

طراحی طرح آمارگیری از گردشگری ورودی

مجری طرح

محمد باقر تاج‌الدین

همکاران طرح

ابراهیم معظمی گودرزی - زهره چیت‌ساز - مصطفی دانش - مجید ذبیحی

مهتاب کشاورز - فاطمه طالبی

گروه پژوهشی آمارهای اقتصادی

پژوهشکده‌ی آمار

دی‌ماه ۱۳۸۸

به نام خداوند جان و خرد

پیشگفتار

گردشگری، به عنوان موضوع مهم و اساسی در تحولات اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشورها محسوب می‌شود. با گسترش گردشگری می‌توان مسیری را برای افزایش درآمدهای کشور و کاهش وابستگی به درآمدهای نفتی و در نتیجه فراهم نمودن مسیری مطلوب برای دستیابی به توسعه پایدار و همه جانبه ترسیم نمود.

اهمیت آمار و اطلاعات مورد نیاز حوزه گردشگری ضرورت تدوین طرح‌های آماری این بخش را دو چندان می‌کند. به همین علت تهیه و انجام طرح مطالعاتی "طراحی طرح آمارگیری از گردشگران ورودی" از جمله طرح‌های پژوهشی مورد نیاز مرکز آمار ایران بوده که به پژوهشکده آمار اعلام شد. هدف اصلی از اجرای این طرح، تأمین بخشی از نیازهای آماری تهیه حساب اقماری گردشگران ورودی بوده است.

اجرای طرح حاضر از طریق هماهنگی با دفتر برنامه‌ریزی، آمار و فناوری اطلاعات سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری، نیروی انتظامی جمهوری اسلامی ایران، فرودگاه‌های مورد نظر، مرزهای زمینی و آبی و.....انجام پذیرفت.

این پژوهش در گروه پژوهشی آمارهای اقتصادی پژوهشکده آمار با همکاری آقایان دکتر محمدباقر تاج‌الدین (مجری طرح)، ابراهیم معظمی گودرزی (مدیر کل دفتر آمارهای بازرگانی و فرهنگی)، مجید ذبیحی (معاون دفتر آمارهای بازرگانی و فرهنگی)، مصطفی دانش (کارشناس مسئول دفتر آمارهای فرهنگی و بازرگانی) و خانم‌ها زهره چیت ساز (کارشناس مسئول دفتر آمارهای بازرگانی و فرهنگی)، فاطمه طالبی (کارشناس دفتر حساب‌های اقتصادی) و مهتاب کشاورز (کارشناس مسئول دفتر طرح‌های

نمونه‌گیری) به انجام رسیده است که بدین وسیله از زحمات یکایک این همکاران تقدیر و تشکر می‌شود.

علاوه بر اعضای اصلی طرح که مسئولیت انجام مطالعات کارشناسی و طراحی و تدوین مدارک و مستندات طرح را بر عهده داشته‌اند، گروه اجرایی نیز در مرحله آزمایش طرح در ۴ استان نمونه مشارکت داشتند که فهرست اعضای این گروه در جدول زیر معرفی شده‌اند که از زحمات این همکاران نیز تشکر می‌شود.

ردیف	نام اعضای گروه	سازمان محل کار	سمت در گروه اجرایی
۱	علی اکبر ملکی	مرکز آمار ایران	استان تهران (فرودگاه امام)
۲	امیر هدایت راد	مرکز آمار ایران	استان تهران (فرودگاه امام)
۳	معصومه آرمیده	آزاد	استان آذربایجان غربی (بازرگان)
۴	سمیه صالحی	آزاد	استان آذربایجان غربی (بازرگان)
۵	عبدالعباس نیسی	آزاد	استان خوزستان (بندر خرمشهر)
۶	سمیه اسدی	آزاد	استان گیلان (آستارا)

