



مرکز آموزش علمی - کاربردی  
گروه بین المللی ره شهر (کوییک بیلد)  
تحت نظارت دانشگاه جامع علمی - کاربردی

# شهر فرودگاهی بستر توسعه گردشگری، گامی بلند در جهت توسعه پایدار اقتصاد کشور

- مروری بر مفاهیم گردشگری
- گردشگری و اقتصاد جهانی
- بازارهای گردشگری منطقه‌ای
- نقش حمل و نقل هوایی در صنعت گردشگری
- بازار گردشگری ایران
- قوت‌ها و ضعف‌ها، تهدیدها و فرصت‌های گردشگری ایران

نشریه شماره ۱۲۴، بهار ۱۳۹۰





به نام خداوند جان و خرد

آدرس: تهران، خیابان آفریقا، نرسیده به  
چهارراه جهان کودک، کوچه سپر غربی، پلاک ۲۶  
کدپستی: ۱۵۱۸۶۴۳۳۳۵

info@rahshahr.com  
www.rahshahr.com

تلفن: ۸۸۷۸۲۲۰۰  
دورنگار: ۸۸۲۰۲۶۹۳

شماره سند: 01 09653 O PB 0124 00

یکصد و بیست و چهارمین نشریه علمی، فنی و مهندسی  
آدرس وبسایت نشریات  
<http://bulletins.rahshahr.com>

## فهرست

- سخنی با خوانندگان
- مروری بر مفاهیم گردشگری
- بازار جهانی گردشگری
- گردشگری و اقتصاد جهانی
- کشورهای برتر گردشگری دنیا
- بازارهای گردشگری منطقه‌ای
- چشم‌انداز بلندمدت گردشگری دنیا
- نقش حمل‌ونقل هوایی در صنعت گردشگری
- بازار گردشگری ایران
- چشم‌انداز گردشگری ایران
- اهداف کمی توسعه بخش گردشگری ایران
- قوت‌ها و ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدیدهای گردشگری ایران
- نتیجه‌گیری

## ناشر

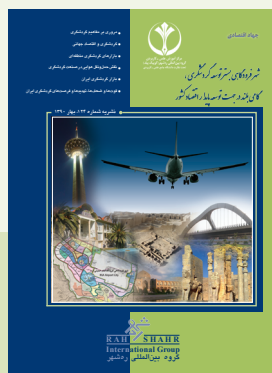
مرکز آموزش علمی- کاربردی  
گروه بین‌المللی ره‌شهر (کوییک بیلد)

## پژوهش و نگارش

نوید نوازش  
علیرضا جنانی

## امور هنری

لیلا منصوری  
سالار مسافرپور  
آوا ذاکری فردی



## سخنی با خوانندگان

از صنعت گردشگری به عنوان یکی از پر رونق ترین فعالیت های اقتصادی در جهان یاد می شود، به گونه ای که پس از صنعت نفت و خودروسازی سومین منبع درآمدزای جهان محسوب می شود.

این جایگاه از چند منظر قابل بررسی است. از یک منظر صنعت نفت و صنعت خودروسازی از منابعی زوال پذیر بهره می گیرند که آینده ای رو به افول دارند، حال آن که محور اصلی فعالیت گردشگری، انسان است که منبعی زوال ناپذیر است. بنابراین گردشگری، صنعتی پایدار است که به توسعه پایدار کمک می کند.

از منظری دیگر، توسعه گردشگری کمک شایانی به تثبیت و بهبود جایگاه سیاسی کشورهای دنیا می کند، به گونه ای که به ابزاری موثر در تفاهم ملت ها تبدیل شده است و صلح جهانی را یاری می رساند، یعنی برنامه ها و سیاست هایی که در مسیر تفاهم بین المللی و صلح جهانی صورت می پذیرد از طریق گردشگری اعمال می شود.

کشور ایران دارای امتیازات و ویژگی های بارزی در صنعت گردشگری در سطح دنیا و منطقه است که از آن جمله می توان به جایگاه پنجم دنیا در صنایع دستی، جایگاه پنجم دنیا در گردشگری طبیعت<sup>۱</sup> و رتبه دهم دنیا در آثار تاریخی و فرهنگی اشاره کرد.

جایگاه راهبردی ایران در خاورمیانه، به عنوان پلی میان سه قاره آسیا، اروپا و آفریقا و در اختیار داشتن سامانه حمل و نقل متنوع و گسترده در سطح کشور، از قبیل حمل و نقل هوایی با گستردگی شصت و نه فرودگاه در کشور، شبکه حمل و نقل ریلی با گستردگی نزدیک به هشت هزار کیلومتر و بهره گیری از ناوگان حمل و نقل جاده ای به روز، زیرساخت های مناسبی را برای سرمایه گذاری، رشد و ارتقای صنعت گردشگری فراهم آورده است. علی رغم وجود قابلیت های فراوان صنعت گردشگری در کشور، در حال حاضر ایران از جایگاه درخور و مناسبی در سطح جهانی و منطقه برخوردار نیست، به گونه ای که رتبه ۱۱۶ سهم گردشگر بین المللی در دنیا را دارد و از میان ده کشور خاورمیانه رتبه هشتم را به خود اختصاص داده است.<sup>۲</sup> با برنامه ریزی، سرمایه گذاری، توسعه و بهبود زیرساخت ها می توان به رشد جایگاه گردشگری و توسعه اقتصادی کشور اهتمام ورزید. از جمله برنامه ریزی های زیرساختی که در رونق گردشگری ایران تاثیر به سزایی دارد، توسعه فرودگاه بین المللی امام خمینی (ره) به عنوان پیشانی ورود گردشگر بین المللی به کشور است. بهبود و توانمند سازی این فرودگاه و ارائه خدمات هوایی مناسب به خطوط هوایی بین المللی، ساخت امکانات مناسب گردشگری مانند مناطق آزاد و ویژه اقتصادی، مراکز تجاری، ورزشی، درمانی و فرهنگی در قالب شهر فرودگاهی امام خمینی (ره) بستر مناسبی جهت جذب گردشگر فراهم می آورد.

با توجه به جایگاه فرودگاه بین المللی امام خمینی (ره) در حمل و نقل هوایی کشور و اهمیت موضوع گردشگری در توسعه پایدار، گروه بین المللی ره شهر به عنوان پیشنهاد دهنده شهر فرودگاهی امام خمینی (ره) و متولی برنامه ریزی و طراحی این پروژه و طراح ترمینال دو فرودگاه بین المللی امام خمینی (ره)، مطالعات گسترده ای را در زمینه شهر فرودگاهی و عوامل موثر در رشد و توسعه آن آغاز کرده است. این مطالعات در قالب نشریه، گزارش و برگزاری نشست ها و سمینارهای تخصصی ارائه شده است که از آن جمله می توان به نشریه "مدیریت حمل بار گامی بلند در جهت توسعه اقتصادی کشور" و نشریه "بازار مسافر هوایی بین المللی گامی بلند در جهت توسعه اقتصادی کشور" اشاره کرد. رویکرد این پژوهش ها شناسایی مزیت ها و توانمندی های بالقوه شهر فرودگاهی امام خمینی (ره) و فرودگاه بین المللی امام خمینی (ره) به تصمیم گیران، تصمیم سازان، مدیران، کارشناسان و علاقمندان به رشد و توسعه این مرز و بوم است.

### گروه بین المللی ره شهر

## مقدمه

قرن بیست و یکم، سده بهره‌گیری از فرصت‌های تجاری ارزشمند در بخش‌های خدماتی به‌ویژه گردشگری است. پیش‌بینی می‌شود گردش مالی گردشگری جهان در این سده از گردش مالی بخش صنعت فراتر رفته و در چند سال آینده به بیش از دو هزار میلیارد دلار برسد. در این فرآیند، دستیابی کشورهای دارای جاذبه‌های وسیع گردشگری به یک درصد ارزش گردش مالی این صنعت، سالانه درآمدی حدود ۲۰ میلیارد دلار ایجاد خواهد کرد که برای اقتصادهای نظیر اقتصاد ایران، این رقم قابل توجه است و می‌تواند تمامی فعالیت‌های اقتصادی را تحت تاثیر قرار دهد، با این وجود برای دستیابی به چنین درآمد قابل حصولی لازم است برنامه‌ریزی جامعی صورت پذیرد و سرمایه‌گذاری‌های مناسب در زمینه‌های سخت افزاری و نرم افزاری صنعت گردشگری انجام شود.

بررسی مقایسه‌ای گردشگران داخلی و خارجی، بیانگر اهمیت این صنعت در توسعه اقتصاد داخلی کشورها است، به گونه‌ای که براساس آمار منتشر شده از سوی سازمان گردشگری جهانی، نسبت گردشگران داخلی به خارجی، نسبت ده به یک را نشان می‌دهد. در همین راستا آثار مستقیم حاصل از صنعت گردشگری، با احتساب حدود ۶ درصد از GDP<sup>۱</sup> جهانی در این صنعت، نمایانگر تخصیص یک شغل از هر ۱۵ شغل برای صنعت گردشگری در آینده‌ای نزدیک بوده است. در صورتی که آثار و منافع غیر مستقیم نیز مد نظر قرار گیرد، حدود ۱۰ درصد از GDP جهانی و یک شغل از هر ۹ فرصت شغلی به این صنعت تعلق خواهد داشت.

با وجود اهمیت بی‌بدیل صنعت گردشگری در توسعه و شکوفایی اقتصادی، سیاست‌گذاری‌های مناسبی در خصوص ارتقای آن در کشورمان صورت نپذیرفته و عمده تلاش‌های مربوط به توسعه صنعت گردشگری در دهه‌های اخیر، معطوف به رهیافت‌های تشویقی و تبلیغاتی و یا به عبارتی تقاضا محور بوده‌اند. در این راستا

بیشتر هدف‌گذاری‌ها و وضع دستورالعمل‌های اجرایی معطوف به خصوصی‌سازی واحدهای اقامتی، تبلیغات گردشگری، آموزش نیروی انسانی، سیاست‌های تشویقی ساخت تاسیسات ایرانگردی و گردشگری، تخفیف‌های مالیاتی و ... بوده است که بیشتر جذب تقاضا را مدنظر قرار داده است، در حالی که چالش‌های پیش روی این صنعت، نه تنها استحکام و تداوم بیشتر سیاست‌های تقاضا محور را طلب می‌کند، بلکه سیاست‌گذاری در راستای ابعاد و کیفیت عرضه و سازماندهی ساختار فعالیت بنگاه‌ها را می‌طلبد.

جمهوری اسلامی ایران با داشتن جاذبه‌های گردشگری (تاریخی- مذهبی-طبیعی)، به لحاظ عدم اتخاذ سیاست‌های موثر در این بخش، هنوز نتوانسته است به سهم مناسب خود در بازار گردشگری جهان دست یابد و این امر سبب شده تا بسیاری از معضلات اقتصادی - اجتماعی کشور که می‌تواند با توسعه گردشگری رفع شود، همچنان پابرجا بماند.

در پژوهش صورت گرفته تلاش بر این است ابتدا مفاهیم اصلی صنعت گردشگری بیان شود و به بررسی این مقوله از جنبه اقتصادی پرداخته شود، سپس بازارهای گردشگری در مناطق مختلف دنیا و همچنین پیش‌بینی این بازار در دهه آینده مورد تدقیق قرار می‌گیرد، در ادامه نیز به نقش صنعت حمل‌ونقل هوایی در گردشگری اشاره می‌شود و در خاتمه صنعت گردشگری ایران، در سه دهه گذشته، وضعیت فعلی و آینده آن با توجه به اهداف سند چشم‌انداز و توسعه کشور مورد بررسی قرار می‌گیرد.

## مروری بر مفاهیم گردشگری

گردشگری<sup>۱</sup> دارای مفهومی فراتر از گذران تعطیلات بوده و در یک چهارچوب کلی شامل بازار مسافرت‌های جهانی است. گردشگری عبارت از مجموعه فعالیت‌های افرادی است که در سفر و اقامت در خارج از محیط زندگی معمول خود و به مدت کمتر از یک سال

1- Gross Domestic Product

2- Tourism



یک مفهوم پایه بوده و در برگیرنده کل سیستم آماری گردشگری است. بازدیدکننده، به نوبه خود به دو گروه اقامت کننده در طول شب<sup>۱</sup> و بازدید کننده یک روزه<sup>۱۰</sup> تقسیم می شود.

به منظور تمایز بین دو مفهوم "بازدیدکننده" و "سایر مسافران" از سه شرط کلی استفاده می شود.

۱- سفر بازدیدکننده باید به محلی خارج از محیط معمول باشد. به عبارتی افراد، در سفر بین محل کار یا تحصیل و اقامت، بازدیدکننده به حساب نمی آیند.

۲- اقامت در محل بازدید نباید بیش از ۱۲ ماه متوالی طول بکشد. در غیر این صورت در بررسی های آماری، بازدیدکننده مقیم آن کشور به حساب خواهد آمد.

۳- هدف اصلی سفر باید به غیر از انجام فعالیت هایی باشد که از طرف کشور مقصد برای آن اجرتی پرداخته می شود. بنابراین سفرهای به منظور مهاجرت و یا کسب درآمد در کشور مقصد به حساب نخواهند آمد.

تعیین کشور محل اقامت یکی از ضوابط کلیدی برای تمایز "بازدیدکننده" و "سایر مسافران" در بین افراد وارد شونده به یک کشور است. در تقسیم بندی انواع گردشگر، از کشور محل اقامت و نه از ملیت گردشگر استفاده می شود. کشور محل اقامت به کشوری گفته می شود که شخص مدتی بیش از ۱۲ ماه متوالی گذشته را در آن سپری کرده باشد.

داشتن اطلاعات درمورد هدف از بازدید، برای تعیین رفتار مصرف و الگوی خرج پول بازدیدکنندگان ضروری است. هدف اصلی سفر به این صورت تعریف می شود: هدفی که در صورت حذف آن سفر نیز انجام نخواهد شد. در اغلب موارد هدف ثانویه سفر نیز در انجام مطالعات ارزشمند و با اهمیت است که به صورت ترکیب

متوالی و با مقاصد تفریح و سرگرمی، تجارت و ... انجام می شود. با در نظر گرفتن یک کشور مشخص، می توان گردشگری را به صورت زیر تقسیم بندی کرد.

۱- گردشگری داخلی<sup>۱</sup>: عبارت است از سفرهای مردم مقیم یک کشور در همان کشور.

۲- گردشگری ورودی<sup>۲</sup>: عبارت است از سفر مردم غیرمقیم به یک کشور مشخص.

۳- گردشگر خروجی<sup>۳</sup>: عبارت است از سفرهای مردم مقیم یک کشور به خارج از آن کشور.

تعریف مشابهی را می توان با جایگزین کردن کلمه "کشور" با "منطقه" انجام داد که منطقه می تواند ناحیه ای مشخص در یک کشور و یا محدوده ای شامل چندین کشور باشد. همچنین تقسیم بندی دیگری با ترکیب سه گروه ذکر شده قبلی به این صورت می توان انجام داد.

۱- گردشگری درون مرزی<sup>۴</sup>: عبارت است از هر دو گردشگری داخلی و گردشگری ورودی.

۲- گردشگری ملی<sup>۵</sup>: عبارت است از گردشگری خانگی و گردشگری خروجی.

۳- گردشگری بین المللی<sup>۶</sup>: عبارت است از گردشگری ورودی و خروجی.

واژه مسافر بین المللی به هر شخصی در سفر به خارج از کشور محل اقامت دایم خود، بدون در نظر گرفتن وسیله و یا هدف سفر اطلاق می شود. در یک تقسیم بندی کلی مسافر بین المللی شامل بازدیدکنندگان<sup>۷</sup> و سایر مسافران<sup>۸</sup> است. واژه بازدیدکننده

- 1- Domestic Tourism
- 2- Inbound Tourism
- 3- Outbound Tourism
- 4- Internal Tourism
- 5- National Tourism

- 6- International Tourism
- 7- Visitors
- 8- Other travelers
- 9- Over-night Visitor
- 10- Same-day Visitor

• **سایر اهداف سفر:** خدمه هواپیما و یا کشتی، ترانزیت و ... تقسیم‌بندی‌های دیگری نیز با در نظر گرفتن طول سفر و یا مدت اقامت، مقصد و یا مبدا سفر و یا وسیله سفر نیز وجود دارد. [۱ و ۲]

## ◀ بازار جهانی گردشگری

صنعت گردشگری به‌عنوان یکی از مهم‌ترین فعالیت‌های اقتصادی جهان، به‌طور متوسط ۱۰ درصد تولید ناخالص داخلی و ۱۰ درصد اشتغال جهان را به خود اختصاص داده است و برای برخی از کشورها به‌عنوان مهم‌ترین فعالیت اقتصادی ارزآور محسوب می‌شود، از سال ۱۹۵۰ تا ۲۰۰۷ تعداد جهانگردان بین‌الملل از ۲۵ میلیون نفر به ۹۰۳ میلیون نفر افزایش یافته و درآمد ناشی از این فعالیت مهم نیز به ۸۵۶ میلیارد دلار رسیده است.

در طول این بازه زمانی رشد بالای این صنعت در مناطق آسیا و اقیانوسیه (با رشد میانگین سالیانه ۱۳ درصد) و خاورمیانه (با رشد میانگین سالیانه ۱۰ درصد) در خور توجه است، حال آن‌که طی بازه مشابه مناطق آمریکا (با رشد میانگین سالیانه ۵ درصد) و اروپا (با رشد میانگین سالیانه ۶ درصد) رشدی ملایم‌تر و کم‌تر از میانگین جهانی آن داشته‌اند.

مقاصد جدید به‌طور ثابت در حال افزایش سهم خود در بازار هستند در حالی که بازارهای توسعه یافته نظیر آمریکا و اروپا ناگزیر از رشدی آهسته هستند، تا جایی که سهم اروپا از بازار جهانی شاهد ۱۰ درصد کاهش نسبت به سال ۱۹۵۰ است و این رقم در طی بازه مشابه برای بازار آمریکا کاهشی ۱۳ درصدی را تجربه کرده است.

اروپا و آمریکا مقاصد اصلی گردشگری طی سال‌های ۱۹۵۰ تا ۲۰۰۰ بوده‌اند. مجموع سهم این دو بازار از بازار جهانی گردشگری برابر با ۹۵ درصد در سال ۱۹۵۰، ۸۲ درصد در سال ۱۹۹۰ و ۷۶ درصد در سال ۲۰۰۰ بوده است [۳].

با هدف اصلی سفر در نظر گرفته می‌شود. به‌عنوان مثال می‌توان به ترکیب اهداف تفریح با تجارت و یا بازدید اقوام و تفریح اشاره کرد. تقسیم‌بندی اهداف سفر که در ادامه ذکر خواهد شد در سال ۱۹۷۹ توسط سازمان ملل متحد ارائه شده است. این تقسیم‌بندی که در هر دو بخش گردشگری داخلی و یا بین‌المللی قابل استفاده است برای برآورد تقاضا و برنامه‌ریزی بازار گردشگری و بهبود آن سودمند است.

۱- تفریح، سرگرمی و تعطیلات

۲- بازدید اقوام و دوستان<sup>۱</sup> (VFR)

۳- تجارت و تخصص

۴- سلامت و بهداشت

۵- مذهبی- زیارتی

۶- سایر اهداف

• **تفریح، سرگرمی و تعطیلات:** بازدید از مناظر جالب، خرید، شرکت در رویدادهای ورزشی و یا فرهنگی، تفرج و سرگرمی، فعالیت‌های ورزشی غیر حرفه‌ای، کوهنوردی، استفاده از ساحل دریا، دریانوردی، قمار و شرط‌بندی، استراحت و تجدید قوای نیروهای نظامی، کمپ‌های تابستانی، گذران ماه عسل و ...

• **بازدید اقوام و دوستان:** بازدید خویشان، اقوام و دوستان، شرکت در مراسم سوگ و یا شادی، مراقبت از افراد ناتوان

• **تجارت و تخصص:** نصب تجهیزات، بازرسی، خرید و تامین کالا، شرکت در جلسات، کنفرانس‌ها و همایش‌ها، نمایشگاه‌های بازرگانی، ارائه مقاله و یا کنسرت، برنامه‌ریزی سفرهای گردشگری و سرپرستی تورهای گردشگری، شرکت در فعالیت‌های ورزشی حرفه‌ای، مأموریت‌های دولتی، تحصیل انتفاعی و ...

• **سلامت و بهداشت:** آب‌گرم و چشمه‌های معدنی، تناسب اندام، دریا درمانی<sup>۲</sup>، تشخیص، درمان و جراحی و ...

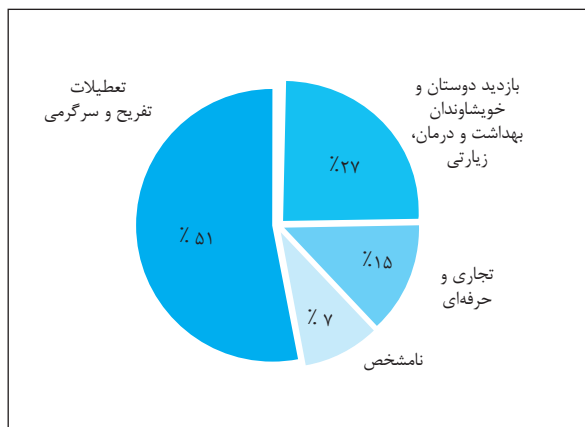
• **مذهبی-زیارتی:** شرکت در مراسم و اعیاد مذهبی، زیارت و ...

1- VFR: Visiting Friends & Relatives

2- Thalassotherapy

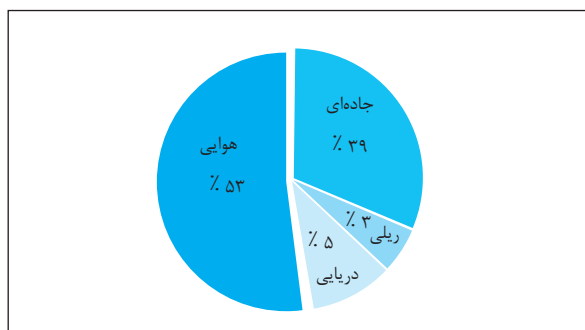
## گردشگری و اقتصاد جهانی

(۵۱ درصد یا ۴۴۶ میلیون سفر) و به طور مشابه ۱۵ درصد متعلق به سفرهای تجاری و ۲۷ درصد باقی مانده مربوط به سفرهای با مقاصد خاص نظیر دیدار با دوستان و خویشاوندان، سفرهای زیارتی یا سفرهای درمانی بوده است. این در حالی است که ۷ درصد باقی سفرها با مقاصد نامشخص است.



