

روش‌های مؤثر گردآوری آمارهای گردشگری

دکتر ناصر رضایی^۱

چکیده

گردشگری به عنوان صنعتی بسیار گسترده، نیازمند برنامه‌ریزی و مدیریت مؤثر و کارآمد است؛ این مهم زمانی تحقق می‌یابد که بر مبنای آمارهای علمی تهیه، تدوین و اجرا گردد. در حال حاضر، مدیریت و برنامه‌ریزی توسعه‌ی گردشگری بر عهده نهادهای مختلفی است که هر یک دارای ساختاری بخشی بوده و از این نظر اقدامات آن‌ها فاقد هماهنگی است. رمز موفقیت در سامان بخشیدن به امر مهم «آمارهای گردشگری» جهت برنامه‌ریزی‌های کلان و جذب سرمایه برای بخش گردشگری، دسترسی به موقع و به روز به آمارهای گردشگری قابل اطمینان و مورد نیاز بخش‌های علمی و اجرایی کشور است. شناسایی راه‌های تأمین آمارهای پایه‌ای مورد نیاز برنامه‌های توسعه، بهره‌گیری از فن‌آوری‌های نوین در تولید آمار، سامان‌دهی اطلاعات آماری و توسعه اطلاع‌رسانی آماری، از جمله مسائلی است که باید به آن توجه شود. به علاوه سیستم نظارت و ارزیابی فرآیند تولید و اطلاع‌رسانی آماری جهت بهبود وضعیت آمارهای گردشگری نیاز ضروری بخش آمارهای گردشگری است. این امر مستلزم داشتن و بکار بستن شیوه‌های صحیح و علمی برای گردآوری آمارهای مورد نیاز است. در این مقاله به دو روش جمع‌آوری اطلاعات آماری تحت عناوین آمارهای ثبتي و حساب‌های اقماری گردشگری به عنوان روش‌های برتر گردآوری اطلاعات آماری تأکید شده است. در واقع مقاله به دنبال آن است که با معرفی سیستم‌های برتر گردآوری آمارهای گردشگری به سؤال تحقیق با عنوان "مناسب‌ترین روش‌ها برای گردآوری آمارهای گردشگری کدامند؟" پاسخ دهد. روش جمع‌آوری اطلاعات به صورت کتابخانه‌ای و استفاده از مراجع معتبر مرتبط با موضوع بوده است.

واژگان کلیدی: آمار، گردشگری، حساب‌های اقماری، آمار ثبتي

ضرورت انجام تحقیق

از آنجا که امروزه آمار و اطلاعات قوی‌ترین ابزار تصمیم‌گیری، برنامه‌ریزی، کنترل و ارزیابی وضعیت هر سازمانی است و نظر به اینکه در بسیاری از سازمان‌ها در کشورهای در حال توسعه ضعف سیستم‌های اطلاعاتی و خصوصاً اطلاع‌رسانی به مدیریت (MIS) واضح و آشکار می‌باشد، لذا سرمایه‌گذاری در ایجاد و بهبود این سیستم‌ها می‌تواند فواید بسیاری در امر سیاست‌گذاری، برنامه‌ریزی، رهبری و تصمیم‌گیری و نهایتاً بهبود مستمر خدمات گردشگری به همراه داشته باشد.

همانگونه که وجود آمار و اطلاعات به هنگام، صحیح، دقیق و قابل اطمینان نقشی حیاتی در بقاء و توسعه یک سازمان ایفا می‌نماید، عدم وجود ویژگی‌های فوق می‌تواند تأثیرات و عوارض نامطلوبی به همراه داشته باشد؛ زیرا، هر گاه مبنای تصمیم‌گیری، آمار و اطلاعات نارسا و غلط باشد، در این صورت جز تصمیم‌گیری ناصواب نتیجه‌ای دیگر عاید نخواهد شد و به میزان اهمیت این تصمیم‌گیری، میزان پیامد سوء این آمار و اطلاعات غلط شدت پیدا می‌کند. اهمیت این امر وقتی روشن‌تر می‌شود که موضوع کاربرد آمار و اطلاعات، کلان و استراتژیک باشد. متأسفانه، یکی از ضعف‌های آشکار واحدهای آماری در سازمان‌های موجود در کشور ما عدم وجود ساختار منسجم واحدهای آماری برای ایجاد اطلاعات مورد نظر بدنه مدیریتی است و در بسیاری از موارد داده‌های خام گردآوری شده در قالب تخلص داده‌ها و یا آمارنامه‌های سالانه منتشر می‌شود، بدون اینکه از آن‌ها در تولید اطلاعات مدیریتی و تولید دانش بهره گرفته شود.

بررسی جایگاه گردشگری در اقتصاد کشورهای مختلف و توسعه اقتصادی و اجتماعی نشان‌دهنده اهمیت این مقوله از صنعت است. نگاه دولت‌ها به گردشگری با توجه به نقش آن در درآمدهای ملی بعد یا در کنار صنایع نفت، اتومبیل‌سازی و ارتباطات دگرگون شده است. از مزیت‌های مهم صنعت گردشگری به نسبت صنایع دیگر موارد زیر قابل توجه هستند:

- وجود سود سرشار علیرغم حجم سرمایه‌گذاری اولیه بسیار کم؛
- نسبت اشتغال و نسبت درآمدزایی بیشتر در مقایسه با صنایع دیگر؛
- اشتغال به کار حدود ۶ نفر به طور مستقیم و غیرمستقیم با ورود هر گردشگر به منطقه؛

- افزایش امنیت در ابعاد مختلف.

متأسفانه با وجود اهمیت بسیار بالای این صنعت و ارزش و اهمیت اطلاعات و آمار در این مقوله، کشور ما با کمبود و ناهماهنگی‌های بسیار در زمینه تولید آمارهای صحیح و قابل اعتماد گردشگری روبرو است، بنابراین لازم است با توجه به مواردی که در پی می‌آید به مسئله آمار توجه نمود:

- کمبود اطلاعات آماری در زمینه گردشگری؛
- فقدان دسترسی آسان و به موقع به اطلاعات و آمارهای گردشگری؛
- کمبود اطلاعات در زمینه افزایش نقش گردشگری در اقتصاد؛
- سهم گردشگری در اقتصاد ملی؛
- جایگاه گردشگری در مقایسه با بخش‌های دیگر اقتصادی؛
- تعداد مشاغل مرتبط با گردشگری؛
- میزان سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری.

اهداف تحقیق

- معرفی چارچوب مناسب برای نحوه جمع‌آوری و طبقه‌بندی آماری تعداد گردشگران (ورودی- خروجی- داخلی)، واحدهای اقامتی و پذیرایی، حمل و نقل، تورگردانی و

سئوالات تحقیق

مناسب‌ترین روش‌ها برای گردآوری آمارهای گردشگری کدامند؟

مقدمه

یکی از فعالیت‌های مهم و تأثیرگذار در اقتصاد و زندگی بشر امروزی که جایگاه مهمی را در معادلات اقتصادی - سیاسی برای خود پیدا کرده، «گردشگری» است. گردشگری با توجه به گستردگی بسیار زیاد خود نیازمند برنامه‌ریزی و مدیریتی توانمند است و این مهم زمانی تحقق می‌یابد که بر مبنای آمارهای علمی تهیه و تدوین گردد. در حال حاضر، مدیریت و برنامه‌ریزی توسعه گردشگری در کشور بر عهده نهادهای مختلفی است که هر یک دارای ساختاری بخشی بوده و از این نظر اقدامات آن‌ها فاقد هماهنگی است. به همین دلیل و برای سامان بخشیدن به امر مهم «آمارهای گردشگری» جهت برنامه‌ریزی‌های کلان و جذب سرمایه در بخش گردشگری، ایجاد اشتغال، کسب درآمد و افزایش تولید ناخالص ملی و درآمد سرانه، دسترسی به موقع و به روز به آمارهای گردشگری قابل اطمینان و مورد نیاز بخش‌های علمی و اجرایی کشور، لازم است که در گردآوری و تجزیه و تحلیل آمارهای گردشگری تجدید نظر کلی به عمل آید.

