



مرکز پژوهش‌های اقتصاد اسلامی ایران

# اقتصاد به زبان ساده

(شماره ۴۸)

## گردشگری و اقتصاد

تهیه شده در:

مرکز پژوهش‌های اقتصاد ایران

مرداد ماه ۱۳۹۹



## پیشگفتار

به منظور آشنایی هرچه بیشتر علاقمندان با مفاهیم اقتصادی و به‌کارگیری صحیح این موارد در تحلیل‌های اقتصادی، ایده تهیه و ارائه بروشورهایی با عنوان "اقتصاد به زبان ساده" در معاونت اقتصادی اتاق ایران طرح گردید و توسط مرکز پژوهش‌های اقتصادی به اجرا درآمد. نسخه پیش‌رو، چهل‌وهشتمین خروجی این ایده می‌باشد و به‌منظور بهبود نسخه‌های بعدی، در انتها یک فرم ارزیابی تهیه و تنظیم گردیده است که خواهشمندیم فرم مذکور را تکمیل و از طریق دبیر کمیسیون خود یا آدرس ایمیل [research-center@iccim.ir](mailto:research-center@iccim.ir) مرکز پژوهش‌ها را از نظرات ارزشمند خود آگاه سازید.

## گردشگری

بر اساس تعریف سازمان جهانی گردشگری (UNWTO)<sup>۱</sup>، گردشگری یک پدیده اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی است که مستلزم جابجایی افراد به کشورهای دیگر یا خارج از محیط معمول آنها با اهداف شخصی، تجاری یا حرفه‌ای می‌باشد. فعالیت‌های این افراد که بازدیدکنندگان<sup>۲</sup> نامیده می‌شوند و ممکن است ساکن<sup>۳</sup> یا غیرساکن<sup>۴</sup> باشند، ذیل گردشگری قرار می‌گیرد.<sup>۵</sup>

## اهمیت بخش گردشگری در اقتصاد

تحقق رشد اقتصادی همراه با تغییر و تحولات کیفی و در یک کلام "توسعه اقتصادی"، همواره مورد توجه اقتصاددانان و سیاستگذاران کشورها بوده است. در همین ارتباط یکی از سازوکارهای

<sup>1</sup> World Tourism Organization (UNWTO)

<sup>2</sup> Visitors

بازدیدکنندگان (بومی یا خارجی)، مسافرانی هستند که برای مسافرت به مقصد اصلی، از محیط معمول خود در راستای اهدافی شغلی، فراغتی یا دیگر اهداف شخصی، برای مدت کمتر از یکسال خارج می‌شوند (UNWTO).

<sup>3</sup> Residents

<sup>4</sup> Non-Residents

<sup>5</sup> <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms>



توسعه مورد توافق ملل جهان، بخش سفر و گردشگری است. این بخش که به یکی از حوزه‌های کسب و کار تبدیل شده از ظرفیت‌های بالایی در راستای خلق آثار مطلوب اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی و به بیان دیگر تحقق اهداف توسعه پایدار، برخوردار است. بررسی‌ها حاکی از آن است که اگر سفر و گردشگری به صورت موثر به کار گرفته شود می‌تواند به نیرویی در جهت افزایش صادرات، جذب سرمایه‌گذاری، تقویت تولید ناخالص داخلی و ایجاد اشتغال و به طور کلی موفقیت اقتصادی در کشورهای در حال توسعه و توسعه‌یافته تبدیل گردد (خیری، ۱۳۹۰). از همین رو می‌توان گفت در دنیای امروز، گردشگری یک فرصت مهم اقتصادی است که دولت‌ها می‌توانند از ظرفیت‌های آن در راستای دستیابی به اهداف خود از جمله کسب درآمدهای ارزی، افزایش رشد اقتصادی، کاهش بیکاری و غیره استفاده نمایند. (بولتن اتاق ایران، ۱۳۹۸).

### تصویری از تاثیر گردشگری بر اقتصاد جهانی

به گزارش سازمان جهانی گردشگری (UNWTO)، در سال ۲۰۱۹، تعداد گردشگران بین‌المللی با ۴ درصد رشد نسبت به سال قبل (۵۱ میلیون نفر بیشتر)، به حدود ۱.۵ میلیارد نفر رسیده است. به طور خلاصه می‌توان گفت گردشگران بین‌المللی با ورود به کشورهای میزبان و صرف هزینه‌های اقامت، غذا، حمل و نقل، سوغات و غیره، اثراتی به طور عام بر اقتصاد جهان و به طور خاص بر اقتصاد کشورهای میزبان خواهند گذاشت. از همین رو و به منظور آشنایی با ظرفیت‌های اقتصادی سفر و گردشگری، در ادامه آثار آن بر اقتصاد جهان مورد بررسی قرار خواهد گرفت.

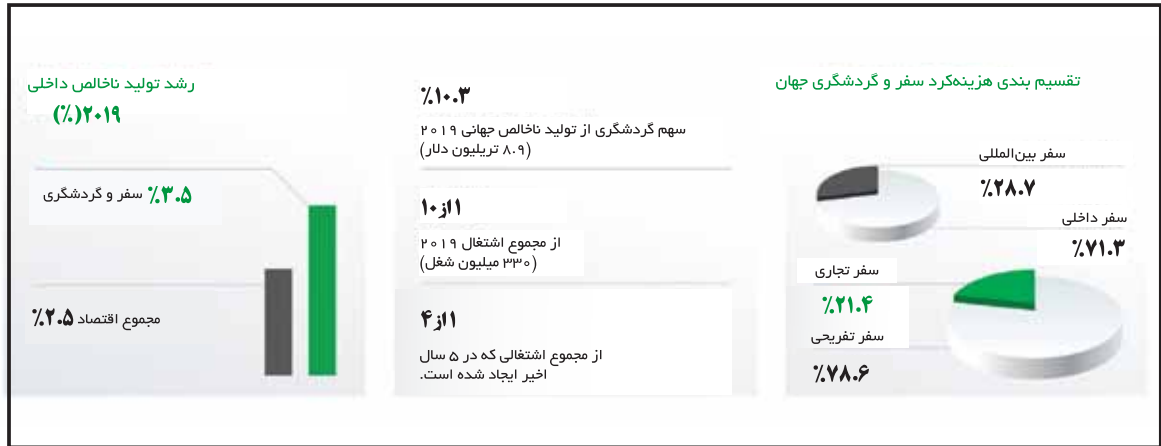
به منظور بررسی آثار فوق‌الذکر می‌توان به دسته‌بندی اثرات گردشگری بر اقتصاد از نظر شورای سفر و گردشگری (WTTC)<sup>۱</sup>، اشاره داشت. این شورا که در ۳۰ سال گذشته شواهدی مبنی بر تاثیرات اقتصادی و اشتغال‌زایی سفر و گردشگری در بین ۱۸۵ کشور جهان را مورد بررسی قرار

<sup>1</sup> World Travel & Tourism Council (WTTC)



داده است، چنین بیان می‌کند که بخش سفر و گردشگری از طریق اثر بر تولید ناخالص داخلی (GDP) و اشتغال می‌تواند اقتصاد کشورها را تحت تاثیر قرار دهد.<sup>۱</sup>

### شکل ۱. آثار اقتصادی سفر و گردشگری در سال ۲۰۱۹



<sup>۱</sup> این آثار شامل اثرات مستقیم، غیرمستقیم و القایی می‌باشند که در مجموع اثر کل سفر و گردشگری را تشکیل می‌دهند. **آثار مستقیم:** شامل اثراتی است که به طور مستقیم منجر به تغییر تولید ناخالص داخلی و اشتغال می‌شوند. اثر مستقیم سفر و گردشگری بر تولید ناخالص داخلی: این اثر شامل تولید ناخالص داخلی ایجاد شده توسط صنایعی که به طور مستقیم در ارتباط با گردشگران قرار دارند، از جمله هتل‌ها، آژانس‌های مسافرتی، خطوط هوایی و سایر خدمات حمل و نقل مسافر، می‌باشد. اثر مستقیم سفر و گردشگری بر اشتغال برابر است با تعداد مشاغلی که مستقیماً از طریق این صنعت ایجاد شده‌اند. **آثار غیرمستقیم:** شامل هزینه‌هایی است که به طور غیرمستقیم بر تولید ناخالص داخلی و اشتغال اثر می‌گذارند؛ **آثار القایی:** مشاغل و تولید ناخالص داخلی ایجاد شده از طریق مخارج مستقیم و غیرمستقیم افرادی که در بخش سفر و گردشگری مشغول به فعالیت هستند؛ **اثر کل:** این اثر شامل مجموع آثار مستقیم، غیرمستقیم و القایی سفر و گردشگری بر تولید ناخالص داخلی و اشتغال می‌باشد.

