

بررسی کاربرد حساب‌های اقماری در سیاست‌گذاری گردشگری

معاونت پژوهش‌های اجتماعی - فرهنگی
دفتر: مطالعات فرهنگی

کد موضوعی: ۲۷۰
شماره مسلسل: ۱۳۷۳۳
خردادماه ۱۳۹۳

به نام خدا

فهرست مطالب

۱.....	چکیده
۲.....	مقدمه
۳.....	۱. حساب‌های اقماری و لزوم کاربرد آن
۵.....	۲. پیشینه حساب‌های اقماری گردشگری
۷.....	۳. تبیین جداول حساب‌های اقماری گردشگری
۱۲.....	۴. سابقه حساب‌های اقماری در ایران
۱۴.....	نتیجه‌گیری
۱۵.....	منابع و مأخذ
۱۷.....	پیوست‌ها



بررسی کاربرد حساب‌های اقماری در سیاستگذاری گردشگری

چکیده

حساب‌های اقماری گردشگری نخستین بار در سال ۱۹۹۱ (کنفرانس اتاوا) به‌عنوان یکی از شیوه‌های اندازه‌گیری کمک‌های اقتصادی گردشگری مطرح شد. در اهمیت سودمندی اطلاعات حاصل از این حساب‌ها، ذکر همین نکته کافی است که در دو دهه گذشته چگونگی استقرار و استفاده از این حساب‌ها در سیاستگذاری‌های کلان و تصمیم‌گیری‌های خرد حوزه گردشگری در فهرست مهمترین کمک‌های سازمان جهانی جهانگردی به کشورها بوده است. ازسوی دیگر، بسیاری از کشورها با ایجاد قوانین و تخصیص اعتبارات مورد نیاز، استقرار نظام حساب‌های اقماری گردشگری را به صورت جدی در دستور کار خود قرار داده‌اند. به بیان ساده، برون‌داد این حساب‌ها، شاخص‌های کلی اقتصادی در زمینه گردشگری مانند مخارج گردشگری برون‌مرزی، مخارج گردشگری محلی، مخارج گردشگری برون‌مرزی، مصرف گردشگری داخلی، ارزش‌افزوده ناخالص مستقیم گردشگری، اشتغال در صنایع گردشگری و صنایع مرتبط، سرمایه‌گذاری ثابت ناخالص در صنایع گردشگری و صنایع مرتبط است. باید اشاره نمود که تصمیم‌گیری صحیح در هر صنعتی منوط به در اختیار داشتن هزینه‌ها و عواید حاصل از آن صنعت است. قانون بودجه علی‌الاصول می‌بایست نمایانگر هزینه‌کرد مستقیم دولت در زمینه گردشگری بوده و ازسوی دیگر حساب‌های اقماری گردشگری ابزار بررسی منافع حاصل از این صنعت است. استقرار حساب‌های اقماری گردشگری دارای مزیت‌های مستقیم و غیرمستقیم زیادی ازجمله فراهم نمودن امکان مقایسه صنعت گردشگری با سایر صنایع، امکان مقایسه صنعت گردشگری کشورهای مختلف، امکان تطبیق با سایر مدل‌های اقتصادی می‌باشد. علاوه بر آن، سنجش بهره‌وری صنعت گردشگری صرفاً در صورت استقرار حساب‌های اقماری گردشگری امکانپذیر است. ازاین‌رو حساب‌های اقماری گردشگری را می‌توان به‌عنوان ابزار اصلی قانونگذار جهت دستیابی به اهداف مواد (۵۴) و (۷۹) قانون برنامه پنجم توسعه به‌شمار آورد. در کشور ما اقدامات ناکافی و بعضاً پراکنده‌ای صورت گرفته که نشان از توجه و درک اولیه اهمیت حساب‌های اقماری گردشگری است، با این وجود استفاده از دانش و کمک‌های سازمان جهانی جهانگردی در این زمینه به‌ندرت مورد استفاده قرار گرفته است. تجربه سال‌های گذشته نیز نشان داد که آمارهای ارائه شده توسط مراجعی همچون

