

پایش و تحلیل گردشگری داخلی در فصل بهار: بازه زمانی ۱۳۹۰ الی ۱۴۰۳



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

تاریخ انتشار:

۱۴۰۴/۷/۹

شماره مسلسل: ۲۱۰۱۴



مرکز پژوهش‌های
مجلس شورای اسلامی

عنوان گزارش:

پایش و تحلیل گردشگری داخلی در فصل بهار:
بازه زمانی ۱۳۹۰ الی ۱۴۰۳

نوع گزارش: طرح / لایحه □ راهبردی ■ نظارتی □ پیش‌نویس قانونی □

نام دفتر:

دفتر مطالعات آموزش و فرهنگ (گروه ورزش، میراث فرهنگی و گردشگری)

تهیه و تدوین:

مصطفی اسماعیلی مهبیاری (گروه ورزش، میراث فرهنگی و گردشگری)

مدیر مطالعه:

سعید شفیعا

ناظر علمی:

موسی بیات

ناظر علمی خارج از مرکز:

جواد براتی (رئیس پژوهشکده گردشگری جهاد دانشگاهی مشهد)

همکاران:

مهدیه بد (عضو هیئت علمی پژوهشگاه میراث فرهنگی و گردشگری)، محمدامین گزار، زینب رحمانی،
زهرا راجی (گروه ورزش، میراث فرهنگی و گردشگری)

اظهار نظر کنندگان:

مرتضی بذرافشان، امیرعباس نجفی‌پور (عضو هیئت علمی مجتمع آموزش عالی بم)،
محمدجواد داور خواه (کارشناس گردشگری)

گرافیک و صفحه آرایی:

سیده فاطمه ابوطالبی

ویراستار ادبی:

مزگان کاظمی

واژه‌های کلیدی:

- گردشگری داخلی
- آمار گردشگری ۱۴۰۳
- گردشگری بهار

تاریخ شروع مطالعه:

۱۴۰۴/۰۱/۱۵



فهرست مطالب

۷	چکیده
۸	خلاصه مدیریتی
۱۰	۱. مقدمه
۱۱	۲. نگاهی کلی به آمار گردشگری داخلی فصل بهار در سال ۱۴۰۳
۱۵	۳. بررسی روندهای آماری گردشگری داخلی در فصل بهار از سال ۱۳۹۰ الی ۱۴۰۳
۱۵	۳-۱. روند دسترس پذیری سفر
۱۶	۳-۲. مقاصد برتر مسافران بهار در گردشگری داخلی
۲۱	۳-۳. مقاصد برتر مسافران با اقامت شبانه
۲۲	۳-۴. مقاصد برتر مسافران بدون اقامت شبانه
۲۴	۳-۵. اهداف از سفرهای با اقامت شبانه
۲۵	۳-۶. اهداف از سفرهای بدون اقامت شبانه
۲۷	۳-۷. اقامتگاه اصلی مسافران
۲۸	۳-۸. وسایل نقلیه اصلی مورد استفاده برای سفر (مسیر رفت)
۳۰	۴. جمع بندی و نتیجه گیری
۳۰	۴-۱. لزوم توسعه و تقویت زیرساخت های حمل و نقل
۳۰	۴-۲. لزوم توجه به اقامتگاه های عمومی و نیازهای اقامتی طبقات مختلف جامعه
۳۱	۴-۳. لزوم تقویت تبلیغات و بازاریابی و نقش رویدادها در توسعه گردشگری
۳۱	۴-۴. لزوم ایجاد پایگاه داده یکپارچه و جامع
۳۲	۵. پیوست ها
۳۶	منابع و مآخذ

فهرست جداول

جدول ۱. پنج استان برتر مقاصد گردشگران داخلی بهار با اقامت شبانه از سال ۱۳۹۰ الی ۱۴۰۳	۲۲
جدول ۲. پنج استان برتر گردشگران داخلی بهار بدون اقامت شبانه از سال ۱۳۹۰ الی ۱۴۰۳	۲۳
جدول ۳. وضعیت تغییرات اهداف سفرهای با اقامت شبانه سال ۱۴۰۳ در مقایسه با ۱۳۹۸	۲۵
جدول ۴. وضعیت تغییرات اهداف سفرهای بدون اقامت شبانه سال ۱۴۰۳ در مقایسه با ۱۳۹۸	۲۷
جدول ۱ پیوست. روند سفر گردشگران داخلی به استان‌های کشور در سال‌های ۱۳۹۰ الی ۱۴۰۳	۳۲
جدول ۲ پیوست. ۱۰ استان برتر مقاصد مسافران داخلی بهار از سال ۱۳۹۰ الی ۱۴۰۳	۳۶

فهرست شکل‌ها

شکل ۱. نمودار مقصدهای برتر در سفرهای با اقامت شبانه	۱۱
شکل ۲. نمودار مقصدهای برتر در سفرهای بدون اقامت شبانه	۱۲
شکل ۳. نمودار هدف از سفر گردشگران با اقامت شبانه	۱۲
شکل ۴. نمودار هدف از سفر گردشگران بدون اقامت شبانه	۱۳
شکل ۵. نمودار وضعیت اقامت گردشگران داخلی بهار ۱۴۰۳	۱۴
شکل ۶. نمودار وسایل نقلیه مورد استفاده برای مسیر رفت در بهار ۱۴۰۳	۱۵
شکل ۷. نمودار دسترسی سفر خانوارها در فصل بهار بر مبنای تعداد خانوار	۱۶
شکل ۸. نمودار روند کمی سفرها در سال‌های ۱۳۹۰ الی ۱۴۰۳	۱۷
شکل ۹. نمودار روند تغییرات جریان سفرهای داخلی به استان‌های کشور (براساس حروف الفبا از تا س)	۲۰
شکل ۱۰. نمودار ادامه روند تغییرات جریان سفرهای داخلی به استان‌های کشور (براساس حروف الفبا از س تا ی)	۲۰
شکل ۱۱. نمودار روند تغییرات اهداف گردشگران داخلی از سفر با اقامت شبانه	۲۴
شکل ۱۲. نمودار روند تغییرات اهداف گردشگران داخلی در سفرهای بدون اقامت شبانه	۲۶
شکل ۱۳. نمودار روند تغییرات و سهم هر یک از انواع اقامتگاه‌ها در گردشگری داخلی	۲۸
شکل ۱۴. نمودار روند استفاده از وسایل نقلیه در مسیرهای رفت گردشگری داخلی در سال‌های ۱۳۹۰ الی ۱۴۰۳	۲۹



پایش و تحلیل گردشگری داخلی در فصل بهار: بازه زمانی ۱۳۹۰ الی ۱۴۰۳

Doi: [10.22034/report.mrc.2025.1404.33.7.21014](https://doi.org/10.22034/report.mrc.2025.1404.33.7.21014)

چکیده



رصد و پایش مستمر داده‌های آماری گردشگری، امکان تحلیل روندها، پیش‌بینی تقاضا و تطبیق سیاست‌های توسعه گردشگری با تغییرهای اجتماعی و اقتصادی را فراهم می‌سازد. گزارش حاضر تلاش دارد تا با تجزیه و تحلیل داده‌های منتشر شده توسط مرکز ملی آمار در سال ۱۴۰۳، تصویری بر این اساس ارائه دهد. یافته‌ها نشان می‌دهد که پس از کاهش شدید سفرها ناشی از همه‌گیری کرونا، دسترس پذیری سفر برای خانوارها در سال ۱۴۰۳ تا ۸۳.۷ درصد سال ۱۳۹۷ (دوران اوج گردشگری داخلی) بازیابی داشته است. در طی چهارده سال گذشته، شش استان خراسان رضوی، تهران، مازندران، گیلان، اصفهان و فارس، ۴۶ درصد از حجم کل سفرها را تشکیل داده‌اند. میزان استفاده از خودروهای شخصی تا ۷۰.۳ درصد افزایش یافته و سهم حمل و نقل عمومی نزولی بوده است به حدی که حمل و نقل جاده‌ای از ۹.۲ درصد در سال ۱۳۹۳، به ۳.۹۹ درصد کاهش یافته است. همچنین، کاهش اندک نسبت به دوره‌های پیشین، الگوی غالب اقامت سفرهای بهاری همچنان منازل بستگان است. در مقابل، سهم ویلاهای اجاره‌ای افزایش یافته و سهم اقامتگاه‌های عمومی مانند هتل‌ها کاهش یافته است. با وجود افت شدید در تعداد سفرها، دیدار دوستان و بستگان، گردش و تفریح، به ترتیب بیشترین سهم از اهداف سفرهای با اقامت شبانه و بدون اقامت شبانه را داشته و سهم سفرهای درمانی نیز صعودی بوده است. فرارگیری استان‌های دور از مرکز کشور مانند فارس، کرمانشاه، آذربایجان شرقی و خوزستان در میان ده استان برتر، گرایش روزافزون به گردشگری فرهنگی تاریخی را به‌عنوان روند آتی نشان می‌دهد.



خلاصه مدیریتی



بیان / شرح مسئله

در غیاب حساب‌های اقماری گردشگری در کشور، داده‌های تولید شده توسط مرکز ملی آمار ایران به‌عنوان مرجع رسمی آماری کشور، نقش برجسته‌ای در شناخت وضعیت سفرهای داخلی و ارزیابی تحولات گردشگری ایفا می‌کنند. انتشار این داده‌ها، به‌ویژه در سطح ملی، می‌تواند تصویری کلی از تغییرهای ساختاری در رفتار سفر خانوارها طی زمان ارائه دهد و پایه‌ای برای تحلیل‌های عمیق‌تر در حوزه اقتصاد گردشگری فراهم آورد. با وجود اهمیت بنیادین این داده‌ها، انتشار منظم آنها در سال‌های اخیر، به‌ویژه در دوران همه‌گیری کرونا، با وقفه و ناپیوستگی همراه بوده است. باین‌حال، انتشار آمارهای فصل بهار سال ۱۴۰۳ از سوی مرکز ملی آمار ایران، نقطه عطفی برای از سرگیری نظام آماری در حوزه گردشگری محسوب می‌شود. با وجود این گام مثبت، تاکنون تحلیل ساختاریافته و منظمی از این داده‌ها ارائه نشده و تبیین تحولات روندهای اصلی مبتنی بر آمارهای جدید مغفول مانده است. از این رو، گزارش حاضر در پی آن است که با اتکا به داده‌های منتشر شده از سال ۱۳۹۰ تا ۱۴۰۳، تصویری تحلیلی از وضعیت سفرهای داخلی ترسیم کرده و روندهای کلیدی مرتبط با اهداف سفر، نوع اقامت، وسایل نقلیه مورد استفاده و مقاصد گردشگری پذیر را مورد بررسی و ارزیابی قرار دهد. لازم به ذکر است که روش‌های گردآوری این اطلاعات توسط مرکز ملی آمار دارای محدودیت‌های روش‌شناختی است.

نقطه نظرات / یافته‌های کلیدی

- افزایش سهم استفاده از خودروهای شخصی برای سفرهای بهاری از ۶۱.۷ درصد در سال ۱۳۹۷ به ۷۰.۳ درصد در سال ۱۴۰۳،
- کاهش سهم ناوگان حمل و نقل عمومی به‌ویژه اتوبوس‌ها از ۶.۴ میلیون سفر (معادل ۹.۲ درصد از کل) در سال ۱۳۹۳، به ۲.۸ میلیون سفر، معادل ۳.۹۹ درصد در سال ۱۴۰۳ رسید. کاهش دسترسی خانوارهای ایرانی به حمل و نقل عمومی ناشی از کاهش ظرفیت ناوگان و مقرون به صرفه نبودن آن را نشان می‌دهد.
- از ۷۲۰ میلیون سفر انجام گرفته در طی فصل بهار (بازه ۱۳۹۰ الی ۱۴۰۳) بیش از ۳۳۰ میلیون سفر معادل ۴۶ درصد، محدود به استان خراسان رضوی، مازندران، گیلان، تهران، فارس و اصفهان بوده است که این امر تمرکز سفرها بر استان‌های مرکز کشور و پراکندگی پایین سفرها را نشان می‌دهد.
- برای اولین بار در سال‌های ۱۳۹۰ الی ۱۴۰۳، سهم اقامت در منازل بستگان از بیش از ۷۰ درصد به ۶۹ درصد و سهم ویلاهای اجاره‌ای از حدود ۹ درصد به ۱۰ درصد در سال ۱۴۰۳ رسیده است. از طرف دیگر، سهم اقامتگاه‌های عمومی و سازمانی که در اوایل دهه به ترتیب ۵ و ۴ درصد بوده، در سال ۱۴۰۳، به ۳.۸ و ۲ درصد کاهش یافته است. این روند نشانگر تلاش گردشگران برای کاهش هزینه‌های سفر است.
- رتبه نخست خراسان رضوی در سفرهای با اقامت شبانه و گیلان در سفرهای بدون اقامت شبانه، نشانگر تداوم علاقه‌مندی ایرانیان به گردشگری مذهبی و طبیعت است. همچنین، افزایش سهم سفرهای درمانی از ۸.۹ درصد در سال ۱۳۹۸ به ۱۱.۱ درصد در سال ۱۴۰۳، روند روبه‌رشد گردشگری درمانی را نشان می‌دهد.
- با وجود کاهش محسوس سفرها نسبت به پیش از کرونا، حفظ جایگاه استان‌هایی با فاصله زیاد از مرکز کشور همچون فارس، خوزستان و آذربایجان شرقی، در میان ده مقصد برتر سال ۱۴۰۳ توجه بیش از پیش گردشگران داخلی به گردشگری فرهنگی تاریخی را نشان می‌دهد.
- استان‌های آذربایجان غربی و کرمان با ۶۴ درصد کاهش و در مقابل استان زنجان با ۱۷۱ درصد افزایش کمی سفرها نسبت به سال ۱۳۹۸، به ترتیب بیشترین افت و رشد را داشته‌اند که دلایل هر کدام نیازمند بررسی دقیق است.

پیشنهاد راهکارهای تقنینی، نظارتی یا سیاستی

■ با توجه به مسائلی همچون تمرکز سفرها بر استان‌های مرکزی، افزایش استفاده از خودروهای شخصی و کاهش سهم حمل و نقل عمومی؛ و در راستای افزایش دسترسی پذیری ایرانیان به مقاصد سنتی و نوظهور و توسعه متوازن گردشگری داخلی، ضروری است تا **توسعه زیرساخت‌های حمل و نقل عمومی به ویژه ناوگان ریلی و جاده‌ای**، از نظر حجم ناوگان، شبکه‌های مواصلاتی و همچنین کاهش هزینه‌های سفر با این ناوگان مورد توجه قرار گیرد.

■ با توجه به جریان اقامتی سفرهای بهاری در بخش غیررسمی و افزایش گرایش به خانه‌های اجاره‌ای و کاهش اقامت در اقامتگاه‌های عمومی، ضروری است تا **برنامه ویژه‌ای برای اقامت طبقات در آمدی مختلف جامعه در اقامتگاه‌های عمومی و ساماندهی انواع اقامتگاه‌های عمومی** با در نظر گرفتن بخش‌های و نیازهای مختلف بازار تدوین شود تا علاوه بر هتل‌ها، اقامتگاه‌هایی همچون بوم‌گردی‌ها، خانه‌های سنتی و... نیز به حیات خود ادامه دهند.

■ در راستای کاهش هزینه‌های سفر خانوارها و در بهبود دسترسی پذیری سفر برای آنان، باید ارائه بسته‌ها و ابتکارهای تشویقی برای ترغیب به سفر و **ایجاد بستری برای سفرهای مقرون به صرفه**، به ویژه برای طبقات پایین جامعه در اولویت قرار گیرد؛ در غیر این صورت ممکن است سفر از سبب مصرفی بسیاری از خانوارها خارج شود.

■ به طور قطع، پس از ضعف در زیرساخت‌های حمل و نقل عمومی و بالا بودن هزینه‌های سفر، مهم‌ترین دلیل فقدان پراکندگی سفرها و تمرکز آنان بر استان‌های مرکزی، **ضعف در تبلیغات و معرفی مناسب جاذبه‌های گردشگری استان‌های گوناگون کشور** است. در نتیجه نیاز است تا با اجرایی‌سازی ظرفیت‌های قانونی همانند بند «ب» ماده (۷۶) قانون برنامه پنج‌ساله هفتم پیشرفت جمهوری اسلامی ایران با موضوع اختصاص یک درصد از هزینه‌های دستگاه‌های اجرایی برای حوزه فرهنگ و ردیف ۱۶ احکام سند راهبردی توسعه گردشگری مبنی بر وظایف صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران در راستای تولید برنامه و راه‌اندازی کمپین‌های تبلیغاتی و همچنین با بهره‌گیری از طرح‌هایی همچون مسئولیت اجتماعی بنگاه‌های اقتصادی، سرمایه‌گذاری در تبلیغات گردشگری صورت گیرد.

■ در راستای گردآوری داده‌هایی دقیق‌تر و جزئی‌تر از سفرهای داخلی، نیاز است تا **توسعه حساب‌های اقماری گردشگری** با هدف دستیابی به داده‌های تقاضا، خدمات و رفتار گردشگران مانند شناسایی تعداد واقعی گردشگران، هزینه‌کرد آنان و... مورد توجه ویژه قرار گیرد.

■ کاهش تعداد سفرها به مقصدهای سنتی همچون اصفهان، یزد و حتی کرمان و در مقابل رشد قابل توجه سفرها به استان زنجان، **اهمیت نقش رویدادهای گردشگری و تنوع بخشی به محصولات گردشگری به ویژه برای نسل جوان را برجسته می‌سازد**. با این وجود در اسناد بالادستی گردشگری توجه ویژه به رویدادهای گردشگری مشاهده نمی‌شود.

■ علاوه بر حفظ توجه و بهره‌برداری از ظرفیت‌ها و جاذبه‌های گردشگری مذهبی و طبیعت، دو حوزه **گردشگری سلامت و گردشگری فرهنگی تاریخی که در سال‌های گذشته روبه‌رشد بوده‌اند**، باید مورد توجه ویژه قرار گرفته و با شناسایی، حفظ و معرفی مناسب جاذبه‌های فرهنگی، تاریخی و سلامت، گردشگران علاقه‌مند را جذب کرد.



۱. مقدمه

در صنعت گردشگری، دسترسی به داده‌های دقیق و جدیدترین، نقش کلیدی در برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری ایفا می‌کند. تصمیم‌گیری در زمینه‌هایی نظیر توسعه زیرساخت‌ها، تخصیص منابع، بازاریابی و تبلیغات، مدیریت منابع انسانی و... از طریق تحلیل داده‌های آماری معتبر حاصل می‌شود. در ایران، مرکز آمار ایران در فاصله سال‌های ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۸ (بجز ۱۳۹۴)، اطلاعات مربوط به گردشگران داخلی را برای فصل بهار منتشر کرده است. اما از سال ۱۳۹۸ به بعد، این روند تا سال ۱۴۰۳ متوقف شد. این داده‌ها، الگوهای کلی گردشگری داخلی کشور را نشان می‌دهند، می‌توانند تصویری کلی از وضعیت گردشگری داخلی و تغییرها در الگوی کلی را به نمایش بگذارند. پژوهش حاضر در تلاش است تا با استفاده از داده‌های ارائه‌شده مرکز ملی آمار از گردشگری داخلی در فصل بهار آگاهی‌افزایی کند.