فهرست مطالب

عنوان	صفحه
مقدمه	۱
فصل اول - کلیات	
۱-۱- ابعاد مفهومی و نظری	۳
۱-۲- روندها و الگوهای مسافرت‌های منطقه‌ای	۵
۱-۳- چکیده مبانی نظری	۷
۱-۴- حساب اقماری گردشگری	۸
فصل دوم - توصیه‌های بین‌المللی و تجربیات سایر کشورها	
۲-۱- توصیه‌های بین‌المللی	۱۳
۲-۲- تجربیات سایر کشورها	۱۵
فصل سوم - طرح آمارگیری از گردشگران ورودی	
۳-۱- طرح موضوعی	۱۷
۳-۲- طرح نمونه‌گیری	۱۸
۳-۳- طرح آموزش	۲۰
۳-۴- طرح اجرایی	۲۱
۳-۵- طرح استخراج	۲۵
فصل چهارم - جداول و نتایج نهایی	
۴-۱- جداول نهایی	۲۷
۴-۲- خلاصه نتایج	۳۷

فصل پنجم - نتایج نظر سنجی و پیشنهادات رده‌های اجرایی و پیشنهاداتی برای اجرای طرح اصلی

- ۱-۵- نتایج نظر سنجی و پیشنهادات رده‌های اجرایی در مراحل مختلف آزمایش ۴۳
- ۲-۵- پیشنهادات تکمیلی ۴۸
- فهرست منابع ۵۵
- پیوست ۱- چارچوب آماری طرح آزمایش آمارگیری از گردشگران ورودی ۱۳۸۸ ۵۷
- پیوست ۲- پرسشنامه پیشنهادی ۶۱
- پیوست ۳- راهنمای مامور آمارگیری ۶۷
- پیوست ۴- دستورالعمل اجرایی ۸۱
- پیوست ۵- فرم نظر سنجی و پیشنهادات رده‌های اجرایی ۸۵
- پیوست ۶- راهنمای استخراج جداول ۸۶
- پیوست ۷- راهنمای ادیت ۹۴

گردشگری یک پدیده اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی مرتبط با جابجایی مردم به خارج از محل اقامت معمولشان است. آمارهای گردشگری برای طراحی استراتژی‌های بازاریابی، قوی کردن ارتباطات بین موسسه‌ای، ارزیابی کارایی تصمیمات مدیریتی و اندازه‌گیری شاخص‌های گردشگری ضروری می‌باشند. گردشگری به عنوان صنعت پاک و سالم می‌تواند بدون در پی داشتن اثرات مخرب برای محیط‌زیست و سلامت جسمی و روانی انسان‌ها، علاوه بر پیامدهای مفید اقتصادی برای کشورها، پیام‌آور صلح، محبت، دوستی و شادی برای مردم سراسر جهان باشد. ضمن این‌که از طریق گردشگری، نوعی مبادله فرهنگی بین ملت‌ها و فرهنگ‌های مختلف نیز صورت می‌گیرد.

کشور ایران به دلیل موقعیت خاص جغرافیایی، تاریخی، فرهنگی و اقلیمی مکان بسیار مناسبی برای جذب گردشگران خارجی می‌باشد که تاکنون از ظرفیت‌های موجود در کشور برای این منظور مهم استفاده بهینه و همه جانبه‌ای صورت نگرفته است. از سوی دیگر، برای داشتن یک برنامه منسجم و هماهنگ در این زمینه هنوز پایه‌های مناسب علمی و تحقیقی مناسب از جمله آمار و اطلاعات مورد نیاز نیز شکل نگرفته است. به عبارت دیگر، هنوز بطور دقیق مشخص نیست که چه تعداد گردشگر، با چه اهدافی، چگونه و با چه کیفیتی وارد کشور می‌شوند؟ مهم‌تر این‌که گردشگران ورودی چه اثرات اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی برای کشور ایران در پی دارند؟ شناخت و آگاهی لازم در باره گردشگری ایران مستلزم داشتن آمارهای دقیق و قابل اعتماد می‌باشد که تاکنون این امر مهم محقق نشده است.

با توجه به اهمیت موضوع از ابعاد گوناگون برای جامعه ایران، اقدام به تهیه و طراحی "طرح آمارگیری از گردشگری ورودی کشور" گردید که گزارش نهایی آن در این مجموعه ارائه می‌شود.