سازمان توسعه تجارت، مرکز آمار ایران، سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری و فعالان بخش خصوصی نظیر جامعه تورگردانان و جامعه هتلداران بعضاً متفاوت و گاهاً متناقض است. از این رو، ایجاد حساب‌های اقماری گردشگری در کشور نه تنها مزایای ذکر شده فوق را به همراه دارد، بلکه صنعت گردشگری کشور را نیز از این سردرگمی اطلاعاتی و نبود مبنای مناسب تصمیم‌گیری صحیح در این حوزه نجات خواهد داد. باید اذعان نمود تا مادامی که پتانسیل‌های اقتصادی صنعت گردشگری از طریق حساب‌های اقماری گردشگری به شاخص‌های کمی تبدیل نگردد، نمی‌توان تصویر واضحی از پتانسیل‌های گردشگری در تحقق اقتصاد مقاومتی ارائه داد. با توجه به اینکه این حساب‌ها به نوعی ابزار تقنینی و نظارتی مجلس شورای اسلامی در حوزه گردشگری به‌شمار می‌آیند، در این راستا مکلف نمودن قانونی دستگاه‌های ذیربط به منظور استقرار حساب‌های اقماری گردشگری و نظارت دقیق بر آن ضروری به نظر می‌رسد.

مقدمه

گزارش حاضر سعی دارد تا حساب‌های اقماری گردشگری را به‌عنوان ابزاری مناسب برای تصمیم‌گیری صحیح در حوزه گردشگری معرفی نماید. از این رو در ابتدا بر اهمیت ایجاد حساب‌های اقماری گردشگری تأکید شده است. در این بخش با ذکر مزیت‌های کاربرد این حساب‌ها بر لزوم ایجاد چنین چارچوبی در کشور تأکید شده است؛ مزیت‌هایی نظیر ایجاد مبنایی برای سیاستگذاری، تخمین دقیق آثار، امکان تطبیق با سایر مدل‌ها. بخش بعد به تبیین پیشنهاد حساب‌های اقماری گردشگری در سطح جهانی خواهد پرداخت. ظهور این چارچوب آماری از سال ۱۹۹۱ و تداوم به‌کارگیری آن در کشورهای مختلف و طرح حساب‌های اقماری گردشگری در مجامع بین‌المللی از پذیرش جهانی آن خبر دارد. به‌عبارت دیگر گسترش به‌کارگیری این ابزار، نشانه کارآمدی آن است.

همان‌گونه که اشاره شد، حساب‌های اقماری گردشگری شامل ۱۰ جدول است که از آنها می‌توان شاخص‌های کلان اقتصاد گردشگری را به دست آورد. در ادامه گزارش به تبیین این جداول و شاخص‌ها و روابط مابین آنها خواهیم پرداخت. در انتها، گزارش، به اقداماتی که در برخی مقاطع در این رابطه صورت گرفته نیز اشاره می‌شود.

اجزای تشکیل‌دهنده هر یک از جداول ده‌گانه حساب‌های اقماری گردشگری، در بخش پیوست‌ها آورده شده است. از این منظر پیوست‌های این گزارش فهم دقیقی نسبت به شاخص‌های مورد نیاز برای استقرار حساب‌های اقماری گردشگری فراهم می‌آورد. روش بررسی کاربرد حساب‌های اقماری در سیاستگذاری گردشگری در مطالعه حاضر «اسنادی و کتابخانه‌ای» است.