در عصر حاضر آمار و اطلاعات دقیق و به روز از جمله ابزارهای مهم برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری و سنجش سیاست‌های اتخاذ شده به شمار می‌آید. بنابراین، تهیه و تدوین اینگونه اطلاعات قابل اعتماد، بخشی از فعالیت‌های ضروری و مهم سازمان‌ها تلقی می‌شود.

مدیران و سرمایه‌گذاران، با تکیه بر آمارها می‌کوشند در اکثر برنامه‌ریزی‌ها و تصمیم‌گیری‌ها از الگوی گذشته سعی و خطا اجتناب کرده و از هزینه‌ها بکاهند. بررسی‌ها نشان می‌دهد که تنها با اتکا بر آمار معتبر می‌توان از منابع و زمان به درستی استفاده کرد و فعالیت‌ها و سیاست‌ها را در جهت تحقق اهداف پی‌ریزی و هدایت نمود.

برنامه‌ریزی دقیق علمی و کاربردی زمانی تحقق می‌یابد که بر مبنای آمار علمی تهیه و تدوین گردد. با توجه به نبود یک رویکرد جامع و مدیریت یکپارچه در سیاست‌های کلان توسعه گردشگری در کشور، متأسفانه هنوز جایگاه گردشگری در نظام برنامه‌ریزی ما به درستی تعریف و تبیین نشده است که نمونه‌ای از آن‌ها ارائه آمار غیر علمی و غیرمنطقی گردشگران تعطیلات نوروز امسال بود (کریمی، ۱۳۸۸).

توجه به این مسئله حائز اهمیت است که «به سبب پیچیدگی و ویژگی ماهیت گردشگری، تهیه آماری دقیق در مورد آن بسیار دشوار است؛ زیرا، اگر چه در برخی موارد، در یک مقصد جهانگردی به آسانی می‌توان جهانگردان را از مردم بومی و اهالی محل یا از سایر مسافران تشخیص داد، لیکن در بسیاری از موارد این کار امکان‌پذیر نیست. مهم‌ترین مسئله آمارگیری و تهیه مقادیر کمی در مورد جهانگردی، تشخیص جهانگردان از سایر مسافران و مردم محلی است.

توفیق جمع‌آوری آمار جهانگردی به دو موضوع بستگی دارد: اولاً، به چگونگی تدابیری که مقامات دولتی برای نظارت در امر مهاجرت یا نظارت در مبادلات ارزی با اهدافی ویژه اتخاذ کنند. ثانیاً، به میزان همکاری خود جهانگردان با مؤسسات آمارگیری.

این احتمال وجود دارد که جهانگردان از دادن اطلاعات دقیق و صحیح خودداری کنند و بنابراین اطلاعات آماری به‌دست آمده ناقص و ناکافی باشد. بدیهی است هر جا و در هر موردی که جهانگردان در تهیه آمار و اطلاعات با آمارگیران همکاری صادقانه داشته باشند، اطلاعات جمع‌آوری شده اعتبار و اهمیت ویژه‌ای خواهد داشت.

آمار^۱

آمار، مجموعه‌ای از مفاهیم و روش‌هاست که در هر زمینه پژوهشی، برای گردآوری و تعبیر اطلاعات مربوط به آن و انجام نتیجه‌گیری‌ها، در شرایطی که عدم حتمیت و تغییر وجود دارد، به کار می‌رود. از طرفی برخی آمار را علم و عمل استخراج، بسط و توسعه دانش‌های تجربی انسانی با استفاده از روش‌های گردآوری، تنظیم، پرورش و تحلیل داده‌های تجربی (حاصل از اندازه‌گیری و آزمایش) قلمداد کرده‌اند؛ اما، اکثر آمار شناسان عبارت زیر را در تعریف آمار باز گو می‌کنند: آمار علمی است که پیرامون گردآوری و تنظیم و تحلیل و تفسیر اطلاعات عددی سخن می‌گوید. به‌طور خلاصه می‌توان گفت آمار عبارت است از علم و عمل گردآوری داده‌ها و پردازش آن‌ها برای اهداف و مقاصد خاص، داشتن برنامه و اجرای آن با چشم‌اندازی روشن و آینده‌ای معلوم. آمار امروزه یک

تکنولوژی (فن‌آوری) از روش‌های علمی است؛ زیرا، ابزار و تکنیک لازم را برای محققین آماده می‌کند.

کارکرد ویژه آمار

به زبان ساده آمار دانش ما را از پدیده‌های پیچیده افزایش می‌دهد و باعث دقت و صحت نظراتی می‌شود که بدون داشتن این دانش مبهم و نامعلوم باقی می‌مانند.

الف- آمار واقعیت‌های حقیقی را به صورت معلوم و روشن بیان می‌کند.

ب- آمار درک داده‌های انبوه و پیچیده را آسان کرده و نمایش نموداری نتایج فهم آن‌ها را حتی برای غیرمتخصصان نیز راحت‌تر می‌کند.

ج- آمار به روشنی واقعیت‌های مقداری را طبقه‌بندی و روش‌های آماری مبنایی را برای طبقه‌بندی ایجاد می‌کند تا ویژگی‌های برجسته متغیرهای مورد مطالعه مشخص‌تر و نمایان‌تر دیده شود.

د- آمار ملاک مقایسه را فراهم می‌سازد.

ه- آمار ابزار مهمی برای توضیح، تشریح و تفسیر شرایط است (نیکنامی، ۱۳۸۷: ۱۱-۱۳).

نقش آمار در پژوهش‌های علمی

موضوع آمار عبارت است از هنر علم گردآوری، تعبیر و تجزیه و تحلیل داده‌ها و استخراج تعمیم‌های منطقی در مورد پدیده‌های تحت بررسی. با توجه به مراحل اساسی یک تحقیق علمی که عبارتند از: مشخص کردن هدف، گردآوری اطلاعات، تجزیه و تحلیل داده‌ها و بیان یافته‌های آشکار است که آمار به طور وسیعی در قلمرو تمام تحقیقات علمی به کار می‌رود. به ویژه، در مرحله گردآوری اطلاعات، آمار راهنمای محقق در انتخاب روش‌ها و وسایل مناسب برای گردآوری داده‌های اطلاعاتی است. در مراحل بعد از گردآوری داده‌ها، نیاز بیشتری به روش‌های آماری وجود دارد. علاوه بر آن آمار دارای نقش بسیار مهمی در زندگی روزمره است.

انواع آمار

آمار را عمدتاً در دو دسته آمار توصیفی و آمار استنباطی تقسیم‌بندی می‌کنند. آمار توصیفی با تخریب و توصیف ویژگی‌های برجسته داده‌ها سر و کار دارد. تحلیل و توصیف نمونه و نتایج حاصل از آن کار آمار توصیفی است که امروزه فقط قسمت کوچکی از حوزه فعالیت‌هایی است که تحت پوشش موضوع آمار قرار می‌گیرند؛ در مقابل آمار استنباطی عبارت است از کسب اطلاعات با انجام محاسبات روی داده‌ها و ارزیابی معلومات تازه‌ای که از این اطلاعات به دست می‌آید، تعمیم نتایج نمونه به کل جامعه تا بتوانیم واقعیات مشاهده شده را به طور منطقی تعبیر نماییم و تعیین کنیم که این واقعیات تا چه حدی مدل مفروض را تأیید، یا آن را نقض می‌کنند تا پیشنهادهایی برای اصلاح نظریه موجود و یا شاید طرح‌ریزی تحقیقات دیگری ارائه دهیم.

هدف‌های اصلی آمار

- انجام استنباط درباره جامعه، از طریق تجزیه و تحلیل اطلاعات موجود در داده‌های نمونه‌ای.
- سنجش میزان عدم حتمیتی که در این استنباطها وجود دارد.
- عملی که برای رسیدن به هدف‌های فوق اهمیت دارد، یعنی طرح‌ریزی فرایند و دامنه نمونه‌گیری به طوری که مشاهدات مبنایی برای استخراج استنباط‌های معتبر تشکیل می‌دهند.