فصل اول

کلیات

۱-۱- ابعاد مفهومی و نظری

سازمان جهانی گردشگری^۱ (که بسیاری از دولت‌ها در آن عضویت دارند) تعریفی عمومی از گردشگری ارائه نموده است. در سال ۱۹۹۱، سازمان جهانی گردشگری و دولت کانادا کنفرانسی بین‌المللی در باره مسافرت و آمارهای گردشگری در اتاوا (کانادا) برگزار و طی آن نظرات و پیشنهادهایی مربوط به گردشگری (تعریف و طبقه‌بندی آن) ارائه دادند. تعاریفی که در زیر آمده‌اند مبتنی بر تعریف‌هایی هستند که سازمان جهانی گردشگری از گردشگری و گردشگران ارائه نموده است:

بازدید کننده

بازدیدکننده، مسافری است که به خارج از محیط معمول زندگی خود برای کمتر از یک سال سفر کند و هدف عمده و اصلی او به‌جز کار و استخدام شدن برای نهاد اقتصادی مقیم در مکان مورد بازدید باشد. چنانچه مدت اقامت بازدیدکننده شامل حداقل یک شب اقامت باشد به او گردشگر گفته می‌شود.

محیط معمول

محیط معمول افراد یک مفهوم کلیدی در آمارهای گردشگری است. این مفهوم دربرگیرنده مرزهای جغرافیایی است که یک فرد به طور منظم و معمول در زندگی خود در آن جابجا می‌شود. هدف از معرفی مفهوم محیط معمول، جدا کردن آن دسته از مسافرانی است که به طور منظم بین

^۱ - World Tourism Organization (WTO)

محل اقامت و محل کار یا محل اقامت و محل تحصیل خود در حال سفر هستند و یا اغلب مکان‌هایی را در زندگی روزمره‌ی خود بازدید می‌کنند، به عنوان مثال خانه‌ی دوستان یا بستگان، مراکز خرید، اماکن مذهبی، بهداشتی یا هر امکانات دیگری که ممکن است فاصله قابل توجهی داشته باشند اما بارها و به طور مرتب بازدید می‌شوند.

انواع بازدیدکننده

در یک کشور مشخص، با توجه به وضعیت اقامت بازدید کنندگان سه نوع بازدید کننده قابل تمایز است:

- بازدید کنندگان بومی، بازدید کنندگان مقیم کشور که در داخل کشور محل اقامت خود سفر می‌کنند.
- بازدید کنندگان خروجی، بازدید کنندگان مقیم کشور که به کشوری بجز کشور محل اقامت خود سفر می‌کنند.
- بازدید کنندگان ورودی، بازدید کنندگان غیر مقیم که به کشور سفر می‌کنند.

گردشگری

گردشگری عبارت است از فعالیت‌های بازدید کنندگان از زمان خروج از محل اقامت معمول تا بازگشت به آن.

انواع گردشگری

به تناسب انواع بازدیدکننده در ارتباط با یک کشور مشخص سه نوع گردشگری قابل تمایز می‌باشد:

- گردشگری بومی، که در برگیرنده فعالیت‌های بازدید کنندگان مقیم در داخل کشور مرجع می‌باشد.
- گردشگری ورودی، که شامل فعالیت‌های بازدید کنندگان غیر مقیم در داخل کشور مرجع می‌باشد.

- گردشگری خروجی، که شامل فعالیت‌های بازدیدکنندگان مقیم در خارج کشور مرجع می‌باشد.

۱-۲- روندها و الگوهای مسافرت‌های منطقه‌ای

آمار جهانی گردشگران نشان می‌دهد که درصد بالایی از مسافرت‌ها در درون مناطق خاص یا بومی (محلی) انجام می‌شوند. بیش از سه‌چهارم مسافرت‌های بین‌المللی به صورت کوتاه‌مدت هستند و بیشتر آنها در درون یا بین کشورهای پیشرفته اروپایی، آمریکای شمالی و آسیا انجام می‌شوند. مردم کانادا، ایالات متحده آمریکا و مکزیک بیشتر از کشورهای همسایه بازدید می‌کنند و کمتر به کشورهای دیگر مسافرت می‌نمایند. ده کشوری که پذیرای بیشترین گردشگر هستند، ۵۵ درصد از درآمد گردشگری در سراسر دنیا را نصیب خود کرده‌اند. آمریکا بیشترین درآمد را از این صنعت کسب می‌کند، فرانسه و ایتالیا در رده‌های دوم و سوم قرار می‌گیرند. در سال‌های کنونی با توجه به افزایش بسیار سریع مسافرت‌ها، در درون کشورهای آسیای شرقی و حوزه اقیانوس آرام، کشورهای این دو منطقه نیز در فهرست ده کشوری قرار می‌گیرند که پذیرای بیشترین گردشگر می‌باشند (گی ۱۳۸۲)