۱. حساب‌های اقماری و لزوم کاربرد آن

حساب‌های اقماری گردشگری، یکی از شیوه‌های مطرح در اندازه‌گیری کمک‌های اقتصادی گردشگری محسوب می‌شود. این روش بر مبنای نظام حساب‌های ملی طراحی شده و امکان سنجش آثار را در هر دو بُعد عرضه و تقاضای گردشگری فراهم می‌کند. به عبارت دیگر هدف از تهیه این حساب‌ها، برآورد ارزش افزوده فعالیت‌های مرتبط با گردشگری از طریق محاسبه داده‌ها و ستاده‌های این فعالیت‌ها است. یک حساب اقماری کامل گردشگری باید موارد ذیل را در برگیرد:

۱. مقادیر کلان اقتصادی نظیر ارزش افزوده ناخالص مستقیم و تولید ناخالص داخلی مستقیم گردشگری که بیانگر اندازه و میزان کمک مستقیم گردشگری به اقتصاد کشور هستند.

۲. اطلاعات تفصیلی در ارتباط با مصرف بازدیدکنندگان (پیوست ۴) و چگونگی تأمین این مصارف از طریق عرضه داخلی و واردات (پیوست ۶).

۳. ارائه اطلاعات در زمینه‌های اشتغال گردشگری (پیوست ۹)، تأمین سرمایه ثابت (پیوست ۱۰) و سهم تولید داخلی در تأمین نیاز گردشگری کشور.

۴. ارائه اطلاعات غیرپولی مؤثر بر فعالیت‌های اقتصادی گردشگری نظیر تعداد بازدیدها، طول اقامت، هدف از سفر و نوع وسیله نقلیه.

از سوی دیگر حساب‌های اقماری گردشگری با یکسان‌سازی مفاهیم و طبقه‌بندی‌های مرتبط با گردشگری در سطح بین‌المللی - که از سوی سازمان جهانی گردشگری (WTO) پیشنهاد شده است - امکان مقایسه شاخص‌های اقتصادی گردشگری را در بین‌المللی کشورهای گوناگون فراهم می‌آورد. علاوه بر آن استفاده از این شیوه مزایای دیگری نیز به همراه دارد:

- ایجاد مبنایی مناسب جهت سیاست‌گذاری و تصمیم‌گیری گردشگری: اتخاذ تصمیمات صحیح و سیاست‌گذاری مناسب در هر صنعتی منوط به دسترسی به اطلاعات کافی از وضعیت موجود است. این مهم جز با وجود چارچوبی کارآمد و از پیش تعیین شده به دست نخواهد آمد. حساب‌های اقماری گردشگری با تبیین مفاهیم و طبقه‌بندی‌های جهانی گردشگری، چارچوبی واحد برای اندازه‌گیری وضعیت موجود گردشگری ارائه می‌دهد. علاوه بر آن این حساب‌ها به دلیل پیروی از شیوه‌ای ثابت در احتساب هریک از این مفاهیم از قابلیت اعتماد بالایی برخوردار است. از این رو استفاده از حساب‌های اقماری گردشگری به مفهوم دسترسی سیاست‌گذاران به اطلاعات صحیح از وضعیت موجود و در نتیجه اتخاذ تصمیمات مناسب و به‌جاست.
- تخمین دقیق آثار: یکی از مهم‌ترین مسائل در بررسی پیامدهای هر صنعتی، سنجش دقیق آثار

آن است. حساب‌های اقماری گردشگری ابزاری است که ما را از دو اشتباه اساسی دور می‌دارد:

۱. **برآورد کمتر از واقعیت:** این مشکل زمانی رخ می‌دهد که ما تنها آثار مستقیم گردشگری را مدنظر قرار داده و از پیامدهای غیرمستقیم آن غافل شویم. به عبارت دیگر در نظریه‌های بنگاه‌هایی که به طور مستقیم در گردشگری درگیر هستند (نظیر هتل‌ها و خطوط هوایی) و نادیده گرفتن بنگاه‌هایی که به صورت غیرمستقیم در گردشگری دستی دارند، منجر به برآورد آثار، کمتر از حد واقع خواهد شد.

