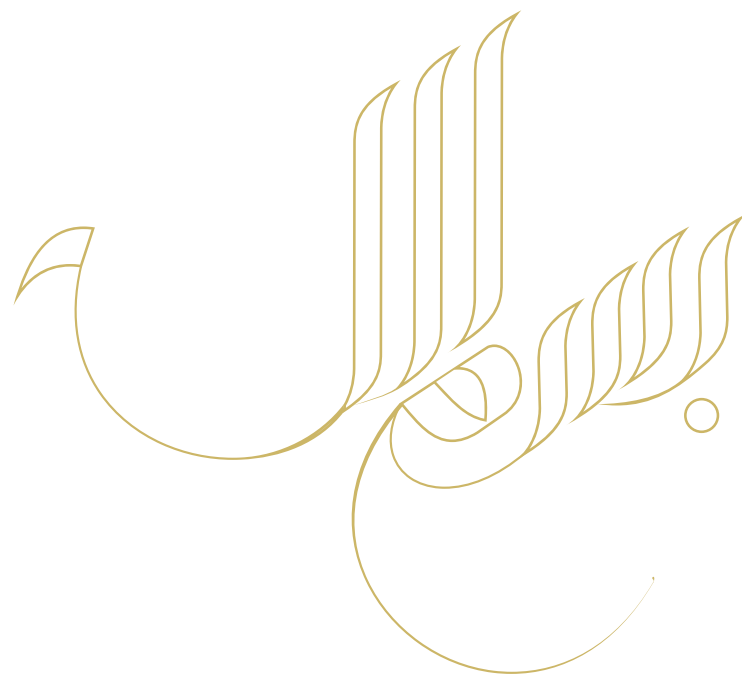






اطلاعات گزارش

نقشه وضعیت	نوع گزارش:
گردشگری	حوزه:
گزارشی از کلان صنعت گردشگری در ایران و جهان	عنوان:
پوریا گنجی	نگارنده:
گروه سیاست پژوهی و تحلیل داده نمافر	تهیه شده در:
اتاق فکر مرکز توسعه فعالیت های فرهنگ بنیان	ناظر کیفی:
خرداد ماه ۱۴۰۰	تاریخ انتشار:

فهرست مطالب

۴	خلاصه مدیریتی
۶	مقدمه
۷	روش‌شناسی پژوهش
۸	تعریف واژگان
۱۱	آموزش و محتوا
۱۵	وضعیت آموزش صنعت گردشگری در جهان
۱۷	وضعیت آموزش صنعت گردشگری در ایران
۲۴	بحث و بررسی
۲۵	اقتصاد و اشتغال
۲۶	اقتصاد
۳۰	مقایسه ایران و برخی کشورهای خاورمیانه
۳۲	درآمدزایی از گردشگران خارجی
۳۳	وضعیت اقتصاد گردشگری در گزارش مجمع جهانی اقتصاد
۳۴	اشتغال گردشگری
۴۰	بحث و بررسی
۴۳	گفتمان‌سازی و ترویج
۴۴	ترویج و گفتمان‌سازی رسمی
۴۶	ترویج و گفتمان‌سازی در فضای مجازی
۵۰	بحث و بررسی
۵۱	زیرساخت و خدمات
۵۲	وضعیت بین‌المللی
۵۶	بازار و خدمات داخلی
۵۶	دفا تر خدمات مسافرتی
۵۸	وضعیت هتل و سایر اقامتگاه‌ها
۶۰	اقامتگاه‌های بوم‌گردی
۶۱	سفره‌خانه‌های سنتی
۶۲	هتل‌ها
۶۷	بحث و بررسی

۱۰۱	تأمین مالی
۱۰۲	« تأمین مالی در سطح جهان
۱۰۴	« تأمین مالی صنعت گردشگری در ایران
۱۰۶	« تأمین مالی صنعت گردشگری در بازار سرمایه
۱۱۰	« بحث و بررسی
۱۱۳	حقوقی و نظارت
۱۲۸	« تحلیل و بررسی
۱۳۹	همه‌گیری کرونا
۱۳۶	فهرست نمودارها
۱۴۱	منابع جدول‌ها
۱۴۲	منابع و مآخذ