<sup>۲</sup> این اطلاعات شامل اثرات مستقیم، غیرمستقیم و القایی سفر و گردشگری می‌باشند.



همان‌طور که در شکل شماره ۱ قابل ملاحظه است بر اساس آخرین برآوردهای شورای سفر و گردشگری در سال ۲۰۱۹، بخش گردشگری با رشد ۳.۵ درصد، برای نهمین سال متوالی از رشد اقتصاد جهانی (۲.۵٪) پیشی گرفته و منجر به ایجاد ۳۳۰ میلیون شغل (۱ شغل از هر ۱۰ شغل) در سطح جهان شده است.

این بخش همچنین، در حدود ۱.۷ تریلیون دلار به صادرات<sup>۱</sup> (۶.۸٪ از کل صادرات: ۲۸.۳٪ از صادرات خدمات جهانی) و حدود ۹۴۸ میلیارد دلار (۴.۳٪ کل سرمایه‌گذاری) به سرمایه‌گذاری در سطح جهان در سال ۲۰۱۹ کمک کرده است.

برآوردهای شورای مزبور همچنین حاکی از آن است که بخش گردشگری، بعد از بخش‌های ارتباطات و خدمات مالی، حائز رتبه سوم از نظر رشد تولید ناخالص داخلی در میان سایر بخش‌های اقتصادی شده است (جدول ۱).

جدول ۱. رشد تولید ناخالص داخلی بخش‌های اقتصادی ۲۰۱۹ (درصد)

بخش	درصد رشد
ارتباطات و اطلاعات	۴.۸٪
خدمات مالی	۳.۷٪
<b>سفر و گردشگری</b>	<b>۳.۵٪</b>
سلامت	۳.۰٪
خرده و عمده فروشی	۲.۴٪
کشاورزی	۲.۳٪
ساخت و ساز	۲.۱٪
صنعت (ساخت)	۱.۷٪

Source: WTTC, 2020

<sup>۱</sup>مخارجی که توسط گردشگران خارجی در یک کشور برای کار، تفریح و حمل‌ونقل هزینه می‌شود صادرات بازدیدکننده نام دارد که از اجزاء کلیدی اثر مستقیم سفر و گردشگری به حساب می‌آید. این مخارج به صورت درصدی از صادرات کل نیز نشان داده می‌شود.



- در سال ۲۰۱۹، در میان مناطق مختلف اقتصادی، بیشترین رشد تولید ناخالص داخلی سفر و گردشگری، متعلق به آسیای شمال شرقی (با ۶.۴٪ رشد) بوده است و خاورمیانه (۵.۳٪) آسیای جنوبی (۴.۶٪) و آسیای جنوب شرقی (۴.۶٪) نیز به ترتیب در جایگاه‌های بعدی قرار گرفته‌اند (جدول ۲).

جدول ۲. عملکرد منطقه‌ای سفر و گردشگری سال ۲۰۱۹

منطقه	مجموع GDP میلیارد دلار	درصد از کل GDP	رشد GDP سفر و گردشگری (درصد)
خاورمیانه	۲۴۵	۸.۶٪	۵.۳٪
آسیای شمال شرقی	۲۱۰۰	۹.۸٪	۶.۴٪
آسیای جنوبی	۲۳۴	۶.۶٪	۴.۶٪
آسیای جنوب شرقی	۳۸۰	۱۲.۱٪	۴.۶٪
اقیانوسیه	۱۹۷	۱۱.۷٪	۱.۲٪
آمریکای شمالی	۲۱۰۰	۸.۸٪	۲.۳٪
کارائیب	۵۹	۱۳.۹٪	۳.۴٪
اروپا	۲۰۰۰	۹.۱٪	۲.۴٪
آمریکای لاتین	۲۹۹	۸.۸٪	۱.۶٪
آفریقا	۱۶۸	۷.۱٪	۲.۲٪

Source: WTTC, 2020

- همانطور که در جدول (۳)، قابل ملاحظه است در میان ۲۰ کشور<sup>۱</sup> با بالاترین میزان تولید ناخالص داخلی سفر و گردشگری:

✓ کشورهای عربستان سعودی، ترکیه و چین به ترتیب با رشد ۱۴، ۱۰.۱، ۹.۳ درصد بیشترین رشد تولید ناخالص داخلی سفر و گردشگری را در سال ۲۰۱۹ به خود

<sup>۱</sup> در این جدول از بین ۲۰ کشور، چهار کشور شامل آلمان، انگلستان، کانادا و کره جنوبی از جدول حذف شده‌اند.



اختصاص داده‌اند و رشد آنها حتی از رشد ۳٫۵ درصدی تولید ناخالص داخلی جهان نیز بیشتر بوده است.

✓ بیشترین میزان اشتغال ایجاد شده توسط بخش سفر و گردشگری نیز در کشورهای چین، هند و آمریکا به ترتیب با ۷۹٫۸، ۳۹٫۸ و ۱۶٫۸ میلیون شغل، رخ داده است.

جدول ۳. سهم سفر و گردشگری در تولید ناخالص داخلی - سال ۲۰۱۹

رتبه	کشور	مجموع GDP سفر و گردشگری (میلیارد دلار)	سهم سفر و گردشگری از GDP کل اقتصاد (%)	رشد GDP سفر و گردشگری (%)	سهم سفر و گردشگری از اشتغال کل (%)
۱	آمریکا	۱۸۳۹	۸٫۶	۲٫۳	۱۰٫۷
۲	چین	۱۵۸۵	۱۱٫۳	۹٫۳	۱۰٫۳
۳	ژاپن	۳۵۹	۷	۱٫۶	۸
۵	ایتالیا	۲۶۰	۱۳	۲٫۲	۱۴٫۹
۷	فرانسه	۲۲۹	۸٫۵	۱٫۹	۹٫۴
۸	اسپانیا	۱۹۸	۱۴٫۳	۱٫۸	۱۴٫۶
۹	مکزیک	۱۹۶	۱۵٫۵	۱٫۸	۱۳٫۳
۱۰	هند	۱۹۴	۶٫۸	۴٫۹	۸
۱۱	استرالیا	۱۵۰	۱۰٫۸	۰٫۸	۱۲٫۸
۱۲	برزیل	۱۴۰	۷٫۷	۳	۷٫۹
۱۴	تایلند	۱۰۷	۱۹٫۷	۱٫۸	۲۱٫۴
۱۵	فیلیپین	۹۱	۲۵٫۳	۸٫۶	۲۴٫۱
۱۶	ترکیه	۸۵	۱۱٫۳	۱۰٫۱	۹٫۴
۱۷	روسیه	۸۴	۵	۰٫۶	۵٫۶
۱۸	عربستان سعودی	۷۳	۹٫۵	۱۴	۱۱٫۲
۲۰	اندونزی	۶۴	۵٫۷	۳٫۶	۹٫۷