کاربرد علم آمار

علم آمار کاربرد علمی مبنایی ریاضی برای جمع‌آوری، تجزیه و تحلیل و ارائه اطلاعات رقمی می‌باشد. آمارگران با به کار بردن دانش ریاضی‌شان در طراحی مطالعات و تحقیقات؛ گردآوری، پردازش و تجزیه و تحلیل اطلاعات و تفسیر نتایج؛ در پژوهش‌های علمی شرکت می‌کنند.

کاربرد روش‌های آماری در قلمروهای گوناگون از علوم انسانی، علوم مهندسی، رشته‌های علمی جدیدی پدید آورده است که در ارتباط متقابل با آمار هستند. نظیر آمار زیستی، روان‌سنجی، آمار مهندسی، آمار بازرگانی، اقتصادسنجی و جمعیت‌شناسی. به علاوه، علم آمار در رشته‌های بسیار دیگری که هنوز از ترکیب آن‌ها با آمار شاخه‌هایی با اسامی خاص پدید نیامده، از قبیل علوم سیاسی، هواشناسی و ... نقش عمده‌ای ایفاء می‌کند.

متخصصین آمار اغلب دانش‌شان در روش‌های آماری را در علوم گوناگونی مانند زیست‌شناسی، اقتصاد، مهندسی، پزشکی، بهداشت عمومی، روان‌شناسی، بازاریابی، آموزش و ورزش به کار می‌گیرند.

عمل آماری

عمل آماری شامل برنامه‌ریزی، جمع‌بندی و تفسیر مشاهدات غیر قطعی است به شکلی که:

- اعداد نماینده واقعی مشاهدات بوده، غیرواقعی یا غلط نباشند.
- به نحو مفیدی تهیه و تنظیم شوند.
- به نحو صحیح تحلیل شوند.
- قابل نتیجه‌گیری صحیح باشند (پارسیان، ۱۳۸۴: ۲).

روش‌های آماری

به طور خلاصه رویکرد هر تحلیل آماری شامل مراحل زیر است (نیکنامی، ۱۳۸۷: ۱۳):

- الف- جمع‌آوری واقعیت‌ها؛
 ب- سازمان دادن به آن‌ها؛
 ج- تحلیل واقعیت‌ها؛
 د- تفسیر واقعیت‌ها.

ویژگی داده‌های آماری

- ۱- داده‌ها به صورت مجموعه‌ای از واقعیت‌ها باشند.
- ۲- داده‌ها باید در یک محدوده معین از عوامل گوناگون تأثیر گرفته باشند.
- ۳- داده‌های آماری باید قابلیت شمارشی و تخمینی را مطابق با استانداردهای دقیق و قابل قبول داشته باشند.
- ۴- داده‌های آماری باید براساس برنامه‌ای مدون و نظام‌مند تنظیم شوند.
- ۵- داده‌های عددی را باید بتوان با همدیگر مقایسه کرد (همان : ۱۶-۱۵).

گردشگری

نوع بشر ذاتاً در مورد جهانی که در آن زندگی می‌کند کنجکاو است. موضوع سفر هیجان‌انگیز و سحرآمیز است. تخمین زده می‌شود این جابجایی‌ها به حدود ۱۵ هزار سال پیش باز می‌گردد که در درجه نخست به خاطر غذا و فرار از خطر بوده است. از زمان سرگردانی انسان‌های باستانی، ما در حال سفر در ابعاد مختلف و اشکال گوناگون بوده‌ایم. در قرن بیستم اختراع ماشین و جاده‌هایی که در طول چهار فصل بتوان از آن‌ها استفاده کرد رشد بی‌سابقه‌ای را در سفرها به وجود آورد و بعد از اختراع هواپیمای جت و تأسیس خطوط هوایی امکان سریع مسافرت برای میلیون‌ها نفر فراهم آمد و یک رشد انفجاری تجربه شد.

کارشناسان اقتصاد منطقه‌ای، گردشگری را به عنوان تنها عامل استقرار منابع و توسعه مناطق کمتر توسعه یافته معرفی نموده‌اند. جایگاه گردشگری در اقتصاد جهانی و عرصه‌های فرهنگی، اجتماعی توجه به این بخش را ضروری کرده و لزوم تغییر مدیریت از سنتی به مدرن و علمی را ایجاب می‌نماید. توسعه گردشگری باید با ارتقاء ابعاد فیزیکی، مادی، فرهنگی و انسانی همراه شود تا حداکثر بازده را تولید نماید. منظور از رشد بعد مالی و فیزیکی در توسعه گردشگری ایجاد تسهیلاتی است که از زمان ورود گردشگران (داخلی/ خارجی) به مقصد تا زمان خروج آن‌ها در اختیارشان قرار می‌گیرد.

فعالیت گردشگری از جمله فعالیت‌هایی است که از نظر ماهیت خود یک محصول اجتماعی- فرهنگی است و از نظر برنامه‌ریزی و مدیریتی یک فعالیت میان بخشی محسوب می‌شود، از این نظر موفقیت در توسعه گردشگری بدون جلب همکاری و مشارکت بخش‌ها و گروه‌های موثر در آن امکان‌پذیر نیست. در واقع بدون همکاری و

مشارکت میان تقاضاکنندگان و عرضه‌کنندگان خدمات گردشگری، نیازهای فراغتی تأمین نخواهد شد. به بیان دیگر، تأمین منافع همه جانبه اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و محیطی که در مفهوم توسعه پایدار گردشگری نهفته است، در گرو همکاری و هماهنگی میان همه نهادها و گروه‌های مسئول و جلب رضایت درونی گردشگران قرار دارد.

سفر، مسافر

- ۱- سفر از ماده سفر است. مفهوم نخستین و اصلی آن کشف و آشکار شدن است. پرده برداشتن به منظور آشکار کردن نیتی پنهان را نیز سفر گویند. اگر موضوع یا شیء و یا فردی در پس پرده قرار گرفته باشد و یا رؤیت آن برای دیگران ممکن نباشد با پرده‌برداری و رفع حجاب آن‌را نمایان می‌سازند.
- ۲- سفر به معنی بقیه سپیدی روز پس از فرو شدن آفتاب و سپیدی صبح است.
- ۳- سفر به معنی صلح دادن میان دو قوم و میانجیگری کردن است.
- ۴- سفر به معنی بیرون شدن از شهر خود و به محلی دیگر رفتن و قطع مسافت نمودن است.
- ۵- سفر به معنی راهی است که بپیمایند و از محلی به محل دور دیگری رفتن نیز آمده است (اورنگ یونگ، ۱۹۸۲: ۹۸).

جهانگردی و جهانگرد

جهانگردی واژه‌ای است فارسی و به معنای گردیدن به دور جهان و جهانگرد به مفهوم جهان گردنده و آنکه در اقطار عالم بسیار سفر کند آمده است (دهخدا، ۱۳۲۵: ۱۱).

گردشگری و گردشگر

گردش کردن و یا رفتن در زبان فارسی مفاهیم محدود زمانی و مکانی خود را دارد: قدم زدن، بیرون رفتن از خانه و یا محل کار برای مدتی اندک، به بوستان و خیابان رفتن و خلاصه، گردیدن پیرامون محیط همیشگی زندگی و کار برای زمانی کوتاه، مثلاً چند ساعت است و نه به معنی مسافرت کردن. در فرهنگ معین، گردش این‌گونه معنی شده است: گردیدن، حرکت دورانی، دور زدن حرکت، تحول، صرف و ... گردش کردن به معنای گشت رفتن، تفریح کردن و ... (معین، ۱۳۷۵: ۳۲۴۰).