❖ اروپا

اروپا، به عنوان یک منطقه، اولویت اول گردشگران می‌باشد. طبق برآوردهای انجام شده، ۸۰ درصد از مسافرت‌هایی که در اروپا انجام می‌شود، مردم همان ناحیه انجام می‌دهند و به صورت درون منطقه‌ای صورت می‌گیرند.

❖ آسیا و حوزه اقیانوس آرام

در کشورهای شرق آسیا و حوزه اقیانوس آرام رشد مسافرت بسیار زیاد است. پیش‌بینی‌های تجدیدنظر شده نشان می‌دهد که در سال ۲۰۱۰ کشورهای شرق آسیا و حوزه اقیانوس آرام، از نظر

جذب گردشگر، از کشورهای آمریکایی پیشی خواهند گرفت و در رده دوم، یعنی پس از اروپا قرار می‌گیرند و انتظار می‌رود که پذیرای ۲۹ میلیون نفر گردشگر باشند.

❖ آسیای جنوبی

کشورهای حوزه آسیای جنوبی اگر چه نتوانسته‌اند از نظر جذب گردشگر همانند کشورهای همسایه واقع در شرق و جنوب غرب آسیا پذیرای گردشگران باشند، ولی در سال‌های اخیر با سرعت نسبتاً خوبی در این زمینه پیشرفت کرده‌اند. کشورهای این حوزه عبارت‌اند از هندوستان، بنگلادش، مالدیو، پاکستان، سری‌لانکا، نپال، بوتان، میانمار، افغانستان و ایران. نرخ رشد گردشگری و مسافران از سال ۱۹۸۰ تا ۱۹۹۲، به طور متوسط در سال به ۳/۶ درصد رسید، که کمتر از میانگین نرخ رشد جهانی می‌باشد. از سال ۱۹۹۳، رشد اقتصادی این کشورها موجب افزایش گردشگری شد و در سال ۱۹۹۵، ۲/۱ میلیون نفر گردشگر از سراسر دنیا به این کشورها مسافرت کردند و این منطقه شاهد نرخ رشد برابر با ۱۲/۵ درصد نسبت به سال ۱۹۹۴ بود. این نرخ رشد سه برابر بیش از میانگین نرخ رشد جهانی است و تقریباً با نرخ رشد کشورهای شرق آسیا و حوزه اقیانوس آرام برابری می‌کند (گی ۱۳۸۲).

از هر پنج گردشگری که به کشورهای این منطقه مسافرت می‌کنند، چهار نفر به هندوستان می‌روند، در ضمن مالدیو نیز به خاطر داشتن مناطق ساحلی بسیار زیبا، افزایش شدید نرخ رشد را داشته و نپال هم مورد توجه خاص گردشگران می‌باشد. اگر چه بیشتر گردشگران را اهالی همین مناطق تشکیل می‌دهند، ولی بازار گردشگران اروپای غربی به علت داشتن مناطق ساحلی بسیار زیبا، کماکان حفظ شده است. در دهه گذشته، افزایش گردشگران اروپایی باعث بهبود سیستم حمل‌ونقل هوایی و رونق تجارت بین‌المللی در این ناحیه شد (گی ۱۳۸۲).

ایران

آمار گردشگران ورودی به ایران در سال ۱۳۸۶ (۲۰۰۷-۲۰۰۸) حدود ۲ میلیون و ۱۷۲ هزار گردشگر خارجی بوده است که از ۷۸ مرز رسمی ایران به این کشور سفر کرده‌اند که این تعداد نسبت به سال قبل از آن ۲۱ درصد کاهش داشته است.

۳-۱- چکیده مبانی نظری

درباره موضوع گردشگری، نظریه‌های مختلفی از سوی محققان ارائه شده است که براینده مباحث نظری صورت گرفته را می‌توان در قالب یک نظریه به نام نظریه انگیزه‌های جهانی گردشگری که ویژگی‌های آن در جدول زیر آمده است ارایه نمود.