Source: WTTC, 2020



در نهایت لازم به اشاره است در طول ۵ سال گذشته یک شغل از هر چهار شغل جدید، توسط گردشگری خلق شده است که خود حاکی از نقش موثر این بخش در زمینه‌ی حل معضل بیکاری و اهمیت آن برای دولت می‌باشد. در یک کلام می‌توان گفت سال ۲۰۱۹، برای صنعت سفر و گردشگری در سطح جهان، سالی سرشار از رشد قدرتمند بوده و نقش این صنعت به‌عنوان محرک‌کننده رشد اقتصادی و خلق شغل در سال مذکور، تقویت شده است.<sup>۱</sup>

## رقابت پذیری در صنعت سفر و گردشگری

با توجه به اینکه سفر و گردشگری می‌تواند دستاوردهای بزرگ اقتصادی از جمله افزایش تولید ناخالص ملی، ایجاد فرصت‌های قابل توجه شغلی و توسعه یافتگی در مناطق دورافتاده و کمتر توسعه یافته‌تر را رقم بزند، از همین رو طی سال‌های اخیر، تعداد قابل توجهی از کشورهای دنیا در صدد بالا بردن توان رقابتی خود در حوزه گردشگری برآمده و موضوع گردشگری را به یکی از اولویت‌های اصلی در سیاستگذاری‌های خود تبدیل کرده‌اند. در همین راستا و با توجه به اهمیت موضوع گردشگری برای اقتصاد جهانی، طی سال‌های اخیر، مجمع جهانی اقتصاد هر دو سال یک بار، گزارشی جامع از وضعیت توان رقابتی کشورها در حوزه سفر و گردشگری منتشر می‌کند.

---

<sup>۱</sup> لازم به ذکر است که در حال حاضر با شیوع کووید - ۱۹، شورای سفر و گردشگری پیش‌بینی نموده است که از ۳۳۰ میلیون شغل ایجاد شده توسط گردشگری در سال ۲۰۱۹، در حدود ۱۰۰ میلیون شغل در این حوزه از بین خواهد رفت (افت ۳۱ درصدی) و این ۵ برابر بیشتر از آسیب بحران اقتصادی در سال ۲۰۰۸ می‌باشد. همچنین در حالی که تولید ناخالص داخلی سفر و گردشگری در سال ۲۰۱۹، ۱۰.۳ درصد از تولید ناخالص اقتصاد جهانی را تشکیل داده بود (۸.۹ تریلیون دلار)، تولید ناخالص سفر و گردشگری در اثر کرونا، با افت ۳۰ درصد به ۲.۷ تریلیون دلار خواهد رسید. پیش‌بینی‌ها حاکی از آن است که نرخ بیکاری جهان به طور مستقیم از ناحیه از دست رفتن مشاغل در صنعت سفر و گردشگری، ۲.۹ درصد افزایش می‌یابد (WTTC, 28/4/2020).





در این گزارش نقاط قوت و ضعف کشورها در حوزه‌های مختلف گردشگری مورد ارزیابی قرار می‌گیرد.<sup>۱</sup>

در آخرین گزارش رقابت‌پذیری سفر و گردشگری، توان رقابتی ۱۴۰ کشور دنیا از لحاظ سفر و گردشگری در سال ۲۰۱۹ در چهار زیرشاخص اصلی توانمندسازی محیط<sup>۲</sup>؛ سیاست‌های سفر و گردشگری و شرایط توانمندسازی<sup>۳</sup>؛ زیرساخت‌ها<sup>۴</sup>؛ منابع طبیعی و فرهنگی<sup>۵</sup> که خود شامل ۱۴ رکن<sup>۶</sup> می‌باشند، اندازه‌گیری شده است.

- **توانمندسازی محیط:** این زیر شاخص به ارزیابی مجموعه عوامل محیطی موثر بر اداره گردشگری در کشور می‌پردازد و شامل رکن‌های محیط کسب‌وکار، ایمنی و امنیت، بهداشت و سلامت، منابع انسانی و بازار کار و در نهایت زیرساخت‌های ICT می‌باشد.

- **سیاست‌های گردشگری:** این زیرشاخص که شامل اولویت‌دهی به سفر و گردشگری، باز بودن بین‌المللی، رقابت‌پذیری قیمت‌ها و پایداری زیست‌محیطی است مبتنی بر شرایط و چارچوب قانونی گردشگری می‌باشد.

- **زیرساخت‌ها:** این زیرشاخص، دسترسی و کیفیت زیرساخت‌های فیزیکی صنعت گردشگری شامل زیرساخت‌های حمل‌ونقل هوایی، زیرساخت‌های زمینی و بندری، زیرساخت‌های خدمات گردشگری را مورد بررسی قرار می‌دهد.

<sup>۱</sup> این گزارش، ابزار ارزشمندی است برای کمک به سیاستگذاران دولتی، شرکت‌های گردشگری و سایر حوزه‌های وابسته به صنعت گردشگری جهت رسیدن به فهم درست از شرایط حاکم بر این صنعت، شناخت تهدیدات و ریسک‌های موجود و سازگار کردن سیاست‌ها و رفتارها به منظور تضمین رشد پایدار صنعت گردشگری در کشورهای متبوع خود می‌باشد.

<sup>۲</sup> Enabling Environment

<sup>۳</sup> Travel & Tourism Policy and Enabling Conditions

<sup>۴</sup> Infrastructure

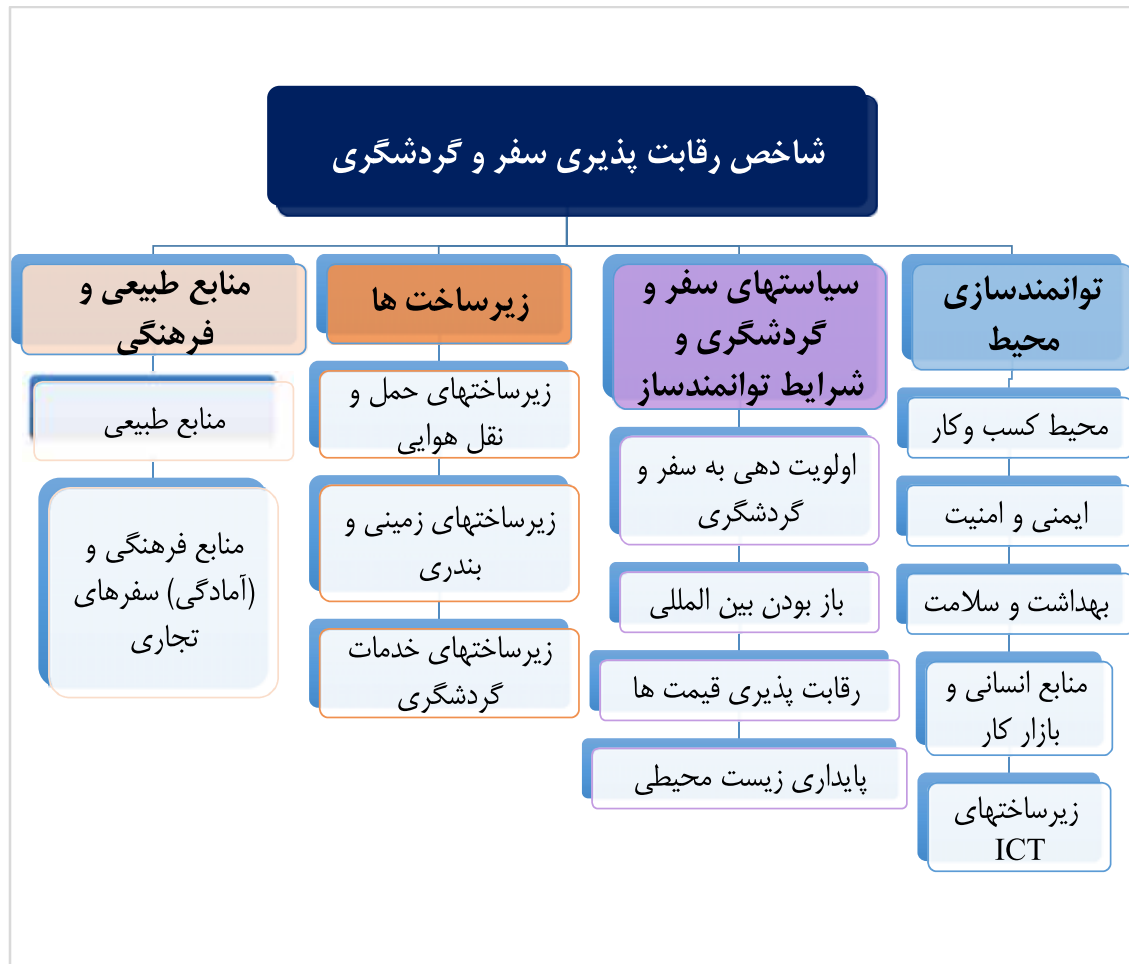
<sup>۵</sup> Natural and Cultural Resources