واژه گردشگری که نزدیک به یک سده معنایی مترادف با خستگی‌زدایی داشت مورد بررسی و پژوهش جامعه‌شناسی و علمی قرار گرفت. تا همین اواخر فرهنگ‌نویسان به معنی کردن این واژه به‌عنوان «اقدام به مسافرت برای خشنودی و لذت» بسنده می‌کردند، لیکن امروز این واژه قلمروی معنایی گسترده‌تر، پیچیده‌تر و جاه‌طلبانه‌تری دارد (محلّاتی، ۲۰۱۳: ۲۰).

با وجود قدمت بسیار طولانی صنعت گردشگری، مفاهیم گردشگر و گردشگری اولین بار به صورت رسمی در سال ۱۹۳۷ توسط اتحادیه ملل استفاده شدند. گردشگر به کسی اطلاق می‌شد به مدت ۲۴ ساعت از مکان اصلی زندگی خود به بیرون از کشور مسافرت می‌نمود. گردشگری به معنی کنونی آن تا قرن نوزدهم پیشرفتی نداشت و بیشتر شامل سفرهای تفریحی می‌شد که امروز شاخه وسیعی از صنعت گردشگری را تشکیل می‌دهد. امروزه این اصطلاح شامل مسافرت‌های داخل کشور و حتی سفرهای روزانه نیز می‌شود. با توجه به اینکه فعالیت‌های اقتصادی زمانی شکوفا می‌شوند که عناصر ضروری آن در کنار هم قرار گیرند و آن را توسعه دهند، گردشگری نیز به عنوان یک فعالیت اقتصادی دارای عناصری ضروری برای رشد و توسعه است که عبارتند از:

- درآمد متغیر، یعنی پولی که صرف خرید لوازم غیر ضروری می‌شود.
- وقت که صرف خرید شود.
- سازمان‌دهی در غالب مسکن و تسهیلات و وسائل نقلیه؛

در کنار اینها سلامت جسمانی نیز یک شرط اساسی است و همچنین تمایل به سفر، به علاوه در بعضی کشورها محدودیت‌هایی برای سفر - به خصوص در سفر به خارج از کشور - وجود داشته و یا دارد.

دو عامل سبب توسعه گردشگری جمعی شدند: الف - آموختن زبان‌های مختلف که به حمل و نقل تعداد زیادی مسافر در زمان کوتاه به تفرج‌گاه‌ها کمک کرد؛ ب - پیشرفت وضع اقتصادی که به طبع آن تعداد بیشتری از مردم از مزایای زمان تفریح و استراحت خود برخوردار شدند.

گردشگری چیست؟

برای تعریفی جامع از گردشگری باید به چهار موضوع توجه ویژه داشت:

- ۱- گردشگر؛
- ۲- تهیه‌کنندگان تجاری کالاها و خدمات؛
- ۳- طرز اداره جوامع محلی یا قلمروها؛
- ۴- جوامع میزبان.

بنابراین، گردشگری ممکن است تقریباً به عنوان مجموع پدیده‌ها و روابط شکل گرفته از تعامل بین گردشگری، منابع تجاری، تأثیر تعامل بین تعداد زیادی از ملاقات‌کنندگان و جوامع میزبان در فرایند جذب و پذیرایی از این گردشگران تعریف شود.

گردشگری ترکیبی از فعالیت‌ها و خدمات و صنایعی است که شامل یک تجربه سفر هستند: حمل و نقل، وسایل راحتی، تأسیسات مربوط به خوردن و آشامیدن، مغازه‌ها و سرگرمی‌ها، تسهیلات و دیگر خدمات پذیرایی قابل دسترس برای اشخاص و گروه‌هایی که در حال سفر بیرون از محل زندگی خود هستند.

گردشگری مدرن یک رشته علمی است که اخیراً توجه محققین رشته‌های مختلف را به خود جلب کرده است. مطالعات گردشگری شامل رهیافت سیستمی نیست در نتیجه بسیاری از تعاریف گردشگری و گردشگر بر پایه سفر، طول دوره اقامت و هدف از سفر است. این موضوع گردآوری اطلاعات آماری را برای پژوهشگران مشکل می‌کند تا بتوانند برای توسعه پایگاه داده توصیف پدیده گردشگری و انجام تجزیه و تحلیل‌های علمی از آن استفاده کنند.

سازمان جهانی جهانگردی مفهوم گردشگری را فراتر از یک تصویر قالبی از گذراندن تعطیلات تعریف می‌کند. این تعریف از گردشگری به صورت رسمی پذیرفته شده است: «گردشگری شامل فعالیت‌های اشخاص مسافر برای اقامت در مکان‌هایی خارج از محیط همیشگی آن‌ها برای کمتر از یکسال متوالی به منظور فراغت، تجارت و دیگر اهداف است.» اصطلاح محیط دائمی معرف مستثنی کردن سفرهای داخل ناحیه محل سکونت همیشگی و مکرر و معمول سفرهای بین خانه و محل کار و دیگر سفرهای دسته جمعی روزمره است.

تقسیمات گردشگری

گردشگری را می‌توان به گونه‌های زیر تقسیم بندی نمود:

- ۱- گردشگری بین‌المللی^۱ شامل: الف- گردشگری ورودی^۲: دیدار از یک کشور به- وسیله افراد غیرمقیم؛ ب- گردشگری خروجی^۳: دیدار به وسیله افراد مقیم یک کشور از کشوری دیگر؛
- ۲- گردشگری داخلی^۴: دیدار به وسیله ساکنین یک کشور از کشور خودشان؛
- ۳- گردشگری بومی^۵: گردشگری داخلی باضافه گردشگری ورودی (بازار گردشگری تسهیلات و جاذبه‌ها درون یک کشور)؛
- ۴- گردشگری ملی^۶: گردشگری داخلی باضافه گردشگری خروجی (بازار گردشگری ساکنین برای آژانس‌های مسافرتی و خطوط هوایی) (چارلز^۷، ۲۰۰۶: ۱۴).

ملاقات‌کنندگان یک‌روزه^۸: دیدار کنندگانی که شب را در یک مجموعه رفاهی گروهی یا شخصی در مکان مورد ملاقات اقامت نمی‌کنند، برای مثال مسافران کشتی که ۴ ساعت در یک بندر می‌گذرانند.

۱- International Tourism

۲- Inbound Tourism

۳- Outbound Tourism

۴- Internal Tourism

۵- Domestic Tourism

۶- National Tourism

۷- Charles

۸- Same-day visitors

گردشگران^۱: بازدیدکنندگانی که در مکان مورد علاقه حداقل برای یک شب اقامت دارند برای مثال یک دیدار کننده در یک تعطیلی دو هفته‌ای (همان: ۱۶).

ویژگی‌های گردشگری

- فعالیتی بسیار پیچیده و چندجانبه است که روابط بی‌شماری را در میان شاخه‌ها و رشته‌های گوناگون فعالیت‌های انسانی ایجاد می‌کند.
- پدیده جهانگردی و پیامدهای آن از حرکت مردم برخاسته است، پس در واقع حرکت و جابه‌جایی مبنای جهانگردی است.
- از آنجا که ترک بوم و کاشانه و رفتن به جای دیگر منشاء جهانگردی است، این نوع فعالیت اصولاً با فعالیت‌های محل کار و اقامت همیشگی جهانگرد تفاوت دارد.
- توقف فرد در مقصد موقتی است و پس از مدتی به جایگاه همیشگی زندگی خود بر می‌گردد.
- مسافر قصدی برای اشتغال به کار در مقصد مسافرت ندارد.

اثرات گردشگری

گردشگری هم منافع و هم هزینه‌هایی را برای جوامع میزبان به همراه دارد. باید پذیرفت که گردشگری نه یک موهبت است و نه یک آفت، نه یک سم است و نه یک اکسیر. گردشگری می‌تواند منافع بزرگی را ایجاد کند در مقابل می‌تواند مشکلات اجتماعی را نیز به همراه داشته باشد. مسئله مهم این است که مدیران اجرایی و دانش‌آموختگان گردشگری باید درک صحیحی از هر دو جنبه مثبت و منفی گردشگری بر روی کیفیت زندگی یک ملت، یک کشور یا یک جامعه داشته باشند.

