوانح هوایی و افزایش سفرهای درون منطقه ای با خودرو از جمله عوامل مؤثر در افزایش سفر از طریق جاده بوده است. در همین رابطه، افزایش رقابت بین شرکت های حمل و نقل دریایی بویژه کشتی های کروز که منجر به کاهش قیمت برنامه های سفر شده است در کنار افزایش حس تنوع طلبی، کسب تجربه جدید و ارضای حس کنجکاوی زمینه افزایش سفرهای دریایی را به وجود آورده است.

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

صنعت گردشگری، علم استفاده از فرصت‌ها و خلق فرصت‌های جدید است. این فرصت‌ها در نتیجه تغییر و تحولات جهانی متکی بر انسان و درآمد و نیازهای او ایجاد می‌شود. در این صنعت، همیشه مدیران و کارشناسان خلاق می‌توانند از فرصت‌ها استفاده کرده و فرصت‌های جدیدی را برای بخش دست‌اندر کار صنعت گردشگری و سرمایه‌گذاران این بخش ایجاد کنند.

ضعف ساختارهای بنیادی در حوزه تسهیلات و خدمات گردشگری، در کنار تصورات ذهنی و اصول حاکم بر تفکرات نظری دولت مردان و تصمیم‌گیران مملکتی نسبت به این صنعت در کنار ارائه تصویر نامناسب از ایران در بازارهای بین‌المللی از مهم‌ترین موانع توسعه و رونق گردشگری در جمهوری اسلامی ایران قلمداد می‌شود. علی‌رغم این که جمهوری اسلامی ایران جزو برترین کشورهای جهان از نظر جاذبه‌های فرهنگی و طبیعی است، ولی آمار و ارقام ارائه‌شده در این پژوهش نشان می‌دهد که این کشور نه تنها هیچ گونه جایگاه مناسبی، چه از نظر تعداد گردشگران ورودی و چه از نظر درآمد حاصل از این صنعت، در بین 10 کشور برتر جهان ندارد، بلکه از یک فاصله بیش از 50 پله‌ای، آن هم در حالت خوشبینانه، با آنان برخوردار است. لذا برای حضور در بازارهای جهانی و کسب سهم مناسب، مطابق با جایگاه جمهوری اسلامی ایران، چه از نظر جاذبه‌های فرهنگی و چه از نظر جاذبه‌های طبیعی، بایستی منابع را تجهیز کرد. این تجهیز، ابتدا بایستی در حوزه منابع انسانی و تربیت و به کارگیری استعدادهای برتر باشد. در گام دوم، ورود به بخش تسهیلات و خدمات استاندارد شده و در مرحله نهایی، بازاریابی حرفه‌ای بایستی در دستور کار بخش خصوصی دست‌اندرکاران صنعت گردشگری قرار گیرد.

منابع

1. دفتر امور مراکز خدمات گردشگری، معاونت گردشگری، (1390)، سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری.
2. دفتر بازاریابی و توسعه گردشگری خارجی، (1391)، معاونت گردشگری، سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری.
3. پژوهشکده گردشگری، (1390)، پژوهشگاه سازمان میراث فرهنگی و گردشگری.
4. رحیم پور، علی (1387)، «مطالعه و بررسی جایگاه صنعت گردشگری ایران در بازار تجارت بین المللی گردشگری»، فصلنامه جغرافیای انسانی، سال اول، ش اول.
5. سازمان مدیریت و برنامه ریزی (1383)، سند چشم انداز، مصوبه شماره 31090/59447.
6. Highlights (2012) , unwto (World Tourism Organization 1. Data as collected by UNWTO. August 2012 Madrid , Spain .
7. Highlights (2009) , unwto (World Tourism Organization, 2. Data as collected by UNWTO;Madrid , Spain .
8. IMF (International Monetary Fund) , World Economic Cut look Database , October , 2010
9. unwto (World Tourism Organization) 4. Data as collected by Highlights (2011) .
10. Highlights (2009) , unwto (World Tourism Organization , Madrid , Spain.