<sup>۶</sup> لازم به ذکر است این ۱۴ رکن متشکل از ۹۰ نامگر می‌باشند (گزارش رقابت‌پذیری، ۲۰۱۹).



- **منابع طبیعی و فرهنگی:** این زیرشاخص که دلایل اصلی سفر را مد نظر قرار می‌دهد شامل رکن "منابع طبیعی" و رکن "منابع فرهنگی و (آمدگی) سفرهای تجاری" می‌باشد (شکل ۲).

شکل ۲. چارچوب شاخص رقابت‌پذیری سفر و گردشگری - سال ۲۰۱۹



Source: The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019

بر اساس اطلاعات مندرج در گزارش مزبور، در سال ۲۰۱۹ اسپانیا، فرانسه، آلمان، به ترتیب رتبه‌های اول تا سوم را در شاخص رقابت‌پذیری سفر و گردشگری به خود اختصاص داده‌اند. همچنین کشورهای لیبی، چاد و یمن نیز به ترتیب در رتبه‌های ۱۳۸ تا ۱۴۰ و در جایگاه ضعیف-ترین کشورها به لحاظ توان رقابتی در گردشگری قرار دارند (جدول ۴).

جدول ۴. رتبه ۳ کشور برتر و بدتر در زیرشاخص‌های رقابت‌پذیری سفر و گردشگری - سال ۲۰۱۹

رتبه رقابت‌پذیری	کشور	توانمندسازی محیطی	سیاست‌های سفر و گردشگری	زیرساخت‌ها	منابع طبیعی و فرهنگی
۱	اسپانیا	۳۳	۱۰	۴	۳
۲	فرانسه	۲۸	۲۳	۱۱	۲
۳	آلمان	۶	۱۹	۷	۸
۱۳۸	لیبی <sup>۱</sup>	۱۲۹	۱۳۸	۱۳۵	۱۳۸
۱۳۹	چاد <sup>۲</sup>	۱۴۰	۱۳۷	۱۳۹	۱۱۶
۱۴۰	یمن <sup>۳</sup>	۱۳۷	۱۳۹	۱۴۰	۱۳۳

Source: The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019

### بررسی وضعیت اقتصاد گردشگری در ایران

بررسی‌ها حاکی از آن است که ایران علی‌رغم برخورداری از جاذبه‌های طبیعی و تاریخی، نتوانسته از ظرفیت‌های بالای گردشگری خود، به‌عنوان یک عامل مهم توسعه اقتصادی استفاده کند. این در حالی است که با توجه به اتکای بیش از حد اقتصاد ایران به صادرات نفت خام و آسیب‌پذیری فراوان آن در اثر تغییرات قیمت نفت و سایر شوک‌های اقتصادی و غیر اقتصادی، توسعه صنعت گردشگری می‌تواند تا حدی از شکنندگی اقتصاد کشور بکاهد و سیاستگذاران اقتصادی را در فائق آمدن بر مشکلات جاری، از قبیل کمبود درآمدهای ارزی، پایین بودن صادرات غیرنفتی و مشکل بیکاری یاری نماید.

در ادامه اثرات سفر و گردشگری بر شاخص‌های اقتصاد کلان ایران و سپس توان رقابتی کشور در این حوزه و نیز مقایسه با کشورهای منتخب (شامل کشورهای گرجستان، قطر، امارات و ترکیه)، مورد بررسی قرار خواهد گرفت.

<sup>1</sup> Liberia

<sup>2</sup> Chad

<sup>3</sup> Yemen



## الف) اثرات سفر و گردشگری بر شاخص‌های اقتصاد کلان ایران

### - اثر سفر و گردشگری بر تولید ناخالص داخلی و اشتغال

**اثر کل:** بر اساس آخرین گزارش شورای جهانی سفر و گردشگری، در سال ۲۰۱۹ سفر و گردشگری با ارزش افزوده ۳۲.۳ میلیارد دلار، سهمی معادل ۶.۸ درصد از تولید ناخالص داخلی کشور را به خود اختصاص داده است. میزان اشتغال ایجاد شده توسط سفر و گردشگری در این سال نیز، حدود ۱.۷ میلیون شغل بوده است که این رقم سهمی بیش از ۷.۳ درصد از کل اشتغال کشور را تشکیل می‌دهد (جدول ۵).

جدول ۵. اثر سفر و گردشگری بر تولید ناخالص داخلی و اشتغال ایران - سال ۲۰۱۹

اثر کل بر GDP	اثر مستقیم بر GDP	اثر کل بر اشتغال	اثر مستقیم بر اشتغال	
۳۲.۳۱ (میلیارد دلار)	۱۱.۷۹ (میلیارد دلار)	۱۷۳۴.۷۲ (هزار شغل)	۵۶۹.۹۷ (هزار شغل)	اثر اثر مستقیم بر اشتغال
٪-۵.۴	٪-۵.۴	۳٪.۲	٪۴.۲۱	نرخ رشد
٪۶.۸	٪۲.۴۸	۷٪.۳	٪۲.۳۸	درصد از کل

Source: <https://tool.wttc.org/>

**اثر مستقیم:** میزان کمک مستقیم گردشگری به تولید ناخالص داخلی کشور برابر با ۱۱.۷۹ میلیارد دلار (۲.۴۸ درصد از تولید ناخالص داخلی) بوده است. در این سال، سفر و گردشگری به‌طور مستقیم ۵۶۹ هزار و ۹۷۰ شغل در ایران ایجاد کرده است که این میزان اشتغال سهمی معادل ۴.۲۱ درصدی از کل اشتغال کشور را پوشش داده است (جدول ۵).

### - اثر سفر و گردشگری بر سرمایه‌گذاری

میزان سرمایه‌گذاری در بخش سفر و گردشگری ایران در سال ۲۰۱۹ برابر با ۳.۱۱ میلیارد دلار معادل ۳.۹٪ از سرمایه‌گذاری کل بوده است (جدول ۶).

جدول ۶. اثر سفر و گردشگری بر سرمایه‌گذاری ایران - سال ۲۰۱۹

ایران	میلیارد دلار	نرخ رشد	درصد از کل سرمایه‌گذاری
سرمایه‌گذاری	۳.۱۱	۶.۸ - %	۳.۹ %

Source: <https://tool.wttc.org/>

### - صادرات بازدیدکنندگان<sup>۱</sup>

در سال ۲۰۱۹، ایران ۶.۲۶ میلیارد دلار صادرات بازدیدکننده (بازدیدکنندگان خارجی) جذب کرده است که این رقم در حدود ۸.۰۲٪ از کل صادرات کشور را تشکیل داده است (جدول ۷).