۲. **برآورد مازاد آثار:** این مورد عکس حالت قبل است و زمانی رخ می‌دهد که آثار نامرتب نیز در احتساب پیامدهای گردشگری لحاظ شوند. به عنوان مثال تصور کنید رستورانی به طور همزمان میزبان مسافران و مردم محلی است. مسلماً احتساب کل درآمد این بنگاه به عنوان درآمد گردشگری ما را دچار خطای «برآورد مازاد آثار» خواهد کرد (هارا، ۲۰۰۸: ۱۵۰).

اما اگر ابزاری با شاخص‌ها و تعاریف دقیق از آثار گردشگری (حساب‌های اقماری گردشگری) وجود داشته باشد، چنین مشکلی اتفاق نخواهد افتاد.

• **فراهم‌سازی امکان مقایسه در سطح جهانی:** حساب‌های اقماری گردشگری ابزاری پذیرفته شده از سوی جامعه جهانی گردشگری است. لذا بسیاری از کشورهای فعال در این حوزه، سالیانه اطلاعات خود را براساس این چارچوب عرضه می‌کنند. از این رو برای مقایسه خود با سایر کشورها و بررسی جایگاه رقابتی بین‌المللی گردشگری کشور، چنین ابزاری مؤثر خواهد بود.

• **کاهش هزینه و زمان و جلوگیری از موازی‌کاری سازمان‌ها:** حساب‌های اقماری گردشگری با ارائه مسیری مشخص در گردآوری و تجزیه و تحلیل اطلاعات گردشگری از اتلاف هزینه و زمان جلوگیری می‌کنند. آمارهایی که در سال‌های اخیر توسط سازمان‌هایی نظیر سازمان توسعه تجارت، مرکز آمار ایران، سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری و دست‌اندرکاران بخش خصوصی نظیر جامعه تورگردانان و جامعه هتلداران اعلام شده است، متفاوت و گاه متناقض بوده‌اند. این سازمان‌ها به گردآوری اطلاعات براساس نیاز خود و به شیوه‌هایی متفاوت می‌پردازند، از این رو وقت و انرژی زیادی در راستای گردآوری اطلاعات ناکارآمد به دلیل موازی‌کاری و نبود مبنایی مناسب از میان می‌رود. حال آنکه به‌کارگیری حساب‌های اقماری نه تنها از موازی‌کاری جلوگیری می‌کند، بلکه معیار و مبنایی واحد را عرضه می‌دارد که تمامی سازمان‌ها قابلیت ادراک و به‌کارگیری آن را در سطوح مختلف دارا هستند.

• **امکان تطبیق با سایر مدل‌های اقتصادی:** یکی از مزیت‌های حساب‌های اقماری گردشگری توانایی انطباق آن با مدل‌های مختلف اقتصادی است. البته این مدل‌ها باید مفاهیم و تعاریفی که حساب‌های اقماری گردشگری بر آن بنا شده‌اند را مدنظر داشته باشند؛ برخی از این مدل‌ها در ذیل آمده است:



- تجزیه و تحلیل اقتصادسنجی،^۱

- مدل‌های موازنه عمومی،^۲

- تجزیه و تحلیل اثرات داده - ستاده،^۳

- سیستم محاسبه نیروی کار (کمیت فنی حساب‌های اقماری گردشگری، بهمن ۱۳۸۱).

• **دسترسی به اطلاعات دست اول و اجرایی:** مزیت دیگر روش حساب‌های اقماری گردشگری، دسترسی به اطلاعات واقعی و دست اول و نه اطلاعات برخاسته از مدلسازی‌هاست. این امر امکان تصمیم‌گیری براساس واقعیات موجود را فراهم می‌آورد. به عبارت دیگر اطلاعات نه براساس پیش‌بینی‌های ذهنی، بلکه براساس بررسی فرآیندهای اجرایی به دست آمده و از این رو ما را از خطر تخمین‌های اشتباه دور می‌دارد.