هدف از آمارگیری در گردشگری

- ارزیابی آثار گردشگری در اوضاع اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی ساکنان یک مقصد: محل، شهر، منطقه یا استان؛
- برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری در امور زیربنایی و ایجاد تسهیلات اقامتی و رفاهی و امکانات تفریحی با توجه به تعداد مسافرانی که به یک کشور یا یک محل و منطقه می‌آیند و میزان پولی که خرج می‌کنند و همچنین، با در نظر گرفتن ویژگی‌های روحی، شغلی، فرهنگی می‌توان به ایجاد فرودگاه‌ها، شرکت‌های حمل و نقل، تعمیرگاه، غذاسرا، مهمانسرا، اماکن تفریحی و ... اقدام کرد یا امکانات موجود را توسعه داد.

- ارائه آمار صحیح به عنوان اصلی‌ترین نیازهای مدیریت گردشگری برای تصمیم‌گیری؛
- نظم بخشیدن آمارگیری تعطیلات که لازم است بسیار دقیق بوده و از به هم‌ریختگی فعلی بیرون آید.
- دسترسی به انواع متفاوت آمار که برای برنامه‌ریزی گردشگری مورد نیاز است، مثلاً باید بدانیم که در بخش تقاضا چه مقدار گردشگر وارد یک استان شده است، این گردشگران به چه بخش‌هایی رفته، در چه مکانی و به چه مدت زمانی اقامت و هزینه کرده‌اند و از چه وسیله حمل و نقلی استفاده کرده‌اند.
- پرهیز از ارائه آمارهای به هم ریخته و غیرقابل اعتماد که هر گونه ارزیابی و برنامه‌ریزی را با مشکل مواجه می‌کند.
- بالاخره کسب آمار و اطلاعات برای بررسی بازارهای گردشگری و رشد و توسعه آن ضرورت دارد؛ زیرا هنگامی گسترش هر فعالیت اقتصادی- اجتماعی امکان‌پذیر است که اطلاعات آماری دقیقی از بازارهای بالقوه و بالفعل و ویژگی‌های آن بازارها وجود داشته باشد (کریمی، ۱۳۸۸).

مشکلات آمارگیری گردشگری

- قبل از بحث درباره روش‌های آمارگیری، باید به مشکلاتی که در این راه وجود دارد اشاره کنیم:
- در برخی موارد، در یک مقصد جهانگردی، در تشخیص مسافر از غیرمسافر اشتباهاتی روی می‌دهد؛
 - گاهی جهانگرد ورود خود را به مقصد مسافرتی اعلام نمی‌کند. بسیاری از مسافران نزد خویشان یا دوستان خود سکونت می‌کنند نه در مهمانخانه‌ها که مهم‌ترین محل ثبت ورود است؛
 - جهانگرد و سکنه بومی برای صرف غذا یا خرید به یک نوع غذاسرا یا فروشگاه مراجعه می‌کنند و از یک واحد پول داخلی استفاده می‌نمایند؛
 - گاهی بنا به دلایل مالی یا امنیتی، سرپرست یا مدیر مهمانسرا یا حتی خود جهانگرد از همکاری یا مسئولان آمارگیری سرباز می‌زنند و بدین ترتیب، اطلاعات آماری دقیقی به دست نمی‌آید.

آمارهای گردشگری چگونه به دست می آیند؟

آمار و اطلاعات مربوط به حجم، مدت اقامت و تعداد روز و شب جهانگردی و همچنین میزان مخارج جهانگردان در مدت سفر از راههای زیر به دست می آید:

- آمارگیری مستقیم یا شمارش در محل ورود و یا خروج؛
- از طریق پرسش از منازل و خانوادهها؛
- آمارگیری غیرمستقیم یا شمارش در محل اقامت.

نهادهای مسئول گردآوری آمار گردشگری

در ایران نهادهای مسئول گردآوری آمار و اطلاعات گردشگری عبارتند از:

- ۱- سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری؛
- ۲- اداره کل اتباع خارجه وزارت امور خارجه؛
- ۳- اداره کل اتباع خارجه نیروی انتظامی (ناجا)؛
- ۴- سازمان گمرک کشور.

روشها و سیستمهای گردآوری آمار گردشگری

در پی دو روش مؤثر و برتر برای گردآوری آمارهای گردشگری معرفی می شود که عبارتند از:

الف- روش آمارهای ثبتی؛ ب- روش حساب اقماری گردشگری (TSA)؛

الف- روش آمارهای ثبتی

آمارهای ثبتی، به آن دسته از آمارهایی گفته می شود که از پردازش، طبقه بندی، مرتب کردن، محاسبات، تلخیص و ... داده های ثبتی حاصل می شود. منظور از داده های ثبتی، داده هایی هستند که در حین انجام فعالیت های عینی، واقعی و جاری یک سازمان و با استفاده از فرمها، اسناد و مدارک جاری در داخل سازمان ثبت می شوند. بنابراین، آمارهای ثبتی، مجموعه آمار و اطلاعاتی است که از داده ها و اقلام ثبت شده در هنگام فعالیتها و عملیات جاری دستگاهها به دست می آید. این داده ها ممکن است در قالب مدارک، گزارشها، دفاتر قانونی و ... ثبت و نگهداری شده باشند. تعداد اقلام و داده های ثبتی هر دستگاه یا سازمان به میزان فعالیتها و وظایف آن دستگاه یا سازمان وابسته است.

خصوصیات داده های ثبتی

- برخورداری از تعریف مشخص، روشن و بدون ابهام؛
- ثبت داده ها در پایین ترین نقطه تولید؛
- ثبت داده ها به هنگام وقوع عمل؛
- داشتن فراگرد منطقی؛
- وجود افراد مسئول و پاسخگو.

لایه‌های طراحی نظام آمارهای ثابتی

نظام جامع آمارهای ثابتی از کلان به خرد به ترتیب زیر می‌باشند:

- ۱- نظام اطلاعات کلان کشور؛
- ۲- نظام آمارهای ثابتی در سطح کل کشور؛
- ۳- نظام آمارهای ثابتی در سطح هر یک از سازمان‌ها؛
- ۴- زیر سیستم‌های ثابتی به عنوان مبنای اطلاعات هر سازمان.

جایگاه نظام آمارهای ثابتی در گردشگری

با توجه به ماهیت صنعت گردشگری بهترین روش برای گردآوری آمار و اطلاعات گردشگری روش آمارهای ثابتی است؛ به دلیل اینکه گردشگری در هر زمان و مکانی احتمال وقوع داشته و تحت تأثیر عوامل متفاوتی است. بنابراین، تقریباً آمارهای ثابتی مناسب‌ترین راه برای پردازش، طبقه‌بندی، مرتب کردن، محاسبات، تلخیص و ... آمارهای گردشگری است.

مروری اجمالی بر مشکلات عمومی طرح ساماندهی نظام آمارهای ثابتی

- ۱- جدایی موجود در انجام عملیات و انتقال اطلاعات؛
- ۲- عدم توجه به اقلام آماری مورد استفاده کاربران؛
- ۳- عدم توجه به اهداف و راهبردهای سازمان؛
- ۴- عدم تحلیل نیازها از نظر امکان یا عدم امکان تولید به روش ثابتی؛
- ۵- عدم توجه به محمل‌های قانونی ثبت، انتقال و نگهداری آمار و اطلاعات؛
- ۶- توجه نکردن امکانات آماری موجود و یا ارائه پیشنهادات بر اساس ایجاد اصلاحات کلی؛
- ۷- عدم همسانی تعاریف و مفاهیم؛
- ۸- استفاده از قدرت اطلاعات در سطوحی از مدیریت؛
- ۹- درج نکردن نام افراد مسئول تأییدکننده هر فرم عملیاتی؛
- ۱۰- نامناسب بودن جایگاه متولی آمار در دستگاه اجرایی؛
- ۱۱- عدم احساس نیاز قوی به اطلاعات در برخی رده‌های مدیریت؛
- ۱۲- طراحی برخی سیستم‌ها (به ویژه دستی) بر مبنای کاهش کنترل؛
- ۱۳- عدم وجود یک طبقه‌بندی برای آمارهای تولیدی هر دستگاه اجرایی از نظر عادی، محرمانه، خیلی محرمانه و
- ۱۴- عدم رعایت طبقه‌بندی‌های آماری؛