جدول ۱: ویژگی‌های نظریه انگیزه‌های جهانی گردشگری

ویژگی	شرح
هدف نظریه	باید بتواند نیازهای کنونی گردشگر را یکپارچه کند، نیازها را بشناسد و برای پژوهش‌های آینده جهتی جدید تعیین نماید.
فایده نظریه	باید باب طبع پژوهشگران متخصص باشد، برای محتوا یا بستر صنعت گردشگری مفید واقع شود و از نظر بازار بازاریاب‌ها و مصرف‌کنندگان از اعتبار ویژه‌ای برخوردار باشد.
آگاهی دهنده	باید بتواند برای استفاده‌کنندگان بالقوه توضیح و توجیه لازم را ارائه دهد و در سطح جهانی کاربرد داشته باشد.
توان سنجش انگیزش	باید در پژوهش‌های تجربی کاربرد داشته باشد و به گونه‌ای باشد که بتوان به راحتی آن را به پرسش‌ها و پاسخ‌ها تبدیل کرد و بدان وسیله اقدام به پژوهش و ارزیابی نمود.
چند انگیزه در مقابل یک انگیزه	باید به این نکته توجه کند که احتمالاً گردشگران، به صورت همزمان در پی تأمین چندین نیاز هستند. باید بتواند الگویی از نیازهای گردشگران ارائه کند و تنها به یک نیاز خاص توجه نکند.
پویایی در مقابل آنی	باید به این واقعیت توجه کند که افراد و جامعه با گذشت زمان تغییر می‌کنند و به تغییراتی که پیوسته در صنعت گردشگری رخ می‌دهند، توجه کند.
انگیزه‌های درون‌گرا و برون‌گرا	باید به این واقعیت توجه کند که پدیده درون‌گرایی و تأمین هدف‌های شخصی موجب ایجاد انگیزه در افراد می‌شود و گاهی هم پدیده برون‌گرایی و پاداش‌های اجتماعی موجب این انگیزه می‌شود.

همان گونه که جدول ۱ نشان می‌دهد، نظریه انگیزه‌های جهانی گردشگری باید دارای ویژگی‌های زیر باشد: تلاش‌های پژوهشگر به صورتی منظم و سازماندهی شده باشد که آن نظریه بتواند به راحتی مطلب را برای افراد توجیه کند، برای تحقیقات عینی مناسب باشد، نیازهای کلی مسافران و نه یک نیاز خاص را مورد توجه قرار داده باشد، بتواند تغییرات پویای فردی و جامعه را ارائه دهد و بین نیازهای فردی و نیازهایی که دیگران برای فرد تعیین می‌نمایند توازن برقرار کند.

۴-۱- حساب اقماری گردشگری

حساب اقماری گردشگری (Tourism Satellite Account) یکی از حساب‌های اقماری نظام حساب‌های ملی (1993 SNA, Rev.3) است که در سال‌های اخیر به منظور ارائه یک حساب اقتصادی از فعالیت‌های گردشگری مورد توجه قرار گرفته است. برخی از کشورهای جهان با پی بردن به نقش و اهمیت تهیه یک حساب اقتصادی برای فعالیت‌های گردشگری و تأثیر آن در بهبود سطح فعالیت‌های اقتصادی و مجموعه اقتصاد ملی در این زمینه پیشگام شدند و به تهیه و ارائه چنین حسابی پرداختند. سازمان جهانی گردشگری با هدف دستیابی به چارچوب نظری و روش‌شناسی تهیه این حساب و ارائه یک الگوی واحد برای تهیه این حساب با بهره‌گیری از تجارب کشورهای پیشرو و همکاری کارشناسان بین‌المللی، تدوین چارچوب نهائی و طبقه‌بندی‌های کاربردی را در کتابی به نام "چارچوب روش‌شناسی حساب اقماری گردشگری" در سال ۲۰۰۱ به پایان برد و آنرا به عنوان نظام پایه‌ای برای تهیه حساب اقماری گردشگری به چاپ رسانید. تهیه حساب اقماری گردشگری بویژه برای کشورهایی که از جاذبه‌ها و توانمندی‌های گردشگری ویژه‌ای برخوردارند، ابزاری سودمند و کارآمد در ساماندهی و برنامه‌ریزی فعالیت‌های گردشگری است.