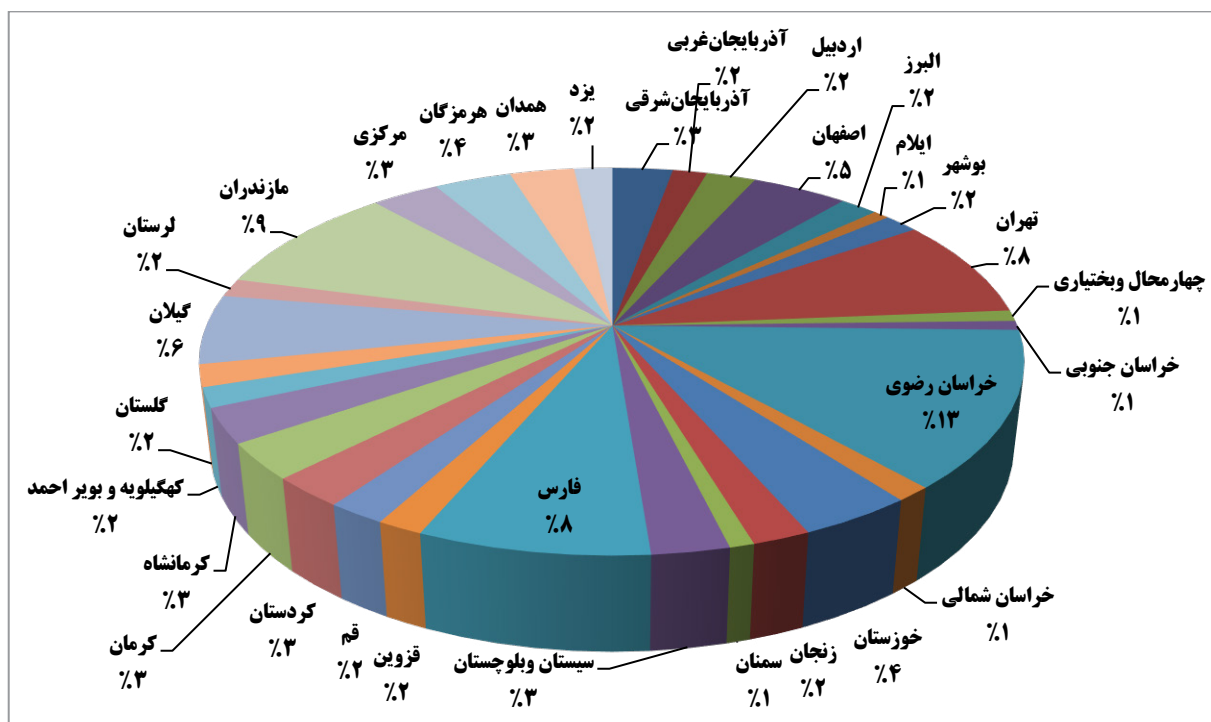
لازم به ذکر است استفاده از این داده‌ها نیازمند توجه به ملاحظات است. این داده‌ها تنها بخشی از وضعیت گردشگری کشور را در یکی از دوره‌های پر تقاضا نشان می‌دهند و قابل تعمیم به کل سال نیستند. افزون بر این، شاخص‌ها و روش‌های گردآوری مورد استفاده در این داده‌ها با محدودیت‌هایی همراه هستند که باید در تحلیل و تفسیر نتایج لحاظ شود تا از برداشت‌های نادرست جلوگیری شود. به عنوان نمونه، گردآوری داده‌های گردشگری به صورت پیمایش در مقایسه با روش‌های نوین مانند کلان داده‌ها از قابلیت اتکای کمتری برخوردار هستند. به طور مثال، تعمیم مسافرت یکی از اعضای خانواده به کل خانواده، شاخص مناسبی برای بررسی گردشگری داخلی نیست. همچنین، باید توجه داشت که ماه‌های فروردین، اردیبهشت و خرداد دارای ویژگی‌های متفاوتی هستند و تحلیل جداگانه آنها می‌تواند تصویری دقیق‌تر از الگوهای سفر ارائه کند. در این گزارش، ابتدا نمایی کلی از وضعیت گردشگری داخلی در سال ۱۴۰۳ ترسیم شده و سپس روندهای این حوزه از سال ۱۳۹۰ تا ۱۴۰۳ مورد تحلیل قرار می‌گیرند.

۲. نگاهی کلی به آمار گردشگری داخلی فصل بهار در سال ۱۴۰۳

طرح آمارگیری از گردشگران ملی، یکی از برنامه‌های اجرایی مرکز آمار ایران با هدف جمع‌آوری داده‌های مرتبط با سفرهای گردشگری خانوارهاست. این اطلاعات در جهت مطالعات اقتصادی و حمایت از تصمیم‌گیری‌های مدیریتی در حوزه گردشگری گردآوری می‌شود. در این طرح، با مراجعه به خانوارهای نمونه، اطلاعاتی درباره ابعاد مختلف سفر نظیر تعداد و نوع سفر (با یا بدون اقامت شبانه)، هدف، شیوه جابه‌جایی، نوع اقامتگاه، وسیله نقلیه، مدت اقامت، مقصد و هزینه‌کرد کلی ثبت می‌شود. مرکز آمار ایران، در تاریخ ۱۵ اسفند ۱۴۰۳، پس از سه سال وقفه، نتایج کلی آمارگیری از گردشگران ملی در فصل بهار سال ۱۴۰۳ را منتشر [۱] و در ۱۵ اردیبهشت ۱۴۰۴ این داده‌ها را به‌روزرسانی و تکمیل کرد.

در فصل بهار ۱۴۰۳، ۵۲٫۳ درصد از حدود ۲۷ میلیون خانوار کشور (۱۴٫۳ میلیون خانوار) حداقل یک سفر انجام داده‌اند. در مجموع، طی این فصل حدود ۷۱ میلیون و ۲۰۰ هزار سفر در کشور ثبت شده‌است. از این تعداد، حدود ۷۰ میلیون و ۶۰۰ هزار سفر، داخلی^۱ بوده [۲] که ۴۹ درصد آنها با اقامت شبانه (۳۴ میلیون سفر) و ۵۱ درصد بدون اقامت شبانه (۳۶ میلیون سفر) صورت گرفته‌است [۲ و ۳]. در میان سفرهای با اقامت شبانه، ۱۰ استان مقصد اصلی شامل خراسان رضوی، مازندران، تهران، فارس، گیلان، اصفهان، خوزستان، هرمزگان، مرکزی و همدان بوده‌اند (شکل ۱) [۴].

شکل ۱. نمودار مقصدهای برتر در سفرهای با اقامت شبانه



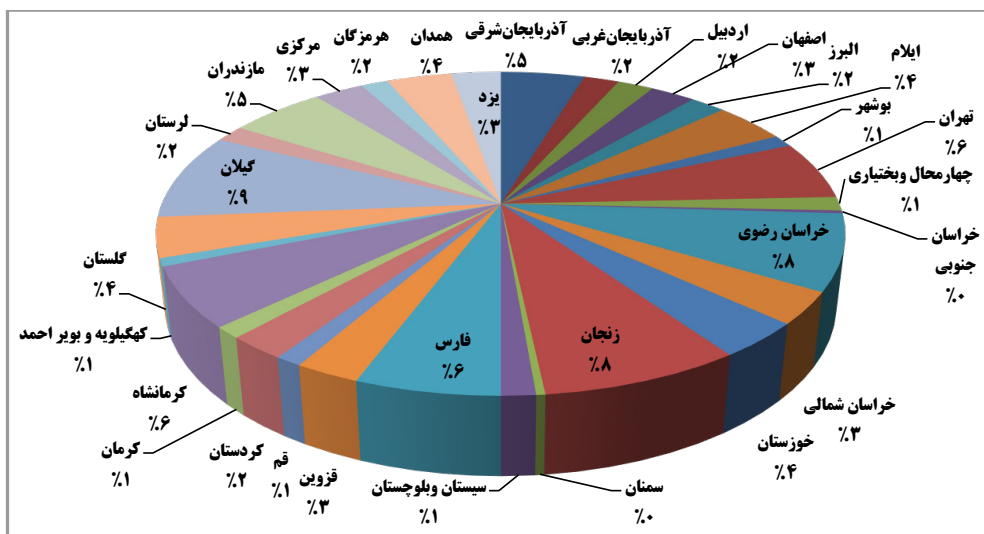
مأخذ: یافته‌های پژوهش.

۱. مرکز ملی آمار از واژه «بومی» به‌جای گردشگری داخلی استفاده می‌کند. اما با توجه به اینکه در میان دستگاه‌های مختلف، واژه گردشگری داخلی رایج است و از طرف دیگر به‌دلیل تطبیق با معادل انگلیسی Domestic به‌جای Local، در این گزارش نیز از واژه گردشگری داخلی استفاده می‌شود.



در مقابل، استان‌های گیلان، زنجان، خراسان رضوی، کرمانشاه، تهران، فارس، مازندران، آذربایجان شرقی، ایلام و گلستان مقصد بیشترین سفرهای بدون اقامت شبانه در این فصل بوده‌اند (شکل ۲) [۵]. همچنین استان‌های خراسان رضوی، مازندران، گیلان، تهران، فارس، زنجان، کرمانشاه، آذربایجان شرقی، خوزستان و اصفهان در هر دو نوع سفر (با و بدون اقامت شبانه) جزو استان‌های مقصد با بیشترین سفرها در بهار ۱۴۰۳ بوده‌اند [۶]. یکی از مواردی که باید در هنگام تحلیل داده‌های گردشگری سال ۱۴۰۳، مورد توجه قرار داد، همزمانی عید نوروز با ماه مبارک رمضان است که ممکن است برنامه سفر و رفتار گردشگری ایرانیان را در این سال تحت تأثیر قرار داده باشد.

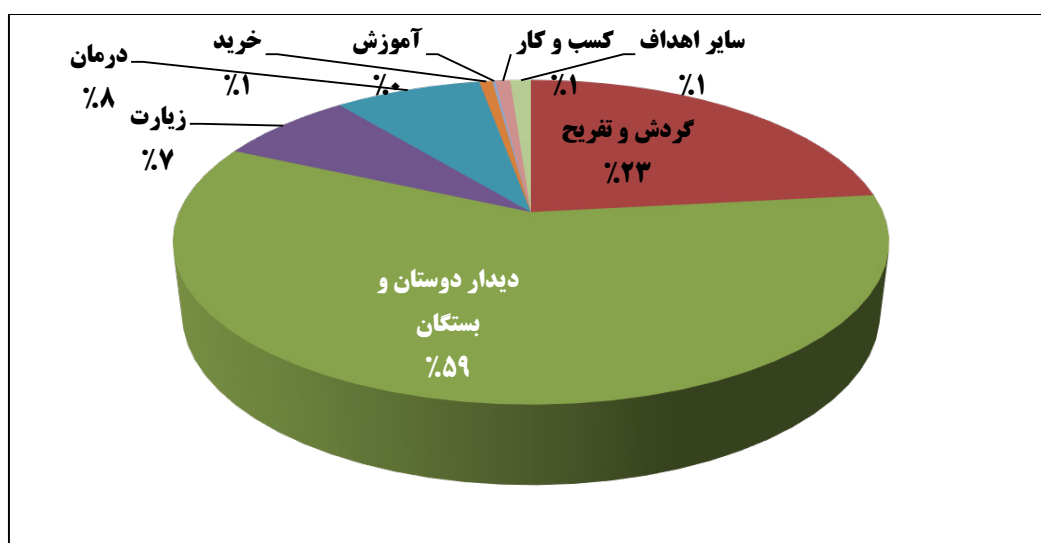
شکل ۲. نمودار مقصدهای برتر در سفرهای بدون اقامت شبانه



مأخذ: همان.

از نظر اهداف سفر، بیشترین هدف سفرهای با اقامت شبانه در بهار ۱۴۰۳، دیدار دوستان و بستگان با ۵۹ درصد بوده است. پس از آن، گردش و تفریح با ۲۳ درصد، درمان با ۸ درصد و زیارت با ۷ درصد قرار داشته‌اند (شکل ۳) [۷].

شکل ۳. نمودار هدف از سفر گردشگران با اقامت شبانه

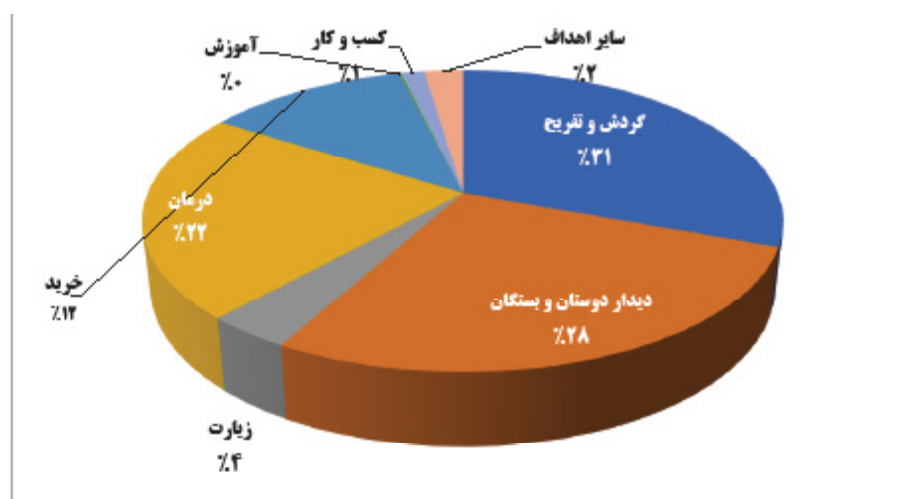


مأخذ: همان.

در مجموع، چهار هدف اصلی سفر شامل دیدار با اقوام و آشنایان، تفریح و فراغت، زیارت، و درمان حدود ۹۷ درصد از کل سفرهای انجام شده را به خود اختصاص می‌دهند. تنها ۳ درصد از سفرها با اهدافی چون آموزش، خرید، یا امور مربوط به کسب و کار صورت گرفته است [۷]. در میان **سفرهای بدون اقامت شبانه** نیز، گردش و تفریح با ۳۱ درصد از کل در رتبه اول قرار دارد و پس از آن، دیدار بستگان با ۲۸ درصد، درمان با ۲۲ درصد و خرید با ۱۲ درصد از اهداف اصلی سفر بوده‌اند. حدود ۵ درصد دیگر نیز مربوط به اهداف نظیر آموزش، زیارت و کسب و کار است (شکل ۴) [۸].

تحلیل داده‌های سفرهای داخلی بهار ۱۴۰۳ نشان می‌دهد که الگوی سفر خانوارها در فصل بهار، به شدت متأثر از تعطیلات نوروزی است. نوروز، به عنوان طولانی‌ترین تعطیلات رسمی کشور، بستر مناسبی برای سفرهای خانوادگی و تفریحی فراهم می‌سازد و پیوندهای خویشاوندی را به عنوان یکی از ارکان فرهنگی سفر ایرانی برجسته می‌کند. بر این اساس، تمرکز بر اهداف غیر شغلی در این بازه کاملاً طبیعی است.

شکل ۴. نمودار هدف از سفر گردشگران بدون اقامت شبانه

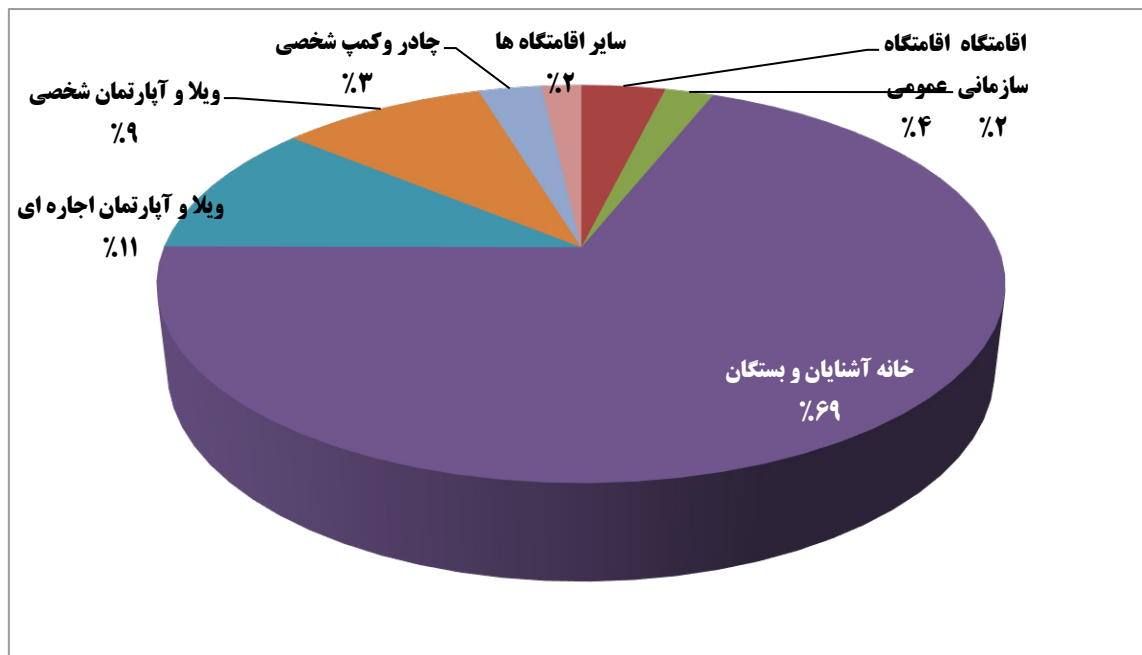


مأخذ: همان.

از نظر اقامت در بهار ۱۴۰۳، حدود ۶۹ درصد از اقامت‌ها در خانه بستگان و آشنایان صورت گرفته و پس از آن، ویلاها و آپارتمان‌های اجاره‌ای (۱۱ درصد) و شخصی (۹ درصد) قرار دارند. اقامتگاه‌های رسمی همچون هتل‌ها، مهمان‌سراها و... (۴ درصد)، اقامتگاه‌های سازمانی (۲ درصد) و چادر یا کمپ شخصی (۳ درصد) سهم محدودی داشته‌اند (شکل ۵) [۹]. با توجه به اهداف سفر در فصل بهار و به خصوص عید نوروز، این الگو نشان‌دهنده غلبه اقامت‌های غیررسمی در سفرهای بهاری و وابستگی بالا به شبکه‌های خانوادگی است؛ الگویی که اگرچه از نظر فرهنگ دیدوبازدید نوروزی دارای اهمیت بالایی است، اما توسعه زیرساخت‌های اقامتی رسمی را نیز با چالش مواجه می‌سازد. بدین صورت که سهم قابل توجهی از اقامت‌ها در خارج از حوزه رسمی گردشگری انجام می‌شود و سفرهایی که می‌توانست به گردش مالی در جامعه میزبان منجر شود، وارد مسیرهای غیررسمی یا حمایت خانوادگی شده‌است. در کل، با توجه به اهداف سفر ایرانیان در بهار که دیدوبازدید نوروزی از بستگان و دوستان در اولویت قرار دارد، قابل پیش‌بینی است که اقامت در منازل بستگان در این فصل بیشتر از سایر فصول باشد.