جدول ۷. اثر سفر و گردشگری بر صادرات بازدیدکنندگان ایران - سال ۲۰۱۹

ایران	میلیارد دلار	نرخ رشد	درصد از کل صادرات
صادرات بازدیدکنندگان (مخارج خارجی)	۶.۲۶	۸.۶ - %	۸.۰۲ %

Source: <https://tool.wttc.org/>

### - مخارج سفرهای داخلی و بین‌المللی:

اگر مخارج سفر (پولی که گردشگران در کشور میزبان خرج می‌کنند) را بر حسب نوع مسافر (داخلی یا بین‌المللی) در نظر بگیریم در سال ۲۰۱۹، گردشگران داخلی ۷۵٪ و در مقابل

<sup>1</sup> Visitor Exports (Foreign Spending)

گردشگران بین‌المللی (مسافران ورودی)، تنها ۲۵٪ از کل مخارج سفر و گردشگری کشور را به خود اختصاص داده‌اند (شکل ۳).

### - مخارج سفرهای تفریحی و تجاری

اگر مخارج سفر را بر حسب نوع سفر در نظر بگیریم برآوردهای شورای سفر و گردشگری حاکی از این است که در سال ۲۰۱۹، مخارج سفرهای تفریحی به میزان ۲۴۰۰۱ میلیارد دلار و مخارج سفرهای تجاری ۱۰۵۲۶ میلیارد دلار بوده شده است. بر این اساس می‌توان گفت ۹۴ درصد از کل مخارج سفر در کشور، متعلق به سفرهای تفریحی و تنها ۶ درصد از آن مربوط به سفرهای تجاری بوده است (شکل ۳).

شکل ۳. انواع مخارج سفر و گردشگری در ایران - سال ۲۰۱۹



Source: WTTC, 2020

### - مقایسه ایران با کشورهای منتخب

به‌منظور ترسیم موقعیت کشور در حوزه گردشگری لازم است تصویر روشنی از جایگاه ایران در بین کشورهای منتخب ارائه شود. در آخرین گزارش رقابت‌پذیری جهانی سفر و گردشگری در سال ۲۰۱۹، امارات متحده عربی، ترکیه و قطر با رتبه ۳۳، ۴۳ و ۵۱ سه کشور اول منطقه در بین ۱۴۰ کشور مورد

بررسی مجمع جهانی اقتصاد می‌باشند. همچنین با توجه به آنکه بر اساس داده‌های منتشر شده از سوی شورای سفر و گردشگری (۲۰۱۹)، کشور گرجستان در بین ۲۷ کشور سند چشم‌انداز، دارای رتبه نخست در هر دوی آثار مستقیم سفر و گردشگری بر تولید ناخالص داخلی و نیز اشتغال بوده است، لذا این کشور نیز به‌عنوان چهارمین کشور برای بررسی و مقایسه با ایران در نظر گرفته شده است.

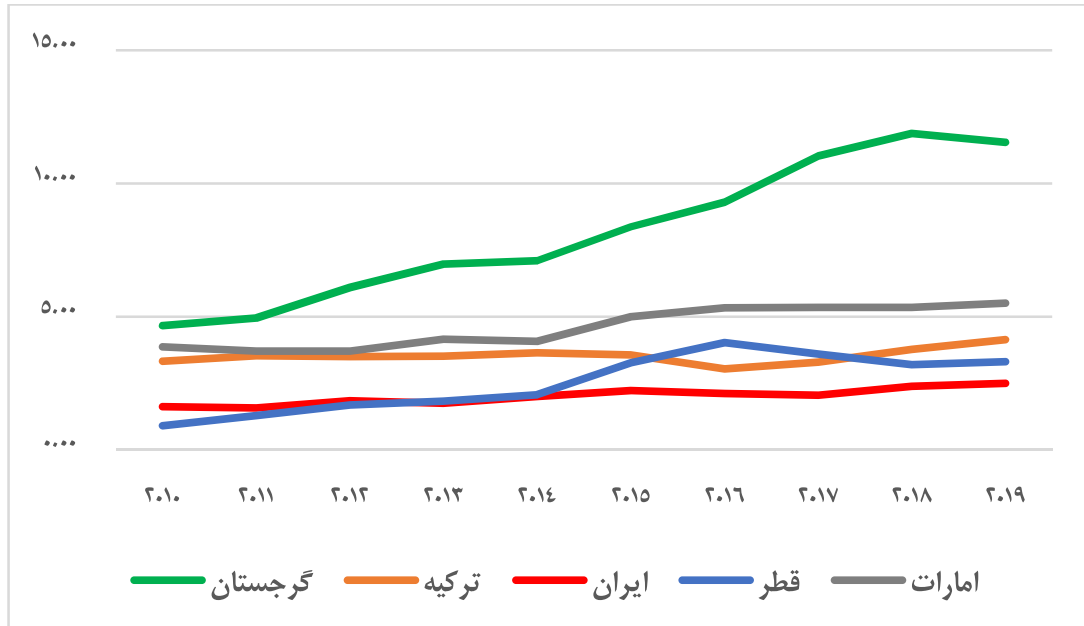
**جدول ۱۰. مقایسه وضعیت کشورهای منتخب در برخی شاخص‌های اقتصادی سفر و گردشگری ۲۰۱۹-درصد**

رتبه	کشور	سهم مستقیم از GDP	سهم کلی از GDP	سهم مستقیم از اشتغال	سهم کلی از اشتغال	سهم از سرمایه‌گذاری	سهم صادرات بازدیدکننده از کل صادرات
۱	گرجستان	۱۱.۵۵	۲۶.۳	۱۰.۹۲	۲۷.۷	۴.۸	۳۹
۲	امارات	۵.۵۱	۱۱.۹	۵.۲۴	۱۱.۱	۹.۳	۹.۹
۳	قطر	۳.۳۱	۹.۱	۵.۱۶	۱۱.۸	۲.۷	۱۳.۴
۴	ترکیه	۴.۱۳	۱۱.۳	۳.۰۵	۹.۴	۵.۴	۱۷.۵
۵	ایران	۲.۴۸	۶.۸	۲.۳۸	۷.۳	۳.۹	۸

Source: <https://tool.wttc.org/>

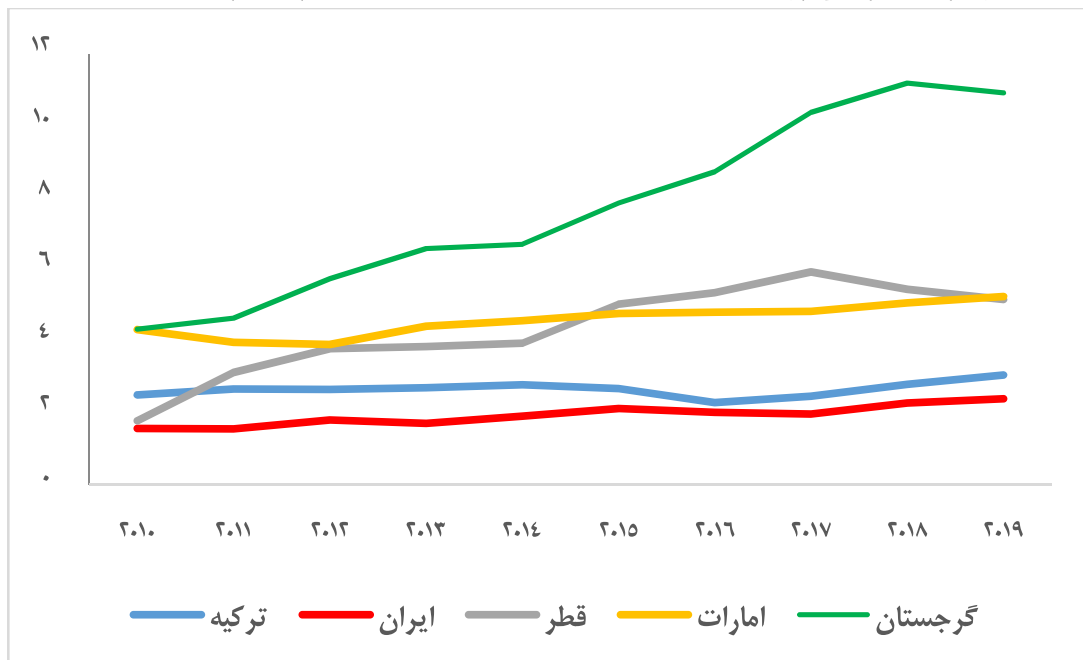
همان‌گونه که در جدول ۱۰ ملاحظه می‌شود سهم اقتصاد ایران از آثار گردشگری در سال ۲۰۱۹، در مقایسه با هر چهار کشور منتخب کمتر است. این موضوع در خصوص تاثیر گردشگری روی تولید ناخالص داخلی و اشتغال کشورهای فوق‌الذکر در نمودارهای ۱ و ۲ قابل ملاحظه می‌باشد.