- ۱۵- عدم استفاده از نیروهای سازمان در طراحی و پیاده‌سازی نظام؛
- ۱۶- آینده‌نگری نکردن در سیستم‌های دستی به ویژه پیش‌بینی نظام کدگذاری و بایگانی؛
- ۱۷- وجود فرهنگ شفاهی؛
- ۱۸- عدم توجه مناسب رده‌های مدیریتی؛
- ۱۹- اولویت‌بندی نکردن سیستم‌های اطلاعاتی- عملیاتی، عدم توجه به نقش سیستم‌های عملیاتی و همچنین ارزش سرمایه‌گذاری هر سیستم؛
- ۲۰- عدم توجه مناسب کاربران در رده کارشناسی هر سازمان در تبیین نقش کمک-کننده سیستم و نه لزوماً جایگزین آن‌ها؛
- ۲۱- به کار نگرفتن نیروهای متخصص به ویژه در واحدهای متولی آمار و ارائه نکردن آموزش‌های مکفی و مستمر؛
- ۲۲- عدم امکان استفاده از نیروهای موجود در طراحی و پیاده‌سازی نظام؛
- ۲۳- عدم امکان پشتیبانی نظام توسط متولی آمار در دستگاه اجرایی؛
- ۲۴- وابستگی شدید به مجری طرح؛
- ۲۵- بالا رفتن هزینه‌های اصلاح نظام در صورت بروز هرگونه تغییر در ساختار سازمانی، نیازها و ...

البته، به این مجموعه، مشکلات زیر را نیز می‌توان افزود:

- ۱- تغییرات پی‌درپی و عدم ثبات مدیریت؛
- ۲- کم تعداد بودن شرکت‌های مهندسی مشاور واجد شرایط که با دیدگاه‌های نظام آمارهای ثبتي آشنا باشند.
- ۳- هزینه‌بر بودن طرح و در اختیار نداشتن بودجه و امکانات مالی مناسب در برخی دستگاه‌های اجرایی؛
- ۴- وجود قوانین و مقررات دست و پاگیر اداری در مراکز دولتی به منظور انعقاد قرارداد با شرکت‌های مشاور آشنا به موضوع؛
- ۵- عدم وجود تجربیات لازم جهت تعریف پروژه، انتخاب مجری، برآورد هزینه، عقد قرارداد، کنترل پروژه و ... در برخی دستگاه‌های اجرایی؛
- ۶- تغییرات مداوم در تشکیلات سازمانی؛
- ۷- پائین بودن دانش فنی و سیستمی در سازمان؛
- ۸- عدم آشنایی با عناصر پایه نظام آمارهای ثبتي؛
- ۹- عدم حمایت مدیران ارشد؛

- ۱۰- نبود بودجه کافی؛
- ۱۱- عدم برنامه‌ریزی استراتژیک (بلند مدت)؛
- ۱۲- واگذاری به تیم‌های برون سازمانی و عدم مشارکت کارکنان سازمان؛
- ۱۳- پائین بودن عمر مدیریت؛
- ۱۴- تفکر و باور کم اهمیت بودن آمار و اطلاعات؛
- ۱۵- عدم بکارگیری مناسب فن‌آوری اطلاعات (IT)؛
- ۱۶- نبود جایگاه تشکیلاتی آمار، فقدان واحد آمار مجزا.

پیشنهاداتی برای طراحی نظام مطلوب آمارهای ثبتی

- ۱- در کشورهای مختلف عموماً هدف نظام آمارهای ثبتی، حذف سرشماری‌های عمومی و یا تأمین غالب آمارهای رسمی است.
- ۲- مسئول سازماندهی طرح نظام آمارهای ثبتی، می‌بایست بالاترین مقام ممکن در کشور باشد؛ زیرا اجرای این طرح، سازمان‌های زیادی را تحت تأثیر قرار می‌دهد و ...
- ۳- در اجرای این طرح، باید زمانی مشخص به عنوان نقطه پایان طرح سامان‌دهی نظام آمارهای ثبتی در نظر گرفته شود.
- ۴- ایجاد بستر قانونی مناسب و همچنین ایجاد آگاهی عمومی در مردم و سازمان‌ها (در مورد مزایای آمارهای ثبتی)، می‌بایست به عنوان قدمی اساسی تلقی گردد.
- ۵- مفهوم داده‌های اداری ثبتی مینا با آمارهای ثبتی متفاوت است: داده‌های اداری ثبتی مینا، همان داده‌های تولید شده از سیستم‌های اطلاعاتی عملیاتی ثبتی مینا هستند که در عملیات جاری و اداری در سازمان‌ها تولید می‌شوند؛ حال آنکه، آمارهای ثبتی، آمارهای مورد نیاز دفاتر و مراکز آمار است که از پردازش، تصحیح و ترکیب داده‌های ثبتی اداری تولید می‌شوند.
- ۶- داده‌های اداری ثبتی نمی‌توانند به طور مستقیم به عنوان آمارهای ثبتی مورد استفاده قرار گیرند، بلکه داده‌های اداری ثبتی باید در ترکیب با نمونه‌گیری‌ها و تمام شماری‌ها و ... و همچنین گذراندن مراحل برای افزایش کیفیت و ... به آمارهای ثبتی تبدیل شوند.
- ۷- هیچگاه نمی‌توان تمام اطلاعات را از آمارهای ثبتی به دست آورد، بلکه سرشماری‌ها و نمونه‌گیری‌ها نیز باید در کنار آن قرار داشته باشند.

ب- حساب اقماری گردشگری

آمارهای گردشگری برای طراحی استراتژی‌های بازاریابی، تقویت ارتباطات بین مؤسسه‌ای، ارزیابی کارایی تصمیمات مدیریتی و اندازه‌گیری شاخص‌های گردشگری لازم و ضروری می‌باشند.

حساب اقماری گردشگری یکی از حساب‌های اقماری نظام حساب‌های ملی (SNA, Rev. ۱۹۹۳) است که در سال‌های اخیر به منظور ارائه یک حساب اقتصادی از فعالیت‌های گردشگری مورد توجه قرار گرفته است. برخی از کشورها با پی‌بردن به نقش و اهمیت تهیه یک حساب اقتصادی برای فعالیت‌های گردشگری و تأثیر آن در بهبود سطح فعالیت‌های اقتصادی و مجموعه اقتصاد ملی، اقدام به تهیه و ارائه چنین حسابی کرده‌اند. تهیه حساب اقماری گردشگری به ویژه برای کشورهایی که از جاذبه‌ها و توانمندی‌های گردشگری بالایی برخوردارند، ابزاری سودمند و کارآمد در سازماندهی و برنامه‌ریزی فعالیت‌های گردشگری است.

ساختار بنیادی حساب‌های اقماری گردشگری بر پایه ایجاد موازنه بین عرضه و تقاضای محصولات تولیدی از فعالیت‌های گردشگری در مجموعه اقتصاد است.

اندیشه اصلی تهیه چنین حسابی، تجزیه و تحلیل کلیه جنبه‌های تقاضا برای کالاها و خدماتی است که ممکن است توسط فعالیت‌های گردشگری پدیدار شود. از این دیدگاه گردشگری ماهیتاً پدیده‌ای مبتنی بر تقاضا به شمار می‌رود.

مصرف بازدیدکنندگان تنها منحصر به استفاده از کالاها و خدمات از پیش تعیین شده صنایع خاص تولیدی نیست. آنچه باعث تمایز گردشگر می‌شود شرایط موقتی وی است نه آنچه که کسب می‌نماید. این ویژگی مصرف‌کنندگان در چارچوب مرکزی حساب‌های ملی دیده نشده برای مواجهه با این امر از حساب‌های اقماری استفاده و به ضمیمه حساب‌های ملی اضافه می‌شود.