گفتنی است که مسائل اقتصادی (مانند هزینه بالای اقامت در منزل بستگان) و تحولات اجتماعی (مانند تغییرها در سبک زندگی جمعی) در حال وقوع، می‌توانند به تدریج از سهم اقامت در منازل آشنایان کاسته و در نتیجه ضرورت برنامه‌ریزی و تدوین سیاست‌هایی برای تأمین اقامتگاه‌های مقرون به صرفه برای اقشار کم‌درآمد پررنگ‌تر شود. چراکه عامل اقامت می‌تواند در آینده باعث خودداری بسیاری از خانوارها به ویژه خانوارهای کم‌درآمد از سفرهای نوروزی شود.

شکل ۵. نمودار وضعیت اقامت گردشگران داخلی بهار ۱۴۰۳

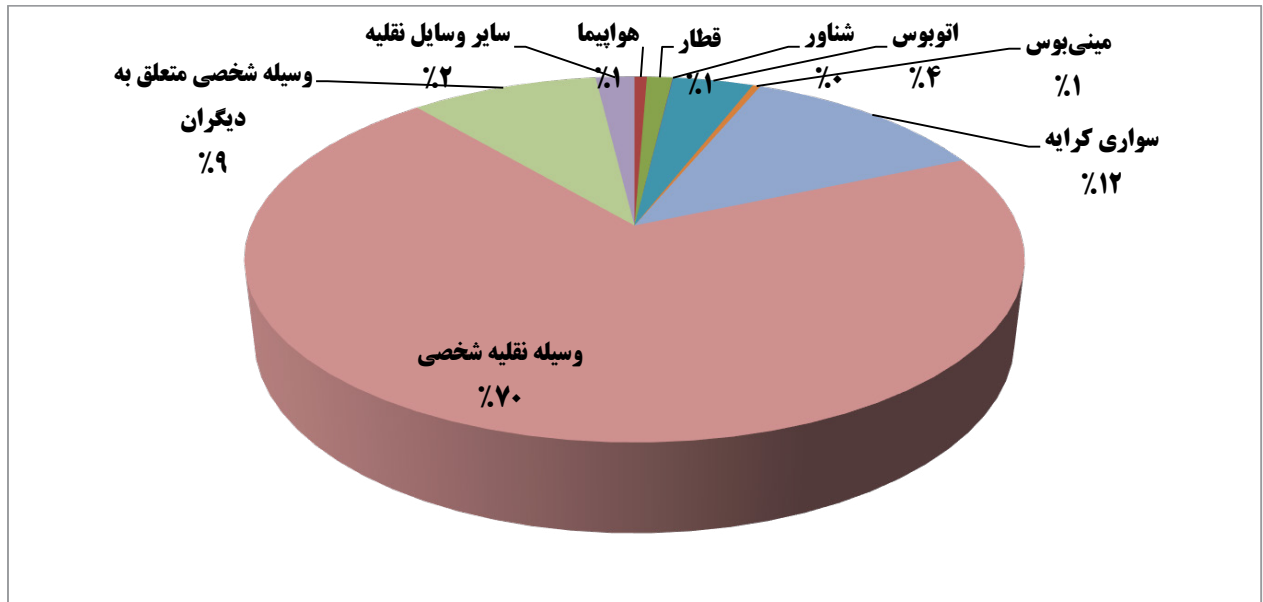


مأخذ: همان.

بررسی وسایل نقلیه مورد استفاده در سفرهای داخلی بهار ۱۴۰۳ نشان می‌دهد که ۷۰.۳ درصد از سفرها در مسیر رفت^۱ با خودروهای شخصی انجام شده، که بیانگر وابستگی بالای گردشگری داخلی ایران به این وسیله است. گرچه شاید ماهیت و سبک سفرهای بهاری (چند مقصدی بودن این سفرها در ایام نوروز و در نتیجه نیاز به کاهش هزینه، انعطاف‌پذیری بالا و همچنین تکیه بر مقصدهای شمال کشور، به‌ویژه از مبدأ تهران) عامل مهمی در این وابستگی است. کاهش شدید ظرفیت ناوگان حمل‌ونقل عمومی به‌ویژه نسبت به سال‌های ابتدایی دهه ۹۰ و از طرف دیگر، مقرون‌به‌صرفه نبودن سفر با این ناوگان به‌خصوص برای خانوارهای پرجمعیت، خانوارهای ایرانی را به سفر با خودروهای شخصی خویش سوق داده است. دیگر وسایل حمل‌ونقل یعنی تاکسی‌های بین‌شهری با ۱۲.۲۳ درصد و خودروهای شخصی دیگران با ۹.۲۹ درصد در رتبه‌های بعدی قرار دارند و وسایل حمل‌ونقل عمومی مانند اتوبوس و قطار تنها به ترتیب ۳.۹۹ و ۱.۲۷ درصد سهم داشته‌اند [۱۰]. هواپیما با ۰.۶۱ درصد، به دلیل هزینه بالا و دسترسی محدود، کاربرد کمتری دارد. با توجه به اینکه مینی‌بوس‌ها و شناورها به ترتیب مختص سفرهای گروهی و دریایی هستند و نقش محدودی در حمل‌ونقل دارند، این وسایل حمل‌ونقل نیز به ترتیب ۰.۳۸ و ۰.۰۲ درصد از سفرها را به خود اختصاص داده‌اند. به همین صورت نیز سایر وسایل نقلیه مانند موتورسیکلت، دوچرخه و ون در مجموع ۱.۹۲ درصد از سفرها را پوشش داده‌اند (شکل ۶) [۱۰].

۱. در گزارش‌های مرکز ملی آمار، مسیرهای رفت‌ووبرگشت وسایل نقلیه به‌صورت جداگانه مورد بررسی قرار گرفته‌اند. در گزارش حاضر، مسیر رفت ملاک سفر قرار گرفته است.

شکل ۶. نمودار وسایل نقلیه مورد استفاده برای مسیر رفت در بهار ۱۴۰۳



مأخذ: همان.

۳. بررسی روندهای آماری گردشگری داخلی در فصل بهار از سال ۱۳۹۰ الی ۱۴۰۳



در این بخش، یافته‌های آماری از گردشگری داخلی در فصل بهار و تغییرهای کلان روندهای آن در بین سال‌های ۱۳۹۰ تا ۱۴۰۳ مورد بررسی قرار گرفته است.

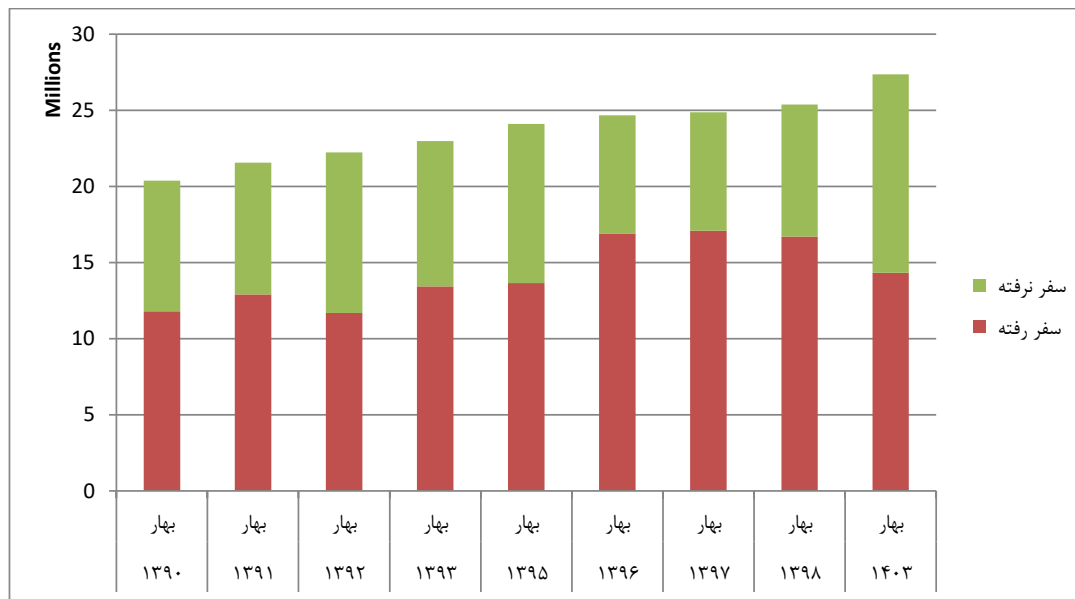
۳-۱. روند دسترس پذیری سفر

همان گونه که بیان شد، مرکز ملی آمار ایران در گزارش‌های فصلی، شاخص «تعداد و درصد خانوارهای سفر کرده در بهار» را ارائه می‌دهد؛ به این معنا که خانواری که حداقل یکی از اعضایش در بهار سفر کرده باشد، «خانوار سفر رفته» و در غیر این صورت «سفر نرفته» محسوب می‌شود. این تعریف محدودیت‌های مفهومی و روش‌شناختی دارد و قادر به ارائه تصویر کامل و دقیق از الگوی سفرهای داخلی نیست. با توجه به ماهیت گردشگری، سنجش آماری آن مستلزم تعریف دقیق سفر به عنوان جابه‌جایی فیزیکی افراد از مبدأ به مقصد و بازگشت به محل اقامت دائمی در بازه زمانی مشخص است. بر این اساس، شمارش تنها یک سفر توسط یکی از اعضای خانوار در طول سال، معیار مناسبی نیست و می‌تواند به خطاهای تحلیلی و سیاستگذاری منجر شود. تحلیل‌های این گزارش با توجه به این محدودیت‌ها انجام شده‌اند. داده‌های سفر خانوارهای ایرانی در بازه ۱۳۹۰ تا ۱۴۰۳ تغییرهای قابل توجهی داشته که متأثر از همه‌گیری کرونا، عوامل اقتصادی، زیرساختی و اجتماعی است.

۱. در درگاه اینترنتی مرکز آمار ایران از سال‌های ۱۳۹۴، ۱۳۹۹، ۱۴۰۱ و ۱۴۰۲ هیچ آماری در حوزه گردشگران ملی بهار موجود نبوده و همچنین از سال ۱۳۹۶ نیز اطلاعات ناقص و به صورت یک نمای کلی ارائه شده بود.



شکل ۷. نمودار دسترسی سفر خانوارها در فصل بهار بر مبنای تعداد خانوار



مأخذ: همان.

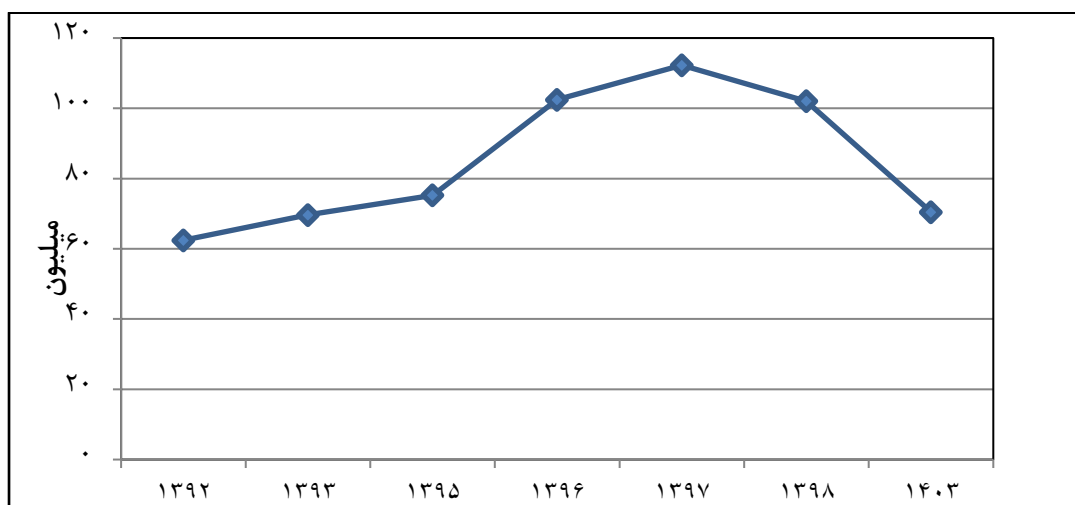
در سال ۱۳۹۰، از میان ۲۰.۳ میلیون خانوار، حدود ۵۷.۹ درصد یعنی ۸.۱ میلیون خانوار، حداقل یک سفر انجام دادند. در سال‌های بعد و با وجود نوسان‌ها، بالاترین نسبت سفر در سال ۱۳۹۷ رخ داد که در آن از میان ۲۴.۸ میلیون خانوار، ۶۸.۷ درصد یعنی حدود ۱۷ میلیون خانوار به مسافرت رفته بودند. این دوره را می‌توان دورهای با ثبات نسبی در الگوی سفر خانوار ایرانی دانست که تحت تأثیر بهبود وضعیت اقتصادی (مانند درآمد سرانه بالاتر) [۲۶] و رشد زیرساخت‌های گردشگری و سفر قرار داشت. اما در بهار ۱۳۹۸، نسبت خانوارهای سفر کرده کاهش یافت که شاید بتوان علت کاهش چشمگیر سفرهای نوروزی ۱۳۹۸ را علاوه بر افت وضعیت اقتصادی [۲۶]، بارندگی‌های شدید و سیلاب‌های گسترده و در سال‌های بعد، همه‌گیری کرونا باعث رکود شدید در سفرها شد به حدی که در کل سال ۱۴۰۰، ۷.۷ میلیون خانوار (۳۰ درصد از کل ۲۶.۳ میلیون خانوار) به سفر رفته‌اند. براساس اولین داده‌های پس از کرونا در سال ۱۴۰۳، روند بازبایی سفرها به ۱۴.۳ میلیون (۵۲.۳ درصد از کل ۲۷.۳ میلیون خانوار) رسید [۲]. در سال ۱۴۰۳، ۸۵.۶ درصد بازبایی نسبت به سال ۱۳۹۸ و ۸۳.۷ درصد بازبایی نسبت به سال ۱۳۹۷ رخ داده است (شکل ۷).

عوامل متعددی در کاهش سفرهای داخلی در سال‌های اخیر نقش داشته‌اند. علاوه بر کرونا، مشکلات اقتصادی و افزایش هزینه‌های سفر و کاهش ظرفیت حمل و نقل عمومی، موانع جدی پیش‌روی توسعه گردشگری داخلی ایجاد کرده است. علاوه بر این، شاید بتوان گفت هم‌زمانی تعطیلات نوروز ۱۴۰۳ با ماه مبارک رمضان نیز به دلایل فرهنگی و مذهبی، بر کاهش سفرها مؤثر بوده است.

۲-۳. مقاصد برتر مسافران بهار در گردشگری داخلی

در طی ۱۴ سال گذشته (بهار ۱۳۹۰ تا بهار ۱۴۰۳) الگوی جابه‌جایی داخلی کشور سه دوره متمایز را پشت سر گذاشته است: نخست، دوره پیش‌رونی (۱۳۹۰-۱۳۹۲) با رشد ملایم (۷۱.۱ میلیون سفر در سال ۱۳۹۱ به‌عنوان بالاترین میزان در این دوره)؛ سپس دوره رشد کم‌سابقه (۱۳۹۳-۱۳۹۷) که قله تاریخی ۱۱۲.۲ میلیون سفر در بهار ۱۳۹۷ را رقم زد؛ و در نهایت دوره سوم رکود ناشی از همه‌گیری کرونا (سقوط به ۲۴/۶ میلیون سفر در کل سال ۱۴۰۰) و سپس بازبایی تدریجی در بهار ۱۴۰۳ که با ثبت ۷۰ میلیون سفر، معادل ۶۲.۸ درصد از رکورد ملی (سال ۱۳۹۷) بازگشته است [۲]. شکل ۸ روند کمی سفرها در سال‌های گذشته را نشان می‌دهد.

شکل ۸. نمودار روند کمی سفرها در سال‌های ۱۳۹۰ الی ۱۴۰۳



مأخذ: همان.

داده‌های سال‌های ۱۳۹۰ تا ۱۴۰۳، نشانگر تشکیل یک هسته متشکل از ۶ استان **خراسان رضوی، تهران، مازندران، گیلان، اصفهان و فارس** است. از بیش از ۷۲۰ میلیون سفر انجام گرفته در طی این سال‌ها، بیش از ۳۳۰ میلیون سفر معادل ۴۶ درصد از کل سفرها، محدود به این هسته بوده است [۶].

بر اساس تفکیک استان‌ها، **خراسان رضوی** با تکیه بر جاذبه‌ها و زیرساخت‌های زیارتی، جایگاه خود را از ۶ میلیون سفر (۱۱ درصد سهم) در ابتدای دهه (۱۳۹۰) به اوج ۸.۷ میلیون (۸ درصد از کل) در سال ۱۳۹۷ رساند و اکنون با ۷.۲ میلیون سفر (۱۰.۳ درصد از کل) همچنان دارای رتبه نخست است.

تهران، که از ۲/۷ میلیون جابه‌جایی (۵ درصد سهم) آغاز کرده بود، به لطف تمرکز فعالیت‌های تجاری و درمانی در سال ۱۳۹۸ به ۷.۹ میلیون سفر (۸ درصد از کل) رسید و در ۱۴۰۳ به حدود ۵ میلیون سفر (۷ درصد سهم) رسیده است.

مازندران در سال ۱۳۹۰ از ۴.۸ میلیون سفر (۸.۷ درصد سهم) شروع کرد و در ۱۳۹۷ رکورد ۹.۸ میلیون سفر (۸.۷۴ درصد سهم) را ثبت کرد. سپس ۱۴۰۳ را با ۵.۱ میلیون سفر (۷.۳ درصد سهم) پشت سر گذاشته و زمینه بازگشت به روند صعودی را فراهم کرده است.

گیلان مسیر مشابهی طی کرد و ۴/۷ میلیون سفر (۷.۸ درصد سهم) در ۱۳۹۰، اوج ۱۱.۳ میلیون (۱۱.۱ درصد سهم) در ۱۳۹۶ و اکنون حدود ۵.۱ میلیون سفر (۷.۲ درصد سهم) را ثبت کرده است [۶].

نزدیکی به تهران، وجود جاذبه‌های طبیعی جذاب و امکان سپری کردن تعطیلات آخر هفته ساکنان تهران، کماکان مهم‌ترین محرک‌های سفر به دو استان گیلان و مازندران است.

در قلمروی جاذبه‌های میراث فرهنگی، **اصفهان** ۴ میلیون سفر (۷/۵ درصد سهم) را در ۱۳۹۰ تجربه کرد که البته در بهار ۱۳۹۷ به ۷.۵ میلیون سفر رسید (۵.۱ درصد از کل). پس از کرونا تعداد سفرها به این استان در بهار ۱۴۰۳ تنها ۲.۵ میلیون سفر (۳.۵ درصد از کل) به ثبت رسیده و هم‌اکنون در جایگاه دهم قرار دارد که به نظر برای این استان مطلوب نیست. البته می‌توان یکی از مهم‌ترین دلایل این کاهش را وابسته به زاینده‌رود و خشک شدن آن مرتبط دانست [۲۷]. علاوه بر این شاید بتوان گفت که تمرکز سنتی این استان و سایر استان‌های مشابه مانند یزد و حتی کرمان بر گردشگری ورودی [۲۱] و نبود بازاریابی و تبلیغات مناسب برای معرفی جاذبه‌های جدید در جهت توسعه گردشگری داخلی [۲۸، ۲۰ و ۲۹]، حتی در زمان کاهش شدید گردشگری ورودی، از دیگر عوامل مهم در این زمینه است. بازنگری برنامه‌های بازاریابی به ویژه



با رویکرد معرفی شهرهای گردشگری جدید، معرفی جاذبه‌های جدید از جمله فرهنگی و رویدادها [۲۰] با رویکردی متوازن و به دور از فشار بر چند منطقه خاص نه فقط برای اصفهان بلکه برای دیگر استان‌ها نیز یک ضرورت است.