نمودار ۱. بررسی روند اثر مستقیم گردشگری بر تولید ناخالص داخلی - درصد از GDP



Source: <https://tool.wttc.org/>

نمودار ۲. بررسی روند اثر مستقیم گردشگری بر اشتغال - درصد از اشتغال کل



Source: <https://tool.wttc.org/>



## ب) وضعیت ایران در شاخص رقابت‌پذیری سفر و گردشگری

بر اساس آخرین گزارش مجمع جهانی اقتصاد (۲۰۱۹)، ایران به لحاظ رقابت‌پذیری سفر و گردشگری، در بین ۱۴۰ کشور جهان در جایگاه ۸۹ قرار دارد. هرچند جایگاه ایران در سال ۲۰۱۹ نسبت به سال ۲۰۱۷، چهار پله بهبود یافته، اما کشورمان به لحاظ رقابت‌پذیری در این حوزه، با امتیاز ۳.۵ از ۷، همچنان در جایگاه نزدیکی به کشورهایمانند کنیا، اردن و تونس قرار دارد.

بررسی چهار زیرشاخص رقابت‌پذیری سفر و گردشگری نشان می‌دهد در سال ۲۰۱۹، ایران، در زیرشاخص "منابع طبیعی و فرهنگی" (۱۵۷ام) بهترین و در زیرشاخص "سیاست‌های سفر و گردشگری" (۱۰۰ام)، بدترین رتبه را کسب‌وکار کرده است و در جایگاه ضعیفی قرار دارد. در زیرشاخص‌های "توانمندسازی محیط" و "زیرساخت‌ها" نیز به ترتیب ۸۳ امین کشور و ۹۴ امین کشور از میان ۱۴۰ کشور مورد بررسی بوده است.

لازم به ذکر است در سال ۲۰۱۹ نسبت به سال ۲۰۱۷، رتبه کشورمان در میان رکن‌های ۱۴ گانه‌ی شاخص رقابت‌پذیری و گردشگری (به جز در ۳ رکن) بهبود یافته است (جدول ۱۱).

جدول ۱۱. رتبه ایران در شاخص رقابت‌پذیری سفر و گردشگری - سال ۲۰۱۹

تغییر	۲۰۱۹	۲۰۱۷	رکن	زیرشاخص
تضعیف	۱۲۱	۷۹	محیط کسب و کار	توانمندسازی محیط (رتبه ۸۳)
بهبود	۷۴	۷۸	ایمنی و امنیت	
بهبود	۸۹	۹۳	سلامت و بهداشت	
بهبود	۱۰۰	۱۰۵	منابع انسانی و بازار نیروی کار	
بهبود	۷۹	۹۴	زیرساخت‌های ICT	
بهبود	۱۱۵	۱۱۷	اولیوت‌بخشی به سفر و گردشگری	سیاست‌های سفر و گردشگری (رتبه ۱۰۰)
تضعیف	۱۱۸	۱۰۹	باز بودن بین‌المللی	
-	۱	۱	رقابت‌پذیری قیمتی	
بهبود	۱۰۷	۱۱۹	پایداری محیطی	
بهبود	۸۶	۸۹	زیرساخت‌های حمل‌ونقل هوایی	زیرساخت‌ها

تغییر	۲۰۱۹	۲۰۱۷	رکن	زیرشاخص (رتبه ۹۴)
تضعیف	۷۹	۷۵	زیرساخت‌های زمینی و بندر	
بهبود	۱۰۸	۱۱۶	زیرساخت خدمات گردشگری	
بهبود	۹۹	۱۰۰	منابع طبیعی	منابع طبیعی و فرهنگی (رتبه ۵۷)
بهبود	۳۳	۳۸	سفر تجاری و منابع فرهنگی	

Source: WEF, 2017 & 2019.

بهترین رتبه کشور در رکن‌های مزبور، مربوط به رکن "رقابت‌پذیری قیمت‌ها" است که نسبت به سال قبل تغییری نداشته و همچنان رتبه اول جهان، متعلق به ایران بوده است. بعد از آن نیز، رکن‌های "سفر تجاری و منابع فرهنگی" و "ایمنی و امنیت" بهترین رتبه را در میان سایر ارکان به خود اختصاص داده‌اند.

همچنین بیشترین بهبود رتبه ایران مربوط به رکن‌های زیرساخت‌های ICT و پایداری محیطی با صعود ۱۵ و ۱۲ پله‌ای در سال ۲۰۱۹ نسبت به سال ۲۰۱۷ بوده است و بدترین رتبه ایران متعلق به رکن محیط کسب‌وکار است که رتبه ایران در سال ۲۰۱۹ نسبت به سال ۲۰۱۷، ۴۲ پله تنزل یافته است. رکن‌های بازبودن بین‌المللی و زیرساخت‌های هوایی و زمینی نیز به ترتیب با کاهش ۹ پله‌ای و ۳ پله‌ای نسبت به سال ۲۰۱۷ مواجه شده‌اند.

در زمینه اولویت دادن دولت به صنعت سفر و گردشگری نیز ایران در رتبه ۱۱۵ قرار گرفته است که جایگاه مناسبی نبوده و آنرا به عنوان یکی از نقاط ضعف کشور در این صنعت می‌توان مطرح نمود.

### - رقابت‌پذیری ایران در مقایسه با کشورهای منتخب

مقایسه رتبه ایران با کشورهای منتخب (امارات، ترکیه، قطر و گرجستان)، در رقابت‌پذیری سفر و گردشگری نیز مؤید این نکته است که ایران در میان رقبای خود در منطقه از جایگاه پایین‌تری برخوردار است و راه طولانی برای به دست گرفتن بازار گردشگری در بین همسایگان موفق خود، پیش روی دارد (جدول ۱۲).

جدول ۱۲. رتبه جهانی کشورهای منتخب در شاخص رقابت‌پذیری سفر و گردشگری در سال‌های ۲۰۱۷ و ۲۰۱۹\*

تغییر رتبه	۲۰۱۹		کشورهای منتخب
	رتبه	نمره	
-۴	۲۹	۴.۴	امارات
+۱	۴۴	۴.۲	ترکیه
-۴	۴۷	۴.۱	قطر
+۲	۷۰	۳.۹	گرجستان
+۴	۹۳	۳.۵	ایران

\* رتبه در بین ۱۴۰ کشور در سال ۲۰۱۹ و ۱۳۶ کشور در سال

Source: WEF, 2017 & 2019

همچنین همان‌گونه که در جدول شماره ۱۳ مشاهده می‌شود ایران نسبت به چهار کشور منتخب، به‌جز در رکن‌های "رقابت‌پذیری قیمتی" و "سفر تجاری و منابع فرهنگی" در سایر ارکان تشکیل‌دهنده شاخص رقابت‌پذیری سفر و گردشگری از جایگاه مناسبی برخوردار نیست. در واقع ایران در رکن سفر تجاری و منابع فرهنگی و نیز رکن قیمتی به دلیل کاهش ارزش پول ملی دارای مزیت است. همچنین در رکن منابع طبیعی بعد از کشور ترکیه، در شرایط بهتری قرار دارد.