حساب اقماری گردشگری چهارچوبی مفهومی جهت همساز نمودن داده‌های اطلاعاتی گردشگری مربوط به عرضه و تقاضا است و گستره‌ی وسیعی از کل تقاضای داخلی گردشگری شامل مصرف گردشگری، تشکیل سرمایه ثابت ناخالص گردشگری و مصرف جمعی (اشتراکی) گردشگری را در بر می‌گیرد. به همین دلیل برآورد و تحلیل گردشگری نیازمند طبقه‌بندی ویژه تولیدات و فعالیت‌های تولیدی است. طبقه‌بندی به: الف- تولیدات، عمدتاً تولیداتی که به هزینه گردشگری مربوط می‌شود و ب- فعالیت‌های تولیدی که اساساً برای تعیین صنایع گردشگری می‌باشند، اشاره دارد.

«حساب اقماری گردشگری» جزیی از نظام حساب‌های ملی محسوب می‌شود؛ «نظام حساب‌های ملی ۱۹۹۳ (SNA)» از مفاهیم، تعاریف، طبقه‌بندی‌ها، قوانین حسابداری، حساب‌ها و جداولی تشکیل شده است که چهارچوبی یکپارچه و فراگیر برای برآورد تولید، مصرف، سرمایه‌گذاری، درآمد، بورس و جریان ثروت مالی و غیرمالی و دیگر متغیرهای اقتصادی مرتبط ایجاد می‌کنند. به علاوه این نظام شامل چهارچوب مشخصی است که

رابطه میان تقاضا برای کالا و خدمات و تأمین این کالاها و خدمات را درون یک نظام اقتصادی، به عنوان مثال با جداول تأمین و بهره‌گیری ارائه می‌دهد.

آنچه که گردشگری را متمایز می‌سازد وضعیت موقتی است که در آن یک فرد خود را به عنوان یک مصرف‌کننده در نظر می‌گیرد: او به سفری می‌رود تا از مکانی خارج از محیط معمول زندگی‌اش به مدتی کمتر از یک سال بازدید کند و هدف او هر چیزی به جز استخدام شدن در مقصد است. این مسائل یک بازدیدکننده را از دیگر انواع مصرف‌کننده‌ها متمایز می‌سازد. گردشگری به عنوان مجموعه‌ای از فعالیت‌های تولیدی تعریف می‌شود که عمدتاً به بازدیدکنندگان عرضه می‌شوند.

همچنین، گردشگری پدیده‌ای اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی است که انتقال و جابجایی مردم را در بر می‌گیرد. رابطه گردشگری با انواع زیادی از فعالیت‌های اقتصادی سبب شده است که علاقه‌ای برای برآورد جنبه‌های اقتصادی و سودآور آن به خصوص درباره مکان‌های مورد بازدید و محاسبه وابستگی درونی این پدیده با دیگر فعالیت‌های اقتصادی پدید آید. این ویژگی‌های خاص بازدیدکننده را نمی‌توان درون هسته مرکزی «نظام حساب‌های ملی» به وضوح دریافت، زیرا در این نظام معامله‌گران بر اساس ویژگی‌های (نسبتاً) ثابت از جمله کشور محل اقامت طبقه‌بندی می‌شوند.

به منظور رفع چنین موانعی، «نظام حساب‌های ملی ۱۹۹۳» پیشنهاد می‌کند که از «حساب‌های اقماری» که به هسته مرکزی «نظام حساب‌های ملی» الحاق شده است استفاده شود و مفاهیم، تعاریف، طبقه‌بندی‌ها و قوانین حسابداری از آن «حساب اقماری» اخذ شود.

هدف حساب اقماری گردشگری تحلیل و بررسی جزئی و دقیق تمامی جنبه‌های تقاضا برای کالا و خدمات مرتبط با فعالیت‌های بازدیدکنندگان (گردشگران)، مشاهده و تشخیص واسطه‌های عملیاتی جهت تأمین آن کالاها و خدمات در محدوده اقتصادی موجود و شرح و توصیف چگونگی تأثیرات متقابل تأمین خدمات و کالاها با دیگر فعالیت‌های اقتصادی است.

مهم‌ترین ویژگی‌های «حساب‌های اقماری گردشگری» عبارتند از تحلیل دقیق تمام جنبه‌های تقاضا برای کالا و خدماتی که ممکن است به گردشگری مرتبط باشد، برقراری واسطه واقعی بین تأمین‌کنندگان خدمات و کالاهایی درون یا بیرون اقتصاد مورد نظر و شرح چگونگی تعامل این تأمین خدمات و کالا (از منابع داخلی یا وارداتی) با دیگر فعالیت‌های اقتصادی که تمام این امور با استفاده از جداول تأمین و بهره‌گیری به عنوان یک مرجع صورت می‌پذیرد.

حساب اقماری گردشگری بر ابعاد اقتصادی سفرهای گردشگری تمرکز می‌کند و این تأثیر اکثراً از طریق هزینه‌های صرف شده توسط بازدیدکنندگان یا کسانی ایجاد می‌شود که برای آن‌ها هزینه می‌کنند. در موقعیت بازدیدکننده قرار گرفتن به معنای بودن در وضعیتی موقتی است که به سفری خاص وابسته است. هنگامی که سفر به پایان می‌رسد، فرد موقعیت خود را به عنوان یک بازدیدکننده از دست می‌دهد.

حساب اقماری گردشگری همچنین علاقمند به دیگر انواع تبادلات کالا و خدمات مانند تشکیل سرمایه ناخالص ثابت و نیز مسائلی مانند مصرف، توسط سطوح مختلف اداره خدمات کلی گردشگری می‌باشد.

اکثر فعالیت‌های اقتصادی مربوط به بازدیدکنندگان زمانی رخ می‌دهد که آن‌ها خارج از محیط [زندگی] معمول خود هستند و بر اقتصادهایی ملی یا محلی غیر از اقتصادهای مربوط به محیط معمول خود تأثیر می‌گذارند. با این وجود، حساب اقماری گردشگری مصرف‌هایی که معمولاً درون محیط معمول انجام می‌شود را نیز دربر می‌گیرد. به عنوان مثال بازدیدکنندگان بالقوه که در فکر سفر هستند نیز فعالیت‌هایی انجام می‌دهند (از جمله خرید اشیاء کوچکی که می‌خواهند با خود داشته باشند یا خرید چادر مسافرتی، کیف سفری یا بیمه مسافرتی، خدمات آژانس مسافرتی یا خدمات حمل و نقل از محیط [زندگی] معمول به مکان مورد بازدید). «حساب اقماری گردشگری» عمدتاً ماهیتی توصیفی دارد و میزان تأثیرات غیر مستقیم مصرف گردشگری بر نظام اقتصادی به عنوان یک کل را شامل نمی‌شود. این امر به این معناست که تأثیر گردشگری بر اقتصاد به طور کامل در جداول «حساب اقماری گردشگری» بازتاب نیافته است و بنابراین باید با ابزارهای دیگری مورد محاسبه و تحلیل قرار گیرد. به عنوان مثال، با استفاده از مدل‌های ورودی-خروجی یا موازنه کلی محاسبه‌پذیر می‌توان این عملیات را به انجام رساند که بر اساس «حساب اقماری گردشگری» یا دیگر ابزارهای مدل‌سازی بنا نهاده شده است که امکان تحلیل دقیق و همه‌جانبه تأثیر گردشگری را فراهم می‌سازند.