فارس نیز از ۳/۹ میلیون سفر (۷,۱ درصد از کل) در ابتدای دوره به اوج ۷/۳ میلیون (۶,۵ درصد از کل) در ۱۳۹۷ رسید و در ۱۴۰۳ با ۴/۷ میلیون سفر (۶,۷ درصد از کل) حدود دوسوم رکورد خود را باز یافته و به رتبه پنجم دست یافته است [۶]. گرایش بیشتر مسافران به گردشگری تاریخی، در کنار جاذبه‌های فرهنگی و مذهبی این استان را می‌توان از دلایل اصلی برای این روند جدید برشمرد [۳۱ و ۳۰]. باید توجه داشت که با توجه به نقش نمادهای ملی در انسجام مردم ایران در دوران دفاع مقدس ۱۲ روزه، گردشگری فرهنگی تاریخی بیش از گذشته مورد استقبال ملت ایران قرار خواهد گرفت و بنابراین نیاز است تا مدیران استان‌ها توجه ویژه‌ای به این نوع از گردشگری و برجسته‌سازی جاذبه‌های تاریخی در استان‌های خود کنند.

جزء این استان‌ها، چند استان دیگر نیز در سال‌های گذشته سفرهای بالایی را ثبت کرده‌اند. **خوزستان** که در سال ۱۳۹۰ با ۲,۲ میلیون سفر (۴۲ درصد از کل) آغاز کرد، پس از اوج ۵,۵ میلیون سفر (۸,۴ درصد از کل) در ۱۳۹۷، با ۲,۶ میلیون سفر (۳,۷ درصد از کل) در سال ۱۴۰۳، افت شدیدی را تجربه کرده است. با این وجود همچنان در بین ۱۰ استان برتر است. ضعف در زیرساخت‌های حمل‌ونقل، اقامتی و گردشگری، ضعف در تبلیغات و بازاریابی مؤثر و شاید از همه مهم‌تر، بحران ریزگردها و آلودگی هوا و آب را بتوان از دلایل کاهش سفر به خوزستان دانست. یکی از مقصدهای پرطرفدار که در سال‌های اخیر پیشرفت خوبی داشته و در سال ۱۴۰۳ به رتبه هفتم رسیده، **کرمانشاه** است. این استان از ۱,۶ میلیون سفر در سال ۱۳۹۰ (۳ درصد از کل) به نقطه اوج ۶ میلیون سفر (۵,۴ درصد از کل) در سال ۱۳۹۷ رسید. در نهایت، در سال ۱۴۰۳ ۳,۲ میلیون سفر (۴,۴ درصد از کل) را جذب کرده است. همانند خوزستان، کرمانشاه نیز به دلیل جاذبه‌های تاریخی، فرهنگی و طبیعی خود و گرایش بیشتر مردم به جاذبه‌های تاریخی [۱۸، ۱۹، ۲۴] رشد قابل توجهی را در سال‌های گذشته تجربه کرده است.

آذربایجان شرقی سال ۱۳۹۰ با حدود ۱,۶۷ میلیون سفر بهاری (۳ درصد سهم) آغاز کرد. نقطه اوج ۱۳۹۷ با ثبت ۴,۹۷ میلیون سفر (۴,۴ درصد سهم) رقم خورد. اما در ۱۴۰۳ با ۲,۶۶ میلیون سفر (۳,۸ درصد سهم) بازبایی جذب سفرها مشاهده می‌شود. شاید بتوان گفت ثبت جهانی روستای کندوان مهر ماه ۱۴۰۲ یکی از عوامل محرک سفر به این استان بوده است [۲۵].

برخلاف روند اکثر استان‌ها، **زنجان** به عنوان مقصدی غیر سنتی و جدید، رشد چشمگیری داشته است [۶]. زنجان که از ۵۸ میلیون سفر (۱,۰۸ درصد از کل) در سال ۱۳۹۰ به ۴۵,۱ میلیون سفر (۱,۳ درصد از کل) در سال ۱۳۹۷ رسید، در ۱۴۰۳ با جهشی کم‌سابقه ۳,۵ میلیون سفر (۵,۰۲ درصد از کل) را تجربه کرده و خود را به عنوان **مقصدی نوظهوری** مطرح کرده است. شاید یکی از مهم‌ترین دلایل افزایش سفرها به استان زنجان، استفاده از ظرفیت رویدادها^۱ برای جذب گردشگران باشد [۱۶].

به طور کلی، تمرکز سفرها بر شش استان نام‌برده، علاوه بر دلایل زیرساختی و اقتصادی که به شدت تعیین‌کننده است، بیانگر علاقه‌مندی ایرانیان به سه نوع گردشگری مذهبی، طبیعت و فرهنگی - تاریخی است. جدول ۱ پیوست، آمار و روند سفر به استان‌های کشور را به همراه درصد تغییرات نسبت به سال اوج هر استان و همچنین سال ۱۳۹۸ به عنوان آخرین سال پیش از همه‌گیری کرونا ارائه کرده است. در جدول ۱۰ برای هر استان چهار سال نشان داده شده است که سال اول سال پایه پژوهش، سال دوم سال اوج سفرها برای هر استان، سال سوم سال پیش از کرونا و سال چهارم سال پایانی پژوهش است.^۲ جدول ۲ پیوست نیز، مقصدهای برتر را بر اساس رتبه در هر سال به نمایش می‌گذارد. دسترسی به مناطق دور از مرکز کشور، یکی از چالش‌های اساسی گردشگری داخلی است. هر چه فاصله از مرکز بیشتر می‌شود، دسترسی نیز دشوارتر خواهد بود. در این میان، نقش زیرساخت‌های حمل‌ونقل، به خصوص شبکه‌های جاده‌ای و امکانات خودرو محور که سفرهای زمینی

۱. به‌طور مثال جشنواره ملی آش ایرانی، جشنواره غذای اکو- جاده ابریشم و اجتماع عظیم یوم‌العباس.

۲. در صورتی که سال‌های ۱۳۹۰، ۱۳۹۸ یا ۱۴۰۳، سال اوج سفرها به یک استان باشند، در سطر دوم هر استان یعنی سال اوج آن استان تکرار می‌شوند. بنابراین سال تکراری در سطر دوم هر استان اشتباه نگاشتی نیست.

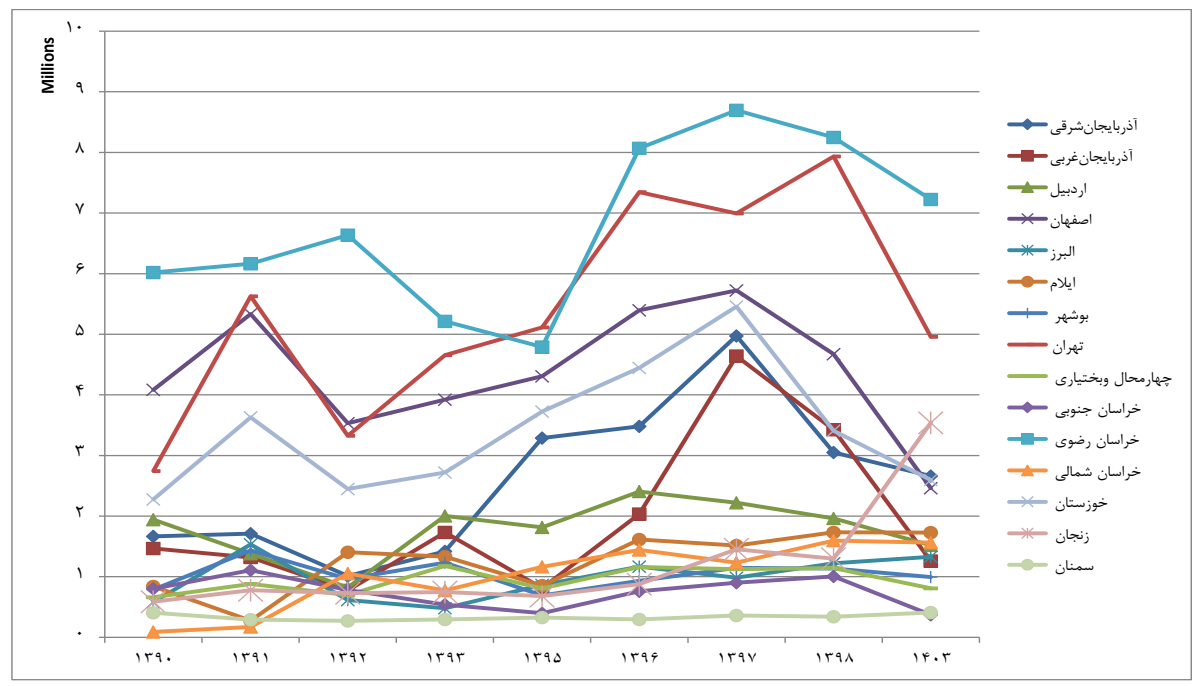
را تسهیل می کنند، در انتخاب مقاصد گردشگران انکارناپذیر است. وجود جاده های مناسب، خدمات رفاهی بین راهی و ظرفیت بالای پذیرش خودروهای شخصی، سبب شده است تا استان های مرکزی کشور، به ویژه مناطق پیرامونی تهران، به طور طبیعی در اولویت سفر قرار گیرند. ضعف در تبلیغات، نبود سرمایه گذاری کافی در مناطق کمتر شناخته شده و فقدان زیرساخت های گردشگری در این نواحی، از مهم ترین عوامل تمرکز سفرهای نوروزی بر شمار محدودی از استان ها به شمار می آید. افزون بر این، ظرفیت های بالای اقامتی و حمل و نقلی در مقاصد پرتعداد و مقرون به صرفه بودن اقامت در این مناطق - که عمدتاً ناشی از شرایط رقابتی میان ارائه دهندگان خدمات است - از دیگر عوامل جذب گردشگران به این استان ها محسوب می شود. البته در هنگام تحلیل حجم سفرها به استان ها باید نقش کلیدی استان تهران و جمعیت آن را که بخش مهمی از مهاجران از استان های دیگر را شامل می شود، مدنظر قرار داد. ترکیب مهاجرتی جمعیت استان تهران که در نوروز برای دیدوبازدید با بستگان به استان های زادگاه خود سفر می کنند، عاملی تأثیرگذار بر افزایش سفر به ۱۰ مقصد برتر هستند. تمرکز بیش از حد سفرها بر چند مقصد خاص، علاوه بر ایجاد فشار مضاعف بر منابع طبیعی، زیرساخت ها و خدمات گردشگری، مانعی جدی در مسیر توسعه متوازن گردشگری کشور به شمار می آید. این تمرکز نامتوازن، موجب ازدحام، فرسایش محیطی و کاهش کیفیت تجربه گردشگری در مقاصد پرتعداد می شود، در حالی که بسیاری از استان های دارای ظرفیت های قابل توجه همچنان در حاشیه توجه قرار دارند.

بسیاری از استان های کشور، حتی استان هایی که در میان ۱۰ استان برتر گردشگری کشور قرار دارند، مانند کرمان، کرمانشاه، فارس و حتی اصفهان و مازندران نیز، همچنان از سهم اندکی در زیرساخت های حمل و نقل ریلی، زمینی و هوایی برای جابه جایی گردشگران به ویژه در ایام اوج سفرها مانند فصل بهار برخوردارند [۳۳، ۲۲، ۳۴، ۲۳، ۳۵]. به عنوان نمونه، براساس آمار سازمان هواپیمایی کشوری، از مجموع پروازهای داخلی در سال ۱۴۰۲، فرودگاه مهرآباد با سهمی معادل ۳۵.۵ درصد، بالاترین سهم از کل و فرودگاه های مشهد (۱۴ درصد)، کیش (۶.۸۲ درصد)، اهواز (۴.۴۱ درصد) و اصفهان (۳.۱۴ درصد) در مراتب بعدی قرار دارند. در مقابل استانی همانند کرمانشاه، با وجود ثبت ۳.۱ میلیون سفر در بهار ۱۴۰۳، تنها ۰.۵۲ درصد از پروازهای داخلی را شامل شده است [۱۱]. این موضوع بیانگر تمرکز نامتوازن پروازهای کشور است. از سوی دیگر، افزایش قابل توجه نرخ بلیت هواپیما موجب شده است که بسیاری از مردم از سفرهای هوایی صرف نظر کنند. از کل مسافران ناوگان ریلی نیز، ۳۴.۳ درصد مربوط به تهران و ۲۶.۵ درصد مربوط به استان های خراسان شمالی، جنوبی و رضوی بوده اند.^۱ در مقابل، حجم مسافران سایر استان ها مانند اصفهان تنها ۲.۷ درصد، کرمان ۱.۸ درصد، فارس ۰.۹ درصد، استان های شمالی در مجموع ۵.۶ درصد و استان های جنوبی ۴.۸ درصد از کل مسافران بوده است [۱۲]. علاوه بر این، ظرفیت ناوگان جاده ای نیز کاهش یافته بدین صورت که در سال ۱۳۹۳ حدود ۳۰۸ میلیون نفر با اتوبوس جابه جا شدند، اما در سال های ۱۴۰۱ و ۱۴۰۲، تعداد مسافران به ترتیب به ۱۴۶ و سپس ۱۶۷ میلیون نفر رسیده یعنی ۴۵.۸ درصد کمتر از ۱۳۹۳ [۱۳]. این کمبود ظرفیت ناوگان جاده ای باعث کمبود و گرانی سفر با حمل و نقل عمومی شده و سفر با خودروهای شخصی را ترغیب کرده است.

۱. در سالنامه آماری شرکت راه آهن جمهوری اسلامی، آمار این سه استان به صورت تفکیکی نیامده است.

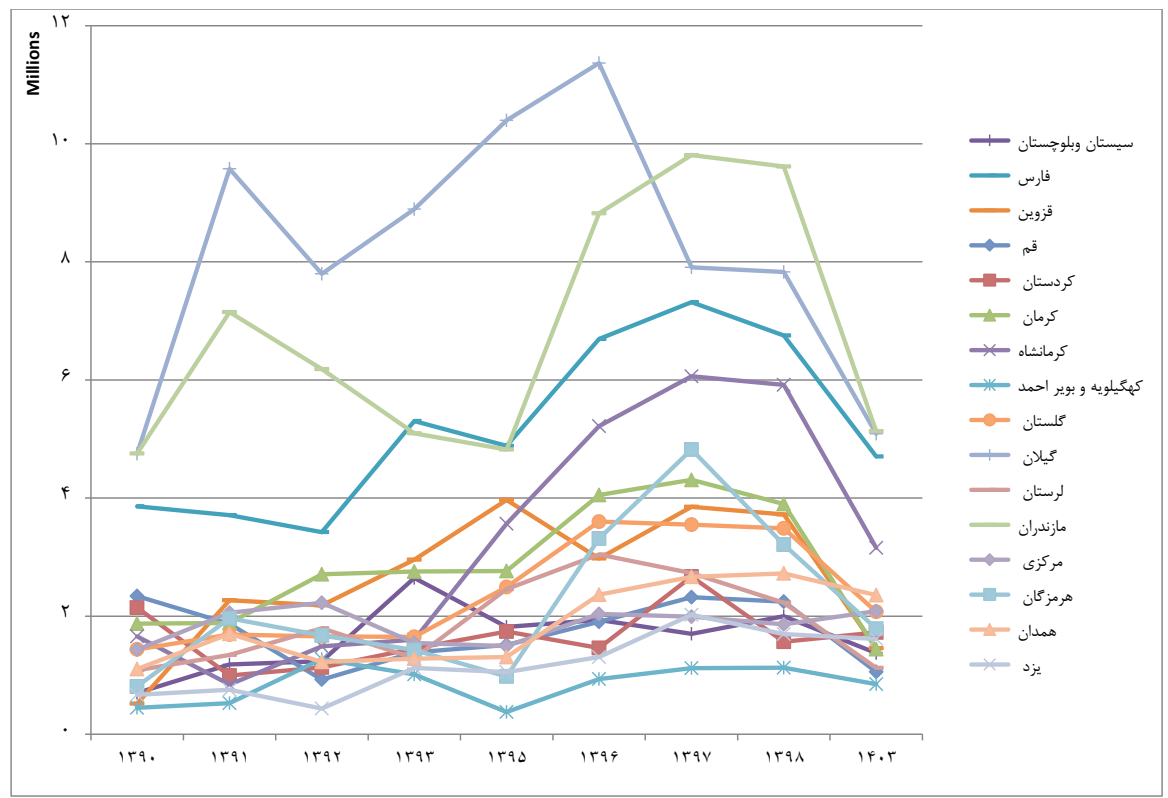


شکل ۹. نمودار روند تغییرات جریان سفرهای داخلی به استان‌های کشور (براساس حروف الفبا از تاس)



مأخذ: همان.

شکل ۱۰. نمودار ادامه روند تغییرات جریان سفرهای داخلی به استان‌های کشور (براساس حروف الفبا از س تا ی)



مأخذ: همان.

۳-۳. مقاصد برتر مسافران با اقامت شبانه

در بازه بهار ۱۳۹۰ تا بهار ۱۴۰۳، استان خراسان رضوی، مازندران، تهران، گیلان، اصفهان و فارس، در رتبه‌های متفاوت، جزو ۵ مقصد برتر انتخابی با اقامت شبانه گردشگران داخلی فصل بهار بوده‌اند. مجموع سفرهای داخلی همراه با اقامت شبانه سه دوره متمایز را تجربه کرده است. نخست، دوره رشد آهسته‌وآهسته اوایل دهه ۹۰ بود، حجم سفرها از ۲۳ میلیون سفر در بهار ۱۳۹۰ به ۳۷ میلیون در ۱۳۹۳ (رشد ۱۲ درصدی) رسید. دوره دوم بین ۱۳۹۵ تا ۱۳۹۷ شکل گرفت؛ جهش پیاپی دوساله رقم کل را به حدود ۵۰ میلیون سفر رساند، یعنی نسبت به ۱۳۹۰ افزایشی نزدیک به ۵۲ درصد که باید مهم‌ترین دلایل آن را بهبود وضعیت اقتصادی دانست [۲۶]. پس از افول شدید در سال‌های همه‌گیری کرونا، در بهار ۱۴۰۳ حجم سفرها دوباره به ۳۴.۵ میلیون رسید؛ به بیان دیگر، ۶۹ درصد نسبت به سال ۱۳۹۷ و ۷۳ درصد نسبت به سال ۱۳۹۸ بازیابی آمار سفر رخ داده است [۴]. به‌طور کلی؛ می‌توان گفت که کمیت سفرها به میزان سال‌های ابتدایی دهه ۹۰ یعنی ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۲ و پیش از جهش‌های اواسط دهه ۹۰ بازگشته است.

در سفرهای با اقامت شبانه، خراسان رضوی در تمام این سال‌ها صدرنشین مطلق بوده است. این استان در ۱۳۹۰، ۴/۴ میلیون سفر (۱۲،۸ درصد از کل) را داشته است. تعداد سفرها در سال ۱۳۹۷ به اوج خود یعنی ۷،۵ میلیون سفر (۱۱،۳ درصد بازیابی بزرگ‌تر) رسید. بهار ۱۴۰۳ نیز با ۴،۵ میلیون سفر، دوباره همان نسبت ۱۳ درصدی سال ۱۳۹۰ را با وجود کاهش از نظر تعداد تکرار کرد.