تهیه حساب اقماری گردشگری برای ایران که به سبب برخورداری از جاذبه‌ها و قابلیت‌های گردشگری و گوناگونی آن دارای جایگاه ویژه‌ای در میان کشورهای جهان به شمار می‌رود، از

اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. هسته مرکزی حساب‌های اقماری همان نظام حساب‌های ملی است که با روشی استاندارد، شیوه‌های مختلف بررسی و تحلیل را با استفاده از حساب گسترش یافته فعالیت‌های اقتصادی ارائه می‌کند. ساختار بنیادی حساب اقماری گردشگری بر پایه ایجاد موازنه میان تقاضا و عرضه محصولات تولید شده توسط فعالیت‌های گردشگری در مجموعه اقتصاد است. اندیشه اصلی تهیه چنین حسابی، تجزیه و تحلیل کلیه جنبه‌های تقاضا برای کالاها و خدماتی است که ممکن است توسط فعالیت‌های گردشگری پدیدار شود. از این دیدگاه، گردشگری ماهیتاً پدیده‌ای مبتنی بر تقاضا به شمار می‌رود.

مصرف بازدیدکنندگان تنها به استفاده از یک سری کالاها و خدمات از پیش تعیین شده‌ای که صنایع خاصی تولید می‌کنند، محدود نمی‌شود. آنچه گردشگر را متمایز می‌سازد، شرایط موقتی است که در آن قرار می‌گیرد و نه آنچه که کسب می‌نماید. او از محیط معمول خود خارج شده و به سفر یا بازدید از مکان‌های مختلف می‌پردازد در حالیکه قصدش کسب درآمد از آن محل نیست و این مشخصه‌ای است که او را از هر مصرف‌کننده دیگری متمایز می‌سازد.

این ویژگی مصرف‌کنندگان در چارچوب مرکزی حساب‌های ملی دیده نشده است، زیرا در حساب‌های ملی مبادله‌کنندگان بر حسب مشخصات دائمی‌شان طبقه‌بندی می‌شوند که یکی از این مشخصات کشور و یا محل اقامت است. برای مواجهه با چنین شرایطی سیستم حساب‌های ملی پیشنهاد می‌کند تا از حساب‌های معروف به اقماری استفاده شود و این حساب‌ها که کم و بیش با تعاریف، مفاهیم و طبقه‌بندی‌های اصلی حساب‌های ملی هماهنگی دارند، به ضمیمه حساب‌های ملی اضافه شوند.

گردشگری شامل فعالیت‌هایی است که افراد حین مسافرت و اقامت در محل‌هایی خارج از محیط معمولشان به مدت کمتر از یکسال متوالی و به منظور استراحت، کسب و کار و یا سایر اهداف که مرتبط با انجام فعالیتی همراه با دریافت دستمزد در محل مورد بازدید نباشد، انجام می‌دهند. اصطلاح "فعالیت افراد" بعنوان یک فعالیت فردی خاص معنای عمومی خود را می‌یابد نه

به عنوان فعالیت اقتصادی تولیدی همانند آنچه در طبقه‌بندی ISIC مورد استفاده قرار می‌گیرد. در تعریف گردشگری "فعالیت افراد" اشاره به فعالیت آن گروه از افراد دارد که بعنوان بازدیدکننده شناخته می‌شود.

جداول حساب اقماری گردشگری تصویری کامل از عرضه و تقاضای گردشگری در قالب مبادلات اقتصادی فعالیت‌های وابسته به گردشگری و همچنین ظرفیت‌های گردشگری کشور ارائه می‌کند و از این رو، مناسب‌ترین داده‌های آماری را برای بررسی‌های اقتصادی و تصمیم‌گیری مدیران و برنامه‌ریزان گردشگری به دست می‌دهد. تهیه جداول حساب اقماری گردشگری نیازمند برنامه‌ریزی برای انجام فعالیت‌های آماری و تدارک انبوهی از داده‌های آماری اعم از اجرای طرح‌های آماری ویژه گردشگری و ساماندهی آمارهای ثبتی است و به همین سبب، تهیه حساب اقماری گردشگری بستری برای شکل‌گیری و ساماندهی نظام آمارهای گردشگری فراهم می‌کند.