در نظام اقماری گردشگری، از کشورهای مختلف خواسته می‌شود که آمار گردشگری خود را مطابق راهنمایی‌های زیر بسط و توسعه دهند:

❖ تخمین‌ها باید براساس منابع آماری قابل اعتماد انجام گیرد، به طوری که بازدیدکنندگان و تولیدکنندگان کالاها و تأمین‌کنندگان خدمات را بتوان مورد بررسی قرار داد؛

❖ مشاهدات و بررسی‌ها باید آماری باشند و پیوسته و طولانی مدت انجام پذیرند و نیز باید ترکیبی از برآوردهای معیار و استفاده از نشانگرها باشند تا سودمندی نتایج را افزایش دهند؛

❖ داده‌های یک کشور را باید بتوان در بازه‌های زمانی مختلف با هم مقایسه کرد و نیز باید بتوان با داده‌های کشوری دیگر و داده‌های دیگر فعالیت‌های اقتصادی مقایسه کرد؛

❖ داده‌ها باید دارای پیوستگی و هماهنگی باشند و در چهارچوب‌های اقتصاد کلان که در سطح بین‌المللی شناخته شده هستند ارائه شوند.

جداول حساب‌های اقماری گردشگری تصویری کامل از عرضه و تقاضای گردشگری در قالب مبادلات اقتصادی فعالیت‌های وابسته به گردشگری و همچنین ظرفیت‌های

گردشگری کشور ارائه می‌کند و از این‌رو، مناسب‌ترین داده‌های آماری را برای بررسی‌های اقتصادی و تصمیم‌گیری مدیران و برنامه‌ریزان گردشگری ارائه می‌دهد. تهیه جداول حساب اقماری گردشگری نیازمند برنامه‌ریزی برای انجام فعالیت‌های آماری و تدارک انبوهی از داده‌های آماری اعم از اجرای طرح‌های آماری ویژه گردشگری و ساماندهی آمارهای ثبتی است و به همین سبب، تهیه حساب اقماری گردشگری بستری برای شکل‌گیری و ساماندهی نظام آمارهای گردشگری فراهم می‌کند.

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

سند «تی. اس. ا.» تطبیقی است میان فعالیت‌های آماری مکمل هم که دو هدف را پی‌گیری می‌کند:

اولین هدف کمک به ایجاد یک پایگاه داده‌های سودمند از منابع اطلاعاتی است که از آن‌ها داده‌هایی برای سیستم آمارگیری استخراج شود. اطلاعات موجود برای اندازه‌گیری تأثیرات اقتصادی گردشگری و در نهایت بهبود کیفیت داده‌های مربوط به حساب‌های اقماری گردشگری (تی. اس. ا.) است.

دومین هدف این است که بخشی از این مستندات در سطح بین‌المللی بر حسب نیاز و ضرورت در اختیار همگان گیرد تا از آن‌ها برای مشاوره، تبادل اطلاعات و مقایسه فرآیندهای استفاده شده در کشورهای مختلف مورد بهره‌برداری قرار گیرد و بهترین فعالیت‌های انجام شده معرفی گردد.

یکی از نگرانی‌های اصلی در گردشگری این است که در مورد کیفیت اطلاعات با اطمینان نمی‌توان صحبت کرد؛ اعتبار یکی از نگرانی‌های اصلی فعالیت‌های آماری جهان است، این موضوع به خصوص در زمینه گردشگری مهم است؛ به دلیل برآوردهای غیرواقعی گذشته و حال، اعتبار آمارهای گردشگری از دست رفته و میزان کیفیت داده‌های آماری مورد استفاده به اندازه کافی مشخص نیست.

کشورهایی که به دنبال بهبود سیستم آمار گردشگری خود هستند نیز تمایل دارند بدانند کشورهای دیگر چه کار می‌کنند، اطلاعات‌شان را از کجا می‌گیرند، فرآیندهایی که در مسیر انجام کار طی می‌کنند چیست و کیفیت برآوردی از آنچه به دست می‌آورند چقدر است؟

نتیجه‌گیری

در این مقاله دو روش مؤثر برای گردآوری آمارهای گردشگری معرفی شد. این دو روش آمارگیری به صورت ترکیبی و در کنار هم می‌توانند آمار و اطلاعات صحیح، به‌هنگام و قابل اطمینانی در اختیار دست‌اندرکاران و محققین حوزه گردشگری قرار دهند.

به علاوه با استفاده از این دو روش می‌توان سهم، جایگاه و میزان سرمایه‌گذاری در بخش‌های مختلف مرتبط با گردشگری را مشخص نمود. به دلیل اینکه به طور همه‌جانبه به تمام جزییات گردشگری می‌پردازند، می‌توانند چارچوبی مناسب برای داده‌های گردشگری و گزاره‌های مربوطه باشند.

در نظام آمارهای ثبتي آمارها از فعاليت‌های جاری به دست می‌آیند، تمام رویدادها را ثبت می‌کنند و طیف وسیعی از نظام‌های اطلاعاتی کشور از نظام اطلاعات کلان تا نظام زیر سیستم‌های ثبتي یک سازمان را در بر می‌گیرند. این آمارها با توجه به ماهیت گردشگری بهترین روش برای گردآوری آمارها و اطلاعات گردشگری هستند.

اما در کنار این روش، به عنوان روش مکمل، حساب اقماری گردشگری قرار دارد که عمدتاً ماهیت توصیفی دارد و به تجزیه و تحلیل دقیق و همه جانبه عرضه و تقاضای کالا و خدمات گردشگری، هزینه‌ها و فعاليت‌های تولیدی و رابطه میان آنها می‌پردازد. این روش بخشی از نظام حساب‌های ملی است که تأثیر گردشگری را بر اقتصاد مورد بررسی قرار می‌دهد و بر پایه آمارهای پیوسته با بازه زمانی مشخص و قابل مقایسه هم در سطح ملی و هم بین‌المللی است و برای طراحی استراتژی‌های بازاریابی گردشگری، تقویت ارتباطات بین مؤسسه‌ها، ارزیابی کارایی تصمیمات مدیریتی و اندازه‌گیری شاخص‌های گردشگری لازم و ضروری به نظر می‌رسد.

منابع

- پاریسیان، احمد (۱۳۸۴)؛ مبانی احتمال و آمار برای دانشجویان علوم و مهندسی، اصفهان: مرکز نشر دانشگاه صنعتی اصفهان: چاپ اول، پاییز.
- دهخدا، علی‌اکبر (۱۳۲۵)؛ لغت نامه، تهران: سازمان لغت نامه.
- کریمی، غلامحسین (۱۳۸۸)؛ چگونگی آمار گردشگری در ایران، <http://www.tabnak.ir>."
- محلاتی، صلاح‌الدین (۱۳۸۰)؛ درآمدی بر جهانگردی، تهران: دانشگاه شهید بهشتی؛
- معین، محمد (۱۳۷۵)؛ فرهنگ فارسی (متوسط)، تهران: امیرکبیر؛
- نیکنامی، کمال‌الدین (۱۳۸۷)؛ روش‌های تحلیل کمی در پژوهش‌های باستان‌شناسی، جلد اول: روش‌های مقدماتی، تهران: انتشارات سمت؛
- Charles r. goeldner. J.R. Brent Ritchie (۲۰۰۶), "Tourism: principles, practices, philosophies", ۱۰th ed. John Wiley & sons.Inc;
- International Recommendations for Tourism Statistics (۲۰۰۸), Madrid and New York, ۲۰۰۸ United Nations;

-
- Orang, Young (۱۹۸۲), “Regime Dynamic: The Rise and Fall of International Regimes”, In Stephen Krasner's Ibid, p.۹۸
 - Tourism statistics metadata project: general guidelines for documenting tourism statistics(۲۰۰۶), UNWTO, Madrid : Spain;
 - World Tourism Organization, United Nations(۲۰۰۸); “Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework”, Luxembourg, Madrid, New York, Paris;
 - World Tourism Organization, United Nations(۲۰۰۶); “Tourism statistics metadata project: general guidelines for documenting tourism statistics”, ver.۲ Madrid Spain;
 - World Tourism Organization, United Nations(۲۰۰۸); “ International Recommendations for Tourism Statistics”; Department of Economic and Social Affairs Statistics Division, Madrid and New York.
 - World Tourism Organization, United Nations(۲۰۰۹); TSA DATA AROUND THE WORLD (WORLDWIDE SUMMERY) - UNWTO Department of Statistics and Tourism Satellite Account (TAS), Madrid.

Archive of SID