مازندران در تمام دوره میان سه مقصد نخست باقی مانده است. این استان در ۱۳۹۰، با ۳،۰۳ میلیون سفر ۹،۱ درصد از کل بازار را جذب کرد. در سال اوج این استان یعنی ۱۳۹۶ تعداد سفرها به این استان تا ۷،۴ میلیون سفر بالا رفت؛ اما به دلیل رشد کل بازار، سهم آن به ۱۰ درصد از کل رسید. در ۱۴۰۳ با ۳/۲ میلیون سفر، ۹،۳ درصد از کل را در اختیار دارد.

گیلان در ۱۳۹۰ با ۱،۵ میلیون سفر و سهم ۴،۷ درصدی از کل، در میان ۵ مقصد اصلی قرار نداشت. پس از رکورد ۳،۳ میلیونی، یعنی سهم ۶،۸ درصد در اوج بازار ۱۳۹۶ به ۱،۹ میلیون سفر و ۵،۸ درصد از بازار در ۱۴۰۳ کاهش یافته است [۴].

استان فارس با محوریت شیراز و محورهای میراث جهانی، از ۲/۴ میلیون سفر در ۱۳۹۰ (۷/۳ درصد بازار) به اوج ۳/۶ میلیون در ۱۳۹۷ رسید و سهم آن در این بازار بزرگ‌تر به ۷،۱ درصد کاهش یافت و اکنون با ۲/۶ میلیون، سهم ۷،۶ درصدی دارد. انتظار می‌رود در صورت گرایش هرچه بیشتر گردشگران به گردشگری فرهنگی-تاریخی، رونق شهرهایی همچون فارس بیشتر شود.

تهران در ابتدای دوره و سال ۱۳۹۰ با ۲،۳ میلیون سفر، سهم ۶،۹ درصدی از بازار گردشگری داخلی را داشت. در ۱۳۹۶ با ۴،۱ میلیون سفر، ۸،۱ درصد بازار را به خود اختصاص داد. در ۱۴۰۳ با ۲،۹ میلیون سفر ۸،۲ درصد از بازار را جذب کرده است.

اصفهان از ۲،۱ میلیون سفر در سال ۱۳۹۰ (۶،۴ درصد) به ۲،۷ میلیون سفر در ۱۳۹۷ (۵،۳ درصد از کل) رسید. در سال ۱۴۰۳ صعود تا ۱،۵ میلیون را یعنی ۴،۴ درصد بازار فعلی شاهد بوده است [۴]. جدول ۱، پنج استان برتر مقاصد گردشگران داخلی با اقامت شبانه را نشان می‌دهد.



جدول ۱. پنج استان برتر مقاصد گردشگران داخلی بهار با اقامت شبانه از سال ۱۳۹۰ الی ۱۴۰۳

رتبه اول و تعداد سفر (به میلیون)		رتبه دوم و تعداد سفر (به میلیون)		رتبه سوم و تعداد سفر (به میلیون)		رتبه چهارم و تعداد سفر (به میلیون)		رتبه پنجم و تعداد سفر (به میلیون)	
۱۳۹۰	خراسان رضوی	۴۰۴	مازندران	۳۰۰۴	فارس	۲۰۴	تهران	۲۰۳	اصفهان
۱۳۹۱	خراسان رضوی	۵۰۲	مازندران	۳۰۸۹	تهران	۳۰۸۴	گیلان	۳۰۰۵	اصفهان
۱۳۹۲	خراسان رضوی	۴۰۶	مازندران	۳۰۳۵	تهران	۲۰۴۳	گیلان	۲۰۲۹	اصفهان
۱۳۹۳	خراسان رضوی	۴۰۲	تهران	۳۰۴	مازندران	۲۰۹۹	گیلان	۲۰۷۸	فارس
۱۳۹۵	خراسان رضوی	۳۰۹	مازندران	۳۰۵۴	گیلان	۳۰۳	تهران	۳۰۲	فارس
۱۳۹۶	خراسان رضوی	۵۰۵	مازندران	۴۰۷۷	تهران	۴۰۱۶	گیلان	۳۰۲۹	فارس
۱۳۹۷	خراسان رضوی	۵۰۷	مازندران	۴۰۵۱	تهران	۳۰۸۲	فارس	۳۰۶	اصفهان
۱۳۹۸	خراسان رضوی	۵۰۶	مازندران	۴۰۲۹	تهران	۴۰۱	فارس	۲۰۹	گیلان
۱۴۰۳	خراسان رضوی	۴۰۵	مازندران	۳۰۲۱	تهران	۲۰۸۶	فارس	۲۰۶	گیلان

مأخذ: نگارنده.

۳-۴. مقاصد برتر مسافران بدون اقامت شبانه

روند سفرهای بدون اقامت شبانه نیز مشابه سفرهای با اقامت شبانه است. در ابتدای دوره، تعداد سفرها از حدود ۲۱ میلیون مورد در سال ۱۳۹۰ با شیبی ملایم افزایش یافت و در سال ۱۳۹۳ به حدود ۳۳ میلیون سفر رسید. این روند رشد در سال‌های پس از آن نیز ادامه داشت و در فاصله سال‌های ۱۳۹۵ تا ۱۳۹۷ جهشی قابل توجه رخ داد؛ به گونه‌ای که تعداد سفرها از حدود ۳۷ میلیون مورد در سال ۱۳۹۵ به اوج تاریخی خود در سال ۱۳۹۷ با حدود ۶۲ میلیون سفر رسید. این رقم نسبت به سال ۱۳۹۰، رشد چشمگیری معادل ۱۹۱ درصد را نشان می‌دهد. از سال ۱۳۹۷ به بعد، مسیر تغییرهای نزولی شد. در سال ۱۳۹۸ تعداد سفرها با کاهش حدود ۱۱ درصد نسبت به اوج، به حدود ۵۵ میلیون مورد رسید. در نهایت، در سال ۱۴۰۳ تعداد سفرها به حدود ۳۶ میلیون رسید که نسبت به سال ۱۳۹۸ کاهش ۳۵ درصدی و نسبت به سال اوج کاهش ۴۲ درصدی را نشان می‌دهد. از منظر سطح دسترس پذیری به سفر، وضعیت سال ۱۴۰۳ به دوره‌های پیش از جهش بزرگ، یعنی حوالی سال ۱۳۹۵، شباهت دارد.

یافته‌ها نشان می‌دهد در طی سال‌های ۱۳۹۰ الی ۱۴۰۳، ۱۱ استان توانسته‌اند در میان پنج مقصد برتر گردشگری بدون اقامت شبانه قرار بگیرند که شامل استان‌های گیلان، مازندران، اصفهان، فارس، تهران، کرمانشاه، خوزستان، قزوین، خراسان رضوی و زنجان هستند. یافته‌ها نشان می‌دهد که گیلان بجزء سال ۱۳۹۷ در تمامی سال‌ها رتبه نخست و در کل بالاترین تعداد سفر را ثبت کرده است. علاوه بر گیلان، مازندران و فارس بیشترین فراوانی را در قرارگیری در ۵ مقصد برتر داشته‌اند. همچنین روند تغییرات نشان می‌دهد که استان اصفهان، اگرچه تا سال ۱۳۹۵ در میان مقاصد محبوب بدون اقامت بوده اما این جایگاه را از دست داده و استان‌هایی مانند کرمانشاه و زنجان در بین این مقاصد قرار گرفته‌اند.

گیلان در سال ۱۳۹۰ با ۳۰۱ میلیون سفر (۱۳٫۸ درصد از کل) صدرنشین بود و در سال ۱۳۹۶ با ۸ میلیون سفر (۱۴٫۸ درصد از کل) به بالاترین تعداد دست یافت. از دلایل اصلی افزایش سفر به این استان در سال ۱۳۹۶ را شاید بتوان دسترسی آسان از استان‌های همجوار، جذابیت‌های

طبیعی و قرارگیری در مسیر پر تردد سفرهای خودرو محور شمال، توسعه مسیرها به ویژه آزادراه و همچنین برنامه ریزی و توجه ویژه استان برای توسعه گردشگری (مانند نام گذاری سال به عنوان سال گردشگری) دانست [۷]. استان گیلان، در سال ۱۴۰۳، ۳ میلیون سفر و سهم ۸.۵۹ درصد را ثبت کرد [۱۷]. **مازندران** نیز از ۱.۷ میلیون سفر (۸ درصد از کل) در سال ۱۳۹۰، بالاترین تعداد را در ۱۳۹۸ با ۵.۳ میلیون سفر (۹.۷ درصد از کل) به ثبت رساند، اما در ۱۴۰۳ به ۱.۹ میلیون سفر (۵.۳۶ درصد) کاهش یافته است. **استان فارس** با ۱.۴ میلیون سفر (۶.۷ درصد از کل) در سال ۱۳۹۰ آغاز کرد و در سال ۱۳۹۸، بالاترین آمار یعنی ۳.۷ میلیون سفر (۶.۹ درصد از کل) را تجربه کرد. در ۱۴۰۳ با ۲ میلیون سفر (۵.۷ درصد از کل)، در حال بازیابی است. **اصفهان** با آمار اولیه ۱.۹ میلیون سفر (۹.۱ درصد) در ۱۳۹۰ با رتبه دوم آغاز کرد، در سال ۱۳۹۷، با ۳ میلیون سفر (۴.۸ درصد از کل) به قله خود رسید و در سال ۱۴۰۳ با ۹۰۰ هزار سفر (سهم ۲.۵۲ درصد) به رتبه هفتم سقوط کرده که نیازمند بازنگری در سیاست‌های گردشگری است. **خراسان رضوی** با ۱.۶ میلیون سفر در ۱۳۹۰ (سهم ۷.۵۵ درصد) پس از نوساناتی به ۲.۹ میلیون سفر (۴.۸ درصد از کل) در سال ۱۳۹۷ رسید. در ۱۴۰۳ با ۲.۷ میلیون سفر (سهم ۷.۵۹ درصد) رسیده است. **استان تهران** از ۴۴۹ هزار نفر در سال ۱۳۹۰ (سهم ۲.۰۹ درصد) در ۱۳۹۰ به ۳.۸ میلیون نفر (۶.۹۵ درصد) در ۱۳۹۸ رسید. در ۱۴۰۳، ۲ میلیون سفر (سهم ۵.۸ درصد) را در اختیار دارد.

از دیگر استان‌ها، **زنجان** به عنوان پدیده‌ای قابل توجه، از ۱۸۸ هزار سفر (سهم ۰.۸۸ درصد از کل) در ۱۳۹۰ به ۷۶۵ هزار نفر (۱.۳ درصد از کل) در سال ۱۳۹۸ و در نهایت ۲.۸ میلیون سفر (۷.۹۹ درصد از کل) در ۱۴۰۳ و رتبه دوم ارتقا یافته است. این رشد را شاید بتوان از طرفی به نزدیکی زنجان به استان پر جمعیت تهران، تمایل مردم برای بازدید از شهرهای ناشناخته‌تر و از طرف دیگر به توسعه گردشگری رویداد مذهبی مثل اجتماع عظیم یوم‌العباس در استان زنجان نسبت داد. زیرا استان زنجان سومین استان کشور در برگزاری رویدادهاست [۱۶]. **کرمانشاه** نیز از ۴۱۳ هزار سفر (سهم ۱.۹۳ درصد از کل) در ۱۳۹۰ به بیش از ۳.۹ میلیون سفر (۶.۳ درصد از کل) در ۱۳۹۸ و کسب رتبه چهارم در ۱۴۰۳ با ۲.۱ میلیون سفر (۶.۰۱ درصد از کل) رسیده است [۵]. جدول ۲، پنج استان برتر گردشگران داخلی بدون اقامت شبانه را نشان می‌دهد.

جدول ۲. پنج استان برتر گردشگران داخلی بهار بدون اقامت شبانه از سال ۱۳۹۰ الی ۱۴۰۳

رتبه اول	رتبه دوم	رتبه سوم	رتبه چهارم	رتبه پنجم
تعداد سفر (به میلیون)	تعداد سفر (به میلیون)	تعداد سفر (به میلیون)	تعداد سفر (به میلیون)	تعداد سفر (به میلیون)
گیلان ۳۰.۱۸	اصفهان ۱.۹۵	مازندران ۱.۷۱	خراسان رضوی ۱.۶۱	فارس ۱.۴
گیلان ۶.۵۲	مازندران ۳.۲	اصفهان ۳.۰۶	تهران ۱.۸	خوزستان ۱.۷
گیلان ۵.۵	مازندران ۲.۸	خراسان رضوی ۲.۰۵	فارس ۱.۸	اصفهان ۱.۷
گیلان ۶.۱۱	فارس ۲.۶	مازندران ۲.۰۹	قزوین ۱.۹۹	اصفهان ۱.۹
گیلان ۷.۱۶	قزوین ۲.۹۷	فارس ۲.۳	اصفهان ۲.۱	خوزستان ۲.۰
گیلان ۸.۰۰۸	مازندران ۴.۰۵	کرمانشاه ۳.۵	فارس ۳.۵	تهران ۳.۲
مازندران ۵.۳	گیلان ۵.۲	کرمانشاه ۳.۹۳	فارس ۳.۷	خوزستان ۳.۳
گیلان ۵.۳۳	مازندران ۵.۳	کرمانشاه ۳.۹۳	تهران ۳.۸	فارس ۳.۸
گیلان ۳.۰۹	زنجان ۲.۹	خراسان رضوی ۲.۷	کرمانشاه ۲.۱	تهران ۲.۰۹

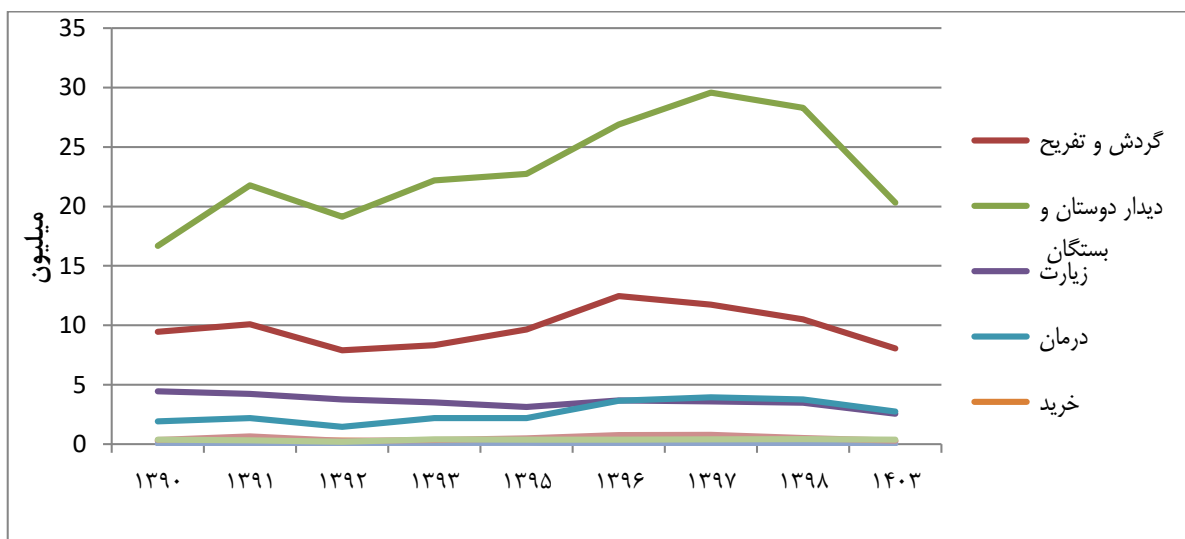
مأخذ: همان.



۵-۳. اهداف از سفرهای با اقامت شبانه

بر اساس داده‌های ارائه شده، در سفرهای با اقامت شبانه، دیدار دوستان و بستگان در تمام سال‌های مورد بررسی، همواره در صدر انگیزه‌های سفر ایرانیان قرار داشته است. در سال ۱۳۹۰، ۱۶ میلیون سفر معادل ۴۹ درصد از کل سفرها با این هدف انجام می‌پذیرفت. این روند ادامه داشت و در سال ۱۳۹۷، حدود ۲۹ میلیون سفر معادل ۵۸.۵ درصد از کل سفرها با این هدف انجام شد. در بهار ۱۴۰۳ نیز حدود ۲۰ میلیون سفر معادل ۵۸.۷ درصد از کل سفرها برای دیدار اقوام انجام شده که نشان از اهمیت بالای پیوندهای خانوادگی در فرهنگ سفر ایرانیان، به ویژه در فصل بهار دارد. این نوع سفر نسبت به دیگر اهداف، در برابر بحران‌ها مقاوم‌تر بوده و حتی در دوران همه‌گیری نیز تداوم یافته است. در رتبه دوم، گردش و تفریح قرار دارد که هر چند همواره پس از دیدار بستگان قرار داشته، اما نوسان‌های آن چشمگیرتر بوده است. گردش و تفریح با ۹.۴ میلیون سفر (۲۸ درصد از کل) آغاز کرد و بیشینه این نوع سفر در بهار ۱۳۹۶ با ۱۲.۴ میلیون مورد، معادل ۲۵.۷ درصد ثبت شد. در بهار ۱۴۰۳ با ثبت ۸ میلیون سفر، بخشی از جایگاه خود را بازیابی کرده و اکنون ۲۳.۲ درصد از کل سفرها را در برمی‌گیرد. افت نسبی آن نسبت به سال‌های اوج را شاید بتوان به صورت احتمالی ناشی از افزایش هزینه‌ها، کاهش توان اقتصادی خانوارها، تغییر سبک زندگی و ضعف زیرساخت‌های گردشگری دانست.

شکل ۱۱. نمودار روند تغییرات اهداف گردشگران داخلی از سفر با اقامت شبانه



مأخذ: همان.

از دیگر انگیزه‌های اصلی برای سفر می‌توان به زیارت اشاره کرد. در سال ۱۳۹۰ حدود ۴.۴ میلیون سفر زیارتی معادل ۱۳.۳ درصد از کل ثبت شده بود، اما پس از آن سال روند کاهشی داشته و در بهار ۱۳۹۸ این رقم به ۳.۴ میلیون سفر معادل ۷.۳ درصد کاهش یافت. در بهار ۱۴۰۳ نیز تنها ۲.۵۶ میلیون سفر زیارتی انجام شده که با وجود کاهش از نظر تعداد، ۷.۴ درصد از کل سفرها را تشکیل می‌دهد و البته از سال ۱۳۹۷ رتبه سوم خود را به سفر با هدف درمان واگذار کرده است که نشانگر افزایش تقاضا برای سفرهای درمانی است.