۶۹	مخاطب و مصرف
۷۰	« سفرهای داخلی خانوار بر اساس اقامت
۷۲	« سفرهای داخلی خانوار بر اساس اقامت و هدف سفر
۷۶	« رفتار خانوار بر اساس شاخص‌های مختلف
۷۶	« رفتار خانوار بر اساس تعداد اعضا
۷۸	« رفتار خانوار بر اساس وضعیت تأهل سرپرست خانوار
۸۰	« رفتار خانوار بر اساس نوع فعالیت سرپرست خانوار
۸۲	« رفتار خانوار بر حسب وضعیت شغل سرپرست خانوار
۸۴	« رفتار خانوار با وضعیت تحصیلات سرپرست خانوار
۸۶	« محبوب‌ترین مقصدهای سفر داخلی
۸۸	« سفرهای بین‌المللی
۸۸	« سفرهای خارجی ایرانیان
۸۹	« کشورهای دارای بیشترین ورودی گردشگر به کشور
۹۰	« گردشگران ورودی به تفکیک نوع ویزا
۹۱	« محبوب‌ترین مقصدهای سفر در سطح جهان
۹۲	« محل اقامت گردشگران
۹۹	« سهم مخارج گردشگران بومی بر اساس نوع اقامت
۹۵	« سفرها بر اساس وسیله نقلیه
۹۹	« تحلیل و بررسی

خلاصه مدیریتی

این گزارش، وضعیت صنعت گردشگری ایران و جهان را در هفت بخش بررسی می‌کند. رویکرد گزارش، داده محور و تلاش آن، ارائه تصویری مناسب از وضعیت صنعت گردشگری است. هفت بخش شامل: آموزش و محتوا، اقتصاد و اشتغال، گفتمان‌سازی و ترویج، زیرساخت و خدمات، مخاطب و مصرف، ارزیابی و نظارت و تأمین مالی. برخی از نکات مهمی که در این گزارش به آن اشاره شده است:

- تاکنون ۱،۹۵۲ عنوان کتاب، مربوط به صنعت گردشگری چاپ شده که بیشترین آن در سال ۹۶ با ۲۹۱ عنوان کتاب بوده است. روند تعداد کتاب‌ها به جز در برخی سال‌ها، شیب صعودی دارد.
- گستردگی بازار کار در صنعت گردشگری و نیاز شاغلان این صنعت به مهارت‌های گوناگون باعث شده آموزش‌های غیررسمی و مهارت‌آموزی نسبت به تحصیلات دانشگاهی، سهم بیشتری در تربیت نیروی انسانی داشته باشد.
- رشته گردشگری سال ۱۳۷۴ در ایران راه‌اندازی شد و اکنون در دانشگاه‌های مختلفی ارائه می‌شود. دانشگاه پیام‌نور بیشترین ظرفیت پذیرش دانشجو را در این رشته دارد. در سال ۹۸ از مجموع ۱۹،۳۹۵ نفر ظرفیت دانشگاه‌های کشور، ۸،۸۰۵

- نفر دانشجوی دانشگاه پیام نور بودند. آموزشگاه‌های مختلف با دوره‌های مهارت‌آموزی تأیید شده سازمان میراث فرهنگی به آموزش مهارت‌های متناسب بازار کار می‌پردازند. این دوره‌ها در سال ۹۵ با تربیت ۵۴۰۰ نفر دانش‌آموخته، بیشترین خروجی را به ثبت رسانده‌اند. مقایسه فارغ‌التحصیلان دانشگاهی و مهارت‌آموزان در دوره‌های مذکور با تعداد شغل جدید ایجاد شده در بازار کار نشان می‌دهد فراوانی فارغ‌التحصیلان و تعداد محدود مهارت‌آموزان با بازار کار دارای تناسب نیست و به بازنگری نیاز دارد.
- تولید ناخالص گردشگری ایران در سال ۲۰۱۹ رقمی حدود ۳۲/۳ میلیارد دلار بود که حدود ۶/۸٪ تولید ناخالص داخلی را شامل می‌شود. در مورد درآمد از گردشگران خارجی در همین سال ۶/۳ میلیارد دلار، درآمد کسب شد. مقایسه ایران با کشورهای منطقه، مانند عربستان، ترکیه و امارات نشان می‌دهد، هنوز با نقطه مطلوب در این زمینه فاصله زیادی باقی مانده است.
- شاغلان صنعت گردشگری ایران در سال ۲۰۱۹ حدود ۱/۷ میلیون نفر بودند که حدود ۷/۳ درصد از کل نیروی کار کشور را تشکیل می‌دهد. ایران با این تعداد نیروی شاغل، بالاتر از کشورهای عربستان و امارات است.

- هزینه اشتغال‌زایی پروژه‌های گردشگری در هر استان متفاوت است. تهران، خراسان رضوی، مازندران، آذربایجان غربی و البرز در رده استان‌های گران قرار می‌گیرند. استان‌هایی نظیر چهارمحال و بختیاری، ایلام، خراسان جنوبی، اردبیل و کرمان، استان‌های ارزان‌تر هستند.
- بررسی خانوارها، با تعداد اعضای مختلف، نشان می‌دهد ۷۱ درصد خانواده‌های پنج نفره در بهار ۹۸ به سفر رفته‌اند و بیشترین سهم گردشگری را نسبت به سایر خانوارها در سایر دسته‌ها، کسب کرده‌اند.
- طی سال ۹۷ بالغ بر هفت میلیون و ۲۴۲ هزار و ۶۶۷ نفر ایرانی به خارج از کشور سفر کردند. کشورهای عراق، ترکیه، امارات متحده عربی، آذربایجان، گرجستان، آلمان، قطر، ارمنستان، عربستان سعودی و چین پرطرفدارترین مقاصد ایرانیان هستند. در همین سال هفت میلیون و ۸۴۰ هزار و ۱۱۳ نفر گردشگر خارجی به کشور وارد شدند. عراق بیشترین گردشگر را به ایران فرستاده است. آذربایجان و افغانستان در رتبه‌های بعدی هستند.
- اقامتگاه‌های موقت در بین انواع اقامتگاه‌های گردشگری دارای بیشترین فراوانی است. به طور کلی اقامتگاه‌های اقتصادی و کم هزینه بیشتر

- توجه مسافران را جلب می‌کند. اقامتگاه‌هایی مانند هتل، درصد کمی از بازار را در اختیار دارند. اقلام مختلف هزینه‌ای، سهم متفاوتی در سبد هزینه‌های مسافران دارند. «خوراکی و دخانیات»، «درمان» و «حمل‌ونقل» بیشترین و «فعالیت‌های تفریحی و ورزشی» کمترین سهم هزینه را در سبد هزینه‌های مسافران دارند. در ترکیه «درمان» بیشترین و «هزینه‌های اقامتی» کمترین سهم از هزینه‌های مسافران را دارد.
 - بیشتر سفرها با وسیله نقلیه شخصی است و نسبت به حمل‌ونقل عمومی سهم بیشتری را دارد.
 - سواری کرایه و حتی وسیله شخصی دیگران، از حمل‌ونقل عمومی نظیر اتوبوس و هواپیما بیشتر استفاده می‌شود. در جهان اما عمده سفرها را سفرهای هوایی تشکیل می‌دهند.
 - شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی از ابزارها و بسترهای مهم ترویج و بازاریابی صنعت گردشگری هستند. در ایران، تورهای گردشگری در اینستاگرام محتوای بیشتری تولید می‌کنند. این کسب‌وکارها برای بازاریابی و معرفی جاذبه‌های مختلف از اینستاگرام استفاده می‌کنند.
- مجمع جهانی اقتصاد^۱ از منابع معتبر رتبه‌بندی کشورها در حوزه گردشگری است. این سازمان کشورها را براساس شاخص‌های مختلف قابلیت‌های گردشگری و محیطی رتبه‌بندی می‌کند. ایران در آخرین گزارش سال ۲۰۱۹ این مجمع در رتبه ۸۹ قرار داشت. این گزارش شامل شاخص‌های مختلفی است. بهترین رتبه ایران در بین شاخص‌ها، مربوط به شاخص "منابع طبیعی و فرهنگی" است. همچنین در مؤلفه رقابت‌پذیری هزینه‌ای، ایران در جایگاه اول دنیا قرار دارد.
- بر اساس آمار سال ۹۷ در ایران ۱,۲۱۰ هتل استاندارد وجود دارد. این یعنی به ازای هر ۶۷,۶۰۳ نفر در کشور، یک هتل وجود دارد. این در حالی است که سرانه هتل در مالزی ۱۰ برابر ایران و معادل ۶,۵۳۳ نفر است. خالی بودن بسیاری از هتل‌های کشور با وجود سرانه اندک هتل در کشور، بی‌علاقگی گردشگران داخلی به استفاده از هتل را نشان می‌دهد.