در عین حال با توجه به رتبه‌ی ۱۱۵ هم‌کشورمان در رکن اولویت‌بخشی به گردشگری و اینکه در این خصوص نسبت به کشورهای منتخب در شرایط بدتری قرار دارد، می‌توان چنین نتیجه گرفت که سیاستگذاران در کشورمان آنچنان که شایسته و بایسته است به بخش گردشگری توجه ندارند و این بخش در اولویت آنها نیست.

جدول ۱۳. رتبه کشورهای منتخب در ارکان شاخص رقابت‌پذیری سفر و گردشگری، ۲۰۱۹

زیرشاخص توانمندسازی محیط					کشورهای منتخب
ارکان					
آمادگی ICT	منابع انسانی و بازار نیروی کار	سلامت و بهداشت	ایمنی و امنیت	محیط کسب‌وکار	
۴	۲۶	۶۶	۷	۹	امارات متحده عربی
۷۱	۹۷	۶۵	۱۲۵	۷۱	ترکیه
۶۳	۵۴	۴۱	۲۵	۲۴	گرجستان
۷۹	۱۰۰	۸۹	۷۴	۱۲۱	ایران
زیرشاخص سیاست‌های سفر و گردشگری					کشورهای منتخب
ارکان					
پایداری محیطی	رقابت‌پذیری قیمتی	باز بودن بین‌المللی	اولویت‌بخشی به سفر و گردشگری		
۴۱	۶۴	۸۳	۷۱		امارات متحده عربی
۱۲۶	۴۸	۵۲	۳۹		ترکیه
۷۶	۳۶	۶۷	۲۸		گرجستان
۱۰۷	۱	۱۱۸	۱۱۵		ایران
زیرساخت‌ها					کشورهای منتخب
ارکان					
زیرساخت خدمات گردشگری	زیرساخت زمینی و بندر	زیرساخت حمل‌ونقل هوایی			
۲۲	۳۱	۴			امارات متحده عربی
۳۷	۵۶	۲۰			ترکیه
۴۱	۷۴	۸۱			گرجستان
۱۰۸	۷۹	۸۶			ایران
منابع طبیعی و فرهنگی					کشورهای منتخب
ارکان					



زیرشاخص توانمندسازی محیط					کشورهای منتخب
ارکان					
آمادگی ICT	منابع انسانی و بازار نیروی کار	سلامت و بهداشت	ایمنی و امنیت	محیط کسب و کار	
سفر تجاری و منابع فرهنگی			منابع طبیعی		
۴۵			۱۰۳		امارات متحده عربی
۱۷			۷۷		ترکیه
۷۹			۱۰۵		گرجستان
۳۳			۹۹		ایران

Source: WEF, 2019

### چالش‌های صنعت سفر و گردشگری در ایران

با توجه به رتبه مناسب کشور در زیرشاخص منابع طبیعی و فرهنگی (رتبه ۵۷ از ۱۴۰)، می‌توان گفت ظرفیت توسعه صنعت گردشگری در ایران در مقایسه با بیشتر کشورهای منطقه و حتی برخی کشورهای توسعه‌یافته بالاست، اما توان رقابتی کشور در بخش گردشگری در مقایسه با سایر کشورها، حاکی از آن است که به‌رغم ظرفیت بالای گردشگری، کشورمان از لحاظ رقابت-پذیری سفر و گردشگری در جایگاه نامطلوبی قرار دارد و این مسئله باعث شده است آنچنان که شایسته است این بخش سهم مطلوبی از اقتصاد کشور نداشته باشد در حالی که می‌تواند در کسب درآمدهای ارزی برای اقتصاد ملی مفید باشد و آثار مثبت دیگری نیز برای اقتصاد کشور به ارمغان بیاورد.

از جمله چالش‌های بخش سفر و گردشگری در ایران می‌توان به موارد ذیل اشاره نمود:

- **فقدان عزم جدی ملی برای توسعه گردشگری:** اهمیت صنعت سفر و گردشگری برای دولت‌ها نقش مهمی را در توسعه این بخش بازی می‌کند. در صورتی که دولت‌ها به‌ضرورت توسعه بخش گردشگری در سیاست‌های کلان اعتقاد



داشته باشند، این موضوع در تنظیم قوانین و مقررات و نیز اولویت‌های بودجه‌ای خود را نشان می‌دهد. با این حال در ایران قوانین و مقررات در راستای توسعه گردشگری نمی‌باشند به طور مثال می‌توان به فقدان قواعد و حقوق گردشگران و قوانین سخت برای صدور ویزا اشاره کرد که خود در کاهش استقبال از سفر به ایران نقش بسزایی دارد. همچنین فعالان صنعت توریسم اعتقاد دارند نحوه عملکرد دولت در حوزه گردشگری نمایانگر عدم اولویت این بخش در سیاست‌گذاری کلان کشور و به تبع آن عدم تخصیص بودجه مناسب و مدیریت صحیح می‌باشد.<sup>۵</sup>

- **مشکلات سیاسی و نحوه تعامل با دنیای خارج:** گردشگری یکی از صنایع حساس است که در مقابل بی‌ثباتی سیاسی، نبود امنیت و سایر نا اطمینانی‌ها آسیب‌پذیر است. امروزه امنیت به عنوان مهم‌ترین و زیربنایی‌ترین اصل در تدوین راهبرد توسعه گردشگری در جهان به شمار می‌آید. از سوی دیگر وجود روابط حسنه با سایر کشورها در جذب گردشگران خارجی می‌تواند مفید فایده باشد. با این حال در این زمینه گردشگری در ایران همچنان با برخی موانع سیاسی و اقتصادی مواجه است.
- **عدم وجود یک نهاد واحد مسئول و پاسخگو:** در ایران گرچه به نظر می‌رسد که به صورت سنتی و بر اساس قوانین، مرجع اصلی توسعه گردشگری وزارت میراث فرهنگی، صنایع‌دستی و گردشگری است، اما وضعیت تصمیم‌گیری در این بخش به گونه‌ای است که معمولاً به دلیل تداخل مسئولیت‌ها و وظایف نوعی آشفتگی بر فضای گردشگری کشور حکم‌فرماست. وزارت کشور، نیروی انتظامی، وزارت ارشاد و بسیاری دیگر از نهادها و ارگان‌ها به صورت مستقل در رابطه با برخی از حوزه‌های گردشگری اظهار نظر و بعضاً تصمیم‌گیری می‌نمایند که این تعدد مراکز و ارگان‌های تصمیم‌گیری در سیاست‌گذاری‌ها و نظارت و کنترل گردشگری، سبب پاسخگو نبودن

<sup>۵</sup>بخش مشکلات ایران ماحصل مصاحبه با کارشناسان حوزه گردشگری است.



در هنگام بروز مشکل و توزیع نامناسب ساختار و وظایف در میان برخی وزارتخانه‌ها و سازمان‌ها شده است.

● **عدم توجه و برنامه‌ریزی مناسب برای جذب گردشگران در حوزه‌های**

**مختلف:** وجود یک برنامه‌ریزی منظم و استراتژی دقیق برای توسعه صنعت گردشگری و پایداری به اجرای آن یکی از عوامل مهم در راستای موفقیت در زمینه توسعه گردشگری می‌باشد. در این راستا تدوین و تصویب مواردی از قبیل سند راهبردی گردشگری، برنامه ملی توسعه گردشگری، برنامه‌ریزی منطقه‌ای و نیز طرح توسعه گردشگری در استان‌ها ضروری است. بر اساس اطلاعات موجود، در حال حاضر تدوین سند مزبور در دستور کار و بازنگری و به‌روزرسانی برنامه ملی توسعه گردشگری ایران با همکاری سازمان جهانی گردشگری (UNWTO) و یونسکو در جریان قرار دارد.