جدول ۳. وضعیت تغییرات اهداف سفرهای با اقامت شبانه سال ۱۴۰۳ در مقایسه با ۱۳۹۸

موضوع	سال ۱۳۹۸	سال ۱۴۰۳	درصد تغییر سال ۱۴۰۳ به ۱۳۹۸
گردش و تفریح	۱۰,۴۹	۸,۰۵	-۲۳,۳۱
دیدار دوستان و بستگان	۲۸,۳۱	۲۰,۳۱	-۲۸,۲۶
زیارت	۳,۴۹	۲,۵۶	-۲۶,۶۱
درمان	۳,۷۵	۲,۷۵	-۲۶,۷۴
خرید	۰,۲۸	۰,۲۴	-۱۳,۱۹
آموزش	۰,۰۶۸	۰,۰۵۴	-۲۰,۸۸
کسب و کار	۰,۵۲	۰,۲۸	-۴۶,۳۹
سایر اهداف	۰,۴۲	۰,۳۹	-۸,۰۱
جمع	۴۷,۳۳	۳۴,۶۳	-۲۶,۸۴

مأخذ: نگارنده

در نهایت، درمان^۱ از جمله اهداف پایدار اما نوسان دار سفر بوده است. در سال ۱۳۹۰، حدود ۱.۹ میلیون سفر درمانی معادل (۵.۷ درصد از کل) ثبت شد و این تعداد تا بهار ۱۳۹۷ به ۳.۹ میلیون سفر (۷.۸ درصد) افزایش یافت. در بهار ۱۴۰۳، این هدف با ۲.۷۵ میلیون سفر مجدداً به سطحی قابل قبول بازگشته و اکنون ۷.۹ درصد از کل سفرها را به خود اختصاص می‌دهد [۷]. همان‌طور که پیش‌تر بدان اشاره شد، تمرکز امکانات پزشکی در کلان‌شهرها و ضرورت دسترسی به خدمات تخصصی، سفر درمانی را به یک نیاز اساسی بدل کرده است. اهدافی چون خرید، آموزش، کسب و کار و سایر مقاصد همواره سهمی بسیار اندک در انگیزه‌های سفرهای بهاری با اقامت شبانه خانوارهای ایرانی داشته‌اند. به‌طور کلی بیشترین کاهش سال ۱۴۰۳ نسبت به ۱۳۹۸ را سفرهای با هدف کسب و کار (-۴۶.۳۹) و پس از آن دیدار دوستان و بستگان (-۲۸.۲۶) داشته است. جدول ۵، به مقایسه تغییرات اهداف از سفرهای با اقامت شبانه در سال‌های ۱۳۹۸ و ۱۴۰۳ پرداخته و شکل ۱۲، روند تغییرات اهداف گردشگران داخلی از سفر با اقامت شبانه را به تصویر کشیده است.

۳-۶. اهداف از سفرهای بدون اقامت شبانه

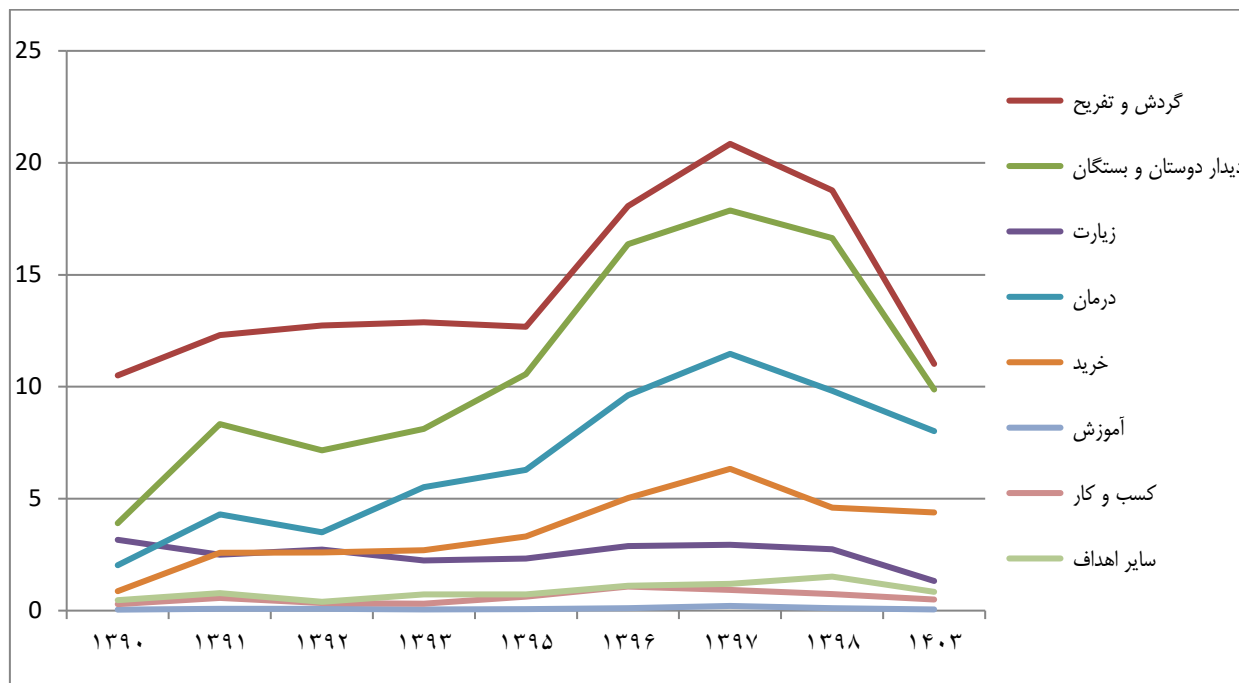
بر اساس داده‌های موجود، در سال ۱۳۹۰، سفرهای گردش و تفریح با ۱۰.۵ میلیون سفر (معادل ۴۹,۴ درصد)، در صدر قرار داشتند. این سهم در سال ۱۳۹۷ به اوج خود یعنی ۲۰.۸ میلیون رسید گرچه سهم از کل به ۳۳,۷ درصد کاهش یافت که حاکی از رشد سریع‌تر سایر اهداف سفر در آن سال است. در سال ۱۴۰۳، این رقم به ۱۱ میلیون سفر (۳۰,۶ درصد) رسید که از نظر تعداد وضعیتی همانند سال ۱۳۹۰ دارد. دیدار دوستان و بستگان به‌عنوان دومین هدف پرتکرار سفرهای بدون اقامت شبانه، در سال ۱۳۹۰ حدود ۳.۹ میلیون سفر (۱۸,۳ درصد) را شامل می‌شد. این رقم در سال ۱۳۹۷ به ۱۷.۸ میلیون سفر (۲۸,۹ درصد) افزایش یافت. در سال ۱۴۰۳ نیز با ۹.۸ میلیون سفر، ۲۷,۴ درصد از کل سفرها را به خود اختصاص داده است.

۱. مرکز ملی آمار ایران سفرهای با هدف درمان را مورد بررسی قرار داده و به نظر نمی‌رسد که داده‌های سفرها با هدف تندرستی مانند آب‌گرم را شامل شده باشد. بر این اساس، در این گزارش از واژه درمان به‌جای سلامت و در واقع گردشگری درمانی به‌عنوان بخشی از گردشگری سلامت استفاده شده است.



سفرهای زیارتی که در سال ۱۳۹۰، با ۳.۱ میلیون سفر سهمی معادل ۱۴.۸ درصد داشت، روندی کاهشی را طی کرده؛ به گونه‌ای که در سال ۱۳۹۷ با ۲.۹ میلیون سفر به سهم ۴.۷ درصدی دست یافت. در سال ۱۴۰۳ با ۱.۳ میلیون سفر، ۴ درصد از کل سفرها بوده است.

شکل ۱۲. نمودار روند تغییرات اهداف گردشگران داخلی در سفرهای بدون اقامت شبانه



مأخذ: همان.

در مقابل، سفرهای درمانی با روندی افزایشی همراه بوده‌اند. در سال ۱۳۹۰، حدود ۲ میلیون سفر درمانی (۴.۸ درصد) ثبت شده بود که در سال ۱۳۹۷ با ۱۱.۴ میلیون سفر (۱۸.۵ درصد از کل) به بالاترین میزان خود رسید. در سال ۱۴۰۳ نیز با ۸ میلیون سفر، سهمی معادل ۲۲ درصد ثبت شده که نشان دهنده تثبیت جایگاه این هدف در ساختار سفرهای داخلی است. اهداف دیگر سهم بسیار ناچیزی داشته‌اند. با این حال، ترکیب اهداف سفر دستخوش تغییرهایی شده است؛ تعداد سفرهای درمانی بسیار بالاتر رفته و سهم بیشتری از سفرها را به خود اختصاص داده است. بر این اساس، پس از خرید (۴.۶۷-)، سفرها با هدف درمان (۱۸.۲۶-) کمترین درصد کاهش نسبت به سال ۱۳۹۸ و به عبارت بهتر، بیشترین میزان بازیابی را داشته‌اند. این امر می‌تواند دلایل گوناگونی داشته باشد که نیازمند پژوهش‌های جداگانه است: از جمله افزایش بیماری‌ها و افزایش تقاضا برای درمان، توجه بیشتر مردم به مراقبت‌های سلامتی و درمانی، نبود پراکندگی مناسب امکانات درمانی و نیاز به سفر و روند روبه‌شد پیری جمعیت^۱ و نیاز بیشتر به مراقبت‌های درمانی از جمله دلایل احتمالی هستند.

۱. مطابق اعلام مرکز ملی آمار ایران سهم جمعیت سالمند ۶۵ سال به بالا در سال ۱۳۹۵، بالای ۱/۶ درصد بوده که پیش‌بینی می‌شود در سال ۱۴۱۰ به ۱۰ درصد و در سال ۱۴۲۰ به ۱۳ درصد برسد.

جدول ۴. وضعیت تغییرات اهداف سفرهای بدون اقامت شبانه سال ۱۴۰۳ در مقایسه با ۱۳۹۸

موضوع	سال ۱۳۹۸	سال ۱۴۰۳	درصد تغییر سال ۱۴۰۳ به ۱۳۹۸
گردش و تفریح	۱۸,۷۷	۱۱,۰۲	-۴۱.۳
دیدار دوستان و بستگان	۱۶,۶۴	۹,۰۸۷	-۴۰.۶۸
زیارت	۲,۷۴	۱,۳۲	-۵۱.۷۵
درمان	۹,۰۸۱	۸,۰۲	-۱۸.۲۶
خرید	۴,۵۹	۴,۳۸	-۴.۶۷
آموزش	۰,۱۲	۰,۰۴۸	-۵۸,۱۸
کسب و کار	۰,۷۳	۰,۵۰	-۳۱.۸۸
سایر اهداف	۱,۵۲	۰,۸۴	-۴۴.۷۳
جمع	۵۴,۹۳	۳۶,۰۰	-۳۴.۴۶

مأخذ: همان.

از طرف دیگر نیز، زیارت (۵۱,۷۵-) پس از آموزش (۵۸,۱۸-)، بیشترین کاهش را داشته است و بجز سال ابتدایی، در سایر سال‌ها پایین‌تر از سفرهای درمانی قرار داشته است. بیشتر اماکن مقدس کشورمان مانند حرم امام رضا (ع) و یا حتی حضرت شاهچراغ (ع) در نقاطی دور از مرکز کشور قرار دارند و به‌ویژه با در نظر گرفتن رتبه نخست خراسان رضوی در سفرهای با اقامت شبانه در تمامی سال‌های مورد بحث، منطقی است که سفرهای زیارتی بیشتر به صورت اقامت شبانه بوده باشد. برآیند کلی از این داده‌ها حاکی از آن است که الگوی سفر بدون اقامت شبانه در ایران طی دهه گذشته تحت تأثیر بحران همه‌گیری کرونا، مشکلات اقتصادی و کاهش بودجه سفر و حتی مسائل مرتبط با متغیرهای اجتماعی مانند سبک زندگی قرار گرفته است. جدول ۴ تغییرات اهداف سفر در سال ۱۳۹۸ و ۱۴۰۳ را با یکدیگر مقایسه کرده و شکل ۱۳ روند تغییرات اهداف سفرهای بدون اقامت شبانه را از سال ۱۳۹۰ الی ۱۴۰۳ به نمایش می‌گذارد.

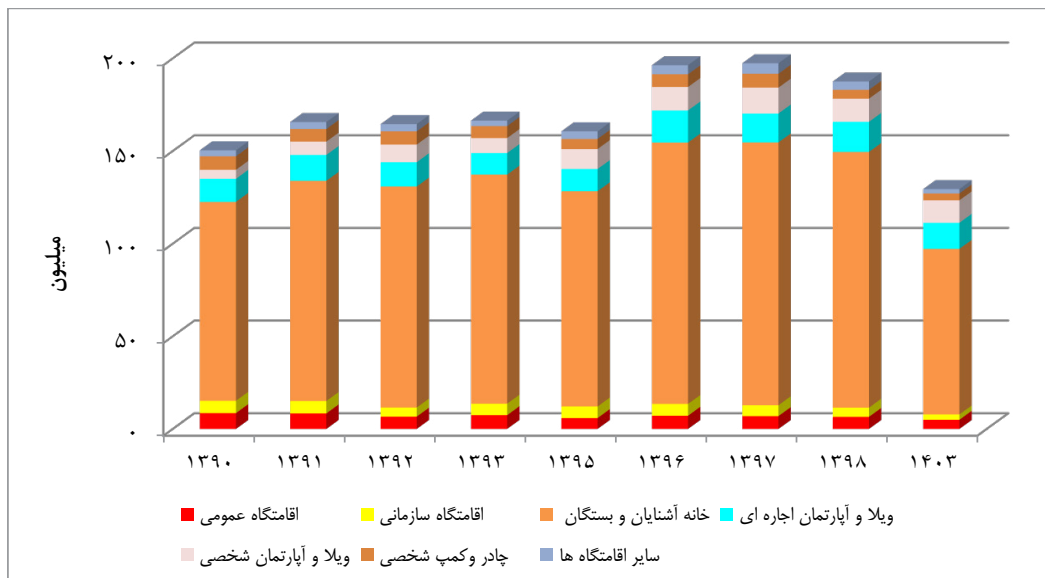
۷-۳. اقامتگاه اصلی مسافران

بررسی آمارهای مربوط به الگوی اقامت مسافران داخلی در فصل بهار طی سال‌های اخیر نشان می‌دهد که در طی سال‌های مورد بررسی به جز ۱۴۰۳، همواره بیش از ۷۰ درصد از اقامت‌ها در خانه بستگان و آشنایان بوده این درصد در سال ۱۴۰۳ به ۶۹ درصد کاهش یافته است. رتبه دوم در میان گزینه‌های اقامت نیز به ویلاها و آپارتمان‌های اجاره‌ای اختصاص دارد. در همه این سال‌ها سهم ویلاهای اجاره‌ای حدود ۹ درصد بود، اما در سال ۱۴۰۳، گرچه با ۱۴ میلیون نفر / شب فاصله بسیاری با اوج سال ۱۳۹۶ یعنی ۱۷,۲ میلیون نفر شب دارد، سهم ویلاهای اجاره‌ای به ۱۰ درصد رسید. سهم ویلاهای شخصی نیز به ۹.۳ درصد از کل رسیده است. سهم اقامتگاه‌های عمومی اما با کاهش روبه‌رو بوده است؛ یعنی از ۵ درصد در سال‌های ابتدایی دهه ۹۰ به ۳.۸ درصد در سال ۱۴۰۳ و اقامتگاه‌های سازمانی نیز از ۴ درصد به ۲ درصد رسیده‌اند. چادر و کمپ نیز در سال‌های گذشته بالاتر از ۴ درصد نبوده و در ۱۴۰۳ نیز ۲.۸ درصد از کل را تشکیل می‌دهد. سایر اقامتگاه‌ها نیز همواره کمتر از ۲ درصد بوده‌اند (شکل ۱۳) [۹]. این آمار نشان می‌دهد که در فصل بهار، بخش عمده اقامت به صورت غیررسمی جریان دارد. در چنین الگویی، دهک‌های مختلف درآمدی جامعه که توانایی مالی محدودتری دارند، ترجیح می‌دهند از اقامت رایگان در خانه خویشاوندان استفاده کنند یا در صورت لزوم، ویلا و آپارتمان به صورت موقت اجاره کنند و عملاً تمایلی به استفاده از اقامتگاه‌های عمومی



به‌ویژه هتل‌ها ندارند. این امر می‌تواند به دلیل هزینه‌های بالای اقامت و نیز ماهیت سفرهای بهاری به‌ویژه در نوروز باشد؛ چراکه به دلیل بازدید از خانواده و بستگان، میزان اقامت در منازل بستگان بیش از سایر ماه‌ها خواهد بود. با این وجود، تغییرات در نوع اقامتگاه در گردشگری داخلی نشان می‌دهد که اقامت در خانه دوستان و آشنایان در حال کاهش بوده و به دلیل هزینه‌های اقامتگاه‌های عمومی و مقرون به صرفه بودن اقامتگاه‌های اجاره‌ای، استفاده از این نوع اقامتگاه‌ها رو به افزایش است. در نتیجه ضروری است تا بازنگری جدی در سیاست‌های اقامتی کشور صورت گیرد. دستگاه‌های مسئول باید با شناخت دقیق از رفتار مصرف‌کنندگان، مدل‌های اقامتی متنوع، ارزان قیمت، باکیفیت و متناسب با نیازهای دهک‌های مختلف و با در نظر گرفتن منافع همه انواع کسب و کارهای اقامتی را طراحی و اجرا کنند. شکل ۱۳، سهم هر یک از انواع اقامتگاه را در گردشگری داخلی نشان می‌دهد.

شکل ۱۳. نمودار روند تغییرات و سهم هر یک از انواع اقامتگاه‌ها در گردشگری داخلی



مأخذ: همان.