۱ World Economic Forum

مقدمه

امروزه صنعت گردشگری جزء صنایع بزرگ دنیا است. در حالی که تولید ناخالص جهانی در سال ۲۰۱۸ رشد ۳/۶ درصدی داشته، رشد درآمدهای گردشگری ۴/۴ درصد بوده است. با توجه به آثار اقتصادی چشمگیر این صنعت، ایران با جاذبه‌های فرهنگی، طبیعی و تاریخی مناسب، می‌تواند به قطب گردشگری منطقه تبدیل و منجر به افزایش رشد اقتصادی شود. بسیاری از خدمات گردشگری نمی‌توانند با استفاده از تکنولوژی ارائه شوند؛ چرا که بعضی از این خدمات به‌طور مستقیم نیازمند نیروی انسانی است. از این رو توسعه گردشگری می‌تواند نقش مؤثری در اشتغال‌زایی و کاهش بیکاری داشته باشد. در این صنعت، فرصت‌ها و تهدیدهایی وجود دارد که با برنامه‌ریزی و تحلیل آن‌ها می‌توان از زیان‌های احتمالی جلوگیری و برای استفاده از فرصت‌ها برنامه‌ریزی کرد.

کشورهای مجاور در هر منطقه، به دلیل قرابت فرهنگی، نزدیکی مسافت و تنوع دسترسی، همواره برای گردشگران سایر کشورها جذاب بوده و ۸۵ درصد بازار گردشگری کشورها را تشکیل می‌دهند. این امر برای ایران نیز صادق است. ایران دارای ۷ کشور همسایه با ۴۰۰ میلیون نفر جمعیت است. ورود گردشگران این کشورها، سود سرشاری را برای کشور فراهم می‌سازد.

در این میان بحران همه‌گیری کرونا، خسارتی جدی به صنعت گردشگری تحمیل کرد که پیامدهای آن تا سال‌ها باقی خواهد ماند. در چنین شرایطی حمایت‌های دولت‌ها در بهبود شرایط و جبران بخشی از زیان کسب‌وکارهای این صنعت، اثرگذار است. در این گزارش صنعت گردشگری در داخل و خارج با رویکردی داده محور بررسی می‌شود و هدف آن، مقایسه وضعیت این صنعت در ایران و جهان و همچنین نشان دادن نقاط قوت و ضعف کشور در این عرصه است.



جهان، نگاهی نظام‌مند و یکپارچه به صنعت گردشگری داشته باشد.