نمودار ۱- ماهیت سفرهای انجام شده گردشگری<sup>۱</sup>

بیش از نیمی از سفرهای انجام شده گردشگری به صورت هوایی بوده است (۵۳ درصد)، در حالی که سایر سفرها دارای توزیعی به صورت ۳۹ درصد جاده‌ای، ۵ درصد دریایی و ۳ درصد ریلی بوده است. مقایسه آمار سال‌های گذشته هم‌چنان نشان از افزایش سهم حمل‌ونقل هوایی در صنعت گردشگری دارد. درآمد گردشگری بین‌المللی در سال ۲۰۰۹ به ۸۲۵ میلیارد دلار



نمودار ۲- شیوه سامانه حمل‌ونقل در سفرهای انجام شده گردشگری<sup>۲</sup>

طبق آخرین آمار منتشر شده تا سال ۲۰۱۰، نزدیک به ۲۳۵ میلیون نفر در صنعت گردشگری دنیا مشغول به کار بوده‌اند و این صنعت توانسته است سهمی برابر با ۹/۳ درصد از تولید ناخالص داخلی جهانی را به خود اختصاص دهد.

تقاضای گردشگری پیش از هر چیز ارتباط تنگاتنگی با وضعیت اقتصادی در بازارهای مولد جهانی دارد. رشد اقتصادی متناظر با رشد درآمد سرانه خالص است که به‌طور نسبی سهم عمده‌ای از آن‌ها در کشورهای در حال توسعه در صنعت گردشگری خرج می‌شوند. از طرفی، چالش‌های اقتصادی باعث کاهش هزینه در صنعت گردشگری می‌شوند. در کل، رشد گردشگری بین‌المللی نمایانگر رشد اقتصادی (با شاخص تولید ناخالص داخلی) است. به‌عنوان نمونه با فرض تولید ناخالص ۳/۵ درصد گردشگری ۱/۳ برابر میانگین رشدی سریع‌تر خواهد داشت. طی دوره ۱۹۷۵ تا ۲۰۰۰ گردشگری از نرخ رشد میانگین سالیانه ۴/۶ درصد برخوردار بوده است.

مجموعه عواملی همچون بحران اقتصادی جهانی و یا نگرانی‌هایی ناشی از آنفلوآنزای همه گیر (H<sub>1</sub>N<sub>1</sub>) باعث شد تا سال ۲۰۰۹ از دشوارترین سال‌های صنعت گردشگری باشد. مجموع سفرهای گردشگری با مقاصد تفریحی، تجاری و ... در سال ۲۰۰۹ به ۸۸۰ میلیون سفر رسید. با این حال، به دنبال کاهش جهانی ۹/۲ درصدی در نه ماهه اول سال ۲۰۰۹، در سه ماهه پایانی همان سال شاهد بازگشت رشد مثبت به این بخش، بعد از چهارده ماه رشد منفی بوده است.

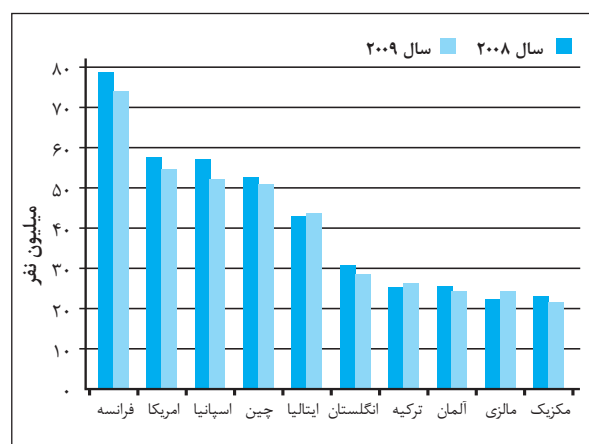
در این میان، آسیا و اقیانوسیه و خاورمیانه سردمدار بازگشت رشد اقتصادی به این صنعت در میان سایر مناطق جهان هستند.

در سال ۲۰۰۹، سفرهای با مقاصد تفریحی و سرگرمی نیمی از کل سفرهای گردشگری بین‌المللی را به خود اختصاص داد

۱ و ۲- سازمان گردشگری جهانی (UNWTO)

## کشورهای برتر گردشگری دنیا

کشورهای چین و ایتالیا به ترتیب رتبه‌های چهارم و پنجم در جدول تعداد سفر و به طور عکس در جدول درآمد را دارند. نکته جالب توجه، ورود مالزی به فهرست ۱۰ کشور برتر دنیا با شاخص تعداد سفر، برای نخستین بار در سال ۲۰۰۹ است.



نمودار ۳- کشورهای برتر گردشگری دنیا در تعداد گردشگر ورودی<sup>۲</sup>

| ۱۰ کشور برتر گردشگری-تعداد سفر (ورودی) |          |        |      |              |              |
|----------------------------------------|----------|--------|------|--------------|--------------|
| رتبه                                   | کشور     | میلیون |      | تغییر (درصد) |              |
|                                        |          | ۲۰۰۸   | ۲۰۰۹ | ۲۰۰۸ به ۲۰۰۹ | ۲۰۰۷ به ۲۰۰۸ |
| ۱                                      | فرانسه   | ۷۹/۲   | ۷۴/۲ | -۲/۰         | -۶/۳         |
| ۲                                      | امریکا   | ۵۷/۹   | ۵۴/۹ | ۳/۵          | -۵/۳         |
| ۳                                      | اسپانیا  | ۵۷/۲   | ۵۲/۲ | -۲/۵         | -۸/۷         |
| ۴                                      | چین      | ۵۳/۰   | ۵۰/۹ | -۳/۱         | -۴/۱         |
| ۵                                      | ایتالیا  | ۴۲/۷   | ۴۳/۲ | -۲/۱         | ۱/۲          |
| ۶                                      | انگلستان | ۳۰/۱   | ۲۸/۰ | -۲/۴         | -۷/۰         |
| ۷                                      | ترکیه    | ۲۵/۰   | ۲۵/۵ | ۱۲/۳         | ۲/۰          |
| ۸                                      | آلمان    | ۲۴/۹   | ۲۴/۲ | ۱/۹          | -۲/۷         |
| ۹                                      | مالزی    | ۲۲/۱   | ۲۳/۶ | ۵/۱          | ۷/۲          |
| ۱۰                                     | مکزیک    | ۲۲/۶   | ۲۱/۵ | ۵/۹          | -۵/۲         |

جدول ۱- کشورهای برتر گردشگری دنیا در تعداد سفر ورودی<sup>۲</sup>

رسید که ۹۴۱ میلیون دلار نسبت به سال ۲۰۰۸ کاهش داشته است. نخستین رشد منفی بازار گردشگری از سال ۲۰۰۳ آغاز شد که می‌توان آن را نتیجه جنگ عراق و شیوع بیماری‌های واگیردار (سارس)<sup>۱</sup> دانست. با وجود آن که این رشد منفی فراگیر بود و تمام دنیا را فرا گرفت ولی سهم مناطق گوناگون از آن یکسان نبود. بیش‌ترین کاهش در بازار امریکا (۱۰ درصد)، سپس اروپا (۷ درصد)، آسیا و اقیانوسیه (۱ درصد) و خاورمیانه (۱ درصد) اتفاق افتاد. درآمد حاصل از پرداخت‌های گردشگری در حوزه‌های اقامتی، خوراک، حمل‌ونقل محلی، سرگرمی و خرید از ارکان اصلی اقتصادی برای بسیاری از کشورهای جهان است، به طوری که در بیش از ۸۰ کشور جهان درآمد گردشگری در سال ۲۰۰۹، بیش از یک میلیارد دلار بوده است [۴].

## کشورهای برتر گردشگری دنیا

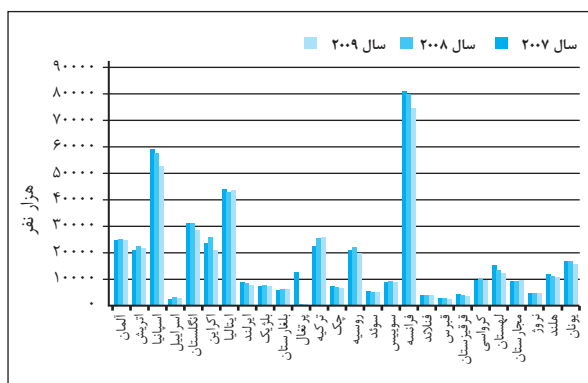
در رده‌بندی کشورهای برتر در صنعت گردشگری، عموماً یکی از دو شاخص: ۱- تعداد سفر (ورودی) و ۲- درآمد حاصل از گردشگری در نظر گرفته می‌شود. با این حال، با در نظر گرفتن هریک از این دو شاخص در رده‌بندی ۱۰ کشور برتر دنیا، اسامی ۸ کشور به صورت مشترک در هر دو فهرست مشاهده می‌شود، اگرچه تفاوت‌های قابل توجهی در بین آن‌ها از لحاظ نوع گردشگر، جاذبه گردشگری، مدت اقامت و ... وجود دارد. سه رتبه نخست در هر دو فهرست متعلق به کشورهای فرانسه، ایالات متحده امریکا و اسپانیا است. فرانسه با ۷۴ میلیون سفر ورودی در صدر جدول تعداد گردشگر و در رتبه سوم به لحاظ درآمد گردشگری قرار دارد. ایالات متحده امریکا در صدر جدول با شاخص درآمد (۹۴۱ میلیارد دلار) و در رتبه دوم با شاخص تعداد سفر قرار دارد. اسپانیا در رده‌بندی‌های درآمد و تعداد سفر به ترتیب رتبه‌های دوم و سوم را به خود اختصاص می‌دهد.

1- Sars

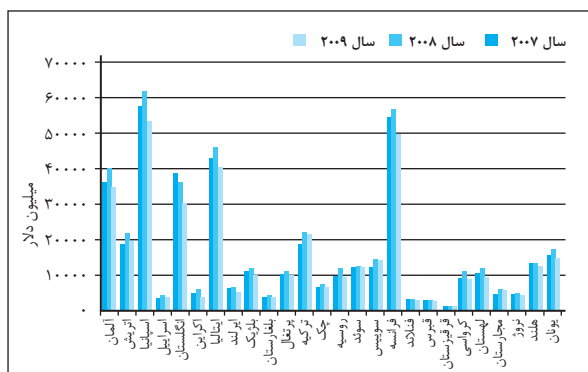
۲ و ۳- سازمان گردشگری جهانی (UNWTO)

## بازارهای گردشگری منطقه‌ای

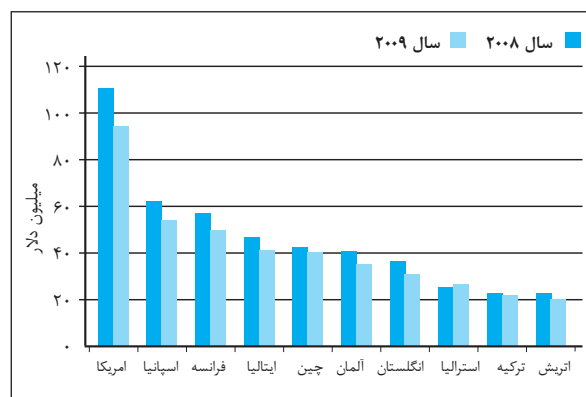
است. این منطقه در سال ۲۰۰۹ سهم ۵۲ درصد - معادل ۴۶۰ میلیون سفر - از مجموع سفرهای گردشگری دنیا و سهم ۴۸ درصد - معادل ۴۱۳ میلیارد دلار - از کل درآمد گردشگری دنیا را دارا بوده است که در هر دو بخش به ترتیب ۶ و ۷ درصد کاهش داشته است. با این حال تاثیر این بحران بر کشورهای اروپای شرقی و مرکزی محسوس‌تر بوده است. این در حالی است که علی‌رغم بحران مذکور، برخی از کشورهای منطقه توانستند رشدی مثبت هرچند اندک را به ثبت برسانند که از آن جمله می‌توان به کشورهای: مجارستان: ۳ درصد+، سوئد: ۳ درصد+ و ترکیه: ۲ درصد+ اشاره کرد.



نمودار ۵- وضعیت گردشگری اروپا در ورود گردشگر بین‌المللی<sup>۲</sup>



نمودار ۶- وضعیت درآمد گردشگر بین‌المللی در اروپا<sup>۴</sup>



نمودار ۴- کشورهای برتر گردشگری دنیا با شاخص درآمد<sup>۱</sup> (میلیارد دلار)

| ۱۰ کشور برتر گردشگری با شاخص درآمد |          |              |           |              |           |               |       |
|------------------------------------|----------|--------------|-----------|--------------|-----------|---------------|-------|
| رتبه                               | کشور     | دلار آمریکا  |           |              |           | واحد پول محلی |       |
|                                    |          | تغییر (درصد) |           | تغییر (درصد) |           | تغییر (درصد)  |       |
|                                    |          | ۲۰۰۸-۲۰۰۹    | ۲۰۰۷-۲۰۰۸ | ۲۰۰۸-۲۰۰۹    | ۲۰۰۷-۲۰۰۸ | ۲۰۰۸          | ۲۰۰۹  |
| ۱                                  | امریکا   | ۱۱۰/۰        | ۹۳/۹      | ۱۳/۵         | -۱۴/۶     | ۱۳/۵          | -۱۴/۶ |
| ۲                                  | اسپانیا  | ۶۱/۶         | ۵۳/۲      | ۶/۹          | -۱۳/۷     | -۰/۴          | -۹/۰  |
| ۳                                  | فرانسه   | ۵۶/۶         | ۴۹/۴      | ۴/۲          | -۱۲/۷     | -۲/۹          | -۷/۹  |
| ۴                                  | ایتالیا  | ۴۵/۷         | ۴۰/۲      | ۷/۲          | -۱۲/۰     | -۰/۱          | -۷/۲  |
| ۵                                  | چین      | ۴۰/۸         | ۳۹/۷      | ۹/۷          | -۲/۹      | ۹/۷           | -۲/۹  |
| ۶                                  | آلمان    | ۴۰/۰         | ۳۴/۷      | ۱۱/۱         | -۱۳/۳     | ۳/۵           | -۸/۵  |
| ۷                                  | انگلستان | ۳۶/۰         | ۳۰/۰      | -۶/۷         | -۱۶/۶     | ۱/۶           | -۱/۶  |
| ۸                                  | استرالیا | ۲۴/۸         | ۲۵/۶      | ۱۱/۰         | ۳/۴       | ۱۰/۷          | ۱۱/۲  |
| ۹                                  | ترکیه    | ۲۲/۰         | ۲۱/۳      | ۱۸/۷         | -۳/۲      | ۱۸/۷          | -۳/۲  |
| ۱۰                                 | اتریش    | ۲۱/۶         | ۱۹/۴      | ۱۵/۵         | -۱۰/۱     | ۷/۶           | -۵/۲  |

جدول ۲- کشورهای برتر گردشگری دنیا با شاخص درآمد<sup>۲</sup>

## بازارهای گردشگری منطقه‌ای

### بازار گردشگری اروپا

با وجود آن که اروپا بزرگ‌ترین و توسعه یافته‌ترین بازار گردشگری دنیا است، بیشترین تاثیر را از بحران اقتصادی اخیر تجربه کرده

۱- سازمان گردشگری جهانی (UNWTO)

۲- سازمان گردشگری جهانی (UNWTO) داده‌ها در آگوست ۲۰۱۰ توسط UNWTO گردآوری شده است.

۳- سازمان گردشگری جهانی (UNWTO)



## بازارهای گردشگری منطقه‌ای

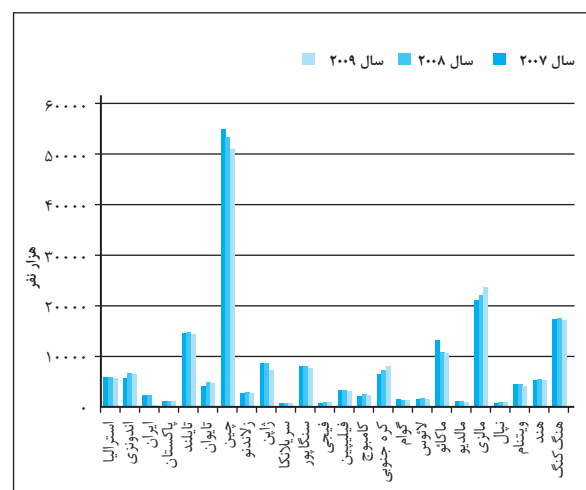
| درآمد گردشگر بین‌المللی |                      |         |         | گردشگر ورودی بین‌المللی |              |       |         |         |         | مقصد اصلی |
|-------------------------|----------------------|---------|---------|-------------------------|--------------|-------|---------|---------|---------|-----------|
| سهام (درصد)             | (میلیون دلار آمریکا) |         |         | سهم (درصد)              | تغییر (درصد) |       | (۱۰۰۰)  |         |         |           |
| ۲۰۰۹                    | ۲۰۰۹                 | ۲۰۰۸    | ۲۰۰۷    | ۲۰۰۹                    | ۰۹/۰۸        | ۰۸/۰۷ | ۲۰۰۹    | ۲۰۰۸    | ۲۰۰۷    | کشور      |
| ۱۰۰                     | ۴۱۳,۰۸۲              | ۴۷۳,۶۶۵ | ۴۳۵,۳۵۰ | ۱۰۰                     | -۵/۶         | ۰/۵   | ۴۶۰,۱۰۳ | ۴۸۷,۶۱۶ | ۴۸۵,۴۱۱ | اروپا     |
| ۸/۴                     | ۳۴,۷۰۹               | ۴۰,۰۲۱  | ۳۶,۰۳۸  | ۵/۳                     | -۲/۷         | ۱/۹   | ۲۴,۲۲۴  | ۲۴,۸۸۶  | ۲۴,۴۲۰  | آلمان     |
| ۴/۷                     | ۱۹,۴۰۴               | ۲۱,۵۸۷  | ۱۸,۶۹۵  | ۴/۶                     | -۲/۶         | ۵/۶   | ۲۱,۳۵۵  | ۲۱,۹۳۵  | ۲۰,۷۷۳  | اتریش     |
| ۱۲/۹                    | ۵۳,۱۷۷               | ۶۱,۶۲۸  | ۵۷,۶۴۵  | ۱۱/۴                    | -۸/۷         | -۲/۵  | ۵۲,۲۳۱  | ۵۷,۱۹۲  | ۵۸,۶۶۶  | اسپانیا   |
| ۰/۹                     | ۳,۶۳۴                | ۴,۱۴۴   | ۳,۰۹۵   | ۰/۵                     | -۹/۷         | ۲۴/۴  | ۲,۳۲۱   | ۲,۵۷۲   | ۲,۰۶۸   | اسرائیل   |
| ۷/۳                     | ۳۰,۰۳۸               | ۳۶,۰۲۸  | ۳۸,۶۰۲  | ۶/۱                     | -۷/۰         | -۲/۴  | ۲۸,۰۳۳  | ۳۰,۱۴۲  | ۳۰,۸۷۱  | انگلستان  |
| ۰/۹                     | ۳,۵۷۶                | ۵,۷۶۸   | ۴,۵۹۷   | ۴/۵                     | -۱۸/۳        | ۹/۸   | ۲۰,۷۴۱  | ۲۵,۳۹۲  | ۲۳,۱۲۲  | اکراین    |
| ۹/۷                     | ۴۰,۲۴۹               | ۴۵,۷۲۷  | ۴۲,۶۵۱  | ۹/۴                     | ۱/۲          | -۲/۱  | ۴۳,۲۳۹  | ۴۲,۷۳۴  | ۴۳,۶۵۴  | ایتالیا   |
| ۱/۲                     | ۴,۸۹۰                | ۶,۲۹۴   | ۶,۰۶۶   | ۱/۶                     | -۱۰/۴        | -۳/۷  | ۷,۱۸۹   | ۸,۰۲۶   | ۸,۳۳۲   | ایرلند    |
| ۲/۴                     | ۹,۸۰۱                | ۱۱,۷۶۲  | ۱۰,۹۸۹  | ۱/۵                     | -۴/۹         | ۱/۷   | ۶,۸۱۴   | ۷,۱۶۵   | ۷,۰۴۵   | بلژیک     |
| ۰/۹                     | ۳,۷۲۸                | ۴,۲۰۴   | ۳,۵۵۰   | ۱/۲                     | -۰/۷         | ۱۲/۲  | ۵,۷۳۹   | ۵,۷۸۰   | ۵,۱۵۱   | بلغارستان |
| ۲/۳                     | ۹,۶۵۰                | ۱۰,۹۴۳  | ۱۰,۱۴۵  | -                       | -            | -     | -       | -       | ۱۲,۳۲۱  | پرتغال    |
| ۵/۱                     | ۲۱,۲۵۰               | ۲۱,۹۵۱  | ۱۸,۴۸۷  | ۵/۵                     | ۲/۰          | ۱۲/۳  | ۲۵,۵۰۶  | ۲۴,۹۹۴  | ۲۲,۲۴۸  | ترکیه     |
| ۱/۶                     | ۶,۴۷۸                | ۷,۲۰۷   | ۶,۳۸۳   | ۱/۳                     | -۸/۵         | -۰/۵  | ۶,۰۸۱   | ۶,۶۴۹   | ۶,۶۸۰   | چک        |
| ۲/۳                     | ۹,۲۹۷                | ۱۱,۸۱۹  | ۹,۴۴۷   | ۴/۲                     | -۱۰/۰        | ۴/۷   | ۱۹,۴۲۰  | ۲۱,۵۶۶  | ۲۰,۶۰۵  | روسیه     |
| ۲/۶                     | ۱۲,۱۰۰               | ۱۲,۴۹۴  | ۱۱,۹۹۷  | ۱/۱                     | ۳/۱          | -۹/۵  | ۴,۸۷۵   | ۴,۷۲۸   | ۵,۲۲۴   | سوئد      |
| ۳/۴                     | ۱۳,۹۴۵               | ۱۴,۴۰۸  | ۱۲,۱۸۱  | ۱/۸                     | -۳/۷         | ۱/۹   | ۸,۲۹۴   | ۸,۶۰۸   | ۸,۴۴۸   | سوئیس     |
| ۱۲/۰                    | ۴۹,۳۹۸               | ۵۶,۵۷۳  | ۵۴,۲۷۳  | ۱۶/۱                    | -۶/۳         | -۲/۰  | ۷۴,۲۰۰  | ۷۹,۲۱۸  | ۸۰,۸۵۳  | فرانسه    |
| ۰/۷                     | ۲,۸۲۰                | ۳,۲۰۸   | ۲,۸۳۷   | ۰/۷                     | -۴/۵         | ۱/۸   | ۳,۴۲۳   | ۳,۵۸۳   | ۳,۵۱۹   | فنلاند    |
| ۰/۶                     | ۲,۱۶۲                | ۲,۷۳۷   | ۲,۶۸۵   | ۰/۵                     | -۱۰/۹        | -۰/۵  | ۲,۱۴۱   | ۲,۴۰۴   | ۲,۴۱۶   | قبرس      |
| ۰/۲                     | ۹۶۳                  | ۱,۰۱۲   | ۱,۰۱۳   | ۰/۷                     | -۹/۵         | -۱۱/۱ | ۳,۱۱۸   | ۳,۴۴۷   | ۳,۸۷۶   | قزاقستان  |
| ۲/۱                     | ۸,۸۸۰                | ۱۰,۹۷۱  | ۹,۲۵۴   | ۲/۰                     | -۰/۹         | ۱/۲   | ۹,۳۳۵   | ۹,۴۱۵   | ۹,۳۰۷   | کرواسی    |
| ۲/۲                     | ۹,۰۱۱                | ۱۱,۷۶۸  | ۱۰,۵۹۹  | ۲/۶                     | -۸/۳         | -۱۳/۵ | ۱۱,۸۹۰  | ۱۲,۹۶۰  | ۱۴,۹۷۵  | لهستان    |
| ۱/۴                     | ۵,۶۳۱                | ۵,۹۳۵   | ۴,۷۲۱   | ۲/۰                     | ۲/۸          | ۲/۰   | ۹,۰۵۸   | ۸,۸۱۴   | ۸,۶۳۸   | مجارستان  |
| ۱/۰                     | ۴,۲۰۴                | ۴,۹۱۱   | ۴,۵۲۲   | ۰/۹                     | ۰/۰          | -۰/۷  | ۴,۳۴۶   | ۴,۳۴۷   | ۴,۳۷۷   | نروژ      |
| ۳/۰                     | ۱۲,۳۶۵               | ۱۳,۳۴۲  | ۱۳,۳۰۵  | ۲/۲                     | -۱/۸         | -۸/۲  | ۹,۹۲۱   | ۱۰,۱۰۴  | ۱۱,۰۰۸  | هلند      |
| ۳/۵                     | ۱۴,۵۰۶               | ۱۷,۱۱۴  | ۱۵,۵۱۳  | ۳/۲                     | -۶/۴         | -۱/۴  | ۱۴,۹۱۵  | ۱۵,۹۳۹  | ۱۶,۱۶۵  | یونان     |

جدول ۳- وضعیت گردشگری اروپا<sup>۱</sup>

۱- سازمان گردشگری جهانی (UNWTO)/ داده‌ها در آگوست ۲۰۱۰ توسط سازمان گردشگری جهانی گردآوری شده است.

## ◀ بازار گردشگری آسیا

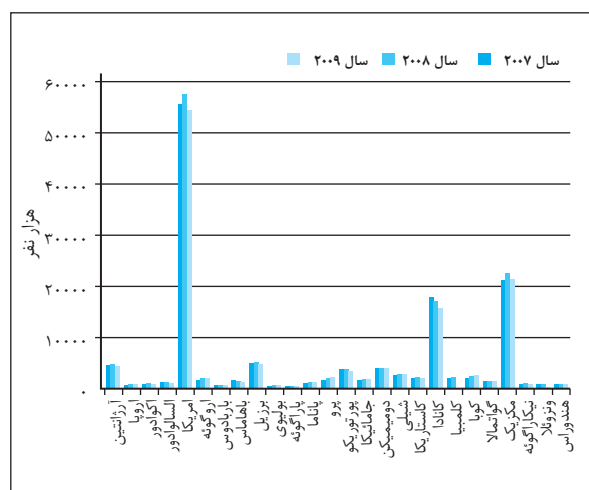
تعداد سفرهای بین‌المللی گردشگری در منطقه آسیا و اقیانوسیه در سال ۲۰۰۹ با ۲ درصد کاهش به ۱۸۱ میلیون سفر (۲۱ درصد سهم جهانی) و درآمد ناشی از آن با ۱ درصد کاهش به ۲۰۴ میلیارد دلار آمریکا (۲۴ درصد سهم جهانی) رسید. با این حال، تغییر روند کاهش ۷ درصدی تعداد سفرها بین ماه‌های ژانویه تا ژوئن به روند رو به رشد در نیمه دوم سال، خبر از بهبود سریع و دور از انتظار بازار گردشگری آسیا می‌دهد.



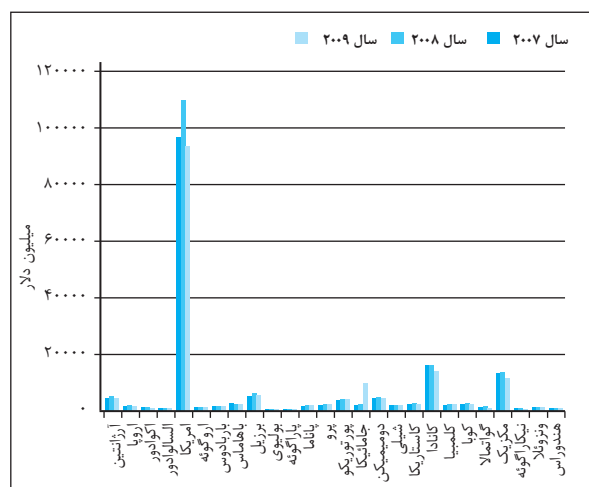
نمودار ۷- وضعیت گردشگری آسیا و اقیانوسیه در ورود گردشگر بین‌المللی<sup>۱</sup>

## ◀ بازار گردشگری امریکا

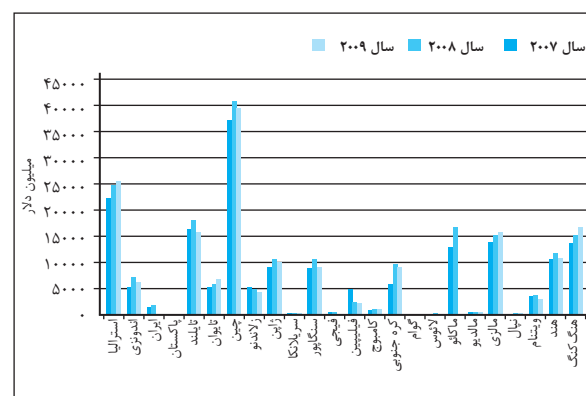
بازار گردشگری منطقه امریکا علاوه بر تاثیر پذیری شدید از بحران اقتصادی جهانی، با تاثیرات منفی ناشی از شیوع آنفولانزای A (H<sub>1</sub>N<sub>1</sub>) نیز روبرو بوده است. تعداد سفرهای گردشگری در سال ۲۰۰۹ با ۵ درصد کاهش به ۱۴۱ میلیون سفر (۱۶ درصد جهانی) رسید. در حالی که درآمد ناشی از آن با ۱۰ درصد کاهش به ۱۶۵ میلیارد دلار (۱۹ درصد) کاهش پیدا کرد. سه قطب اصلی گردشگری در این منطقه، ایالات متحده امریکا، مکزیک و کانادا هستند.



نمودار ۹- وضعیت گردشگری امریکا در ورود گردشگر بین‌المللی<sup>۳</sup>



نمودار ۱۰- وضعیت در آمد گردشگر بین‌المللی در امریکا<sup>۴</sup>



نمودار ۸- وضعیت درآمد گردشگر بین‌المللی، در آسیا<sup>۲</sup>

## بازارهای گردشگری منطقه‌ای

| درآمد گردشگر بین‌المللی |                      |         |         | گردشگر ورودی بین‌المللی |              |       |         |         |         | مقصد اصلی        |
|-------------------------|----------------------|---------|---------|-------------------------|--------------|-------|---------|---------|---------|------------------|
| سهم (درصد)              | (میلیون دلار امریکا) |         |         | سهم (درصد)              | تغییر (درصد) |       | (۱۰۰۰)  |         |         |                  |
| ۲۰۰۹                    | ۲۰۰۹                 | ۲۰۰۸    | ۲۰۰۷    | ۲۰۰۹                    | ۰۹/۰۸        | ۰۸/۰۷ | ۲۰۰۹    | ۲۰۰۸    | ۲۰۰۷    | کشور             |
| ۱۰۰                     | ۲۰۳.۷۴۱              | ۲۰۸.۹۳۴ | ۱۸۶.۳۰۷ | ۱۰۰                     | -۱/۶         | ۱/۱   | ۱۸۱.۱۸۹ | ۱۸۴.۰۴۴ | ۱۸۲.۰۴۶ | آسیا و اقیانوسیه |
| ۱۲/۶                    | ۲۵.۵۹۴               | ۲۴.۷۵۶  | ۲۲.۳۰۸  | ۳/۱                     | ۰/۰          | -۱/۰  | ۵.۵۸۴   | ۵.۵۸۶   | ۵.۶۴۴   | استرالیا         |
| ۳/۱                     | ۶.۳۱۸                | ۷.۳۷۵   | ۵.۳۴۶   | ۳/۵                     | ۱/۴          | ۱۳/۲  | ۶.۳۲۴   | ۶.۲۳۴   | ۵.۵۰۶   | اندونزی          |
| -                       | -                    | ۱.۹۰۸   | ۱.۶۷۷   | -                       | -            | -۸/۳  | -       | ۲.۰۳۴   | ۲.۲۱۹   | ایران            |
| ۰/۲                     | ۲۷۲                  | ۳۱۶     | ۲۷۶     | ۰/۵                     | ۳/۹          | -۲/۰  | ۸۵۵     | ۸۲۳     | ۸۴۰     | پاکستان          |
| ۷/۸                     | ۱۵.۹۰۱               | ۱۸.۱۷۳  | ۱۶.۶۶۹  | ۷/۸                     | -۳/۰         | ۰/۸   | ۱۴.۱۴۵  | ۱۴.۵۸۴  | ۱۴.۴۶۴  | تایلند           |
| ۳/۴                     | ۶.۹۵۸                | ۵.۹۳۷   | ۵.۲۱۳   | ۲/۴                     | ۱۴/۳         | ۳/۵   | ۴.۳۹۵   | ۳.۸۴۵   | ۳.۷۱۶   | تایوان           |
| ۱۹/۵                    | ۳۹.۶۷۵               | ۴۰.۸۴۳  | ۳۷.۲۳۳  | ۲۸/۱                    | -۴/۱         | -۳/۱  | ۵۰.۸۷۵  | ۵۳.۰۴۹  | ۵۴.۷۲۰  | چین              |
| ۲/۲                     | ۴.۳۹۸                | ۵.۰۱۲   | ۵.۴۳۶   | ۱/۴                     | ۰/۰          | -۰/۳  | ۲.۴۵۸   | ۲.۴۵۹   | ۲.۴۶۶   | زلاندنو          |
| ۵/۱                     | ۱۰.۳۰۵               | ۱۰.۸۲۱  | ۹.۳۳۴   | ۳/۷                     | -۱۸/۷        | ۰/۰   | ۶.۷۹۰   | ۸.۳۵۱   | ۸.۳۴۷   | ژاپن             |
| ۰/۲                     | ۳۵۰                  | ۳۴۲     | ۳۸۵     | ۰/۲                     | ۲/۱          | -۱۱/۲ | ۴۴۸     | ۴۳۸     | ۴۹۴     | سری لانکا        |
| ۴/۵                     | ۹.۱۸۷                | ۱۰.۷۲۲  | ۹.۰۶۶   | ۴/۱                     | -۳/۷         | -۲/۲  | ۷.۴۸۸   | ۷.۷۷۸   | ۷.۹۵۷   | سنگاپور          |
| -                       | -                    | ۵۴۴     | ۴۹۷     | ۰/۳                     | -۷/۷         | ۸/۰   | ۵۳۹     | ۵۸۳     | ۵۴۰     | فیجی             |
| ۱/۱                     | ۲.۳۲۹                | ۲.۴۹۹   | ۴.۹۳۳   | ۱/۷                     | -۳/۹         | ۱/۵   | ۳.۰۱۷   | ۳.۱۳۹   | ۳.۰۹۲   | فیلیپین          |
| ۰/۶                     | ۱.۱۸۵                | ۱.۲۱۹   | ۱.۱۳۵   | ۱/۱                     | ۲/۲          | ۶/۸   | ۲.۰۴۶   | ۲.۰۰۱   | ۱.۸۷۳   | کامبوج           |
| ۴/۶                     | ۹.۴۴۲                | ۹.۷۷۴   | ۶.۱۳۸   | ۴/۳                     | ۱۳/۴         | ۳/۹   | ۷.۸۱۸   | ۶.۸۹۱   | ۶.۴۴۸   | جمهوری کره       |
| -                       | -                    | -       | -       | ۰/۶                     | -۷/۸         | -۶/۸  | ۱.۰۵۳   | ۱.۱۴۲   | ۱.۲۲۵   | گوام             |
| ۰/۱                     | ۲۶۸                  | ۲۷۶     | ۲۳۳     | ۰/۷                     | ۴/۳-         | ۱۳/۴  | ۱.۲۳۹   | ۱.۲۹۵   | ۱.۱۴۲   | لائوس            |
| -                       | -                    | ۱۶.۷۵۷  | ۱۳.۰۷۶  | ۵/۷                     | -۲/۰         | -     | ۱۰.۴۰۲  | ۱۰.۶۱۰  | ۱۲.۹۴۲  | ماکائو           |
| ۰/۳                     | ۵۹۰                  | ۶۶۴     | ۶۰۲     | ۰/۴                     | -۴/۰         | ۱/۰   | ۶۵۶     | ۶۸۳     | ۶۷۶     | مالدیو           |
| ۷/۸                     | ۱۵.۷۷۲               | ۱۵.۲۷۷  | ۱۴.۰۴۴  | ۱۳/۱                    | ۷/۲          | ۵/۱   | ۲۳.۶۴۶  | ۲۲.۰۵۲  | ۲۰.۹۷۳  | مالزی            |
| ۰/۲                     | ۳۷۱                  | ۳۳۶     | ۱۹۷     | ۰/۳                     | ۱/۹          | -۵/۰  | ۵۱۰     | ۵۰۰     | ۵۲۷     | نپال             |
| ۱/۵                     | ۳۰.۵۰                | ۳.۹۳۰   | ۳.۷۵۰   | ۲/۱                     | -۱۱/۵        | ۰/۲   | ۳.۷۴۷   | ۴.۲۳۶   | ۴.۲۲۹   | ویتنام           |
| ۵/۵                     | ۱۱.۱۳۶               | ۱۱.۸۳۲  | ۱۰.۷۲۹  | ۲/۸                     | -۳/۳         | ۴/۰   | ۵.۱۰۹   | ۵.۲۸۳   | ۵.۰۸۲   | هند              |
| ۸/۱                     | ۱۶.۴۶۳               | ۱۵.۳۰۴  | ۱۳.۷۵۴  | ۹/۳                     | -۲/۳         | ۱/۰   | ۱۶.۹۲۶  | ۱۷.۳۲۰  | ۱۷.۱۵۴  | هنگ کنگ          |

جدول ۴- وضعیت گردشگری آسیا<sup>۱</sup>

۱- سازمان گردشگری جهانی (UNWTO) داده‌ها در آگوست ۲۰۱۰ توسط سازمان گردشگری جهانی گردآوری شده است.

## بازارهای گردشگری منطقه‌ای

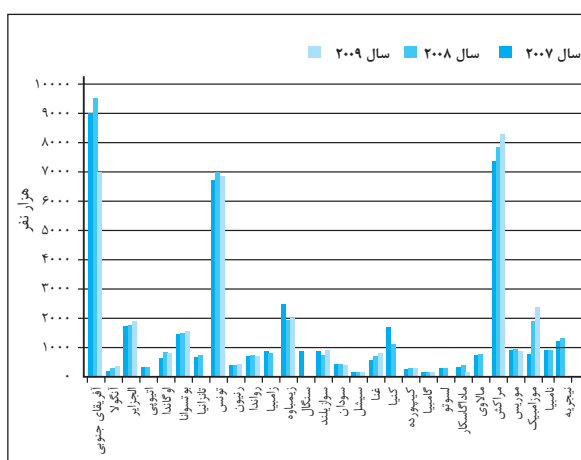
| درآمد گردشگر بین‌المللی |                      |         |         | گردشگر ورودی بین‌المللی |              |       |         |         |         | مقصد اصلی  |
|-------------------------|----------------------|---------|---------|-------------------------|--------------|-------|---------|---------|---------|------------|
| سهم<br>(درصد)           | (میلیون دلار امریکا) |         |         | سهم<br>(درصد)           | تغییر (درصد) |       | (۱۰۰۰)  |         |         |            |
| ۲۰۰۹                    | ۲۰۰۹                 | ۲۰۰۸    | ۲۰۰۷    | ۲۰۰۹                    | ۰۹/۰۸        | ۰۸/۰۷ | ۲۰۰۹    | ۲۰۰۸    | ۲۰۰۷    |            |
| ۱۰۰                     | ۱۶۵.۲۲۷              | ۱۸۸.۱۴۵ | ۱۷۱.۳۵۶ | ۱۰۰                     | -۴/۶         | ۲/۸   | ۱۴۰.۶۷۹ | ۱۴۷.۸۳۰ | ۱۴۳.۸۵۲ | امریکا     |
| ۲/۴                     | ۳.۹۱۶                | ۴.۶۴۶   | ۴.۳۱۴   | ۳/۱                     | -۷/۹         | ۳/۰   | ۴.۳۲۹   | ۴.۷۰۰   | ۴.۵۶۲   | آرژانتین   |
| ۰/۸                     | ۱.۲۹۵                | ۱.۴۱۱   | ۱.۲۵۶   | ۰/۶                     | -۱/۷         | ۷/۰   | ۸۱۳     | ۸۲۷     | ۷۷۲     | اروپا      |
| ۰/۴                     | ۶۶۳                  | ۷۴۲     | ۶۲۳     | ۰/۷                     | -۳/۷         | ۷/۲   | ۹۶۸     | ۱۰۰۰۵   | ۹۳۷     | اکوادور    |
| ۰/۲                     | ۳۱۹                  | ۴۲۵     | ۴۸۲     | ۰/۸                     | -۲۱/۲        | ۳/۵   | ۱۰۰۹۱   | ۱۰۳۸۵   | ۱۰۳۳۹   | السالوادور |
| ۵۶/۸                    | ۹۳.۹۱۷               | ۱۰۹.۹۷۶ | ۹۶.۸۹۶  | ۳۹/۲                    | -۵/۳         | ۳/۵   | ۵۴.۸۸۴  | ۵۷.۹۳۷  | ۵۵.۹۷۹  | امریکا     |
| ۰/۸                     | ۱.۳۱۱                | ۱.۰۵۱   | ۸۰۹     | ۱/۵                     | ۶/۹          | ۹/۷   | ۲۰۰۵۵   | ۱.۹۲۱   | ۱.۷۵۲   | اروگوئه    |
| ۰/۷                     | ۱.۰۹۶                | ۱.۱۹۴   | ۱.۱۸۹   | ۰/۴                     | -۸/۶         | -۱/۲  | ۵۱۹     | ۵۶۸     | ۵۷۵     | باربادوس   |
| ۱/۲                     | ۱.۹۳۸                | ۲.۱۵۳   | ۲.۱۸۷   | ۰/۹                     | -۹/۳         | -۴/۲  | ۱.۳۲۷   | ۱.۴۶۳   | ۱.۵۲۸   | باهاماس    |
| ۳/۲                     | ۵.۳۰۵                | ۵.۷۸۵   | ۴.۹۵۳   | ۳/۴                     | -۴/۹         | ۰/۵   | ۴.۸۰۲   | ۵.۰۵۰   | ۵.۰۲۶   | برزیل      |
| ۰/۲                     | ۲۷۹                  | ۲۷۵     | ۲۹۲     | ۰/۵                     | ۱۳/۱         | ۳/۷   | ۶۷۱     | ۵۹۴     | ۵۷۳     | بولیوی     |
| ۰/۱                     | ۱۱۲                  | ۱۰۹     | ۱۰۲     | ۰/۳                     | ۲/۶          | ۳/۰   | ۴۳۹     | ۴۲۸     | ۴۱۶     | پاراگوئه   |
| ۰/۹                     | ۱.۴۸۳                | ۱.۴۰۸   | ۱.۱۸۵   | ۰/۹                     | -۳/۷         | ۱۳/۰  | ۱.۲۰۰   | ۱.۲۴۷   | ۱.۱۰۳   | پاناما     |
| ۱/۲                     | ۲۰.۴۶                | ۱.۹۹۱   | ۱.۷۲۳   | ۱/۵                     | ۴/۰          | ۷/۴   | ۲.۱۴۰   | ۲۰۰۵۸   | ۱.۹۱۶   | پرو        |
| ۲/۱                     | ۳.۴۷۳                | ۳.۵۳۵   | ۳.۴۱۴   | ۲/۵                     | -۴/۵         | ۰/۸   | ۳.۵۵۱   | ۳.۷۱۶   | ۳.۶۸۷   | پورتوریکو  |
| ۱/۲                     | ۱.۹۳۸                | ۱.۹۷۶   | ۱.۹۱۰   | ۱/۳                     | ۳/۶          | ۳/۹   | ۱.۸۳۱   | ۱.۷۶۷   | ۱.۷۰۱   | جامائیکا   |
| ۲/۵                     | ۴.۰۶۵                | ۴.۱۶۶   | ۴.۰۶۴   | ۲/۸                     | ۰/۳          | ۰/۰   | ۳.۹۹۲   | ۳.۹۸۰   | ۳.۹۸۰   | دومینیکن   |
| ۰/۹                     | ۱.۵۶۸                | ۱.۶۷۴   | ۱.۴۷۸   | ۲/۰                     | ۱/۹          | ۷/۷   | ۲.۷۵۰   | ۲.۶۹۹   | ۲.۵۰۷   | شیلی       |
| ۱/۳                     | ۲۰.۷۵                | ۲.۲۸۵   | ۲۰.۲۶   | ۱/۴                     | -۸/۰         | ۵/۵   | ۱.۹۲۳   | ۲۰۰۸۹   | ۱.۹۸۰   | کاستاریکا  |
| ۸/۳                     | ۱۳.۷۰۷               | ۱۵.۶۶۸  | ۱۵.۵۶۸  | ۱۱/۳                    | -۸/۰         | -۴/۴  | ۱۵.۷۷۱  | ۱۷.۱۴۲  | ۱۷.۹۳۵  | کانادا     |
| ۱/۲                     | ۱.۹۹۹                | ۱.۸۴۴   | ۱.۶۶۹   | -                       | -            | ۲/۵   | -       | ۲.۱۶۸   | ۲.۱۱۵   | کلمبیا     |
| ۱/۳                     | ۲۰۰۸۰                | ۲.۲۵۸   | ۲.۱۴۱   | ۱/۷                     | ۳/۸          | ۹/۳   | ۲.۴۰۵   | ۲.۳۱۶   | ۲.۱۱۹   | کوبا       |
| ۰/۵                     | ۸۲۰                  | ۱۰۰۶۸   | ۱۰۰۵۵   | ۱/۰                     | -۸/۸         | ۵/۴   | ۱.۳۹۲   | ۱.۵۲۷   | ۱.۴۴۸   | گواتمالا   |
| ۶/۸                     | ۱۱.۲۷۵               | ۱۳.۲۸۹  | ۱۲.۸۵۲  | ۱۵/۳                    | -۵/۲         | ۵/۹   | ۲۱.۴۵۴  | ۲۲.۶۳۷  | ۲۱.۳۷۰  | مکزیک      |
| ۰/۲                     | ۳۴۶                  | ۲۷۶     | ۲۵۵     | ۰/۷                     | ۸/۶          | ۷/۲   | ۹۳۲     | ۸۵۸     | ۸۰۰     | نیکاراگوئه |
| ۰/۵                     | ۷۸۸                  | ۹۱۵     | ۸۱۷     | -                       | -            | -۳/۵  | -       | ۷۴۴     | ۷۷۱     | ونزوئلا    |
| ۰/۴                     | ۶۱۱                  | ۶۱۹     | ۵۴۶     | ۰/۶                     | -۳/۳         | ۸/۲   | ۸۷۰     | ۸۹۹     | ۸۳۱     | هندوراس    |

جدول ۵- وضعیت گردشگری آمریکا<sup>۱</sup>

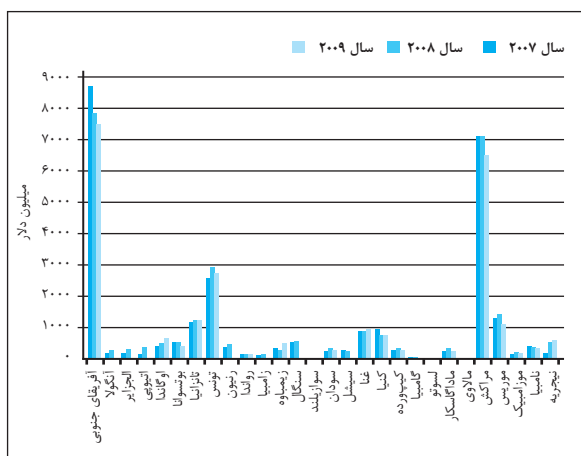
۱- سازمان گردشگری جهانی (UNWTO)/ داده‌ها در آگوست ۲۰۱۰ توسط سازمان گردشگری جهانی گردآوری شده است.

### ◀ بازار گردشگری آفریقا

آفریقا با رشد ۳ درصد سفرهای گردشگری و دستیابی به ۴۶ میلیون سفر (۵ درصد جهانی) بهترین عملکرد را در بازار گردشگری سال ۲۰۰۹ به خود اختصاص داد. با این حال درآمد حاصل از گردشگری در منطقه آفریقا با ۴ درصد کاهش به ۲۹ میلیارد دلار (۳ درصد جهانی) کاهش پیدا کرد.



نمودار ۱۱- وضعیت گردشگری آفریقا در ورود گردشگر بین‌المللی<sup>۱</sup>

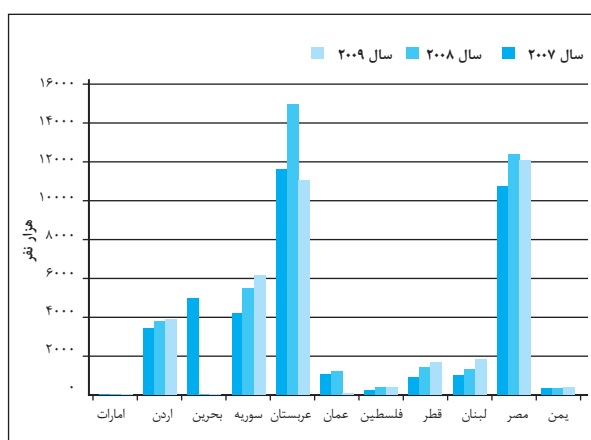


نمودار ۱۲- وضعیت در آمد گردشگر بین‌المللی در آفریقا<sup>۲</sup>

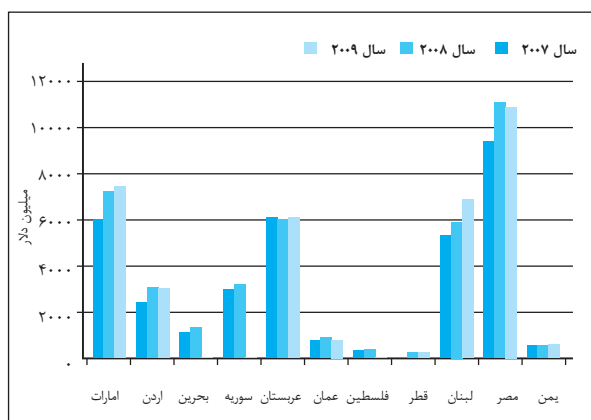
### ◀ بازار گردشگری خاورمیانه

بازار گردشگری خاورمیانه یکی از روبه‌رشدترین بازارهای

گردشگری طی چند سال گذشته بوده است. با این وجود تعداد سفرهای گردشگری در سال ۲۰۰۹ در این منطقه با ۵ درصد کاهش به تعداد ۵۳ میلیون (۶ درصد جهانی) رسید و درآمد حاصل از آن با ۱ درصد کاهش به ۴۱ میلیارد دلار (۵ درصد جهانی) کاهش پیدا کرد. با بررسی دقیق‌تر، می‌توان این کاهش را نتیجه رشد منفی در دو بازار بزرگ منطقه، یعنی عربستان سعودی و مصر دانست که موفق به حفظ رشد چشم‌گیر سال‌های قبل خود نشدند، حال آن که دیگر کشورهای منطقه شاهد رشد مثبت و حتی دو رقمی طی سال ۲۰۰۹ بوده‌اند. (لبنان: ۴۰ درصد+، قطر: ۱۸ درصد+، سوریه: ۱۲ درصد+)



نمودار ۱۳- وضعیت گردشگری خاورمیانه در ورود گردشگر بین‌المللی<sup>۳</sup>



نمودار ۱۴- وضعیت در آمد گردشگر بین‌المللی در خاورمیانه<sup>۴</sup>

۱ و ۲ و ۳- سازمان گردشگری جهانی (UNWTO)

## بازارهای گردشگری منطقه‌ای

| مقصد اصلی     | گردشگر ورودی بین‌المللی |              |            |                      |            |      |        | درآمد گردشگر بین‌المللی |            |      |
|---------------|-------------------------|--------------|------------|----------------------|------------|------|--------|-------------------------|------------|------|
|               | (۱۰۰۰)                  | تغییر (درصد) | سهم (درصد) | (میلیون دلار آمریکا) | سهم (درصد) | ۲۰۰۷ | ۲۰۰۸   | ۲۰۰۹                    | سهم (درصد) | ۲۰۰۹ |
| کشور          | ۲۰۰۷                    | ۲۰۰۸         | ۲۰۰۹       | ۰۸/۰۷                | ۰۹/۰۸      | ۲۰۰۹ | ۲۰۰۸   | ۲۰۰۷                    | ۲۰۰۹       | ۲۰۰۹ |
| افریقا        | ۴۳.۲۵۰                  | ۴۴.۳۴۰       | ۴۵.۷۱۱     | ۲/۵                  | ۳/۱        | ۱۰۰  | ۲۹.۵۶۲ | ۳۰.۲۰۷                  | ۲۸.۸۶۵     | ۱۰۰  |
| افریقای جنوبی | ۹۰.۹۱                   | ۹۰.۵۹۲       | ۷۰.۱۲      | ۵/۵                  | -          | ۱۵/۴ | ۸.۷۵۴  | ۷.۹۲۵                   | ۷.۵۴۳      | ۲۶/۱ |
| آنگولا        | ۱۹۵                     | ۲۹۴          | ۳۶۶        | ۵۱/۱                 | ۲۴/۳       | ۰/۸  | ۲۲۵    | ۲۸۵                     | -          | -    |
| الجزایر       | ۱.۷۴۳                   | ۱.۷۷۲        | ۱.۹۱۲      | ۱/۶                  | ۷/۹        | ۴/۲  | ۲۱۹    | ۳۲۵                     | -          | -    |
| اتیوپی        | ۳۱۲                     | ۳۳۰          | -          | ۵/۸                  | -          | -    | ۱۷۶    | ۳۷۷                     | -          | -    |
| اوگاندا       | ۶۴۲                     | ۸۴۴          | ۸۱۷        | ۳۱/۵                 | -۳/۲       | ۱/۸  | ۳۹۸    | ۴۹۸                     | ۶۶۷        | ۲/۳  |
| بوتسوانا      | ۱.۴۵۵                   | ۱.۵۰۰        | ۱.۵۵۳      | ۳/۱                  | ۳/۵        | ۳/۴  | ۵۴۶    | ۵۵۳                     | ۴۲۲        | ۱/۵  |
| تانزانیا      | ۶۹۲                     | ۷۵۰          | -          | ۸/۴                  | -          | -    | ۱.۱۹۹  | ۱.۲۸۹                   | ۱.۲۶۰      | ۴/۴  |
| تونس          | ۶.۷۶۲                   | ۷.۰۴۹        | ۶.۹۰۱      | ۴/۲                  | -۲/۱       | ۱۵/۱ | ۲.۵۷۵  | ۲.۹۵۳                   | ۲.۷۷۳      | ۹/۶  |
| رئونیون       | ۳۸۱                     | ۳۹۶          | ۴۲۲        | ۴/۲                  | ۶/۴        | ۰/۹  | ۴۰۱    | ۴۴۹                     | -          | -    |
| رواندا        | ۷۱۰                     | ۷۳۱          | ۶۹۹        | ۳/۰                  | -۴/۴       | ۱/۵  | ۱۵۲    | ۱۸۶                     | ۱۷۴        | ۰/۶  |
| زامبیا        | ۸۹۷                     | ۸۱۲          | -          | -۹/۵                 | -          | -    | ۱۳۸    | ۱۴۶                     | -          | -    |
| زیمبابوه      | ۲.۵۰۶                   | ۱.۹۵۶        | ۲.۰۱۴      | -۲۲/۰                | ۳/۰        | ۴/۴  | ۳۵۶    | ۲۹۴                     | ۵۲۳        | ۱/۸  |
| سنگال         | ۸۷۵                     | -            | -          | -                    | -          | -    | ۵۳۱    | ۵۴۳                     | -          | -    |
| سوازیلند      | ۸۷۰                     | ۷۵۴          | ۹۰۹        | -۱۳/۳                | ۲۰/۴       | ۲/۰  | ۳۲     | ۱۹                      | -          | -    |
| سودان         | ۴۳۶                     | ۴۴۱          | ۴۲۰        | ۱/۱                  | -۴/۶       | ۰/۹  | ۲۶۲    | ۳۳۱                     | ۲۹۹        | ۱/۰  |
| سیشل          | ۱۶۱                     | ۱۵۹          | ۱۵۸        | -۱/۴                 | -۰/۹       | ۰/۳  | ۲۸۵    | ۲۵۸                     | -          | -    |
| غنا           | ۵۸۷                     | ۶۹۸          | ۸۰۳        | ۱۹/۰                 | ۱۵/۰       | ۱/۸  | ۹۰۸    | ۹۱۹                     | ۹۶۸        | ۳/۳  |
| کنیا          | ۱.۶۸۶                   | ۱.۱۴۱        | -          | -۳۲/۳                | -          | -    | ۹۷۲    | ۷۶۲                     | ۸۰۷        | ۲/۸  |
| کیپ ورده      | ۲۶۷                     | ۲۸۵          | ۲۸۷        | ۶/۷                  | ۰/۷        | ۰/۶  | ۳۰۳    | ۳۵۰                     | ۲۸۷        | ۱/۰  |
| گامبیا        | ۱۴۳                     | ۱۴۷          | ۱۴۲        | ۲/۹                  | -۳/۵       | ۰/۳  | ۸۴     | ۸۳                      | -          | -    |
| لسوتو         | ۲۹۲                     | ۲۸۵          | -          | -۲/۴                 | -          | -    | ۴۶     | ۳۴                      | -          | -    |
| ماداگاسکار    | ۳۴۴                     | ۳۷۵          | ۱۶۳        | ۸/۹                  | -۵۶/۶      | ۰/۴  | ۲۶۹    | ۳۴۹                     | ۲۸۰        | ۱/۰  |
| مالاوی        | ۷۳۵                     | ۷۴۲          | -          | ۱/۰                  | -          | -    | ۳۶     | ۴۳                      | ۴۳         | ۰/۱  |
| مراکش         | ۷.۴۰۸                   | ۷.۸۷۹        | ۸.۳۴۱      | ۶/۴                  | ۵/۹        | ۱۸/۳ | ۷.۱۶۲  | ۷.۱۶۸                   | ۶.۵۵۶      | ۲۲/۷ |
| موریس         | ۹۰۷                     | ۹۳۰          | ۸۷۱        | ۲/۶                  | -۶/۴       | ۱/۹  | ۱.۲۹۹  | ۱.۴۴۹                   | ۱.۱۱۷      | ۳/۹  |
| موزامبیک      | ۷۷۱                     | ۱.۹۱۵        | ۲.۳۸۶      | -                    | ۲۲/۳       | ۵/۲  | ۱۶۳    | ۱۹۰                     | ۱۹۷        | ۰/۶  |
| نامیبیا       | ۹۲۹                     | ۹۳۱          | -          | ۰/۲                  | -          | -    | ۴۳۴    | ۳۸۷                     | ۳۶۱        | ۱/۲  |
| نیجریه        | ۱.۲۱۲                   | ۱.۳۱۳        | -          | ۸/۳                  | -          | -    | ۲۱۳    | ۵۶۹                     | ۶۰۲        | ۲/۱  |

جدول ۶- وضعیت گردشگری آفریقا<sup>۱</sup>

۱- سازمان گردشگری جهانی (UNWTO)/ داده‌ها در آگوست ۲۰۱۰ توسط سازمان گردشگری جهانی گردآوری شده است.



## چشم‌انداز بلند مدت گردشگری دنیا

| مقصد اصلی     | گردشگر ورودی بین‌المللی |              |            |                      |            | درآمد گردشگر بین‌المللی |        |
|---------------|-------------------------|--------------|------------|----------------------|------------|-------------------------|--------|
|               | (۱۰۰۰)                  | تغییر (درصد) | سهم (درصد) | (میلیون دلار آمریکا) | سهم (درصد) | ۲۰۰۹                    | ۲۰۰۸   |
| کشور          | ۲۰۰۷                    | ۲۰۰۸         | ۲۰۰۹       | ۲۰۰۷                 | ۲۰۰۸       | ۲۰۰۹                    | ۲۰۰۸   |
| خاورمیانه     | ۴۶،۷۳۲                  | ۵۵،۶۱۸       | ۵۲،۹۰۴     | ۱۹/۰                 | -۴/۹       | ۱۰۰                     | ۴۱،۱۷۵ |
| امارات        | -                       | -            | -          | -                    | -          | ۱۷/۹                    | ۷،۳۵۲  |
| اردن          | ۳،۴۳۰                   | ۳،۷۲۹        | ۳،۷۸۹      | ۸/۷                  | ۱/۶        | ۷/۱                     | ۲،۹۱۱  |
| بحرین         | ۴،۹۳۵                   | -            | -          | -                    | -          | -                       | ۱،۱۶۶  |
| سوریه         | ۴،۱۵۸                   | ۵،۴۳۰        | ۶،۰۹۲      | ۳۰/۶                 | ۱۲/۲       | ۱۱/۵                    | ۲،۸۸۴  |
| عربستان سعودی | ۱۱،۵۳۱                  | ۱۴،۷۵۷       | ۱۰،۸۹۶     | ۲۸/۰                 | -۲۶/۲      | ۲۰/۶                    | ۵،۹۶۸  |
| عمان          | ۱،۱۲۴                   | ۱،۲۷۳        | -          | ۱۳/۳                 | -          | -                       | ۷۰۰    |
| فلسطین        | ۲۶۲                     | ۳۸۷          | ۳۹۶        | ۴۶/۶                 | ۲/۲        | ۰/۷                     | ۲۶۹    |
| قطر           | ۹۶۴                     | ۱،۴۰۵        | ۱،۶۵۹      | ۴۵/۸                 | ۱۸/۱       | ۳/۱                     | ۱۴۵    |
| لبنان         | ۱۰،۱۱۷                  | ۱،۳۳۳        | ۱،۸۵۱      | ۳۱/۰                 | ۳۸/۹       | ۳/۵                     | ۵،۸۱۹  |
| مصر           | ۱۰،۶۱۰                  | ۱۲،۲۹۶       | ۱۱،۹۱۴     | ۱۵/۹                 | -۳/۱       | ۲۲/۵                    | ۹،۳۰۳  |
| یمن           | ۳۷۹                     | ۴۰۴          | ۴۳۴        | ۶/۶                  | ۷/۳        | ۰/۸                     | ۴۲۵    |

جدول ۷- وضعیت گردشگری خاورمیانه<sup>۱</sup>

## گردشگری فرا منطقه‌ای

در حال توسعه، به لطف افزایش درآمد خالص در سال‌های اخیر مشاهده می‌شود. این رشد به‌ویژه در بازارهای آسیای جنوب شرقی، اروپای شرقی، خاورمیانه و آمریکای جنوبی قابل توجه است.

مطابق آمار، ۷۵ درصد سفرهای بین‌المللی به‌صورت درون منطقه‌ای (مناطق ذکر شده) انجام می‌شوند. با وجود آن که هم‌چنان بازارهای اصلی گردشگری بین‌المللی در کشورهای صنعتی اروپا، آمریکا و آسیا تمرکز یافته‌اند، رشد قابل توجهی در بازار گردشگری کشورهای

## چشم‌انداز بلند مدت گردشگری دنیا

سازمان جهانی گردشگری ارزیابی و چشم‌انداز خود را از توسعه گردشگری طی بیست سال اول سده جدید تحت عنوان دیدگاه توریستی<sup>۲۰۲۰</sup> منتشر کرده است. نتیجه اصلی این مطالعه پیش‌بینی‌های کمی بر پایه یک بازه ۲۵ ساله از سال ۱۹۹۵ به‌عنوان سال پایه و پیش‌بینی برای سال‌های ۲۰۱۰ و ۲۰۲۰ است. گرچه ارزیابی گردشگری طی چند سال اخیر دور از انتظار بوده است، هم‌چنان این سند به‌عنوان مرجع مورد استفاده بوده و انتظار تغییرات عمده‌ای در آن نمی‌رود. بررسی تجربیات سال‌های قبل نشان می‌دهد معمولاً بازه‌های با رشد سریع، نظیر سال‌های ۱۹۹۵ تا ۲۰۰۰ و یا ۲۰۰۴ تا ۲۰۰۷ با دوره‌هایی با رشد اندک دنبال می‌شوند، هم‌چنان که رشد آهسته بازار در سال‌های ۲۰۰۱ تا ۲۰۰۳ و ۲۰۰۸-۲۰۰۹ گواه این مدعا است. در حال حاضر سازمان گردشگری جهانی در

| رتبه       | تعداد گردشگر بین‌المللی (میلیارد نفر) |      | تغییر (درصد) |      | جمعیت (میلیون نفر) |      |
|------------|---------------------------------------|------|--------------|------|--------------------|------|
|            | ۲۰۰۸                                  | ۲۰۰۹ | ۲۰۰۸         | ۲۰۰۹ | ۲۰۰۸               | ۲۰۰۹ |
| دنیا       | ۹۴۱                                   | ۸۵۲  | -۵/۹         | ۲/۰  | ۶،۷۹۲              | ۱۲۵  |
| ۱ آلمان    | ۹۱/۰                                  | ۸۱/۲ | -۵/۹         | ۲/۰  | ۸۲                 | ۹۸۹  |
| ۲ آمریکا   | ۷۹/۷                                  | ۷۳/۲ | -۸/۱         | ۴/۴  | ۳۰۷                | ۲۳۸  |
| ۳ انگلستان | ۶۸/۵                                  | ۵۰/۳ | -۱۳/۳        | ۴/۴  | ۵/۹                | ۸۱۴  |
| ۴ چین      | ۳۶/۲                                  | ۴۳/۷ | ۲۰/۹         | ۲۱/۴ | ۵/۱                | ۳۳   |
| ۵ فرانسه   | ۴۱/۴                                  | ۳۸/۵ | -۱/۹         | ۰/۸  | ۴/۵                | ۶۱۵  |
| ۶ ایتالیا  | ۳۰/۸                                  | ۲۷/۹ | -۴/۳         | ۴/۵  | ۳/۳                | ۴۶۷  |
| ۷ ژاپن     | ۲۷/۹                                  | ۲۵/۱ | -۱۸/۴        | -۷/۶ | ۳/۰                | ۱۹۷  |
| ۸ کانادا   | ۲۷/۲                                  | ۲۴/۲ | -۴/۸         | ۹/۴  | ۲/۸                | ۸۱۷  |
| ۹ روسیه    | ۲۳/۸                                  | ۲۰/۸ | -۱۲/۷        | ۱۲/۱ | ۲/۴                | ۱۴۷  |
| ۱۰ هند     | ۲۱/۷                                  | ۲۰/۷ | -۰/۴         | ۶/۲  | ۲/۴                | ۱۶   |

جدول ۸- کشورهای برتر دنیا به لحاظ صرف هزینه گردشگر آن کشور<sup>۲</sup>

۱ و ۲- سازمان گردشگری جهانی (UNWTO)/ داده‌ها در آگوست ۲۰۱۰ توسط سازمان گردشگری جهانی گردآوری شده است.

## نقش حمل و نقل هوایی در صنعت گردشگری

| ورودی گردشگر بین‌المللی به تفکیک منطقه (میلیون) |          |      |                                 |            |      |      |
|-------------------------------------------------|----------|------|---------------------------------|------------|------|------|
| سال پایه                                        | پیش‌بینی |      | نسبت میانگین رشد سالیانه (درصد) | سهم (درصد) |      |      |
|                                                 | ۲۰۲۰     | ۲۰۱۰ |                                 | ۱۹۹۵       | ۲۰۲۰ |      |
| مجموع                                           | ۵۶۵      | ۱۰۰۶ | ۱۵۶۱                            | ۴/۱        | ۱۰۰  | ۱۰۰  |
| آفریقا                                          | ۲۰       | ۴۷   | ۷۷                              | ۵/۵        | ۳/۶  | ۵/۰  |
| امریکا                                          | ۱۰۹      | ۱۹۰  | ۲۸۲                             | ۳/۹        | ۱۹/۳ | ۱۸/۱ |
| اروپا                                           | ۳۳۸      | ۵۲۷  | ۷۱۷                             | ۳/۰        | ۵۹/۸ | ۴۵/۹ |
| جنوب آسیا                                       | ۴        | ۱۱   | ۱۹                              | ۶/۲        | ۰/۷  | ۱/۲  |
| خاورمیانه                                       | ۱۲       | ۳۶   | ۶۹                              | ۷/۲        | ۲/۲  | ۴/۴  |
| شرق آسیا-اقیانوسیه                              | ۸۱       | ۱۹۵  | ۳۹۷                             | ۶/۵        | ۱۴/۴ | ۲۵/۴ |

جدول ۹- وضعیت ورودی گردشگر بین‌المللی به تفکیک منطقه (گذشته، حال و آینده)<sup>۲</sup>

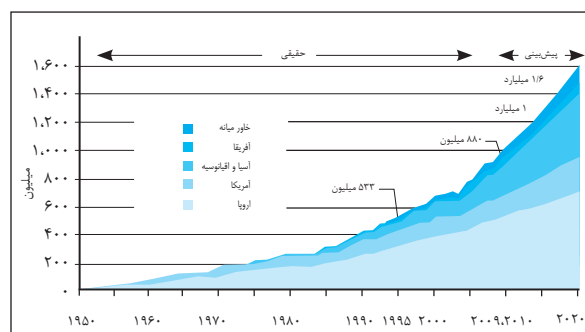
سه مقصد اصلی برای گردشگری بین‌المللی به ترتیب، اروپا با ۷۱۷ میلیون گردشگر، آسیای شرقی با ۳۱۷ میلیون گردشگر و امریکا با ۲۸۲ میلیون گردشگر خواهند بود و به دنبال آن‌ها آفریقا و خاورمیانه در رتبه‌های بعدی قرار خواهند داشت.

## نقش حمل و نقل هوایی در صنعت گردشگری

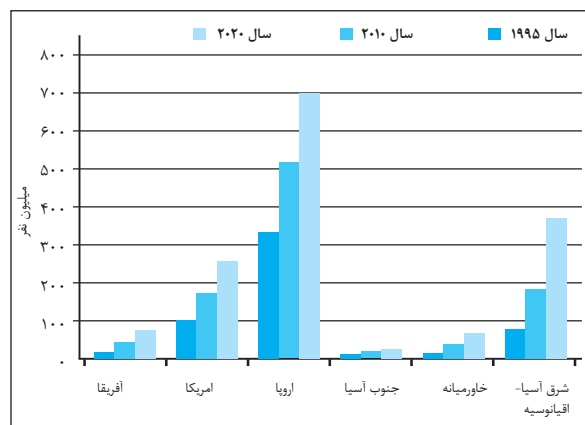
حمل و نقل هوایی سبب توسعه قابل توجه گستره مقاصد گردشگری دنیا شده است و در نتیجه نقش مهمی در تعریف ابعاد و کیفیت گردشگری جهانی بازی می‌کند. در حال حاضر بیش از ۵۰ درصد گردشگران بین‌المللی به شیوه هوایی مسافرت می‌کنند که این رقم در سال ۱۹۹۰ برابر با ۳۵ درصد بوده است.

سیستم حمل و نقل هوایی یکی از عمده‌ترین عناصر تشکیل دهنده صنعت گردشگری است که بخشی از هزینه‌های گردشگران را به خود اختصاص می‌دهد. اساساً گردشگری با جا به جایی و حرکت

حال به روز رسانی این سند برای چشم‌انداز ۲۰۳۰ است. انتظار می‌رود تعداد سفرهای بین‌المللی در سال ۲۰۲۰ به تعداد ۱/۶ میلیارد سفر برسد که ۰/۴ میلیارد سفر آن، به صورت فرامنطقه‌ای و مابقی درون منطقه‌ای خواهد بود. نرخ رشد متوسط سالانه برای مناطق آسیای شرقی و اقیانوسیه، آسیای جنوبی، خاورمیانه و آفریقا بیش از ۵ درصد تخمین زده می‌شود که بالاتر از رقم پیش‌بینی شده برای متوسط رشد جهانی است. بر اساس این پیش‌بینی، اروپا هم‌چنان بیشترین سهم از گردشگری بین‌المللی را خواهد داشت، گرچه از سهم ۶۰ درصد در سال ۱۹۹۵ به ۴۶ درصد در سال ۲۰۲۰ کاهش پیدا خواهد کرد. بررسی منطقه‌ای این چشم‌انداز نشان می‌دهد که در سال ۲۰۲۰



نمودار ۱۵- ورودی گردشگر بین‌المللی به تفکیک منطقه (میلیون)<sup>۱</sup>



نمودار ۱۶- وضعیت ورود گردشگر بین‌المللی به تفکیک منطقه (گذشته، حال و آینده)<sup>۲</sup>

**۵- اقتصاد:** گردشگری صادرات نامریی و ارز آورترین صنعت است که باعث ایجاد شغل، توزیع ثروت، کاهش فقر و ارتقای سطح زندگی، صلح و دوستی و توسعه تولیدات صنعتی و صنایع دستی می‌شود. ساختار حمل و نقل و دسترسی راحت و با کیفیت بالا برای گردشگران یکی از مهم‌ترین ملزومات ایجاد هر منطقه گردشگری است. در اغلب مناطق توسعه یافته گردشگری، شبکه حمل و نقل وسیع و مناسب وجود دارد. اهمیت نوع سامانه حمل و نقل در کشورهای مختلف برای گردشگران متفاوت است. در آمریکا سامانه حمل و نقل هوایی از اهمیت بیشتری برخوردار است. در آمریکا ۱۵ درصد از مسافرت‌های بین شهری از طریق حمل و نقل هوایی انجام می‌شود (در ایران حدود ۳ درصد است). عمده‌ترین ویژگی حمل و نقل هوایی سرعت جا به جایی بالای آن است.

در بخش سفرهای بین‌المللی در سال ۲۰۰۹، نیمی از سفرهای گردشگری در دنیا به صورت هوایی انجام شده است، در حالی که این رقم در مناطق آسیای جنوبی و از جمله ایران بالغ بر ۸۲ درصد است که عمدتاً ناشی از عدم توسعه سایر شیوه‌های حمل و نقل است.

گردشگری به معنی گذران اوقات فراغت، باب تازه‌ای از سفرهای مورد نیاز انسان قرن بیستم است که به عنوان یک صنعت پاک در قرن ۲۱ بسوی جهانی شدن حرکت می‌کند. به عبارت دیگر گردشگری تنها یک خواسته و نیاز نیست، بلکه یک حق است. از دهه ۸۰ به بعد دیدگاه دیگری مطرح شد که گردشگری را نوعی حق به حساب آورده است، یعنی فراغت و سفر، بخشی از حقوق بشر محسوب شده و دولت‌ها موظف‌اند زمینه احقاق این حق را فراهم کنند.

تردید نیست که رشد سیستم گردشگری مدیون توسعه سیستم حمل و نقل است. امروزه یکی از معیارهای سنجش سطح توسعه یافتگی هر سرزمینی، نظام حمل و نقل آن سرزمین است. حمل و نقل به مثابه بال‌های پرنده و گردشگری خود پرنده است. امروزه مهم‌ترین نوع حمل و نقل، به ویژه در گردشگری بین‌المللی، حمل و نقل هوایی است. به همین جهت عدم توسعه و پیشرفت

از مبدا و محل زندگی دایمی افراد به نقاط دور دست تحقق پیدا می‌کند. توسعه و گسترش صنعت گردشگری منوط به توسعه امکانات حمل و نقل است و حمل و نقل هوایی با ایجاد امکانات دسترسی آسان و راحت، سریع و ایمن به نقاط مختلف و با فواصل زیاد، سهم قابل ملاحظه‌ای از جا به جایی گردشگران را به خود اختصاص داده است.

فرودگاه‌ها که مبدا و مقصد مسافرت‌های هوایی و دروازه ورودی به شهرها و کشورها هستند به عنوان نماد یک شهر و کشور شناخته می‌شوند. زیبایی، شکوه، تسهیلات و امکانات، معماری و چشم‌نوازی یک فرودگاه بیانگر وضعیت اجتماعی فرهنگی و حتی سیاسی آن شهر یا کشور است.

فراهم بودن امکانات حمل و نقل مناسب، مطمئن، راحت و سریع و ارزان پیش شرط توسعه گردشگری است. زیرا گردشگران در تصمیمات خود دو عامل هزینه و زمان را مد نظر قرار می‌دهند و برای دسترسی به مقاصد گردشگری انتخاب نوع سیستم حمل و نقل بر این دو عامل تاثیرگذار است. به همین دلیل در پنجاه سال گذشته سفرهای هوایی رونق بیشتری یافته، زیرا در سفرهای طولانی استفاده از هواپیما از نظر زمان و همچنین هزینه مقرون به صرفه است.

گردشگری یک فعالیت مهم اجتماعی و متشکل از پنج عنصر زیر است.

**۱- گردشگر:** مسافری که در قالب فعالیت‌های گردشگری، مسافرت می‌کند. گردشگر مهمترین عنصر است، چرا که با حرکت انسان و جابه‌جایی او مبنای اولیه گردشگری شکل می‌گیرد، پس عامل اصلی است.

**۲- ناحیه مبدا:** جایی که گردشگر در آن زندگی می‌کند در واقع بازار گردشگری است.

**۳- ناحیه مقصد:** محلی که خدمات ارایه می‌کند و جاذبه‌های گردشگری در آنجا قرار دارد.

**۴- شبکه‌های ارتباطی:** شبکه‌هایی که مبدا را به مقصد گردشگری متصل می‌کنند.

در حمل و نقل هوایی یکی از مشکلات کشورهای در حال توسعه در زمینه گردشگری بین‌المللی است. حضور نسل جدید هواپیماهای مدرن، رشد سریع حجم ترافیک هوایی و تقاضای سفر هوایی در کنار اصل حداقل زمان و هزینه، زیر بنای حمل و نقل هوایی است. در روابط بین کشورها بعد از روابط سیاسی و دفاتر کنسولی، شرکت‌های هواپیمایی حرف اول را می‌زنند.

جایگاه و نقش حمل و نقل در ابعاد مختلف اقتصادی، سیاسی و اجتماعی جوامع امروزی بر کسی پوشیده نیست. به عبارتی امروزه حمل و نقل را به عنوان یکی از پایه‌های اساسی توسعه متوازن و پایدار کشورها می‌دانند. در اهمیت نظام حمل و نقل کارآمد، آن را به نیروی محرکه یا موتور توسعه تعبیر می‌کنند و کارآمدی و توانمندی آن را زمینه‌ساز توسعه پایدار می‌دانند. صنعت حمل و نقل هوایی که به موازات پیشرفت علم و تکنولوژی، همراه با نیازهای اجتماعی و اقتصادی و سیاسی حرکت می‌کند، در سطح جهانی جایگاهی مهم به دست آورده است.

یکی از ویژگی‌های اقتصادی حمل و نقل هوایی تاثیرگذاری آن بر صنایع دیگر است. در این راستا صنعت گردشگری را می‌توان نام برد. گردشگری و حمل و نقل هوایی تا حد زیادی به هم وابسته‌اند. هم‌اکنون حدود ۵۰ درصد از گردشگران بین‌المللی از طریق هوایی مسافرت می‌کنند. در حالی که در سال ۱۹۹۰ این بخش تنها ۳۵ درصد مسافران را شامل می‌شد.

هواپیما در جوامع متمدن امروزی یکی از ضروریات زندگی مدرن است. زیرا که تمایل به راحتی و سرعت در سفر، گرایشی است که در این جوامع رو به رشد است و در نتیجه موجب تقاضای روزافزون به استفاده از این وسیله شده است. میل به گردشگری در انسان‌ها و دیدن مکان‌های جدید و بناهای تاریخی می‌تواند عاملی برای سفر و رونق مسافرت‌های هوایی باشد. حمل و نقل هوایی در مقایسه با دیگر روش‌های حمل و نقل دارای مزایای عمده‌ای می‌باشد که منجر به استفاده روزافزون از این شیوه حمل و نقل برای جابه‌جایی مسافر و کالا شده است. از آن جمله:

۱- گنجایش واحد حمل و نقل: در سال ۱۹۷۰ هواپیمای بوئینگ

۷۴۷ با گنجایش ۴۷۰ مسافر به پرواز در آمد و هم‌اکنون هواپیمای ایرباس A۳۸۰ با گنجایش ۷۰۴ مسافر به پرواز در آمده و با طراحی‌های جدید، در آینده ای نه چندان دور هواپیماهایی با گنجایش بیش از ۱۰۰۰ نفر ساخته خواهد شد.

۲- سرعت واحد حمل و نقل هوایی: سرعت مهم‌ترین عامل برتری حمل و نقل هوایی نسبت به سایر وسایل حمل و نقل بوده است.

۳- شعاع عمل یا شعاع پرواز مستقل هواپیماها

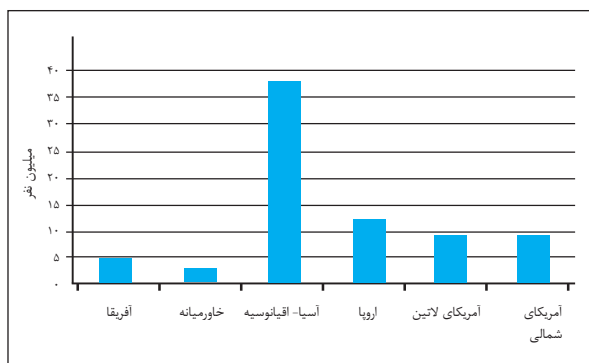
۴- منظم بودن برنامه‌ریزی در سرویس دهی

۵- آسایش و راحتی: تنوع و کیفیت خدمات باعث بالا رفتن احساس آسایش و راحتی در سفرهای هوایی شده است.

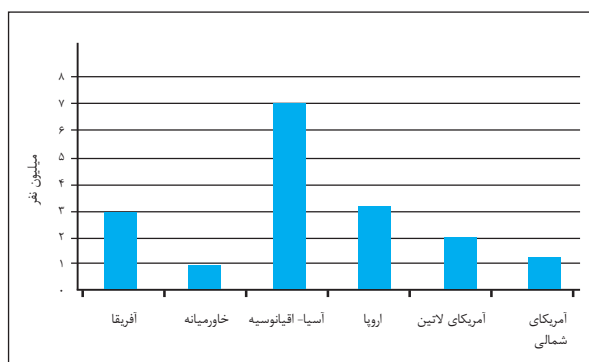
۶- ایمنی: ایمنی هواپیماها از ایمنی خودروهای زمینی بیشتر است. اگر ضریب ایمنی را تعداد حادثه منجر به مرگ برای ۱۰۰ میلیون مسافر در کیلومتر تعریف کنیم رقم مربوط به مسافرت هوایی ۰/۶، برای راه‌آهن ۰/۲۴ و برای اتومبیل ۳/۵ می‌شود. پس ملاحظه می‌شود که ایمنی ترابری هوایی ۵ تا ۶ برابر ایمنی حمل و نقل جاده‌ای است.

۷- سهولت استفاده: سهولت استفاده از هواپیما را می‌توان بیشتر امری ذاتی دانست، مثلاً عبور راحت از اقیانوس‌ها و عدم اجبار در تعویض وسیله حمل و نقل در خشکی و دریا از نکات بسیار مثبت هواپیما به‌شمار می‌رود.

سیستم حمل و نقل در قلب صنعت گردشگری قرار دارد و مبدا یا وطن گردشگران را به مقصدها (با تمام جذابیت‌ها، تسهیلات، تشکیلات و سایر ویژگی‌های سفر مرتبط می‌سازد. کارآیی، راحت بودن و میزان سلامت و امنیت این سیستم، تعیین‌کننده نوع تجربه و کیفیتی است که از سفر بدست می‌آید. بین پیشرفت سیستم حمل و نقل و رشد صنعت گردشگری یک رابطه مستقیم برقرار است. برای برخی از مقصدها، محدودیت‌هایی که به وسیله سیستم حمل و نقل و زیرساخت‌های مقصد (مثل فرودگاه‌ها و جاده‌ها) اعمال می‌شوند، بزرگ‌ترین مانع و عامل بازدارنده در مسیر محسوب می‌شوند. در مورد مقصدهایی که به صورت جزیره در وسط اقیانوس‌ها قرار دارند بدون وجود فرودگاه و خطوط هوایی، صنعت گردشگری در آن مسیرها رشد نمی‌کند. [۵] و [۶]



نمودار ۱۷- اشتغال در بخش گردشگری به تفکیک مناطق<sup>۱</sup>



نمودار ۱۸- اشتغال در بخش گردشگری وابسته به حمل و نقل هوایی به تفکیک مناطق دنیا<sup>۲</sup>

هستند، در حالی که از کل شاغلین بخش گردشگری امریکای شمالی تعداد ۳۱۰ هزار نفر (معادل ۴ درصد) به طور مستقیم در ارتباط با گردشگران هوایی هستند [۷].

## بازار گردشگری ایران

### سهم ایران از گردشگری

صنعت گردشگری به عنوان یکی از مهم ترین فعالیت های اقتصادی جهان، به طور متوسط ۱۰ درصد تولید ناخالص داخلی و ۱۰ درصد اشتغال جهان را به خود اختصاص داده است و برای برخی از کشورها به عنوان مهم ترین فعالیت اقتصادی ارز آور محسوب می شود، از سال ۱۹۵۰ تا ۲۰۰۷ تعداد جهانگردان بین الملل از

## حمل و نقل هوایی، موتور توسعه صنعت گردشگری

از مهم ترین فواید اقتصادی حمل و نقل هوایی تاثیر غیرمستقیم آن بر سایر صنایع است. بخش گردشگری به عنوان یکی از تاثیر پذیرترین بخش ها دارای تعاملی دو جانبه با حمل و نقل هوایی است. بخش گردشگری وابسته به سامانه حمل و نقل برای رساندن گردشگران و بخش حمل و نقل هوایی وابسته به گردشگری برای تولید تقاضای سفر جهت ارائه خدمات است.

## اشتغال و تولید ناخالص داخلی در بخش گردشگری (متاثر از حمل و نقل هوایی)

بیش از ۶/۷ میلیون شغل به طور مستقیم در صنعت گردشگری توسط هزینه هایی که گردشگران هوایی خارجی صرف می کنند ایجاد می شود که شامل فرصت های شغلی در صنایعی مانند: هتل ها، رستوران ها، مراکز جذب گردشگر، حمل و نقل محلی، مراکز کرایه خودرو و ... می شود. این تعداد شغل شامل فرصت های شغلی مستقیم درون صنعت حمل و نقل هوایی نمی شود. ۵/۷ میلیون شغل دیگر نیز به واسطه مسافران هوایی و به طور غیر مستقیم در بخش های وابسته به صنعت گردشگری ایجاد می شود. این میزان اشتغال ایجاد شده معادل سهم ۳۰۰ میلیارد دلار از تولید ناخالص داخلی سالانه جهانی است (به غیر از سهم بخش حمل و نقل هوایی).

اهمیت و تاثیر حمل و نقل هوایی بر تولید اشتغال در بخش گردشگری در مناطق گوناگون دنیا متفاوت است. در کشورهای در حال توسعه بخش گردشگری منبعی مهم در تولید کسب و کار و ایجاد فرصت های شغلی جدید محسوب می شود. از کل شاغلین بخش گردشگری قاره آفریقا تعداد ۶۷۵ هزار نفر (معادل ۲۰ درصد) به طور مستقیم در ارتباط با گردشگران هوایی

۱- مرکز پیش بینی های اقتصادی دانشگاه آکسفورد (OEF)

۲۵ میلیون نفر به ۹۰۳ میلیون نفر افزایش یافته و درآمد ناشی از این فعالیت مهم نیز به ۸۵۶ میلیارد دلار رسیده است.

سهم ایران در ورودی‌های گردشگری طی سال‌های اخیر نسبت به سال‌های قبل تغییری نکرده و در حال حاضر کشور ما تنها ۰/۲۴ درصد ورودی‌های گردشگری جهان را به خود اختصاص داده است و به بیان دیگر، ایران به رغم داشتن زمینه‌های مساعد فراوان، کمتر از یک دوم هند، یک دهم ترکیه، یک پنجم عربستان و یک پنجم امارات متحده عربی گردشگر بین‌المللی جذب می‌کند و از این نظر در رتبه هشتادم جهان قرار دارد.

سازمان جهانی گردشگری در گزارش سال ۲۰۱۰ اعلام کرد که رشد قابل توجه تعداد سفر گردشگران بین‌المللی به خاورمیانه و دیدار از جاذبه‌های گردشگری این منطقه موجب آن شده است که این منطقه گردشگرپذیر، به چهارمین منطقه گردشگری جهان تبدیل شود. گزارش این سازمان حاکی از آن است که روند ورودی گردشگران خارجی به خاورمیانه در سال ۲۰۰۸، ۱۹ درصد نسبت به مدت مشابه سال قبل افزایش داشته است.

کل تعداد گردشگر بین‌المللی که در سال ۲۰۰۹ از کشورهای خاورمیانه دیدن کردند به ۵۳۰ میلیون نفر رسیده است. ۸۰ درصد درآمد و اشتغال حاصل از گردشگری جهان به آمریکا و اروپا اختصاص داشته و از ۲۰ درصد باقی‌مانده ۲۵ درصد سهم خاورمیانه است که کمتر از یک درصد آن به ایران تعلق دارد. ایران با داشتن جاذبه‌های فراوان گردشگری سهم بسیار اندکی از صنعت گردشگری جهانی را به خود اختصاص داده است.

بررسی نقش و تاثیر گردشگری در رونق اقتصادی ایران نشان می‌دهد که به‌علت پایین بودن شمار گردشگران به‌ویژه گردشگران خارجی در ایران این تاثیر در مجموع بسیار کم و ناچیز است، به‌طوری که سهم گردشگری در تولید ناخالص داخلی در حدود ۳/۳ درصد برآورد شده است [۸].

روند سه دهه اخیر ورود گردشگر به ایران نشان می‌دهد که عوامل موثر در جذب گردشگر بین‌المللی به ایران متزلزل بوده و این روند دچار نوسانات زیادی شده است. برای بررسی دقیق‌تر این

موضوع در نمودار (۱۹) آمار مربوط به ورود گردشگرهای خارجی به ایران در بازه زمانی سال‌های ۱۳۴۸ تا ۱۳۸۵ ارایه شده است. بر اساس این نمودار می‌توان این روند را به سه مرحله مشخص تقسیم نمود. مرحله اول مربوط به سال‌های ۱۳۴۸ تا ۱۳۵۶ است. در این دوره اجرای برنامه‌های عمرانی کشور و تلاش‌هایی برای گسترش امور زیربنایی و تاسیسات اقامتی و همچنین گسترش روابط بین‌المللی ایران با کشورهای خارجی اثر مثبتی بر صنعت گردشگری گذاشت و موجب شد تا تعداد گردشگرهای بین‌المللی وارد شده به ایران از ۳۴۱۱۹۸ نفر در سال ۱۳۴۸ به ۶۷۸۱۵۷ نفر در سال ۱۳۵۶ برسد که به‌طور متوسط رشدی معادل ۲۲/۶۵ درصد در سال را نشان می‌دهد.

با وقوع انقلاب اسلامی و شروع جنگ تحمیلی، صنعت گردشگری ایران وارد مرحله دوم خود شد. در این دوره ضمن آن که از لحاظ فرهنگی جامعه آمادگی پذیرش گردشگرهای خارجی را نداشت، شهروندان خارجی نیز به دلیل عدم احساس امنیت کافی، تمایل چندانی به دیدار از ایران نداشتند. بنابراین در این مرحله تعداد گردشگر بین‌المللی ورودی به شدت کاهش یافت. مرحله مذکور تا سال ۱۳۶۷ که سال پایان جنگ تحمیلی است ادامه داشت. در این مرحله تعداد گردشگر بین‌المللی از ۶۷۸۱۵۷ نفر در سال ۱۳۵۶ به ۷۰۷۴۰ نفر در سال ۱۳۶۷ رسید که به‌طور متوسط سالانه ۸/۲۴ درصد رشد منفی را تجربه کرده است.

با پایان جنگ تحمیلی و شروع دوره بازسازی و اجرای برنامه اول توسعه، صنعت گردشگری ایران وارد مرحله سوم خود شد. در این مرحله با ترمیم نسبی اقتصاد کشور و ایجاد امنیت نسبی، تعداد گردشگر بین‌المللی دیدارکننده از ایران روند صعودی به خود گرفت. به طوری که از ۷۰۷۴۰ نفر در سال ۱۳۶۷ به ۲۷۳۵۰۰ نفر در سال ۱۳۸۵ رسید. این رقم رشد متوسطی معادل ۱۶۳/۷۵ درصد در سال را نشان می‌دهد. با توجه به این که ایران، در حال توسعه روابط خارجی و بازسازی جایگاه بین‌المللی خود در سال‌های اخیر بوده و هست، پیش‌بینی می‌شود که روند ورود گردشگر بین‌المللی به ایران در طی سال‌های آینده همچنان سیر صعودی را دنبال کند.

حرم مطهر امام هشتم (ع) در ایران، شاهد آن بوده‌ایم که تعداد زائران عرب به‌ویژه زائرین عراقی، در ایران رو به گسترش نهاده و سبب رونق گردشگری شده است [۹].

### ◀ چشم‌انداز گردشگری ایران

#### ◀ سند چشم‌انداز توسعه بخش میراث گردشگری

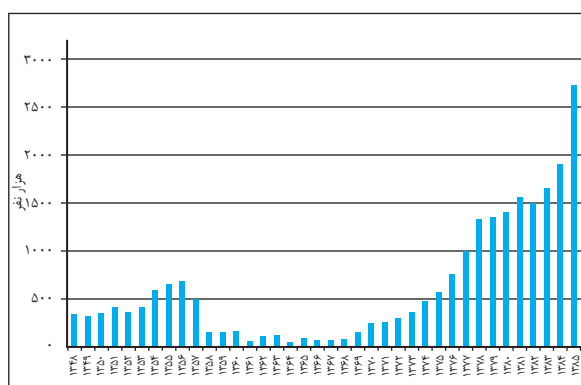
کشور ایران (۱۳۸۴ تا ۱۴۰۴)

#### چالش‌های پیش روی حوزه گردشگری

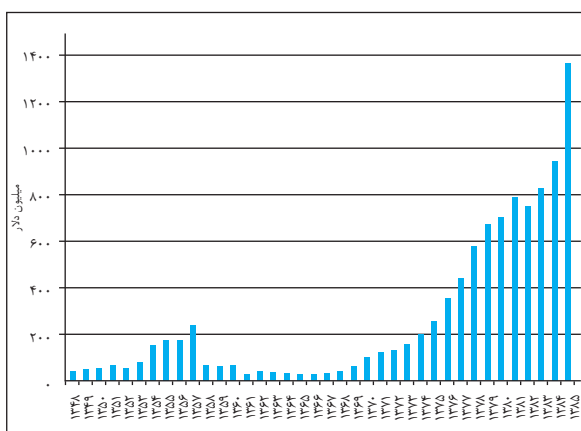
- ۱- وجود نگاه امنیتی به مقوله گردشگر ورودی
  - ۲- عدم سرمایه‌گذاری‌های مناسب برای بهره‌برداری بهینه از امکانات و منابع موجود
  - ۳- فرسوده شدن تاسیسات و تجهیزات گردشگری به لحاظ عدم سرمایه‌گذاری مستمر
  - ۴- ضعف تبلیغات رسانه‌ای در سطح کشور و جهان
  - ۵- قوانین و مقررات مزاحم و ضعف بنیه صنعت گردشگری
  - ۶- عدم استقرار نظام جامع آماری و نظام حساب اقماری گردشگری
  - ۷- عدم شکل‌گیری بازار گردشگری به دلیل تکمیل نبودن نهادهای شکل‌دهنده این بازار و مناسبات سنتی حاکم بر آن
- سیاست‌های کلان بخش میراث فرهنگی و گردشگری (مصوب جلسه مورخ ۸۳/۷/۴ شورای عالی میراث فرهنگی و گردشگری):

- ۱- «اهتمام به امر میراث فرهنگی، تاریخی و طبیعی کشور وظیفه‌ای است همگانی، دولت به عنوان مسئول حاکمیت و سیاست‌گذار، مقدمات قانونی اجرای این وظیفه را در عرصه‌های پژوهش، صیانت، احیا و معرفی فراهم می‌سازد
- ۲- آرایه ارزش‌های مستتر در میراث فرهنگی کشور در سطح ملی و بین‌المللی برای ابقا و ارتقای هویت فرهنگی جامعه
- ۳- بالا بردن سطح فرهنگ عمومی در عرصه میراث فرهنگی

از سویی پس از واقعه ۱۱ سپتامبر ۲۰۰۱ و پیامدهای ناشی از آن و شروع تبلیغات منفی علیه اسلام و اعراب، تمایل اعراب که از همسایگان نزدیک ایران هستند به گردشگری در اروپا و آمریکا رو به کاهش نهاد و این تمایل به سوی کشورهای آسیایی از جمله ایران تغییر جهت داد. لذا می‌توان این عامل را نیز یکی دیگر از عوامل گسترش گردشگری در ایران دانست. یکی دیگر از عوامل گسترش گردشگری در ایران طی چند سال اخیر را می‌توان فروپاشی حکومت بعث در عراق دانست که سبب شده است تا آزادی مردم عراق که قریب به ۶۰ درصد آن شیعه هستند، برای انجام فعالیت‌های مذهبی بیشتر شود. لذا با توجه به وجود



نمودار ۱۹- آمار ورود گردشگر در سه دهه اخیر (۱۳۴۸ تا ۱۳۸۵)<sup>۱</sup>



نمودار ۲۰- درآمد ارزی حاصل از ورود گردشگر خارجی در سه دهه اخیر (۱۳۴۸ تا ۱۳۸۵)<sup>۲</sup>

۱ و ۲- سازمان ایرانگردی و گردشگری، دفتر آمار و مطالعات اقتصادی و بازاریابی



- ۴- مقررات زدایی و به حداقل رساندن دخالت دولت
- ۵- ترویج اخلاق گردشگری
- ۶- حمایت قانونی از سرمایه‌گذاری‌های داخلی و خارجی و فراهم کردن زمینه جذب این منابع
- ۷- تغییر نگرش نسبت به کشور ایران در بازارهای هدف از طریق سرمایه‌گذاری مناسب در تبلیغات
- ۸- آزادسازی اقتصاد گردشگری و تکمیل نهادهای این بازار و اصلاح مناسبات آن»

### اهداف کمی توسعه بخش میراث فرهنگی و گردشگری

با توجه به چشم‌انداز ۲۰ ساله جمهوری اسلامی ایران در امر گردشگری، لازم است سهم ایران از شمار گردشگر ورودی بین‌المللی از ۰/۰۹ درصد در سال ۸۳ به ۱/۵ درصد در سال ۱۴۰۴، سال پایانی چشم‌انداز ۲۰ ساله آینده، افزایش یابد. این میزان حدود ۲۰ میلیون نفر گردشگر ورودی بین‌المللی در سال افق سند چشم‌انداز است. پیش‌بینی می‌شود سهم ایران از درآمد گردشگری جهانی از ۰/۰۷ درصد در سال ۸۳ به ۲ درصد در سال ۱۴۰۴ رشد یابد به گونه‌ای که کشور ایران در سال افق سند چشم‌انداز نزدیک به ۲۵ میلیارد دلار از محل گردشگر ورودی بین‌المللی درآمد کسب نماید. با در نظر گرفتن حدود ۷۰۰ هزار نفر رقم پایه گردشگر ورودی به ایران در سال ۱۳۸۳، توسعه گردشگری ایران در طول چهار برنامه

| سال‌های برنامه        | نرخ رشد برنامه | تعداد گردشگران در سال‌های پایانی برنامه (میلیون) | درآمد ارزی در سال‌های پایانی برنامه (میلیارد دلار) |
|-----------------------|----------------|--------------------------------------------------|----------------------------------------------------|
| برنامه چهارم (۸۴-۸۸)  | ۳۰ درصد        | ۲/۶                                              | ۱/۵                                                |
| برنامه پنجم (۸۹-۹۳)   | ۲۰ درصد        | ۶/۵                                              | ۴/۵                                                |
| برنامه ششم (۹۴-۹۸)    | ۱۵ درصد        | ۱۳                                               | ۱۰                                                 |
| برنامه هفتم (۹۹-۱۴۰۳) | ۱۰ درصد        | ۲۰                                               | ۲۵                                                 |

جدول ۱۰- پیش‌بینی گردشگری ایران بر مبنای برنامه‌های پنج‌ساله توسعه کشور

- و گردشگری با بهره‌گیری از ظرفیت‌های آموزشی، فرهنگی و رسانه‌ای کشور
- ۴- توسعه پایدار گردشگری با رعایت ارزش‌های فرهنگی جامعه، ظرفیت‌های میراث فرهنگی و محیط‌زیست به‌منظور تامین نیازهای جامعه ایرانی، تحکیم وحدت و وفاق ملی، افزایش تفاهم بین‌المللی و معرفی چهره ایران اسلامی
  - ۵- افزایش گردشگری داخلی و دستیابی به سهم مناسب از بازار جهانی گردشگری با تنوع بخشی به بازار گردشگری ایران و استفاده از همه ظرفیت‌ها با اولویت جذب گردشگران زیارتی، فرهنگی و طبیعی به‌منظور افزایش تولید ناخالص داخلی و توسعه اشتغال
  - ۶- اولویت دادن به توسعه مبادلات گردشگران با کشورهای اسلامی و کشورهای حوزه فرهنگ ایرانی
  - ۷- رعایت حقوق و تامین امنیت گردشگران

### اهداف کیفی و راهبردهای بخش میراث فرهنگی و گردشگری

- #### اهداف کیفی توسعه میراث فرهنگی و گردشگری
- ۱- توسعه روابط فرهنگی و تحکیم موقعیت سیاسی نظام
  - ۲- معرفی تاریخ و تمدن ایران به جهانیان و ایجاد تفاهم بین ملت‌ها
  - ۳- تامین نیازهای روحی و روانی جامعه
  - ۴- تحکیم وحدت ملی و ارتقای هویت فرهنگی
  - ۵- ایجاد اشتغال و درآمد ارزی
  - ۶- افزایش درآمد سرانه و کمک به کاهش عدم تعادل‌های اجتماعی
  - ۷- گرفتن سهم مناسب از بازار گردشگری بین‌المللی

#### راهبردهای حوزه گردشگری

- ۱- ایجاد باور و عزم ملی در ارکان تصمیم‌گیری نظام برای توسعه گردشگری و انتقال آن به جامعه و فعالان صنعت گردشگری
- ۲- اتخاذ تصمیماتی متناسب با اهداف و شان کشور و پاسخگو بودن به سطح انتظارات جامعه
- ۳- حذف دیدگاه امنیتی در برخورد با گردشگران ورودی و داخلی



چشم‌انداز مطابق جدول (۱۰) خواهد بود.

دستیابی به رشد پیش‌بینی شده برنامه‌های توسعه کشور نیاز به اهتمام در موارد زیر است.

۱- ضرورت ایجاد تعادل بین تعداد گردشگران ورودی (۷۰۰ هزار نفر) و گردشگران خروجی (۲/۹ میلیون نفر)

۲- ضرورت بهره‌برداری مناسب از حجم عظیم منابع بالقوه و بالفعل تاریخی، فرهنگی و طبیعی جذاب گردشگر کشور

۳- عقب ماندن رشد صنعت گردشگری کشور از صنعت گردشگری بین‌المللی

۴- فرسوده شدن تاسیسات و تجهیزات گردشگری کشور و نیاز به سرمایه‌گذاری مناسب برای به‌روز کردن آن تاسیسات

برآورد می‌شود که بخش گردشگری نیازمند حدود ۳۰۰ هزار میلیارد ریال سرمایه‌گذاری است. پیشنهاد می‌شود ۲۵۰ هزار میلیارد ریال آن به استناد ماده ۱۱ قانون تشکیل سازمان میراث فرهنگی و گردشگری از محل فاینانس و ۵۰ هزار میلیارد ریال آن از محل اعتبارات دولتی تامین شود.

#### برنامه‌های آینده:

۱- تعیین و ایجاد مناطق نمونه گردشگری در استان‌های مختلف کشور با رویکرد بین‌المللی، ملی، منطقه‌ای و محلی

۲- جلب حمایت دولت برای کاهش نرخ بهره مورد انتظار از بخش گردشگری به منظور اقتصادی شدن صنعت گردشگری

۳- جلب حمایت دولت به منظور انجام سفرهای ارزان در فصول کم مسافر

۴- منظور نمودن خدمات قابل ارایه به گردشگران بین‌المللی در محاسبات صادرات غیرنفتی

۵- همگانی کردن حفاظت از میراث فرهنگی و توسعه گردشگری برای هماهنگی و همسو کردن فعالیت کلیه دستگاه‌ها و بهره‌برداری از ظرفیت‌های کشور در این زمینه

۶- ایجاد نظام جامع آماری، نظام حساب اقماری گردشگری و نظام جامع اطلاع‌رسانی فعال و پویا با استفاده از سامانه‌های پیشرفته فن‌آوری اطلاعات در سطح ملی و بین‌المللی

۷- توجه به گردشگری داخلی و ایجاد فرهنگ سفرهای سازماندهی‌شده در جامعه

۸- تامین و آموزش نیروهای انسانی کارآمد و متخصص در بخش دولتی و خصوصی

۹- استانداردسازی تاسیسات اقامتی و تفریحی در حد کشورهای پیشرفته و بهبود کیفیت ارایه خدمات گردشگری و سیستم

صحیح نظارتی فعال

۱۰- گسترش سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی و حمایت از آنان از طریق اعطای وام و تسهیلات

۱۱- بهبود ایمنی در خطوط هوایی و جاده‌ای برای افزایش سفر گردشگران

۱۲- فراهم کردن زمینه استفاده از تسهیلات کارت‌های اعتباری و ویزا کارت

۱۳- احیا و ارتقای جاذبه‌های متنوع گردشگری کشور در زمینه‌های مذهبی، فرهنگی، تاریخی، طبیعی، ورزشی، پزشکی و افزایش ظرفیت‌های گردشگری در نقاط پر جاذبه کشور

۱۴- شناسایی و معرفی بازارهای هدف و تقویت مبانی دوستی و همدلی بین کشورها در راستای توسعه گردشگری

۱۵- توسعه و گسترش پژوهش‌های باستان‌شناسی با استفاده از امکانات فنی داخل کشور و استفاده از موسسات باستان‌شناسی خارج از کشور [۱۱].

#### ◀ پیش‌بینی و برآورد صنعت گردشگری ایران

سازمان جهانی شورای سفر<sup>۲</sup> در گزارشی که توسط کارشناسان این شورا و به کمک دانشکده اقتصاد دانشگاه آکسفورد تهیه می‌کند،

۱- کلیات این سند عیناً در جلسه مورخ ۸۳/۱۰/۹ هیات وزیران به تصویب رسیده و به شماره ۳۱۰۹۰/۵۹۴۴۷ مورخ ۱۳۸۳/۱۰/۱۴ ابلاغ شده است.

## پیش‌بینی و برآورد صنعت گردشگری ایران

| ایران                                | ۲۰۱۱                      |                  |                  | ۲۰۲۱                      |                  |                  |
|--------------------------------------|---------------------------|------------------|------------------|---------------------------|------------------|------------------|
|                                      | میلیارد ریال <sup>۱</sup> | سهم از کل (درصد) | رشد <sup>۵</sup> | میلیارد ریال <sup>۲</sup> | سهم از کل (درصد) | رشد <sup>۶</sup> |
| سهم مستقیم بر تولید ناخالص داخلی     | ۱۱۳,۰۰۴/۰                 | ۲/۳              | ۴/۹              | ۱۷۱,۶۱۷/۰                 | ۴/۲              | ۴/۳              |
| مجموع سهم بر تولید ناخالص داخلی      | ۳۰۶,۳۶۹/۰                 | ۶/۲              | ۴/۶              | ۴۶۵,۱۷۲/۰                 | ۶/۴              | ۴/۳              |
| سهم مستقیم بر بازار کار <sup>۷</sup> | ۴۵۳                       | ۲/۰              | ۴/۸              | ۵۸۳                       | ۲/۲              | ۲/۶              |
| مجموع سهم بر بازار کار <sup>۷</sup>  | ۱,۲۳۸                     | ۵/۶              | ۴/۴              | ۱,۵۷۷                     | ۵/۹              | ۲/۵              |
| مصارف گردشگر خارجی                   | ۲۶,۲۷۵/۷                  | ۲/۱              | ۴/۹              | ۳۹,۴۳۳/۸                  | ۱/۹              | ۴/۱              |
| مصارف گردشگر داخلی                   | ۱۷۰,۲۷۸/۰                 | ۳/۵              | ۵/۰              | ۲۵۹,۰۱۱/۰                 | ۳/۶              | ۴/۳              |
| مصارف تفریح                          | ۱۷۲,۰۰۰/۰                 | ۳/۵              | ۵/۳              | ۲۶۲,۶۷۵/۰                 | ۳/۶              | ۴/۳              |
| مصارف تجارت                          | ۲۶,۵۵۰/۱                  | ۰/۵              | ۲/۷              | ۳۸,۷۸۲/۱                  | ۰/۵              | ۳/۹              |
| سرمایه‌گذاری                         | ۳۸,۰۸۸/۸                  | ۳/۲              | ۴/۸              | ۵۷,۷۷۷/۴                  | ۳/۴              | ۴/۳              |

جدول ۱۱- پیش‌بینی گردشگری ایران در سال ۲۰۱۱ و ۲۰۲۱<sup>۱</sup>

| خاورمیانه                            | ۲۰۱۱                      |                  |                  | ۲۰۲۱                      |                  |                  |
|--------------------------------------|---------------------------|------------------|------------------|---------------------------|------------------|------------------|
|                                      | میلیارد دلار <sup>۱</sup> | سهم از کل (درصد) | رشد <sup>۵</sup> | میلیارد دلار <sup>۲</sup> | سهم از کل (درصد) | رشد <sup>۶</sup> |
| سهم مستقیم بر تولید ناخالص داخلی     | ۶۶/۸                      | ۳/۴              | ۴/۶              | ۱۰۵/۹                     | ۳/۴              | ۴/۶              |
| مجموع سهم بر تولید ناخالص داخلی      | ۱۵۹/۵                     | ۸/۱              | ۳/۷              | ۵۲۱/۲                     | ۸/۱              | ۴/۶              |
| سهم مستقیم بر بازار کار <sup>۷</sup> | ۱,۸۳۱                     | ۳/۲              | ۳/۶              | ۲,۳۳۰                     | ۳/۲              | ۲/۴              |
| مجموع سهم بر بازار کار <sup>۷</sup>  | ۴,۶۳۱                     | ۸/۰              | ۳/۱              | ۵,۹۲۲                     | ۸/۱              | ۲/۵              |
| مصارف گردشگر خارجی                   | ۶۵/۹                      | ۶/۲              | ۳/۲              | ۱۰۴/۷                     | ۵/۸              | ۴/۶              |
| مصارف گردشگر داخلی                   | ۵۴/۵                      | ۲/۸              | ۶/۸              | ۸۲/۸                      | ۲/۸              | ۴/۳              |
| مصارف تفریح                          | ۹۲/۴                      | ۴/۷              | ۳/۹              | ۱۴۴/۶                     | ۴/۶              | ۴/۵              |
| مصارف تجارت                          | ۲۹/۴                      | ۱/۵              | ۷/۶              | ۴۵/۰                      | ۱/۵              | ۴/۴              |
| سرمایه‌گذاری                         | ۲۷/۳                      | ۶/۳              | -۰/۸             | ۴۶/۶                      | ۶/۴              | ۵/۴              |