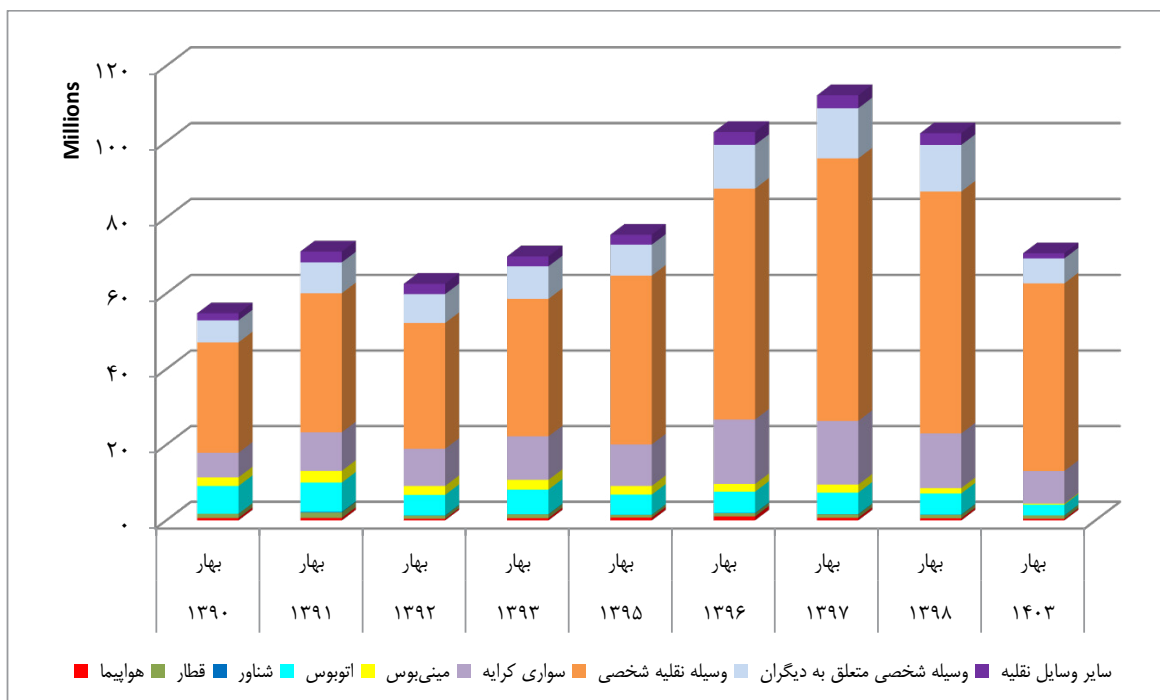
۸-۳. وسایل نقلیه اصلی مورد استفاده برای سفر (مسیر رفت)

آمارهای مربوط به وسایل نقلیه مورد استفاده رفت در سفرهای داخلی ایرانیان طی سال‌های اخیر، از تحولات قابل توجهی حکایت دارد.^۱ سفرهای هوایی که در بهار ۱۳۹۰ با ۶۴۴ هزار (۱,۱۷ درصد) آغاز شد، در ۱۳۹۶ با بیش از یک میلیون و ۶۸ هزار مورد (معادل ۱۰۴ درصد کل سفرها) به اوج رسید و در بهار ۱۴۰۳ با کاهش چشمگیر به ۴۰۰ هزار سفر (۰,۶۱ درصد)، محدود شده است. سفر با قطار نیز در بهار ۱۳۹۰ از ۱,۱ میلیون سفر (۲,۰۵ درصد از کل) شروع شد و در ۱۳۹۱ با ۱,۴ میلیون سفر به اوج رسید و سپس روندی کاهشی گرفته است. در سال ۱۴۰۳، این سفرها به ۹۰۰ هزار سفر (۱,۲ درصد از کل) کاهش یافته است [۱۰]. این در حالی است که به عنوان نمونه سفرهای ریلی در اروپا حدود ۱۵,۴ درصد از سفرهای داخلی اروپا را شامل می‌شود [۱۴]. تعداد سفرها با اتوبوس در سال ۱۳۹۰، ۷,۳ میلیون (معادل ۱۳,۳ درصد از کل) بوده است. استفاده از اتوبوس در بهار ۱۳۹۱ به بیشینه ۷,۱ میلیون سفر معادل ۱۰ درصد از کل رسید. در سال ۱۴۰۳ تعداد آن به ۲,۸ میلیون سفر یعنی ۳,۹۹ درصد از تنزل یافته است. در مقابل، سهم وسایل نقلیه شخصی به طور مستمر افزایش یافته است؛ بدین ترتیب که از

۱. در آمارهای ارائه شده توسط مرکز آمار و وسایل حمل و نقل برای مسیرهای رفت و برگشت به صورت جداگانه مورد بررسی قرار گرفته است. بنابراین در این گزارش فقط مسیر رفت مورد بررسی قرار می‌گیرد.

۲۹,۱ میلیون سفر و سهم ۵۳ درصدی در سال ۱۳۹۰، به ۶۹,۳ میلیون سفر (۶۱,۷ درصد) در بهار ۱۳۹۷ و ۴۹,۶ میلیون سفر (۷۰,۳ درصد) در بهار ۱۴۰۳ رسیده است. سهم مینی بوس نیز از ۲,۲ میلیون سفر و ۴,۱ درصد از کل در سال ۱۳۹۰، به ۳,۰۷ میلیون سفر، ۴,۳ درصد در سال ۱۳۹۲ به عنوان اوج و در نهایت با ۲۶۷ هزار سفر به ۰,۳۸ درصد در سال ۱۴۰۳ کاهش یافته است. خودروهای کرایه ای که با ۶,۵ میلیون سفر ۱۱,۸ درصد از حمل و نقل کل سهم داشت. در بهار ۱۳۹۷، با ۱۷ میلیون سفر معادل ۱۶,۶ درصد از به بالاترین میزان رسید گرچه در بهار ۱۴۰۳ با ۸,۶ میلیون ۱۲,۲ درصد سهم از حمل و نقل گردشگری داخلی را بر عهده دارند. استفاده از خودروهای دوستان و آشنایان نیز از ۵,۸ میلیون سفر (۱۰,۶ درصد از کل) به ۱۳,۲ (۱۱,۷ درصد از کل) و ۶,۵ (۹,۲ درصد از کل) به ترتیب در سال های ۱۳۹۰، ۱۳۹۷ و ۱۴۰۳ روند استفاده از این وسیله را نمایان می سازد. سایر وسایل نقلیه نظیر موتورسیکلت و شناورهای آبی سهم ناچیزی دارند و روندی نزولی را تجربه کرده اند [۱۰]. شکل ۱۴، سهم هر یک از وسایل نقلیه در سفرهای داخلی را در طی سال های گذشته به تصویر کشیده است. همان طور که بیان شد، در طی سال های گذشته سهم استفاده از خودروهای شخصی بالا رفته و سهم استفاده از حمل و نقل عمومی کاهش یافته است. از مهم ترین این دلایل می توان به کاهش ظرفیت ناوگان عمومی، مقرون به صرفه نبودن سفر با حمل و نقل عمومی، ماهیت انعطاف پذیر سفر با خودرو و تناسب با آن سفرهای نروزی، اشاره کرد.

شکل ۱۴. نمودار روند استفاده از وسایل نقلیه در مسیرهای رفت گردشگری داخلی در سال های ۱۳۹۰ الی ۱۴۰۳



مأخذ: همان.



۴. جمع‌بندی و نتیجه‌گیری



بررسی آماری سفرهای داخلی خانوارهای ایرانی در فصل بهار از ابتدای دهه ۱۳۹۰ تا سال ۱۴۰۳ نشان می‌دهد که اگرچه تعداد خانوارهای سفر کرده از حدود ۱۱.۸ میلیون خانوار در سال ۱۳۹۰ به ۱۴.۱ میلیون خانوار در سال ۱۴۰۳ افزایش یافته (رشد ۱۹.۸۸ درصدی)، و نسبت به سال‌های ۱۳۹۷ و ۱۳۹۸ به ترتیب ۱۰ و ۸ درصد رشد داشته است؛ اما نسبت خانوارهای مسافر به کل خانوارها (یعنی شاخص دسترسی پذیری سفر) کاهش یافته است. این شاخص از ۵۸ درصد در سال ۱۳۹۰ به ۵۲.۴ درصد در سال ۱۴۰۳ رسیده که بجزء سال‌های همه‌گیری کرونا که سفرها تعطیل بود، پایین‌ترین درصد دسترسی‌پذیری در تمامی سال‌های ۱۳۹۰ الی ۱۴۰۳ است. به این معنا که با وجود رشد جمعیت و تعداد کل خانوارها و افزایش تعداد مسافران، سفرهای بهاری به‌عنوان امکان عمومی برای همه اقشار محدودتر شده است. از مهم‌ترین دلایل این محدودیت، افزایش هزینه‌های سفر و فشارهای اقتصادی است. یعنی دسترسی‌پذیری کاهش یافته و بخش قابل توجهی از جامعه به دلیل محدودیت‌های مالی و بودجه سفر محدود از چرخه سفرهای داخلی فصل بهار کنار رفته‌اند. دلیل دیگر، کاهش کلی ظرفیت ناوگان حمل‌ونقل عمومی نسبت به سال‌های ابتدایی دهه ۹۰ است که دسترسی‌پذیری به بسیاری از مقصدها به‌ویژه مقصدهای دور از مرکز کشور را دشوار و گران کرده است. در ادامه پیشنهادهایی برای بهبود وضعیت گردشگری داخلی ارائه می‌شود.

۴-۱. لزوم توسعه و تقویت زیرساخت‌های حمل‌ونقل

از یک طرف، تمرکز سفرها به ۶ استان خراسان رضوی، تهران، مازندران، گیلان، اصفهان و فارس و از طرف دیگر رشد استفاده از خودروهای شخصی در سفرهای بهاری در سال‌های اخیر و همچنین سهم ناچیز حمل‌ونقل عمومی بین‌شهری (اتوبوس، قطار، هواپیما) در این زمینه، نشان از ضعف در حمل‌ونقل عمومی به‌خصوص برای استان‌های دور از مرکز کشور دارد. گرچه ظرفیت ناوگان حمل‌ونقل بین‌شهری برای بسیاری از همین ۶ استان (به‌ویژه استان فارس) نیز مناسب نیست. البته که ماهیت تعطیلات نوروزی بر سبک، مقصد و مدت سفر در فصل بهار تأثیر گذاشته و نیاز به انعطاف‌پذیری در برنامه‌ریزی سفر، امکان توقف در مسیر و هماهنگی با نیازهای خانواده‌ها، آنان را به استفاده از خودروهای شخصی سوق می‌دهد، اما مهم‌تر از این، هزینه‌های بالای سفر با وسایل حمل‌ونقل بین‌شهری به‌ویژه برای خانواده‌های پرجمعیت و کمبود ظرفیت ناوگان بین‌شهری در ایام اوج سفر، از عوامل مؤثر در این زمینه هستند.

به دلیل آنکه ناوگان هوایی تقریباً به کالایی لوکس تبدیل شده و بسیاری از طبقات جامعه به‌ویژه خانوارهای پرجمعیت و با درآمد پایین و حتی متوسط، توان مالی استفاده از ناوگان هوایی برای سفر را ندارند، از این رو توسعه زیرساخت‌های حمل‌ونقل بین‌شهری، به‌ویژه تقویت ناوگان ریلی و جاده‌ای از یک سو گامی اساسی در جهت ارتقای دسترسی‌پذیری برای اقشار گوناگون جامعه است و از سوی دیگر، تحقق توسعه متوازن گردشگری داخلی و جلوگیری از فشار بر زیرساخت‌های چند استان به‌خصوص و محرومیت سایر استان‌های مستعد از منافع گردشگری را موجب می‌شود؛ بنابراین ضروری است تا اقدام‌های ویژه‌ای در راستای توسعه ناوگان حمل‌ونقل بین‌شهری انجام پذیرد.

۴-۲. لزوم توجه به اقامتگاه‌های عمومی و نیازهای اقامتی طبقات مختلف جامعه

بر اساس یافته‌های پژوهش، اقامت حدود ۷۰ درصد مسافران در منازل بستگان و آشنایان و همچنین افزایش گرایش بیش از پیش ایرانیان به ویلاهای اجاره‌ای نسبت به سایر گزینه‌ها، جدای از ماهیت خاص سفرهای بهاری و دیدوبازدیدهای نوروزی، نشانگر کاهش توان مالی خانوارها در سال‌های اخیر و تلاش آنان برای کاهش هزینه‌های سفر است. چراکه هزینه اقامت در اقامتگاه‌های عمومی به‌ویژه هتل‌ها برای بسیاری از خانوارها به‌ویژه خانوارهای پرجمعیت ایرانی مقرون‌به‌صرفه نیست. در نتیجه گردشگری مالی در این زمینه بیشتر در

قسمت‌های غیررسمی در جریان است. لذا نیاز است تا علاوه بر تلاش برای تسهیل سفر برای طبقات مختلف جامعه با استفاده از برنامه‌های تسهیلاتی و تشویقی به‌ویژه کارمندان دولت، برنامه راهبردی با هدف برآورده ساختن نیازهای اقامتی طبقات مختلف جامعه و در عین حال، سازماندهی برای انواع اقامتگاه‌های عمومی (شامل هتل‌ها، بوم‌گردی‌ها، هتل آپارتمان‌ها و حتی خانه مسافرها)، منطبق با نیازهای طبقات مختلف جامعه، تدوین گردد. در غیر این صورت در آینده ممکن است بسیاری از انواع اقامتگاه‌ها (به‌ویژه بوم‌گردی‌ها، خانه‌های سنتی و...) مجبور به تعطیلی شده و همچنین به دلیل مقرون به صرفه نبودن اقامت، سفر از سبد مصرفی بسیاری از خانوارها حذف شود.

۳-۴. لزوم تقویت تبلیغات و بازاریابی و نقش رویدادها در توسعه گردشگری

علاوه بر ضعف در ناوگان حمل و نقل عمومی و هزینه‌های بالای سفر به مراکز دور از مرکز کشور، ضعف در تبلیغات، بازاریابی و معرفی جاذبه‌های گردشگری در استان‌های کمتر شناخته شده، عاملی برای تراکم سفرها در چند استان خاص است. قرارگیری استان‌هایی مانند اردبیل، کردستان، قزوین، مرکزی، آذربایجان غربی، گلستان، کرمانشاه، زنجان، سیستان و بلوچستان و به‌ویژه هرمزگان در میان ده مقصد برتر در سال‌های گذشته، نشانگر تأثیرگذاری تبلیغات و معرفی جاذبه‌های آن استان به صورت رسمی و یا از طریق محتوای تولید شده توسط کاربران بوده است.

علاوه بر اجرایی سازی ظرفیت‌های قانونی موجود مانند بند «ب» ماده (۷۶) برنامه هفتم پیشرفت جمهوری اسلامی ایران، ضروری است تا در قالب طرح‌هایی مانند مسئولیت اجتماعی، فعالان صنعتی، بازرگانی و... در هر استان بر تبلیغات و معرفی جاذبه‌های استانی خود سرمایه‌گذاری کنند. انتظار می‌رود تا صدا و سیما جمهوری اسلامی نیز با تأکید بر نقش خود در احکام سند راهبردی گردشگری، و با به کارگیری از ظرفیت خود، با تولید آثاری با رویکرد جذب گردشگران و ترغیب آنان برای سفر و نه صرفاً معرفی زیبایی‌های کشور، به آموزش و شناخت گردشگران از مقصدهای احتمالی یاری رساند. در واقع، آثاری مورد نیاز است که علاوه بر معرفی جاذبه‌های طبیعی، تاریخی، فرهنگی و مذهبی استان‌ها، نحوه سفر ارزان قیمت و حتی گران قیمت را در زمان‌های پخش مناسب یعنی پیش از نوروز و سال جدید به صورت کمپین‌هایی سراسری به اجرا درآیند. از طرف دیگر، نقش رویدادهای گردشگری در جذب گردشگران به بسیاری از استان‌های مورد اشاره را نمی‌توان نادیده گرفت. رویدادهای گردشگری به‌عنوان جاذبه‌هایی پویا، نه تنها برای استان‌های کمتر شناخته شده بلکه برای بسیاری از استان‌های سنتی گردشگری مانند اصفهان، یزد، کرمان و غیره می‌تواند راهبردی برای تنوع بخشی به محصولات و جاذبه‌های گردشگری باشد.

۴-۴. لزوم ایجاد پایگاه داده یکپارچه و جامع

گرچه داده‌های ارائه شده توسط مرکز ملی آمار ایران، می‌تواند تصاویر کلی درباره کلان روندها ارائه دهد، اما برای انجام تحلیل‌هایی دقیق و موثکافانه و پرهیز از هرگونه حدس و گمان در این تحلیل‌ها، به داده‌های دقیق‌تر، جدیدتر و به‌نگام‌تر نیاز است. شیوه گردآوری داده‌ها با استفاده از روش‌های سنتی مانند پیمایش دارای سوگیری‌های بسیاری است که باعث کاهش اطمینان از صحت یافته‌ها و در نتیجه تکیه بر این داده‌ها در هنگام تصمیم‌گیری‌ها می‌شود. در نتیجه وجود حساب‌های اقماری گردشگری به شدت احساس می‌شود. حساب‌های اقماری گردشگری^۱ ابزاری نظام‌مند و بین‌المللی برای اندازه‌گیری سهم واقعی گردشگری در اقتصاد یک کشور هستند. این حساب‌ها نه تنها ارزش افزوده و تولید ناخالص داخلی ناشی از گردشگری را مشخص می‌کنند، بلکه آثار اشتغال، درآمد، صادرات و حتی تقاضای کالایی و خدماتی گردشگران را نیز به صورت دقیق و استاندارد ارائه می‌دهد. در نتیجه ضروری است تا در راستای برنامه‌ریزی دقیق‌تر، بسترهای لازم برای راه‌اندازی یکپارچه حساب‌های اقماری گردشگری فراهم شود.



۵. پیوست‌ها



جدول ۱ پیوست. روند سفر گردشگران داخلی به استان‌های کشور در سال‌های ۱۳۹۰ الی ۱۴۰۳

تغییرهای تعداد گردشگران در سال ۱۴۰۳ نسبت به ۱۳۹۸	تغییرهای تعداد گردشگران در سال ۱۴۰۳ نسبت به بیشترین آمار هر استان	سهم از کل	گردشگر (میلیون)	سال پایه، سال اوج، سال پیش از کرونا و سال پایانی	استان
-۱۲/۷۰٪	-۴۶/۴۸٪	۳/۰۷٪	۱/۶۷	۱۳۹۰	آذربایجان شرقی
		۴/۴۳٪	۴/۹۷	۱۳۹۷	
		۲/۹۹٪	۳/۰۵	۱۳۹۸	
		۳/۷۸٪	۲/۶۶	۱۴۰۳	
-۶۳/۱۷٪	-۷۲/۸۲٪	۲/۶۹٪	۱/۴۷	۱۳۹۰	آذربایجان غربی
		۴/۱۳٪	۴/۶۴	۱۳۹۷	
		۳/۳۵٪	۳/۴۲	۱۳۹۸	
		۱/۷۹٪	۱/۲۶	۱۴۰۳	
-۲۲/۴۶٪	-۳۶/۷۹٪	۳/۵۶٪	۱/۹۴	۱۳۹۰	اردبیل
		۲/۳۵٪	۲/۴۱	۱۳۹۶	
		۱/۹۲٪	۱/۹۶	۱۳۹۸	
		۲/۱۶٪	۱/۵۲	۱۴۰۳	
-۴۷/۲۹٪	-۵۷/۰۲٪	۷/۴۸٪	۴/۰۸	۱۳۹۰	اصفهان
		۵/۱۰٪	۵/۷۲	۱۳۹۷	
		۴/۵۷٪	۴/۶۷	۱۳۹۸	
		۳/۴۹٪	۲/۴۶	۱۴۰۳	
+۸/۴۷٪	-۱۳/۴۱٪	۱/۰۷٪	۰/۵۸	۱۳۹۰	البرز
		۲/۱۵٪	۱/۵۳	۱۳۹۱	
		۱/۱۹٪	۱/۲۲	۱۳۹۸	
		۱/۸۸٪	۱/۳۳	۱۴۰۳	
۰/۰۰٪	+۷/۴۵٪	۱/۵۴٪	۰/۸۴	۱۳۹۰	ایلام
		۲/۲۶٪	۱/۶۱	۱۳۹۶	
		۱/۶۹٪	۱/۷۳	۱۳۹۸	
		۲/۴۵٪	۱/۷۳	۱۴۰۳	
-۱۳/۲٪	-۲۹/۳٪	۱/۴۵٪	۰/۷۹	۱۳۹۰	بوشهر
		۲/۰۲٪	۱/۴	۱۳۹۱	
		۱/۱۱٪	۱/۱۴	۱۳۹۸	
		۱/۴۱٪	۰/۹۹	۱۴۰۳	
-۳۷/۴۴٪	-۳۲/۳۷٪	۵/۰۴٪	۲/۷۵	۱۳۹۰	تهران
		۷/۱۷٪	۷/۳۴	۱۳۹۶	
		۷/۷۷٪	۷/۹۳	۱۳۹۸	
		۷/۰۴٪	۴/۹۶	۱۴۰۳	