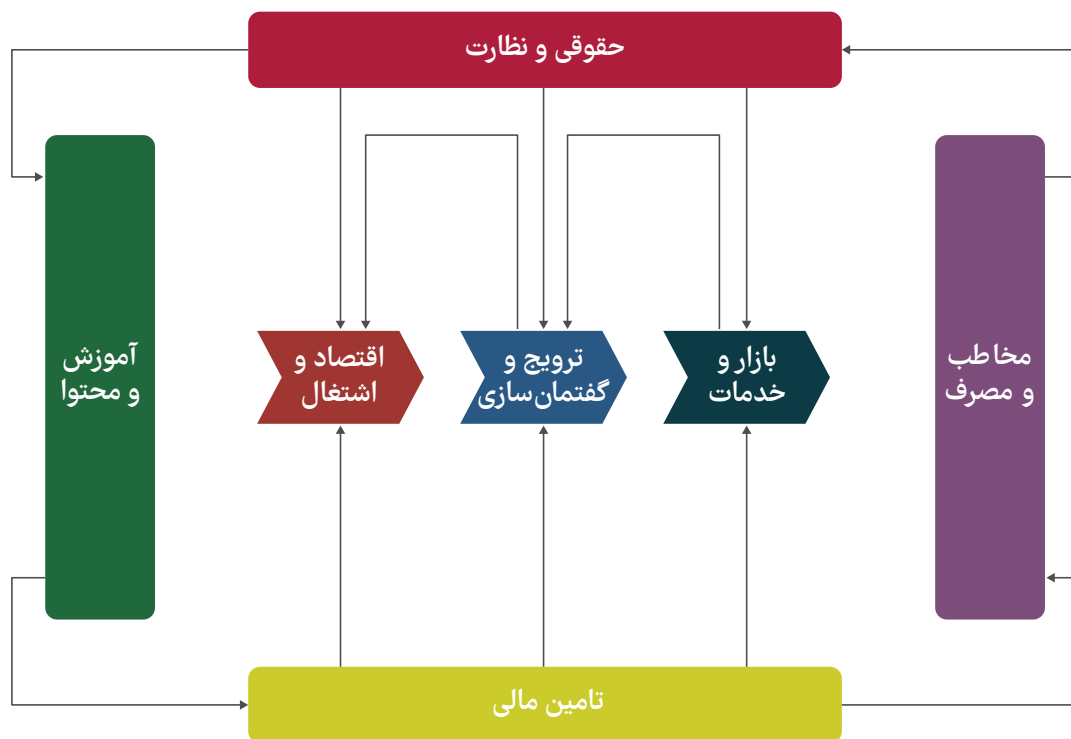
این اجزا، موجب ترقی آن صنعت می‌شود. گزارش حاضر براساس مدل مفهومی بالا سعی دارد با بررسی داده‌محور هر یک از اجزای این نظام در ایران و

روش‌شناسی پژوهش

عوامل موفقیت صنایع فرهنگی و صنایع خلاق نظیر سینما، موسیقی، بازی‌های ویدئویی، پویانمایی، گردشگری و... در کشورهای پیشرو چیست؟ براساس "سند نظام توسعه صنایع خلاق و فرهنگی" عوامل موفقیت یا شکست صنایع خلاق، وابسته به سلسله عواملی است که به‌صورت نظام‌مند با یکدیگر ارتباط چند سویه داشته و سیستمی را تشکیل می‌دهند که امکان تحلیلی به‌هم‌پیوسته و جامع را فراهم می‌سازد. این نظام از ۷ جزء یا عامل تشکیل شده که عبارت‌اند از:

۱. سیاست‌گذاری و ارزیابی
۲. زیرساخت
۳. آموزش و محتوا
۴. تولید و اشتغال
۵. اشاعه و ترویج گفتمان
۶. بازار و فروش
۷. مخاطب و مصرف

شکل مقابل چارچوب تحلیلی گزارش حاضر از صنعت گردشگری را نشان می‌دهد. براساس این رویکرد، وجود نقصی حتی کوچک در هر یک از این اجزا و عوامل به اختلال کلی نظام منجر می‌شود و موجبات شکست آن صنعت را مهیا می‌سازد و بالعکس پیشرفت هر یک از



مدل مفهومی صنایع فرهنگ‌بنیان