جدول ۱۲- پیش‌بینی گردشگری خاورمیانه در سال ۲۰۱۱ و ۲۰۲۱<sup>۲</sup>

| جهانی                                | ۲۰۱۱                      |                  |                  | ۲۰۲۱                      |                  |                  |
|--------------------------------------|---------------------------|------------------|------------------|---------------------------|------------------|------------------|
|                                      | میلیارد دلار <sup>۱</sup> | سهم از کل (درصد) | رشد <sup>۵</sup> | میلیارد دلار <sup>۲</sup> | سهم از کل (درصد) | رشد <sup>۶</sup> |
| سهم مستقیم بر تولید ناخالص داخلی     | ۱,۸۵۰                     | ۲/۸              | ۴/۵              | ۲,۸۶۱                     | ۲/۹              | ۴/۲              |
| مجموع سهم بر تولید ناخالص داخلی      | ۵,۹۹۱/۹                   | ۹/۱              | ۳/۹              | ۹,۲۲۶/۹                   | ۹/۶              | ۴/۲              |
| سهم مستقیم بر بازار کار <sup>۷</sup> | ۹۹,۰۴۸                    | ۳/۴              | ۳/۰              | ۱۲۰,۴۲۷                   | ۳/۶              | ۲/۰              |
| مجموع سهم بر بازار کار <sup>۷</sup>  | ۲۵۸,۵۹۲                   | ۸/۸              | ۳/۲              | ۳۲۳,۸۲۶                   | ۹/۷              | ۲/۳              |
| مصارف گردشگر خارجی                   | ۱,۱۶۳                     | ۵/۷              | ۵/۸              | ۱,۷۸۹                     | ۴/۷              | ۴/۳              |
| مصارف گردشگر داخلی                   | ۲,۶۳۷                     | ۴/۰              | ۳/۸              | ۴,۱۲۸                     | ۴/۳              | ۴/۳              |
| مصارف تفریح                          | ۲,۹۶۳                     | ۴/۵              | ۳/۸              | ۴,۶۰۴                     | ۴/۷              | ۴/۳              |
| مصارف تجارت                          | ۸۹۹                       | ۱/۴              | ۶/۱              | ۱,۴۰۲                     | ۱/۵              | ۴/۳              |
| سرمایه‌گذاری                         | ۶۵۱                       | ۴/۵              | ۴/۶              | ۱,۱۲۴                     | ۴/۶              | ۵/۴              |

جدول ۱۳- پیش‌بینی گردشگری دنیا در سال ۲۰۱۱ و ۲۰۲۱<sup>۳</sup>

۱ و ۲- سازمان گردشگری جهانی (UNWTO)

۳- ۲۰۱۱: نرخ ارز و قیمت‌ها ثابت فرض شده است.

۴- ۲۰۱۱: رشد واقعی برای تعدیل تورم به درصد.

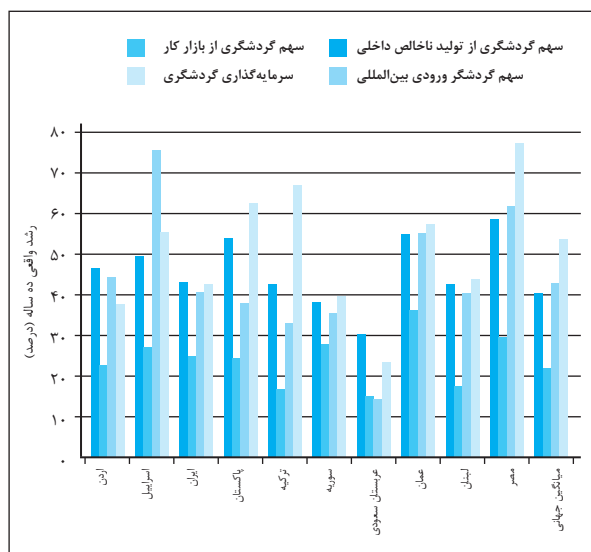
۵- ۲۰۱۱-۲۰۲۱: رشد واقعی سالیانه برای تنظیم نرخ تورم

۶- هزار کار

سالانه گزارشی در بازه‌های زمانی ده ساله تهیه و وضعیت گردشگری و اثرات اقتصادی آن را در ۱۸۱ کشور دنیا بررسی می‌کند [۱۲].

### ◀ پیش‌بینی صنعت گردشگری منطقه در دهه آینده (سال ۲۰۱۱ تا ۲۰۲۱)

در پیش‌بینی شاخصه‌های اصلی صنعت گردشگری دهه آتی خاورمیانه، سهم گردشگری ایران از تولید ناخالص داخلی و بازار کار، بالاتر از میانگین جهانی است و در گردشگر بین‌المللی ورودی و سرمایه‌گذاری، از میانگین جهانی رشدی آهسته‌تر را تجربه خواهد کرد.

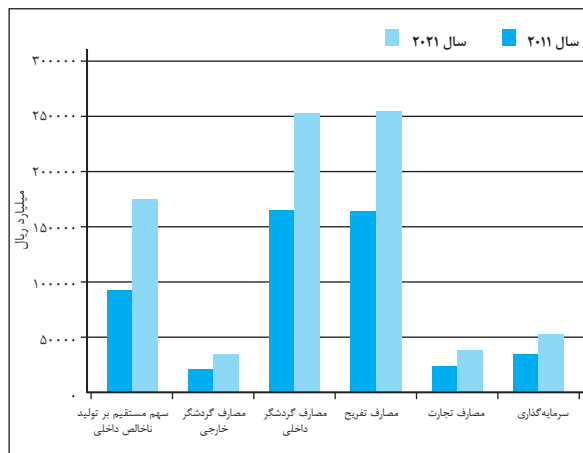


نمودار ۲۴-پیش‌بینی دهه آینده خاورمیانه در صنعت گردشگری<sup>۴</sup>

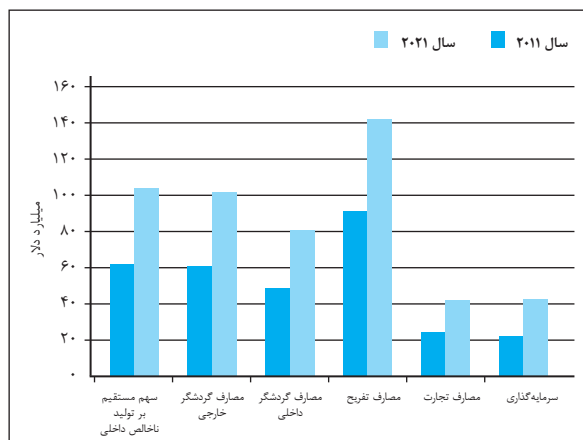
### ◀ قوت‌ها و ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدیدهای گردشگری ایران

بررسی ایران به‌عنوان یک مقصد گردشگری نشان می‌دهد که کشور دارای یک رشته توانمندی‌های رقابتی به شرح زیر است.

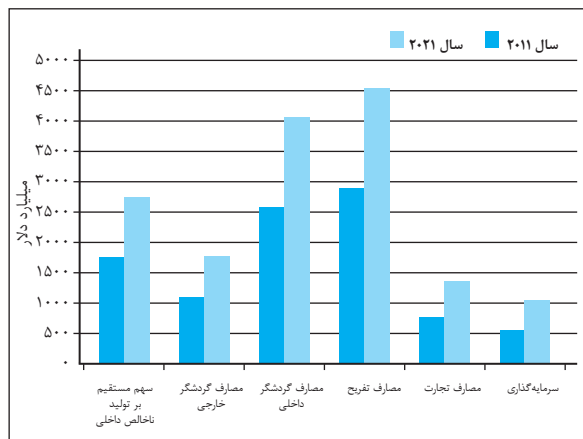
- تنوع جغرافیایی و اقلیمی و رتبه پنجم گردشگری طبیعت در جهان



نمودار ۲۱-پیش‌بینی گردشگری ایران در سال ۲۰۱۱ و ۲۰۲۱



نمودار ۲۲-پیش‌بینی گردشگری خاورمیانه در سال ۲۰۱۱ و ۲۰۲۱



نمودار ۲۳-پیش‌بینی گردشگری دنیا در سال ۲۰۱۱ و ۲۰۲۱

## قوت‌ها و ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدیدهای گردشگری ایران

- ترکیب منحصر به فرد آب و هوای معتدل، بیابانی، مرطوب و کوهستانی
- وجود رشته‌کوه‌های البرز و زاگرس و غارهای گسترده (صد غار) و گستردگی دو کویر بزرگ کشور و امکان جذب گردشگر ماجراجویانه<sup>۱</sup>
- صنایع‌دستی و محصولات گردشگری متنوع و رتبه پنجم صنایع‌دستی در جهان
- فرهنگ غنی غیرملموس (مانند آنچه که در سنت‌ها و روش زندگی بسیاری از جوامع قومی کشور جلوه‌گر است)
- آثار متنوع تاریخی و گردشگری و رتبه دهم آثار تاریخی و فرهنگی در جهان
- تمدن باستانی و وجود آثار و جاذبه‌های بسیار
- وجود آثار برجسته معماری اسلامی و زیارتگاه‌ها و بقاع متبرکه و امکان جذب گردشگر زیارتی
- وجود شبکه بهداشت و درمان گسترده و پیشرفته و ارایه خدمات
- ارزان در منطقه و امکان جذب گردشگر سلامت (وجود هزار چشمه آب معدنی در کشور)
- وجود منطقه باستانی در داخل شهر فرودگاهی امام خمینی (ره) و امکان جذب گردشگر تاریخی و فرهنگی در این منطقه
- وجود منطقه کویری در نزدیکی شهر فرودگاهی امام خمینی (ره) و امکان جذب گردشگر ماجراجویانه
- وجود مراکز بهداشت و درمان در شهر فرودگاهی امام خمینی (ره) و امکان جذب گردشگر سلامت
- منطقه آزاد تجاری شهر فرودگاهی امام خمینی (ره) و امکان جذب گردشگر تجاری
- منطقه ویژه اقتصادی شهر فرودگاهی امام خمینی (ره) و امکان جذب سرمایه‌گذار
- وجود مراکز تفریحی و ورزشی در شهر فرودگاهی امام خمینی (ره) و امکان جذب گردشگر ورزشی
- مناسبت‌های گوناگون باستانی (چهارشنبه سوری، جشن خرما)،

| کشور          | سهم گردشگری از تولید ناخالص داخلی |                   | سهم گردشگری از بازار کار |                   | سهم گردشگر ورودی بین‌المللی |                   | سرمایه‌گذاری گردشگری |                   |
|---------------|-----------------------------------|-------------------|--------------------------|-------------------|-----------------------------|-------------------|----------------------|-------------------|
|               | رتبه                              | رشد واقعی ده‌ساله | رتبه                     | رشد واقعی ده‌ساله | رتبه                        | رشد واقعی ده‌ساله | رتبه                 | رشد واقعی ده‌ساله |
| اردن          | ۹۱                                | ۴/۷               | ۸۴                       | ۲/۳               | ۱۰۷                         | ۴/۴               | ۱۲۱                  | ۳/۹               |
| اسرائیل       | ۷۳                                | ۵/۰               | ۵۸                       | ۲/۸               | ۱۳                          | ۷/۶               | ۵۷                   | ۵/۶               |
| ایران         | ۱۱۲                               | ۴/۳               | ۷۹                       | ۲/۵               | ۱۱۶                         | ۴/۱               | ۱۰۸                  | ۴/۳               |
| پاکستان       | ۵۹                                | ۵/۴               | ۷۵                       | ۲/۵               | ۱۲۰                         | ۳/۹               | ۳۴                   | ۶/۳               |
| ترکیه         | ۱۰۵                               | ۴/۳               | ۱۱۴                      | ۱/۷               | ۱۴۱                         | ۳/۳               | ۲۲                   | ۶/۸               |
| سوریه         | ۱۲۱                               | ۳/۹               | ۵۴                       | ۲/۹               | ۱۳۳                         | ۳/۵               | ۱۱۹                  | ۴/۰               |
| عربستان سعودی | ۱۴۶                               | ۳/۱               | ۱۲۳                      | ۱/۵               | ۱۷۶                         | ۱/۴               | ۱۵۵                  | ۲/۳               |
| عمان          | ۵۱                                | ۵/۵               | ۳۳                       | ۳/۶               | ۷۰                          | ۵/۵               | ۵۱                   | ۵/۸               |
| لبنان         | ۱۱۰                               | ۴/۳               | ۱۰۷                      | ۱/۸               | ۱۱۷                         | ۴/۱               | ۱۰۲                  | ۴/۴               |
| مصر           | ۳۳                                | ۵/۹               | ۵۱                       | ۳/۰               | ۳۷                          | ۶/۲               | ۸                    | ۷/۸               |
| میانگین جهانی | ۴/۱                               | ۲/۲               | ۴/۳                      | ۵/۴               |                             |                   |                      |                   |

جدول ۱۴- پیش‌بینی دهه آینده خاورمیانه در صنعت گردشگری (سال ۲۰۱۱ تا ۲۰۲۱)

فرهنگی (دهه فجر، دوسالانه کاریکاتور) و امکان جذب گردشگر مناسبی

- وجود سامانه حمل‌ونقل متنوع (شبکه حمل‌ونقل هوایی، ریلی و جاده‌ای)
- پراکندگی مناسب شبکه فرودگاهی کشور (۶۹ فرودگاه مسافری)
- شبکه راه‌آهن سراسری گسترده در کشور (به طول هشت هزار کیلومتر)
- در دسترس بودن خدمات همگانی

این نقاط قوت ایران را قادر می‌سازند با مقاصد گردشگری در کشورهای همسایه و منطقه، مانند ترکیه و مصر رقابت کند  
نقاط اصلی ضعف رقابتی ایران نیز به‌عنوان یک مقصد گردشگری بین‌المللی شامل این موارد است.

- استفاده محدود از روش‌های توسعه و مدیریت پایدار در زمینه اطلاع‌رسانی درباره ارزش‌های فرهنگی و طبیعی جاذبه‌ها و مکان‌های مهم گردشگری فرهنگی و طبیعی که نتیجه آن کاهش ارزش دارایی‌های ارزنده طبیعی و فرهنگی بوده است.
- تاسیسات، تجهیزات و وسایل مورد استفاده از جمله وسایل حمل‌ونقل، هتل‌ها، تفرج‌گاه‌ها و نظیر آن به‌طور کلی فرسوده شده‌اند و بسیاری از آن‌ها باید از رده خارج شوند یا به‌طور اساسی مرمت شوند. بعضی از واحدهای اقامتی نیز باید از نو ساخته شوند.
- زیرساخت‌های اساسی در عین این‌که کافی است، اما قدیمی شده و با ترافیک امروزه گردشگری ناسازگار است و قادر نیست پاسخگوی نیازهای گسترش و توسعه باشد.

• استاندارد خدمات ارایه شده توسط نیروی انسانی به‌طور کلی پایین است و بیانگر توجه نکردن به ارزش و اهمیت مشتری، سیاست‌های ضعیف استخدامی و همچنین آموزش ضعیف، محدود و نامناسب نیروی انسانی است.

- ارزش‌ها و هنجارهای فرهنگی، گردشگرانی که ایران می‌تواند جذب کند را محدود ساخته است.
- سیاست‌ها و مقررات جاری از جمله در مورد هواپیمایی کشوری، قانون کار، قانون اتحادیه‌ها و تشکل‌های صنفی، قانون سرمایه‌گذاری،

موفق نبودن در خصوصی‌سازی صحیح خدمات گردشگری، همراه با فضایی که عموماً نسبت به فعالیت‌های بخش خصوصی با دیده تردید و سوظن می‌نگرد و این تصور که بخش دولتی همه چیز را بهتر تشخیص می‌دهد، مانع از توسعه صنعت گردشگری شده است.

- ممانعت بانک‌ها از اعطای تسهیلات به طرح‌های گردشگری
- عدم تامین اعتبار و تخصیص بودجه ناکافی به توسعه فرودگاه بین‌المللی امام خمینی (ره) به‌عنوان اصلی‌ترین گلوگاه ورود گردشگر بین‌المللی

• عدم مدیریت یکپارچه در توسعه بخش‌های مختلف شهر فرودگاهی امام خمینی (ره) و توسعه نامتجانس آن  
فرصت‌ها و امکانات ایران در صحنه رقابت به‌عنوان یک مقصد گردشگری بین‌المللی:

- وجود بازارهای بزرگ گردشگری در کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی که علاقمند به مسافرت و گردش در کشورهای مسلمان مانند ایران هستند.
- تمایل کشورهای همسایه فارسی زبان به شناخت فرهنگ فارسی و امکان بهره‌مندی از این فرصت
- امکان استفاده از اماکن مذهبی شیعه، مسیحیان، زرتشتیان و سایر مکان‌های مذهبی از طریق بهره‌برداری از علاقه روزافزون مردم به دانش و تجربه مذهبی به‌ویژه در میان اروپاییان و آمریکایی‌ها
- به‌کار گرفتن ناوگان هوایی متنوع که بتواند از لحاظ پرواز به فرودگاه‌های مختلف از انعطاف‌پذیری لازم برخوردار باشد (بهره‌گیری از هواپیماهای کوتاه پرواز، باریک پیکر، پهن پیکر و غول پیکر).
- موقعیت ویژه فرودگاه بین‌المللی امام خمینی (ره) در منطقه و وجود شهر فرودگاهی امام خمینی (ره) به‌عنوان بزرگ‌ترین مجموعه خدمات فرودگاهی در منطقه
- بهره‌گیری از قدرت سنتی ایران به‌عنوان یک کشور تجاری به منظور ایجاد یک بخش خصوصی نیرومند و پرتحرک در زمینه گردشگری
- به‌کارگیری خدمات اطلاع‌رسانی الکترونیک و استفاده از روش‌های نوین تجارت الکترونیک برای بازاریابی و معرفی محصولات به مشتریان

- بهره گیری از تاسیسات، خدمات و سیستم های مدیریتی کارآمدتر و کم هزینه تر
- توسعه فرودگاه بین المللی امام خمینی (ره) و فرودگاه های کلان شهرها و ساماندهی خطوط هوایی کشور
- عوامل عمده تهدیدکننده قدرت رقابتی ایران:**
- سرمایه گذاری و بازاریابی کشورهای منطقه در جذب گردشگر بین المللی
- موفق نبودن در اصلاح موثر نقاط ضعف یاد شده
- تبلیغات منفی علیه ایران
- ادامه شرایطی که موجب دلسردی و رویگردانی بخش خصوصی از مشارکت در صنعت گردشگری می شود.
- ناتوانی در اجرا، پیگیری و حفظ اصول و روش های توسعه پایدار در ارتباط با اثرات گردشگری بر محیط طبیعی، اجتماعی فرهنگی و اقتصادی
- موفق نشدن در حل صحیح و موثر مسایل حساس مدیریتی و نهادی در بخش گردشگری
- اثرات ناشی از بلایای طبیعی مانند زمین لرزه، سیل و خشکسالی
- بروز ناآرامی و اختلافات سیاسی در داخل کشور
- بروز ناآرامی و اختلافات سیاسی میان ایران و کشورهای همسایه
- اختلافات و درگیری های منطقه ای
- تحریم های بین المللی گسترده و تبلیغات روانی علیه ایران

## نتیجه گیری

کشور ایران دارای جاذبه های گوناگون گردشگری است و این پتانسیل را دارد تا انواع شاخه های گردشگری را پوشش دهد. این تنوع شاخه های گردشگری شامل گردشگری تفریحی، گردشگری سلامت، گردشگری تجارت، گردشگری مذهبی و ... وجود طبیعی با آب و هوا و پوشش اقلیمی متنوع، آثار باستانی و تاریخی منحصر به فرد، ارایه خدمات بهداشتی و درمانی با کیفیت و ارزان و دارا بودن اماکن مذهبی مهم برای ادیان مختلف، جایگاهی بالقوه و ممتاز برای گردشگری ایران، در سطح دنیا و منطقه فراهم

آورده است.

رونق و توسعه گردشگری سبب رشد اقتصادی و ایجاد زمینه اشتغال است به گونه ای که هم کارگران ساده بدون مهارت و هم صاحبان مهارت های گوناگون می توانند در این رشته شاغل شوند. گردشگری موجب می شود تا در چرخه مالی و جمعیتی، پول و جمعیت از مراکز تمرکز و ثقل صنعتی به سوی روستاها و نقاط طبیعی کشانده شود که این در واقع همان «صادرات نامریی محصولات و خدمات» است. در عرصه سیاسی، یکی از مهم ترین ابزارها، مقوله گردشگری است. مسافرت تاثیر شگرفی در ایجاد تفاهم بین المللی دارد. مسافران طی مسافرت یا در مقصد با افراد و اقوام گوناگون آشنا می شوند و این آشنایی، علاوه بر این که موجب تغییر نگرش در مورد آن قوم و ملت می شود، شالوده و اساس دوستی و صفا بین مسافران و افراد محلی را پایه ریزی می کند و منجر به همبستگی های قومی می شود. به همین علت، کشورهای مختلف جهان سعی در تقویت گردشگری در مقیاس محلی، ملی و بین المللی دارند. از دیگر تاثیرات گردشگری بر کشور بالا رفتن ضریب امنیت ملی و توسعه پایدار است.

رسیدن به جایگاه مناسب در گردشگری و نیل به اهداف مورد اشاره، نیازمند مدیریتی یکپارچه، حمایت و سرمایه گذاری مناسب، بهبود و توسعه زیرساخت های لازم است. از جمله مهم ترین زیرساخت های صنعت گردشگری و پیشانی گردشگری یک کشور، در اختیار داشتن فرودگاه مناسب و ناوگان هوایی به روز و کارآمد است. از همین رو فرودگاه بین المللی امام خمینی (ره) به عنوان یکی از مهم ترین مبادی ورودی گردشگر، از جایگاهی ممتاز برخوردار است.

اهتمام به رشد و توسعه این فرودگاه، کمک شایانی به افزایش ظرفیت جذب گردشگر بین المللی برای کشور خواهد کرد. بدین منظور با سرمایه گذاری مناسب در شهر فرودگاهی امام خمینی (ره) که دارای کاربری های همسان با سلیقه گردشگر است (تفریحی، ورزشی، سلامت و تجارت و ...)، بستر مناسبی جهت رشد چند وجهی و همه جانبه صنعت گردشگری در کشور فراهم می آید.

## منابع و ماخذ

- 1- Recommendations on Tourism Statistics. UN & WTO(1994)
- 2- Alternative forms of Tourism. By: Elli Fragaki(2008)
- 3- UNWTO- World Tourism Barometer. Volume9. No.1-February 2011
- 4- UNWTO- Tourism Highlights. 2010 Edition
- 5- Analysis of the Interaction between Air Transport & Economic Activity: A WORLDWIDE PERSPECTIVE(March 2009)
- 6- The Romanian Economic Journal: Airport Driving Economic & Tourism Development. By: Ana Bobrica(Nov2007)
- 7- The Economic & Social Benefits of Air Transport 2008-ATAG
- ۸- دفتر مطالعات فرهنگی مرکز پژوهش‌های مجلس
- ۹- معاونت برنامه ریزی و امور اقتصادی وزارت بازرگانی
- ۱۰- دفتر آمار و مطالعات اقتصادی و بازاریابی سازمان ایرانگردی و گردشگری
- ۱۱- سند چشم انداز فرهنگی و گردشگری ۱۴۰۴ در جلسه مورخ ۸۳/۱۰/۹ هیات وزیران به تصویب رسیده و به شماره ۳۱۰۹۰/۵۹۴۴۷ مورخ ۱۳۸۳/۱۰/۱۴ ابلاغ شده است.
- 12- World Travel & Tourism Council-2011. Travel & tourism Economic impact: IRAN. 2011

## گروه بین‌المللی ره‌شهر تاکنون ۱۲۳ نشریه با عناوین ذیل منتشر کرده است:

- ۱- کاربرد جدید شیشه در نمای ساختمان (تابستان ۱۳۷۱)
- ۲- پارکینگ مراکز تجاری (پائیز ۱۳۷۱)
- ۳- محافظت در مقابل زلزله (زمستان ۱۳۷۱)
- ۴- جمع آوری و دفع زباله و مسائل ناشی از آن (زمستان ۱۳۷۱)
- ۵- طرح اسکان و سریع (زمستان ۱۳۷۱)
- ۶- مجموعه مقالات راجع به ژئوسنتز (بهار ۱۳۷۲)
- ۷- مهار آب با آب (بهار ۱۳۷۲)
- ۸- تحول سبز در معماری (بهار ۱۳۷۲)
- ۹- روندیابی و مدیریت سیلاب (بهار ۱۳۷۲)
- ۱۰- مطالعات اقتصادی جهت احداث مراکز خرید (تابستان ۱۳۷۹)
- ۱۱- نگاهی کوتاه بر طراحی فضای سبز - «تجربیات کشورهای مختلف» (تابستان ۱۳۷۲)
- ۱۲- بازیافت آب در صنایع شن و ماسه‌شویی (پائیز ۱۳۷۲)
- ۱۳- بناهای چوبی (کنده‌ای) در ایران و تجربیات کشورهای دیگر (پائیز ۱۳۷۲)
- ۱۴- نکاتی در مورد طراحی ساختمان‌های بتنی پیش‌ساخته پیش‌تنیده در مناطق زلزله‌خیز (پائیز ۱۳۷۲)
- ۱۵- اتوماسیون و بهینه‌سازی در سیستم‌های توزیع الکتریکی (زمستان ۱۳۷۲)
- ۱۶- انرژی دریاها (زمستان ۱۳۷۲)
- ۱۷- پارکینگ‌های مکانیکی اتوماتیک و نیمه اتوماتیک (بهار ۱۳۷۳)
- ۱۸- انرژی باد (بهار ۱۳۷۳)
- ۱۹- اصول طراحی ساختمان‌های اداری و بانک‌ها (بهار ۱۳۷۳)
- ۲۰- انرژی خورشیدی (بهار ۱۳۷۳)
- ۲۱- طراحی مرکز خرید- جلد اول: مطالعات مقدماتی جهت طراحی مراکز خرید (تابستان ۱۳۷۳)
- ۲۲- شهر سالم با آمورتون (تابستان ۱۳۷۳)
- ۲۳- شهر سالم - کاربرد سیستم‌های فتوولتائیک از میلی وات تا مگاوات (تابستان ۱۳۷۳)
- ۲۴- شهر سالم- اصول طراحی برای افراد دارای کپهولت، ناتوانی، اختلال و معلولیت (تابستان ۱۳۷۳)
- ۲۵- نسل چهارم نیروگاه‌ها (پائیز ۱۳۷۳)

- ۲۶- بازیافت آب در صنایع نساجی (پائیز ۱۳۷۳)
- ۲۷- مراکز درمانی و بیمارستان‌های آینده (پائیز ۱۳۷۳)
- ۲۸- شهر سالم-انبوه‌سازی (انبوه‌سازان اسکان) (زمستان ۱۳۷۳)
- ۲۹- سیستم‌های مدیریت بار و مدیریت انرژی در شبکه‌های انرژی الکتریکی (زمستان ۱۳۷۳)
- ۳۰- بازیافت آب - «تصفیه پساب صنایع لبنی» (بهار ۱۳۷۴)
- ۳۱- شهر سالم - صنعت چوب و کاغذ و نقش آن در فرهنگ، اقتصاد و سیاست (بهار ۱۳۷۴)
- ۳۲- صرفه‌جویی انرژی در ساختمان‌های مسکونی (بهار ۱۳۷۴)
- ۳۳- شهر سالم- معماری و پرورش فکری کودکان و نوجوانان (تابستان ۱۳۷۴)
- ۳۴- شهر سالم- بازیافت زباله و مصالح ساختمانی و نقش آن در حفظ خاک و پاکسازی محیط (پائیز ۱۳۷۴)
- ۳۵- شهر ما کجاست (زمستان ۱۳۷۴)
- ۳۶- حفاظت سواحل دریا و رودخانه‌ها- معرفی روش‌های سنتی و پیشرفته (زمستان ۱۳۷۵)
- ۳۷- بهینه‌سازی آموزش عالی - نگاهی کوتاه بر کارکرد نظام آموزشی ایران و جهان (زمستان ۱۳۷۵)
- ۳۸- استفاده از ژئوگرید در راه‌ها و باند فرودگاه‌ها (بهار ۱۳۷۶)
- ۳۹- اقتصاد گردشگری (جلد اول) (زمستان ۱۳۷۶)
- ۴۰- نگرش‌هایی نوین به طراحی فضای باز اداری (تابستان ۱۳۷۷)
- ۴۱- اقتصاد گردشگری جلد دوم (فصول سوم و چهارم) (زمستان ۱۳۷۷)
- ۴۲- فهرست مطابقت‌های عملیات اجرایی جهت تسهیل در امر نظارت (پائیز ۱۳۷۸)
- ۴۳- دانسته‌هایی در مورد مناطق آزاد و ویژه اقتصادی در جهان (پائیز ۱۳۷۸)
- ۴۴- هدایت منابع مالی و فنی غیر دولتی جهت اجرای طرح‌های عمرانی (زمستان ۱۳۷۸)
- ۴۵- پژوهش در تاریخچه، مفهوم و سیر تحول شهرسازی و شهر سالم در فرهنگ ایران و اسلام (زمستان ۱۳۷۸)
- ۴۶- پارک انرژی‌های نو (تابستان ۱۳۷۹)
- ۴۷- فضاهای باز اداری - مدیریت تجهیزات و طراحی داخلی (پائیز ۱۳۷۹)
- ۴۸- شهرک ترافیکی کودکان (زمستان ۱۳۷۹)
- ۴۹- فضای باز اداری - استانداردهای طراحی فضاهای اداری جدا کننده‌ها، قطعات و اتصالات (زمستان ۱۳۷۹)
- ۵۰- فضای سبز- مناطق صنعتی- پارک‌های صنعتی (تابستان ۱۳۸۰)
- ۵۱- تنظیم شرایط محیطی- بخش اول: استانداردهای عملکرد حسی- جلد اول: محیط روشنایی (پاییز ۱۳۸۰)
- ۵۲- تنظیم شرایط محیطی- بخش اول: استانداردهای عملکرد حسی- محیط‌های صوتی و حرارتی (پاییز ۱۳۸۰)
- ۵۳- منظر سازی - جلد اول: طراحی کاشت (زمستان ۱۳۸۰)
- ۵۴- منظر سازی - جلد دوم: آبیاری و نگهداری منظر (زمستان ۱۳۸۰)
- ۵۵- تنظیم شرایط محیطی- بخش دوم: سیستم‌های کنترل محیط- جلد اول: تولید و کنترل حرارت (زمستان ۱۳۸۰)
- ۵۶- تنظیم شرایط محیطی- بخش دوم: سیستم‌های کنترل محیط- جلد دوم: تولید و کنترل نور و صدا (زمستان ۱۳۸۰)
- ۵۷- منظر سازی- جلد سوم: راهبردهای تکمیلی آراستن مناظر (بهار ۱۳۸۱)
- ۵۸- تنظیم شرایط محیطی- بخش دوم: سیستم‌های کنترل محیط- جلد سوم: سیستم جامع محیطی (تابستان ۱۳۸۱)
- ۵۹- شهر سالم- توسعه (کلان شهر تهران) (تابستان ۱۳۸۱)
- ۶۰- فن‌آوری اطلاعات- بخش اول: مفاهیم کلی (پائیز ۱۳۸۱)
- ۶۱- فن‌آوری اطلاعات- بخش دوم: مدیریت فن‌آوری اطلاعات (زمستان ۱۳۸۱)
- ۶۲- منظر سازی- جلد چهارم (زمستان ۱۳۸۱)
- ۶۳- فن‌آوری اطلاعات- بخش سوم: تجارت الکترونیکی (بهار ۱۳۸۲)
- ۶۴- فن‌آوری اطلاعات- بخش چهارم: تجارت الکترونیکی «امنیت و تجارت بی‌سیم» (تابستان ۱۳۸۲)
- ۶۵- ساختمان‌های سبز و پایدار (تابستان ۱۳۸۲)
- ۶۶- فن‌آوری اطلاعات- بخش پنجم: دولت الکترونیکی (تابستان ۱۳۸۲)
- ۶۷- منظر سازی- جنگل‌های مانگرو (حرا): بخش اول- کلیات (پائیز ۱۳۸۲)
- ۶۸- فن‌آوری اطلاعات- بخش ششم: بازاریابی الکترونیکی (پائیز ۱۳۸۲)
- ۶۹- فن‌آوری اطلاعات- بخش هفتم: شهرداری الکترونیکی (زمستان ۱۳۸۲)
- ۷۰- فن‌آوری اطلاعات- بخش هشتم: آموزش الکترونیکی (بهار ۱۳۸۳)
- ۷۱- فن‌آوری اطلاعات- بخش نهم: دانشگاه الکترونیکی (بهار ۱۳۸۳)
- ۷۲- فن‌آوری اطلاعات- بخش دهم: سیستم‌های اطلاعاتی مدیریتی ساختمان (تابستان ۱۳۸۳)
- ۷۳- فن‌آوری اطلاعات- بخش یازدهم: دانشگاه الکترونیکی (پائیز ۱۳۸۳)
- ۷۴- فن‌آوری اطلاعات- بخش دوازدهم: مدیریت پرونده‌های الکترونیکی (زمستان ۱۳۸۳)
- ۷۵- فن‌آوری اطلاعات- بخش سیزدهم: دموکراسی الکترونیکی (زمستان ۱۳۸۳)
- ۷۶- فن‌آوری اطلاعات- بخش چهاردهم: انتخابات الکترونیکی (زمستان ۱۳۸۳)
- ۷۷- فن‌آوری اطلاعات- بخش پانزدهم: حقیقت مجازی (تابستان ۱۳۸۴)
- ۷۸- برگزاری مناقصه‌های دولتی (تصویب شده سال ۱۳۸۳) (تابستان ۱۳۸۴)
- ۷۹- چین دومین مصرف‌کننده انرژی در جهان (تابستان ۱۳۸۴)
- ۸۰- مدیریت پروژه- استانداردهای مدیریت پروژه (بخش اول: تابستان ۱۳۸۴)
- ۸۱- فن‌آوری اطلاعات- بخش شانزدهم: توسعه فن‌آوری اطلاعات در روستاها (عدالت اجتماعی) (پائیز ۱۳۸۴)
- ۸۲- فن‌آوری اطلاعات- بخش هفدهم: مدیریت ارتباط با مشتریان (پائیز ۱۳۸۴)
- ۸۳- مدیریت پروژه- استانداردهای مدیریت پروژه (بخش دوم: زمستان ۱۳۸۴)
- ۸۴- مهندسی ارزش- بخش اول: اصول، مبانی و فرآیند (زمستان ۱۳۸۴)
- ۸۵- مدیریت پروژه- استانداردهای مدیریت پروژه (بخش سوم: زمستان ۱۳۸۴)
- ۸۶- فن‌آوری اطلاعات- بخش هجدهم: پایتخت الکترونیکی- تجلی عدالت اجتماعی (تابستان ۱۳۸۵)
- ۸۷- مدیریت پروژه- دفتر مدیریت پروژه (بخش اول: تابستان ۱۳۸۵)
- ۸۸- متدولوژی‌های مدیریت پروژه (تابستان ۱۳۸۵)
- ۸۹- صنایع انرژی‌بر، نظریه‌ها و دیدگاه‌ها (تابستان ۱۳۸۵)
- ۹۰- آشنایی مقدماتی با ارزیابی محیط زیست (پاییز ۱۳۸۵)



- ۹۱- آشنایی با فرآوری های گازی CNG، LPG، LNG (زمستان ۱۳۸۵)
- ۹۲- رهنمون‌هایی برای توسعه (زمستان ۱۳۸۵)
- ۹۳- خبرنامه تحولات توسعه در حوزه خلیج فارس (بهار ۱۳۸۶)
- ۹۴- متدولوژی مکان‌یابی صنایع (تابستان ۱۳۸۶)
- ۹۵- خبرنامه تحولات توسعه در حوزه خلیج فارس (جلد دوم) (تابستان ۱۳۸۶)
- ۹۶- خبرنامه تحولات توسعه در حوزه خلیج فارس (جلد سوم) (تابستان ۱۳۸۶)
- ۹۷- معماری سبز، (انرژی آفتاب در معماری) (پائیز ۱۳۸۶)
- ۹۸- معماری سبز، (انرژی زمین گرمایی) (پائیز ۱۳۸۶)
- ۹۹- خبرنامه تحولات توسعه در حوزه خلیج فارس (نسخه چهارم) (پاییز ۱۳۸۶)
- ۱۰۰- ایران ترانزیت (بهار ۱۳۸۷)
- ۱۰۱- سوپر جاذب‌ها (راهی برای گسترش فضای سبز و مقابله با کمبود آب) (تابستان ۱۳۸۷)
- ۱۰۲- روند توسعه در خلیج فارس و دریای عمان بخش پنجم (تابستان ۱۳۸۷)
- ۱۰۳- روند توسعه در خلیج فارس و دریای عمان بخش پنجم (پائیز ۱۳۸۷)
- ۱۰۴- بام سبز (پائیز ۱۳۸۷)
- ۱۰۵- احداث سامانه‌های گرمایش شهری (اردیبهشت ۱۳۸۸)
- ۱۰۶- روند توسعه در خلیج فارس و دریای عمان بخش هفتم (خرداد ۱۳۸۸)
- ۱۰۷- بحران جهانی و چشم انداز آینده (تابستان ۱۳۸۸)
- ۱۰۸- حمل و نقل همگانی (تابستان ۱۳۸۸)
- ۱۰۹- نانوفناوری ایمن (تابستان ۱۳۸۸)
- ۱۱۰- از شهر فرودگاهی تا منطقه فرودگاهی (بخش اول)
- ۱۱۱- از شهر فرودگاهی تا منطقه فرودگاهی (بخش دوم)
- ۱۱۲- بند رخشک (پائیز ۱۳۸۸)
- ۱۱۳- شرق ایران خاستگاه توسعه ترانزیت منطقه‌ای (پائیز ۱۳۸۸)
- ۱۱۴- صنعتی سازی ساختمان گامی بلند برای تامین مسکن مردم (زمستان ۱۳۸۸)
- ۱۱۵- مدیریت هوشمند خوردگی، حفظ ثروت ملی (بهار ۱۳۸۹)
- ۱۱۶- بیوگاز ثروتی نهفته در پسماندها (بهار ۱۳۸۹)
- ۱۱۷- اکو هتل حرکتی جهانی به سوی گردشگری پایدار (تابستان ۱۳۸۹)
- ۱۱۸- فتوولتاتیک تلفیقی، انرژی در کالبد معماری (تابستان ۱۳۸۹)
- ۱۱۹- اصلاح الگوی استقرار جمعیت، گامی به سوی توسعه پایدار (پاییز ۱۳۸۹)
- ۱۲۰- نانوفناوری در معماری (زمستان ۱۳۸۹)
- ۱۲۱- مدیریت حمل بار، گامی بلند در جهت توسعه اقتصادی کشور (زمستان ۱۳۸۹)
- ۱۲۲- بازار مسافر هوایی بین‌المللی، گامی بلند در جهت توسعه اقتصادی کشور (زمستان ۱۳۸۹)
- ۱۲۳- نقش طراحی معماری در کاهش مصرف انرژی در ساختمان (معماری همساز با اقلیم و مشکلات ناشی از عدم توجه به آن- بهار ۱۳۹۰)

#### نشریات تخصصی منتشر شده بخش‌های مختلف گروه بین‌المللی ره‌شهر

- ۱- بازارچه صنایع دستی در کوهپایه‌های شمال تهران (بخش شهر سالم) تیر ماه ۱۳۷۴
- ۲- بهینه‌سازی خدمات پرواز (بخش شهر سالم) - (دی ماه ۱۳۷۳)
- ۳- بهینه‌سازی بار ترافیکی بزرگراه‌ها (بخش شهر سالم) (دی ماه ۱۳۷۳)

- ۴- پارک انرژی‌های نو (بخش شهر سالم) - (شهریور ماه ۱۳۷۳)
- ۵- استفاده از مولتی ویتن در مراکز پرتردد شهری (بخش شهر سالم) (اردیبهشت ماه ۱۳۷۳)
- ۶- سازماندهی کارکردهای بهینه‌ی نمایشگرهای دیجیتالی (بخش شهر سالم) اسفند ماه ۱۳۷۲
- ۷- شهرک ترافیکی کودکان (بخش شهر سالم) - (آذر ماه ۱۳۷۲)
- ۸- پارک پویش: اندیشه سالم / بدن سالم در شهرک فاطمیه منطقه ۲۰ شهرداری تهران (بخش شهر سالم) - (آذر ماه ۱۳۷۲)
- ۹- پژوهش در تاریخچه، مفهوم و سیر تحول «شهرسازی» و «شهر سالم» در فرهنگ ایران واسلام (بخش شهر سالم) - آبان ماه ۱۳۷۲
- ۱۰- اصول طراحی مراکز دیسپاچینگ (بخش انرژی) زمستان ۱۳۷۲
- ۱۱- تحلیل منطقه‌ای سیلاب در حوضه‌های شمالی تهران (بخش عمران آب) بهار ۱۳۷۳
- ۱۲- انتخاب محل و نوع سد براساس شرایط ژئومورفولوژی و ژئولوژی (بخش عمران آب) زمستان ۱۳۷۲
- ۱۳- حقایقی در مورد شرکت‌های بزرگ (بخش تحقیق و توسعه) زمستان ۱۳۷۲

#### ضمنا کتب زیر توسط گروه بین‌المللی ره‌شهر منتشر گردیده است:

- ۱- کتاب آموزش نرم‌افزار Revit architecture 2009 (۱۳۸۹)
- ۲- آشنایی با راهکار مدیریت پروژه جامع (بهار ۱۳۸۹)
- ۳- درختان در منظر شهری (۱۳۸۹)
- ۴- نانوفناوری برای همه (۱۳۸۷)
- ۵- با گیاهان آب را تصفیه کنیم
- ۶- HSE در سفر (۱۳۸۵)
- ۷- ترجمه کتاب «چگونه هوای پاکیزه بکاریم»
- ۸- ترجمه کتاب «طراحی فضای سبز» در حال ویرایش
- ۹- ترجمه کتاب «تنظیم شرائط محیطی» آماده چاپ
- ۱۰- تدوین کتاب راهنمای برنامه‌ریزی سه بعدی OpenGL (۱۳۸۲)
- ۱۱- ترجمه کتاب «برنامه‌ریزی و طراحی هتل» در سال ۷۶ توسط سازمان برنامه و بودجه چاپ و توزیع شد
- ۱۲- تدوین کتاب «خودآموز اتوکد ۱۲» (۱۳۷۳)
- ۱۳- ترجمه کتاب «سازه‌های آبی» (۱۳۷۳)
- ۱۴- ترجمه کتاب «سازه پارکینگ‌های طبقاتی» (۱۳۷۲)
- ۱۵- صرفه جویی در انرژی (۲۰ جلد)
- ۱۶- استانداردهای صنعت آب کشور با همکاری وزارت نیرو و سازمان برنامه و بودجه (۲۵ جلد)
- ۱۷- اصول طراحی ساختمانهای اداری
- ۱۸- اصول زمین کردن الکتریکی (اتصال به زمین) ELECTRICAL GROUNDING (مترجم: ره‌شهر)
- ۱۹- منظرسازی (طراحی، اجرا) LANDSCAPING PRINCIPLES & PRACTICES (مترجم: ره‌شهر)