تغییرهای تعداد گردشگران در سال ۱۴۰۳ نسبت به ۱۳۹۸	تغییرهای تعداد گردشگران در سال ۱۴۰۳ نسبت به بیشترین آمار هر استان	سهم از کل	گردشگر (میلیون)	سال پایه، سال اوج، سال پیش از کرونا و سال پایانی	استان
-۲۹٫۳۰٪	-۳۰٫۴۱٪	۱٫۲۱٪	۰٫۶۶	۱۳۹۰	چهارمحال و بختیاری
		۱٫۱۳٪	۱٫۱۶	۱۳۹۶	
		۱٫۱۲٪	۱٫۱۴	۱۳۹۸	
		۱٫۱۵٪	۰٫۸۱	۱۴۰۳	
-۶۳٫۰۰٪	-۵۸٫۷۶٪	۱٫۴۷٪	۰٫۸۰	۱۳۹۰	خراسان جنوبی
		۰٫۸۰٪	۰٫۹۰	۱۳۹۷	
		۰٫۹۸٪	۱٫۰۰	۱۳۹۸	
		۰٫۵۳٪	۰٫۳۷	۱۴۰۳	
-۱۲٫۳۶٪	-۱۶٫۹۰٪	۱۱٫۰۴٪	۶٫۰۲	۱۳۹۰	خراسان رضوی
		۷٫۷۵٪	۸٫۷۰	۱۳۹۷	
		۸٫۰۸٪	۸٫۲۵	۱۳۹۸	
		۱۰٫۲۵٪	۷٫۲۳	۱۴۰۳	
-۲٫۱۰٪	+۸٫۳۳٪	۰٫۱۶٪	۰٫۰۹	۱۳۹۰	خراسان شمالی
		۱٫۴۰٪	۱٫۴۴	۱۳۹۵	
		۱٫۵۷٪	۱٫۶۰	۱۳۹۸	
		۲٫۲۲٪	۱٫۵۶	۱۴۰۳	
-۲۳٫۷۵٪	-۵۲٫۳۴٪	۴٫۱۷٪	۲٫۲۸	۱۳۹۰	خوزستان
		۴٫۸۶٪	۵٫۴۶	۱۳۹۷	
		۳٫۳۴٪	۳٫۴۱	۱۳۹۸	
		۳٫۶۸٪	۲٫۶۰	۱۴۰۳	
+۱۷۱٫۸۲٪	٪۰٫۰۰	۱٫۰۸٪	۰٫۵۹	۱۳۹۰	زنجان
		۵٫۰۲٪	۳٫۵۴	۱۴۰۳	
		۱٫۲۷٪	۱٫۳۰	۱۳۹۸	
		۵٫۰۲٪	۳٫۵۴	۱۴۰۳	
+۲۰٫۲۹٪	٪۰٫۰۰	۰٫۷۴٪	۰٫۴۱	۱۳۹۰	سمنان
		۰٫۵۸٪	۰٫۴۱	۱۴۰۳	
		۰٫۳۳٪	۰٫۳۴	۱۳۹۸	
		۰٫۵۸٪	۰٫۴۱	۱۴۰۳	
-۳۱٫۴۲٪	-۴۸٫۱۷٪	۱٫۲۸٪	۰٫۷۰	۱۳۹۰	سیستان و بلوچستان
		۳٫۸۰٪	۲٫۶۵	۱۳۹۳	
		۱٫۹۶٪	۲٫۰۰	۱۳۹۸	
		۱٫۹۵٪	۱٫۳۷	۱۴۰۳	
-۳۰٫۳۷٪	-۳۵٫۷۴٪	۷٫۰۷٪	۳٫۸۶	۱۳۹۰	فارس
		۶٫۵۲٪	۷٫۳۲	۱۳۹۷	
		۶٫۶۱٪	۶٫۷۵	۱۳۹۸	
		۶٫۶۸٪	۴٫۷۰	۱۴۰۳	



تغییرهای تعداد گردشگران در سال ۱۴۰۳ نسبت به ۱۳۹۸	تغییرهای تعداد گردشگران در سال ۱۴۰۳ نسبت به بیشترین آمار هر استان	سهم از کل	گردشگر (میلیون)	سال پایه، سال اوج، سال پیش از کرونا و سال پایانی	استان
-۶۰٫۷۴٪	-۶۳٫۲۳٪	۵٫۹۵٪	۰٫۵۲	۱۳۹۰	قزوین
		۳٫۵۲٪	۳٫۹۷	۱۳۹۵	
		۳٫۶۵٪	۳٫۷۲	۱۳۹۸	
		۲٫۰۷٪	۱٫۴۶	۱۴۰۳	
-۵۲٫۸۳٪	-۵۴٫۳۱٪	۴٫۲۸٪	۲٫۳۴	۱۳۹۰	قم
		۲٫۰۷٪	۲٫۳۲	۱۳۹۷	
		۲٫۲۰٪	۲٫۲۴	۱۳۹۸	
		۱٫۵۰٪	۱٫۰۶	۱۴۰۳	
+۱۰٫۱۹٪	-۳۵٫۳۴٪	۳٫۹۳٪	۲٫۱۴	۱۳۹۰	کردستان
		۲٫۳۸٪	۲٫۶۷	۱۳۹۷	
		۱٫۵۴٪	۱٫۵۷	۱۳۹۸	
		۲٫۴۵٪	۱٫۷۳	۱۴۰۳	
-۶۳٫۰۸٪	-۶۶٫۵۷٪	۳٫۴۳٪	۱٫۸۷	۱۳۹۰	کرمان
		۳٫۸۴٪	۴٫۳۱	۱۳۹۷	
		۳٫۸۲٪	۳٫۹۰	۱۳۹۸	
		۲٫۰۵٪	۱٫۴۴	۱۴۰۳	
-۴۶٫۶۲٪	-۴۷٫۸۸٪	۳٫۰۵٪	۱٫۶۶	۱۳۹۰	کرمانشاه
		۵٫۴۰٪	۶٫۰۶	۱۳۹۷	
		۵٫۸۰٪	۵٫۹۲	۱۳۹۸	
		۴٫۴۸٪	۳٫۱۶	۱۴۰۳	
-۲۵٫۰۲٪	-۳۳٫۲۳٪	۰٫۸۲٪	۰٫۴۵	۱۳۹۰	کهگیلویه و بویراحمد
		۲٫۰۴٪	۱٫۲۷	۱۳۹۲	
		۱٫۱۱٪	۱٫۱۳	۱۳۹۸	
		۱٫۲۱٪	۰٫۸۵	۱۴۰۳	
-۴۰٫۵۷٪	-۴۲٫۳۸٪	۲٫۶۳٪	۱٫۴۴	۱۳۹۰	گلستان
		۳٫۵۱٪	۳٫۶۰	۱۳۹۶	
		۳٫۴۲٪	۳٫۴۹	۱۳۹۸	
		۲٫۹۴٪	۲٫۰۷	۱۴۰۳	
-۳۵٫۰۴٪	-۵۵٫۲۵٪	۸٫۷۱٪	۴٫۷۵	۱۳۹۰	گیلان
		۱۱٫۱۰٪	۱۱٫۳۷	۱۳۹۶	
		۷٫۶۷٪	۷٫۸۳	۱۳۹۸	
		۷٫۲۲٪	۵٫۰۹	۱۴۰۳	
-۴۹٫۶۴٪	-۶۳٫۱۶٪	۱٫۹۹٪	۱٫۰۸	۱۳۹۰	لرستان
		۲٫۹۷٪	۳٫۰۴	۱۳۹۶	
		۲٫۱۸٪	۲٫۲۲	۱۳۹۸	
		۱٫۶۰٪	۱٫۱۲	۱۴۰۳	

تغییرهای تعداد گردشگران در سال ۱۴۰۳ نسبت به ۱۳۹۸	تغییرهای تعداد گردشگران در سال ۱۴۰۳ نسبت به بیشترین آمار هر استان	سهم از کل	گردشگر (میلیون)	سال پایه، سال اوج، سال پیش از کرونا و سال پایانی	استان
-٪۴۶/۶۷	-٪۴۷/۷۳	٪۸/۷۲	۴/۷۶	۱۳۹۰	مازندران
		٪۸/۷۴	۹/۸۱	۱۳۹۷	
		٪۹/۴۳	۹/۶۲	۱۳۹۸	
		٪۷/۲۸	۵/۱۳	۱۴۰۳	
+٪۱۱/۹۶	٪۵/۵۰	٪۲/۶۲	۱/۴۳	۱۳۹۰	مرکزی
		٪۳/۵۷	۲/۲۲	۱۳۹۲	
		٪۱/۸۲	۱/۸۶	۱۳۹۸	
		٪۲/۹۶	۲/۰۸	۱۴۰۳	
-٪۴۴/۵۴	-٪۶۲/۹۹	٪۱/۴۹	۵/۸۱	۱۳۹۰	هرمزگان
		٪۴/۲۹	۴/۸۲	۱۳۹۷	
		٪۳/۱۵	۳/۲۱	۱۳۹۸	
		٪۲/۵۴	۱/۷۹	۱۴۰۳	
-٪۱۳/۵۷	-٪۱۳/۵۷	٪۲/۰۳	۱/۱۰	۱۳۹۰	همدان
		٪۲/۶۷	۲/۷۲	۱۳۹۸	
		٪۲/۶۷	۲/۷۲	۱۳۹۸	
		٪۳/۳۴	۲/۳۵	۱۴۰۳	
-٪۴/۷۳	-٪۲۰/۵۰	٪۱/۲۳	۵/۶۷	۱۳۹۰	یزد
		٪۱/۸۰	۲/۰۲	۱۳۹۷	
		٪۱/۶۶	۱/۶۹	۱۳۹۸	
		٪۲/۲۹	۱/۶۱	۱۴۰۳	

مأخذ: همان.



جدول ۲ پیوست. ۱۰ استان برتر مقاصد مسافران داخلی بهار از سال ۱۳۹۰ الی ۱۴۰۳

رتبه	۱۳۹۰	۱۳۹۱	۱۳۹۲	۱۳۹۳	۱۳۹۵	۱۳۹۶	۱۳۹۷	۱۳۹۸	۱۴۰۳
۱	خراسان رضوی	گیلان	گیلان	گیلان	گیلان	گیلان	مازندران	مازندران	خراسان رضوی
۲	مازندران	مازندران	خراسان رضوی	فارس	تهران	مازندران	خراسان رضوی	خراسان رضوی	مازندران
۳	گیلان	خراسان رضوی	مازندران	خراسان رضوی	فارس	خراسان رضوی	گیلان	تهران	گیلان
۴	اصفهان	تهران	اصفهان	مازندران	مازندران	تهران	فارس	گیلان	تهران
۵	فارس	اصفهان	فارس	تهران	خراسان رضوی	فارس	تهران	فارس	فارس
۶	تهران	فارس	تهران	اصفهان	اصفهان	اصفهان	کرمانشاه	کرمانشاه	زنجان
۷	قم	خوزستان	کرمان	قزوین	قزوین	کرمانشاه	اصفهان	اصفهان	کرمانشاه
۸	خوزستان	قزوین	خوزستان	کرمان	خوزستان	خوزستان	خوزستان	کرمان	آذربایجان شرقی
۹	کردستان	مرکزی	مرکزی	خوزستان	کرمانشاه	کرمان	آذربایجان شرقی	قزوین	خوزستان
۱۰	اردبیل	هرمزگان	قزوین	سیستان و بلوچستان	آذربایجان شرقی	گلستان	هرمزگان	گلستان	اصفهان

مأخذ: همان.

منابع و مأخذ

- [۱] مرکز ملی آمار ایران، آرشیو اخبار مرکز آمار ایران (۱۴۰۳)، ۵۲،۴ درصد خانوارهای کشور در فصل بهار ۱۴۰۳ حداقل یک سفر داشته‌اند.
- [۲] مرکز آمار ایران (۱۴۰۴)، سری زمانی تعداد خانوارها به تفکیک وضعیت سفر.
- [۳] مرکز آمار ایران (۱۴۰۴)، سری زمانی تعداد سفرهای بومی به تفکیک نوع سفر.
- [۴] مرکز آمار ایران (۱۴۰۴)، سری زمانی تعداد سفرهای انجام شده با اقامت شبانه به تفکیک استان مقصد.
- [۵] مرکز آمار ایران (۱۴۰۴)، سری زمانی تعداد سفرهای انجام شده بدون اقامت شبانه به تفکیک استان مقصد.
- [۶] مرکز آمار ایران (۱۴۰۴)، سری زمانی تعداد کل سفرهای انجام شده به تفکیک استان مقصد.
- [۷] مرکز آمار ایران (۱۴۰۴)، سری زمانی تعداد سفرهای بومی با اقامت شبانه به تفکیک اهداف اصلی گردشگری.
- [۸] مرکز آمار ایران (۱۴۰۴)، سری زمانی تعداد سفرهای بومی بدون اقامت شبانه به تفکیک اهداف اصلی گردشگری.
- [۹] مرکز آمار ایران (۱۴۰۴)، سری زمانی تعداد نفر شب اقامت سفرهای با اقامت شبانه بومی به تفکیک نوع اقامتگاه.
- [۱۰] مرکز آمار ایران (۱۴۰۴)، سری زمانی تعداد کل سفرهای بومی به تفکیک نوع وسیله نقلیه اصلی مورد استفاده برای رفت.
- [۱۱] سالنامه آماری ۱۴۰۲ حمل و نقل هوایی کشور، سازمان هواپیمایی کشوری.
- [۱۲] سالنامه آماری حمل و نقل ریلی کشور در سال ۱۴۰۲، راه آهن جمهوری اسلامی ایران، دفتر هوشمندسازی و داده کاوی.
- [۱۳] سالنامه آماری ۱۴۰۲ سازمان راهداری و حمل و نقل جاده‌ای کشور.

[14] Eurostat, European union, 2025.

- [۱۵] خانوارها برای سفر چقدر هزینه می‌کنند؟ روزنامه دنیای اقتصاد، ۱۴۰۳/۱۰/۲۹، شماره خبر، ۴۱۴۵۱۳۱.
- [۱۶] داوود آبیان، معاون گردشگری استان زنجان، خبرگزاری ایسنا، ۱۷ خرداد ۱۴۰۴، کد خبر ۱۴۰۴۰۳۱۷۱۰۲۳۹.
- [۱۷] رضا علیزاده، مدیر کل میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی استان گیلان، خبرگزاری ایسنا، ۱۹ اسفند ۱۳۹۵، کد خبر، ۹۵۱۲۰۹۰۵۶۸۲.
- [۱۸] داریوش فرمانی، مدیر کل میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی کرمانشاه، خبرگزاری ایسنا، ۱ مهر ۱۴۰۳، کد خبر، ۱۴۰۳۰۷۰۱۰۰۵۳۱.
- [۱۹] جمال عامری نسب، معاون گردشگری اداره کل میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی خوزستان، خبرگزاری تسنیم، ۶ فروردین ۱۴۰۲، کد خبر، ۹۵۱۲۰۹۰۵۶۸۲.
- [۲۰] سیدامیر ناصر طباطبایی، رئیس جامعه هتل داران یزد، خبرگزاری ایسنا، ۴ فروردین ۱۴۰۳، کد خبر، ۱۴۰۳۰۱۰۴۰۱۴۲۹.
- [۲۱] سیدامیر ناصر طباطبایی، رئیس جامعه هتل داران یزد، خبرگزاری تسنیم، ۱۸ تیر ۱۴۰۴، کد خبر، ۳۳۵۱۵۴۸.
- [۲۲] مهدی رجایی فر، نایب رئیس انجمن دفاتر خدمات مسافر استان یزد، خبرگزاری قدس، ۱ دی ۱۴۰۳، کد خبر، ۱۰۳۶۱۲۴.
- [۲۳] تبعات چالش اتوبوسی در بازار گردشگری، روزنامه دنیای اقتصاد، ۳۰ فروردین ۱۴۰۳، کد خبر، ۴۰۶۱۹۴۱.
- [۲۴] احمد حمزه زاده، مدیر کل میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی آذربایجان شرقی، خبرگزاری ایرنا، ۲۹ مهر ۱۴۰۳، کد خبر، ۸۵۶۳۳۱۰۴.
- [۲۵] احمد حمزه زاده، مدیر کل میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی آذربایجان شرقی، خبرگزاری ایرنا، ۱۷ فروردین ۱۴۰۴، کد خبر، ۸۵۷۹۵۲۴۱.
- [۲۶] تصویر آماری از دهه ۹۰، روزنامه دنیای اقتصاد تاریخ چاپ: ۱۴۰۰/۱۱/۱۱، شماره خبر، ۳۸۳۸۶۷۰.
- [۲۷] چالش‌های گردشگری اصفهان در هنگامه خشکی زاینده رود، خبرگزاری ایرنا، ۱۲ اسفند ۱۴۰۳، کد خبر، ۸۵۷۶۳۹۷۳.
- [۲۸] سیدمصطفی آیت‌اللهی موسوی، معاون امور عمرانی استانداری کرمان، خبرگزاری ایسنا، ۱۴ بهمن ۱۳۹۸، کد خبر، ۹۸۱۱۱۴۰۹۸۹۱.
- [۲۹] موانع گردشگری اصفهان، روزنامه دنیای اقتصاد، ۱۱ بهمن ۱۴۰۱، کد خبر، ۳۹۴۰۱۳۵.
- [۳۰] محمد ثابت اقلیدی، مدیر کل میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی استان فارس، خبرگزاری ایرنا، ۱۲ فروردین ۱۴۰۴، کد خبر، ۸۵۷۹۲۲۳۶.
- [۳۱] عزت‌الله ضرغامی، وزیر میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی، خبرگزاری مهر ۸ فروردین ۱۴۰۳، کد خبر، ۶۰۶۴۳۹۶.
- [۳۲] گزارش وضعیت هزینه کرد فرهنگی خانوار، گروه سیاست پژوهشی و تحلیل داده نامافر، اندیشکده حکمروایی فرهنگ و صنایع خلاق دانشگاه شریف، آذر ۱۴۰۱.
- [۳۳] راه‌حل کمبود بلیت‌های مسافرتی چیست؟ / متولی اصلی سفر در تصمیم‌گیری‌های حوزه حمل‌ونقل نقشی ندارد!، میراث آریا، ۳ بهمن ۱۴۰۲، کد خبر، ۱۴۰۲۱۱۳۰۳۰۰۱۷۴.
- [۳۴] واکاوی مسئله کمبود بلیت هواپیما و کاهش سفرهای هوایی در ایران، خبرگزاری ایرنا، ۷ شهریور ۱۴۰۳، کد خبر، ۸۵۵۸۱۸۰۷.
- [۳۵] جبارعلی ذاکری، مدیر عامل شرکت راه‌آهن، خبرگزاری ایسنا، ۲ مهر ۱۴۰۳، کد خبر، ۱۴۰۳۰۷۰۲۰۱۵۸۹.

گزیده سیاستی

پس از کاهش شدید سفرها ناشی از همه‌گیری کرونا، دسترس‌پذیری سفر برای خانوارها در سال ۱۴۰۳، تا ۸۳.۷ درصد سال ۱۳۹۷ بازیابی داشته است. قرارگیری استان‌های دور از مرکز در میان استان برتر، گرایش روزافزون به گردشگری فرهنگی را به‌عنوان روند آتی نشان می‌دهد.



مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی

تهران، خیابان پاسداران، روبروی پارک نیاوران (ضلع جنوبی، پلاک ۸۰۲)

تلفن: ۷۵۱۸۳۰۰۰۰ صندوق پستی: ۱۵۸۷۵-۵۸۵۵ پست الکترونیک: mrc@majles.ir

وبسایت: rc.majles.ir