● **نبود زیرساخت کافی:** یکی از مشکلات اساسی که اغلب کارشناسان از آن

به‌عنوان چالش اصلی گردشگری در ایران یاد می‌کنند، عدم توسعه زیرساخت‌های کشور در راستای این بخش است. در این خصوص می‌توان به مشکلات فرودگاهی و برنامه‌های پروازی؛ کمبود واحدهای اقامتی، تعداد تخت‌ها و نحوه توزیع مکانی و زمانی آنها؛ ضعف شبکه حمل‌ونقل و زیرساخت‌های جاده‌ای؛ آماده نبودن زیر ساخت‌های گردشگری الکترونیکی؛ سرویس‌های بهداشتی بین‌راهی؛ فقدان GIS تاسیسات و آمایش سرزمینی؛ عدم نیاز سنجی ظرفیت اقامتی؛ فرسودگی تاسیسات گردشگری؛ و دسترسی نامناسب در مسیر جاذبه‌ها اشاره کرد.

## نتیجه‌گیری و راهکارهای پیشنهادی

همان‌طور که بیان شد در حال حاضر گردشگری در ایران به جایگاه مناسبی نرسیده و از

ظرفیت‌های اقتصادی آن، چنان که شایسته است استفاده نشده است. در این زمینه لازم است در توسعه مورد توافق ملل جهان، بخش سفر و گردشگری است. این بخش که به یکی از حوزه‌های کسب‌وکار تبدیل شده از ظرفیت‌های بالایی در راستای خلق آثار مطلوب اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی و به بیان دیگر تحقق اهداف توسعه پایدار، برخوردار است. بررسی‌ها حاکی از آن است که اگر سفر و گردشگری به صورت موثر به کار گرفته شود می‌تواند به نیرویی در جهت افزایش صادرات، جذب سرمایه‌گذاری، تقویت تولید ناخالص داخلی و ایجاد اشتغال و به طور کلی موفقیت اقتصادی در کشورهای در حال توسعه و توسعه‌یافته تبدیل گردد (خیری، ۱۳۹۰). از همین رو می‌توان گفت در دنیای امروز، گردشگری یک فرصت مهم اقتصادی است که دولت‌ها می‌توانند از ظرفیت‌های آن در راستای دستیابی به اهداف خود از جمله کسب درآمدهای ارزی، افزایش رشد اقتصادی، کاهش بیکاری و غیره استفاده نمایند. (بولتن اتاق ایران، ۱۳۹۸).

### تصویری از تاثیر گردشگری بر اقتصاد جهانی

به گزارش سازمان جهانی گردشگری (UNWTO)، در سال ۲۰۱۹، تعداد گردشگران بین‌المللی با ۴ درصد رشد نسبت به سال قبل (۵۱ میلیون نفر بیشتر)، به حدود ۱.۵ میلیارد نفر رسیده است. به‌طور خلاصه می‌توان گفت گردشگران بین‌المللی با ورود به کشورهای میزبان و صرف هزینه‌های اقامت، غذا، حمل‌ونقل، سوغات و غیره، اثراتی به طور عام بر اقتصاد جهان و به طور خاص بر اقتصاد کشورهای میزبان خواهند گذاشت. از همین رو و به‌منظور آشنایی با ظرفیت‌های اقتصادی سفر و گردشگری، در ادامه آثار آن بر اقتصاد جهان مورد بررسی قرار خواهد گرفت.

به‌منظور بررسی آثار فوق‌الذکر می‌توان به دسته‌بندی اثرات گردشگری بر اقتصاد از نظر شورای سفر و گردشگری (WTTC)<sup>۱</sup>، اشاره داشت. این شورا که در ۳۰ سال گذشته شواهدی مبنی بر تاثیرات اقتصادی و اشتغال‌زایی سفر و گردشگری در بین ۱۸۵ کشور جهان را مورد بررسی قرار





## منابع

- ۱- ابونبی، آیدا؛ فروحی، شبنم (۱۳۹۸)؛ "بررسی صنعت گردشگری در ایران و کشورهای منتخب". مرکز پژوهش‌های اتاق ایران.
- ۲- کریمی، طاهره (۱۳۹۸)؛ "جایگاه ایران در شاخص رقابت‌پذیری سفر و گردشگری ۲۰۱۹"؛ معاونت بررسی‌های اقتصادی اتاق تهران.
- ۳- عرب، زهرا (۱۳۹۳)؛ "بررسی و مطالعه تاثیر هنر - صنعت گردشگری بر رشد و توسعه اقتصادی در ایران و کشورهای OECD در سالهای ۲۰۱۰ تا ۲۰۱۳".
- ۴- اشرفی، یکتا و همکاران (۱۳۹۸)؛ "ناثیرات توسعه گردشگری ورودی د تولید و اشتغال بخش‌های اقتصادی: رهیافت تحلیل مسیر ساختاری".
- ۵- کریمی دستنایی، طاهره (۱۳۹۵)؛ "آثار اقتصادی سفر و گردشگری در ایران"، اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران، معاونت بررسی‌های اقتصادی.
- ۶- موسسه تحقیقاتی تدبیر اقتصاد (۱۳۹۳)؛ "وضعیت رقابت‌پذیری صنعت گردشگری ایران".
- ۷- زرنندیان، ندا؛ شالبافیان، علی (۱۳۹۴)، گزارش مجمع جهانی اقتصاد در رابطه با رقابت-پذیری سفر و گردشگری در سال ۲۰۱۵ با تاکید بر جایگاه جمهوری اسلامی ایران؛ مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی.
- 8- "Travel & Tourism Competitiveness Report 2017", World Economic Forum
- 9- "Travel & Tourism Competitiveness Report 2019", World Economic Forum
- 10- <https://wttc.org/>
- 11- <https://tool.wttc.org/>
- 12- <https://wttc.org/Research/Economic-Impact>
- 13- <https://wttc.org/Research/Economic-Impact/moduleId/704/itemId/132/controller/DownloadRequest/action/QuickDownload>



- 14- TRAVEL & TOURISM: ECONOMIC IMPACT 2020;  
Available in: <https://wttc.org/Research/Economic-Impact>
- 15- <https://wttc.org/Research/Economic-Impact/moduleId/1225/itemId/66/controller/DownloadRequest/action/QuickDownload>
- 16- <https://wttc.org/Research/Economic-Impact/moduleId/1227/itemId/68/controller/DownloadRequest/action/QuickDownload>





## فرم ارزیابی بروشور

۱- مفاهیم ارائه شده در بروشور اقتصاد به زبان ساده را تا چه میزان مفید ارزیابی می‌کنید؟

□ عالی □ خوب □ متوسط □ ضعیف

۲- آیا با تهیه نسخه‌های بعدی بروشور موافقت می‌کنید؟

□ بلی □ خیر

۳- پیشنهادات شما برای بهبود نسخه‌های بعدی بروشور چیست؟

.....

.....

.....

۴- از نظر شما در نسخه‌های بعدی بروشور، بایستی به معرفی چه متغیرها یا مفاهیم اقتصادی پرداخته شود؟

.....

.....

.....

۵- برگزاری چه دوره‌های آموزشی را برای به‌روزرسانی دانش هیات نمایندگان محترم پیشنهاد می‌نمایید؟

.....

.....

لطفاً این فرم را پس از تکمیل جدا نموده و به دفتر مرکز تحقیقات و بررسی‌های اقتصادی اتاق ایران تحویل فرمایید.