نتایج حساب اقماری گردشگری علاوه بر کاربردهای داخلی، در بررسی و مقایسه آمارهای گردشگری بین‌المللی نیز کاربرد مؤثری دارد و از سوی سازمان جهانی گردشگری بر آن تأکید می‌شود. پیروی از استانداردهای سازمان جهانی گردشگری و هماهنگی با این سازمان در تولید آمارهای مورد نیاز گردشگری بین‌المللی یکی دیگر از ضرورت‌های تهیه حساب اقماری گردشگری برای ایران است.

در سال‌های اخیر که توسعه گردشگری مورد توجه دولت و سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری قرار گرفته است و با تأکیدی که در برنامه چهارم توسعه این سازمان بر طراحی و استقرار نظام آمارهای گردشگری صورت پذیرفته است، تهیه حساب اقماری گردشگری می‌تواند راهگشای طراحی و ساماندهی نظام جامع آمارهای گردشگری و ارائه‌دهنده کلیدی‌ترین و سودمندترین آمار و اطلاعات برای برنامه‌ریزی و توسعه فعالیت‌های گردشگری باشد.

❖ پیشنهاد تهیه حساب اقماری گردشگری در ایران

تهیه حساب اقماری گردشگری در ایران همزمان با ارائه الگوی تهیه این حساب از سوی سازمان جهانی گردشگری مورد توجه سازمان ایرانگردی و جهانگردی وقت قرار گرفت و با پیشنهاد این سازمان به مرکز آمار ایران برای مشارکت در تهیه حساب اقماری گردشگری و مدیریت فعالیت‌های آن در نیمه نخست سال ۱۳۸۱، فعالیت‌های تهیه این حساب با حضور مشاور منطقه‌ای سازمان جهانی گردشگری در ایران و همکاری دستگاه‌های اجرایی و سازمان‌های اصلی مرتبط با گردشگری آغاز شد. اقدامات گروه‌های کاری تهیه حساب اقماری گردشگری در مرحله نخست به تدوین ۶ جلد گزارش مقدماتی منجر شد که در بر گیرنده امکان‌سنجی تهیه حساب اقماری گردشگری برای ایران، مطالعات مبانی نظری، بررسی تجربیات جهانی، بررسی وضعیت موجود آمارهای گردشگری ایران و شناسایی تنگناها و خلاءهای آماری همراه با پیشنهادهایی برای تولید آمارهای مورد نیاز تهیه حساب اقماری گردشگری بود. با تغییر مدیریت سازمان ایرانگردی و گردشگری و ادغام این سازمان با سازمان میراث فرهنگی، فعالیت‌های تهیه حساب اقماری گردشگری نیز در نیمه نخست سال ۱۳۸۲ عملاً متوقف شد.

با درک مجدد ضرورت تهیه حساب اقماری گردشگری از سوی سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری و درخواست دوباره این سازمان از مرکز آمار ایران برای همکاری در این زمینه از ابتدای سال ۱۳۸۷، فعالیت‌های تهیه حساب اقماری گردشگری از سر گرفته شده است.

فصل دوم

توصیه‌های بین‌المللی و تجربیات سایر کشورها

۱-۲- توصیه‌های بین‌المللی

بسط و توسعه توصیه‌نامه‌های بین‌المللی گردشگری در زمینه تعاریف و مفاهیم گردشگری تاریخچه طولانی داشته و به سال ۱۹۳۷ باز می‌گردد. در توصیه نامه سال ۲۰۰۸ اقلام آماری مربوط به گردشگری به شرح زیر ارایه شده است:

الف - مشخصات فردی بازدیدکنندگان:

- جنس
- سن
- وضع فعالیت اقتصادی
- سطح درآمد
- تحصیلات

ب - مشخصات سفرهای گردشگری

* هدف اصلی از سفر

هدف اصلی از سفر هدفی است که در نبود آن، سفر به آن مکان رخ نمی‌داد و این هدف در ارتباط با فعالیت‌های اصلی است که گردشگر طی سفر انجام داده یا خواهد داد. هدف اصلی از گردشگری باید به تفکیک زیر پرسش شود: