



# بررسی تطبیقی - تحلیلی شاخصهای گردشگری ایران با کشورهای منتخب جهان



عنوان گزارش: بررسی تطبیقی -تحلیلی شاخصهای گردشگری ایران با کشورهای مختلف جهان  
کمیسیون: گردشگری  
تهیه و تدوین: فرزاد پوراصغر سنگاچین  
انتشار: امور کمیسیون های تخصصی اتاق ایران  
شماره گزارش: ۰۳۱۵۰۶  
تابستان: ۱۴۰۳

## فهرست مطالب

۱. مقدمه
  ۲. اهمیت و اثرات گردشگری بر توسعه اقتصادی – اجتماعی و اهداف توسعه پایدار (SDGs)
  ۳. مبانی و اهمیت شاخص ها در برنامه ریزی و سیاست گذاری گردشگری
  ۴. انواع شاخص های گردشگری
    - ۴-۱. شاخص سفر و رقابت پذیری (TTCI)
    - ۴-۲. شاخص توسعه گردشگری و سفر (TTDI)
    - ۴-۳. چشم انداز و چالش های بلند مدت فراروی گردشگری بر اساس گزارش شاخص توسعه گردشگری و سفر (TTDI)
    - ۴-۴. شاخص امن ترین کشور ها برای سفر ( تعطیلات)
    - ۴-۵. شاخص جهانی سفر مسلمانان (GMTI)
  ۵. اثرات توسعه گردشگری بر شاخص های اقتصادی و اجتماعی
  ۶. جمع بندی
  ۷. مضامین و توصیه های سیاستی
- منابع و مآخذ
- پیوست یک

## فهرست جداول

- جدول ۱. مهمترین آثار و پیامدهای گردشگری از دیدگاه محققین، تصمیم‌سازان و تصمیم‌گیران
- جدول ۲. اهداف توسعه پایدار (SDGs)
- جدول ۳. عناصر کلیدی و اولویت ها برای تعریف و ارتقای رقابت پذیری برای حمایت صنعت گردشگری در کشورهای منتخب
- جدول ۴. رتبه و امتیاز شاخص شاخص رقابت پذیری سفر و گردشگری (TTCI) در سال ۲۰۱۹
- جدول ۵. رتبه و امتیاز ایران به تفکیک هریک از ابعاد و ارکان تشکیل دهنده رقابت پذیری سفر و گردشگری (TTCI)
- جدول ۶. رتبه و امتیاز شاخص توسعه گردشگری و سفر (TTDI) در ایران و کشورهای منتخب در سال ۲۰۲۳
- جدول ۷. تعداد میراث فرهنگی و تاریخی به تفکیک استان‌های کشور
- جدول ۸. امتیاز هر یک از محورهای ۱۷ گانه شاخص توسعه گردشگری و سفر (TTDI) ایران و کشورهای خاورمیانه و شمال آفریقا در سال ۲۰۲۴
- جدول ۹. شاخص امن ترین کشورها برای سفر در سال ۲۰۲۴
- جدول ۱۰. امتیاز و رتبه ۲۰ مقصد برتر سفر مسلمانان بر اساس شاخص جهانی سفر مسلمانان (GMTI) در سال ۲۰۲۳
- جدول ۱۱. ویژگی های محصولات و فعالیت های گردشگری
- جدول ۱۲. درآمدهای حاصل از گردشگری ایران و کشورهای منتخب در سال ۲۰۲۲
- جدول ۱۳. سهم شاغلین بخش گردشگری و سفر از کل شاغلین ایران و کشورهای منتخب در سال ۲۰۱۸

## فهرست شکل ها

- شکل ۱. سلسله مراتب اطلاعات هرم اطلاعات شاخص ها
- شکل ۲. ابعاد و محور های شاخص رقابت پذیری سفر و گردشگری (TTCI)
- شکل ۳. روند تغییرات امتیاز شاخص رقابت پذیری سفر و گردشگری (TTCI) ایران طی دوره ۲۰۱۹-۲۰۱۵
- شکل ۴. روند تغییرات رتبه شاخص رقابت پذیری سفر و گردشگری (TTCI) ایران طی دوره ۲۰۱۹-۲۰۱۵
- شکل ۵. امتیاز و رتبه ایران در شاخص رقابت پذیری سفر و گردشگری (TTCI) در بین کشورهای منطقه خاور میانه و شمال افریقا (MENA) در سال ۲۰۱۹
- شکل ۶. چارچوب شاخص توسعه گردشگری و سفر (TTDI)
- شکل ۷. امتیاز شاخص توسعه گردشگری و سفر (TTDI) به تفکیک مناطق مختلف جهان در سال ۲۰۲۴
- شکل ۸. عملکرد شاخص توسعه گردشگری و سفر (TTDI) به تفکیک محورهای ۱۷ گانه بر حسب مناطق مختلف جهان در سال ۲۰۲۳
- شکل ۹. میانگین درصد تغییرات شاخص توسعه گردشگری و سفر (TTDI) کشورهای مختلف جهان طی دوره ۲۰۲۴-۲۰۱۹
- شکل ۱۰. عملکرد شاخص توسعه گردشگری و سفر (TTDI) ایران و کشورهای خاورمیانه و شمال افریقا در سال ۲۰۲۴
- شکل ۱۱. امتیاز محورهای ۱۷ گانه شاخص توسعه گردشگری و سفر (TTDI) در سال ۲۰۲۴
- شکل ۱۲. اسناد فرادست مصوب ملی موثر بر حوزه میراث فرهنگی و گردشگری
- شکل ۱۳. شدت انواع ریسک های دو سال و ۱۰ سال آینده موثر بر بخش گردشگری و سفر
- شکل ۱۴. روند تغییرات شمار گردشگران مسلمان طی دوره ۲۰۲۳-۲۰۱۳ و برآورد سال ۲۰۲۴
- شکل ۱۵. روند تغییرات تعداد کشورها و برای محاسبه شاخص جهانی سفر مسلمانان (GMTI) طی دوره ۲۰۲۲-۲۰۱۱
- شکل ۱۶. چارچوب تهیه شاخص جهانی سفر مسلمانان (GMTI)
- شکل ۱۷. مقایسه تعداد گردشگران مسلمان با مجموع گردشگران به تفکیک قاره های مختلف در سال ۲۰۲۳
- شکل ۱۸. اثرات مستقیم، غیر مستقیم و القایی گردشگری بر توسعه اقتصادی و اجتماعی
- شکل ۱۹. جایگاه گردشگری در رشد تولید ناخالص جهانی بر حسب بخش های مختلف در سال ۲۰۱۹
- شکل ۲۰. روند تغییرات گردشگران ورودی بین المللی طی دوره ۲۰۲۳-۲۰۱۰
- شکل ۲۱. روند تغییرات شمار گردشگران بین المللی ایران طی دوره ۲۰۲۳-۲۰۱۰
- شکل ۲۲. مقایسه تطبیقی شمار گردشگران بین المللی ایران با کشورهای منتخب جهان در سال ۲۰۲۳
- شکل ۲۳. روند تغییرات تولید ناخالص بخش گردشگری و سفر طی دوره ۲۰۲۳-۲۰۱۹ و پیش بینی سال های ۲۰۲۴ و ۲۰۳۴



شکل ۲۴. روند تغییرات اشتغال بخش گردشگری و سفر جهان طی دوره ۲۰۱۹-۲۰۲۳ و برآورد و پیش بینی سال های ۲۰۲۴ و ۲۰۲۴

شکل ۲۵. کشورهای دارای بالاترین شاغلین بخش گردشگری در سال ۲۰۲۲

شکل ۲۶. روند تغییرات شمار شاغلین بخش گردشگری منطقه خاورمیانه طی دوره ۲۰۱۸-۲۰۱۲ و پیش بینی سال ۲۰۲۸

شکل ۲۷. روند تغییرات اشتغال مستقیم بخش گردشگری و سفر در ایران طی دوره ۲۰۱۸-۲۰۱۲ و پیش بینی سال ۲۰۲۸

## سخن آغازین

طی چند دهه ی اخیر، بویژه از ابتدای هزاره سوم صنعت گردشگری به یکی از صنایع پیشرو و موتور محرکه پیشرفت اجتماعی-اقتصادی در جهان مطرح شده است که بازتاب آن را می توان به صورت روند صعودی شمار گردشگران بین المللی مشاهده کرد. این صنعت در زمره یکی از متنوع ترین و بزرگترین صنایع قلمداد می شود که می تواند منافع اقتصادی و اجتماعی گسترده ای مانند ایجاد اشتغال و دستیابی به درآمد ارزی پایدار و مناسب، کسب درآمد ارزی برای کشور میزبان و بهبود تراز پرداختها، افزایش درآمدهای مالیاتی از محل فعالیتهای اقتصادی مرتبط با گردشگری، ایجاد تعادل منطقه ای، تعدیل ثروت، درآمدزایی، افزایش تولید ناخالص ملی، تسریع جریان پول و تقویت بنیه اقتصادی و غیره اشاره کرد. به همین دلیل طی سال های گذشته شاخص های گردشگری متعددی در جهان بسط و توسعه پیدا کرده است که در حال حاضر به عنوان ملاک و معیار ارزیابی کشورها در توسعه زمینه گردشگری مورد استفاده قرار می گیرند. این شاخص ها می توانند اطلاعات و تحلیل های جامع و فراگیری از صنعت گردشگری در کشورها ارائه دهند که به برنامه ریزان و سیاست گذاران بخش دولتی گردشگری، صاحبان و مدیران کسب و کارهای بخش خصوصی کمک می کند تا نقاط قوت و ضعف کشور در زمینه گردشگری را شناسایی کنند تا به بهترین شکل از ظرفیت ها و فرصت های گردشگری خود بهره ببرند. چنین شاخص هایی می توانند اطلاعات پیچیده و متعدد را در چارچوبی کمی و قابل درک برای تمامی ذی نفعان اعم از دولتی و غیردولتی ارائه کرده و ابزارهایی را برای ارزیابی اثربخشی سیاست ها و اقدامات بخش گردشگری فراهم کنند؛ که بر مبنای آنها می توان کانون توجه برنامه ریزان، سیاست گذاران و همچنین بخش های خصوصی را به مهمترین مسائل و مشکلات بخش معطوف کرد.

به همین دلیل پژوهش و مطالعه این شاخص ها، اصول، مبانی و چارچوب های حاکم و شناسایی فراز و فرودهای شاخص ها در بازه های زمانی مختلف می تواند درک و شناخت عمیق تری در اختیار کارشناسان، تصمیم گیران و تصمیم سازان و همچنین فعالان و مدیران کسب و کارهای گردشگری در بخش خصوصی قرار دهد تا از یک سو نقاط قوت و ضعف های خود در زمینه گردشگری را شناسایی کنند و از سوی دیگر نیز به درک و شناخت بهتری از وضعیت گردشگری در سایر مناطق جهان و منطقه دست پیدا کنند، تا بر مبنای این شناخت ظرفیت های خود را برای توسعه گردشگری در کشور افزایش دهند. افزون بر این، تنوع و چارچوب های علمی که در تهیه این شاخص ها برای مقایسه کشورها در زمینه گردشگری مورد استفاده قرار گرفته اند، می توانند زمینه ها و بسترهای لازم برای ارزیابی و مقایسه بخش گردشگری در بین استان ها را فراهم کند تا مبنایی برای توسعه پایدار بخش گردشگری در برنامه های توسعه این بخش در سال های آینده در اختیار برنامه ریزان قرار گیرد تا منابع را بنحو بهتری در بین مناطق مختلف تخصیص دهند.

امیدواریم که اقدامات و تلاش های کمیسیون گردشگری بر اساس وظایف ذاتی خود به عنوان طلایه دار توسعه گردشگری و نماینده بخش خصوصی در حاکمیت بتواند با بسط و توسعه مباحث گردشگری، تهیه، تدوین و انتشار گزارش های راهبردی ملی و بین المللی در این زمینه، توجهات دولت و فعالان بخش خصوصی را بیش از پیش به سرمایه گذاری در زمینه گردشگری معطوف و بسترهای لازم را برای ارتقای جایگاه ایران در این زمینه فراهم نماید.

قطعا گزارش تهیه شده به مانند سایر گزارش ها با کاستی هایی همراه است، لذا از خوانندگان درخواست می شود تا به منظور ارتقای غنای این گزارش نظرات و دیدگاه های خودشان را به این کمیسیون منعکس نمایند.

**به امید فرادایی بهتر**

**احد عظیم زاده**

**رئیس کمیسیون گردشگری**

## ۱. مقدمه

تحولات جمعیتی در دهه های اخیر اثرات عمیقی بر ساختار اقتصادی، اجتماعی کشور بر جای گذاشته است، افزایش جمعیت به نوبه خود نیازها را تشدید نموده و با گذشت زمان و تکامل زندگی انسانها کمیت و کیفیت نیازها نیز تغییر یافته است. از آنجائیکه تامین بیشتر این نیازها در ایران مبتنی بر سوخت های فسیلی (نفت و گاز) و همچنین بهره برداری از منابع طبیعی صورت می گیرد، لذا فشار مضاعفی را بر این منابع تحمیل نموده و با محدودتر شدن این منابع چشم انداز توسعه را با چالش های جدی مواجه کرده است.

بررسی ها نشان می دهد که نفت و توسعه در پهنه سرزمین بویژه از اوایل دهه ۵۰ شمسی ایران پیوندی تنگاتنگی یافته اند و با افزایش قیمت آن طی این سالها، این وابستگی تشدید گردید. به دلیل همین وابستگی، نوسانات قیمت نفت و رونق و رکود آن بر چگونگی روند توسعه ملی تاثیر گذاشته است. این الگوی توسعه وابسته به درآمدهای نفتی علاوه بر عدم تناسب با واقعیات جامعه ایران، ظرفیتی کاذب و به دور از نیازها و تواناییهای اجتماعی را باعث گردید که بازتاب آن را بصورت رشد ناموزون سکونتگاه های انسانی و تمرکز فعالیتها در مناطق مختلف کشور می توان مشاهده نمود، بطوریکه توسعه دیگر مناطق نیز در پیوند و ارتباط با این مناطق مفهوم یافته است. روند فزاینده درآمدهای نفت که از اواسط دهه پنجاه آغاز گردید، برای تامین منابع توسعه محدودیتی ایجاد نمی کرد، بنابراین ضرورتی برای جستجوی منابع جانشین احساس نمی شد. عدم امکان رقابت منابع منطقه ای با نفت، بسیاری از مناطق کشور را به بی توجهی و انزوا کشانید بطوریکه پس از ۷ دهه برنامه ریزی در کشور هنوز عدم تعادل های بسیار شدیدی در پهنه کشور مشاهده شده و هنوز هم بسیاری از قابلیت ها و استعداد های مناطق بویژه گردشگری علیرغم استعداد های انکارناپذیر، شناخته نشده و در صورت شناخت نیز از این ظرفیت استفاده های شایسته ای به عمل نمی آید. بررسی ها نشان می دهد، بخش گردشگری علیرغم ظرفیت های بسیار زیاد در کشور هنوز جایگاه شایسته و مناسبی در ارز آوری، تامین اشتغال، درآمد و تنوع بخشی به اقتصاد کشور برخوردار نیست.

این در حالی است که جمهوری اسلامی ایران کشوری غنی به لحاظ دارا بودن میراث تمدن بشری، تنوع قومی و نژادی، جاذبه های طبیعی، ذخایر گرانبها، اقلیم های متفاوت جغرافیایی، اراضی مستعد گسترده، امکانات تولیدی، نیروی انسانی کارآ و سرمایه های مادی و معنوی است. این همه، نه فقط شرایط مساعدی را برای گام نهادن در بزرگراه توسعه و ترقی پیش پای مردم می گذارد بلکه زمینه های پر جاذبه گردشگری را نیز به منظور پر کردن اوقات فراغت و توسعه گردشگری فراهم می کند. با این حال، مشکلات عدیده اقتصادی - اجتماعی و فرهنگی مانع از بهره برداری از این امکانات تاریخی، طبیعی و اقتصادی شده است.

این صنعت از قابلیت های بسیار زیادی در ایجاد اشتغال برخوردار بوده و در عین حال نسبت به سایر بخش های اقتصادی کمترین آسیب ها را متوجه محیط زیست می نماید. حمایت از گردشگری در صورت اتخاذ تدابیر و سیاست های مناسب می تواند منبع درآمد سرشاری برای مناطقی که از مناظر طبیعی، آب و هوایی و همچنین آثار تاریخی، فرهنگی و مذهبی و سایر ظرفیت ها مانند امکانات درمانی برخوردارند به همراه داشته باشد. از سوی دیگر صنعت گردشگری در مقایسه با سایر بخش ها منابع محیط زیستی و بویژه آب کمتری مصرف می کند، لذا آثار و پیامدهای زیست محیطی کمتری به همراه دارد و سرمایه گذاری و بازگشت سرمایه در این صنعت قابل قیاس با سایر بخش های اقتصادی نبوده و در کمترین زمان ممکن صورت می گیرد. به همین دلیل توسعه این صنعت به عنوان یکی از مهمترین استراتژی های توسعه در بسیاری از کشور پذیرفته شده و سرمایه گذاری های گسترده ای برای استفاده از این ظرفیت ها از سوی بسیاری از کشورها در حال انجام است تا بتوانند از این فرصت ها استفاده نمایند.

بر این اساس نیز طی سال های اخیر مطالعات مختلفی برای تبیین و شناساندن این صنعت در چارچوب شاخص های مختلف برای ارزیابی وضعیت گردشگری در بین کشورهای جهان و همچنین مناطق مختلف یک کشور بسط و توسعه پیدا کرده است. لذا بررسی و تحلیل این شاخص ها برای تبیین جایگاه ایران در مقایسه با سایر کشورها می تواند نقش مهمی در ارتقای آگاهی های جامعه و سرمایه گذاران بخش گردشگری به طور عام و نظام تصمیم گیری و سیاست گذاری به طور اخص داشته باشد.



## ۲. اهمیت و اثرات گردشگری بر توسعه اقتصادی - اجتماعی و اهداف توسعه پایدار (SDGs)

گردشگری، شکل مشخصی فعالیت‌های انسانی است که دارای تأثیرات مهم و قابل توجهی است. این اثرات را به وضوح می‌توان در مقاصد گردشگری، جایی که گردشگران با محیط طبیعی، اقتصادی، فرهنگی و جامعه محلی تعامل خواهند داشت، مشاهده کرد. از این رو، به طور سنتی می‌توان اثرات گردشگری را تحت عناوین اثرات اجتماعی - فرهنگی، اقتصادی و زیست محیطی بررسی کرد. در دنیای واقعی معمولاً موضوعات گردشگری چندجانبه و غالباً دارای ترکیبی از ابعاد اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی هستند.

بنابراین، به هنگام بررسی انواع اثرات گردشگری، باید توجه کرد که آثار و پیامدهای گردشگری چندجانبه هستند و طیف گسترده‌ای از بخش‌های اقتصادی و اجتماعی را تحت تاثیر قرار می‌دهند به همین دلیل نمی‌توان این اثرات را به صورت انتزاعی و جدا از یکدیگر تحلیل کرد. به عبارت دیگر، اثرات گردشگری و شاخص‌های ناظر بر آنها را نمی‌توان به صورت مجزا بر بخش‌های اجتماعی، زیست محیطی و اقتصادی تقسیم کرد، بلکه این ابعاد در ارتباط با همدیگر هستند. همچنین لازم به ذکر است که بسیاری از برنامه‌ریزی‌ها و مدیریت گردشگری در ارتباط با اثرات گردشگری باید مقاصد و در مجاورت جاذبه‌ها صورت گیرد.

از سوی دیگر، اثرات گردشگری هم می‌تواند مثبت و مفید باشد و هم منفی و مخرب. اینکه اثرات گردشگری مثبت یا منفی است به نگرش و رویکرد محققین، سیاست‌گذاران و تصمیم‌گیران راجع به اثرات بر می‌گردد. به نظر محققان برخی عوامل کلیدی بر ماهیت و نوع اثرات تأثیرگذارند. به اعتقاد این صاحب نظران، دیدگاه نظری، نوع فعالیت‌های گردشگری، ویژگی‌های جامعه میزبان، نوع ارتباط و تعامل گردشگران با میزبان از این زمره هستند. به طور کلی عوامل موثر بر اثرات گردشگری و شاخص‌های ناظر بر آنها را می‌توان در هفت عامل به شرح زیر دسته‌بندی کرد:

۱. شرایط جا و مکانی که گردشگری در آنجا اتفاق می‌افتد. (روستایی/شهری، ساحلی، خشکی، توسعه‌یافته یا در حال توسعه)؛

۲. مقیاس گردشگری (تعداد گردشگران)؛

۳. گردشگران (مبدأ گردشگران، داخلی یا بین‌المللی، جوامع پیشرفته یا در حال توسعه)؛

۴. نوع فعالیت‌های مشمول گردشگری (فعال یا منفعل/مصرف کننده منابع، دارای تعامل کم یا زیاد با جامعه میزبان)؛

۵. زیرساخت‌های موجود برای گردشگری (جاده، سیستم دفع فاضلاب، آب، برق، و...)

۶. مدت زمان حضور گردشگر در مقصد گردشگری؛

۷. زمان گردشگری (فصل گردشگری/اهمیت فصول دارای آسایش اقلیمی).

شایان ذکر است بر اساس دیدگاه و نظرات بسیاری از صاحب نظران تقریباً از دهه ۱۹۷۰ به بعد اثرات منفی گردشگری بر اثرات مثبت آن پیشی گرفته است. با این وجود بسیاری بر این باور هستند گردشگری در صورتی که به صورت ضابطه بند و مبتنی بر اصول گردشگری پایدار انجام نشود، می‌تواند اثرات مخربی در ابعاد مختلف اجتماعی و محیط زیستی در جوامع میزبان به همراه داشته باشد. بر این اساس صاحب نظران، تصمیم‌سازان و تصمیم‌گیران بخش گردشگری تلاش کرده‌اند تا آثار و پیامدهای مختلف گردشگری را بر ابعاد مختلف اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی تحلیل نمایند که نتایج این اثرات به صورت خلاصه در جدول (۱) ارائه شده است.

جدول ۱. مهمترین آثار و پیامدهای گردشگری از دیدگاه محققین، تصمیم‌سازان و تصمیم‌گیران

بخش متاثر	جهت آثار و پیامدها	مصادیق آثار و پیامدها
اقتصادی	مثبت	<ul style="list-style-type: none"> <li>نقش و سهم گردشگری در اقتصاد ملی، منطقه‌ای و محلی</li> <li>نقش و سهم گردشگری در ارزآوری خارجی</li> <li>نقش و سهم گردشگری در ایجاد اشتغال</li> </ul>
	منفی	<ul style="list-style-type: none"> <li>تورم</li> <li>افزایش قیمت زمین و ساختمان</li> <li>افزایش قیمت مواد غذایی و مواد اولیه در مقصد گردشگری</li> <li>افزایش هزینه سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری</li> <li>خطر وابستگی بیش از حد به منابع درآمدی ناشی از گردشگری و افت سایر فعالیت‌های اقتصادی</li> </ul>
اجتماعی - فرهنگی	مثبت	<ul style="list-style-type: none"> <li>احیاء هنرهای سنتی و صنایع دستی</li> <li>احیاء آداب و رسوم، سنن و فعالیت فرهنگی منطقه</li> <li>تغییر سبک زندگی اجتماعی و فرهنگی جامعه محلی</li> <li>احیاء سنن معماری محلی</li> <li>افزایش حساسیت‌های حفظ و نگهداشت ارزش‌های زیبایی‌شناختی و فرهنگی</li> <li>جابجایی‌های طبقاتی</li> <li>ابزاری بسیاری مهم برای حصول فهم و گفت‌وگو بین المللی جوامع از یکدیگر</li> <li>افزایش احساس و میزان امنیت</li> </ul>
	منفی	<ul style="list-style-type: none"> <li>ایجاد مزاحمت برای ساکنین</li> <li>تضعیف هویت فرهنگی محلی</li> <li>افزایش بی‌رویه جمعیت در مقصد گردشگری</li> <li>تنش بین گردشگران و جامعه محلی</li> </ul>
زیست‌محیطی	مثبت	<ul style="list-style-type: none"> <li>افزایش منابع مالی ناشی از بازدید از منابع و جاذبه‌های طبیعی برای حفظ و نگهداری از آن</li> <li>افزایش اهمیت محیط طبیعی و تمایل به حمایت و حفاظت از آن در بین عامه مردم</li> <li>افزایش میزان حفاظت از میراث تاریخی و فرهنگی جامعه</li> </ul>
	منفی	<ul style="list-style-type: none"> <li>افزایش آلودگی ناشی از تردد وسایل نقلیه</li> <li>افزایش میزان پسماند و دورریزی پسماند گردشگران</li> <li>تخریب چشم‌اندازها و منظره‌ها</li> <li>افزایش آلودگی سواحل و رودخانه‌ها</li> <li>افزایش ساخت و سازهای ناهمگون و ناسازگار با معماری بومی و محلی</li> <li>تخریب و یا آسیب به زیستگاه‌های حیات وحش جانوری و گیاهی</li> </ul>

ماخذ: سازمان برنامه و بودجه (۱۳۹۸)، مطالعات سند ملی آمایش سرزمین بخش میراث فرهنگی و گردشگری، مطالعات سند ملی آمایش سرزمین بخش میراث فرهنگی و گردشگری، مرکز پژوهش‌های توسعه و آینده‌نگری

به این ترتیب می‌توان اذعان کرد که یکی از مهمترین و شاید اولین آثار توسعه گردشگری، آثار و پیامدهای اقتصادی گردشگری است که می‌تواند بر توسعه اقتصادی کشورها اثرات مهمی بر جای بگذارد. این موضوع بویژه در مورد ایران به عنوان یکی از کشورهای در حال گذار که ذخایر نفتی آن به عنوان منبع اصلی کسب درآمد در آینده‌های نه چندان دور به پایان می‌رسد، برای ایجاد توسعه همه‌جانبه و پایدار و همچنین جایگزینی منابع جدید کسب درآمد بجای منابع نفتی از اهمیت بیشتری برخوردار است و به همین دلیل باید از تمامی



امکانات و قابلیت‌های خود برای توسعه گردشگری بهره‌بردار. در این راستا صنعت گردشگری که بر اساس آمار و ارقام منتشره از سوی سازمان جهانی گردشگری، در هزاره جدید به بزرگترین منبع درآمد جهانی تبدیل گردیده است، می‌تواند نقش مهمی در توسعه کشور و ارتقای شاخص‌های توسعه ایفا نماید.

به همین دلیل نیز در بندهای ۱۳۰ و ۱۳۱ دستور کار توسعه پایدار با عنوان " آینده ای که ما می‌خواهیم " که در سال ۲۰۱۲ در اجلاس جهانی توسعه پایدار موسوم به اجلاس ریو+۲۰ در ریودوژانیرو برزیل به تصویب رسید بر توسعه گردشگری پایدار برای اتقای شاخص‌های اقتصادی و اجتماعی کشورها تاکید شده است. در بند (۱۳۱) عنوان شده است ما تأکید می‌کنیم که گردشگری با مدیریت و طراحی شده موفق، می‌تواند کمک قابل توجهی به ابعاد سه‌گانه توسعه پایدار نموده، ارتباط نزدیکی با دیگر بخش‌ها داشته و می‌تواند مشاغل و فرصت‌های تجاری مناسب ایجاد و تولید نماید. ما بر ضرورت حمایت از فعالیت‌های پایدار گردشگری و ظرفیت‌سازی مرتبط که آگاهی‌های زیست‌محیطی، صیانت از محیط‌زیست، حمایت از حیات‌وحش، گونه‌های گیاهی، تنوع زیستی، اکوسیستم‌ها و تنوع فرهنگی را ارتقا می‌دهد و بهبود رفاه و معیشت جوامع محلی را با حمایت از اقتصاد بومی آن‌ها و محیط‌زیست طبیعی و انسانی به‌عنوان یک اصل کلی بهبود می‌بخشد، آگاهیم. ما برای پشتیبانی از فعالیت‌های گردشگری پایدار و ظرفیت‌سازی در کشورهای در حال توسعه به منظور دستیابی به توسعه پایدار، توجه بیشتر جهانی را فرا می‌خوانیم.

در بند (۱۳۱) نیز عنوان شده است ما افزایش سرمایه‌گذاری در گردشگری پایدار، شامل طبیعت‌گردی و گردشگری فرهنگی که ممکن است ایجاد بنگاه‌های کوچک و بزرگ و تسهیل دسترسی به منابع مالی از طریق ابتکارات کم اعتبار برای فقرا، مردمان بومی و جوامع محلی در مناطقی با پتانسیل طبیعت‌گردی بالا فراهم آورد را، تشویق می‌کنیم ( سازمان حفاظت محیط زیست، ۱۳۹۱).<sup>۱</sup>

علاوه بر این بخش گردشگری و سفر نقش بسیار مهمی نیز بر هر یک از اهداف توسعه پایدار (SDGs)<sup>۲</sup> دارد. این اهداف که در سال ۲۰۱۵ در مجمع عمومی سازمان ملل متحد به تصویب رسید، شامل ۱۷ آرمان، ۱۶۹ هدف و ۲۳۸ شاخص است که برای دوره زمانی ۲۰۱۵ الی ۲۰۳۰ به تصویب جامعه جهانی رسید و جایگزین اهداف توسعه هزاره شد (جدول ۲). اهداف توسعه پایدار (SDGs)، اهداف خرد و شاخص‌های گوناگونی را برای کشورهای مختلف در حوزه‌های مختلف اقتصادی، اجتماعی، نهادی و محیط زیستی و همچنین گردشگری هدف‌گذاری کرده و کشورها متعهد شده‌اند تا بر مبنای قابلیت‌ها، مبنای فرهنگی، ارزشی و سایر ملاحظات ملی، این شاخص‌ها را در سیاست‌ها و برنامه‌های ملی خود ادغام و عملکرد آنها را در قالب چارچوب‌ها و شاخص‌های پیشنهادی که توسط سازمان ملل ارائه شده است، گزارش نمایند.

<sup>۱</sup> . سازمان حفاظت محیط زیست (۱۳۹۱)، آینده‌ای که می‌خواهیم، دستاوردهای کنفرانس سازمان ملل متحد پیرامون توسعه پایدار (ریو+۲۰)، ترجمه دکتر مجید شفیق پور، نرگس صفار

<sup>۲</sup> . Sustainable Development Goals

## جدول ۲. اهداف توسعه پایدار (SDGs)

آرمان ۱- پایان دادن به فقر در همه اشکال آن
آرمان ۲- پایان دادن به گرسنگی، دستیابی به امنیت غذایی و بهبود تغذیه و ترویج کشاورزی پایدار
آرمان ۳- تامین زندگی های سالم و ترویج و ارتقای رفاه برای همه در همه سنین
آرمان ۴- تامین آموزش کیفی فراگیر و عادلانه و ترویج فرصت های یادگیری مادام العمر برای همه
آرمان ۵- تامین برابری جنسیتی و توانمند کردن همه زنان و دختران
آرمان ۶- تامین مدیریت پایدار و قابلیت دسترسی به آب و بهداشت برای همه
آرمان ۷- تامین دسترسی به انرژی پایدار، مطمئن، قابل تهیه و پیشرفته و مدرن برای همه
آرمان ۸- ترویج رشد اقتصادی مستمر، فراگیر و پایدار؛ و اشتغال کامل و مولد و کار شایسته برای همه
آرمان ۹- ایجاد زیرساخت های مقاوم، ترویج صنعت پایدار و فراگیر پرورش نوآوری ها
آرمان ۱۰- کاهش نابرابری درون و ما بین کشورها
آرمان ۱۱- ساخت شهرها و سکونت گاه های انسانی فراگیر، ایمن، تاب آور و پایدار
آرمان ۱۲- تامین الگوهای پایدار تولید و مصرف
آرمان ۱۳- انجام اقدامات عاجل برای رویارویی با تغییرات اقلیمی و پیامدهای آن
آرمان ۱۴- حفاظت و بهره برداری پایدار از اقیانوس ها، دریاها، و منابع دریایی برای توسعه پایدار
آرمان ۱۵- حفاظت، ترمیم، و ترویج بهره برداری پایدار از زیست بوم های خشکی، مدیریت پایدار جنگل، مبارزه با بیابان زایی و متوقف ساختن تخریب سرزمین و احیاء آنها و معکوس کردن کاهش تنوع زیستی
آرمان ۱۶- ارتقاء جوامعی فراگیر و صلح طلب برای توسعه پایدار و فراهم نمودن دسترسی به عدالت برای همه و ایجاد نهادهای فراگیر، پاسخگو، و موثر در همه سطوح
آرمان ۱۷- تقویت روش های اجرا و احیاء و تقویت مشارکت جهانی برای توسعه پایدار

ماخذ: پوراصغر سنگاچین، فاطمه غفاری رهبر، محمد حسین آبادی (۱۳۹۴)، توسعه پایدار، مبانی و شاخص های پایدار، انتشارات علم کشاورزی

گردشگری و سفر از جنبه های مختلف بر هر یک از اهداف توسعه پایدار تاثیر دارد و فراز و فرودها از جنبه های مختلف هر یک از اهداف توسعه پایدار به شرح زیر تاثیر می گذارد (بیشمی، ۲۰۲۳، سازمان جهانی گردشگری، ۲۰۱۳۹۰):  
گردشگری با ایجاد شغل بر آرمان اول (پایان دادن به فقر در همه اشکال آن) موجب درآمدزایی بویژه در سطوح جوامع محلی می شود. این حوزه را می توان با راهبردهای ملی کاهش فقر و کارآفرینی مرتبط ساخت. استخدام افراد محلی نه چندان ماهر، می تواند موجب تقویت و توانمند سازی گروه ها و اقشار کم درآمد بویژه زنان و جوانان شود.

بخش گردشگری با ترویج تولید و تأمین مایحتاج هتل ها و فروش محصولات محلی به گردشگران، می تواند به عنوان پیشران بخش کشاورزی عمل کند. این بخش با تحرک در بخش کشاورزی نیز می تواند با توسعه گردشگری کشاورزی (اگروتوریسم) درآمدهای سرشاری برای کشاورزان در مناطق روستایی به همراه داشته باشد و موجب افزایش تقاضا برای گردشگری

۱. بیشمی (۲۰۲۳)، ارتباط گردشگری با اهداف توسعه پایدارمروری بر اهداف ۱۷ گانه قابل دسترس از پایگاه اطلاعاتی Safarnevisean: <https://www.linkedin.com/company/safarnevisean/>

۲. سازمان جهانی گردشگری و برنامه توسعه سازمان ملل (۱۳۹۸) گردشگری و اهداف توسعه پایدار، ترجمه بهار بیشمی، غلام حیدر ابراهیم بای سلامی، انتشارات یارا

کشاورزی و روستایی شود که در نهایت مجموع این فرایندها می تواند بر امنیت غذایی و پیشبرد آرمان دوم اهداف توسعه پایدار (پایان دادن به گرسنگی، دستیابی به امنیت غذایی و بهبود تغذیه و ترویج کشاورزی پایدار) نقش آفرینی کند.

درآمدهای مالی حاصل از گردشگری را می توان در حوزه مراقبت و خدمات بهداشت و سلامت باز توزیع کرد و سرمایه گذاری در بخش سلامت را افزایش داد. این اقدامات در نهایت می تواند بر سلامت مادران و کاهش مرگ و میر کودکان تاثیر بگذارد و در عین حال با افزایش مراقبت های بهداشتی از شیوع بیماری های همه گیر پیشگیری نماید و سرانجام با بسیج درآمدهای حاصل از گردشگری می توان به توسعه خدمات بهداشتی و سلامت در مناطق کمتر توسعه یافته کمک کرد که مجموعه این عوامل در نهایت می تواند بر آرمان سوم (تامین زندگی های سالم و ترویج و ارتقای رفاه برای همه در همه سنین) و شاخص های ناظر بر آن تاثیر بگذارد و تمامی شاخص ها را ارتقاء دهد.

درآمدهای حاصل از گردشگری می تواند فرصت های آموزش را برای همه گروه های اجتماعی افزایش دهد. با توجه به اینکه توسعه گردشگری به نیروهای ماهر و آموزش دیده نیاز دارد، لذا توسعه بخش گردشگری می تواند به عنوان یک پیشران برای توسعه همه جانبه و فراگیر آموزش برای محلی و مناطق کمتر توسعه یافته عمل کند. بخش گردشگری به صورت مستقیم و غیر مستقیم می تواند نیاز های آموزشی افراد را تامین نماید و گزینه های انتخاب آنان برای استفاده از فرصت های شغلی در بخش گردشگری و حتی سایر بخش ها را افزایش می دهد که در نهایت مجموع این فرایندها می تواند به ارتقای آرمان چهارم (تامین آموزش کیفی فراگیر و عادلانه و ترویج فرصت های یادگیری مادام العمر برای همه) و شاخص های ناظر بر آن منتهی گردد و تاب آوری جامعه را در برابر تکانه های اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی افزایش دهد.

یکی از بخشهای اقتصادی که می تواند فرصت های زیادی را در اختیار زنان قرار دهد و عدالت جنسیتی را در مقایسه با سایر بخش های اقتصادی ممکن سازد، بخش گردشگری و سفر است. زیرا گردشگری نه تنها توان مالی زنان را افزایش می دهد بلکه مناسبات اجتماعی، فرهنگی و همچنین اعتماد به نفس آنان را تقویت می نماید و ظرفیت های بالقوه آنان را برای حضور در محیط کسب و کار به منصفه ظهور می رساند و نرخ مشارکت آنان در فعالیت های اقتصادی را افزایش می دهد. به عبارت دیگر توسعه گردشگری نقش بسیار مهمی در تقویت و توانمند سازی زنان برای ارتقای جایگاه خود در بازار کار دارد. مجموع این تحولات و فرایندها نیز می تواند زمینه ساز دستیابی به آرمان پنجم اهداف توسعه پایدار (تامین برابری جنسیتی و توانمند کردن همه زنان و دختران) برای ارتقای ظرفیت های زنان و دختران و توانمند سازی آنان شود.

تامین آب و سالم و بهداشتی و دسترسی به بهداشت برای تمامی اقشار جامعه و بخش ها از جمله بخش گردشگری مستلزم افزایش سرمایه گذاری است تا بتواند تامین آب سالم و بهداشتی را برای بخش گردشگری تضمین نماید. همچنین تامین بهداشت برای همه اقشار جامعه به منظور پایداری تقاضا برای گردشگری در جوامع مقصد از اهمیت بسیار زیادی برخوردار است. همچنین بهداشت و درمان برای همه، استفاده مؤثر از آب در گردشگری، کنترل آلودگی و بهره وری فناورانه می تواند کلیدی برای حفاظت از منابع ارزشمند و تضمین امنیت و سلامت گردشگران باشد. این موضوع ارتباط تنگاتنگ بین آرمان ششم (تامین مدیریت پایدار و قابلیت دسترسی به آب و بهداشت برای همه) با فعالیت های گردشگری و سلامت نشان می دهد.

گردشگری به عنوان یک فعالیت انرژی بر و آلوده کننده و منتشر کننده گازهای گلخانه ای می تواند گذار به سوی انرژی های تجدیدپذیر را شتاب بخشد. با افزایش سرمایه گذاری در منابع انرژی پاک، گردشگری می تواند به کاهش گازهای گلخانه ای کمک کند، آثار و پیامدهای تغییرات اقلیمی را کاهش دهد و با توسعه سیستم های تولید انرژی غیر متمرکز تجدید پذیر در مناطق دور از دسترس، زیرساخت های انرژی و برخورداری از انرژی را برای همه اقشار بویژه مناطق روستایی کم برخوردار فراهم نماید و مجموعه این اقدامات می تواند به پیشبرد و دستیابی به آرمان هفتم (تامین دسترسی به انرژی پایدار، مطمئن، قابل تهیه و پیشرفته و مدرن برای همه) و شاخص های متناظر بر آن کمک کند.

امروزه گردشگری به عنوان یک صنعت مهم در سطح جهان و یک بخش مهم در اقتصاد بسیاری از کشورها محسوب میشود. در بسیاری از کشورهای در حال توسعه که دارای جامعه باز و اقتصاد پویا هستند، توسعه گردشگری مبنای توسعه اقتصادی میباشد. توسعه گردشگری در این کشورها باعث افزایش درآمد و ایجاد شغل در فعالیتهای مربوط به گردشگری و در جاذبههای گردشگری است. این صنعت به عنوان یکی از کسب و کارهای خدماتی و کاربری، یکی از چهار منبع ۱۰ درآمد صادراتی در جهان است و هم اکنون یکی از ۹ شغل جهان را شامل می شود. فرصت های شغلی مناسب در گردشگری، به ویژه برای جوانان و زنان و سیاست هایی که موجب تنوع بیشتر از طریق زنجیره ارزش گردشگری می شوند، می توانند اثرات مثبت اجتماعی-اقتصادی گردشگری را تقویت کنند و جامعه را در برابر تکانه های اقتصادی تاب آور می کند و بسترهای لازم را برای تحقق آرمان هشتم (ترویج رشد اقتصادی مستمر، فراگیر و پایدار؛ و اشتغال کامل و مولد و کار شایسته برای همه) فراهم می کند.

توسعه گردشگری ارتباط تنگاتنگی با زیرساخت های مناسب خصوصی و عمومی دارد. این حوزه می تواند بر سیاست های عمومی در جهت ارتقای زیرساخت ها مؤثر باشد، سازوکارها و انگیزه هایی را در دولت ها بوجود می آورد تا در راستای سرمایه گذاری در زیرساخت ها و صنایع پایدارتر و خلاقانه تر و سازگار با محیط زیست گام بردارند و زمینه را برای توسعه نوآوری ها در حوزه های مختلف برای تحقق آرمان نهم (ایجاد زیرساخت های مقاوم، ترویج صنعت پایدار و فراگیر پرورش نوآوری ها) فراهم نماید

گردشگری از دو طریق مستقیم و غیرمستقیم (با تاثیر بر رشد اقتصادی) بر نابرابری درآمد تاثیر می گذارد. صنعت گردشگری به عنوان یکی از صنایع در حال رشد جهان در سالهای اخیر، با درآمد بالایی که داشته توانسته است برای طیف گسترده از جوامع فقیر و نابرخوردار شغل ایجاد نماید. درآمدهای حاصل از این صنعت با اشتغال زایی و فقرزدایی می تواند یکی از عوامل تاثیرگذار بر کاهش نابرابری درآمدی است و منجر به توزیع عادلانه تر درآمدها و گسترش عدالت می شود.

گسترش گردشگری در مناطق کمتر توسعه یافته کشور می تواند به عنوان ابزاری برای کاهش نابرابری در بین مناطق کشور مورد استفاده قرار گیرد اهداف این روش که به روش توسعه گردشگری به نفع فقرا نامیده می شود اطمینان از ارائه خدمت گردشگری توسط مناطق فقیر می باشد. معمولاً این روش توسط دولتهای اجراء می شود که عمده درآمد آنها متکی به گردشگری می باشند. در این روش گردشگری به عنوان ایجاد و تقویت کننده فرصت های اشتغال و منتفع شدن گروههای منتخبی از جامعه که درگیر ارائه خدمات گردشگری می باشند در نظر گرفته می شوند و در نهایت رونق فعالیتهای گردشگری باعث افزایش درآمدهای مالیاتی دولت می شود که خود یک ابزار توزیع مجدد و بازتوزیع می باشد؛ نحوه عمل دولتها در هزینه کرد این درآمدها، اثرات متفاوتی روی رفاه و نابرابری درآمدی بین مناطق خواهد داشت و بتدریج می تواند زمینه ساز کاهش نابرابری های تحقق آرمان دهم (کاهش نابرابری درون و ما بین کشورها) شود (محمد زاده و همکاران، ۱۳۹۶)۱.

امروزه یکی از مهمترین کارکردهای شهرها آرایه انواع خدمات گردشگری نوین است، چرا که شکل گیری عصر پسا مدرنیته با گزاره اصلی آن یعنی جهانی شدن، توسعه فناوری های اطلاعات و ارتباطات و گردشگری همراه شده و دوره جدیدی در تعاملات اجتماعی و فرهنگی بین جوامع خصوصاً در قالب ساختارهای شهری شکل گرفته است. با این ترتیب مراکز شهری به علت تجمع نهادهای مدنی و زیرساختهای اجتماعی می توانند محل مناسبی برای جذب و جلب گردشگران داخلی و خارجی محسوب شوند. اهمیت این نوع از صنعت گردشگری خود زمانی که با تاریخ تمدن یا شرایط ویژه طبیعی آن ناحیه همراه شود، دو چندان شده و با برنامه های مناسب به آسانی می تواند به قطب گردشگری تبدیل شوند. به همین دلیل توسعه گردشگری می تواند به توسعه زیرساخت های نرم

۱. محمدزاده. پرویز، خلیل قاسملو (۱۳۹۶)، نقش صنعت گردشگری در ایجاد نابرابری درآمدی در بین استان های کشور، مجله برنامه ریزی و توسعه گردشگری، سال ششم، شماره ۲۲، دوره ۶، پاییز

افزایی و سخت افزاری و دسترسی های بهتر شهروندان شده و احیاء و بازسازی و افزایش تاب آوری را برای شهروندان به دنبال داشته باشد. همچنین با توسعه گردشگری انگیزه های لازم را در سیاست گذاران جهت برنامه ریزی و مدیریت شهری برای حفاظت و بازسازی میراث طبیعی، تاریخی و فرهنگی و توسعه امکانات و زیرساخت های گردشگری را بوجود آورده و سرمایه گذاری در زیرساخت های سبز (حمل و نقل کارآمدتر، کاهش آلودگی هوا) و شهری هوشمندانه تر و سازگار با محیط زیست را برای شهروندان و گردشگران را افزایش می دهد که مجموعه این عوامل می توانند تحقق آرمان ( ساخت شهرها و سکونت گاه های انسانی فراگیر، ایمن، تاب آور و پایدار ) برای کاهش آسیب پذیری و ارتقای تاب آوری شهری را ممکن سازند ( بیشمی، ۲۰۲۳، عربشاهی کریزی، ۱۳۹۷)<sup>۱</sup>.

توجه به الگوهای مصرف و تولید پایدار (SCP) در اجرای پایداری در همه فعالیت های اقتصادی بویژه بخش گردشگری از اهمیت بسیار زیادی برخوردار است. از آنجایی که صنعت گردشگری، در حال تبدیل شدن به صنعتی پیشرو در سطح جهان است. بنابراین، این صنعت برای دستیابی به پایداری و آرمان نهم توسعه پایدار (تامین الگوهای پایدار تولید و مصرف) در سناریوهای تجاری مختلف باید موضوع مصرف و تولید پایدار (SCP) را کانون توجه قرار دهند. این موضوع نه تنها موجب صرفه جویی در هزینه ها می شود، بلکه باعث می شود تا بخش گردشگری مناطق مقصد به عنوان یک بخش مسئولیت پذیر در سطح ملی و بین المللی شناخته شود. زیرا مدیران گردشگری مایلند عملکرد خود را از نظر کاهش اتلاف منابع و همچنین کاهش مصرف آنها، صرفه جویی در مصرف برق و انرژی و ارتقای استفاده از بازارهای ثانویه با اتخاذ روندهای در مصرف و تولید پایدار (SCP) در کسب و کارها را بهبود بخشند. به همین دلیل، حوزه گردشگری برای تسریع در حرکت به سوی پایداری، نیازمند اتخاذ الگوهای مصرف و تولید پایدار است. از ابزارهای مؤثر بر کنترل و نظارت بر توسعه پایدار در بخش گردشگری می توان به نظارت بر مصرف انرژی، آب، تولید پسماندها، حفاظت از تنوع زیستی و ایجاد شغل اشاره کرد که مجموع این اقدامات می توانند به رونق اقتصادی، اجتماعی و حفاظت از محیط زیست و نهادینه کردن مصرف و تولید پایدار منتهی گردد ( میرفخرالدینی، ۱۴۰۲)<sup>۳</sup>. تغییر اقلیم از جنبه های مختلف بر توسعه گردشگری تاثیر می گذارد. اقلیم عامل بسیار مهمی در چگونگی تکوین و تکامل پوشش گیاهی، تنوع زیستی جانوری و منابع آب به شمار می رود. در واقع آب و هوای مقاصد گردشگری مختلف، چشم انداز های طبیعی آنها نقش تعیین کننده ای در جذابیت مناطق مقصد دارد، لذا تغییرات اقلیمی می تواند بر هر یک از این منابع اکولوژیکی تاثیر بگذارد. یکی از مهمترین پیامدهای تغییر اقلیم خشکسالی ها یا افزایش رخدادهای حدی مانند بروز سیل یا طوفان های گردوغبار است که مجموع این عوامل می توانند بر تغییر مقاصد گردشگران تاثیر بگذارند. از سوی دیگر گردشگری به عنوان یک صنعت در حال رشد از طریق مصرف انرژی و انتشار آلاینده ها و پسماندها بر اقلیم تاثیر بگذارد. به همین دلیل به عنوان بخشی شناخته می شود که هم بر اقلیم تاثیر می گذارد و هم از آن تاثیر می پذیرد. به همین دلیل بخش گردشگری باید نقش مهمی در واکنش جهانی به تغییرات اقلیمی و تحقق آرمان ۱۳ اهداف توسعه پایدار (انجام اقدامات عاجل برای رویارویی با تغییرات اقلیمی و پیامدهای آن) ایفاء می کند، زیرا ظرفیت های زیادی در این بخش برای کاهش انتشار انواع آلاینده ها و گازهای گلخانه ای وجود دارد که می تواند به پایداری بیشتر محیط زیست منتهی گردد.

مناطق ساحلی به عنوان مناطق دارای منابع اکولوژیکی غنی می باشند که می توانند بستر مناسبی برای فعالیت ها و توسعه اقتصادی و اجتماعی و بویژه گردشگری در سراسر جهان فراهم کنند. وجود منابع با ارزش اکولوژیکی، تنوع زیستی و جاذبه های طبیعی و تفریحی

۱. عربشاهی کریزی. احمد، مهرنوش تقدسی (۱۳۹۷) گردشگری شهری و شهری توسعه پایدار: تحلیل و بررسی نقش جایگاه، پیامدهای و توسعه گردشگری شهری، جغرافیا و روابط انسانی، دوره ۱، شماره ۲، پاییز

۲. Sustainable consumption and production

۳. میرفخرالدینی. فائزه السادات (۱۴۰۲) ارائه مدل ساختاری به منظور پذیرش مصرف و تولید پایدار در صنعت گردشگری، فصلنامه مطالعات اجتماعی گردشگری، سال یازدهم، دوره یازدهم، شماره بیست و دوم

و همچنین برخورداری از ذخایر نفت و گاز و امکان توسعه انواع فعالیت‌های اقتصادی بویژه گردشگری، بیانگر اهمیت این مناطق می‌باشد. از سوی دیگر، پایداری گردشگری در این نواحی به شدت به پایداری و سلامت این مناطق بستگی دارد. به همین دلیل نیز بخش گردشگری نقش تعیین کننده‌ای در تحقق آرمان ۱۴ (حفاظت و استفاده پایدار از اقیانوس‌ها، دریاها و منابع دریایی برای توسعه پایدار) دارد.

به همین دلیل، حمایت از طرح‌های گردشگری و تنوع بخشیدن به آن‌ها، گسترش ورزش‌های ساحلی و آبی، توجه به جاذبه‌های تاریخی، فرهنگی و اجتماعی سواحل، بکارگیری رویکردهای مدرن بازاریابی، حمایت از سرمایه‌گذاری‌های بخش خصوصی و دولتی، توسعه فرصت‌های شغلی در بخش گردشگری ساحلی و دریایی، ارائه تسهیلات و امکانات برای توسعه گردشگری در مناطق ساحلی، توجه به توریسم درمانی، توسعه زیرساخت‌ها، تمرکز بر رویکرد مدیریت یکپارچه سواحل، بهره‌مندی از چشم‌اندازهای زیبای ساحل و دریا و توسعه صنعت صید و پرورش آبزیان به منظور جذب گردشگران، به‌عنوان مهمترین راهبردهایی هستند که برای استفاده پایدار از این ظرفیت‌ها در بسیاری از کشورها در کانون توجه قرار گرفته‌اند که پیش شرط آنها رعایت اصول و مبانی پایداری در توسعه گردشگری برای حفاظت و استفاده پایدار از اقیانوس‌ها، دریاها و منابع دریایی است (محمودی و همکاران، ۱۴۰۲).<sup>۱</sup>

گردشگری و بویژه گردشگری طبیعی یکی از صنایع با رشد سریع در جهان است. گرچه این نوع گردشگری درآمدهای زیادی را برای جوامع کمتر توسعه یافته و روستایی به همراه دارد، اما از سوی دیگر در صورت عدم رعایت ملاحظات پایداری می‌تواند فشار زیادی را به اکوسیستم‌های آسیب پذیر وارد کند. معمولاً کنش‌های متقابل اجتماعی، اقتصادی و زیست محیطی گردشگری و محیط زیست طبیعی بسیار زیاد و پیچیده می‌باشد، زیرا گردشگری اغلب شامل بازدیدکننده از سایت‌های دارای اهمیت طبیعی و فرهنگی است. علاوه بر این گردشگری یک بازار جهانی به شدت رقابتی، با مشوق‌هایی برای کسب درآمد کوتاه مدت است. لذا گردشگری پایدار می‌تواند شغل و درآمد تولید نموده و در نتیجه انگیزه‌ای برای حفظ مناطق طبیعی و تحقق آرمان ۱۵ (حفاظت، ترمیم، و ترویج بهره‌برداری پایدار از زیست بوم‌های خشکی، مدیریت پایدار جنگل، مبارزه با بیابان‌زدایی و متوقف ساختن تخریب سرزمین و احیاء آنها و معکوس کردن کاهش تنوع زیستی) را میسر سازد. همچنین می‌تواند آگاهی عمومی را از بسیاری از محصولات و خدمات ارائه شده توسط اکوسیستم‌های طبیعی و منابع بیولوژیکی و توجه به شناخت و شیوه‌های سنتی را افزایش دهد. گردشگری پایدار به وضوح این پتانسیل را دارد که بین نگرانی‌های اقتصادی و زیست محیطی، آشتی برقرار کند و به یک مفهوم عملی توسعه پایدار، دست یابد. به این ترتیب با توجه به اینکه تنوع زیستی و میراث طبیعی غنی اغلب از دلایل اصلی بازدید گردشگران از مقصد گردشگری قلمداد می‌شوند، لذا در صورتی که طرح‌های مدیریت گردشگری پایدار در مقاصد گردشگری تهیه، تدوین و اجرا شوند، در این صورت می‌تواند به حفاظت هر چه بهتر تنوع زیستی منتهی شود و از سوی دیگر نیز می‌تواند باعث افزایش درآمد اقشار فرودست و تنوع بخشی اقتصاد در جوامع کمتر توسعه یافته شود (میرفخرالدینی، ۱۴۰۰).<sup>۲</sup>

همانگونه که عنوان شد، گردشگری علاوه بر اینکه امروزه یکی از پویاترین بخش‌های اقتصادی است که در بخش عمده‌ای از کشورها نقش مؤثری در افزایش تولید ناخالص داخلی، اشتغال آفرینی و توزیع درآمد دارد، با پدیده آوردن تفاهم متقابل میان ملت‌ها و مناطق مختلف یک کشور به پیشبرد و استواری صلح جهانی و منطقه‌ای کمک‌های شایسته‌ای می‌کند. دولت‌ها برای رسیدن به این آرمان بشری تلاش و کوشش‌های فراوانی برای تحقق صلح و امنیت جهانی معطوف داشته و همواره در سیاست‌گذاری‌ها و تصمیم‌سازی‌ها، توسعه گردشگری را به عنوان پویاترین فعالیت اقتصادی، سیاسی و فرهنگی عصر حاضر با قدرت نرم و نیروی سیال و پرنفوذ خود

۱. محمدی. صدیقه، عباس مرادی (1402)، برنامه‌ریزی توسعه گردشگری ساحلی و دریایی با بهره‌گیری از مدل SWOT و QSPM

(مطالعه موردی: شهرستان بندر لنگه)، مجله مهندسی جغرافیایی سرزمین، دوره 8، شماره 2 - شماره پیاپی 20

۲. میرفخرالدینی. فائزه السادات (1400)، تنوع زیستی و گردشگری پایدار براساس راهبردهای CBD، پنجمین کنگره بین المللی توسعه

کشاورزی، منابع طبیعی، محیط زیست و گردشگری ایران



که در تولید صلح و امنیت و تفاهم و درآمد کشورها و پیوند دولت ها و ملتها و همچنین اقوام یک کشور به یکدیگر تاثیرگذار می باشد. این صنعت می تواند بین میلیاردها نفر با پیش زمینه ها و فرهنگ های متنوع ارتباط برقرار کند، و درک و شناخت فرهنگ ها و نزدیکی مذاهب به یکدیگر را بیشتر کند و سرانجام به تقویت صلح و ثبات جوامع صلح منتهی گردد و از بروز تنش های اجتماعی، بی ثباتی اجتماعی و وقوع جنگ ها بین جوامع جلوگیری کند و بسترهای لازم برای تحقق آرمان ۱۶ ( ارتقاء جوامعی فراگیر و صلح طلب برای توسعه پایدار و فراهم نمودن دسترسی به عدالت برای همه و ایجاد نهادهای فراگیر، پاسخگو، و موثر در همه سطوح) را ایجاد نماید (ستایش منش، ۱۴۰۲).

گردشگری به عنوان مشارکت کننده در ایجاد درک متقابل، نزدیکی انسانها به یکدیگر، گسترش دهنده همکاریهای بین المللی و نیروی ارتباط دهنده زنان و مردان با فرهنگها و سبکهای زندگی مختلف، به صورت نیروی حیاتی برای ایجاد تعامل و دوستی بین ملت ها و تفاهم بین جوامع عمل می کند، که مجموع این عوامل می تواند به ارتقای مشارکت در سطح بین المللی برای تحقق آرمان ۱۷ ( تقویت روش های اجرا و احیاء و تقویت مشارکت جهانی برای توسعه پایدار) منتهی گردد. این بخش با توجه به آثار و پیامدهای چند بعدی، از قابلیت های بسیار زیادی برای تقویت و ارتقای مشارکت عمومی- خصوصی و دست اندرکاران مختلف (بین المللی، ملی، منطقه ای و محلی) برخوردار است که می تواند برای تحقق سایر آرمان های توسعه پایدار و شاخص های ناظر نقش داشته باشد. لذا گردشگری نه تنها به عنوان پیشران اقتصادی پر قدرتی در تجارت بین الملل نقش دارد، بلکه شالوده و بستری برای ارتقای روابط و همکاری های بین المللی و ابزاری برای درک و شناخت برای حفاظت محیط زیست و ارتقای صلح و ثبات و تشریک مساعی بین المللی برای دستیابی به آرمان های مختلف توسعه پایدار قلمداد می شود.

### ۳. مبانی و اهمیت شاخص ها در برنامه ریزی و سیاست گذاری گردشگری

استفاده از ملاکها و اصولی که خصوصیات کیفی سیاستها و برنامههای یک کشور در حوزههای مختلف اقتصادی، اجتماعی و بویژه گردشگری در چارچوب دادههای کمی را بیان نماید، همواره به عنوان یکی از مسائل اساسی و مهمترین دغدغههای برنامه ریزان، سیاستمداران و پژوهشگران بوده است که این کار با استفاده از شاخصهایی صورت میگیرد. شاخصها معمولاً از نظریهها، نگرشها و یا موقعیتها سرچشمه میگیرند و مانند علائمی مسیر و جهت گیری ها و سمت و سوی حرکات یک جامعه در بخش های مختلف را مشخص می کنند. به همین دلیل طی سالهای گذشته تدوین شاخصها در حوزههای مختلف از جمله بخش گردشگری برای اندازه گیری و سنجش عملکرد کشورها بسط و گسترش یافته و مدت های مدیدی است که در سطوح ملی و بین المللی ملاک مقایسه کشورها در حوزه های مختلف از جمله بخش گردشگری محسوب می شوند.

تعریف لغوی کلمه شاخص یا Index بیشتر به مفهوم کاربردی آن برمی گردد و آن راهنمایی است که در کمترین زمان ماهیت و هویت وجودی یک چیز را نشان می دهد. شاخصها، نکات بارز و برجسته ای هستند که فرد با کمک آنها می تواند اطلاعات عظیم و بی شمار در مورد یک پدیده را (خواه این پدیده یک شیء باشد و خواه یک اتفاق یا روند حرکتی) طبقه بندی کند و با استفاده از آن با سرعت و دقت بیشتر به بررسی تحولات پدیده مذکور بپردازد.

بر این اساس، از شاخص به عنوان یک راهنما برای ارزیابی و بررسی تحولات اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی و گردشگری و سایر حوزه ها استفاده می شود. این راهنما، ملاکها و محکهایی هستند که وجود یک پدیده را نمایان می سازند و به عنوان، علامت مشخص کننده وضعیت محسوب می شوند. در حقیقت شاخصها در یک تعریف عام به نماینده ای از یک گروه اطلاق می شود که بیانگر وضعیت، روند یا حالت خاص یک گروه یا مجموعه ای از پدیدهها هستند. شاخصها برای ساده کردن، شناسایی، بررسی و تحلیل واقعیتها مورد

استفاده قرار می‌گیرند. شاخص‌ها یکی از اجزای ضروری برای ارزیابی کلی پیشرفت جوامع به‌سوی اهداف از پیش تعیین شده هستند (پوراصغر سنگاچین و همکاران، ۱۳۹۴).

یکی دیگر از نمادهایی که در ایران استفاده می‌شود «نماگر» است که معادل انگلیسی آن **Indicator** است که معمولاً به صورت یکسان با شاخص (**Index**) استفاده می‌شوند، اما این دو تفاوت‌هایی با یکدیگر دارند. ریشه لغوی نماگر به معنای نشان‌دهنده و نمایان‌کننده گرفته شده، معادل کلمه **Indicator** است. نماگرها، ابزارهای ریاضی برای سنجش موقعیت، تغییرات و تحولات یک پدیده طی زمان به شمار می‌روند. نماگرها را می‌توان مجموعه‌ای از اعداد تعبیر کرد که برای سنجش تغییرات عددی یک پدیده مفروض به‌کار می‌روند. این اعداد به صورت منفرد یا با ترکیب و استفاده از نسبت‌های ریاضی، نشان‌دهنده تحولات رخ داده در پدیده مورد بررسی می‌باشند. شاخص‌ها در واقع نوعی نماگر محسوب می‌شوند، اما این نماگرها باید دارای ویژگی‌های خاصی باشند، به طوری که هر نماگری «شاخص» نیست. شاخص‌ها به عنوان نشانه یا اندازه‌ای از یک مفهوم بر پایه یک رشته مشاهدات استوار بوده و معمولاً به صورت یک عدد بیان می‌شوند. به طور کلی، شاخص اندازه‌ای است که اجزای مختلف یک مفهوم کمی یا کیفی را نشان می‌دهد (European Commission, 2007)

شاخص‌ها، ترکیبی از نشانه‌ها، علائم و نماگرهایی هستند که به طور خاص برای اندازه‌گیری وضع موجود یک پدیده و نیز تغییرات آن به کار می‌روند. البته این ترکیب الزام‌آور نیست، گاه یک عدد یا یک مشاهده می‌تواند به عنوان شاخص باشد و گاه ترکیب دو یا چند عدد را نمی‌توان شاخص به حساب آورد. شاخص بودن یا نبودن هر عدد از جمله نماگرها به ماهیت عدد و توانایی آن در توضیح بدون تفسیر و تحلیل وضعیت یک پدیده مفروض برمی‌گردد. مرز بین شاخص و نماگر نیز در همین نکته خلاصه می‌شود. نماگرها تغییرات و تحولات یک پدیده را نشان می‌دهند، اما به طور صریح و دقیق نمی‌توانند درباره نوسان‌ها قضاوت کنند؛ اما شاخص‌ها قادر هستند که در مورد نوسان‌ها، قضاوت‌های ارزشی کنند و بر مبنای آن‌ها پژوهشگر یا تحلیل‌گر می‌تواند به صراحت پدیده‌ای را مورد ارزیابی قرار دهد. معمولاً شاخص‌ها (**Index**) دارای مقیاس رده بندی هستند، اما نماگر (**Indicator**) معمولاً فاقد مقیاس هستند. برای مثال شاخص توسعه انسانی (**HDI**)<sup>۲</sup> به چهار طبقه شاخص توسعه انسانی بسیار بالا (بیش از 0.800)، بالا (0.700-0.799)، متوسط (0.550-0.699) و پایین (کمتر از 0.549) طبقه بندی می‌شود (UNDP, 2033).

شاخص‌ها ابزارهای ارزشمندی برای مبادله اطلاعات، نگرش‌ها و عقاید و ارزش‌های هر جامعه محسوب می‌شوند. هر عددی را که بخواهند به عنوان شاخص تلقی کنند، باید از ویژگی‌هایی برخوردار باشد. بعضی از این ویژگی‌ها مشترک با نماگر و بعضی به طور خاص مربوط به یک شاخص است. این ویژگی‌ها را می‌توان معیارهای انتخاب یک عدد به عنوان شاخص دانست. برای یک شاخص ویژگی‌های متعددی برشمرده‌اند، اما در مجموع از مهم‌ترین ویژگی‌های شاخص‌های مطلوب می‌توان موارد زیر را برشمرد (کهن، گوئل، 1376):<sup>۴</sup>

- بر مبنای علمی مناسبی بنا نهاده شوند. به عبارت دیگر شاخص‌ها باید بر پایه‌های علمی و نظری صحیح استوار شده و بر این مبنا طراحی شوند.

۱. پوراصغر سنگاچین، فرزام، فاطمه غفاری رهبر، محمد حسین آبادی (۱۳۹۴)، توسعه پایدار- مبانی و شاخص‌های پایداری، انتشارات علم کشاورزی

۲. Human Development Index

۳. United Nations Development Programme (2023), HUMAN DEVELOPMENT REPORT, access at: <https://hdr.undp.org/content/human-development-report-2023-24>

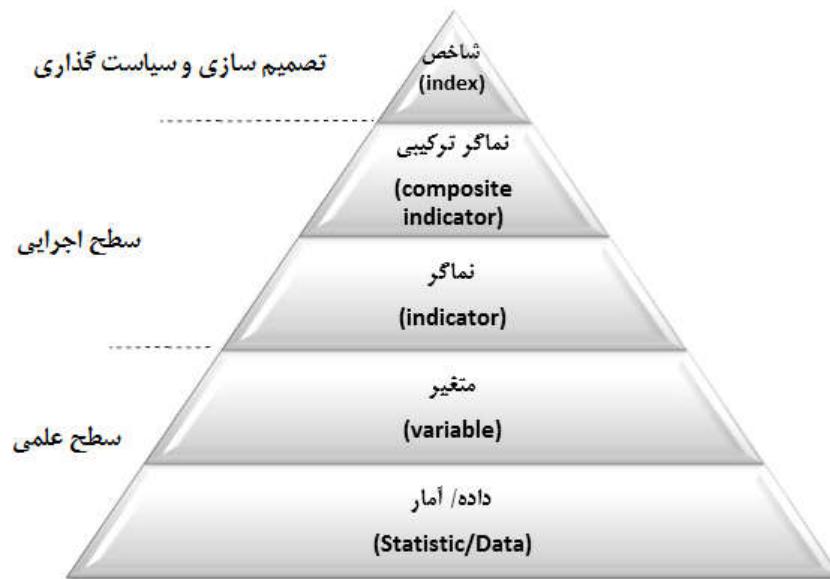
۴. کهن، گوئل (۱۳۷۶) شاخص شناسی در توسعه پایدار - توسعه اقتصادی و حساب‌های ملی در بستر سبز، انتشارات موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی



- بیان کننده کل واقعیت‌ها و پدیده‌ها باشند. شاخص‌ها باید از جامع‌نگری برخوردار بوده و یک سوپه به تغییرات نگاه نکنند. به عبارت دیگر فراگیر بودن شاخص‌ها باید بتواند ابعاد مختلف پدیده را نمایان سازد.
- عدم نیاز به تحلیل، مهم‌ترین ویژگی این که از اعداد شاخص‌ها به مانند ابزارهای سنجش نباید نتایج متفاوت و مختلفی را استنتاج نمود. به عبارت دیگر اعداد شاخص به طور صریح و بدون نیاز به تحلیل و تفسیر، باید تحولات یک پدیده را نشان دهند.
- اعتبار و روایی. روش محاسبه داده‌ها و محتوای پیام استنباطی از شاخص‌ها باید از دیدگاه نظریات رایج در موضوع مورد بررسی، معتبر باشد.

به این ترتیب شاخص‌ها ابزارهایی هستند که اطلاعات پیچیده و گسترده را به صورت کمی و قابل درک برای عموم و تصمیم گیران فراهم می‌کنند. به عبارت دیگر شاخص‌ها نشان می‌دهند که در کجا قرار داریم، مسیر حرکت چگونه است و آیا مسیر حرکت و تحولات در راستای اهداف پیش‌بینی شده صورت می‌گیرد. شاخص‌ها روندها و تنش‌های موجود در هر سیستمی را نمایان می‌سازند و نشان می‌دهند که سیاست‌ها، برنامه‌ها چگونه بر کارکرد سیستم اثر می‌گذارند. شاخص‌ها به مانند حلقه‌های بازخورد عمل می‌کنند و با اعلام وضعیت سیستم، هشدارهای لازم برای افزایش دخالت‌ها را در حوزه‌های خاص فراهم می‌کنند. شاخص‌ها فراتر از اطلاعات و آمارهای صرف بوده و به مانند پل اطلاعات تفصیلی و تفسیر آن‌ها عمل می‌کنند. چنانچه شاخص‌ها به صورت منطقی و مطابق با شرایط هر کشور انتخاب گردند و از پشتوانه اطلاعاتی مستندی برخوردار باشند، قادرند دگرگونی‌ها و تحولات هر سیستم و حوزه‌های آن را به خوبی نمایان سازند. به عبارت دیگر، شاخص‌ها امکان فرآیند اندازه‌گیری مداوم یک یا چند پدیده به منظور ارزیابی تغییرات آنها در طول زمان را فراهم می‌سازند. به همین دلیل شاخص‌ها برای ارزیابی تمامی استراتژی‌های توسعه از جمله استراتژی‌ها و برنامه‌های گردشگری ضروری هستند زیرا فرصت‌هایی برای ارزیابی اثربخشی سیاست‌ها و اقدامات فراهم می‌کنند و مسائل و چالش‌های اساسی را شناسایی می‌نمایند که بر مبنای آنها می‌توان اولویت‌ها و مداخله‌های مدیریتی را در سطوح مختلف مدیریتی تعیین کرد. داده‌ها، آمارها، متغیرها و نماگرها و شاخص‌ها دارای سلسله‌مراتبی هستند که به "هرم اطلاعات شاخص‌ها" موسوم هستند. همانگونه که عنوان شد نماگرها و شاخص‌ها از مجموعه‌ای از متغیرها و داده‌ها ساخته می‌شوند. بنابراین هرچقدر از قاعده هرم اطلاعات بالاتر رویم از تعداد نماگرها کاسته می‌شود. شاخص‌ها از مجموعه‌ای از نماگرها ساخته می‌شوند که با استفاده از روش‌های تحلیل‌های چند متغیره یک شاخص ترکیبی ساخته می‌شوند (مانند شاخص توسعه انسانی که از سه نماگر آموزش، درآمد و سطح بهداشت ساخته می‌شود). همچنین از منظر کاربرد و سطوح استفاده از شاخص‌ها نیز تفاوت‌هایی بین قاعده هرم اطلاعات شاخص‌ها و رأس آن وجود دارد. اصولاً شاخص‌ها در سطح تصمیم‌سازی و سیاست‌گذاری مورد استفاده قرار می‌گیرند، درحالی‌که از نماگرها عمدتاً در سطوح اجرایی و از داده‌ها/آمارها و متغیرها بیشتر در سطوح علمی استفاده می‌شود. شکل (۱) سلسله‌مراتب هرم اطلاعات و کاربرد آن را در سطوح مختلف مطالعاتی و تصمیم‌گیری نمایان می‌سازد.

## شکل ۱. سلسله‌مراتب اطلاعات هرم اطلاعات شاخص‌ها



مأخذ: طرح تدوین شاخص‌های توسعه پایدار کشاورزی، ۱۳۸۸، مهندسين مشاور سبز اندیش (ساپ) وزارت جهاد کشاورزی، فصل اول، تدوین چارچوب مفهومی - نظریه توسعه پایدار، ص ۲۰۵

نظارت، فرآیند اندازه‌گیری مداوم یک یا چند پدیده به منظور ارزیابی تغییرات آنها در طول زمان است. برای تمامی استراتژی‌های توسعه پایدار، ارزیابی لازم است چرا که فرصت‌هایی برای ارزیابی اثربخشی سیاست‌ها و اقدامات فراهم می‌کند و توجه را به مسائل جلب می‌کند و پاسخ‌های مدیریتی مناسب را موجب می‌شود.

به این ترتیب باید اذعان نمود که شاخص‌ها امکان نظارت و اندازه‌گیری مداوم یک یا چند پدیده به منظور ارزیابی تغییرات آنها در طول زمان را برای تمامی حوزه‌ها از جمله بخش‌گرد شگری فراهم می‌کنند. در حقیقت برای تمامی استراتژی‌ها، سیاست‌ها و برنامه‌های توسعه در بخش‌های مختلف، ارزیابی و ارزشیابی اقدامات اجتناب‌ناپذیر است، زیرا این ارزیابی‌ها فرصت‌ها و ابزارهایی را برای ارزیابی اثربخشی سیاست‌ها و اقدامات فراهم می‌کنند، که بر مبنای آنها می‌توان کانون توجه برنامه‌ریزان و سیاست‌گذاران و همچنین بخش‌های خصوصی را به مهمترین مسائل و مشکلات بخش معطوف کرد و واکنش مداخله‌های مدیریتی جهت اصلاح روندها را به بهترین شکل به اجرا درآورد. برای دستیابی به پایداری در بخش‌گرد شگری مدیریت یکپارچه، فراگیر و آگاهانه بر منابع طبیعی، فرهنگی و اقتصادی بخش و به کارگیری ابزارهای نوین مدیریتی با استفاده از شاخص‌ها می‌تواند به تضمین پایداری‌گرد شگری منتهی گردد. لذا مدیران بخش‌گرد شگری برای دستیابی به‌گرد شگری پایدار، به یک فرآیند مداوم و مستمر نظارتی نیاز دارند تا بتوانند به صورت مستمر و پیوسته اثرات و پیامدهای اقدامات خود را رصد و پایش نمایند و در صورت لزوم، نسبت به انجام اقدامات پیشگیرانه و اصلاح فرایندها اقدام کنند. سنجش و اندازه‌گیری عملکرد گردشگری ممکن است در سطوح محلی، ملی، منطقه‌ای و جهانی انجام شود. در گذشته این ارزیابی‌ها عمدتاً معطوف به ابعاد اقتصادی و مالی بوده است، اما در سال‌های اخیر طیف گسترده‌ای از معیارها و شاخص‌ها در حوزه‌های اقتصادی، اجتماعی، نهادی، محیط زیستی و غیره نیز به عنوان شاخص‌های

گردشگری پایدار مورد استفاده قرار می گیرند که اطلاعات بسیار ارزشمندی را در اختیار برنامه ریزان دولتی و کسب و کارهای بخش خصوصی گردشگری فراهم می کنند، که این موضوع اهمیت و ضرورت شاخص ها و کارکردهای آنها را برای برنامه ریزی و مدیریت گردشگری در بخش های دولتی و خصوصی نمایان می سازد.

#### ۴. انواع شاخص های گردشگری

اندازه گیری و سنجش میزان توسعه در حوزه های مختلف اقتصادی، اجتماعی و بویژه گردشگری همواره به عنوان یکی از مهم ترین موضوعات مورد توجه بسیاری از صاحب نظران اقتصادی و توسعه و همچنین سیاست گذاران و برنامه ریزان بوده است. زیرا هر کشوری می خواهد بداند که جایگاه آن در مقایسه با سایر کشورها از نظر توسعه یافتگی، رشد اقتصادی یا گردشگری چگونه بوده و روندهای آن نیز طی سال های گذشته چه سمت و سویی داشته است. به همین دلیل نیز در خلال سال های گذشته تلاش های بسیار زیادی از سوی صاحب نظران برای اندازه گیری توسعه در حوزه های مختلف از جمله گردشگری چارچوب شاخص های ترکیبی بسط و توسعه داده شده است که معمولاً به صورت سالانه منتشر می شوند. در ادامه به برخی از مهمترین شاخص های گردشگری اشاره می گردد.

##### ۴-۱. شاخص سفر و رقابت پذیری (TTCI)<sup>۱</sup>

در شرایط افزایش جهانی رقابت، مقاصد گردشگری همیشه به دنبال راه هایی برای افزایش رقابت پذیری خود هستند و برای رسیدن به این هدف، اتخاذ یک استراتژی برای رقابت پذیری و همچنین شناسایی بازارهای هدف ضروری به نظر می رسد. در واقع هدف هر یک از مقاصد گردشگری ایجاد جذابیت به منظور افزایش رضایت گردشگران و کسب درآمد بیشتر است. این رقابت در بازار جهانی نه تنها بین کشورهای یک منطقه، بلکه به صورت بین منطقه ای در داخل کشورها نیز مطرح می باشد، بنابراین در این حالت تعداد زیادی از مقاصد گردشگری موجود و جدید برای جلب رضایت گردشگران، به رقابت می پردازند. همانند رقابت در کالاهای مصرفی، مقصدهای گردشگری نیز می بایست مشتریان خود را متقاعد کنند که قادر به عرضه ترکیبی از خدمات می باشند که هیچ مقصد دیگری نمی تواند آنها را عرضه کند.

به این ترتیب با توجه به افزایش اوقات فراغت و سطح درآمد گردشگران، رقابت پذیری در مقاصد گردشگری و به طور کلی رقابت پذیری در صنعت سفر و گردشگری برای بقا و رشد مقاصد گردشگری ضروری است (Echtner و همکاران، ۲۰۰۳).<sup>۲</sup> افزایش رقابت پذیری در یک مقصد گردشگری باعث جذب گردشگر و به عبارتی افزایش تقاضای گردشگری می گردد. بنابراین، با توجه به اهمیت این صنعت در رشد و توسعه اقتصادی و فرهنگی کشورها، شناسایی عوامل مؤثر در جذب گردشگران خارجی و تجزیه و تحلیل تفاوت کشورها در جذب گردشگر اهمیت زیادی دارد. مطالعات مختلف نشان داده اند که عوامل مؤثر بر جذب گردشگران بین المللی از تنوع و تعدد بسیار زیادی برخوردار هستند که از مهمترین آنها می توان به وضعیت قوانین و مقررات مرتبط با گردشگری و مسافرت، زیرساخت های هوایی، زمینی و دریایی در زمینه حمل و نقل، وضعیت زیرساخت های اقامتی از جمله هتل ها، منابع فرهنگی و طبیعی، درجه باز بودن بین المللی و رقابت پذیری قیمتی، فرهنگ حاکم بر گردشگری و غیره اشاره کرد (رحمانی و همکاران، ۱۳۹۹).<sup>۳</sup>

۱. Travel and Tourism Competitiveness Index

۲. Echtner, C.M., & Ritchie, J.R.B. (2003). The meaning and Measurement of Destination Image, The Journal of Tourism Studies 14(1), p. 37-48

۳. رحمانی، فاطمه، علی رهنما (۱۳۹۹)، تأثیر شاخص های رقابت پذیری سفر و گردشگری بر تقاضای گردشگری خارجی در کشورهای خاورمیانه و شمال آفریقا (منا)، دو فصلنامه مطالعات اجتماعی گردشگری، سال هشتم، شماره شانزدهم، پاییز و زمستان، صص ۱۳۴-۱۱۳، قابل دسترس از

<http://journalitor.ir/Article/13990817250614>

با اینکه در گذشته منابع فرهنگی و طبیعی نقش بسیار مهمی در جذب گردشگران خارجی داشته‌اند، اما امروزه سایر عوامل مانند قوانین و مقررات و زیرساخت‌های مرتبط با گردشگری نقش مهمتری پیدا کرده‌اند. البته عوامل دیگری از جمله اهداف گردشگران از مسافرت نیز در انتخاب مقصد گردشگری اهمیت دارند.

طبق تعریف داپیراز و مک کالام (۲۰۱۳)<sup>۱</sup> رقابت‌پذیری برای یک مقصد گردشگری عبارت است از میزان جذابیت یک منطقه برای ساکنان محلی و غیر محلی و آرایه خدمات گردشگری با کیفیت، نوآور و جذاب به مصرف‌کنندگان و به دست آوردن سهم بازار در داخل و خارج از منطقه، در حالی که اطمینان حاصل می‌کند که منابع در دسترس به صورت کارا و با روش‌های پایدار مورد استفاده قرار می‌گیرند. بر اساس شواهد بررسی شده توسط سازمان همکاری اقتصادی و توسعه (OECD) کشورها نیز تا حد زیادی، عناصر کلیدی و اولویت‌هایی را برای ارزیابی رقابت‌پذیری در صنعت گردشگری و همچنین افزایش توان رقابت‌پذیری در صنعت گردشگری در کانون توجه قرار می‌هند (جدول ۳) (باقری و همکاران، ۱۳۹۵)<sup>۲</sup>.

<sup>۱</sup> . Dupeyras, A. and MacCallum. N. (2013). Indicators for measuring competitiveness in tourism: A guidance document, OECD Tourism Papers, 2013/02, OECD Publishing.

<sup>۲</sup> . باقری. مسلم، پیام شجاعی، مهرداد کیانی (۱۳۹۵)، ارائه مدل تفسیری ساختاری شاخص‌های رقابت‌پذیری سفر و گردشگری (مطالعه موردی: استان فارس)، مجله برنامه ریزی و توسعه گردشگری سال پنجم، شماره ۱۸، پاییز

### جدول ۳. عناصر کلیدی و اولویت ها برای تعریف و ارتقای رقابت پذیری برای حمایت صنعت گردشگری در کشورهای

#### منتخب

عناصر و اولویت ها	محتوای حمایت	نام کشور
اداره امور گردشگری	حمایت دولت و گردشگری به عنوان یک اولویت، مقررات، داشتن یک استراتژی گردشگری، ایمنی و امنیت، مشارکت بخش عمومی و خصوصی، همکاری عمودی، دسترسی به آمارها و داده ها، همکاریهای چند جانبه، بودجه اختصاص داده شده برای حمایت از گردشگری	بلژیک، کانادا، شیلی، مصر، یونان، ایتالیا، لهستان، پرتغال، اسپانیا، ترکیه، انگلستان
توسعه محصول	تمایز محصول، نوآوری، سرمایه گذاری، سهم بازار، ارائه تجارب منحصر به فرد، افزایش ارزش افزوده گردشگری، توسعه بخش های با ارزش، دیدگاه بازار (از جمله مسافران آینده نگر، عملیات گردشگری و کسبو کارهای کوچک)	استرالیا، اتریش، بلژیک، برزیل، کانادا، دانمارک، فنلاند، فرانسه، آلمان، مجارستان، مکزیک، نیوزیلند، نروژ، لهستان، اسپانیا، ترکیه، انگلستان
کیفیت خدمات گردشگری	بهبود کیفیت، خوش آمدگویی به بازدید کنندگان، کیفیت زندگی، عدالت و انسجام اجتماعی، خدمات به مصرف کنندگان	ریش، بلژیک، برزیل، جمهوری چک، دانمارک، فنلاند، فرانسه، آلمان، مجارستان، پرتغال، اسلونی، اسپانیا
رقابت پذیری قیمت	قیمت ها، نرخ ارز، نسبت قیمت/کیفیت ارزش پول، مالیات	استرالیا، بلژیک، جمهوری چک، دانمارک، مصر، فنلاند، فرانسه، آلمان، یونان، نروژ، لهستان، انگلستان
قابلیت دسترسی	توسعه زیرساختها، موقعیت فرا راهبردی مقصد، میزان نزدیکی	استرالیا، بلژیک، برزیل، شیلی، جمهوری چک، فنلاند، یونان، ایتالیا، نیوزیلند، نروژ، لهستان، پرتغال، اسلونی، اسپانیا، ترکیه، انگلستان
برند مقصد	ترویج و بازاریابی، هویت، تصویر، آگاهی از مقصد، وسعت درخواست تجدیدنظر، تنوع بازار	استرالیا، اتریش، برزیل، کانادا، فرانسه، انگلستان
منابع طبیعی و فرهنگی	پایداری، خوش گذرانی، آب و هوا، تنوع زیستی	بلژیک، برزیل، شیلی، جمهوری چک، دانمارک، مصر، فنلاند، فرانسه، آلمان، یونان، مجارستان، ایتالیا، لهستان، پرتغال، اسلونی، اسپانیا، ترکیه
توسعه منابع انسانی	مهارتها، آموزش و پرورش، بهره وری نیروی کار، مراکز آموزشی گردشگری	بلژیک، شیلی، استونی، یونان، اسپانیا، ترکیه

مآخذ: باقری و همکاران، ۱۳۹۵

به این ترتیب می توان نتیجه گرفت که برای اینکه دولت ها و مقامات توسعه گردشگری محلی بتوانند حضور موثری در بازار گردشگری داخلی و خارجی داشته باشند، باید از رقابت پذیری مناسبی برخوردار باشند، به همین دلیل تدوین شاخص هایی که بتواند رقابت پذیری برای جذب گردشگری را در بین کشورهای مختلف جهان و همچنین مناطق مختلف یک کشور تبیین نماید، به عنوان

یکی از شاخص های بین المللی گردشگری برای ارزیابی توان رقابتی کشورها و مناطق مختلف کشورها مورد توجه قرار گرفت. یکی از معروف ترین این شاخص ها، شاخص رقابت پذیری سفر و گردشگری (TTCI) است که از سال ۲۰۰۷ توسط مجمع اقتصاد جهانی (WEF)<sup>۱</sup> با مشارکت و همکاری چندین نهاد دیگر از جمله سازمان گردشگری جهانی (WTO)، شورای جهانی سفر و گردشگری (WTTC)<sup>۲</sup>، انجمن بین المللی حمل و نقل بین المللی (IATA)<sup>۳</sup>، اتحادیه بین المللی حفاظت از طبیعت (IUCN)<sup>۴</sup> و سایر بنگاه های بخش خصوصی منتشر می شود، که داده هایی در مورد جایگاه نسبی هر کشور از نظر رقابتی بودن گردشگری، با استفاده از مجموعه ای از شاخص ها و متغیرها ارائه می دهد. هدف از تهیه شاخص رقابت پذیری سفر و گردشگری (TTCI) ارائه یک ابزار راهبردی برای سنجش مجموعه از عوامل و شاخص ها و سیاست ها است که باعث ارتقای پایداری توسعه در بخش سفر و گردشگری می شود که این موضوع نیز به نوبه خود در افزایش توسعه و افزایش رقابت بین کشورها نقش بسیار مهمی ایفاء می نماید (Ludmila BEDNÁROVÁ و همکاران، ۲۰۱۸)<sup>۵</sup>.

به عبارت دیگر هدف شاخص رقابت پذیری سفر و گردشگری، ارائه ابزار راهبردی جامع برای اندازه گیری و کنترل عوامل و سیاست هایی است که برای توسعه سفر و گردشگری در کشورهای مختلف، مورد توجه هستند. نتایج کمی داده های این شاخص به دست اندرکاران نشان می دهد «چگونه با یکدیگر کار کنند» تا ضمن ارتقای رقابت پذیری صنعت سفر و گردشگری، در رشد ملی و رونق اقتصادی مشارکت کنند. علاوه بر این، بررسی این شاخص به کشورهای مختلف اجازه می دهد تا فرآیند توسعه بخش های مختلف برای ارتقای ظرفیت های گردشگری خود را در طول زمان رصد و اندازه گیری کنند.

این شاخص از طریق تبیین و شناسایی مولفه ها و زیرشاخص های تفصیلی در سطح ملی و مقایسه بین کشورها در سطح بین المللی، بسترهای لازم برای تعامل و گفت و گوی بین کلیه بخش های مرتبط با سفر و گردشگری را در بین فعالان بخش های دولتی و خصوصی فراهم می کند و توانمندی و ظرفیت های آنان را برای حضور موثرتر در بازارهای بین المللی گردشگری تسهیل می کند. افزون بر این، بررسی این شاخص این امکان را برای صاحبان کسب و کار و دولت های ملی فراهم می کند تا با بررسی و تحلیل زیرشاخص های مختلف این شاخص به درک و شناختی بهتری از مهمترین چالش های فراروی بخش سفر و گردشگری خود دست پیدا کنند تا بر مبنای این شناخت نسبت به تدوین، به روز رسانی و بازبینی قوانین و مقررات و ایجاد زیر ساخت های نرم افزاری و سخت افزاری و نهاد سازی اقدام نمایند و توانایی های خود را برای رقابت موثر برای جذب گردشگران افزایش دهند. این شاخص میزان رقابت پذیری هر مقصد در چهار بُعد اصلی شامل محیط توانمند ساز، سیاست های سفر و گردشگری، زیرساخت های گردشگری و منابع طبیعی و فرهنگی اندازه گیری می کند که هر کدام از این ابعاد نیز به ۱۴ رکن اصلی به شرح زیر طبقه بندی می شوند (Ludmila BEDNÁROVÁ و همکاران، ۲۰۱۸):

۱. محیط توانمند ساز<sup>۶</sup> شامل ۵ رکن محیط کسب و کار، ایمنی و امنیت، بهداشت و سلامت، منابع انسانی و نیروی کار و آمادگی فناوری ارتباطات و اطلاعات است که در مجموع از ۴۰ زیرشاخص و متغیر تشکیل می شوند

1. World Economic Forum

2. World Travel & Tourism Council

3. International Air Transport Association

4. International Union for Conservation of Nature

5. Ludmila BEDNÁROVÁ, Dana KISELÁKOVÁ, Erika ONUFEROVÁ (2018), COMPETITIVENESS ANALYSIS OF TOURISM IN THE , EUROPEAN UNION AND IN THE SLOVAKIA , GeoJournal of Tourism and Geosites, ISSN 2065-0817, E-ISSN 2065-1198, Year XI, vol. 23, no. 3, 2018, p.759-771, DOI 10.30892/gtg.23312-326

6 Enabling environment





۲. سیاست ها و چارچوب های قانونی سفر و گردشگری شامل ۴ رکن اولویت بندی سفر و گردشگری، درجه باز بودن بین المللی، قیمت های رقابتی و پایداری محیط زیست است. برای تهیه شاخص این بعد در مجموع از ۲۳ زیر شاخص و متغیر استفاده می شود.
  ۳. زیر ساخت ها شامل سه رکن زیرساخت حمل و نقل هوایی، زیرساخت حمل و نقل زمینی و بندری و خدمات زیربنایی گردشگری است. برای تهیه شاخص این بعد از ۱۷ زیر شاخص و متغیر استفاده می شود.
  ۴. منابع طبیعی و فرهنگی شامل دو رکن منابع طبیعی و منابع فرهنگی و کسب و کار سفر است. برای تهیه شاخص این بعد نیز از ۱۰ زیر شاخص و متغیر استفاده می شود.
- در مجموع برای تهیه شاخص رقابت پذیری سفر و گردشگری (TTCI) در این ۴ بعد و ۱۴ محور از ۹۰ زیر شاخص و متغیر استفاده می شود که با استفاده از تحلیل ها چند متغیره شاخص ترکیبی رقابت پذیری سفر و گردشگری (TTCI) برای کشورهای مختلف محاسبه می شود ( شکل ۲).

شکل ۲. ابعاد و محور های شاخص رقابت پذیری سفر و گردشگری (TTCI)



(Source: Ludmila BEDNÁROVÁ et al, 2018)

داده ها و اطلاعات مورد نیاز برای محاسبه شاخص ترکیبی نهایی از منابع مختلف بدست می آید. حدود دو سوم داده ها برای تهیه شاخص رقابت پذیری سفر و گردشگری (TTCI) از داده های آماری تولید شده توسط سازمان های بین المللی و یک سوم باقیمانده نیز از داده های پیمایشی حاصل از گزارش سالانه مجمع جهانی اقتصاد که حاصل اطلاعات گردآوری شده از ۱۵ هزار صاحبان کسب و کارها از سراسر جهان است، گردآوری می شود. داده ها و زیر شاخص های حاصل از این اطلاعات در مقیاس ۱ تا ۷ رتبه بندی می شود که در آن ۷ معنای بهترین عملکرد است و ۱ نیز به معنای بدترین عملکرد است.

بر اساس آخرین گزارش شاخص رقابت پذیری سفر و گردشگری (TTCI) در سال ۲۰۱۹، این شاخص برای ۱۴۰ کشور ساخته شد. بر اساس این گزارش کشورهای اسپانیا، فرانسه، آلمان، ژاپن و ایالات متحده آمریکا با کسب امتیاز بیش از ۵.۲ در رتبه های اول تا پنجم قرار گرفتند و کشورهای یمن، چاد، لیبیا، بروندي و جمهوری دموکراتیک کنگو با کسب امتیاز کمتر از ۲.۸ به ترتیب در رتبه های آخر قرار گرفتند. در این رتبه بندی ایران با کسب امتیاز ۳.۵ در رتبه ۸۹ پس از کشورهای کیپ ورد و ترینیداد توباگو قرار گرفت. کشورهای بولیوی و نیکاراگوا نیز در رتبه های ۹۰ و ۹۱ پس از ایران قرار گرفته اند (جدول ۴).



جدول ۴. رتبه و امتیاز شاخص رقابت پذیری سفر و گردشگری (TTCI) در سال ۲۰۱۹

رتبه	نام کشور	امتیاز	رتبه	نام کشور	امتیاز	رتبه	نام کشور	امتیاز
۱	اسپانیا	۵۴	۳۱	تایلند	۴۵	۶۱	افریقای جنوبی	۴
۲	فرانسه	۵۴	۳۲	برزیل	۴۵	۶۲	شسیل	۳۹
۳	آلمان	۵۴	۳۳	امارات متحده عربی	۴۴	۶۳	ویتنام	۳۹
۴	ژاپن	۵۴	۳۴	هند	۴۴	۶۴	بحرین	۳۹
۵	ایالات متحده	۵۴	۳۵	مالت	۴۴	۶۵	مصر	۳۹
۶	بریتانیا	۵۲	۳۶	اسلونی	۴۳	۶۶	مراکش	۳۹
۷	استرالیا	۵۱	۳۷	تایوان	۴۳	۶۷	مونتنگرو	۳۹
۸	ایتالیا	۵۱	۳۸	جمهوری چک	۴۳	۶۸	گرجستان	۳۹
۹	کانادا	۵۱	۳۹	روسیه	۴۳	۶۹	عربستان	۳۹
۱۰	سوئیس	۵	۴۰	اندونزی	۴۳	۷۰	اکوادور	۳۹
۱۱	اتریش	۵	۴۱	کاستاریکا	۴۳	۷۱	آذربایجان	۳۹
۱۲	پرتغال	۴۹	۴۲	لهستان	۴۲	۷۲	برونئی	۳۹
۱۳	چین	۴۹	۴۳	ترکیه	۴۲	۷۳	دومینیک	۳۸
۱۴	هنگ کنگ	۴۸	۴۴	قبرس	۴۲	۷۴	اروگوئه	۳۸
۱۵	هلند	۴۸	۴۵	بلغارستان	۴۲	۷۵	فیلیپین	۳۸
۱۶	کره جنوبی	۴۸	۴۶	استونی	۴۲	۷۶	جامائیکا	۳۷
۱۷	سنگاپور	۴۸	۴۷	پاناما	۴۲	۷۷	سری لانکا	۳۷
۱۸	نیوزلند	۴۷	۴۸	مجارستان	۴۲	۷۸	اکراین	۳۷
۱۹	مکزیک	۴۷	۴۹	پرو	۴۲	۷۹	ارمنستان	۳۷
۲۰	نروژ	۴۶	۵۰	آرژانتین	۴۲	۸۰	قزاقستان	۳۷
۲۱	دانمارک	۴۶	۵۱	قطر	۴۱	۸۱	نامیبیا	۳۷
۲۲	سوئد	۴۶	۵۲	شیلی	۴۱	۸۲	کنیا	۳۶
۲۳	لوکزامبورگ	۴۶	۵۳	لاتویا	۴	۸۳	صربستان	۳۶
۲۴	بلژیک	۴۵	۵۴	موریس	۴	۸۴	اردن	۳۶
۲۵	یونان	۴۵	۵۵	کلمبیا	۴	۸۵	تونس	۳۶
۲۶	ایرلند	۴۵	۵۶	رومانی	۴	۸۶	آلبانی	۳۶
۲۷	کرواسی	۴۵	۵۷	اسرائیل	۴	۸۷	ترینیداد توباگو	۳۶
۲۸	فنلاند	۴۵	۵۸	عمان	۴	۸۸	کیپ ورد	۳۶
۲۹	مالزی	۴۵	۵۹	لیتوانی	۴	۸۹	ایران	۳۵
۳۰	ایسلند	۴۵	۶۰	جمهوری اسلواک	۴	۹۰	بولیوی	۳۵

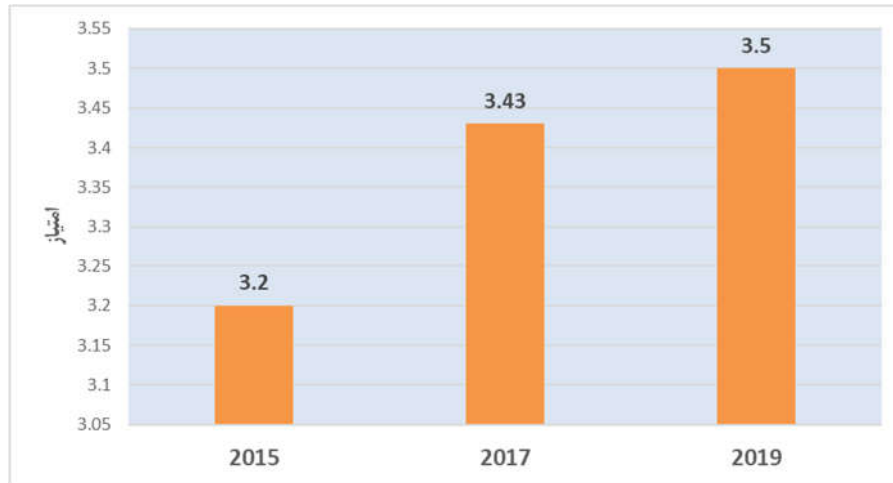
## ادامه جدول ۴

رتبه	نام کشور	امتیاز	رتبه	نام کشور	امتیاز
91	نیکاراگوآ	3.5	116	الجزایر	3.1
92	بواتسوانا	3.5	117	ونزوئلا	3.1
93	مغولستان	3.5	118	اسواتینی	3.1
94	هندوراس	3.5	119	ساحل عاج	3.1
95	تانزانیا	3.4	120	بنگلادش	3.1
96	کویت	3.4	122	اتیوپی	3
97	لائوس	3.4	123	بنین	3
98	کامبوج	3.4	124	لسوتو	3
99	گوآتمالا	3.4	125	مالاوی	2.9
100	لبنان	3.4	126	گینه	2.9
101	مقدونیه شمالی	3.4	127	موزامبیک	2.9
102	نپال	3.3	128	کامرون	2.9
103	مولداوی	3.3	129	نیجریه	2.8
104	تاجیکستان	3.3	130	مالی	2.8
105	بوسنی هرزگوین	3.3	131	سیرالئون	2.8
106	سنگال	3.3	132	بورکینافاسو	2.8
107	رواندا	3.2	133	هائیتی	2.8
108	السالوادور	3.2	134	آنگولا	2.7
109	پاراگوآ	3.2	135	موریتانی	2.7
110	قبرقیزستان	3.2	136	جمهوری دموکراتیک کنگو	2.7
111	گامبیا	3.2	137	بروندی	2.7
112	اوگاندا	3.2	138	لیبریا	2.6
113	زامبیا	3.2	139	چاد	2.5
114	زیمبابوه	3.2	140	یمن	2.4
115	غنا	3.1			

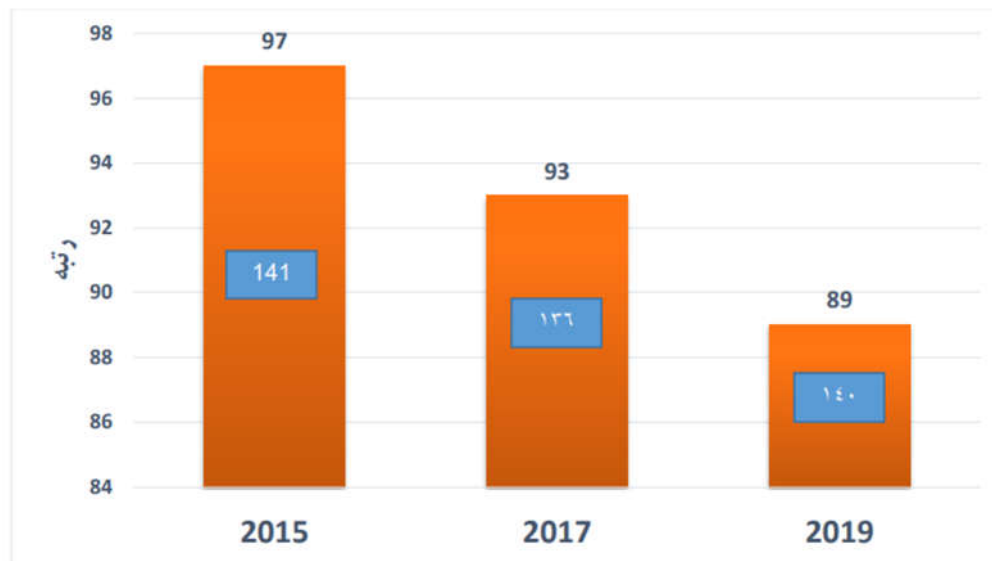
Source: World Economic Forum (2020), The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019, Travel and Tourism at a Tipping Point

بررسی روند تغییرات شاخص رقابت پذیری سفر و گردشگری (TTCI) طی سالهای گذشته فراز و فرودهایی را نمایان می سازد. طی دوره ۲۰۱۵ الی ۲۰۱۹ امتیاز این شاخص از ۳.۲ در سال ۲۰۱۵ به ۳.۴۳ در سال ۲۰۱۷ و ۳.۵ در سال ۲۰۱۹ افزایش پیدا کرد. به موازات افزایش امتیاز، رتبه کشور نیز از جایگاه بهتری برخوردار شد، به طوری که از رتبه ۹۷ در بین ۱۴۱ کشور در سال ۲۰۱۵ به رتبه ۸۹ در بین ۱۴۰ کشور در سال ۲۰۱۹ رسید که مبین بهتر شدن رتبه به میزان هشت پله طی این دوره بوده است. شکل های (۳) و (۴) به ترتیب روند تغییرات امتیاز و رتبه ایران در شاخص رقابت پذیری سفر و گردشگری (TTCI) را در بین کشورهای جهان نشان می دهد.

شکل ۳. روند تغییرات امتیاز شاخص رقابت پذیری سفر و گردشگری (TTCI) ایران طی دوره ۲۰۱۵-۲۰۱۹

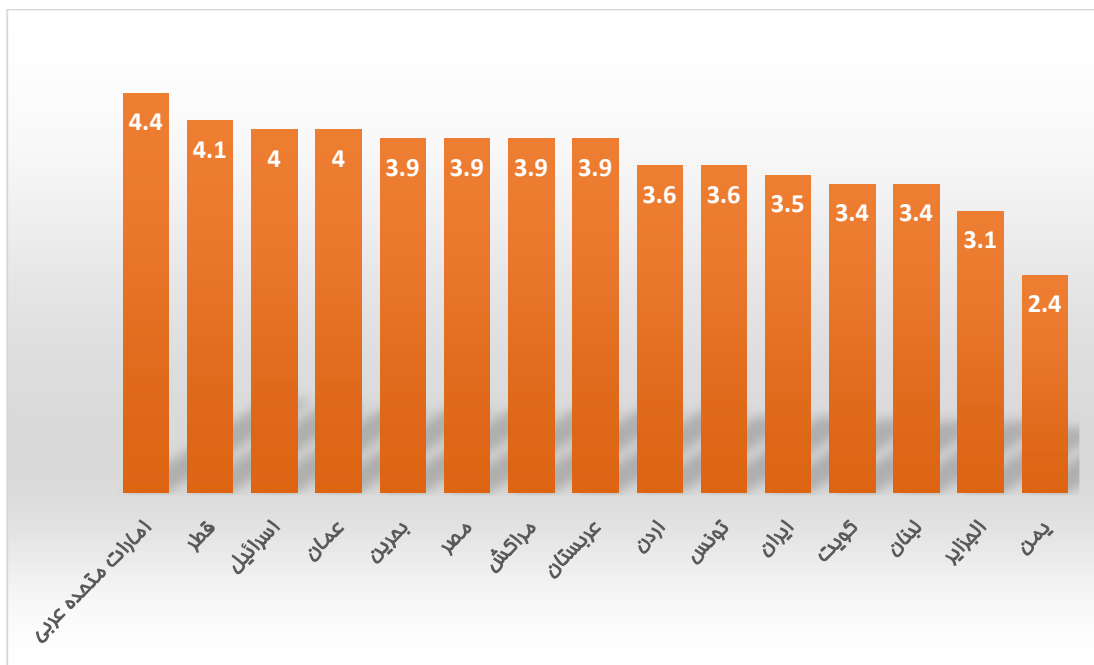


شکل ۴. روند تغییرات رتبه شاخص رقابت پذیری سفر و گردشگری (TTCI) ایران طی دوره ۲۰۱۵-۲۰۱۹



همانگونه که در شکل (۴) مشاهده می شود رتبه رقابت پذیری ایران طی دوره یاد شده از سال ۲۰۱۵ الی ۲۰۱۹ جهت رو به رشدی کندی را طی نموده است. همچنین، امتیاز کل از ایران نیز با میانه ۳.۵ در سال ۲۰۱۹ برابر شده است. بررسی تطبیقی این شاخص در بین کشورهای منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا ایران تنها از ۴ کشور یمن، لبنان، الجزایر و کویت وضعیت بهتری در شاخص رقابت پذیری گردشگری در سال ۲۰۱۹ داشته و رتبه ایران طی دوره ۲۰۱۵ الی ۲۰۱۹ در رتبه ۱۱ ثابت مانده است (شکل ۵).

شکل ۵. امتیاز و رتبه ایران در شاخص رقابت پذیری سفر و گردشگری (TTCI) در بین کشورهای منطقه خاور میانه و شمال افریقا (MENA) در سال ۲۰۱۹



Source: World Economic Forum (2020), The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019, Travel and Tourism at a Tipping Point

بررسی امتیاز ایران در هریک از ارکان ۱۴ گانه نیز اطلاعات زیادی را نمایان می سازد. در جدول (۵)، رتبه و امتیاز ایران در ۱۴ ارکان اصلی این شاخص ارایه شده است. مطابق با یافته های جدول (۵)، در شاخص "محیط کسب و کار"، ایران طی سالهای ۲۰۱۳ تا ۲۰۱۷ و وضعیت روبه رشد را طی نموده است. اما از سال ۲۰۱۷ تا ارائه گزارش ۲۰۱۹ همانگونه که مشاهده می شود، رتبه جهانی شاخص محیط کسب و کار با افت فاحشی روبرو شده است. به طوری که تنزل ۴۲ رتبه ای را تجربه نموده است. شاید دلیل آن را بتوان به تکانه های اقتصادی نسبت داد که از سال ۱۳۹۷ با افزایش یکباره نرخ ارز و خروج آمریکا از برجام و همچنین افزایش نرخ تورم، اقتصاد ایران با آن مواجهه شد که این تکانه نیز به نوبه خود بر فضای کسب و کار در حوزه های سیاستگذاری تا عملیاتی اثرگذار بوده است (متین، ۱۴۰۰).

اما در شاخص ایمنی و امنیت، رشد بسیار خوبی را طی نموده است و از رتبه ۹۶ سال ۲۰۱۵ به رتبه ۷۴ در سال ۲۰۱۹ دست پیدا کرد و امتیاز این شاخص نیز ۴.۹ به ۵.۴ طی ۲۰۱۹-۲۰۱۵ افزایش یافته است. در شاخص آمادگی فناوری آوری اطلاعات و ارتباطات (ITC) تحولات بسیار مثبتی را تجربه کرد، به طوری امتیاز این شاخص ۳۶ در سال ۲۰۱۵ به ۴.۵ در سال ۲۰۱۹ افزایش یافته است که مبین افزایش ۲۵ درصدی طی این دوره است که این افزایش امتیاز را می توان به اقدامات وزارت ارتباطات و اطلاعات در

۱. متین. نسرين (۱۴۰۰)، تحلیل جایگاه رقابت پذیری مقصد گردشگری ایران مبتنی بر شاخص های TTCR-WE مجله پژوهشنامه حلال

را ستای توسعه زیر ساختهای فناوری آوری اطلاعات و ارتباطات (ITC) در کشور نسبت داد. اما در شاخص اولویت بندی سفر و گردشگری کماکان ایران وضعیت مطلوبی را ندارد و رتبه بسیار ضعیفی را به خود اختصاص داده که مبین عملکرد ضعیف کشور در این زمینه است، به طوریکه رتبه ایران علیرغم کاهش رتبه در این رکن از ۱۳۰ در سال ۲۰۱۵ به ۱۱۵ در سال ۲۰۱۹ هنوز تا رسیدن به وضعیت مطلوب فاصله زیادی دارد. شاید بتوان دلیل ضعف عملکرد در این رکن را بتوان به سیاستهای خارجی ایران در سطح منطقه ای و بین المللی نسبت داد که نشان می دهد هنوز صنعت گردشگری به جایگاه بایسته و شایسته در کشور دست پیدا نکرده است. همین وضعیت در مورد رکن شاخص منابع انسانی و بازار کار نیز صادق است به طوری که علیرغم بهتر شدن رتبه ایران از ۱۱۴ در سال ۲۰۱۵ به رتبه ۱۰۰ در سال ۲۰۱۹ هنوز تا رسیدن به وضعیت مطلوب شکاف زیادی را نمایان می سازد. به نظر می رسد یکی از دلایل ضعف عملکرد این رکن را بتوان به ضعف تعامل بین صنعت گردشگری و دانشگاه نسبت داد که نتوانسته است انتظارات را برآورده سازد.

همانگونه که در جدول (۵) ملاحظه می شود در رکن "پایداری محیط زیست" ایران علیرغم کاهش رتبه از ۱۱۵ در سال ۲۰۱۵ به رتبه ۱۰۷ در سال ۲۰۱۹، از وضعیت مطلوبی برخوردار نبوده و کماکان این رکن به عنوان یکی از مهمترین چالش های تهدید کننده تمامی بخش های اقتصادی بویژه بخش گردشگری قلمداد می شود. تغییرات اقلیمی و بروز خشکسالی، افزایش روز افزون آلودگی های زیست محیطی از جمله آلودگی هوا و آب، بروز طوفان های گردوغبار، خشکیدگی تالاب ها و سرانجام ضعف حکمرانی و مدیریت کنترل فرایندهای تخریب محیط زیست باعث شده است تا این رکن از رتبه مطلوبی در بین ۱۴۰ کشور مورد بررسی در سال ۲۰۱۹ نداشته باشد.

اما در دو رکن مربوط به توسعه زیرساختها به خصوص حمل و نقل هوایی طی سال های ۲۰۱۵ تا ۲۰۱۹ عملکرد بهتری داشته است. شاید یکی از دلایل آن را بتوان به خرید تعدادی از هواپیماهای جدید پس از توافق برجام نسبت داد. اما با خروج آمریکا از برجام توسعه ناوگان هوایی متوقف گردید.

همچنین در سال ۲۰۱۹ در شاخص بهداشت و سلامت، رتبه اول را در پیشگیری از شیوع HIV (جمعیت بزرگسال)، به دست آورده است. در زمینه نرخ ثبت نام آموزش ابتدایی رتبه خوبی را به دست آورده است. همچنین در شاخص ایمنی و امنیت (رتبه ۷۴) را به دست آورده که رشد بسیار خوبی داشته اما هنوز با وضعیت مطلوب فاصله دارد.

در شاخص رقابت پذیری قیمت به علت کاهش ارزش پول ملی و سایر عوامل ایران مقصدی ارزان برای گردشگران بین المللی تبدیل شده است و به همین دلیل طی دوره ۲۰۱۹-۲۰۱۵ در رتبه اول در جهان قرار داشته است. در شاخص پذیرا بودن بین المللی (بازبودن بین المللی)، به دلیل کاهش بروکراسی برای اخذ ویزا و تسریع در صدور ویزا برای گردشگران خارجی رتبه ۳۷ را در بین ۱۴۰ کشور کسب کرده است که مبین وضعیت و عملکرد خوب در این زیرشاخص است. با این وجود هنوز با وضعیت مطلوب فاصله دارد (متین، ۱۴۰۰).

همچنین مطابق با این گزارش سال یاد شده ایران در هزینه راه اندازی یک کسب و کار رتبه ۲۶ را به دست آورده اما در زمان راه اندازی یک کسب و کار، رتبه ۸۴ دریافت کرده است. این رتبه نشان دهنده عدم هم سوئی میان حوزه سیاستگذاری در فضای اقتصادی و کسب و کار با اجراء میباشد.

در زمینه تخت های بیمارستانی رتبه ضعیف ۱۳۵ را از میان ۱۳۶ کشور در سال ۲۰۱۹ به دست آورده است. این کمبود تخت بیمارستانی به ویژه خود را در همه گیری ویروس کرونا به خوبی نشان داد که تا چه حد نظام بهداشت و درمان در این زمینه کمبودها و نقص هایی دارد. همچنین در شاخص منابع انسانی و بازار کار و در میزان مشتری مداری (رتبه ۱۲۵)، سهولت استخدام نیروی کار خارجی (رتبه ۱۲۱) و مشارکت زنان در نیروی کار (رتبه ۱۳۵) عملکرد بسیار ضعیفی در سال ۲۰۱۹ داشته است.

اما در همین شاخص کلی، در زمینه توافقات دوجانبه خدمات هوایی (رتبه ۱۲۳) و تعداد توافقات تجاری منطقه ای جایگاه بسیار ضعیفی را دارد. شاخص پایداری توسعه صنعت سفر و گردشگری با رتبه ۱۱۹ ذیل شاخص کلی پایداری محیط زیست، نشان از عدم رویکرد

یکپارچه و پایدار میان تو سعه گرد شگری با حفاظت از محیط زیست دارد. چنانکه با واقعیت فضای گرد شگری ایران مطابقت دارد. همچنین در زمینه کیفیت زیر ساخت های گرد شگری رتبه ۱۲۴ و اتاق های هتل رتبه ۱۱۴ را در سال ۲۰۱۹ دارا بوده است که مبین نامطلوب بودن عملکرد این زیرشاخص هاست.

هر چند جمهوری اسلامی ایران کشوری غنی به لحاظ دارا بودن میراث تمدن بشری، تنوع قومی و نژادی، جاذبه های طبیعی، ذخایر گرانبها، اقلیم های متفاوت جغرافیایی، اراضی مستعد گسترده، امکانات تولیدی، نیروی انسانی کارآ و سرمایه های مادی و معنوی است، لذا شرایط مساعدی را برای گام نهادن در بزرگراه توسعه و ترقی پیش پای مردم می گذارد بلکه از زمینها و بسترهای لازم برای توسعه گردشگری به عنوان پیشران و موتور محرکه رشد اقتصادی پایدار برخوردار است. با این حال، مشکلات عدیده اقتصادی- اجتماعی و فرهنگی مانع از بهره برداری از این امکانات تاریخی، طبیعی و اقتصادی گردشگری در کشور شده است.

ایران به دلیل وجود ظرفیت های گوناگون در انواع گرد شگری (طبیعی، تاریخی، مذهبی، درمانی، تجاری و...) و تنوع زیست محیطی، اقلیمی و جغرافیایی و مستعد بودن کشور برای استفاده از منابع طبیعی، فرهنگ و تاریخ غنی و ویژگی متمایز ایرانیان در میهمان نوازی، پراکنندگی جاذبه های گردشگری، امنیت، وجود اماکن مذهبی از ادیان مختلف؛ کلیساها، مقابر و زیارتگاه های ادیان مختلف یهودیان و زرتشتیان و غیره برخوردار است و به همین دلیل سازمان جهانی گرد شگری و یونسکو نیز، ایران را به دلیل برخورداری از جاذبه های متعدد گردشگری، در زمره ۱۰ کشور اول دنیا به لحاظ برخورداری از ظرفیت های گردشگری شناسایی کرده اند، به همین دلیل از قابلیت های بسیار زیادی برای توسعه گرد شگری در انواع مختلف آن برخوردار است. لذا استفاده از ظرفیت این بخش می تواند با توجه به اقتصاد مبتنی بر سوخت های فسیلی، دگرگونی های اقتصادی گسترده ای در چشم انداز توسعه کشور به همراه داشته باشد. با این وجود و علیرغم ظرفیت های بسیار زیاد، جایگاه ایران در شاخص رقابت پذیری سفر و گرد شگری (TTCI) در سال ۲۰۱۹ مطلوب نیست، به طوری که در سال یاد شده ایران در این شاخص در رتبه ۸۹ در بین ۱۴۰ کشور جهان و در رتبه ۱۱ در بین ۱۵ کشور منطقه خاورمیانه و شمال افریقا قرار داشته است. در جدول (۵) رتبه و امتیاز ایران به تفکیک هر یک از ابعاد و ارکان تشکیل دهنده رقابت پذیری سفر و گردشگری (TTCI) طی سال های ۲۰۲۰-۲۰۱۵ را نشان می دهد.



جدول ۵. رتبه و امتیاز ایران به تفکیک هریک از ابعاد و ارکان تشکیل دهنده رقابت پذیری سفر و گردشگری (TTCI)

سال	محیط کسب و کار		ایمنی و امنیت		سلامت و بهداشت		منابع انسانی و بازار کار		آمدگی در ICT	
	رتبه	امتیاز	رتبه	امتیاز	رتبه	امتیاز	رتبه	امتیاز	رتبه	امتیاز
۲۰۱۵	۱۱۹	۳/۹	۹۶	۴/۹	۹۳	۴/۷	۱۱۴	۴	۹۸	۳/۶
۲۰۱۷	۷۹	۴/۳	۸۷	۵/۲	۹۳	۴/۷	۱۰۵	۴/۱	۹۴	۳/۸
۲۰۱۹	۱۲۱	۳/۹	۷۴	۵/۴	۸۹	۵	۱۰۰	۴/۱	۷۹	۴/۵
سال	اولویت گذاری سفر و گردشگری		پذیرا بودن بین المللی		رقابت پذیری قیمت		قابلیت پایداری زیست محیطی		زیرساخت حمل و نقل هوایی	
	رتبه	امتیاز	رتبه	امتیاز	رتبه	امتیاز	رتبه	امتیاز	رتبه	امتیاز
۲۰۱۵	۱۳۰	۳/۴	۱۱۶	۲/۱	۱	۶/۶	۱۱۵	۳/۵	۹۳	۲/۲
۲۰۱۷	۱۱۷	۳/۶	۱۰۹	۲/۴	۱	۶/۷	۱۱۹	۳/۶	۸۹	۲/۲
۲۰۱۹	۱۱۵	۳/۷	۱۱۸	۲/۴	۱	۶/۷	۱۰۷	۳/۹	۸۶	۲/۵
سال	زیرساخت حمل و نقل زمینی و بندرگاهی		زیرساخت خدمات گردشگری		منابع طبیعی		منابع فرهنگی و سفر تجاری			
	رتبه	امتیاز	رتبه	امتیاز	رتبه	امتیاز	رتبه	امتیاز		
۲۰۱۵	۷۶	۳/۳	۱۱۹	۲/۶	۹۸	۲/۵	۳۷	۲/۶		
۲۰۱۷	۷۵	۳/۱	۱۱۶	۲/۵	۱۰۰	۲/۴	۳۸	۲/۸		
۲۰۱۹	۷۹	۳/۱	۱۰۸	۲/۸	۹۹	۲/۴	۳۳	۲/۸		

ماخذ: متین، ۱۴۰۰

در جهانی که هر روز اقتصاد کشورهای مختلف به هم وابسته تر می شود، رقابت نقش مهمی در حضور موثر در اقتصاد بین المللی ایفا می کند. بخش گردشگری نیز از این قاعده مستثنی نیست و به همین دلیل بسیاری از مقاصد گردشگری در سراسر جهان به دنبال راه هایی هستند تا قابلیت های رقابت پذیری خود برای جذب گردشگران را توسعه دهند و به همین دلیل اتخاذ راهبردهایی کارآمد برای ارتقای رقابت پذیری گردشگری و همچنین شناسایی بازارهای هدف در کانون توجه بسیاری از مقاصد گردشگری در سراسر جهان قرار گرفته است. در واقع هدف همه مقاصد گردشگری ایجاد جذابیت هر چه بیشتر به منظور افزایش رضایت گردشگران و کسب درآمد بیشتر است. این رقابت در بازار جهانی نه تنها بین کشورهای یک منطقه، بلکه به صورت بین منطقه ای نیز مطرح می باشد، بنابراین در این حالت تعداد زیادی از مقاصد گردشگری موجود و جدید برای جلب رضایت گردشگران، به رقابت می پردازند. لذا جمهوری اسلامی ایران نیز برای حضور موثر در بازار گردشگری باید ظرفیت های نرم افزاری و سخت افزاری خود را برای افزایش توان رقابت پذیری خود افزایش دهد.

## ۴-۲. شاخص توسعه گردشگری و سفر (TTDI)<sup>۱</sup>

شاخص توسعه گردشگری و سفر (TTDI)، شاخص جدیدی است که مجمع جهانی اقتصاد در سال ۲۰۲۲ این شاخص را جایگزین شاخص رقابت پذیری گردشگری و سفر (TTCI) کرد. این شاخص می‌تواند وضعیت سفرهای بین‌المللی و به‌طور کلی تحرکات و جابجایی گردشگران که در جهان انجام می‌شود را نمایش می‌دهد و به سیاست‌گذاران و برنامه ریزان گردشگری کمک می‌کند تا از این شاخص به‌عنوان ابزاری برای پیش بینی و برنامه ریزی های توسعه بخش گردشگری در آینده استفاده کنند. علاوه بر این، شاخص یاد شده می‌تواند ریسک‌ها و مخاطراتی که ممکن است در آینده بر بخش گردشگری تحمیل نماید را پیش‌بینی کند و به عنوان یک راهنما برای سرمایه‌گذاری در این بخش و تصمیمات مرتبط با آن عمل نماید.

شاخص جدید توسعه گردشگری و سفر (TTDI) در دسته‌بندی جدیدی از شاخص‌ها تولید شده و همچنین شامل زیر شاخص‌ها و متغیرهای جدیدی است که می‌تواند پایداری و تاب‌آوری بخش گردشگری را نیز نشان دهد. متغیرهای جدیدی که شرایط و تاب‌آوری اجتماعی-اقتصادی را نمایش می‌دهد، یا تأثیرات و فشار تقاضا در عملکرد بخش گردشگری را نشان می‌دهد از جمله این تغییرات هستند. این شاخص شامل ۵ بعد اصلی ( محیط توانمند ساز، سیاست گذاری سفر و گردشگری و شرایط توانمند ساز، زیرساخت‌ها، پیشران های تقاضای سفر و گردشگری، پایداری سفر و گردشگری)، ۱۷ محور و ۱۰۲ سنجه و زیرشاخص است ( شکل ۶).

### شکل ۶. چارچوب شاخص توسعه گردشگری و سفر (TTDI)

چارچوب شاخص گردشگری و توسعه (TTDI)				
محیط توانمند ساز	سیاست‌گذاری سفر و گردشگری و شرایط توانمند ساز	زیرساخت‌ها	پیشران های تقاضای تقاضای سفر و گردشگری	پایداری سفر و گردشگری
محیط کسب و کار	اولویت بندی گردشگری و سفر	زیر ساخت حمل و نقل هوایی	منابع طبیعی	پایداری محیط زیست
ایمنی و امنیت	باز بودن بین المللی	زیرساخت حمل و نقل زمینی و بندری	منابع فرهنگی	شرایط و تاب آوری اقتصادی- اجتماعی
بهداشت و سلامت	رقابتی بودن قیمت	زیرساخت خدمات گردشگری	منابع غیر اوقات فراغت	فشار و اثرات تقاضای سفر و گردشگری
منابع انسانی و بازار کار				
فناوری ارتباطات و اطلاعات (ITC)				

Source: World Economic Forum (2024)

<sup>1</sup> . Travel & Tourism Development Index

World Economic Forum (2024), Travel & Tourism Development Index 2024, INSIGHT REPORT, access at: <https://www.weforum.org/publications/travel-tourism-development-index-2024/>

- (۱) **بعد محیط توانمند ساز<sup>۱</sup>**: این بعد شرایط کلی لازم برای فعالیت و سرمایه گذاری در یک کشور را تبیین می کند و شامل ۵ محور به شرح زیر است:
- **محیط کسب و کار**: این محور وضعیت سیاست گذاری کشور و مساعد بودن شرایط برای شروع کسب و کار و سرمایه گذاری را تبیین می کند.
  - **ایمنی و امنیت**: این محور نحوه رفتار مردم محلی، ریسک و امنیت گردشگران و کسب و کارها را اندازه گیری می کند.
  - **بهداشت و سلامت**: این محور زیرساخت های مراقبت از سلامت و دسترسی به مراقبت های سلامت و امنیت سلامت را اندازه گیری می کند.
  - **منابع انسانی و بازار کار**: این محور دسترسی به کارکنان ذی صلاح و کارآیی، تاب آوری و تعادل بازار کار و همچنین میزان حمایت از کارگران را تبیین می کند. این محور شامل زیر محورهای کیفیت نیروی کار، تحولات بازار کار و تاب آوری بازار کار و تعادل نیز می باشد.
  - **آمادگی فناوری اطلاعات و ارتباطات**: این محور دسترسی و کاربرد زیرساخت های فناوری اطلاعات و ارتباطات و خدمات دیجیتال را اندازه گیری می کند
- (۱) **بعد سیاست گذاری سفر و گردشگری و شرایط توانمند ساز**: این بعد سیاست ها یا جنبه های استراتژیکی را تبیین می کند که بر بخش گردشگری و سفر به صورت مستقیم موثر بوده و شامل سه محور به شرح زیر است:
- **اولویت بندی گردشگری و سفر**: این محور میزان تمایل و انگیزه های دولت برای توسعه، پیگیری و سرمایه گذاری در بخش گردشگری و سفر را نشان می دهد.
  - **بازبودن یا پذیرا بودن گردشگران بین المللی**: این محور باز بودن مرزهای کشور برای ورود گردشگران و تسهیل تردد و سفر از مزرها را اندازه گیری می کند.
  - **رقابت پذیری قیمت ها**: این محور قیمت و هزینه بری گردشگری در یک کشور را اندازه گیری می کند.
- (۲) **بعد زیرساخت و خدمات**: این بعد دسترسی و کیفیت زیرساخت های فیزیکی و خدمات گردشگری را نشان می دهد و شامل سه محور به شرح زیر است:
- **زیرساخت حمل و نقل هوایی**: این محور وضعیت خدمات و زیر ساخت های حمل و نقل هوایی و دسترسی مسافران به این خدمات در سطح ملی و بین المللی را تبیین می کند.
  - **زیرساخت های حمل و نقل زمینی و بندری**: این محور دسترسی کارآمد به حمل و نقل زمینی و خدمات بندری و زیرساخت ها را تبیین می کند.
  - **زیرساخت و خدمات گردشگری**: این محور میزان سرمایه گذاری، دسترسی به خدمات و زیرساخت های گردشگری را نشان می دهد.
- (۳) **بعد منابع سفر و گردشگری**: این بعد دلایل اصلی سفر به یک مقصد گردشگری را تبیین می کند و شامل سه محور به شرح زیر است:
- **منابع طبیعی**: این محور سرمایه طبیعی و همچنین توسعه فعالیت های گردشگری در محیط طبیعی را تبیین می کند. منابع طبیعی بر حسب وجود چشم اندازهای طبیعی و غنای گیاهان و جانوران ( تنوع زیستی ) توصیف می شود. محور یاد شده چگونگی ارتقای منابع طبیعی را به جای میراث طبیعی موجود در یک کشور نشان می دهد.

<sup>1</sup> . Enabling Environment dimension



- **محور منابع فرهنگی:** این محور دسترسی به منابع فرهنگی مانند مکان های تاریخی و تاسیسات و جاذبه های تفریحی را نشان می دهد. محور یاد شده چگونگی ارتقاء و توسعه منابع فرهنگی را به جای میراث فرهنگی واقعی موجود در یک کشور نشان می دهد.
  - **منابع غیر تفریحی:** این محور میزان جذابیت عواملی را نشان می دهد باعث سفرهای غیرتفریحی می شوند، از جمله می توان به وجود شهرهای جهانی، شرکت های بزرگ و دانشگاه های پیشرو در مقاصد گردشگری اشاره کرد.
  - (۴) **بعد پایداری سفر و گردشگری:** این بعد ظرفیت های بالفعل و بالقوه چالش های پایداری و ریسک های فراروی گردشگری و سفر را تبیین می کند و شامل سه محور به شرح زیر است:
  - **محور پایداری محیط زیست:** این محور پایداری انرژی بخش سفر و گردشگری و پایداری عمومی اقتصاد محیط طبیعی و حفاظت از منابع طبیعی را تبیین می کند. این محور شامل سه زیر محور پایداری انرژی گردشگری و سفر، وضعیت الودگی های محیط زیست و حفاظت از طبیعت است.
  - **محور اثرات و پیامدهای اقتصادی اجتماعی گردشگری و سفر:** این محور آثار و پیامدهای اقتصادی و اجتماعی گردشگری و سفر مانند نقش گردشگری در توسعه اقتصادی تامین شغل با دستمزدهای بالا و ایجاد برابر جنسیتی را تبیین و اندازه گیری می کند.
  - **پایداری تقاضای گردشگری و سفر:** این محور عوامل ریسک های موجود یا ریسک های مرتبط با ازدحام و سایر عواملی که ممکن است باعث ناپایداری و کاهش تقاضای گردشگری شود را نشان می دهد.
- این شاخص با استفاده از ۵ بعد، ۱۷ محور و ۱۰۲ زیر شاخص و سنجه های مختلف در هر یک از این محورها و به کارگیری روش های آماری تحلیل های چند متغیره به صورت یک شاخص کلی با عنوان شاخص توسعه گردشگری و سفر (TTDI) و همچنین هر یک از محورهای ۱۷ گانه تهیه می شود (پیوست ۱). مقدار این شاخص بین ۱ تا ۷ در نوسان است. امتیاز ۱ مبین بدترین امتیاز و عدد ۷ بیانگر بدترین امتیاز یا عملکرد است.
- بر اساس آخرین گزارش مجمع جهانی اقتصاد در سال ۲۰۲۴، این شاخص برای ۱۱۹ کشور تهیه شد. بر اساس این گزارش کشورهای ایالات متحده امریکا، اسپانیا، ژاپن، فرانسه و استرالیا با کسب امتیاز بیش از ۵ به ترتیب در رتبه های اول تا پنجم، و کشورهای مالی، آنگولا، کامرون، سیرالئون و مالی با کسب امتیاز کمتر از ۳.۵ به ترتیب در رتبه آخر قرار گرفتند. در این رتبه بندی ایران با کسب امتیاز ۳.۷۲ در رتبه ۷۳ پس از کشورهای اروگوئه و ارمنستان قرار گرفت. کشورهای باربادوس و بوتسوانا نیز با کسب امتیاز ۳.۷۱ در رتبه های بعدی پس از ایران قرار گرفتند (جدول ۶).



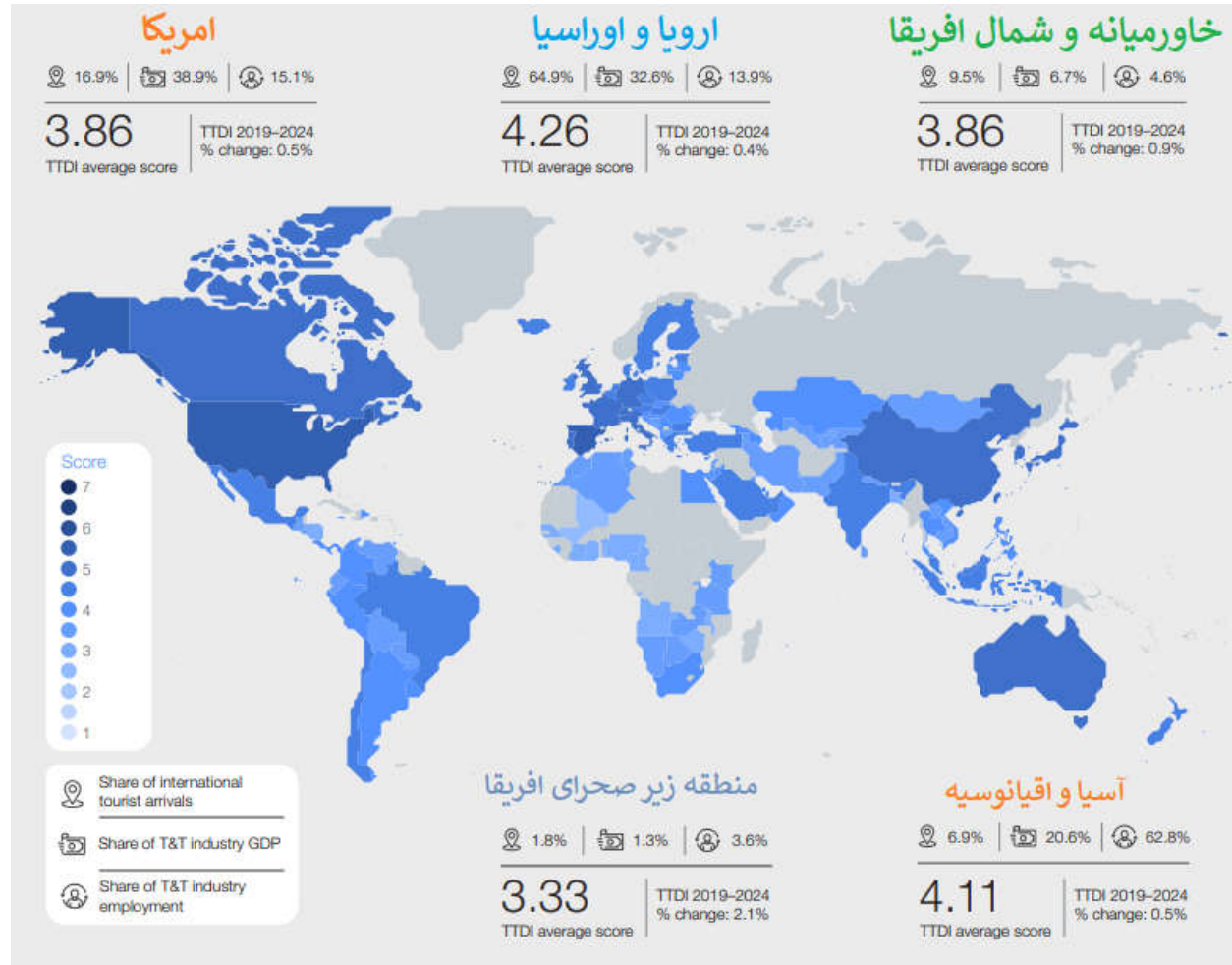
جدول ۶. رتبه و امتیاز شاخص توسعه گردشگری و سفر (TTDI) در ایران و کشورهای منتخب در سال ۲۰۲۳

رتبه	نام کشور	امتیاز	رتبه	نام کشور	امتیاز	رتبه	نام کشور	امتیاز	رتبه	نام کشور	امتیاز
۱	ایالات متحده امریکا	۵.۲۴	۳۱	شیلی	۴.۳۳	۶۱	مصر	۳.۹۶	۹۱	لاتوس	۳.۴۸
۲	اسپانیا	۵.۲۸	۳۲	ایسلند	۴.۳۲	۶۲	پرو	۳.۹۰	۹۲	پاراگوئه	۳.۴۷
۳	ژاپن	۵.۰۹	۳۳	جمهوری چک	۴.۳۱	۶۳	پاناما	۳.۹۰	۹۳	روآندا	۳.۴۵
۴	فرانسه	۵.۰۷	۳۴	مالت	۴.۳۰	۶۴	دومینیکن	۳.۸۸	۹۴	بولیوی	۳.۴۵
۵	استرالیا	۵	۳۵	مالزی	۴.۲۸	۶۵	لاتیوا	۳.۸۸	۹۵	نامیبیا	۳.۴۵
۶	آلمان	۵	۳۶	استونی	۴.۲۸	۶۶	آلبانی	۳.۸۷	۹۶	کویت	۳.۴۴
۷	بریتانیا	۴.۹۶	۳۷	مجارستان	۴.۲۷	۶۷	عمان	۳.۸۷	۹۷	السالوادور	۳.۴۳
۸	چین	۴.۹۴	۳۸	مکزیک	۴.۲۶	۶۸	صربستان	۳.۸۷	۹۸	الجزایر	۳.۴۲
۹	ایتالیا	۵.۹۰	۳۹	هند	۴.۲۵	۶۹	فیلیپین	۳.۴۸	۹۹	تاجیکستان	۳.۴۲
۱۰	سوئیس	۴.۸۱	۴۰	بلغارستان	۴.۲۵	۷۰	اردن	۳.۸۱	۱۰۰	گوآتمالا	۳.۴۲
۱۱	کانادا	۴.۸۱	۴۱	عربستان	۴.۲۳	۷۱	اروگوئه	۳.۷۹	۱۰۱	پاکستان	۳.۴۱
۱۲	پرتغال	۴.۷۸	۴۲	اسلونی	۴.۲۲	۷۲	ارمنستان	۳.۷۳	۱۰۲	قبرقیزستان	۳.۳۸
۱۳	سنگاپور	۴.۷۶	۴۳	رومانی	۴.۱۹	۷۳	<b>ایران</b>	<b>۳.۷۲</b>	۱۰۳	ونزوئلا	۳.۳۴
۱۴	کره جنوبی	۴.۷۴	۴۴	لیتوانی	۴.۱۷	۷۴	باربادوس	۳.۷۱	۱۰۴	زامبیا	۳.۳۴
۱۵	اتریش	۴.۶۵	۴۵	گرجستان	۴.۱۴	۷۵	بوتسوانا	۳.۷۱	۱۰۵	نپال	۳.۳۴
۱۶	هلند	۴.۶۴	۴۶	کرواسی	۴.۱۳	۷۶	سری لانکا	۳.۶۹	۱۰۶	غنا	۳.۲۸
۱۷	دانمارک	۴.۶۳	۴۷	تایلند	۴.۱۲	۷۷	کنیا	۳.۶۸	۱۰۷	سنگال	۳.۲۴
۱۸	امارات متحده عربی	۴.۶۲	۴۸	اسرائیل	۴.۱۰	۷۸	ازبکستان	۳.۶۸	۱۰۸	نیکاراگوآ	۳.۲۴
۱۹	سوئد	۴.۵۷	۴۹	آرژانتین	۴.۱۰	۷۹	لبنان	۳.۶۶	۱۰۹	بنگلادش	۳.۱۹
۲۰	فنلاند	۴.۵۲	۵۰	کلمبیا	۴.۰۸	۸۰	اکوادور	۳.۶۶	۱۱۰	زیمبابوه	۳.۱۹
۲۱	یونان	۴.۵۲	۵۱	کاستاریکا	۴.۰۸	۸۱	تانزانیا	۳.۶۶	۱۱۱	هندوراس	۳.۱۹
۲۲	اندونزی	۴.۴۶	۵۲	قزاقستان	۴.۰۷	۸۲	مراکش	۳.۶۴	۱۱۲	نیجریه	۳.۱۸
۲۳	بلژیک	۴.۴۵	۵۳	قطر	۴.۰۲	۸۳	تونس	۳.۶	۱۱۳	بنین	۳.۱۶
۲۴	ایرلند	۴.۴۴	۵۴	جمهوری اسلواک	۴	۸۴	جامائیکا	۳.۵۹	۱۱۴	ساحل عاج	۳.۱۳
۲۵	نیوزلند	۴.۴۱	۵۵	آفریقای جنوبی	۳.۹۹	۸۵	مغولستان	۳.۵۷	۱۱۵	مالاوی	۳.۰۶
۲۶	برزیل	۴.۴۱	۵۶	آذربایجان	۳.۹۸	۸۶	کامبوج	۳.۵۷	۱۱۶	آنگولا	۳.۰۶
۲۷	لهستان	۴.۴۰	۵۷	موریس	۳.۹۸	۸۷	مقدونیه شمالی	۳.۵۳	۱۱۷	کامرون	۲.۹۹
۲۸	لوکزامبورگ	۴.۴۰	۵۸	بحرین	۳.۹۶	۸۸	مولداوی	۳.۵۳	۱۱۸	صیرالئون	۲.۸۹
۲۹	ترکیه	۴.۳۹	۵۹	ویتنام	۳.۹۶	۸۹	ترینیداد و توباگو	۳.۵۲	۱۱۹	مالی	۲.۷۸
۳۰	قبرس	۴.۳۷	۶۰	موتنه نگرو	۳.۹۶	۹۰	بوسنی و هرزگوین	۳.۵۱			

Source: World Economic Forum (2024)

بررسی عملکرد شاخص توسعه گردشگری و سفر (TTDI) در سال ۲۰۲۴ نشان می دهد که منطقه اروپا و اوراسیا با کسب امتیاز ۴.۲۶ بهترین عملکرد و منطقه زیر صحرای افریقا با کسب امتیاز ۳.۳۳ از بدترین عملکرد شاخص توسعه گردشگری و سفر (TTDI) برخوردار بوده اند. مناطق آسیا و اقیانوسیه، امریکا و خاورمیانه و شمال افریقا نیز در رتبه های بعدی شاخص توسعه گردشگری و سفر (TTDI) قرار گرفتند (شکل ۷).

شکل ۷. امتیاز شاخص توسعه گردشگری و سفر (TTDI) به تفکیک مناطق مختلف جهان در سال ۲۰۲۴



Source: World Economic Forum (2024)

به دلیل لغو سفرهای ناشی از همه گیری کووید ۱۹ و کاهش شدید تقاضای سفر در سال های ۲۰۲۰ الی ۲۰۲۲ شمار گردشگران و درآمدهای حاصل از آن به شدت کاهش پیدا کرد. اما بر اساس آخرین گزارش سازمان گردشگری جهانی (WTO) و مجمع جهانی اقتصاد (WEF) انتظار می رود شمار گردشگران بین المللی به ۸۸ درصد شمار گردشگران بین المللی سال ۲۰۱۹ برسد در حالیکه رقم ۹.۹ تریلیون دلار سهم سفر و گردشگری در تولید ناخالص جهان تقریباً به میزان قبل از شیوع کرونا تا پایان سال ۲۰۲۳ خواهد رسید. در این میان منطقه خاورمیانه از بالاترین نرخ بازیابی ورود گردشگران بین المللی (۲۰ درصد بیش از سال ۲۰۱۹) برخوردار بوده است،

اروپا به عنوان یکی از مقاصد گردشگری با تاب آوری بالا، جریان ورود گردشگران بین المللی زیادی را در سال ۲۰۱۳ شاهد بوده است. منطقه امریکا و افریقا نیز بازیابی گردشگران بین المللی قابل قبولی را تجربه کردند و میزان ورود گردشگران بین المللی در این مناطق در سال ۲۰۲۳ به حدود ۹۰ درصد سال ۲۰۱۹ رسیده است. انتظار می رود رشد گردشگری در سال ۲۰۲۴ به دوران پیش از کووید ۱۹ بازگردد. با این وجود، ماهیت نامتوازن بازیابی بخش گردشگری، کمبود نیروی کار و عدم تعادل در عرضه و تقاضا باعث افزایش قیمت سفرها خواهد شد که این پدیده می تواند اختلالاتی را در مقاصد گردشگری و فشار بیشتر بر کسب و کارهای بخش سفر و گردشگری تحمیل نماید

افزون بر این، گرچه تقاضا سفرهای گردشگری افزایش یافته است، اما چشم انداز اقتصاد کلان و مشکلات ژئوپلیتیکی با عدم قطعیت های اقتصادی، بالا بودن تورم و بی ثباتی قیمت های انرژی همراه است که جنگ اکرین و همچنین بی ثباتی در بخش هایی از خاورمیانه باعث تشدید این عدم قطعیت ها خواهد شد.

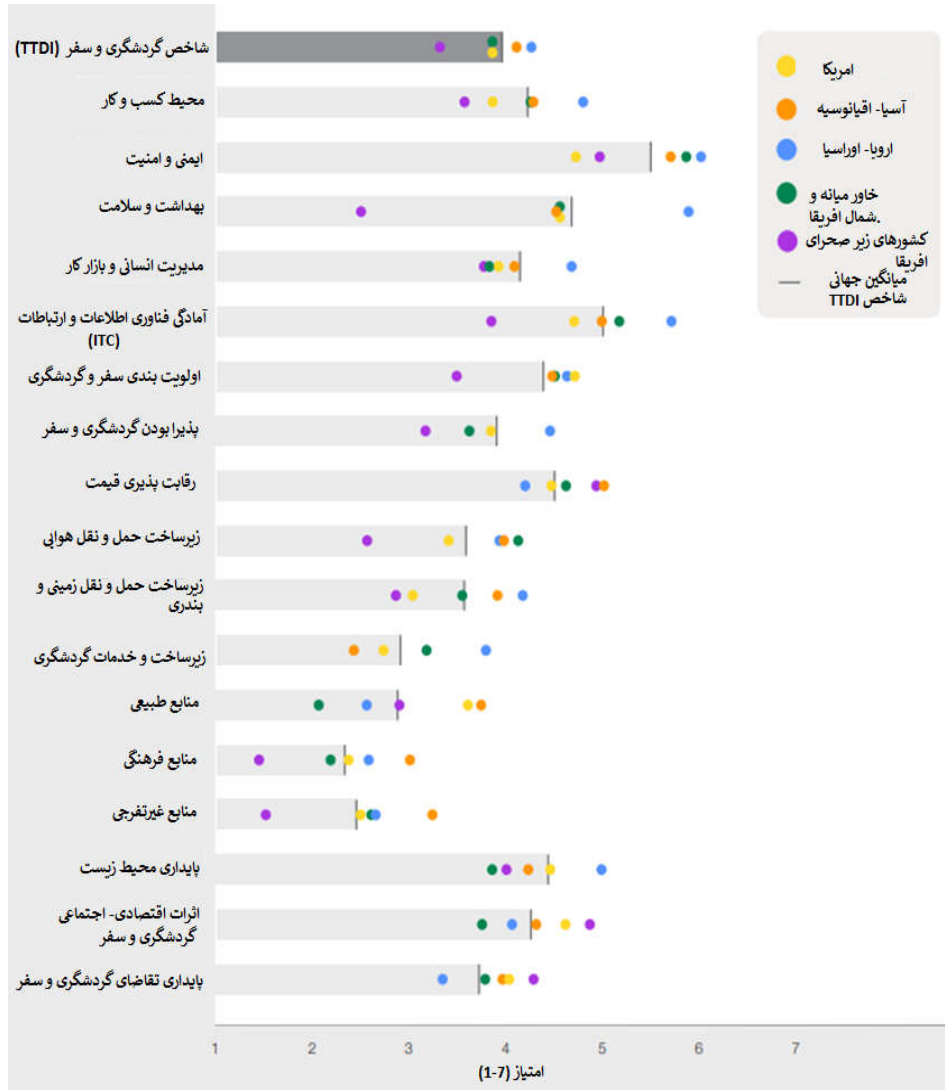
به موازات اثرات ناشی از رخداد های اقلیمی مانند امواج گرمایی و آتش سوزی جنگل ها در کشورهایمانند یونان و افزایش سفرها به مقاصد گردشگری پرترفدار مانند ونیز در ایتالیا، مسائل و مشکلات اقتصادی، اجتماعی مرتبط با گردشگران بیش از گذشته آشکار شده است.

بر چنین پس زمینه هایی، ارتقای تاب آوری و آمادگی بخش های دولتی گردشگری و صاحبان و مدیران کسب و کارهای گردشگری بخش خصوصی و سایر ذی نفعان برای رویارویی و مقابله با مسائل و مشکلات ناترازی عرضه و تقاضای گردشگری در کوتاه مدت و همچنین رویارویی با چالش های اقتصادی، اجتماعی و فناوری و استفاده از فرصت ها در آینده از اهمیت بسیار زیادی برخوردار است. لذا در صورتی که بخش گردشگری بتواند به شیوه ای فراگیر، پایدار و تاب آور توسعه پیدا کند، در این صورت می توان به عنوان یکی از مهمترین پیشران ها برای رویارویی با چالش های بین المللی و ملی عمل کند و نقش موثری در رفاه جمعی جامعه جهانی ایفاء نماید. به همین دلیل شاخص توسعه گردشگری و سفر (TTDI) می تواند در تبیین مهمترین چالش های گردشگری، شناسایی مخاطرات و فرصت ها برای فعالان دولتی و غیر دولتی بخش گردشگری نقش بسیار مهمی ایفاء کند و اطلاعات ارزشمندی را برای استفاده و به کارگیری در برنامه ریزی ها و توسعه بخش گردشگری برای کشورها فراهم نماید.

بررسی و مرور ابعاد ۵ گانه و ۱۷ محور و شاخص های ناظر بر شاخص توسعه گردشگری و سفر (TTDI) در بین مناطق مختلف جهان و همچنین کشورها اطلاعات بسیار ارزشمندی را در مورد نقاط ضعف و نقاط قوت و تهدید ها و فرصت های گردشگری در سطوح بین المللی و ملی نمایان می سازد. در شکل (۸) عملکرد شاخص توسعه گردشگری و سفر (TTDI) به تفکیک محورهای ۱۷ گانه بر حسب مناطق مختلف جهان در سال ۲۰۲۳ نشان داده شده است. شکل (۹) نیز میانگین درصد تغییرات شاخص توسعه گردشگری و سفر (TTDI) کشورهای مختلف جهان را طی دوره ۲۰۲۴-۲۰۱۹ را نشان داده شده است.

شکل ۸. عملکرد شاخص توسعه گردشگری و سفر (TTDI) به تفکیک محورهای ۱۷ گانه بر حسب مناطق مختلف

جهان در سال ۲۰۲۳

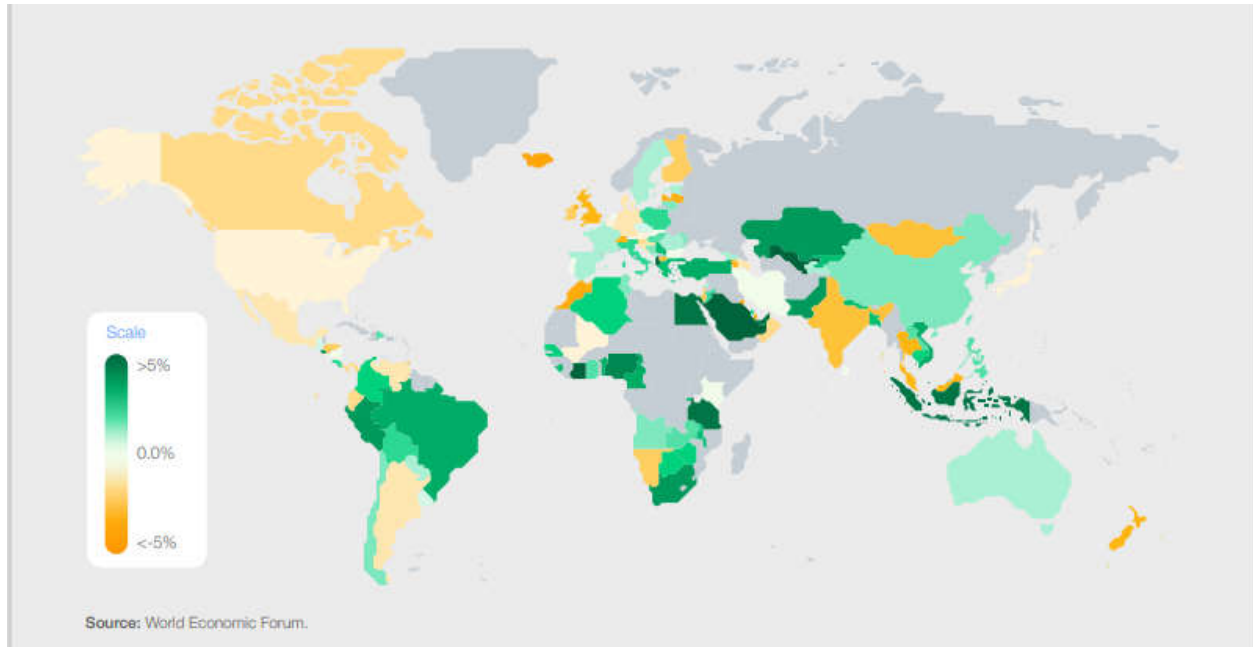


Source: World Economic Forum (2024)



شکل ۹. میانگین درصد تغییرات شاخص توسعه گردشگری و سفر (TTDI) کشورهای مختلف جهان طی دوره

۲۰۲۴-۲۰۱۹



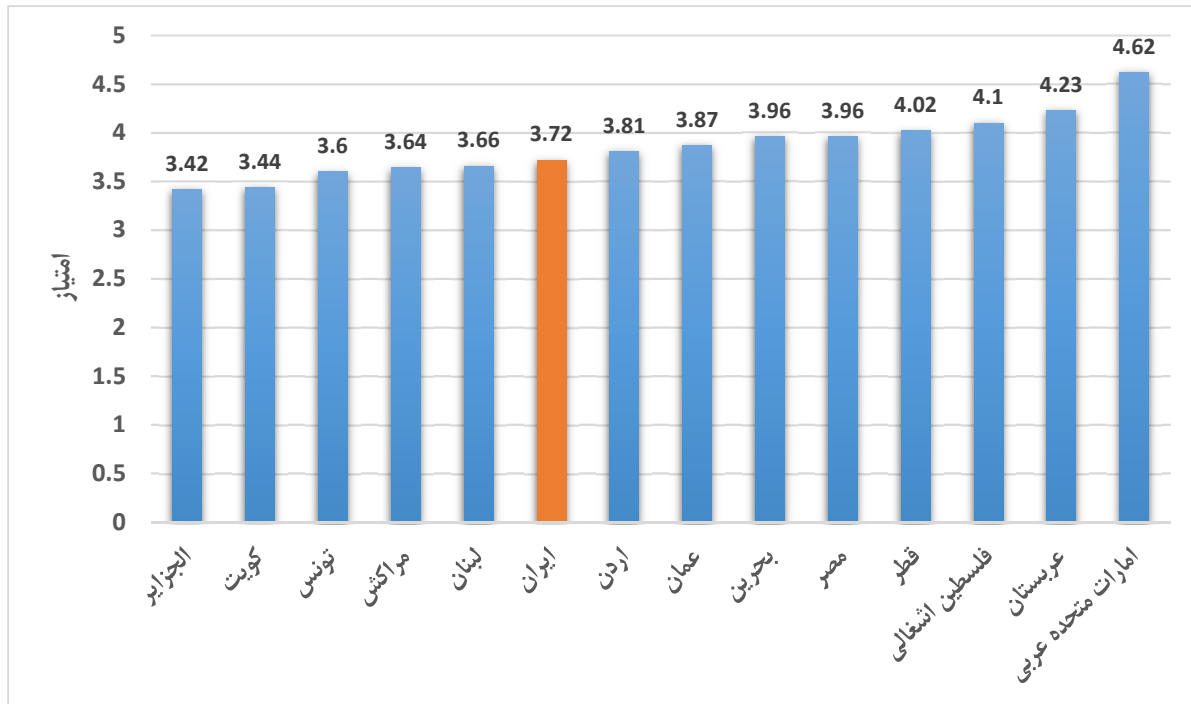
Source: World Economic Forum (2024)

همانگونه که در شکل (۹) مشاهده می شود، بخش گردشگری در سال ۲۰۲۳ پس از پایان همه گیری کووید ۱۹ رشد نسبتاً خوبی را در تمامی مناطق جهان تجربه کرده و روندها روبه بهبود هستند، اما این بازیابی رشد، بسیار غیریکنواخت است و شاخص کل توسعه گردشگری و سفر (TTDI) و محورهای ۱۷ گانه آن به صورت ناهمگن در مناطق مختلف رشد پیدا کرده است. در مجموع منطقه اروپا و اروسیا وضعیت بهتری را در سال ۲۰۲۳ تجربه کرده اند. همچنین منطقه آسیا و اقیانوسیه و کشورهای با اقتصاد پیشرفته محیط مناسبی را برای توسعه گردشگری و سفر در سال ۲۰۲۳ تجربه کرده و از فرصت های پس از همه گیری کووید ۱۹ به خوبی در حال بهره برداری هستند. اقتصادهای در حال توسعه نیز در حال بهبود و توسعه وضعیت بخش گردشگری و سفر هستند، با این وجود این کشورها باید برای پر کردن شکاف ها و خلاء های موجود برای بهره برداری از فرصت های جدید در بازار گردشگری بیشتر تلاش نمایند.

بررسی عملکرد شاخص توسعه گردشگری و سفر (TTDI) در ایران و کشورهای منتخب خاورمیانه بر اساس آخرین گزارش شاخص توسعه گردشگری و سفر (TTDI) در سال ۲۰۲۴ نشان می دهد، کشورهای امارات متحده عربی و عربستان به ترتیب با کسب امتیاز ۴.۶۲ و ۴.۲۳ به ترتیب در رتبه اول و دوم و کشورهای الجزایر و کویت نیز به ترتیب با کسب امتیاز ۳.۴۲ و ۳.۴۴ به ترتیب در رتبه های آخر شاخص توسعه گردشگری و سفر (TTDI) قرار گرفتند. ایران نیز در بین ۱۴ کشور خاورمیانه و شمال آفریقا با کسب امتیاز ۳.۷۲ در رتبه نهم پس از کشورهای عمان و اردن قرار گرفته و کشورهای لبنان و مراکش نیز در رتبه های پس از ایران قرار گرفته اند (شکل ۱۰).

شکل ۱۰. عملکرد شاخص توسعه گردشگری و سفر (TTDI) ایران و کشورهای خاورمیانه و شمال آفریقا در سال

۲۰۲۴



Source: World Economic Forum (2024)

بررسی امتیاز هر یک از محور های ۱۷ گانه شاخص توسعه گردشگری و سفر (TTDI) در ایران تفاوت های بسیار زیادی را نمایان می سازد (شکل ۱۱) بر اساس گزارش شاخص توسعه گردشگری و سفر (TTDI) ایران در محور سفرهای غیرتفریحی با کسب امتیاز ۲.۱۶ عملکرد بسیار ضعیفی داشته است. این شاخص نشان می دهد که جمهوری اسلامی ایران در ایجاد شهرهای فراملی و همچنین حضور شرکت های چند ملیتی و دانشگاه های پیشرو بسیار ضعیف عمل می کند و به همین دلیل سفرهای غیر تفریحی در ایران در مقایسه با سایر کشورهای منطقه و جهان از این منظر جذابیت چندانی برای سفر و گردشگری ندارد و به همین دلیل رتبه بسیار پایینی در بین کشورهای جهان و منطقه دارا می باشد.

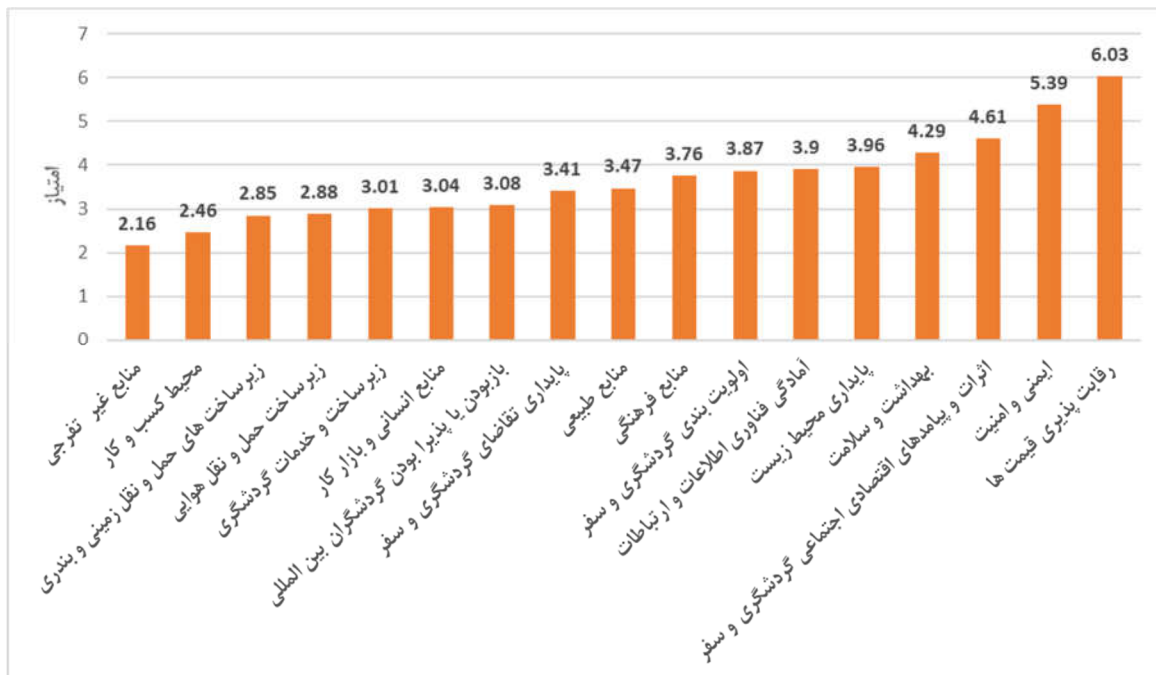
دومین محور به عنوان چالش های اساسی گردشگری بر اساس شاخص توسعه گردشگری و سفر (TTDI)، محیط کسب و کار است. ایران در این محور با کسب امتیاز ۲.۴۶ عملکرد بسیار ضعیفی دارد که مبین نامساعد بودن محیط کسب و کار برای بخش های مختلف از جمله بخش گردشگری است. زیرا در ایران موانع متعددی فراروی محیط کسب و کار به طور عام و کسب و کارهای گردشگری وجود دارد. موانع کسب و کار مجموعه عواملی است که از ایجاد یا رونق یک فعالیت اقتصادی و به سهولت انجام شدن آن جلوگیری می کند. موانع کسب و کار در ایران را می توان از بعد خارجی و داخلی بررسی کرد. این موانع از بعد خارجی می توان به موانعی از قبیل تحریم ها، وضع تعرفه های سنگین دوجانبه با برخی کشورها یا در مورد بعضی کالاها، عدم حضور مؤثر در پیمان نامه های اقتصادی در سطح منطقه و جهان، عدم حضور مشاور بازرگانی یا گردشگری در بسیاری از کشورهای جهان و در صورت حضور، عدم فعالیت مؤثر آنها و مشکلات بانکی و نقل و انتقال پول و سایر عوامل اشاره کرد.

از دیگر مشکلات و موانع توسعه گردشگری و تاثیر آن بر محور دوم (محیط کسب و کار) شاخص توسعه گردشگری و سفر (TTDI) نیز می توان به عدم ثبات قوانین و مقررات در کشور، بروکراسی حاکم بر دستگاه های دولتی برای کسب مجوزها، تعدد دستگاه های

صادر کننده مجوزها، وجود قوانین و مقررات دست و پا گیر و بعضا متناقض در مورد صدور مجوزهای کسب و کارهای گردشگری، عدم صدور مجوزهای مورد نیاز بعضی فعالیت های گردشگری، عدم نظارت و پیگیری بر اجرای قانون و عدم استفاده از نظرات بخش خصوصی در سیاست گذاری های بخش گردشگری و غیره اشاره کرد که به شدت بر توسعه گردشگری به طور عام، و محور دوم این شاخص (محیط کسب و کار) تاثیر می گذارند.

ضعف زیرساخت های حمل و نقل زمینی، وجود ناوگان حمل و نقل فرسوده جاده ای، مسیره های جاده ای نامناسب، عدم گسترش سیستم ریلی کارآمد، ضعف سرمایه گذاری، کمبود تاسیسات پذیرایی بین راهی، وجود قوانین گمرکی دست و پاگیر در بندر، عدم زیرساخت های مناسب بندری، فقدان سرمایه گذاری در گردشگری دریایی و کمبود کشتی های تفریحی و غیره باعث شده است تا محور زیرساخت های حمل و نقل زمینی و بندری با کسب امتیاز ۲.۸۵ از وضعیت مطلوبی برخوردار نباشد. هر چند در سال های اخیر سرمایه گذاری های زیادی برای توسعه ناوگان حمل و نقل زمینی و همچنین توسعه و تجهیز خدمات بندری صورت گرفته است، اما هنوز تا رسیدن به وضعیت مطلوب راه طولانی در پیش است.

شکل ۱۱. امتیاز محورهای ۱۷ گانه شاخص توسعه گردشگری و سفر (TTDI) در سال ۲۰۲۴



Source: World Economic Forum (2024)

این موضوع در مورد زیرساخت های حمل و نقل هوایی نیز صادق است. بویژه پس از خروج ایالات متحده از برجام و تشدید تحریم ها زیرساخت های حمل و نقل هوایی و جایگزینی هواپیماهای مسافربری با چالش های جدی مواجه شده است، به همین دلیل این محور با کسب امتیاز ۲.۸۸ در وضعیت مطلوبی قرار ندارد.

محور زیرساخت و خدمات گردشگری نیز با کسب امتیاز ۳.۰۱ از عملکرد مطلوب در کشور برخوردار نیست. امروزه وجود زیرساخته ای اقتصادی، بهداشتی، امنیتی و ارتباطی، یکی از مهمترین ارکان توسعه گردشگری قلمداد می گردد. هر چند در سالهای اخیر اقدامات و تلاش های گسترده ای برای توسعه زیرساخت های گردشگری در کشور صورت گرفته است، با این وجود هنوز تا رسیدن به وضعیت مطلوب راه درازی در پیش است. برای مثال می توان به ترافیک شهری و کمبود توقفگاه خودرو، مکانیابی نامناسب

علائم گردشگری در بسیاری از شهرها و مناطق روستایی، کمبود هتل‌های چهار و پنج ستاره، وضعیت نامطلوب سرویس‌های بهداشتی، کمبود مراکز خدماتی نظیر سوپر مارکت‌ها، برخورد نامناسب کارکنان خدمات گردشگری، آلودگی هوا، ضعف زیرساخت‌های اینترنتی، عدم امکان مبادله و انتقال پول به خارج و داخل به دلیل تحریم‌ها و غیره اشاره کرد که باعث شده اند تا این محور از امتیاز پایینی برخوردار شود. این مشکلات با شدت و ضعف‌هایی در مورد سایر محورهایی که امتیاز پایینی در شاخص توسعه گردشگری و سفر (TTDI) گرفته‌اند، نیز صادق است. البته رکود در این صنعت و کسب امتیاز در بسیاری از محورهای شاخص توسعه گردشگری و سفر (TTDI) به شدت تحت تاثیر رکود حاکم بر اقتصاد کشور و همچنین تحریم‌ها قرار دارد.

محور منابع انسانی و بازار کار نیز به مانند سایر محورها از ضعف اساسی در شاخص توسعه گردشگری و سفر (TTDI) برخوردار است و از عملکرد مطلوبی ندارد. این محور با کسب امتیاز ۳۰۴ از کاستی‌های زیادی در کشور رنج می‌برد. با توجه به اینکه بخش گردشگری یک صنعت خدمات محور است که وجود نیروی انسانی مستعد در پیشرفت آن از اهمیت بسیار زیادی برخوردار است. (Hsu, ۲۰۱۵)<sup>۱</sup> به همین دلیل مدیریت استعداد برای این صنعت بسیار حیاتی است، زیرا می‌تواند به افزایش عملکرد و افزایش قابلیت اطمینان و رقابت کمک نماید. در واقع موفقیت صنعت گردشگری، به کیفیت کارمندان بستگی دارد؛ یکی از چالش‌های اصلی مدیریت منابع انسانی در این صنعت، جذب و حفظ کارمندان با مهارت، با دانش و نگرش مناسب است. با توجه به اینکه گردشگری یک صنعت مبتنی بر خدمات است به نظر می‌رسد مدیریت استعداد و مهارت برای این صنعت بسیار حیاتی است، زیرا می‌تواند به افزایش عملکرد و افزایش قابلیت اطمینان و رقابت کمک کند، و این فرایند نیز به نوبه خود باعث رونق و شکوفایی بازار کار می‌شود. به عبارت دیگر می‌توان گفت که، موفقیت صنعت گردشگری، به کیفیت بازار و نیروی انسانی بستگی دارد؛ یکی از چالش‌های اصلی مدیریت منابع انسانی در این صنعت، جذب و حفظ کارمندان با مهارت، با دانش و نگرش مناسب است (ایزدی، ۱۳۹۹)<sup>۲</sup>.

یکی از محورهای چالش برانگیز شاخص توسعه گردشگری و سفر (TTDI) بویژه در ایران، محور باز بودن گردشگری و سفر است. این محور با کسب امتیاز ۳۰۶ از وضعیت مطلوبی در شاخص توسعه گردشگری و سفر (TTDI) برخوردار نمی‌باشد. یکی از نگرانی‌هایی که در این زمینه مطرح می‌شود، تاثیرات منفی ناشی از اختلاط فرهنگی و نوع برخورد گردشگران با جامعه مقصد است. برخی بر این باورند که این تاثیرات می‌تواند در درازمدت اصول و ارزش‌ها و باورهای فرهنگی و اخلاقی جامعه میزبان را تحت تاثیر قرار دهد. خوشبختانه این نگاه بدبینانه در سال‌های اخیر تا حدود زیادی تعدیل شده است. بررسی‌ها نشان داده است، توسعه اصولی و درست گردشگری سبب حفظ و رعایت حرمت‌ها و ارزش‌های محلی می‌شود و در نتیجه جامعه مقصد می‌تواند با غرور و افتخار، فرهنگ اصیل و لباس‌های محلی یا مراسم آیینی خویش را به نمایش بگذارد. به همین دلیل ارتقای این محور و شاخص‌های ناظر بر آن برای ارتقای جایگاه ایران در شاخص توسعه گردشگری و سفر (TTDI) از اهمیت بسیار زیادی برخوردار است.

محور پایداری تقاضای سفر و گردشگری یکی دیگر از ارکان شاخص توسعه گردشگری و سفر (TTDI) است. این محور با کسب امتیاز ۳۴۱، علیرغم کاهش ریسک‌های مرتبط با مشکلات اقتصادی، سیاسی و زیست محیطی، همچنان با ناپایداری‌هایی در تقاضا مواجه است. عوامل مؤثر بر تقاضای گردشگری رابه سه دسته: متغیرهای سمت تقاضا، متغیرهای سمت عرضه و متغیرهای ارتباطی تقسیم می‌کنند. متغیرهای سمت تقاضا، متغیرهای اقتصادی، اجتماعی و طبیعی منطقه مبداء هستند که بر ترجیحات و انگیزه‌های گردشگران تأثیر گذار است. از جمله این متغیرها می‌توان به انگیزه‌های فردی سفر گردشگران، فرهنگ و سن مردم و شرایط جغرافیایی اشاره نمود. متغیرهای سمت عرضه به مجموعه‌ای از متغیرهای اقتصادی، اجتماعی و طبیعی منطقه گردشگر پذیر اطلاق می‌شود که

<sup>1</sup> . Hsu, Y. (2015). The review of human resource strategies applying in hospitality industry in South California. *International Business Research*, 8(3), 133-140.

<sup>2</sup> . ایزدی . فاطمه (1399) مدیریت منابع انسانی در صنعت گردشگری با تاکید بر اهداف، کارکردها و اقدامات، مجله نخبگان علوم و مهندسی، جلد 5، شماره 2، قابل دسترس از:

بر ترجیحات و انگیزه‌های گردشگران برای ورود به منطقه گردشگر پذیر تأثیر گذار است. به همین دلیل مدیریت این متغیرها برای ارتقای امتیاز این محور از اهمیت بسیار زیادی برخوردار است.

محور منابع طبیعی با کسب امتیاز ۳.۴۷ در میانه این فهرست قرار دارد که وضعیت مطلوبی را نمایان نمی سازد. این در حالی است که جمهوری اسلامی ایران به دلیل موقعیت جغرافیایی، زمین شناسی و موقعیت قرار گیری آن در منطقه آسیا از تنوع شگرفی برخوردار است. ایران با برخورداری از بیش از ۳۸۰۰ کیلومتر خط ساحلی در جنوب و ۳۴ جزیره در خلیج فارس و دریای عمان و حدود ۸۸۹ کیلومتر در شمال کشور با همراه جنگل های حرا در جنوب و جنگل های هیرکانی در شمال کشور، بیابان های مرکزی، حدود بیش ۲۰۰ تالاب و دریاچه و تنوع زیستی، از جاذبه های گردشگری بی نظیری در منطقه آسیا برخوردار است. با این وجود از این پتانسیل ها برای توسعه گردشگری آنگونه که باید استفاده نمی شود و به همین دلیل این محور در شاخص توسعه گردشگری و سفر (TTDI) از امتیاز قابل قبولی برخوردار نمی باشد.

محور منابع فرهنگی نیز با کسب امتیاز ۳.۷۶ علیرغم غنای منابع فرهنگی در کشور از وضعیت و جایگاه مطلوبی برخوردار نیست. این در حالی است که بر اساس داده‌های مکانی آثار تاریخی - فرهنگی ثبت شده (اخذ شده از وزارتخانه میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی کشور)، تعداد ۶۲۵۰ اثر اعم از مجموعه بناهای تاریخی شامل امامزاده‌ها، آرامگاه‌ها، حمام، آب‌انبار، قلعه، برج، آسیاب، بازار، قنات و... ثبت شده است از این تعداد استان اصفهان، یزد، خراسان رضوی بالاترین سهم را به خود اختصاص داده اند (جدول ۷). این تعداد از ظرفیت بسیار زیادی برای جذب گردشگران داخلی و خارجی برخوردار است که متأسفانه هنوز استفاده موثری از این ظرفیت ها نمی شود.

جدول ۷. تعداد میراث فرهنگی و تاریخی به تفکیک استان‌های کشور

ردیف	نام استان	آثار تاریخی	سهم	ردیف	نام استان	آثار تاریخی	سهم
۱	آذربایجان شرقی	۳۵۶	۵.۷٪	۱۷	فارس	۴۳۸	۷.۰٪
۲	آذربایجان غربی	۱۰۹	۱.۷٪	۱۸	قزوین	۱۳۲	۲.۱٪
۳	اردبیل	۶۸	۱.۱٪	۱۹	قم	۱۱۴	۱.۸٪
۴	اصفهان	۸۷۷	۱۴.۰٪	۲۰	کردستان	۵۹	۰.۹٪
۵	البرز	۶۶	۱.۱٪	۲۱	کرمان	۲۴۹	۴.۰٪
۶	ایلام	۳۸	۰.۶٪	۲۲	کرمانشاه	۸۵	۱.۴٪
۷	بوشهر	۸۶	۱.۴٪	۲۳	کهگیلویه و بویراحمد	۴۲	۰.۷٪
۸	تهران	۴۱۸	۶.۷٪	۲۴	گلستان	۴۴	۰.۷٪
۹	چهارمحال و بختیاری	۸۳	۱.۳٪	۲۵	گیلان	۱۴۴	۲.۳٪
۱۰	خراسان جنوبی	۲۹۴	۴.۷٪	۲۶	لرستان	۸۷	۱.۴٪
۱۱	خراسان رضوی	۴۸۵	۷.۸٪	۲۷	مازندران	۲۲۸	۳.۶٪
۱۲	خراسان شمالی	۸۰	۱.۳٪	۲۸	مرکزی	۱۵۲	۲.۴٪
۱۳	خوزستان	۲۲۴	۳.۶٪	۲۹	هرمزگان	۹۵	۱.۵٪
۱۴	زنجان	۴۵	۰.۷٪	۳۰	همدان	۱۵۸	۲.۵٪
۱۵	سمنان	۲۰۸	۳.۳٪	۳۱	یزد	۶۹۱	۱۱.۱٪
۱۶	سیستان و بلوچستان	۹۵	۱.۵٪	-	کشور	۶۲۵۰	۱۰۰.۰

ماخذ: سازمان برنامه و بودجه (۱۳۹۸) مطالعات سند ملی آمایش سرزمین - بخش میراث فرهنگی و گردشگری، مرکز پژوهش های توسعه و آینده

محور اولویت بندی گردشگری و سفر با کسب امتیاز ۳.۸۷ وضعیت نسبتاً خوبی در بین محورهای یاد شده و شاخص توسعه گردشگری و سفر (TTDI) برخوردار است. خوشبختانه در سال های اخیر موضوع گردشگری و ارتقای نقش این بخش در نظام برنامه ریزی و اقتصاد کشور بیش از گذشته مورد توجه قرار گرفته است که بازتاب آنها را می توان در مهمترین اسناد کشور مشاهده کرد که این موضوع مبین در اولویت قرار گرفتن بخش گردشگری در کشور است ( شکل ۱۲). هر چند در بسیاری از این اسناد فرادست به جنبه های مختلفی از توسعه گردشگری تاکید شده است، اما در عمل آنگونه که باید نتوانسته است به بسیاری از اهداف و راهبردهای اشاره شده در این اسناد دست پیدا کند.

### شکل ۱۲. اسناد فرادست مصوب ملی موثر بر حوزه میراث فرهنگی و گردشگری



ماخذ: سازمان برنامه و بودجه (۱۳۹۸)

محور آمادگی فناوری اطلاعات و ارتباطات نیز با کسب امتیاز ۳.۹ روند های روبه رشدی را در شاخص توسعه گردشگری و سفر (TTDI) دارد، اما هنوز شکاف های در این زمینه وجود دارد. دنیای ارتباطات و تولید اطلاعات به سرعت در حال تغییر بوده و همگرایی بیشتری در سطح جهان در زمینه فناوری اطلاعات و ارتباطات در حال شکل گیری است، به گونه ای که داده ها و اطلاعات بسرعت و در زمانی غیرقابل تصور به اقصی نقاط جهان منتقل و در دسترس استفاده کنندگان قرار می گیرد. زیرساخت های فناوری اطلاعات و ارتباطات در هر بخش شامل مجموعه ای از منابع سخت افزاری و نرم افزاری است که فرایندهای ارتباطی را تسهیل می کنند. مدیریت فناوری اطلاعات و ارتباطات نیازمند بهره مندی از زیرساخت های مناسبی در بخش های مختلف از جمله بخش گردشگری است. در چند دهه گذشته بروز تحولات گسترده در زمینه کامپیوتر و ارتباطات، تغییرات عمده ای را در عرصه های مختلف از جمله بخش گردشگری به دنبال داشته است.

محور پایداری محیط زیست با کسب امتیاز در رتبه ۱۳ محور های یاد شده قرار گرفته است. متأسفانه در چند سال اخیر به دلیل تغییر اقلیمی از یک سو و کاهش نزولات جوی کشور با چالش های گوناگونی در این زمینه مواجه شده است که از مهمترین آنها می توان

به خشکیدگی بسیاری از تالاب و دریاچه های داخلی، آلودگی شدید هوا در بسیاری از مقاصد گردشگری، دفع غیر اصولی پسماندها، افزایش طوفان های گردوغبار در مقاصد گردشگری، تخریب جنگل ها و سایر مناطق طبیعی، آلودگی مناطق ساحلی، دریایی و غیره اشاره کرد که این فرایندهای مخرب به شدت بر بخش گردشگری و این محور تاثیر گذاشته است.

محور بهداشت و سلامت با کسب امتیاز ۴.۲۹ از وضعیت مطلوبی در شاخص توسعه گردشگری و سفر (TTDI) برخوردار است و در صورت حمایت های مناسب می تواند نقش مهمی در ارتقاء و توسعه گردشگری، بویژه گردشگری سلامت داشته باشد. گردشگری سلامت به عنوان یکی از مهمترین زیربخش های سلامت از رو به رشدترین بخش های صنعت گردشگری جهان است که باعث شده سازمان های دست اندرکار و کشورهای علاقمند به توسعه گردشگری توجه خود را به این بخش از صنعت توریسم جلب و برای آن برنامه ریزی کنند. وجود ظرفیت های نیروی انسانی و پزشکان متخصص و همچنین مراکز درمانی و بیمارستانی مجهز در کشور فرصت های زیادی را در اختیار کشور قرار داده است تا ظرفیت های خود را برای ارتقای جایگاه گردشگری در کشور توسعه دهد.

محور اثرات و پیامدهای اقتصادی و اجتماعی گردشگری با کسب امتیاز ۴.۶۱ از عملکرد مطلوبی در شاخص توسعه گردشگری و سفر (TTDI) برخوردار است. گردشگری به عنوان یک بخش با اشتغالزایی بالا، از طریق جذب درآمد ارزی نقش محوری در توسعه اقتصادی و اجتماعی کشورها برخوردار است. همچنین بررسی های متعدد در جهان و حتی ایران نشان می دهد بیشتر افراد شاغل در بخش گردشگری چه در مشاغل رسمی و چه غیررسمی را زنان تشکیل می دهند و به همین دلیل گردشگری فرصت های زیادی را برای درآمدزایی و کارآفرینی زنان فراهم می آورد و دستاوردهای عدالت جنسیتی بهتری به همراه دارد. با این وجود، گرچه زنان شمار زیادی از کارهای بدون دستمزد را در کسب و کار گردشگری انجام می دهند اما کمترین دستمزد و پائین ترین بخش های مهارتی این صنعت را به خود اختصاص می دهند و در سطوح بالای اشتغال و مدیریت صنعت گردشگری جایگاه مناسبی در بسیاری از کشورها از جمله ایران ندارند. لذا در صورتی که از ظرفیت های گردشگری به صورت مناسبی استفاده شود، آثار اقتصادی، اجتماعی و عدالت جنسیتی قابل ملاحظه ای به همراه خواهد داشت و کشور می تواند شاهد رشد و شکوفایی بزرگی در سطح اقتصاد کشور باشد.

محور ایمنی و سلامت در زمره محورهایی است که با کسب امتیاز ۵.۳۹ از وضعیت بسیار مطلوبی در شاخص توسعه گردشگری و سفر (TTDI) برخوردار است. وقوع رخداد ها و حوادث غیرمترقبه ای مانند حملات تروریستی، بی ثباتی سیاسی، رکود اقتصادی، امنیت زیستی و بلایای طبیعی و نمونه های بیشمار دیگر همگی تهدیدات جدی در برابر فعالیت های گردشگری قلمداد می شوند. به همین دلیل تأمین شرایط امن و ایمن برای توسعه گردشگری از اهمیت بسیار زیادی برخوردار است ( صیدایی و همکاران، ۱۳۸۹).<sup>۱</sup> به همین علت موفقیت و رشد پایدار گردشگری در گرو عملکرد مناسب و هماهنگ عناصر و فاکتورهای متعددی است که با هم ارتباط تنگاتنگی دارند. یکی از مهم ترین این فاکتورها امنیت گردشگران و مقصدهای گردشگری است. خوشبختانه در ایران در مقایسه با سایر کشورهای منطقه امنیت پایداری حاکم است و به همین دلیل این محور از امتیاز بسیار مناسبی در شاخص توسعه گردشگری و سفر (TTDI) برخوردار است.

محور رقابت پذیری قیمت ها در بین محورهای یاد شده با کسب امتیاز ۶.۰۳ بالاترین امتیاز را در بین محورهای یاد شده به خود اختصاص داده است. یکی از مهمترین دلایل امتیاز این شاخص کاهش ارزش پول ملی و در نتیجه ارزان بودن قیمت خدمات گردشگری برای گردشگران خارجی است. کاهش ارزش پول ملی برای کشورهای همسایه و حتی کشورهای غیرهمسایه، بستر خوبی برای مسافرت، گردشگری و خرید فراهم می کند، زیرا گردشگران می توانند با حداقل هزینه از بیشترین خدمات و کالاها بهره برداری کنند. البته بالا بودن امتیاز این محور به معنای افزایش ورود گردشگران خارجی نیست بلکه عوامل متعدد دیگری نیز در ورود گردشگران بین المللی دخالت دارند.

۱. صیدایی. سیداسکندر، زهرا هدایتی مقدم ( ۱۳۸۹)، نقش امنیت در توسعه گردشگری، نشریه علوم اجتماعی، دوره: ۴، شماره: ۸، صفحات: ۹۷-

گزارش شاخص توسعه گردشگری و سفر (TTDI) سال ۲۰۲۴ در بین کشورهای منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا (MENA) تفاوت های زیادی را در بین کشورها منطقه نمایان می سازد. امتیاز این شاخص در منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا از میانگین جهانی شاخص توسعه گردشگری و سفر (TTDI) در گزارش سال ۲۰۲۴ کمتر است. از مجموع ۱۴ کشور مورد بررسی در سال ۲۰۱۴، فقط ۴ کشور امتیاز بالاتر از امتیاز متوسط جهانی را در شاخص توسعه گردشگری و سفر (TTDI) کسب کردند. در مجموع بررسی گزارش شاخص توسعه گردشگری و سفر (TTDI) در سال ۲۰۲۴، از تفاوت های بسیاری زیادی در عملکرد این شاخص حکایت دارد. با توجه به اینکه کشورهای با درآمد بالا از جمله کشورهای عضو شورای همکاری های خلیج فارس در زیرمنطقه خاورمیانه (از جمله امارات متحده عربی و عربستان سعودی) قرار دارند، در نتیجه این کشورها به نحو بهتری از فرصت های گردشگری بهره برداری می کنند زیرا از زیرساخت گردشگری و حمل و نقل بهتری در مقایسه با سایر کشورهای منطقه برخوردار بوده و به عنوان هاب حمل و نقل هوایی نیز شناخته می شوند و کارآمدترین خطوط هوایی را در اختیار دارند. بسیاری از شرکت ها و مراکز کسب و کار در این کشورها مستقر هستند. مجموعه این عوامل و همچنین امنیت حاکم بر این کشورها باعث شده است تا این کشورها بتوانند به سرعت بخش گردشگری و سفر خود را پس از شیوع کووید ۱۹ اجیاء و بازیابی نمایند که بازتاب آن در شاخص توسعه گردشگری و سفر (TTDI) نمایان شده است.

از سوی دیگر، در کشورهای با درآمد متوسط مانند ایران، مصر و مراکش که از غنای فرهنگی- تاریخی بیشتری برخوردار هستند در محور رقابت پذیری قیمتی گردشگری از مزیت ها و امتیاز بیشتری برخوردار هستند. با این وجود، فعالیت های گردشگری و سفر در کشورهای با اقتصاد های در حال توسعه در منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا در نتیجه شرایط نامساعد کسب و کار، نگرانی های ایمنی و امنیت و همچنین کاستی ها و ضعف زیرساخت های حمل و نقل و ضعف زیرساخت های گردشگری با چالش های بسیار زیادی مواجه است.

میانگین شاخص ظرفیت حمل و نقل هوایی و پیوستگی فرودگاه های بیشترین رشد را در نگارش جدید شاخص توسعه گردشگری و سفر (TTDI) از سال ۲۰۲۱ به خود اختصاص داده است، که این موضوع باعث شد تا امتیاز محور زیرساخت حمل و نقل هوایی از رشد ۸.۴ درصد در گزارش شاخص توسعه گردشگری و سفر (TTDI) سال ۲۰۲۴ برخوردار شود.

افزون بر این، بسیاری از کشورهای خاورمیانه و شمال آفریقا سیاست ها و سرمایه گذاری های زیادی را برای توسعه بخش گردشگری و سفر برای تنوع بخشی اقتصادی و کاهش وابستگی به نفت و گاز در دستور کار قرار داده اند.

مجموعه این اقدامات تاثیر به سزایی در شاخص هزینه کرد دولت در بخش گردشگری و سفر در کل بودجه دولت داشته است، همچنین تسهیل صدور ویزا، توسعه و احیای منابع فرهنگی و سرمایه گذاری و توسعه سرمایه انسانی نیز تاثیر به سزایی در افزایش امتیاز شاخص توسعه گردشگری و سفر (TTDI) در گزارش سال ۲۰۲۴ گذاشته است.

اثرات این اقدامات باعث شده است تا امتیاز محور اثرات اقتصادی - اجتماعی شاخص توسعه گردشگری و سفر (TTDI) بین سال های ۲۰۱۹ تا ۲۰۲۴ حدود ۱۳.۸ درصد رشد نشان داشته باشد. همچنین طی این دوره سهم بخش گردشگری در تولید ناخالص داخلی (GDP) و سهم اشتغال بخش گردشگری و سفر از کل اشتغال نیز از رشد زیادی برخوردار بوده است.

بررسی عملکرد کشورهای منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا نشان می دهد کشور امارات متحده عربی با کسب رتبه ۱۸ در جهان از بهترین عملکرد شاخص توسعه گردشگری و سفر (TTDI) در بین کشورهای زیرمنطقه خاورمیانه برخوردار بوده است، در حالیکه کشور مصر با کسب رتبه ۶۱ از بهترین عملکرد شاخص توسعه گردشگری و سفر (TTDI) در زیرمنطقه شمال آفریقا برخوردار بوده است. همچنین، کشور عربستان سعودی از نظر امتیاز و رتبه شاخص توسعه گردشگری و سفر (TTDI) طی سال های ۲۰۱۹ تا ۲۰۲۲ از عملکرد مطلوبی برخوردار بوده است به طوری که رتبه این کشور با ۵.۷ درصد رشد از رتبه ۵۰ در سال ۲۰۱۹ به رتبه ۴۱ در سال ۲۰۲۲ کاهش پیدا کرده است که مبین ۹ پله صعود در این شاخص است. در سال ۲۰۲۲ ایران رتبه ۷۳ در جهان قرار داشته است که این رتبه در مقایسه با سایر کشورهای منطقه و ظرفیت های ایران چندان مطلوب نمی باشد. از دیگر کشورهایی که گردشگری سهم زیادی را



در تولید ناخالص داخلی داشت، می توان به کشورهای عربستان سعودی، مصر و امارات متحده عربی اشاره کرد. در جدول (۸) امتیاز هر یک از محورهای ۱۷ گانه شاخص توسعه گردشگری و سفر (TTDI) ایران و کشورهای خاورمیانه و شمال آفریقا را نشان می دهد.

جدول ۸. امتیاز هر یک از محورهای ۱۷ گانه شاخص توسعه گردشگری و سفر (TTDI) ایران و کشورهای خاورمیانه

و شمال آفریقا در سال ۲۰۲۴

Economy	TTDI rank	محیط توانمند ساز					سیاست گذاری گردشگری و شرایط توانمند ساز			زیرساخت ها و خدمات			منابع گردشگری و سفر			پایداری سفر و گردشگری		
		محیط کسب و کار	ایمنی و امنیت	بهداشت و سلامت	منابع آسانی و بازار کار	آمادگی ITC	اولویت بندی گردشگری و سفر	پذیرا بودن گردشگری	رقابت پذیری قیمت	زیرساخت حمل و نقل هوایی	زیرساخت حمل و نقل زمینی و بندری	زیرساخت حمل و نقل زمینی و بندری	منابع طبیعی	محیط کسب و کار	منابع غیر تفریحی	پایداری محیط زیست	الرات اقتصادی-اجتماعی گردشگری و سفر	پایداری تقاضای سفر گردشگری
امارات متحده عربی	18	5.57	6.40	4.83	4.67	6.23	5.39	5.67	4.28	6.52	4.67	5.48	1.85	2.48	3.84	4.06	2.67	3.92
عربستان	41	4.95	6.36	4.79	4.59	6.00	4.43	3.10	4.52	4.96	3.84	3.96	2.99	2.58	3.33	3.87	2.96	4.69
اسرائیل	48	5.18	5.04	5.69	5.00	6.17	4.52	4.25	1.42	4.55	4.39	4.12	1.90	1.76	3.45	4.22	4.49	3.57
قطر	53	5.11	6.78	4.67	4.47	5.83	3.32	3.97	3.34	5.46	4.22	3.66	1.31	1.86	3.15	3.77	4.11	3.22
بحرین	58	4.80	5.99	4.31	3.98	5.74	4.86	3.57	4.74	4.46	4.51	3.34	1.22	1.55	2.42	3.51	3.98	4.40
عمان	67	4.84	6.35	4.39	3.90	5.50	3.39	4.12	5.11	3.91	3.72	2.64	2.10	1.99	2.00	3.59	3.50	4.65
زابن	70	4.58	6.30	4.69	3.70	4.79	5.58	3.70	4.50	3.66	3.45	1.92	1.83	1.65	2.20	4.22	4.08	3.86
ایران	73	2.46	5.39	4.29	3.04	4.90	3.87	3.08	6.03	2.88	2.85	3.01	3.47	3.76	2.16	3.96	4.61	3.41
لبنان	79	3.04	5.02	4.88	3.66	4.35	5.98	3.29	4.09	3.43	2.47	4.36	1.35	1.77	1.86	3.72	5.28	3.76
کویت	96	4.44	6.53	4.78	3.72	5.32	2.28	2.88	3.74	4.15	3.00	1.72	1.35	1.33	2.45	3.73	3.99	3.09
خاور میانه		4.50	6.02	4.73	4.07	5.48	4.36	3.76	4.18	4.40	3.71	3.42	1.94	2.07	2.68	3.86	3.97	3.86
مصر	61	3.88	5.37	3.95	3.43	4.45	5.87	3.09	6.11	4.58	3.85	2.76	3.11	3.18	2.39	4.07	2.27	4.90
مراکش	82	4.15	5.75	3.71	3.10	4.41	4.38	4.19	4.84	3.65	3.33	2.31	2.20	2.75	2.90	4.00	2.69	3.49
تونس	83	3.43	5.17	4.41	3.38	4.28	5.60	3.43	5.94	2.95	2.69	2.69	2.02	1.83	2.64	3.97	3.45	3.35
الجزایر	98	3.24	5.58	4.35	3.03	4.41	3.69	2.49	6.03	2.66	2.80	2.61	2.47	2.20	1.94	3.42	4.47	2.82
شمال آفریقا		3.68	5.47	4.11	3.23	4.39	4.88	3.30	5.73	3.46	3.17	2.59	2.45	2.49	2.47	3.86	3.22	3.64
خاور میانه و شمال آفریقا		4.26	5.86	4.55	3.83	5.17	4.51	3.63	4.62	4.13	3.56	3.18	2.08	2.19	2.62	3.86	3.75	3.80

همانگونه که ملاحظه می شود، ایران علیرغم ظرفیت های بسیار زیاد در زمینه گردشگری، هنوز در مقایسه با کشورهای منطقه مورد بررسی، از رتبه چندان مطلوبی برخوردار نمی باشد. این در حالی است که گردشگری و اقتصاد گردشگری در حال تبدیل شدن به یکی از سریعترین صنایع رو به رشد جهان، بخشی برای ایجاد درآمد ملی، از اصلی ترین ارکان اقتصادی جهان قلمداد می گردد. از سوی دیگر این صنعت به دلیل اینکه اثرات و پیامدهای آن بر محیط زیست در مقایسه با سایر فعالیت ها بسیار کم است، در نتیجه برای کشور ایران که به شدت با محدودیت های محیط زیستی و بویژه منابع آب مواجه است، در زمره یکی از بخش های سازگار با محیط زیست محسوب می شود و می تواند در قرار گرفتن کشور در مدار ملی توسعه پایدار نقش بسیار مهمی ایفاء نماید.

به همین دلیل مقاصد گردشگری در سراسر جهان از جمله منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا به دنبال راه هایی برای افزایش رقابت پذیری خود برای جذب هر چه بیشتر گردشگران و ارتقای جایگاه خود در شاخص توسعه گردشگری و سفر (TTDI) هستند و برای رسیدن به این هدف، راهبردهای متعددی در ارکان هر یک از محورهای شاخص توسعه گردشگری و سفر (TTDI) در دستور کار قرار داده اند تا ظرفیت رقابتی خود را برای حضور هر چه بیشتر در بازار گردشگری تقویت نمایند. در واقع هدف هر یک از مقاصد گردشگری در

منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا تلاش می کنند تا جذابیت های خود را به منظور افزایش رضایت گردشگران و کسب درآمد بیشتر ارتقاء دهند.

### ۴-۳ چشم انداز و چالش های بلند مدت فراروی گردشگری بر اساس گزارش شاخص توسعه گردشگری و سفر (TTDI)

در سال های اخیر بخش گردشگری با طیف گسترده ای از چالش ها و معضلات مواجه شده است که از مهمترین آنها می توان به کووید ۱۹، عدم قطعیت های ژئوپولیتیکی و اقتصادی، تورم و رخدادها و بلایای طبیعی مانند آتش سوزی های گسترده جنگل ها، امواج گرمایی، خشکسالی و سیلاب های ویرانگر و غیره اشاره کرد که به شدت بخش گردشگری را با چالش های جدی مواجه کرد که بازتاب آن به صورت ریسک ها و مخاطرات اقتصادی، اجتماعی، محیط زیستی، ژئوپلیتیک و بعضا بروز ناآرامی ها و مهاجرت های گسترده ناشی از تغییر اقلیم و غیره تمامی کشورها بویژه مقاصد گردشگری در سراسر جهان را تحت تاثیر قرار داد.

بر چنین پس زمینه ای، چگونگی گذار از این مخاطرات و رویارویی با این چالش ها در کانون توجه بسیاری از سیاست گذاران و برنامه ریزان و سایر ذی نفعان بخش های مختلف بویژه در بخش گردشگری و کشورهایی که به شدت به گردشگری وابسته هستند، قرار گرفته است. به همین دلیل داشتن درک و شناخت جامع و فراگیر از سوی برنامه ریزان و سیاست گذاران بخش گردشگری برای چگونگی رویارویی با مخاطرات و چالش های آینده بخش گردشگری از اهمیت بسیار زیادی برخوردار است. به همین دلیل شناسایی این چالش ها به منظور ارتقای تاب آوری و پایداری بخش گردشگری در راستای افزایش رفاه جامعه ضروری می باشد.

برای دستیابی به این هدف، در گزارش شاخص توسعه گردشگری و سفر (TTDI) به صورت ویژه به این موضوع پرداخته شده و چشم اندازی از ریسک ها و مخاطرات بخش گردشگری که در دهه های آینده جهان با آنها مواجه خواهد شد را مورد بررسی قرار داده است. این شناخت تحلیل ها این امکان را برای بسیاری از سیاست گذاران و برنامه ریزان بخش گردشگری فراهم می کند تا ظرفیت های خود را برای رویارویی با این چالش ها افزایش دهند و آثار و پیامدهای اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی مثبت را حداکثر نمایند. در چشم انداز ریسک آینده بخش گردشگری، در گزارش شاخص توسعه گردشگری و سفر (TTDI) سال ۲۰۲۴ چهار دسته ریسک (خطرپذیری) مرتبط با گردشگری شامل ریسک اقتصادی، زیست محیطی، ژئوپلیتیک و اقتصادی - اجتماعی شناسایی شده اند که در ۲ سال و ۱۰ سال آینده می توانند بر بخش گردشگری تاثیر بگذارند (شکل ۱۳).

به منظور درک و شناسایی چگونگی تاثیر بخش گردشگری و سفر بر رونق و شکوفایی اقتصادی آینده کشورها، شناسایی چشم انداز ریسک های مختلف بر بخش گردشگری از اهمیت بسیار زیادی برخوردار است. مجمع جهانی اقتصاد (WEF) در سال ۲۰۲۴ در گزارش ریسک جهانی مهمترین چالش های کوتاه مدت و بلند مدت فراروی موثر بر جوامع، اقتصاد و محیط زیست را در بازه های زمانی دو ساله و ده ساله که جامعه جهانی با آنها مواجه است را ارائه کرده است که همه این چالش ها به شدت بر بخش گردشگری و سفر تاثیر می گذارند. مجمع جهانی اقتصاد در گزارش خود آینده را به دو بازه زمانی دو و ده ساله تقسیم نموده است. مخاطرات و ریسک های زیست محیطی مانند کاهش و نابودی تنوع زیستی و استفاده و بهره برداری بیش از ظرفیت های قابل تحمل کره زمین در زمره ریسک های دو ساله و ۱۰ ساله طبقه بندی می شوند که بشدت بر بخش گردشگری تاثیر می گذارند. در دو سال آینده، انتشار اطلاعات غلط و گمراه کننده و همچنین تهدیدهای سایبری در زمره چالش های تهدید کننده تمامی کشورها هستند که می توانند کشورها و دولت ها و بخش های مختلف از جمله بخش گردشگری را با چالش های جدی مواجه کنند. به همین دلیل انتشار اطلاعات نادرست و گمراه کننده و همچنین چند قطبی شدن و افزایش شکاف و نابرابری جوامع در زمره نگرانی های اساسی فراروی جوامع و جامعه بین المللی برای دو سال آینده هستند. شواهد موجود نشان می دهد که در کوتاه مدت حملات سایبری به زیرساخت ها،

سازمان‌ها و همین‌طور شرکت‌ها افزایش خواهند یافت. افزون بر این، ریسک‌های اقتصادی مانند تورم بالا، رکود اقتصادی و ناتوانی در بازپرداخت بدهی‌های دولت‌های مقروض در زمره ده ریسک دو سال آینده قرار گرفته‌اند. ریسک بروز درگیری و افزایش تنش‌ها میان دولت‌ها در مناطق مستعد جنگ در این گزارش در چشم‌انداز دو ساله بویژه بین اوکراین و روسیه، اسرائیل - غزه و تایوان افزایش خواهد یافت.

در ۱۰ سال آینده، ریسک‌هایی به‌طور عمیق مورد بررسی قرار گرفته‌اند که از مهمترین آنها می‌توان به گذار از آستانه‌های تغییرات اقلیمی، همه‌گیر شدن هوش مصنوعی، رکود توسعه اقتصادی و افزایش جرم‌ها و جنایات سازمان یافته اشاره کرد. در چشم‌انداز یک دهه آینده، از ریسک هم‌گسختگی بیشتر و چندقطبی شدن نظم جهانی یاد شده است که این پدیده می‌تواند به قطع همکاری میان کشورها برای رویارویی با ریسک‌های جهانی منتهی شود. با این حال، هنوز فرصت‌های زیادی برای اقدامات محلی و همکاری‌های جمعی در ده سال آینده وجود دارد.

در این گزارش چالش‌های به ترتیب اولویت شامل «اطلاعات نادرست و گمراه‌کننده، رخدادهای شدید آب و هوایی، قطبی شدن و شکاف‌های اجتماع، ناامنی سایبری، درگیری و جنگ‌های مسلحانه بین دولت‌ها، ناتوانی در استفاده از فرصت‌های اقتصادی، تورم، مهاجرت‌های اجباری، رکود اقتصادی و تخریب و آلودگی‌های زیست‌محیطی ذکر شده‌اند.

اما چالش‌های که در ده سال بعدی به ترتیب اولویت در گزارش ریسک جهانی بیان شده‌اند می‌توان به رخدادهای شدید آب و هوایی ناشی از تغییر اقلیم، اختلال و بی‌نظمی در نظام‌های زیستی کره زمین، کاهش و نابودی تنوع زیستی و فروپاشی نابودی زیست‌بوم‌های طبیعی (جنگل‌ها، مراتع، زیست‌بوم‌های دریایی، تالاب و دریاچه‌ها و غیره)، کمبود منابع طبیعی، اطلاعات نادرست و گمراه‌کننده، عدم قطعیت‌ها و نااطمینانی‌ها به دستاوردهای نامطلوب فناوری هوش مصنوعی، مهاجرت‌های اجباری، امنیت سایبری، قطبی شدن و شکاف‌های اجتماعی و انواع آلودگی‌های زیست‌محیطی اشاره کرد که این چالش به شدت می‌تواند تمامی بخش‌های اقتصادی بویژه بخش گردشگری و سفر را در معرض انواع تهدیدها قرار دهند.

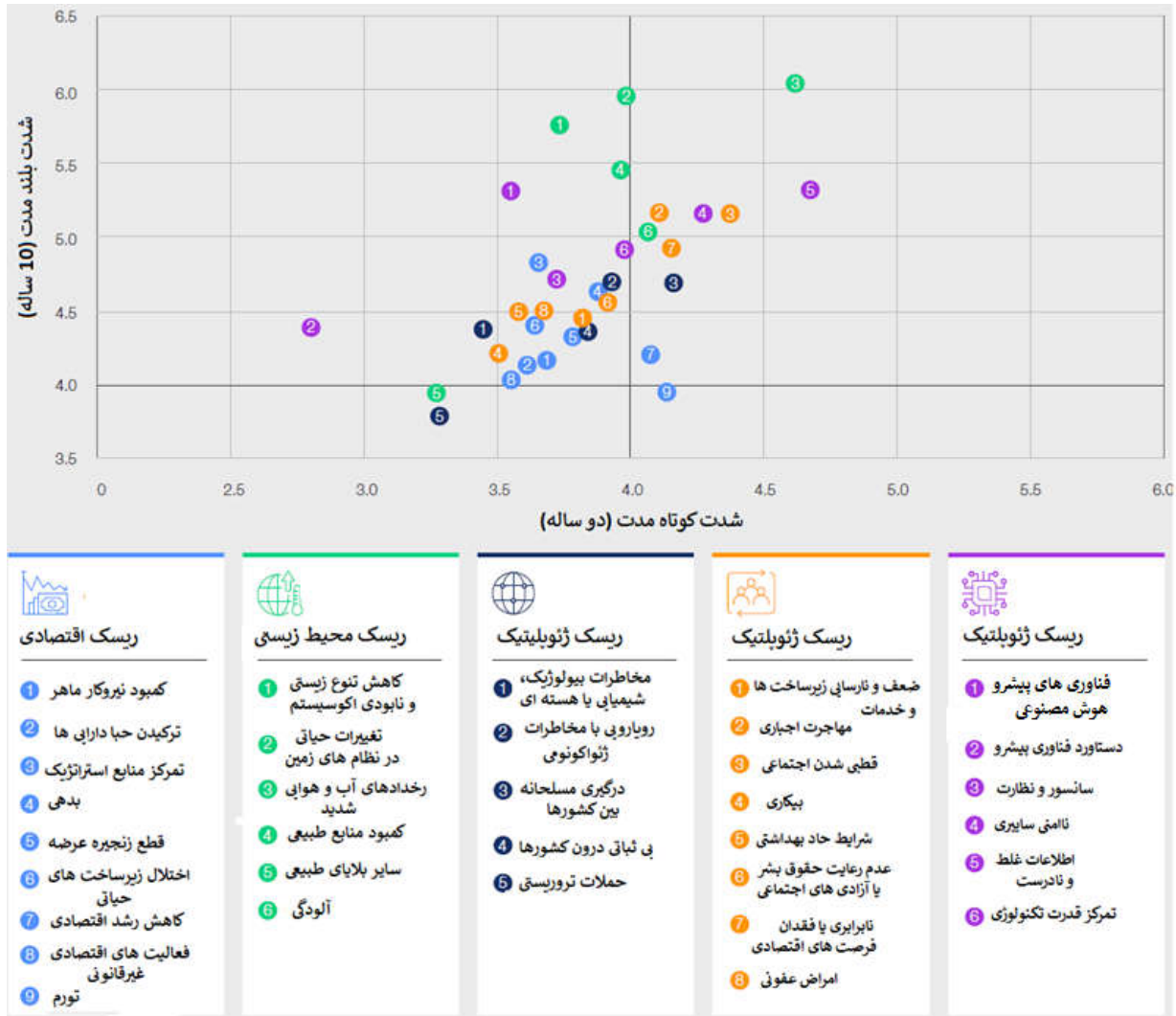
بررسی‌های گذشته نشان داده است که تکان‌های زنجیره‌ای که در سال‌های اخیر تحت تاثیر قرار داده‌اند بعضاً به راه‌حل‌های قابل قبولی منتهی نشده‌اند. زنجیره‌های پیش‌ران‌هایی مانند جنگ و درگیری، نابرابری و قطبی شدن جوامع، تداوم افزایش قیمت مواد غذایی و چالش‌های تامین هزینه‌های زندگی و آثار و پیامدهای روز افزون تغییر آب و هوا اختلال‌های جدی در نظم جهانی بوجود آورد و باعث بی‌ثباتی در جهان شده است.

گزارش ریسک جهانی چشم‌اندازی را در کوتاه مدت و بلندمدت به تصویر می‌کشد که در آن با دو بحران بسیار خطرناک "افزایش مناقشات و درگیری‌ها و تغییر آب و هوا" بیشتر جامعه جهانی را تهدید می‌کنند. این تهدیدها در برابر پس‌زمینه‌ای از تحولات فناوری‌های مختلف که به سرعت در حال افزایش است و نبود اطمینان اقتصادی قرار دارند.

آنچه در گزارش ریسک جهانی مجمع جهانی بیشتر مورد تاکید قرار گرفته است مخاطرات مرتبط با تغییرات آب و هوایی ناشی از تغییر اقلیم است که تمامی حوزه‌های را تحت شعاع قرار داده و همچنان به عنوان یک موضوع غالب در این گزارش خودنمایی می‌کند. همچنین نگرانی‌های ناشی از انتشار اطلاعات غلط و گمراه‌کننده تا حد زیادی ناشی از پتانسیل هوش مصنوعی است که توسط گروه‌های مافیایی و سازمان یافته می‌توانند سیستم‌های اطلاعاتی جهانی را با روایت‌های نادرست گمراه کنند. زیرا انتشار اطلاعات نادرست و گمراه‌کننده در سراسر جهان می‌تواند زمینه‌ساز بروز ناآرامیهای مدنی و بی‌ثباتی جوامع شوند. افزون بر این، سانسور دولتی، تبلیغات داخلی و کنترل جریان آزاد اطلاعات به موازات افزایش هزینه‌های زندگی، حملات سایبری و نابرابری و قطبی شدن جوامع در زمره مخاطراتی هستند که در کوتاه مدت می‌توانند پایداری جامعه جهانی را در معرض انواع تهدیدها قرار دهند. در پایان این گزارش نتیجه‌گیری شده است، با توجه به دامنه و گستره چالش‌های اقتصادی، سیاسی و زیست‌محیطی که جهان با آن مواجه است و از هیچ‌مرز

جغرافیایی پیروی نمی کنند، لازم است تا مشارکت و همکاری جامعه جهانی برای رویارویی با عوامل تهدید کننده جامعه جهانی برای ایجاد محیط امن برای شکوفایی تمامی حوزه ها از جمله بخش گردشگری و سفر افزایش پیدا کند ( WEF ، ۲۰۲۴ ).<sup>۱</sup>

### شکل ۱۳. شدت انواع ریسک های دو سال و ۱۰ سال آینده موثر بر بخش گردشگری و سفر



در این گزارش بر مجموعه ای از چالش هایی که بر بخش گردشگری و سفر تاثیر می گذارند، از جمله بی ثباتی و افزایش قیمت ها، کمبود نیروی کار، ناترازی بین عرضه و تقاضای گردشگری و عدم قطعیت های اقتصادی و ژئوپلیتیک اشاره شده است.

<sup>1</sup> . World Economic Forum (2024), Global Risks Report, access at: [https://www3.weforum.org/docs/WEF\\_The\\_Global\\_Risks\\_Report\\_2024.pdf](https://www3.weforum.org/docs/WEF_The_Global_Risks_Report_2024.pdf)

با خروج از بحران کووید ۱۹، کشورهای با درآمد بالا بویژه در آسیا و اقیانوسیه شاهد رونق و شکوفایی بخش گردشگری خواهند بود و از فرصت های محیط کسب و کار بهتر، پویایی بازار نیروی کار، اتخاذ سیاست های تسهیل گردشگری، فناوری های اطلاعات و ارتباط پیشرفته، حمل و نقل هوشمند، توسعه زیرساخت های گردشگری و منابع طبیعی و فرهنگی غنی و همچنین جذابیت های غیر تفریحی (وجود شهرهای جهانی، دانشگاه های تراز اول و شرکت های چند ملیتی) به بهترین نحو بهره خواهند برد.

از سوی دیگر کشورهای با اقتصاد در حال گذار نیز با اتخاذ سیاست هایی مانند توسعه حمل و نقل و زیر ساخت های گردشگری به صورت فزاینده ای در حال توسعه زیرساخت های گردشگری خود هستند که این اقدامات این کشورها را قادر خواهد ساخت تا ظرفیت خود را برای توسعه منابع طبیعی و فرهنگی برای رونق بخشی به گردشگری و دستیابی به توسعه اقتصادی برای جذب هر چه بیشتر گردشگران افزایش دهند.

ماهیت در هم تنیده شاخص توسعه گردشگری و سفر (TTDI) و هریک از ابعاد و محورهای آن از جمله رابطه رقابت پذیری قیمت، زیرساخت ها، ظرفیت نیروی کار، پایداری و رشد تقاضا دشواری وظایف سیاست گذاران و برنامه بخش گردشگری را برای توسعه بخش گردشگری در جهان نشان می دهد.

با نگاهی به چالش هایی فراتر از افق های کوتاه مدت، بخش گردشگری و سفر باید با مجموعه ای از چالش ها و ریسک های اقتصادی، زیست محیطی، ژئوپلیتیک و تکنولوژیک در آینده روبرو شود. با توجه به نقش روز افزون بخش گردشگری در توسعه اقتصادی، کلیه سیاست ها و اقدامات بخش گردشگری باید بر ظابطه مند کردن و ارتقای نظارت بر محیط زیست، توسعه اقتصادی، هم پیوندی با جامعه جهانی و نوآوری های تکنولوژیک معطوف گردد. به همین دلیل بخش گردشگری باید ارکان پایداری، فراگیری و تاب آوری از جمله حفاظت از طبیعت و محیط زیست، توجه به جوامع محلی و مشارکت آنان در برخورداری از منافع گردشگری، مسئولیت پذیری و انتخاب فناوری های ایمن و مطمئن را در کانون توجه قرار دهد.

با این وجود، اجرای این اصول برای استفاده کامل از ظرفیت های بالقوه بخش گردشگری و سفر به عنوان یک پشیران برای تحولات مثبت مستلزم مشارکت همه جانبه ذی نفعان از جمله بخش های کسب و کار بخش خصوصی، کارکنان، نهادهای دولتی و غیردولتی، قوه قضائیه و مقننه و سایر ذی نفعان مانند آژانس های محیط زیست و گردشگری در سطوح محلی و ملی، جوامع مدنی و همچنین سازمان های بین المللی است.

سنجش و اندازه گیری عملکرد فعالیت های گردشگری و اثرات و پیامدهای بخش گردشگری و سفر بر توسعه اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی مانند اثرات گردشگری بر پایداری محیط زیست، عدالت اجتماعی و سایر شاخص های توسعه پایدار از اهمیت زیادی برخوردار است و به همین دلیل نیز باید به صورت مستمر اندازه گیری و پایش شوند که این کار مستلزم مشارکت و همکاری همه ذی نفعان و به کارگیری آخرین فناوری ها مانند هوش مصنوعی برای گردآوری و پردازش داده ها و اطلاعات در زمینه توسعه گردشگری است تا بتوان بر مبنای آنها روندهای حاکم بر بخش گردشگری را در چارچوب شاخص توسعه گردشگری و سفر (TTDI) پایش و ارزیابی کرد. در مجموع نتایج حاصل از گزارش شاخص گردشگری و سفر (TTDI) در سال ۲۰۲۴ بر تشریح مساعی و همکاری هر چه بیشتر کشورها برای رویارویی با چالش های اشاره شده در این گزارش تاکید دارد که باید همه کشورها در این فرایند مشارکت نمایند.

## ۴-۴. شاخص امن ترین کشورها برای سفر ( تعطیلات) 1

این شاخص توسط دانشگاه سیدنی با استفاده از ۴۸ زیرشاخص و معیار در حوزه های مختلف تهیه می شود. برای تهیه این شاخص، از زیرشاخصها، معیارها و داده های موسسه اقتصاد و صلح با عنوان شاخص صلح جهانی ( این شاخص کشورها را از منظر ریسک جنگ و خشونت ارزیابی می کند) استفاده می شود. برای این منظور از ۲۳ زیرشاخص و معیار ریسک های اجتماعی مانند ریسک رشوه، تنش های اجتماعی و غیره و ۲۵ زیر شاخص و معیار مانند مخاطرات محیط زیست، بهداشت و سلامت و غیره برای تهیه و محاسبه شاخص امن ترین کشورها برای سفر محاسبه می کند.

از مهمترین شاخص ها و معیارهای بخش سلامت می توان به تعداد پزشکان و تعداد تخت های بیمارستانی به ازای جمعیت، تعداد موارد ابتلا به مالاریا و سل، نرخ واکسیناسیون و ایمنی در برابر دیفتی و امید زندگی اشاره کرد. از شاخص های بهداشتی نیز می توان به دسترسی به آب سالم بهداشتی اشاره کرد. از دیگر زیرشاخص ها و معیارها برای محاسبه این شاخص نیز می توان به تعداد افراد متاثر و مرگ و میرهای ناشی از بلایای طبیعی و رخدادهای آب و هوایی اشاره کرد. برای این شاخص نه تنها تعداد مرگ و میرها محاسبه می شود، بلکه تعداد افرادی که طی ۱۰ ساله گذشته تحت تاثیر این بلایا قرار گرفته اند نیز مد نظر قرار می گیرند. برای تهیه این شاخص از تحلیل های چند متغیره استفاده می شود که در نهایت از مجموع این زیرشاخص ها و معیارها عددی بین ۱ تا ۱۰۰ بدست می آیند که هر چقدر این عدد به ۱۰۰ نزدیک تر باشد، امن ترین کشور برای سفر شناخته می شود.

در سال ۲۰۲۴ این شاخص برای ۴۰ کشور محاسبه شد که در این فهرست کشورهای اتریش، سوئیس، آلمان و بلژیک با کسب امتیاز بیش از ۹۰ در رتبه های اول تا پنجم قرار گرفتند و کشورهای اروگوئه و امارات متحده عربی به ترتیب با کسب امتیاز ۸۰.۱ و ۸۰.۶ در انتهای این فهرست قرار داشتند ( جدول ۹). نکته جالب در این فهرست عدم قرار گرفتن ایالات متحده، ترکیه و مکزیک که در زمره ۲۰ کشور اول مقصد گردشگری جهان شناخته می شوند، در این فهرست است. همچنین کشور فرانسه به عنوان اولین کشور مقصد گردشگران بین المللی در جهان در رتبه ۲۲ قرار دارد.

1 . safest vacation countries

جدول ۹. شاخص امن ترین کشورها برای سفر در سال ۲۰۲۴

رتبه	کشور	امتیاز	رتبه	کشور	امتیاز
۱	اتریش	۹۶.۴	۲۱	اسپانیا	۸۸.۲
۲	سوئیس	۹۶.۴	۲۲	فرانسه	۸۷.۳
۳	آلمان	۹۵.۷	۲۳	بریتانیا	۸۷.۳
۴	بلژیک	۹۴.۳	۲۴	اسلواک	۸۷.۲
۵	دانمارک	۹۴.۲	۲۵	لیتوانی	۸۶.۹
۶	ژاپن	۹۴	۲۶	ایتالیا	۸۶.۷
۷	فنلاند	۹۳.۶	۲۷	مجارستان	۸۵.۹
۸	ایسلند	۹۳.۶	۲۸	کرواسی	۸۵.۷
۹	ایرلند	۹۳.۵	۲۹	لهستان	۸۵.۶
۱۰	جمهوری چک	۹۳.۳	۳۰	لاتویا	۸۴.۴
۱۱	هلند	۹۲.۳	۳۱	قطر	۸۴.۳
۱۲	استرالیا	۹۲.۱	۳۲	کره جنوبی	۸۳.۸
۱۳	سوئد	۹۲.۱	۳۳	یونان	۸۳.۷
۱۴	نروژ	۹۱.۹	۳۴	قبرس	۸۳.۲
۱۵	سنگاپور	۹۱.۴	۳۵	بلغارستان	۸۲.۴
۱۶	نیوزلند	۹۰.۷	۶	موریس	۸۱.۹
۱۷	کانادا	۹۰.۶	۳۷	رومانی	۸۱.۷
۱۸	پرتغال	۹۰.۶	۳۸	کویت	۸۰.۹
۱۹	اسلوانی	۹۰.۶	۳۹	امارات متحده عربی	۸۰.۶
۲۰	استونی	۸۸.۲	۴۰	اروگوئه	۸۰.۱

Source: <https://www.worlddata.info/safest-travel-countries.php>

#### ۴-۵. شاخص جهانی سفر مسلمانان (GMTI) ۱

همانگونه که عنوان شد، گردشگری یکی از پردرآمدترین صنعت‌ها به شمار می‌رود که کشورهای مختلف هر یک با مزیت‌های رقابتی خاص خود سعی در ورود به کارزار رقابتی این صنعت و ارائه پیشنهادهای جذاب برای گردشگران دارند. یکی از انواع گردشگری، که در سال‌های اخیر در کانون توجه کشورهای مسلمان قرار گرفته است، گردشگری حلال است. برند حلال و توسعه گردشگری مسلمانان یکی از مشکلات موجود برای مسلمانان در صنعت توریسم، همواره این بوده است که به‌رغم اینکه دین اسلام افراد را ترغیب به سفر و دیدن عالم می‌کند، اما ساختار فرهنگی بسیاری از کشورها به‌گونه‌ای است که قوانینی بسیار متفاوت از قوانین موجود در دین اسلام و موارد منع شده در آن دارند و اساساً قصد سفر در دیدگاه اسلام در جنبه‌هایی متفاوت است (یزدانی و همکاران، ۱۴۰۱).<sup>۲</sup>

بر اساس چنین پس زمینه‌ها و انگیزه‌هایی مسلمانان در بسیاری از سفرها با محدودیت‌هایی مواجه هستند که از آن جمله می‌توان به مواردی مانند یافتن غذای حلال، سرو گسترده نوشیدنی‌های الکلی و اختلاط زن و مرد اشاره کرد که موجب ایجاد محدودیت‌هایی

<sup>۱</sup> . Global Muslim Travel Index

<sup>۲</sup> . یزدانی، حمید، رحیم سرور، محمدعلی خلیجی (۱۴۰۱)، تحلیلی بر گردشگری حلال در استان قم، مجله مهندسی جغرافیایی سرزمین، دوره

در سفرهای آنان می شود، اما از سوی دیگر تعداد زیاد مسلمانان موجب ایجاد جنبش هایی برای رویارویی با این مشکلات و استفاده از این بخش بازار در صنعت گردشگری شده است ( حاجی نژاد و همکاران، ۱۳۹۵)<sup>۱</sup>.

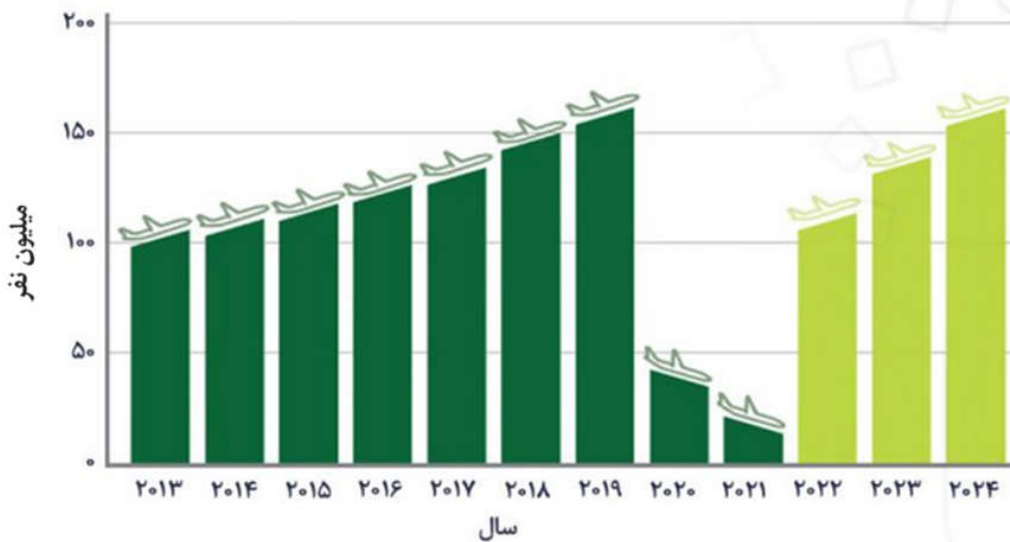
گردشگری حلال بخشی از صنعت گسترده حلال است. و یا به نوعی می توان گفت، وابسته به سایر بخش های صنعت حلال است. بدین ترتیب، صنعت غذای حلال، هتل داری حلال، حمل و نقل و لجستیک حلال، فضای مجازی و سرگرمی حلال و ... نقش اساسی در صنعت گردشگری حلال دارند. به نوعی می توان گفت، بدون توسعه سایر بخش های صنعت حلال، شاید عملاً توسعه کمی و کیفی گردشگری حلال امکان پذیر نباشد. گردشگری حلال عبارت است از مسافرت به منظور تفریح، تجارت و بهره مندی از سایر خدمات به گونه ای که در تباین با دستورات اسلامی نبوده و تمهید خدمات مرتبط با آن بر اساس شریعت اسلامی صورت گیرد. زیرا گردشگران جوامع اسلامی با توجه به اعتقادات و آیات و احادیث متعدد و بر مبنای اعتقادات خود عموماً به دنبال مقاصد گردشگری هستند که با ارزش ها و مبانی دینی آنان منطبق و سازگار باشد. با این پیش شرط ها است که افراد و گردشگران معتقد به ارزش های اسلامی به راحتی می توانند با جوامع مقاصد گردشگری ارتباط برقرار کنند. این ویژگی ها باعث شده است تا گردشگری حلال به عنوان یکی از مهمترین انواع گردشگری بویژه در جوامع اسلامی در کانون توجه قرار گیرد و بر این اساس نیز بازارهای گردشگری روبه رشدی در جهان اسلام شکل گیرد. به طوری که بر اساس مطالعات انجام شده تعداد گردشگران مسلمان بین المللی در سال ۲۰۱۹ به ۱۶۰ میلیون نفر رسید. با آغاز سفرهای بین المللی، پیش بینی می شود جمعیت مسافران مسلمان در سال ۲۰۲۳ به ۱۴۰ میلیون نفر و در سال ۲۰۲۴ به ۱۶۰ میلیون نفر برسد. پیش بینی پیش از کرونا ۲۳۰ میلیون نفر تا سال ۲۰۲۶ بود؛ اما به نظر می رسد این پیش بینی در سال ۲۰۲۸ محقق شود. هزینه تخمینی ممکن است تا سال ۲۰۲۸ به ۲۲۵ میلیارد دلار برسد. این روند بهبود شکننده است و ممکن است به دلیل ادامه جنگ در اوکراین، جنگ غزه و افزایش قیمت سوخت و تهدیدات بهداشتی، مانند بیماری های همه گیر نوظهور و نوپدید و غیره مختل گردد. به همین دلیل استفاده از این فرصت ها برای ایران از اهمیت بسیار زیادی برخوردار است ( اندیشکده مطالعات گردشگری و میراث و همکاران، ۱۴۰۱)<sup>۲</sup> (شکل ۱۴).

<sup>۱</sup> . حاجی نژاد . علی ، ابوذر پایدار ، فاطمه باقری، ناصر عبدی (۱۳۹۵)، ارزیابی تاثیر گردشگری حلال بر حوزه های گردشگری ایران با استفاده از مدل جمع وزنی (WSM)، سیاست های راهبردی و کلان سال چهارم پاییز، شماره ۱۵

<sup>۲</sup> . اندیشکده مطالعات گردشگری و میراث، اندیشکده کسب و کار شریف، کمیسیون گردشگری و کسب و کارهای وابسته شریف (۱۴۰۱)، شاخص جهانی سفر مسلمانان ۲۰۲۲، ترجمه زهرا رجبی، محمد امین گزار، حسین منوری، عباس نیکزاد



شکل ۱۴. روند تغییرات شمار گردشگران مسلمان طی دوره ۲۰۲۳-۲۰۱۳ و برآورد سال ۲۰۲۴



ماخذ: پایگاه اطلاعاتی سیاق (۱۴۰۲)، شاخص جهانی سفر مسلمانان ۲۰۲۳، قابل دسترس از:

<https://svaaq.com/31304/>

گردشگران مسلمان طیف گسترده ای از گروه های اجتماعی را شامل می شوند. گروه اول به گردشگران مسلمان هزاره (MMTs)<sup>۱</sup> موسوم هستند. این گروه معمولاً تحصیلات عالی دارند، با فناوری آشنا هستند و اغلب وقت و تلاش بیشتری برای انجام بررسی جامع قبل از سفر صرف می کنند. در چند سال اخیر، این گروه وارد مرحله اوج درآمد، هزینه و مسافرت خواهد شد. بنابراین، کسب بینش عمیق تر درباره انگیزه های سفر و فرایندهای تصمیم گیری این گروه از اهمیت شایان توجه ای برخوردار است (اندیشکده مطالعات گردشگری و میراث و همکاران. ۱۴۰۱).

گروه دوم را زنان مسلمان گردشگر (MWIT)<sup>۲</sup> تشکیل می دهند. این گروه زیرمجموعه ای از جمعیت زنان مسافر، و یکی از گروه هایی با بیشترین رشد در بازار سفر هستند. آنها مشارکت کنندگانی فعال در جامعه اند و مرتفع کردن نیازهای زنان در رابطه با سفر سبب افزایش پتانسیل آنان برای سفر می شود. تسهیل بهتر نیازهای سفر آنها ظرفیت شان را بیشتر گسترش می دهد. بیشتر زنان مسلمان با خانواده سفر می کنند و برنامه ریزی سفر را بر عهده دارند. بنابراین، بازاریابان باید با بررسی انگیزه های درونی و بیرونی مسافران مسلمان زن به آنها کمک کنند تا از ظرفیت های خود آگاه شوند.

گردشگران نسل Z گروه بزرگی از گردشگران نوظهور هستند که در آینده نقش زیادی در بازار گردشگری حلال ایفاء می کنند. این نسل که با تکنولوژی بزرگ شده اند، ذاتاً زیرمجموعه های واقع بینانه و کنجکاو از مسافران را شکل می دهند. آنان به طور طبیعی به سفر تمایل دارند که تا اندازه ای به دلیل ارضای حس کنجکاویش از حد در اثر انباشت اطلاعات است. این نسل برای زندگی روزمره به شدت به ابزارهای خود وابسته هستند. لذا ذینفعان بخش

1. Muslims Millinial Travelers

2. Muslim Woman in Traveler



گردشگری در تمامی کشورها بشدت در حال برنامه ریزی برای جلب توجه این گروه از گردشگران در کشورهای اسلامی از طریق گسترش پلت فرم های اجتماعی هستند.

اهمیت گردشگری حلال باعث شده است تا نهادهایی برای رصد و پایش تحولات گردشگری حلال در چارچوب شاخص جهانی سفر مسلمانان (GMTI) جهان شکل بگیرد. این شاخص نخستین بار توسط فاضل بهاردین<sup>۱</sup> صاحب نظر برجسته از سری لانکا در سال ۲۰۱۱ مطرح شد و توسط موسسه CrescentRating به صورت سالانه منتشر می شود. این موسسه یک نهاد پیشرو در زمینه مطالعات و بررسی های گردشگری سازگار بر حلال است. این نهاد در سال ۲۰۰۸ تشکیل شد که هر سال گزارشی با عنوان گزارش شاخص جهانی سفر مسلمانان (GMTI) را منتشر می کند. این گزارش و شاخص های ناظر بر آن در حال حاضر در صنعت گردشگری در سراسر جهان از جمله نهادها و سازمان های دولتی، آژانس های گردشگری، ارایه کنندگان خدمات گردشگری مورد استفاده قرار می گیرد (CrescentRating، ۲۰۲۴).

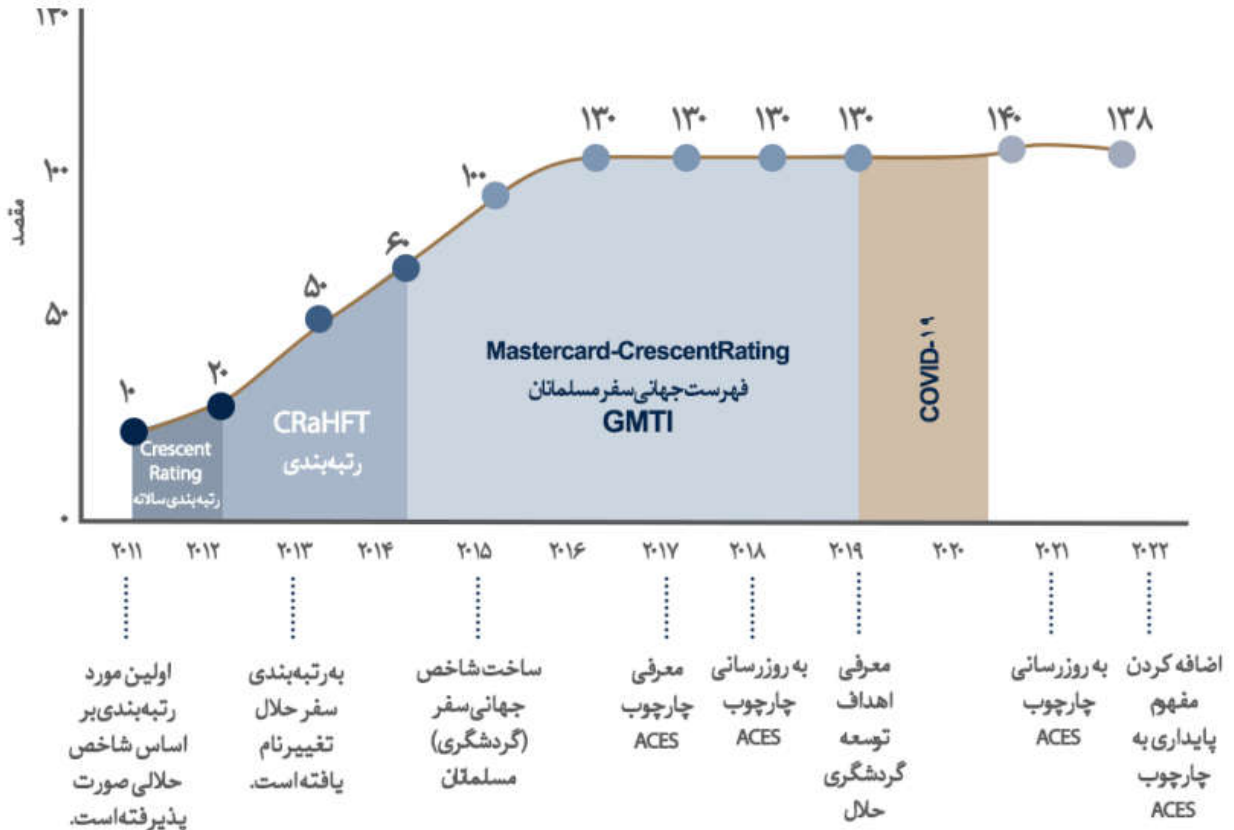
گزارش منتشر شده در سال ۲۰۲۲، جامع ترین تحقیقات و دیدگاه ها را در خصوص تحولات و شاخص های گردشگری حلال ارایه می کند. در اولین گزارش شاخص جهانی سفر مسلمانان (GMTI) تنها تعداد معدودی از کشورها رتبه بندی شدند، بتدریج طی سالهای اخیر شمار کشورها و همچنین زیرشاخص ها و معیارهای ناظر بر آنها تغییراتی داشته است (شکل ۱۵).

<sup>۱</sup> . Fazal Bahardeen

<sup>۲</sup> . world's leading authority halal travel ,CrescentRating (2024), accesses at:  
<https://www.crescentrating.com/careers-with-crescentrating.html>

شکل ۱۵. روند تغییرات تعداد کشورها برای محاسبه شاخص جهانی سفر مسلمانان (GMTI) طی دوره

۲۰۱۱-۲۰۲۲



ACES Framework: Access, Communication, Environment, Services

(ماخذ: اندیشکده مطالعات گردشگری و میراث و همکاران. ۱۴۰۱)

معیارها و زیرشاخص‌های شاخص جهانی سفر مسلمانان مبتنی بر مدل رتبه‌بندی است. این مدل برای ترغیب کسب و کارها به جذب گردشگران شامل چهار حوزه (۱) سهولت دسترسی به مقصد، (۲) ارتباط داخلی و خارجی با مقصد؛ (۳) محیط در مقصد؛ و (۴) آرایه خدمات مقصد است. هر یک از این حوزه‌ها دارای زیرشاخص‌ها و معیارهای مختلفی هستند که با وزن‌های مختلف در چارچوب مدل مورد استفاده قرار می‌گیرند. هر یک از حوزه‌های کلیدی با استفاده از اندازه‌گیری‌های کمی در چندین معیار و با وزن‌های مختلف ارزیابی می‌شوند. علاوه بر این، امتیاز هر معیار با استفاده از چندین زیرمعیار به دست می‌آید. بیش از ۵۰ مجموعه داده برای جمع‌آوری امتیازات و محاسبه شاخص جهانی سفر مسلمانان استفاده می‌شوند (شکل ۱۶).

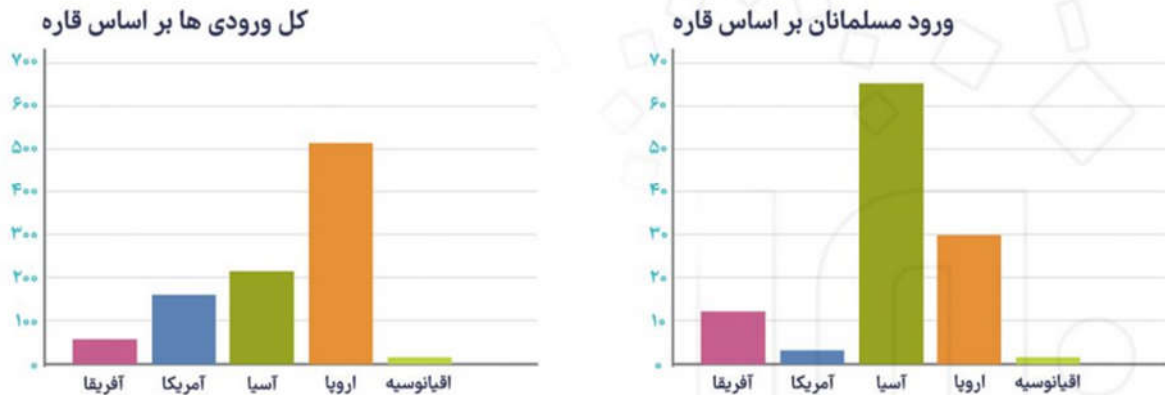
شکل 16. چارچوب تهیه شاخص جهانی سفر مسلمانان ( GMTI )



(ماخذ: اندیشکده مطالعات گردشگری و میراث و همکاران. ۱۴۰۱)

در سال ۲۰۲۳، قاره آسیا از نظر میزبانی سفرهای مسلمانان پیشتاز است و بیش از ۳۱ درصد از کل گردشگران آن مسلمان هستند (۶۵ میلیون گردشگر مسلمان از مجموع ۲۱۰ میلیون گردشگر). این موضوع با توجه به جمعیت قابل توجه مسلمانان این قاره، بویژه در آسیای جنوبی شرقی و خاورمیانه کاملا قابل توجهی می باشد. شایان ذکر است پس شیوع کووید ۱۹ در سال های ۲۰۲۰ و ۲۰۲۱، بیشتر گردشگران ترجیح می دهند به جای سفرهای در مسافت طولانی، به سفرهای با مسافت های کوتاه سفر کنند. سهم آفریقا از گردشگران مسلمان با بیش از ۲۱ درصد (۱۳ میلیون گردشگر مسلمان) نیز قابل توجه است. این موضوع نشان می دهد که آفریقا به دلیل تنوع فرهنگی غنی، میراث تاریخی اسلامی و جمعیت بزرگ مسلمانان در سراسر این قاره بویژه در شمال آفریقا، مقصدی کلیدی برای گردشگران مسلمان است. منطقه اروپا که بیشترین منطقه ورود گردشگران بین المللی در سطح جهان را دارد، سهم کمتری از ورود مسلمانان با حدود ۶ درصد (۳۰ میلیون گردشگر مسلمان مجموع ۵۰۰ میلیون گردشگر) را به خود اختصاص داده است. این نسبت برای دو قاره اقیانوسیه و امریکا به ترتیب ۷ و ۲ درصد در سال ۲۰۲۳ بوده است (شکل ۱۷).

شکل ۱۷. مقایسه تعداد گردشگران مسلمان با مجموع گردشگران به تفکیک قاره های مختلف در سال ۲۰۲۳



ماخذ: پایگاه اطلاعاتی سیاق (1402)، شاخص جهانی سفر مسلمانان 2023، قابل دسترس از:

<https://syaag.com/31304/>

بررسی امتیاز و جایگاه شاخص جهانی سفر مسلمانان تفاوت های بسیار زیادی را در بین کشورهای اسلامی نشان می دهد. در این فهرست، جایگاه کشور مالزی در سال های گذشته همچنان بدون تغییر بوده و جایگاه خود در این فهرست را حفظ کرده است که این موضوع مبین جذابیت این کشور برای گردشگران مسلمان است. اندونزی در سال ۲۰۱۵ در رتبه ششم قرار داشت، اما با سرمایه گذاری های نرم افزاری و سخت افزاری که در سال های گذشته انجام داده است، صعود قابل توجهی در این شاخص را تجربه کرد، به طوری که در سال ۲۰۱۹ رتبه نخست را به صورت مشترک با مالزی بدست آورده بود. ترکیه، امارات متحده عربی و عربستان سعودی به صورت مستمر برای سه مکان بعدی (سوم تا پنجم) رقابت می کنند و جذابیت خود را برای مسافران مسلمان نشان می دهند. قطر، عمان، اردن و سنگاپور کشورهایی هستند که معمولاً به صورت ثابت در بین ۱۰ کشور برتر حضور داشته اند. همچنین، ایران، مصر و ازبکستان که در سال ۲۰۱۵ به ترتیب در رده های چهاردهم، شانزدهم و بیستم و هفتم قرار داشته اند، صعود قابل توجهی را تجربه کرده اند و در سال ۲۰۲۳ به رده های هفتم، نهم و سیزدهم دست پیدا کردند (جدول ۱۰).

جدول ۱۰. امتیاز و رتبه ۲۰ مقصد برتر سفر مسلمانان بر اساس شاخص جهانی سفر مسلمانان (GMTI) در سال ۲۰۲۳

رتبه GMTI در سال ۲۰۲۳	تغییر نسبت به ۲۰۲۲	کشور	امتیاز GMTI در سال ۲۰۲۳
۱	۱	اندونزی	۷۳
۱	۰	مالزی	۷۳
۳	-۱	عربستان	۷۲
۴	۱	ترکیه	۷۱
۵	-۳	قطر	۷۰
<b>۶</b>	<b>۰</b>	<b>ایران</b>	<b>۶۹</b>
۷	۰	اردن	۶۶
۷	۰	اردن	۶۶
۹	۰	بحرین	۶۵
۹	۳	مصر	۶۵
۱۱	۱	کویت	۶۵
۱۱	-۲	سنگاپور	۶۴
۱۳	-۱	عمان	۶۴
۱۳	-۴	ازبکستان	۶۳
۱۵	-۳	برونئی	۶۲
۱۵	۲	تونس	۶۲
۱۷	-۵	مراکش	۶۰
۱۷	۰	پاکستان	۶۰
۱۹	۰	لبنان	۵۹
۲۰	۲	قزاقستان	۵۸
۲۰	۲	قیرقیزستان	۵۸
۲۰	۸	بریتانیا	۵۸

ماخذ: پایگاه اطلاعاتی سیاق (۱۴۰۲)، شاخص جهانی سفر مسلمانان ۲۰۲۳، قابل دسترس از:

<https://syaag.com/31304/>

همانگونه ملاحظه شد، گزارش شاخص جهانی سفر مسلمانان (GMTI) در زمره یکی از مهمترین شاخص های گردشگری است که اطلاعات و تحلیل های جامع و فراگیری از صنعت گردشگری به طور عام و گردشگری حلال به طور اخص ارائه می دهد که برنامه ریزان و سیاست گذاران بخش دولتی گردشگری، و صاحبان و مدیران کسب و کارهای بخش خصوصی را قادر می سازد تا با گسترش استفاده از ابزارها و فناوری های نوین مانند توسعه زیرساخت های گردشگری، هوش مصنوعی، آموزش کارکنان و غیره ظرفیت های خود را برای استفاده از این بازار گردشگری روبه رشد در کشورهای خود افزایش دهند. هر چند در سال های اخیر شاخص جهانی

سفر مسلمانان ( GMTI ) در ایران رشد قابل توجهی را تجربه کرده و از رتبه ۱۴ در سال ۲۰۱۵ به رتبه ۷ در سال ۲۰۲۳ ارتقاء یافته است، اما با توجه به ظرفیت های بالقوه کشور، این جایگاه می تواند باز هم بهبود پیدا کند که این مهم حمایت و پشتیبانی بیشتر دولت را می طلبد.

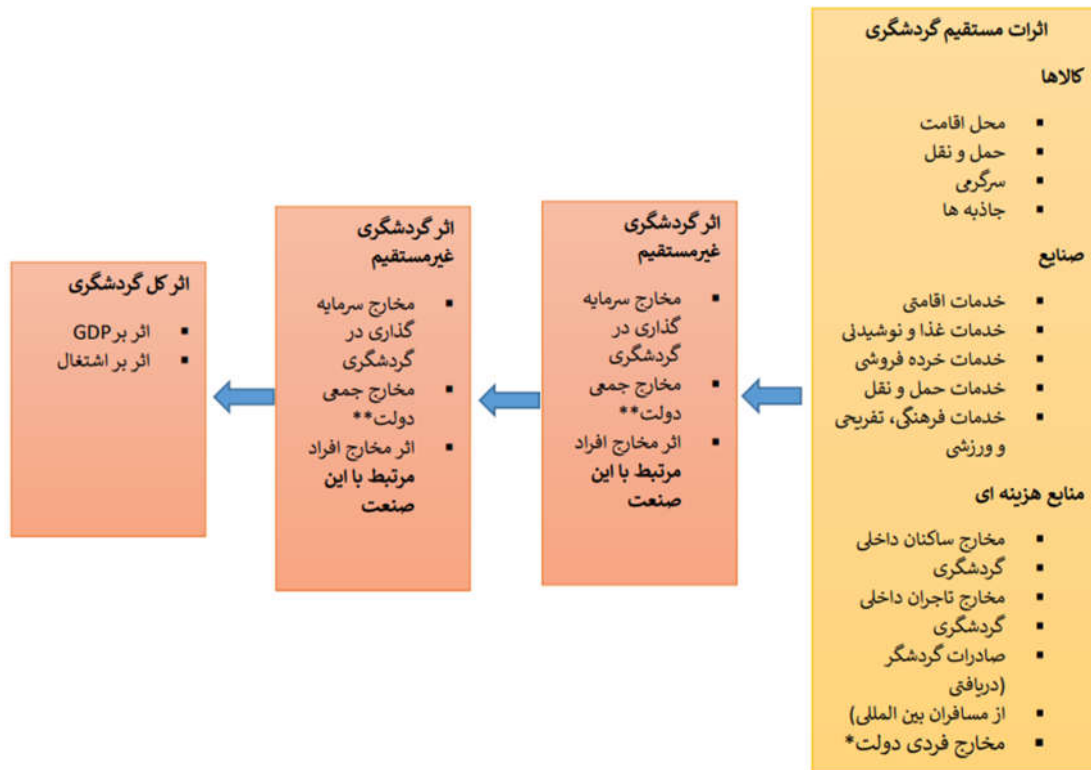
## ۵. اثرات توسعه گردشگری بر شاخص های اقتصادی و اجتماعی

صنعت سفر و گردشگری در زمره مهمترین فعالیتهای اقتصادی قلمداد می شود که می تواند نقش تعیین کننده ای در توسعه اقتصادی داشته باشد. همانگونه که عنوان شد این صنعت در زمره صنایع در حال رشد بویژه در کشورهای در حال توسعه است که طی سال های اخیر تحولات اقتصادی و اجتماعی زیادی را در کشورهای مختلف جهان به همراه داشته است که بازتاب آن در شاخص های مختلف اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی مانند تولید، مصرف، سرمایه گذاری و اشتغال نمایان و غیره نمایان شده است. از سوی دیگر صنعت گردشگری از عوامل موثر در تبادلات فرهنگی بین کشورهاست و به عنوان گسترده ترین صنعت خدماتی جهان حایز جایگاه ویژه ای است. حضور بازدیدکنندگان در هر کشوری بر الگوی زندگی افراد بومی تأثیر می گذارد. بازدید کنندگان نیز تحت تأثیر فرهنگ کشور میزبان و ارزش های موجود در آن قرار می گیرند. این صنعت می تواند موجب تغییرات اقتصادی و اجتماعی شود؛ در سایه گفتگو و ایجاد رابطه متقابل بین مردمان دو ناحیه، پیام صلح بدهد و از آنجایی که این صنعت بیشتر به ارائه خدمات متکی است لذا می تواند موجب افزایش اشتغال و افزایش درآمدها و توزیع عادلانه تر آنها شود. به همین دلیل طی سالهای اخیر کشورهای مختلف جهان سرمایه گذاری های گسترده ای را برای توسعه زیرساخت های گردشگری برای جذب هر چه بیشتر گردشگران در دستور کار قرار داده اند. صنعت سفر و گردشگری از طریق اثر بر تولید ناخالص داخلی ( GDP ) و اشتغال بر اقتصاد کشورها اثر می گذارد که این اثرگذاری به طور مستقیم، غیرمستقیم و اثرات القایی<sup>۱</sup> رخ می دهد. آثار مستقیم گردشگری شامل اثراتی است که به طور مستقیم منجر به تغییر در تولید ناخالص داخلی و اشتغال می شوند. آثار غیرمستقیم گردشگری شامل هزینه های است که به طور غیرمستقیم بر تولید ناخالص داخلی و اشتغال در کشور اثر می گذارد و آثار القایی نیز شامل مخارج مستقیم و غیرمستقیم کارکنان آن صنعت است. در شکل (۱۸) انواع اثرات مستقیم، غیر مستقیم و القایی نشان داده شده است ( اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران، ۱۳۹۵)<sup>۲</sup>.

<sup>۱</sup> . induced effects

<sup>۲</sup> . اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران (1395)، آثار اقتصادی سفر و گردشگری در ایران، طاهره کریمی دستنابی

شکل ۱۸. اثرات مستقیم، غیر مستقیم و القایی گردشگری بر توسعه اقتصادی و اجتماعی



\* هزینه های دولت در کالاها و خدمات که برای رفع نیازهای افراد به طور مستقیم صرف می شود .

\*\* هزینه های دولت که برای رفع نیازهای جمعی جامعه صرف می شود.

ماخذ: اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران، (۱۳۹۵)،

شایان ذکر است با توجه به اینکه صنعت گردشگری به عنوان یک بخش مجزا در سیستم حساب های ملی بسیاری از کشورها طبقه بندی نمی شود، به همین دلیل تلفیق و یکپارچه سازی جنبه ها و ابعاد مختلف صنعت گردشگری کاری چالش برانگیز است، لذا به منظور ارزیابی سهم واقعی صنعت گردشگری در اقتصاد، بیش از ۷۰ کشورها اقدام به تهیه حساب های اقماری گردشگری (TSA)<sup>۱</sup> در مقیاس ملی و منطقه ای نموده اند. به همین علت در مطالعات اثرات گردشگری بر نظام اقتصادی و اجتماعی در کشورهایی که فاقد حساب های اقماری گردشگری هستند با محدودیت هایی مواجه است، به همین دلیل در بیشتر مطالعات در این زمینه بخش هتلداری و رستوران به عنوان نماینده صنعت گردشگری برای تخمین سهم بخش گردشگری در اقتصاد ملی استفاده می شود (IMANI و KHOSHKHOO و همکاران، ۲۰۱۷)<sup>۲</sup>.

1. tourism satellite account

2. M. H. IMANI KHOSHKHOO, VALIOLLAH ALIZADEH, AND STEPHEN PRATT (2017), THE ECONOMIC CONTRIBUTION OF TOURISM IN IRAN: AN INPUT-OUTPUT APPROACH, Tourism Analysis, Vol. 22, pp. 435-441, access at:



معمولا در مطالعات اثرات گردشگری بر اقتصاد تحلیل های آمار از منظر فعالیت های طرف تقاضا بررسی می شود. در رویکرد مبتنی بر طرف تقاضا<sup>۱</sup> عمدتا بیشترین توجهات بر توصیفی از گردشگری معطوف می شود که در آن هر محصول یک فعالیت وابسته به گردشگری فرض می شود، زیرا یک خدمتی به بازدیدکننده عرضه می کند. بر عکس، همان محصول به عنوان یک فعالیت گردشگری به بازدید کننده لحاظ نمی شود. به عبارت دیگر، طبقه بندی گردشگری / مقیم مشخص می کند که آیا یک محصول ارایه شده یک فعالیت گردشگری محسوب می شود یا نمی شود. اندازه گیری و تجزیه و تحلیل گردشگری از منظر عرضه مستلزم طبقه بندی محصولات و فعالیت ها است. با شناسایی اجزای تشکیل دهنده صنعت گردشگری امکان تشخیص انواع کالاهای خریداری شده توسط بازدیدکننده گان و گردشگران و صناعی که به صورت مستقیم و غیرمستقیم از تقاضای گردشگری منتفع شده اند، امکان پذیر می شود. تعریف طرف عرضه محصولات گردشگری و صنایع در آمارهای حساب های اقماری گردشگری ارایه شده است. بر اساس توصیه های بین المللی برای آمارهای گردشگری، صنعت گردشگری شامل گروهی از بنگاه ها می شود که فعالیت اصلی آنها همان فعالیت های گردشگری است. در جدول (۱۱) گونه شناسی و ویژگی ۱۲ محصول و فعالیت گردشگری بر حسب طبقه بندی مرکزی محصول برای محصولات و طبقه بندی بین المللی استاندارد صنایع (ISIC)<sup>۲</sup> نشان داده شده است.

### جدول ۱۱. ویژگی های محصولات و فعالیت های گردشگری

فعالیت ها	محصولات
اقامت برای گردشگران	ارایه خدمات اقامت برای گردشگران
فعالیت های سرو غذا و نوشیدنی	ارایه خدمات سرو غذا و نوشیدنی برای گردشگران
حمل و نقل ریلی مسافران	ارایه خدمات حمل و نقل ریلی
حمل و نقل جاده ای مسافران	ارایه خدمات حمل و نقل جاده ای
حمل و نقل آبی مسافران	ارایه خدمات حمل و نقل آبی
حمل و نقل هوایی مسافران	ارایه خدمات حمل و نقل هوایی
آژانس های سفر و سایر فعالیت های خدمات رزرواسیون	ارایه خدمات تجهیزات حمل و نقل
فعالیت های فرهنگی	ارایه خدمات آژانس های گردشگری و ارایه سایر خدمات تفریحی
خدمات ورزشی و تفریحی	ارایه خدمات فرهنگی
خرده فروشی برای کالاهای ویژه کشور	ارایه خدمات ورزشی و تفریحی
خدمات ویژه گردشگری خاص کشور	ارایه خرده فروشی برای کالاهای ویژه کشور
اجاره تجهیزات حمل و نقل	ارایه خدمات ویژه گردشگری خاص کشور

( ماخذ: IMANI KHOSHKHOO و همکاران، ۲۰۱۷ )

همانگونه که عنوان شد بخش گردشگری در زمره یکی از روبه رشد ترین بخش اقتصادی بوده است، به طوریکه با ۳.۵ درصد رشد در سال ۲۰۱۹ در رتبه سوم پس از بخش اطلاعات و ارتباطات و خدمات مالی قرار داشته است ( شکل ۱۹). به همین دلیل امروزه بسیاری از کشورهای در حال توسعه تلاش می کنند تا مشارکت خود در اقتصاد جهانی را از طریق توسعه گردشگری بین المللی افزایش دهند؛

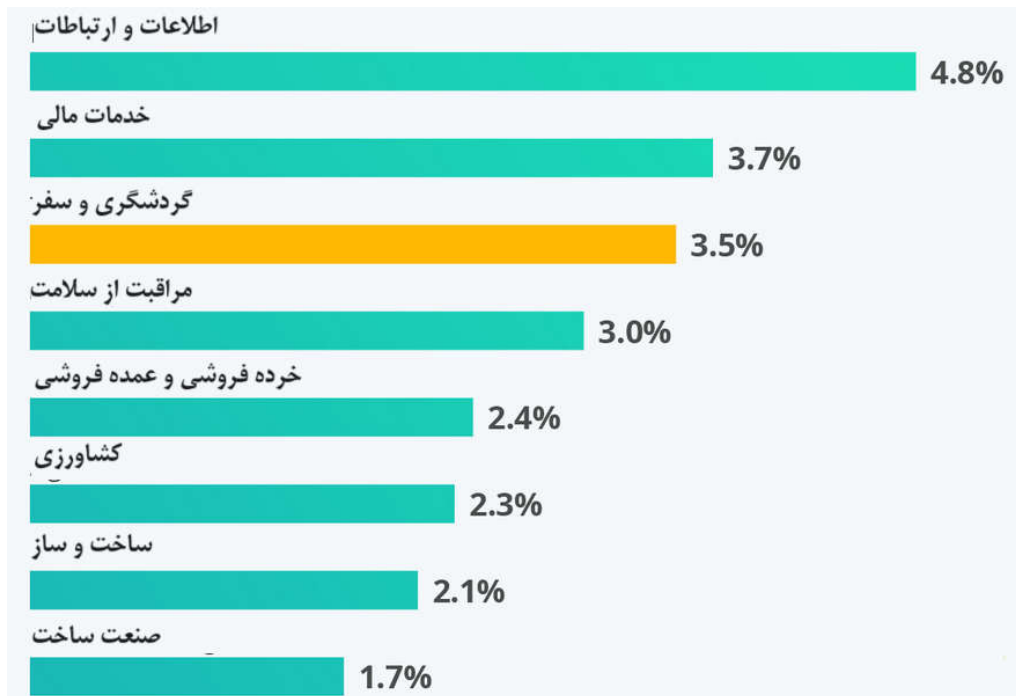
[https://www.researchgate.net/publication/319401416\\_The\\_Economic\\_Contribution\\_of\\_Tourism\\_in\\_Iran\\_An\\_Input-output\\_Approach](https://www.researchgate.net/publication/319401416_The_Economic_Contribution_of_Tourism_in_Iran_An_Input-output_Approach)

<sup>۱</sup> . demand-based approach

<sup>۲</sup> . international standard industrial classification

تا جایی که توسعه گردشگری در دنیای امروز، به ابزاری برای بهبود رشد اقتصادی، ریشه کن کردن فقر و تأمین امنیت غذایی تبدیل شده است. پیش بینی ها نشان می دهد که بخش گردشگری به دو برابر در سالهای آینده افزایش پیدا کند.

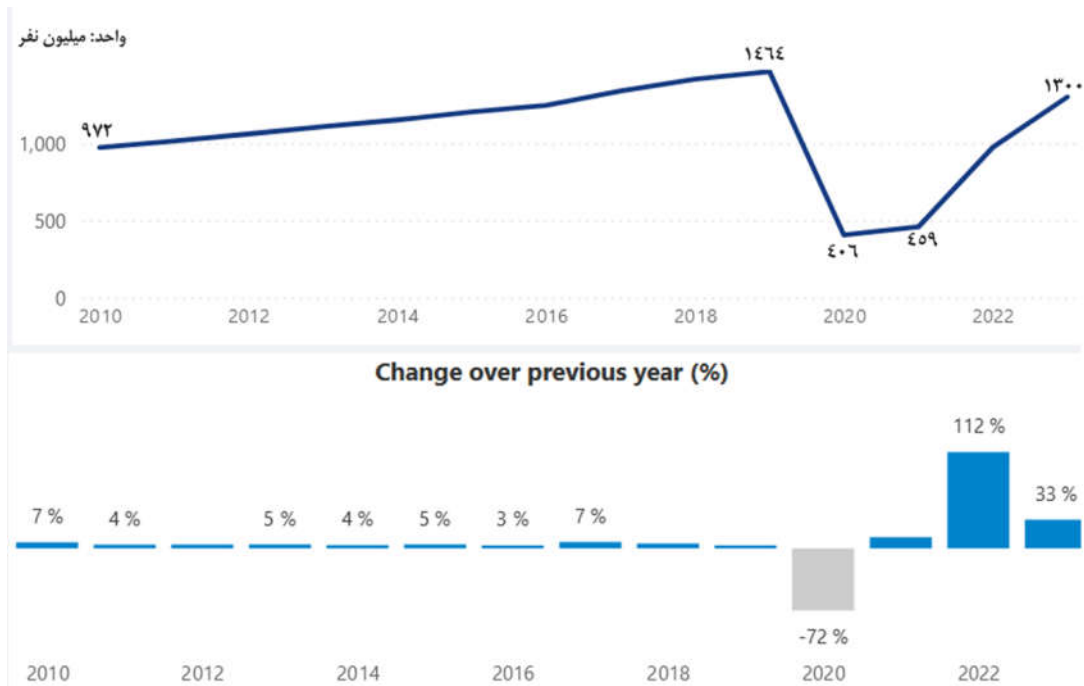
شکل ۱۹. جایگاه گردشگری در رشد تولید ناخالص جهانی بر حسب بخش های مختلف در سال ۲۰۱۹



<https://www.statista.com/chart/29637/travel-and-tourism-gdp-growth/>

بررسی تحولات بخش گردشگری بین المللی طی سال های گذشته مبین رشد روزافزون این صنعت در جهان است. بر اساس آخرین گزارش سازمان جهانی گردشگری شمار گردشگران بین المللی از ۹۷۲ میلیون نفر در سال ۲۰۱۰ به حدود ۱۴۶۴ میلیون نفر در سال ۲۰۱۹ افزایش پیدا کرد. با شیوع کووید ۱۹ این روند کاهش شدیدی پیدا کرد و از ۱۴۶۴ میلیون نفر در سال ۲۰۱۹ به حدود ۴۰۶ میلیون نفر کاهش پیدا کرد که حدود ۷۲ درصد کاهش یافت. با کاهش همه گیری کووید ۱۹ و همچنین کاهش محدودیت های ناشی از سفر و سایر تسهیلات برای توسعه گردشگری این روند افزایش پیدا کرد و تا پایان سال ۲۰۲۳ به حدود ۱۳۰۰ میلیون نفر افزایش یافت (شکل ۲۰).

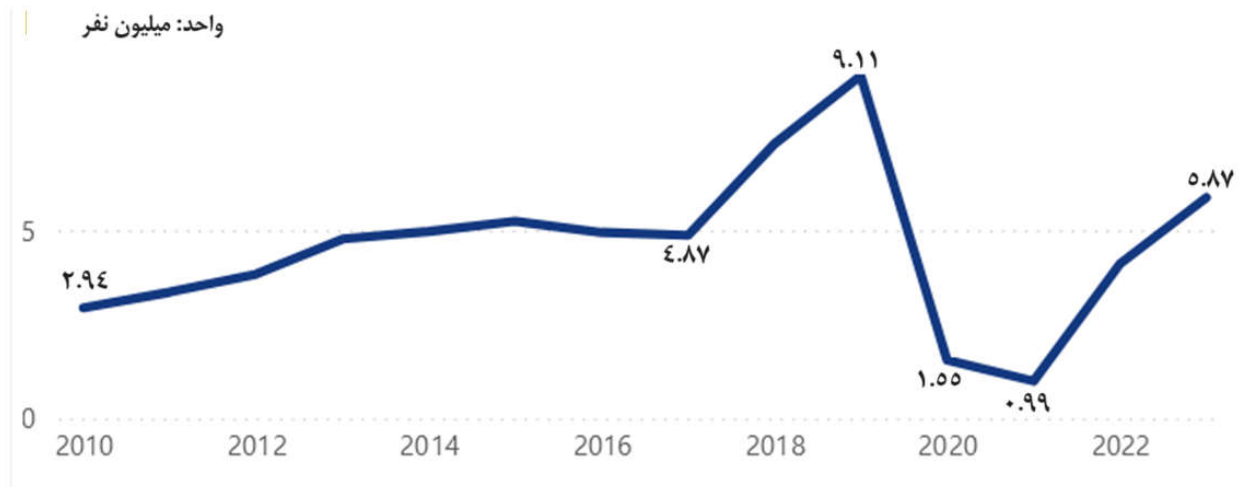
## شکل ۲۰. روند تغییرات گردشگران ورودی بین‌المللی طی دوره ۲۰۱۰-۲۰۲۳



Source: <https://www.unwto.org/tourism-data/global-and-regional-tourism-performance>

بر اساس اطلاعات موجود، علیرغم اینکه تعداد گردشگران بین‌المللی ورودی به کشور طی سالهای اخیر رشد داشته است، اما مقایسه ایران با سایر کشورها نشان می‌دهد که رتبه ایران هنوز تا رسیدن به وضعیت مطلوب فاصله بسیار زیادی دارد. لذا بررسی کلان روندهای گردشگری و آثار و پیامدهای آن بر مهمترین شاخص‌های اقتصادی و اجتماعی کشور با سایر کشورهای جهان می‌تواند نقش مهمی در تبیین اهمیت بخش گردشگری در سطوح مختلف جامعه از جمله تصمیم‌گیران و تصمیم‌سازان داشته باشد. بر اساس آخرین گزارش سازمان گردشگری در سال ۲۰۲۴، شمار گردشگران ورودی به ایران از ۲.۹۴ میلیون نفر در سال ۲۰۱۰ به حدود ۹.۱۱ میلیون نفر در سال ۲۰۱۹ افزایش پیدا کرد. با شیوع کووید ۱۹ در سال ۲۰۲۰، شمار گردشگران به مانند سایر کشورها به شدت کاهش پیدا کرد و به ۱.۵۵ میلیون در سال ۲۰۲۰ و ۹۹۰ هزار نفر در سال ۲۰۲۱ رسید. با پایان یافتن کووید ۱۹ و کاهش محدودیت‌های سفر شمار گردشگران بین‌المللی سیر صعودی پیدا کرد و به رقم ۵.۸۷ میلیون نفر در سال ۲۰۲۳ رسید که هنوز با شمار گردشگران سال ۲۰۱۹ و همچنین جایگاه مطلوب فاصله قابل ملاحظه‌ای دارد (شکل ۲۱).

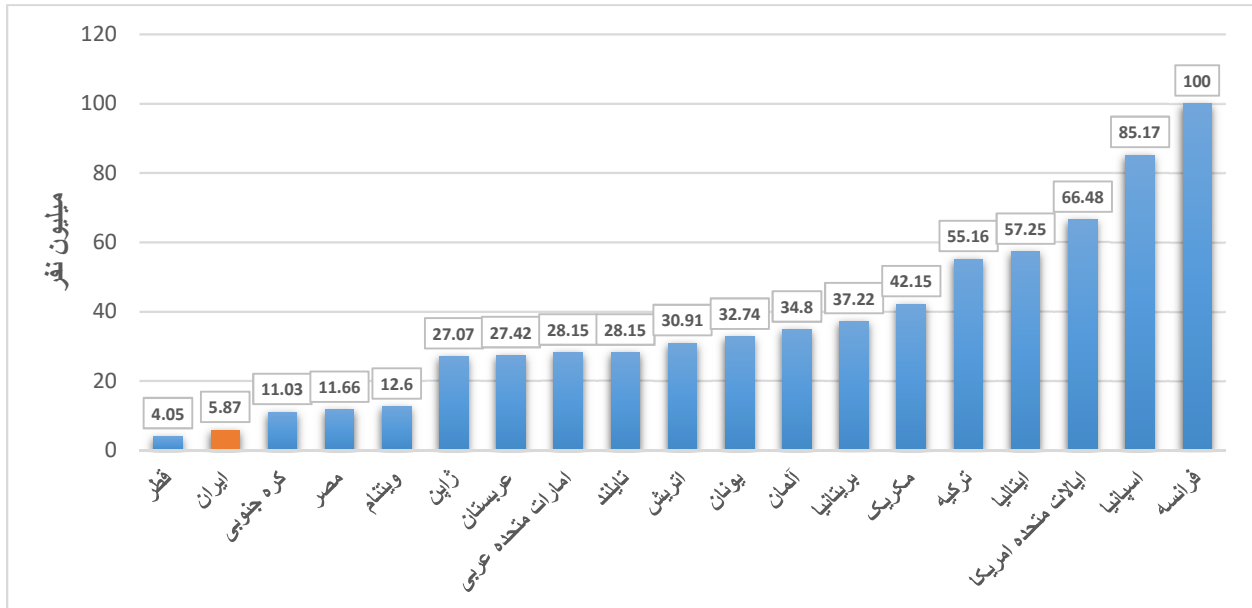
شکل ۲۱. روند تغییرات شمار گردشگران بین المللی ایران طی دوره ۲۰۲۳-۲۰۱۰



Source: <https://www.unwto.org/tourism-data/global-and-regional-tourism-performance>

بررسی سهم ایران از کل گردشگران بین المللی نیز از نازل بودن سهم گردشگری از بازار بین المللی است. براساس آخرین اطلاعات موجود سهم ایران از کل گردشگران بین المللی از ۰.۳ درصد در سال ۲۰۱۰ به حدود ۰.۴ درصد رسیده است که مبین جایگاه نامناسب ایران در سال یاد شده است. بررسی تطبیقی شمار گردشگران ورودی ایران با کشورهای منتخب از شکاف قابل توجه این شاخص با کشورهای یاد شده حکایت دارد. همانگونه که در شکل (۲۲) ملاحظه می شود، در سال ۲۰۲۳ کشورهای فرانسه، اسپانیا و ایالات متحده امریکا به ترتیب با ۱۰۰، ۸۵ و ۶۶.۴ میلیون نفر پذیرای بیشترین کشورهای گردشگران بین المللی بوده اند. در این فهرست ایران با تعداد ۵.۸ میلیون گردشگر بین المللی در رتبه ۱۹ در بین کشورهای یاد شده قرار داشته است. این تعداد گردشگری به میزان بسیار محسوسی از کشورهای ترکیه (با ۵۵ میلیون نفر) و امارات متحده عربی (با ۲۸ میلیون نفر) کمتر است که مبین عدم استفاده موثر از این ظرفیت در کشور است.

شکل ۲۲. مقایسه تطبیقی شمار گردشگران بین المللی ایران با کشورهای منتخب جهان در سال ۲۰۲۳

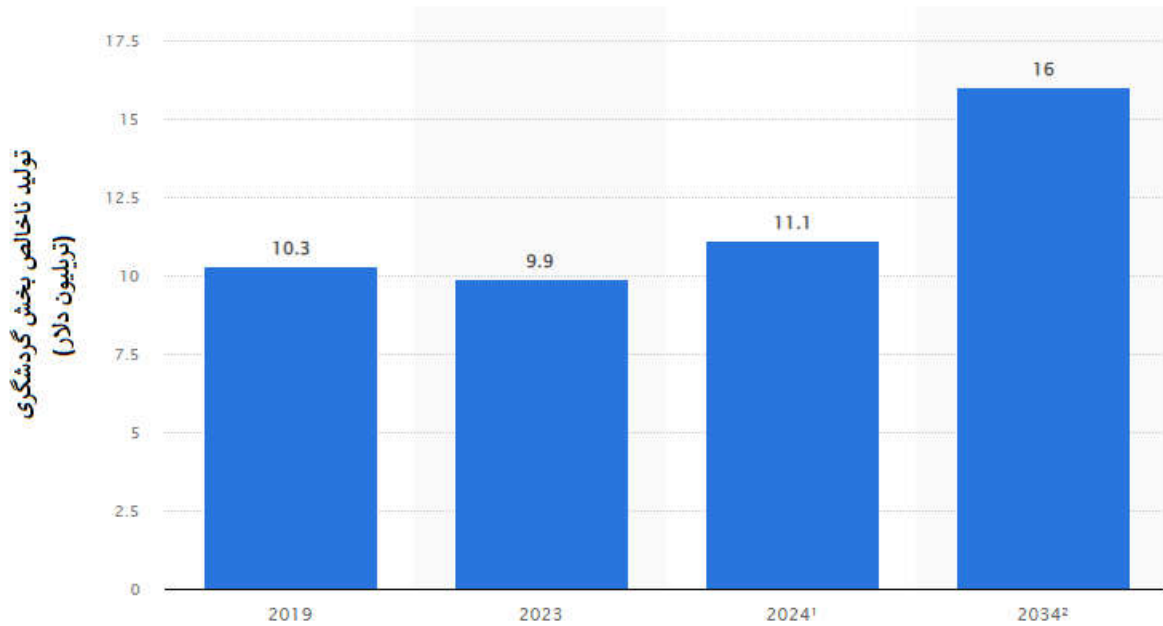


<https://www.unwto.org/tourism-data/global-and-regional-tourism-performance>

به موازات افزایش شمار گردشگران بین المللی، درآمدهای حاصل از این بخش نیز شتاب مضاعفی یافته است. و حجم آن از ۱۰.۳ تریلیون دلار در سال ۲۰۱۹ با ۴ درصد کاهش به رقم ۹.۹ تریلیون دلار در سال ۲۰۲۳ کاهش پیدا کرد. در واقع سهم بخش گردشگری و سفر در سال ۲۰۲۳ معادل ۹.۹ میلیارد دلار از کل تولید ناخالص جهان در سال ۲۰۲۳ بوده است. برآورد ها نشان می دهد که این رقم در سال ۲۰۲۴ به حدود ۱۱.۱ تریلیون دلار و در سال ۲۰۳۴ نیز به حدود ۱۶ تریلیون دلار افزایش خواهد یافت که این موضوع مبین اهمیت جایگاه بخش گردشگری و سفر در توسعه اقتصادی و اجتماعی جامعه جهانی در آینده است ( شکل ۲۳).

شکل ۲۳. روند تغییرات تولید ناخالص بخش گردشگری و سفر طی دوره ۲۰۲۳-۲۰۱۹ و پیش بینی سال های ۲۰۲۴

و ۲۰۳۴



Source: Statista (2024) <https://www.statista.com/statistics/233223/travel-and-tourism-total-economic-contribution-worldwide/>

بررسی تطبیقی درآمدهای حاصل از گردشگری بین المللی بسته به ویژگی ها مقاصد، توسعه اقتصادی و اجتماعی، زیرساخت ها، سهولت سفر، قیمت، وجود آثار طبیعی، فرهنگی و تاریخی و سایر ویژگی ها تفاوت های بسیار زیادی را در بین کشورهای مختلف جهان آشکار می سازد. بر اساس آخرین گزارش سازمان جهانی گردشگری در سال ۲۰۲۴، کشور های ایالات متحده امریکا، اسپانیا، فرانسه تایلند و بریتانیا در بین ۱۷۸ کشور به ترتیب با درآمد گردشگری بین المللی به ترتیب با درآمد حدود ۲۱۰.۷، ۶۷.۹، ۶۰.۶، ۵۷.۴ و ۵۱.۲ میلیارد دلار در رتبه های اول تا پنجم قرار داشتند و کشورهای گینه پاپوا و توالو نیز به ترتیب با یک میلیون و دو میلیون دلار در رتبه های آخر قرار داشتند. در این فهرست ایران با درآمد ۳.۷ میلیارد دلار در رتبه ۵۵ و سهم ۰.۸۴ درصد در تولید ناخالص داخلی (GDP) پس از کشورهای سری لانکا و کاستاریکا قرار داشته است. کشور ترکیه با درآمد ۲۲.۴ میلیارد دلار در رتبه ۱۲ و کشور امارات متحده عربی نیز با درآمد ۲۱ میلیارد دلار در رتبه ۱۴ این فهرست قرار داشته است (جدول ۱۲).

جدول ۱۲. درآمدهای حاصل از گردشگری ایران و کشورهای منتخب در سال ۲۰۲۲

رتبه	نام کشور	درآمد (میلیارد دلار)	سهم از GDP
۱	ایالات متحده امریکا	۲۱۰.۷۴۷	۱.۱
۲	اسپانیا	۶۷.۹۶۴	۵.۲
۳	فرانسه	۶۰.۶۸۱	۲.۳
۴	تایلند	۵۷.۴۷۷	۱۲.۶
۵	بریتانیا	۵۱.۲۱۱	۲
۶	ایتالیا	۴۴.۲۳۳	۲.۳
۷	استرالیا	۴۱.۷۳۲	۳.۲
۸	آلمان	۳۹.۸۲۳	۱.۱
۹	ژاپن	۳۴.۰۵۴	۰.۷
۱۰	چین	۳۲.۶۱۷	۰.۲۷
۱۱	هند	۲۷.۳۶۵	۱.۱
۱۲	ترکیه	۲۲.۴۷۸	۲.۶
۱۳	مکزیک	۲۱.۳۳۳	۱.۹
۱۴	امارات متحده عربی	۲۱.۰۴۸	۵.۵
۱۵	اتریش	۲۰.۴	۴.۹
۱۶	کانادا	۲۰.۳۲۸	۱.۲
۱۷	سنگاپور	۱۹.۷۰۷	۶.۱
۱۸	مالزی	۱۸.۳۳۳	۵.۸
۱۹	پرتغال	۱۷.۱۱۹	۷.۹
۲۰	سوئیس	۱۷.۰۰۳	۲.۵
۵۰	لوکزامبورگ	۴.۵۲۱	۷.۲
۵۱	پاناما	۴.۴۵۲	۷.۲
۵۲	بلغارستان	۴.۰۴۵	۷.۱
۵۳	سری لانکا	۳.۹۲۵	۴.۵
۵۴	کاستاریکا	۳.۸۷۶	۶.۸
۵۵	ایران	۳.۷۱۳	۰.۸۴
۵۶	پرو	۳.۷۱	۱.۸
۵۷	بحرین	۳.۶۴۲	۱۰.۳
۵۸	کامبوج	۳.۶۳۶	۱۶.۴
۵۹	شیلی	۳.۶۳۴	۱.۳
۶۰	قبرس	۳.۱۲۸	۱۴.۴

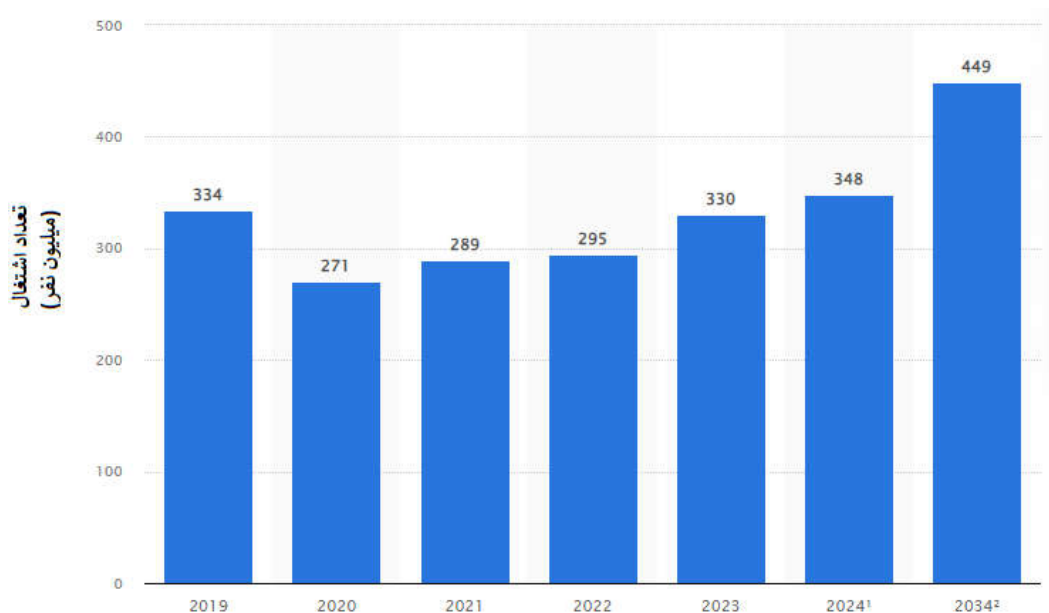
Source: <https://www.atlasbig.com/en-us/countries-tourism-income>

همانگونه که عنوان شد، در عصر حاضر، گردشگری در زمره یکی از پویاترین فعالیت های اقتصادی قلمداد می شود. بر اساس آمار سازمان جهانی گردشگری توریزم سومین فعالیت اقتصادی دنیا محسوب می شود و حدود ۱۰ درصد تولید ناخالص و ۱۰ درصد اشتغال دنیا در این بخش فعالیت می کنند. ماهیت این بخش به گونه ای است که آثار ناشی آن به سرعت سایر بخش های اقتصادی را نیز به هر حرکت در می آورد و به صورت غیر مستقیم باعث توسعه و ایجاد فرصت های شغلی در سایر بخش های اقتصادی نیز می شود. با توجه به اینکه بخش گردشگری از منظر اقتصادی سبب ایجاد اشتغال و کاهش بیکاری می شود و سوی دیگر نیز افزایش درآمد ها را به همراه دارد، در حال حاضر در بسیاری از کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه گردشگری به عنوان یکی از نیروی اصلی پیشبران اقتصادی در کانون توجه قرار دارد. این بخش با فراهم آوردن فرصت های اشتغال و درآمد باعث تنوع بخشیدن به اقتصاد کشورهای شده و گزینه های انتخاب جامعه را برای توسعه اقتصادی افزایش می دهد.

بر اساس گزارش سازمان جهانی گردشگری تعداد شاغلین بخش گردشگری در سال ۲۰۱۹ حدود ۳۳۴ میلیون نفر بوده است که با بروز کووید ۱۹ شمار شاغلین در این بخش با حدود ۱۹ درصد کاهش به ۲۷۱ میلیون نفر در سال ۲۰۲۰ رسید. با پایان یافتن همه گیری کووید ۱۹ شمار شاغلین مجدداً افزایش پیدا کرد به طوری که در سال ۲۰۲۳ به حدود ۳۳۰ میلیون نفر رسید که این تعداد حدود ۴ میلیون کمتر از سال ۲۰۱۹ می باشد. برآوردها نشان می دهد که شمار شاغلین بخش گردشگری در سال ۲۰۲۴ به حدود ۳۴۸ میلیون برسد. پیش بینی های انجام شده نیز حاکی از این است، شمار شاغلین تا سال ۲۰۳۴ به حدود ۴۴۹ میلیون برسد که مبین سرعت شتاب رونق و شکوفایی این بخش در آینده است ( شکل ۲۴).

شکل ۲۴. روند تغییرات اشتغال بخش گردشگری و سفر جهان طی دوره ۲۰۱۹-۲۰۲۳ و برآورد و پیش بینی سال

های ۲۰۲۴ و ۲۰۳۴

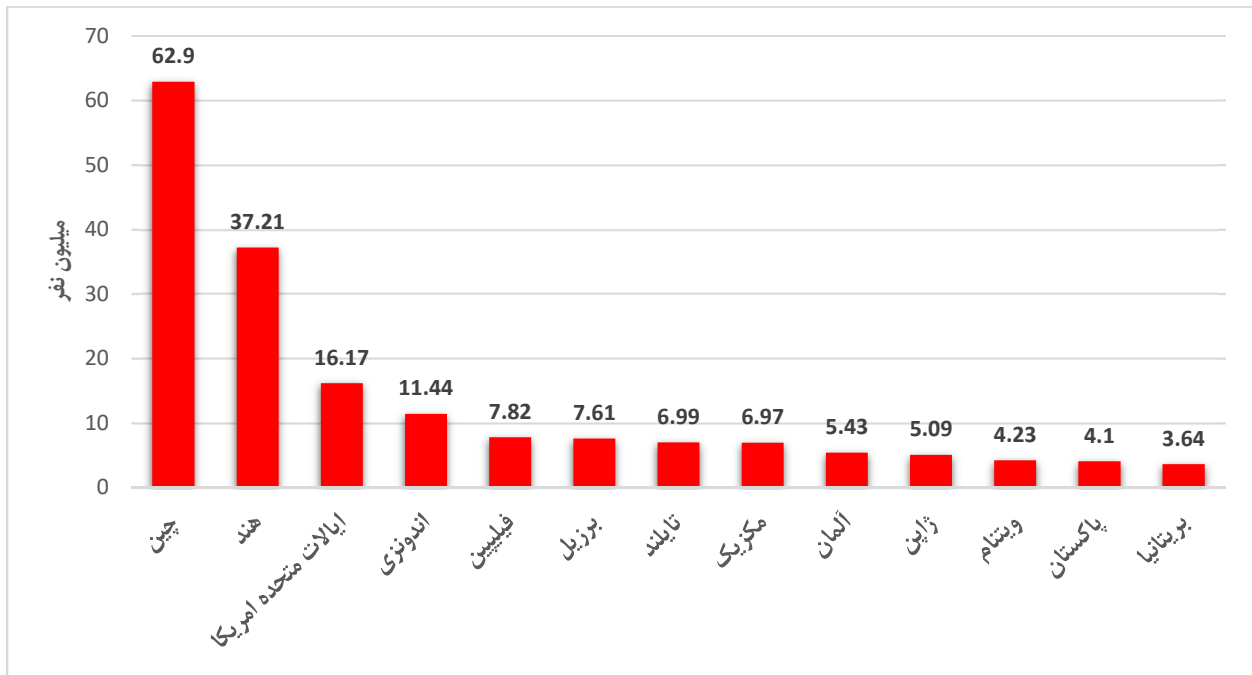


Source: <https://www.statista.com/statistics/1268465/number-of-travel-and-tourism-jobs-worldwide>



بر اساس گزارش سازمان جهانی گردشگری، در سال ۲۰۲۲ بیشترین شاغلین بخش گردشگری و فعالیت های وابسته به آن مربوط به کشورهای چین، هند و ایالات متحده امریکا بوده است که به ترتیب با ۶۲.۹، ۳۷.۲ و ۱۶.۱ میلیون نفر در رتبه های اول تا سوم قرار داشته اند. حتی در کشوری مانند پاکستان که در زمره کشورهای ناامن از منظر گردشگری شناخته می شود بیش از ۴ میلیون نفر در بخش گردشگری و فعالیت های وابسته به آن شاغل هستند. در شکل (۲۵) کشورهایی که در زمره کشورهای با بالاترین شاغلین بخش گردشگری نشان داده شده است.

شکل ۲۵. کشورهای دارای بالاترین شاغلین بخش گردشگری در سال ۲۰۲۲



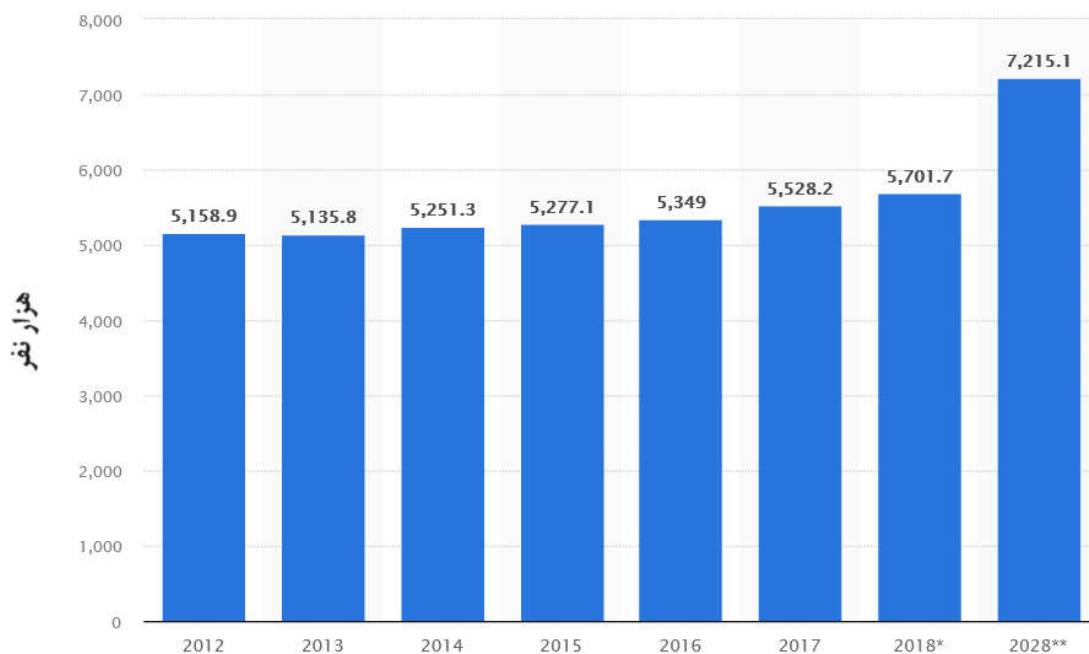
<https://www.statista.com/statistics/292490/contribution-of-travel-and-tourism-to-employment-in-selected-countries/>

کشورهای منطقه خاورمیانه برای گذار از اقتصادی مبتنی بر صادرات نفتی سرمایه گذاری های گسترده ای را در بخش گردشگری و سفر در دستور کار قرار داده اند و طی سال های اخیر سرمایه گذاری زیادی در این زمینه انجام داده اند و پیش بینی ها از تداوم این سرمایه گذاری در آینده حکایت دارد. برای مثال، عربستان سعودی در صدد است با ادامه پروژه های گردشگری بزرگ، سفرهای تفریحی در این کشور را در سال های آینده افزایش دهد. دولت این کشور قصد دارد تا سال ۲۰۳۰ تا ۸۰ میلیارد دلار سرمایه گذاری خصوصی گردشگری را تضمین کند و علاوه بر این، قصد دارد در دهه آینده حدود ۸۰۰ میلیارد دلار به این بخش تزریق کند و تعهد خود را برای توسعه گردشگری بیشتر تقویت کند. همچنین مقام های عربستان سعودی در راستای «راهبرد گردشگری کشور»، توسعه چندین پروژه مختلف را آغاز کرده اند که از جمله آن ها به پروژه "نئوم" (NEOM) می توان اشاره کرد که یک کلان شهر با بودجه ۵۰۰ میلیارد دلار است. مقام های این کشور امیدوارند «نئوم» و دیگر ابرپروژه های آنها به قطب گردشگری جهانی تبدیل شود. بر اساس اعلام سازمان جهانی گردشگری، عربستان سعودی در سال ۲۰۲۳ نسبت به سال ۲۰۱۹ افزایش ۵۶ درصدی در تعداد گردشگران ورودی را ثبت کرد. گزارش این سازمان همچنین حاکی از آن است که این کشور در سال ۲۰۲۳ نسبت به سال ۲۰۱۹ به نرخ قابل توجه بازایی گردشگری با ۱۵۶ درصد در تعداد گردشگران ورودی دست یافته است. چنین اقداماتی در سایر کشورهای خاورمیانه از جمله قطر، امارات

متحدہ عربی نیز در دستور کار قرار گرفته است. بازتاب این سرمایه گذاری ها در سال های اخیر در بخش گردشگری در منطقه خاورمیانه بویژه کشورهای پیرامون خلیج فارس باعث افزایش درآمدها و اشتغال قابل ملاحظه ای در این منطقه شده است. بر اساس گزارش سازمان جهانی گردشگری، شمار شاغلین بخش گردشگری و سفر در خاورمیانه از حدود ۵.۱۵ میلیون نفر در سال ۲۰۱۲ به حدود ۵.۷ میلیون نفر در سال ۲۰۱۸ رسیده است و پیش بینی می شود که شمار شاغلین تا سال ۲۰۲۸ به بیش از ۷.۲ میلیون نفر بالغ شود ( شکل ۲۶).

شکل ۲۶. روند تغییرات شمار شاغلین بخش گردشگری منطقه خاورمیانه طی دوره ۲۰۱۸-۲۰۱۲ و پیش بینی سال

۲۰۲۸



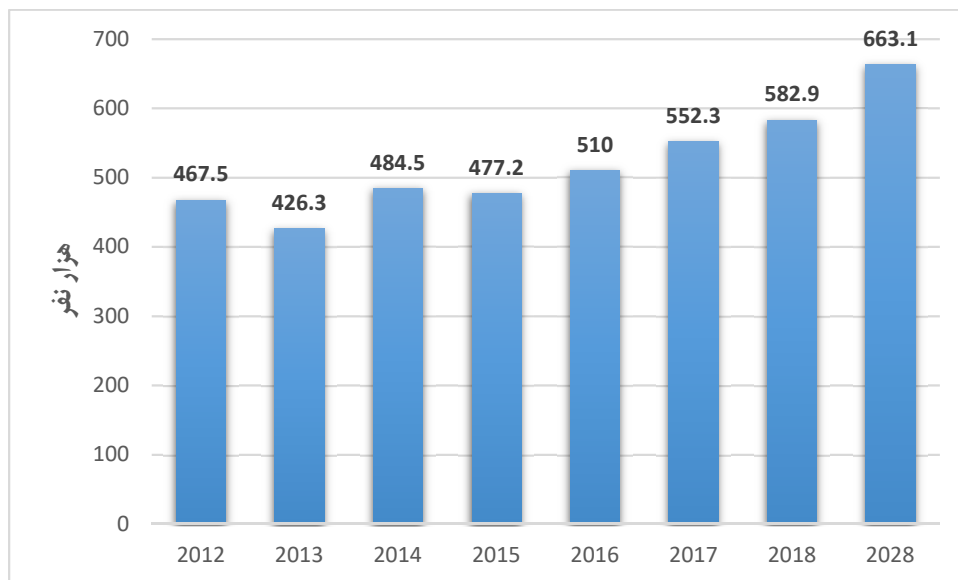
<https://www.statista.com/statistics/878307/middle-east-contribution-of-travel-and-tourism-to-employment/>

همانگونه که عنوان شد، صنعت گردشگری و سفر برای کشورهای در حال گذاری مانند ایران که در جستجوی شناخت مزیت و ظرفیت ها و استفاده بهتر از قابلیت های خود در تمامی زمینه ها از جمله گردشگری هستند تا بتوانند ضمن خلق مزیت جدید برای توسعه اقتصادی، ناچار است اقتصاد خود را از وابستگی به صادرات مواد خام و سوخت های فسیلی رها کنند. یکی از مهمترین این مزیت ها در سطح منطقه ای و جهانی بخش گردشگری است. این صنعت، یکی از پویاترین و گسترده ترین صنایع خدماتی در جهان است که آثار نشستی مثبت اقتصادی و اجتماعی زیادی دارد که می تواند طیف گسترده ای از جامعه را منتفع سازد. تأثیر صنعت گردشگری اعم از گردشگر داخلی و یا خارجی، از جنبه های مختلف از جمله بازتوزیع ثروت، افزایش درآمدها و بویژه ایجاد اشتغال و افزایش درآمد خانوار در مناطق گردشگری پذیر، پویایی بازار خرده فروشی، فعال تر شدن سیستم های حمل و نقل از جمله فرودگاه ها و جاده ها و ترمینال ها و...، افزایش سرمایه گذاری، افزایش تولیدات محلی و بومی و صنعتی (صنایع دستی و محصولات فرهنگی)، افزایش میزان سرمایه گذاری بخش خصوصی (هتل سازی و سایر خدمات مرتبط)، افزایش روابط اجتماعی، برقراری ارتباط بین اقوام و گروه های مختلف

مردم و ایجاد همبستگی ملی، تثبیت جمعیت در مناطق کمتر برخوردار، ورود ارز به کشور، معرفی چهره واقعی و مهمان دوست مردم ایران و نیز نمایش امنیت و اقتدار کشور برای گردشگران خارجی در زمره مهمترین آثار و پیامدهای گردشگری است. یکی از مهمترین اثرات بخش گردشگری ایجاد اشتغال مستقیم و غیر مستقیم است که می تواند در ابعادی گسترده و فراگیر به رشد بخش اشتغال کمک نماید. برای مثال، بررسی ها نشان داده است تنها مشاغل مستقیم با گردشگری مانند رانندگی، راهنمایان گردشگری، هتلداری و... می تواند به ازای هر ۶ نفر گردشگر ورودی، یک شغل در این بخش ایجاد نماید. گرچه طی سالهای اخیر تلاش های بسیار زیادی از سوی دولت برای توسعه گردشگری و ایجاد اشتغال در این بخش انجام شده است، اما هنوز شمار اشتغال این بخش در ایران در مقایسه با جهان و همچنین منطقه خاورمیانه بسیار نازل است. بر اساس گزارش سازمان گردشگری جهانی شمار شاغلین مستقیم بخش گردشگری در ایران در سال ۲۰۱۲ از حدود ۴۶۷.۵ هزار نفر با نرخ رشد سالانه ۳.۷ درصد به حدود ۵۸۲.۹ هزار نفر در سال ۲۰۱۸ افزایش یافته است. پیش بینی ها نشان می دهد که تا سال ۲۰۲۸ شمار شاغلین مستقیم بخش گردشگری به حدود ۶۶۳.۱ هزار نفر برسد (شکل ۲۷).

شکل ۲۷. روند تغییرات اشتغال مستقیم بخش گردشگری و سفر در ایران طی دوره ۲۰۱۸-۲۰۱۲ و پیش بینی سال

۲۰۲۸



Source: <https://www.statista.com/statistics/788163/iran-direct-contribution-of-travel-and-tourism-to-to-employment/>

مقایسه شمار شاغلین بخش گردشگری در ایران با کشورهای منطقه از تفاوت های آشکار در بین کشورهای منطقه حکایت دارد. بر اساس گزارش سازمان جهانی گردشگری در سال ۲۰۱۸ سهم شاغلین مستقیم بخش گردشگری از کل اشتغال حدود ۱.۹ درصد و سهم کل شاغلین غیرمستقیم بخش گردشگری و سفر از کل شاغلین ایران حدود ۵.۴ درصد بوده است که این نسبت به میزان قابل توجهی از کشورهای گرجستان، امارات و ترکیه کمتر است. این نسبت طی سال های منتهی به سال ۲۰۲۳ تغییر محسوسی نداشته و تقریباً این نسبت ها ثابت مانده است (جدول ۱۳).

### جدول ۱۳. سهم شاغلین بخش گردشگری و سفر از کل شاغلین ایران و کشورهای منتخب در سال ۲۰۱۸

نام کشور	سهم مستقیم از اشتغال*	سهم کل از اشتغال
امارات متحده عربی	5.3	9.6
ترکیه	1.8	7.7
گرجستان	8.6	29.5
ایران	1.9	5.4

\*منظور از سهم اشتغال کل مربوط به صنعت گردشگری و صنایع وابسته به آن است

لازم به توضیح است از آنجایی که ایجاد یک شغل در صنعت گردشگری و سفر در مقایسه با سایر صنایع مانند صنعت پتروشیمی، فولاد و غیره به سرمایه، زمان و تکنولوژی کمتری نیاز دارد، لذا اشتغال زایی حاصل از توسعه فعالیت‌های گردشگری می‌تواند در کوتاه مدت و بلند مدت، کمبود تولید و کارخانه‌ها و صنایع سنگین را جبران کند. یکی دیگر از مزیت‌های گردشگری نسبت به سایر این است که این صنعت که در آن علاوه بر به خدمت گرفتن جمعیت تحصیلکرده و متخصص، شمار زیادی از شاغلین را افرادی تشکیل می‌دهند که به جز آموزش‌های ابتدایی و اختیاری حوزه‌ی گردشگری، نیاز به تحصیلات تخصصی ندارند و به همین دلیل در ایجاد اشتغال برای اقشار فقیر و فرودست جامعه از اهمیت زیادی برخوردار است. افزون بر این بخش گردشگری به دلیل ماهیت خدماتی که دارد از مصرف منابع و انتشار آلاینده‌های بسیار کمتری در مقایسه با سایر بخش‌ها برخوردار است، لذا آثار و پیامدهای زیست محیطی این بخش بویژه فشار بر منابع آبی، بسیار کمتر از سایر بخش‌های تولیدی است. به همین دلیل با ایجاد زیرساخت‌های سخت افزاری و نرم افزاری لازم می‌تواند نقش موثری در ایجاد اشتغال کشور داشته باشد و تاب آوری جامعه را در برابر تکانه‌های اقتصادی تضمین نماید.

## ۶. جمع‌بندی

گردشگری به عنوان یکی از پویاترین بخش‌های اقتصادی در جهان، به عنوان یک صنعت کاربر (متکی به نیروی کار) شناخته می‌شود که از یک سو باعث ایجاد قابل توجه اشتغال و درآمد در مقاصد گردشگری می‌شود، و از سوی دیگر نیز به توسعه زیرساخت‌ها، تقویت بنیه مالی و احیا و بازسازی مکان‌های گردشگری تاریخی و جدید نیز کمک می‌کند و باعث می‌شود تا درک و شناخت مردم جهان از یکدیگر بیشتر شود. به همین دلیل در سال‌های اخیر موضوع گردشگری بیش از پیش در بسیاری از مناطق جهان از جمله کشورهای منطقه آسیا و خاورمیانه در کانون توجه قرار گرفته است و کشورها به شدت در حال رقابت برای استفاده هر چه بیشتر از این فرصت‌ها هستند. جمهوری اسلامی ایران نیز از این قاعده مستثنی نبوده و در سال‌های اخیر موضوع گردشگری بیش از پیش مورد توجه برنامه ریزان و سیاست گذاران کشور قرار گرفته است.

گردشگری از جنبه‌های مختلف بر بخش‌های مختلف اقتصادی، اجتماعی تاثیر می‌گذارد. به همین دلیل اثرات گردشگری باید به صورت یکپارچه و در تعامل با سایر بخش‌ها تحلیل گردند. به عبارت دیگر، اثرات گردشگری و شاخص‌های ناظر بر آنها را نمی‌توان به صورت مجزا و جدا از هم بر بخش‌های مختلف اجتماعی، زیست محیطی و اقتصادی بررسی کرد، بلکه این ابعاد در ارتباط با یکدیگر و در چارچوب شاخص‌های یکپارچه باید بررسی و تحلیل شوند.

به همین دلیل طی سال‌های گذشته شاخص‌های گردشگری متعددی در جهان بسط و توسعه پیدا کرده است که در حال حاضر به عنوان ملاک و معیار ارزیابی کشورها مورد استفاده قرار می‌گیرند. این شاخص اطلاعات و تحلیل‌هایی جامع و فراگیری از صنعت

گردشگری ارایه می دهند که برنامه ریزان و سیاست گذاران بخش دولتی گردشگری، صاحبان و مدیران کسب و کارهای بخش خصوصی را قادر می سازند تا ظرفیت های خود را برای استفاده از هر چه بهتر از این فرصت ها افزایش دهند. به همین دلیل بررسی و تحلیل شاخص های مختلف گردشگری که در حال حاضر ملاک ارزیابی کشورها در زمینه گردشگری است از اهمیت بسیار زیادی برخوردار است.

بر این اساس، در این پژوهش ابتدا آثار و پیامدهای گردشگری بر شاخص های توسعه به طور عام، و هریک از آرمان های 17 گانه اهداف توسعه پایدار (SDGs) بررسی شد. این بررسی نشان داد که توسعه گردشگری از جنبه های مختلف بر همه اهداف توسعه پایدار و شاخص های ناظر بر آنها تاثیر می گذارد. برای مثال، گردشگری با ایجاد شغل بر آرمان اول (پایان دادن به فقر در همه اشکال آن) موجب درآمدزایی بویژه در سطوح جوامع محلی می شود. این حوزه را می توان با راهبردهای ملی کاهش فقر و کارآفرینی مرتبط ساخت. استخدام افراد محلی نه چندان ماهر، می تواند موجب تقویت و توانمند سازی گروه ها و اقشار کم درآمد بویژه ویژه زنان و جوانان شود.

در ادامه مبانی و اهمیت شاخص ها در برنامه ریزی و سیاست گذاری گردشگری مورد بررسی قرار گرفت. در این بخش از گزارش مبانی، تعاریف و چارچوب شاخص ها تحلیل شد. در این قسمت عنوان شد که شاخص ها امکان فرآیند اندازه گیری مداوم یک یا چند پدیده به منظور ارزیابی تغییرات آنها در طول زمان را فراهم می سازند. به همین دلیل شاخص ها برای ارزیابی تمامی استراتژی های توسعه از جمله استراتژی ها و برنامه های گردشگری ضروری هستند تا بر مبنای آنها بتوان روندهای گذشته را مورد ارزیابی قرار داد و استراتژی های توسعه آینده را تدوین و اجرا کرد.

در ادامه انواع شاخص های توسعه گردشگری که در حال حاضر ملاک ارزیابی کشورها هستند بررسی شده و جایگاه ایران در این شاخص ها در بین کشورهای منتخب جهان ارزیابی شد. اولین شاخص بین المللی در زمینه گردشگری که در این پژوهش مورد بررسی قرار گرفت، شاخص رقابت پذیری سفر و گردشگری (TTCI) بود. برای این منظور ابتدا مبانی، ابعاد، محورها و زیرشاخص ها و معیارهای این شاخص تشریح شد و در ادامه رتبه و امتیاز ایران در این شاخص در بین کشورهای مختلف جهان ارایه شد. هر چند طی سالهای 2015 تا 2019 رتبه ایران در شاخص یاد شده از روندهای قابل توجه ای برخوردار بوده از 97 به رتبه 89 رسیده است که مبین صعود 8 پله ای در این رتبه بندی است، با این وجود کسب رتبه 89 در بین 140 کشور جهان، علیرغم ظرفیت های انکار ناپذیر کشور در مقایسه با بسیاری از کشورها، هنوز با وضعیت مطلوب فاصله بسیار زیادی دارد.

دومین شاخص ترکیبی که در این پژوهش بررسی شد، شاخص توسعه گردشگری و سفر (TTDI) است. این شاخص که از سال 2021 جایگزین، شاخص رقابت پذیری سفر و گردشگری (TTCI) شد، در زمره مهمترین شاخص های ارزیابی گردشگری کشورها قلمداد می شود. در بررسی این شاخص، ابتدا چارچوب، ابعاد، محورها و زیرشاخص ها و معیارهای این شاخص بررسی شد. بررسی این شاخص در سال 2023 نشان داد که کشورهای ایالات متحده و اسپانیا در رتبه های اول و دوم قرار داشته اند. ایران نیز با کسب امتیاز 3.72 در رتبه 73 در بین 119 کشور جهان قرار داشته است که مبین نامناسب بودن این جایگاه در مقایسه با کشورهایی مانند امارات متحده عربی (رتبه 18) و ترکیه (رتبه 29) است. این موضوع در مورد جایگاه ایران در بین کشورهای خاورمیانه و شمال آفریقا نیز حاکم است و ایران در بین 14 کشور در رتبه نهم قرار گرفته است که مبین جایگاه نامطلوب شاخص گردشگری و سفر ایران در بین کشورهای منطقه است. این در حالی است که ایران علیرغم ظرفیت های بسیار زیاد در زمینه گردشگری، هنوز در مقایسه با کشورهای منطقه مورد بررسی از رتبه چندان مطلوبی برخوردار نیست و به تلاش های بیشتری از سوی دولت و بخش های خصوصی برای ارتقای جایگاه ایران در این شاخص نیاز دارد.

شاخص بعدی که در این پژوهش بررسی شد، شاخص امن ترین کشور ها برای سفر (تعطیلات) بوده است. این شاخص که با استفاده از 48 زیرشاخص و معیار در حوزه های مختلف هر سال توسط دانشگاه سیدنی تهیه می شود. در سال 2024، کشورهای اتریش،

سوئیس، آلمان، بلژیک، دانمارک با کسب امتیاز بیش از ۹۰ در رتبه های اول تا پنجم امن ترین کشورها در جهان قرار گرفتند. ایران در این فهرست قرار نداشته است.

شاخص جهانی سفر مسلمانان (GMTI) یکی از مهمترین شاخص هایی است که وضعیت گردشگری حلال را در جهان بررسی می کند. در این بخش از پژوهش ابتدا اهمیت گردشگری حلال و کلان روندهای حاکم بر این نوع از گردشگری از جمله تعداد و اندازه بازار این نوع از گردشگری تحلیل شد و پیش بینی هایی از تحولات این نوع از گردشگری در جهان ارائه شد. بررسی شاخص جهانی سفر مسلمانان در سال ۲۰۲۳ نشان می دهد که ایران در بین ۲۰ کشور اول جهان در رتبه ششم پس از کشور ترکیه و قطر قرار داشته است. کشورهای مالزی و اندونزی نیز چند سالی است که جایگاه خود را در این فهرست حفظ کرده و به صورت مشترک در رتبه اول قرار گرفته اند. گرچه در این شاخص در مقایسه با سایر شاخص های مورد بررسی در بین کشورهای منتخب از وضعیت خوبی برخوردار است، با این وجود در مقایسه با کشورهای قطر و ترکیه جایگاه پایین تری دارد.

برای بررسی اثرات توسعه گردشگری بر شاخص های اقتصادی و اجتماعی، ابتدا انواع اثرات مستقیم، غیر مستقیم و اثرات القایی اثرات گردشگری تبیین شد و در ادامه جایگاه گردشگری در رشد تولید ناخالص جهانی، تحولات شمار گردشگران، میزان درآمدهای حاصل از گردشگری، تولید اشتغال و غیره بررسی شد. آخرین امار و اطلاعات نشان داده است که طی سال های اخیر شمار گردشگران بین المللی افزایش قابل ملاحظه ای پیدا کرده است، به طوری که شمار گردشگران بین المللی از حدود ۹۷۲ میلیون نفر در سال ۲۰۱۹ به بیش از ۱.۶ میلیارد نفر در سال ۲۰۱۹ رسیده است. پس از شیوع کووید ۱۹ در سال های ۲۰۲۰ و ۲۰۲۱ شمار گردشگران بین المللی کاهش قابل توجه یافت و به کمتر از ۵۰۰ میلیون نفر رسید. با پایان همه گیری کووید ۱۹ شمار گردشگران بین المللی مجدداً افزایش یافت و شمار گردشگران ورودی بین المللی به بیش از ۱.۳ میلیارد رسید که این رقم مبین احیاء و بازسازی بخش گردشگری در دوران پساکرونا است.

هر چند شمار گردشگران ورودی بین المللی در ایران طی سالهای گذشته افزایش یافته است و ۲.۹۴ میلیون نفر در سال ۲۱۰ به حدود ۵.۸ میلیون نفر در سال ۲۰۲۳ رسیده است، اما این رقم در مقایسه با کل گردشگران بین المللی جهانی و حتی با کشور امارات متحده عربی (۲۸ میلیون نفر) در سال ۲۰۲۳ بسیار اندک است.

همچنین میزان درآمدهای گردشگری ایران با مجموع درآمدهای حاصل از گردشگری در جهان و همچنین کشورهای منطقه در سطح محدودی قرار دارد. بر اساس گزارش سازمان جهانی گردشگری در سال ۲۰۲۲، درآمدهای حاصل از گردشگری در ایران حدود ۳.۷ میلیارد دلار بوده است در حالی که درآمدهای حاصل از گردشگری بین المللی در امارات متحده عربی بیش از ۲۱ میلیارد دلار بوده است که این موضوع از نازل بودن درآمدهای این بخش در مقایسه با کشورهای مختلف جهان حکایت دارد.

به این ترتیب می توان نتیجه گیری کرد با توجه به اینکه گردشگری و اقتصاد گردشگری در حال تبدیل شدن به یکی از سریع ترین صنایع رو به رشد جهان در حال ظهور است، به همین دلیل به عنوان یکی از بخش های مهم برای ایجاد درآمد ملی و اشتغال در کانون توجه تمامی کشورهای جهان قرار گرفته و سرمایه گذاری های گسترده ای در این زمینه برای استفاده هر چه بیشتر از این فرصت ها از سوی کشورها در حال انجام است. لذا جمهوری اسلامی ایران نیز باید از این فرصت استفاده نماید و صنعت گردشگری را از طریق تدوین و اجرای برنامه ریزی استراتژیک و هم افزایی میان ارگانهای مختلف دولتی و همچنین بخش خصوصی بیش از گذشته مورد توجه قرار دهد تا بتواند ضمن افزایش درآمدهای ارزی کشور و تنوع بخشی به اقتصاد و افزایش اشتغال، جایگاه خود را در شاخص های گردشگری ارتقاء دهد.

## ۷. مضامین و توصیه های سیاستی

- بازبینی، بازرنگری و تصویب قوانین و مقررات مورد نیاز در بخش های مختلف صنعت گردشگری کشور متناسب با شرایط جدید کشور
- بررسی و شناسایی و معرفی مزیت های فرهنگی و تاریخی و طبیعی کشور برای جذب حداکثری و تنوع بخشی به گردشگران خارجی
- استفاده از ظرفیت های بخش خصوصی بویژه اتاق های بازرگانی در تهیه و تدوین برنامه ها، سیاست های توسعه گردشگری
- شناسایی مزیت ها و ظرفیت جغرافیایی، فرهنگی و تاریخی ایران در راستای توسعه گردشگری، صنایع دستی و هنرهای سنتی
- رعایت ملاحظات آمایشی در توسعه فضاها و نواحی گردشگری
- رصد و پایش شاخص های بین المللی در زمینه گردشگری توسط اتاق بازرگانی
- توسعه زیرساخت های نرم افزاری و سخت افزاری در راستای توسعه گردشگری کشور
- اتخاذ سازوکارهای لازم برای ارتقای سهم گردشگری در تولید ناخالص ملی کشور
- ارتقای جایگاه بخش گردشگری در سطح ملی و محلی در راستای حفاظت از ذخایر فرهنگی و تاریخی و هویت ایرانی و تعامل با دستگاه های اجرایی ذیربط
- توجه به مزیت های فرهنگی و تاریخی کشور برای جذب حداکثری و تنوع بخشی به گردشگران خارجی
- اتخاذ تدابیر لازم برای تجهیز و ساماندهی گردشگران حوزه سلامت و جذب نظامند آنها با توجه به مزیت های کشور در این حوزه
- تبلیغ و ترویج مزیت های طبیعی، فرهنگی و تاریخی کشور از طریق سفاتخانه ها و نمایندگی های خارج کشور برای جذب گردشگران فرهنگی و طبیعت گردان
- بررسی، شناسایی و ثبت میراث فرهنگی و طبیعی در فهرست آثار ملی و معرفی به نهادهای بین المللی جهت ثبت به عنوان میراث فرهنگی و طبیعی جهانی
- تدوین نقشه راه توسعه گردشگری سلامت با محوریت و حمایت اتاق بازرگانی
- تربیت و توانمند سازی نیروهای پلیس گردشگری در راستای تعامل بهتر با گردشگران خارجی
- اتخاذ تدابیر لازم برای تسهیل صدور ویزا برای گردشگران خارجی
- توسعه زیرساخت های ارتباطی و اطلاعاتی در راستای توسعه گردشگری
- تبیین ابعاد و ساز و کارهای استفاده از دیپلماسی گردشگری برای توسعه روابط و همکاری با دیگر کشورها
- تهیه و تدوین اسناد توسعه بخشی در حوزه منابع و جاذبه های گردشگری از جمله گردشگری مذهبی، سلامت، دفاع مقدس، ورزشی، روستایی و عشایری، الکترونیک، دریایی و ... با مشارکت اتاق های بازرگانی و انجمن های صنفی گردشگری



- توجه ویژه به نقش رویدادهای گردشگری به عنوان موتور محرکه صنعت گردشگری در ایران با استفاده از ظرفیت های اتاق بازرگانی
- مقررات زدایی و تسهیل صدور مجوزهای بوم گردی به جوانان علاقه مند به توسعه گردشگری روستایی و کشاورزی
- حمایت و پشتیبانی از گردشگری خلاق و سرمایه های انسانی برتر در حوزه گردشگری
- تشکیل بانک های اطلاعات گردشگری و ایجاد سیستم پایش
- تهیه و تدوین حساب های ملی و منطقه ای گردشگری
- تهیه اطلس گردشگری در مناطق روستایی ، عشایری، جاذبه های طبیعی و فرهنگ بومی اقوام ایرانی به زبان های مختلف
- توسعه گردشگری الکترونیک و استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات و هوش مصنوعی در صنعت گردشگری
- حمایت و پشتیبانی از طرح های توسعه و ایجاد امکانات گردشگری روستایی و عشایری
- تدوین چارچوب های نظارتی و استاندارد سازی خدمات گردشگری با همکاری اتاق های بازرگانی
- اتخاذ تدابیر مناسب از سوی وزارت امور خارجه برای برنامه ریزی و حضور موثر در نمایشگاه های مهم بین المللی گردشگری با مشارکت اتاق های بازرگانی
- بررسی بازار های مهم گردشگری دنیا با رویکرد استفاده از تجارب موفق و توسعه روابط و همکاری های بین المللی با مشارکت اتاق های بازرگانی
- تدوین برنامه عملیاتی برای استفاده از ظرفیت های ملی، منطقه ای و بین المللی جاده ابریشم جهت توسعه گردشگری
- ساماندهی سواحل و جزایر در استان های شمال و جنوب کشور جهت توسعه گردشگری دریایی
- تقویت و توانمند سازی و خرید و تجهیز ناوگان حمل و نقل دریایی، زمینی و هوایی
- توسعه سیستم ها و زیرساخت های حمل و نقل ریلی و جاده ای
- آموزش و توانمند سازی نیروی انسانی بخش گردشگری با استفاده از ظرفیت های اتاق بازرگانی
- حمایت و پشتیبانی از توسعه اقامتگاه های بوم گردی جهت ارائه خدمات باکیفیت مشخص و قابل قبول به مهمانان در محیط های طبیعی
- انجام فعالیت های گسترده تبلیغاتی در راستای معرفی ایران به عنوان یک کشور امن و گردشگر پذیر و بازاریابی در قالب طرح ها و کمپین های تبلیغاتی



## منابع ماخذ

- سازمان برنامه و بودجه (۱۳۹۸)، مطالعات سند ملی آمایش سرزمین بخش میراث فرهنگی و گردشگری، مطالعات سند ملی آمایش سرزمین بخش میراث فرهنگی و گردشگری، مرکز پژوهش‌های توسعه و آینده‌نگری
- سازمان حفاظت محیط زیست (۱۳۹۱)، آینده‌ای که می‌خواهیم، دستاوردهای کنفرانس سازمان ملل متحد پیرامون توسعه پایدار (۲۰+)، ترجمه دکتر مجید شفیعی پور، نرگس صفار
- پوراصغر سنگاچین، فاطمه غفاری رهبر، محمد حسین آبادی (۱۳۹۴)، توسعه پایدار، مبانی و شاخص‌های پایدار، انتشارات علم کشاورزی
- محمدمزاده . پرویز، خلیل قاسملو (۱۳۹۶)، نقش صنعت گردشگری در ایجاد نابرابری درآمدی در بین استان‌های کشور، مجله برنامه ریزی و توسعه گردشگری، سال ششم، شماره ۲۲، دوره ۶، پاییز
- عربشاهی کریزی . احمد، مهرنوش تقدسی (۱۳۹۷) گردشگری شهری و شهری توسعه پایدار : تحلیل و بررسی نقش جایگاه، پیامدهای و توسعه گردشگری شهری، جغرافیا و روابط انسانی، دوره ۱، شماره ۲، پاییز
- میرفخرالدینی. فائزه السادات (۱۴۰۲) ارائه مدل ساختاری به منظور پذیرش مصرف و تولید پایدار در صنعت گردشگری، فصلنامه مطالعات اجتماعی گردشگری، سال یازدهم، دوره یازدهم، شماره بیست و دوم
- محمودی. صدیقه ، عباس مرادی (۱۴۰۲)، برنامه‌ریزی توسعه گردشگری ساحلی و دریایی با بهره‌گیری از مدل SWOT و QSPM (مطالعه موردی: شهرستان بندر لنگه)، مجله مهندسی جغرافیایی سرزمین، دوره ۸، شماره ۲ - شماره پیاپی ۲۰
- میرفخرالدینی. فائزه السادات (۱۴۰۰)، تنوع زیستی و گردشگری پایدار براساس راهبردهای آا، پنجمین کنگره بین‌المللی توسعه کشاورزی، منابع طبیعی، محیط زیست و گردشگری ایران
- ستایش منش. مهدی (۱۴۰۲)، بررسی تأثیرات سیاسی گردشگری، مجله جغرافیا و روابط انسانی، دوره ۵، شماره ۴ - شماره پیاپی ۲۰
- کهن. گوئل (۱۳۷۶) شاخص‌شناسی در توسعه پایدار - توسعه اقتصادی و حساب‌های ملی در بستر سبز، انتشارات موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
- رحمانی. فاطمه، علی رهنما (۱۳۹۹)، تأثیر شاخص‌های رقابت‌پذیری سفر و گردشگری بر تقاضای گردشگری خارجی در کشورهای خاورمیانه و شمال آفریقا (منا)، دو فصلنامه مطالعات اجتماعی گردشگری، سال هشتم، شماره شانزدهم، پاییز و زمستان، صص ۱۴۴-۱۱۳، قابل دسترس از

<http://journalitor.ir/Article/13990817250614>

- باقری. مسلم، پیام شجاعی، مهرداد کیانی (۱۳۹۵)، ارائه مدل تفسیری ساختاری شاخصهای رقابت‌پذیری سفر و گردشگری (مطالعه موردی: استان فارس)، مجله برنامه ریزی و توسعه گردشگری سال پنجم، شماره ۱۸، پاییز
- متین . نسرين ( ۱۴۰۰)، تحلیل جایگاه رقابت‌پذیری مقصد گردشگری ایران مبتنی بر شاخص‌های عث-ت‌آتت مجله پژوهشنامه حلال ؛ پاییز، ۱۴۰۰، دوره ۴، شماره ۳: صفحات ۳۱-۲۱
- ایزدی . فاطمه ( ۱۳۹۹ ) مدیریت منابع انسانی درصنعت گردشگری با تأکید بر اهداف، کارکردها و اقدامات، مجله نخبگان علوم و مهندسی، جلد۵، شماره۲، قابل دسترس از:

[https://elitesjournal.com/editor\\_file/kh992.pdf](https://elitesjournal.com/editor_file/kh992.pdf)

- سازمان برنامه و بودجه (۱۳۹۸) مطالعات سند ملی آمایش سرزمین- بخش میراث فرهنگی و گردشگری، مرکز پژوهش های توسعه و آینده نگری
- صیدایی. سیداسکندر، زهرا هدایتی مقدم (۱۳۸۹)، نقش امنیت در توسعه گردشگری، نشریه علوم اجتماعی، دوره: ۴ شماره: ۸، صفحات: ۹۷-۱۱۰
- یزدانی، حمید، رحیم سرور، محمدعلی خلیجی (۱۴۰۱)، تحلیلی بر گردشگری حلال در استان قم، مجله مهندسی جغرافیایی سرزمین، دوره ۶، شماره ۴ - شماره پیاپی ۱۴
- حاجی نژاد. علی، ابوذر پایدار، فاطمه باقری، ناصر عبدی (۱۳۹۵)، ارزیابی تاثیر گردشگری حلال بر حوزه های گردشگری ایران با استفاده از مدل جمع وزنی (بت)، سیاست های راهبردی و کلان سال چهارم پاییز، شماره ۱۵
- . اندیشکده مطالعات گردشگری و میراث، اندیشکده کسب و کار شریف، کمیسیون گردشگری و کسب و کارهای وابسته شریف (۱۴۰۱)، شاخص جهانی سفر مسلمانان ۲۰۲۲، ترجمه زهرا رجبی، محمد امین گزار، حسین منوری، عباس نیکزاد
- پایگاه اطلاعاتی سیاق (۱۴۰۲)، شاخص جهانی سفر مسلمانان ۲۰۲۳، قابل دسترس از:

<https://syaaq.com/31304/>

- اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران (۱۳۹۵)، آثار اقتصادی سفر و گردشگری در ایران، طاهره کریمی دستنایی
- United Nations Development Programme (2023), HUMAN DEVELOPMENT REPORT, access at: <https://hdr.undp.org/content/human-development-report-2023-24>
- Echtner, C.M., & Ritchie, J.R.B. (2003). The meaning and Measurement of Destination Image, The Journal of Tourism Studies 14(1), p. 37-48
- Dupeyras, A. and MacCallum. N. (2013). Indicators for measuring competitiveness in tourism: A guidance document, OECD Tourism Papers, 2013/02, OECD Publishing.
- Ľudmila BEDNÁROVÁ, Dana KISELÁKOVÁ, Erika ONUFEROVÁ (2018), COMPETITIVENESS ANALYSIS OF TOURISM IN THE , EUROPEAN UNION AND IN THE SLOVAKIA , GeoJournal of Tourism and Geosites, ISSN 2065-0817, E-ISSN 2065-1198, Year XI, vol. 23, no. 3, 2018, p.759-771, DOI 10.30892/gtg.23312-326
- World Economic Forum (2020), The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019, Travel and Tourism at a Tipping Point
- World Economic Forum (2024), Travel & Tourism Development Index 2024, INSIGHT REPORT, access at: <https://www.weforum.org/publications/travel-tourism-development-index-2024/>
- Hsu, Y. (2015). The review of human resource strategies applying in hospitality industry in South California. International Business Research, 8(3), 133-140.
- world's leading authority halal travel ,CrescentRating (2024), accesses at: <https://www.crescentrating.com/careers-with-crescentrating.html>
- M. H. IMANI KHOSHKHOO, VALIOLLAH ALIZADEH, AND STEPHEN PRATT (2017), THE ECONOMIC CONTRIBUTION OF TOURISM IN IRAN: AN INPUT-OUTPUT APPROACH, Tourism Analysis, Vol. 22, pp. 435-441, access at: [https://www.researchgate.net/publication/319401416\\_The\\_Economic\\_Contribution\\_of\\_Tourism\\_in\\_Iran\\_An\\_Input-output\\_Approach](https://www.researchgate.net/publication/319401416_The_Economic_Contribution_of_Tourism_in_Iran_An_Input-output_Approach)

## پیوست ۱

### زیرشاخص ها و معیارهای شاخص توسعه گردشگری و سفر (TTDI)

تعداد (الف) محیط توانمند ساز	تعداد و تاب آوری بازار کار
محور ۱: محیط کسب و کار	۴.۹. برابری فرصت های نیروی کار
۱.۱. قوانین و مقررات	۴.۱۰. رعایت حقوق کارگران
۲.۲. مسئولیت قوانین و مقررات دولتی	۴.۱۱. مشارکت نیروی کار زنان
۱.۳. تضمین ثبات و پایداری سیاست های دولت	۴.۱۲. پوشش خدمات تامین اجتماعی
۱.۴. جهانی شدن مبادلات مالی	۴.۱۳. هزینه های تامین اجتماعی
۱.۵. جهانی شدن تجارت	<b>محور ۵: آمادگی فناوری اطلاعات و ارتباطات</b>
۱.۶. دسترسی بنگاه های کوچک و متوسط به منابع مالی	۵.۱. تعداد کاربران اینترنت
<b>محور ۲: امینی و امنیت</b>	۵.۲. اینترنت دارای پهنای باند مناسب
۲.۱. اعتماد به پلیس محلی	۵.۳. تعداد مشترکان موبایل دارای پهنای باند مناسب
۲.۲. پیاده روی تنها بدون ترس در شب	۵.۴. پوشش شبکه موبایل 
۲.۳. نرخ خودکشی	۵.۵. استفاده از پرداخت دیجیتال
۲.۴. شاخص گردشگری جهانی	۵.۶. استفاده از پلات فرم ها برای تامین خدمات حمل و نقل و خدمات بندرگاهی
۲.۵. مرگ و میر، خشونت های سازمان یافته	۵.۷. استفاده از پلات فرم برای ارائه خدمات هتل، رستوران و اوقات فراغت
<b>محور ۳: بهداشت و سلامت</b>	۵.۸. قطع و وصل شدن و تلفات برق
۳.۱. تعداد پزشکان	<b>بعد ب) سیاست های گردشگری و سفر و شرایط توانمند ساز</b>
۳.۲. دسترسی به بهداشت اساسی	<b>محور ۶: اولویت بندی گردشگری و سفر</b>
۳.۳. دسترسی به آب شرب کافی	۶.۱. مخارج دولت در گردشگری و سفر
۳.۴. تراکم تخت های بیمارستانی	۶.۲. یکپارچگی داده ها و اطلاعات گردشگری و سفر
۳.۵. شیوع امراض مسری	۶.۳. به روز بودن داده ها و اطلاعات گردشگری و سفر
<b>محور ۴: منابع انسانی و بازار کار</b>	۶.۴. رتبه بندی استراتژی برند کشور
<b>صلاحیت نیروی کار</b>	<b>محور ۷: باز بودن و پذیرا بودن گردشگری و سفر</b>
۴.۱. نیروی کار با آموزش های ابتدایی	۷.۱. الزامات و ضوابط اخذ ویزا
۴.۲. نیروی کار با آموزش پیشرفته	۷.۲. تعداد موافقتنامه های حمل و نقل هوایی
۴.۳. کیفیت آموزش متوسطه	۷.۳. شاخص شهرت به مهمان نوازی
۴.۴. کیفیت آموزش پیشرفته	۷.۴. امتیاز اعتبار پاسپورت
<b>تحولات بازار کار</b>	<b>محور ۸: رقابت پذیری قیمت</b>
۴.۵. سازوکارهای استخدام و اخراج نیروی کار	۸.۱. رقابت پذیری قیمت
۴.۶. سهولت دستیابی به کارکنان ماهر در بازار کار	۸.۲. برابری قدرت خرید
۴.۷. تمهیدات کاری انعطاف پذیر	۸.۳. قیمت سوخت
۴.۸. مشارکت نیروی کار	۸.۴. قیمت اجاره کوتاه مدت



<b>محور ۱۴: منابع غیر تفرجی</b>	<b>بعد ج) زیرساخت ها و خدمات</b>
۱۴.۱. حضور مکان های دفتر مرکزی 2000Forbes Global	<b>محور ۹: زیرساخت های حمل و نقل هوایی</b>
۱۴.۲. وجود شهرهای جهانی	۹.۱. کارایی خدمات حمل و نقل هوایی
۱۴.۳. تعداد دانشگاه های برتر	۹.۲. کیلومتر صندلی در دسترس
۱۴.۴. تقاضای دیجتال گردشگری غیر تفرجی	۹.۳. تعداد خطوط هوایی فعال
<b>بعده) پایداری گردشگری و سفر</b>	۹.۴. ارتباطات فرودگاهی
<b>محور ۱۵: پایداری محیط زیست</b>	
<b>پایداری انرژی گردشگری و سفر</b>	<b>محور ۱۰: زیرساخت های جاده ای و بندری</b>
۱۵.۱. شدت انتشار گازهای گلخانه ای بخش گردشگری و سفر	۱۰.۱. کیفیت جاده ها
۱۵.۲. شدت انرژی بخش گردشگری و سفر	۱۰.۲. کارایی خدمات قطار
۱۵.۳. مصرف انرژی کم کربن بخش گردشگری و سفر	۱۰.۳. تراکم راه آهن
۱۵.۴. قوانین و مقررات انرژی های تجدید پذیر	۱۰.۴. کارایی خدمات حمل و نقل عمومی
۱۵.۵. قوانین و مقررات کارایی مصرف انرژی	۱۰.۵. کارایی خدمات بندری
<b>وضعیت محیط زیست و آلودگی ها</b>	<b>محور ۱۱: خدمات و زیرساخت های گردشگری</b>
۱۵.۶. غلظت ذرات معلق ۲.۵ میکرون	۱۱.۱. تراکم اتاق های هتل
۱۵.۷. شدت تنش آبی	۱۱.۲. تراکم رزو اجاره کوتاه مدت
۱۵.۸. گونه های در معرض تهدید فهرست سرخ اتحادیه حفاظت از طبیعت (IUCN)	۱۱.۳. بهره وری نیروی کار در هتل ها و رستوران ها
۱۵.۹. کاهش مساحت جنگل ها	۱۱.۴. میزان سرمایه گذاری سرمایه ای گردشگری و سفر
۱۵.۱۰. نسبت فاضلاب تصفیه شده	<b>بعد د) بعد منابع گردشگری و سفر</b>
۱۵.۱۱. پاکی و تمیز آب دریاها و اقیانوس ها	<b>محور ۱۲: منابع طبیعی</b>
<b>حفاظت از طبیعت</b>	۱۲.۱. تعداد مکان های میراث طبیعی جهانی
۱۵.۱۲. تعداد موافقتنامه های زیست محیطی امضاء شده	۱۲.۲. تعداد گونه های شناسایی شده
۱۵.۱۲. حفاظت موثر از طبیعت	۱۲.۳. مجموع مساحت اراضی حفاظت شده
۱۵.۱۳. پوشش نواحی حفاظت شده	۱۲.۴. تقاضای درخواست گردشگری برای مناطق طبیعی
۱۵.۱۵. میانگین نسبت نواحی حفاظت شده دارای تنوع زیستی کلیدی	۱۲.۵. تعداد مناطق اکولوژیکی آبی و خشکی
<b>محور ۱۶: اثرات اقتصادی - اجتماعی گردشگری و سفر</b>	<b>محور ۱۳: منابع فرهنگی</b>
۱۶.۱. اثرات گردشگری و سفر بر تولید ناخالص داخلی	۱۳.۱. تعداد نواحی میراث فرهنگی جهانی
۱۶.۲. تعداد شاغلین بخش گردشگری به کل شاغلین	۱۳.۲. میراث فرهنگی ناملموس و شفاهی
۱۶.۳. تعداد اشتغال با دستمزد بالا در بخش گردشگری و سفر	۱۳.۳. تعداد استادیوم های ورزشی بزرگ
۱۶.۴. نابرابری جنسیتی نیروی کار در بخش گردشگری و سفر	۱۳.۴. تقاضای گردشگری تفرجی و فرهنگی دیجیتال
محور ۱۷: پایداری تقاضای گردشگری	۱۳.۵. تعداد شهرهای خلاق یونسکو
۱۷.۱. طول اقامت گردشگران خارجی	
۱۷.۲. نوسانات فصلی ورود گردشگران بین المللی	
۱۷.۳. ازدحام و ورود گردشگران به نواحی جذاب فرهنگی	