• **امکان اندازه‌گیری میزان بهره‌وری گردشگری در کشور و ایجاد مبنایی برای مقایسه آن با وضعیت سایر صنایع موجود ملی:** حساب‌های اقماری گردشگری با سنجش شاخص‌های اصلی این صنعت، امکان بررسی میزان بهره‌وری آن را فراهم می‌آورد. هدفی که توسط قانون برنامه پنجم توسعه نیز مورد تأکید قرار گرفته است. طبق ماده (۷۹) قانون برنامه پنجم توسعه، تمامی صنایع از جمله گردشگری موظف به سنجش میزان بهره‌وری خود و شناسایی متغیرها و سیاست‌های اثرگذار بر رشد بهره‌وری هستند. بنابراین ماده، کلیه دستگاه‌های اجرایی از سال دوم برنامه باید گزارش میزان بهره‌وری خود را ارائه دهند. این در حالی است که کشور به دلیل عدم اجرایی‌سازی حساب‌های اقماری گردشگری هنوز توانایی تهیه چنین گزارش‌هایی را ندارد.

• **بررسی وضعیت صنعت گردشگری در دو بُعد عرضه و تقاضا و فراهم‌سازی امکان مقایسه شاخص‌های اقتصاد گردشگری نظیر میزان اشتغال و سرمایه‌گذاری.**

۲. پیشینه حساب‌های اقماری گردشگری

حساب‌های اقماری گردشگری نخستین بار توسط کشور کانادا در طی سال‌های ۱۹۸۴-۱۹۸۶ مطرح شد، در نهایت کانادا در همایش بین‌المللی آمارهای سفر و گردشگری در سال ۱۹۹۱ در اتاوا پیشنهاد خود را مبنی بر شکل‌گیری حساب‌های اقماری گردشگری به جامعه جهانی عرضه کرد. جدول ذیل مروری است بر روند حساب‌های اقماری در طی سال‌های گذشته:

1. Ecometric Analysis
2. General Equilibrium Analysis
3. Input-output Analysis

جدول ۱. پیشینه حساب‌های اقماری گردشگری

سال	رخداد	دوره زمانی
۱۹۸۶-۱۹۸۴	بررسی امکان‌سنجی حساب‌های اقماری گردشگری در کشور کانادا	همایش بین‌المللی آمار گردشگری و سفر در سال ۱۹۹۱ در اتاوا
۱۹۸۷	ارائه چارچوب پیشنهادی حساب‌های اقماری گردشگری توسط کانادا	
۱۹۹۱	پیشنهاد حساب‌های اقماری گردشگری توسط کانادا به همایش بین‌المللی آمارهای سفر و گردشگری در اتاوا	
۱۹۹۴	ارائه پیشنهاداتی توسط سازمان ملل متحد و سازمان جهانی گردشگری در بیست‌وهفتمین نشست کمیسیون آماری سازمان جهانی گردشگری	از همایش اتاوا تا پذیرش حساب‌های اقماری و ارائه چارچوب پیشنهادی در سال ۲۰۰۰
۱۹۹۱	گردآوری و تجزیه و تحلیل حساب‌های اقتصادی توسط کشورهای عضو OECD برای نخستین بار	
۱۹۹۷	طرح پیشنهادات اولیه مبنی بر تهیه حساب‌های اقماری گردشگری توسط کمیته گردشگری OECD برای کشورهای عضو	
۱۹۹۴	ارائه نتایج اولیه حساب‌های اقماری گردشگری توسط کشور کانادا و شروع به کارگیری آن توسط کشورهای نظیر فرانسه، نیوزیلند، مکزیک، لهستان، نروژ، سنگاپور، سوئد و ایالات متحده آمریکا	
ژوئن ۱۹۹۹	برگزاری کنفرانس بین‌المللی انزو پاسی ^(۱) در ارتباط با سنجش اثرات اقتصادی گردشگری در نایس ^(۲) (یکی از شهرهای فرانسه) که در آن از طرح حساب‌های اقماری گردشگری رونمایی شد و اصول آن به‌منظور ارائه به کمیته آمار سازمان ملل مورد پذیرش قرار گرفت.	
سپتامبر ۱۹۹۹	تشکیل کمیته مشترک از سوی OECD و سازمان جهانی گردشگری به‌منظور طراحی متدولوژیکی حساب‌های اقماری در تطابق با تصویبات کنفرانس انزو پاسی	
۲۰۰۰	ارائه سند «حساب‌های اقماری: چارچوب روش‌شناسی پیشنهادی ۲۰۰۰» توسط سازمان جهانی گردشگری بعد از توافق کمیته آمار سازمان ملل	
۲۰۰۱-۲۰۰۷	رشد کشورهای دارای حساب‌های اقماری گردشگری از ۴۴ به ۷۰ کشور	
۲۰۰۱	برگزاری کنفرانسی در ونکور، کلمبیا و کانادا توسط سازمان جهانی گردشگری به‌منظور افزایش اطلاعات کشور میزبان	
۲۰۰۵	برگزاری کنفرانسی در آرژانتین، برزیل و پاراگوئه توسط سازمان جهانی گردشگری به‌منظور افزایش اطلاعات کشور میزبان	
۲۰۰۱-۲۰۰۷	بازنگری استانداردهای آماری بین‌المللی گردشگری	از ارائه چارچوب حساب‌های اقماری در سال ۲۰۰۰ تا اصلاح آن در سال ۲۰۰۸
۲۰۰۶-۲۰۰۷	برگزاری نشست‌های الکترونیکی در قالب کمیته گردشگری سازمان جهانی گردشگری، کارگاه بین‌المللی آمار گردشگری و گروه تخصصی آمار گردشگری سازمان ملل	
۲۰۰۸	بازنگری سند «حساب‌های اقماری: چارچوب روش‌شناسی پیشنهادی ۲۰۰۰» و ارائه سند جدید تحت عنوان «حساب‌های اقماری: چارچوب روش‌شناختی پیشنهادی ۲۰۰۸»	

مأخذ: برگرفته از چارچوب پیشنهادی حساب‌های اقماری گردشگری سال ۲۰۰۸، سازمان جهانی گردشگری.

(1) The Enzo Paci World Conference

(2) Nice



۳. تبیین جداول حساب‌های اقماری گردشگری^۱

حساب‌های اقماری گردشگری شامل ۱۰ جدول است. هر یک از این جداول بعد خاصی از گردشگری را مدنظر قرار داده و نهایتاً شاخص مربوط به آن را ارائه می‌دهد. شاخص‌ها و جداول حساب‌های اقماری گردشگری را می‌توان در دو دسته اولیه و ثانویه جای داد.

جدول ۲. خلاصه محتوای جداول و شاخص‌های استخراجی حساب‌های اقماری گردشگری

شخص‌های کلان استخراجی	محتوای جدول	شماره جدول	نوع جدول و شاخص
	مخارج گردشگری درون‌مرزی برحسب محصول و نوع بازدیدکنندگان ^(۱)	۱	اولیه
	مخارج گردشگری محلی برحسب محصول، نوع بازدیدکنندگان و نوع سفر ^(۲)	۲	اولیه
	مخارج گردشگری برون‌مرزی برحسب محصول و نوع بازدیدکنندگان ^(۳)	۳	ثانویه
مخارج گردشگری داخلی؛ ^(۵) مصرف گردشگری داخلی ^(۶)	مصرف گردشگری داخلی برحسب محصول ^(۴)	۴	اولیه
ارزش‌افزوده ناخالص صنایع گردشگری ^(۸)	حساب‌های تولید صنایع گردشگری و دیگر صنایع (برحسب قیمت پایه) ^(۷)	۵	اولیه
ارزش‌افزوده ناخالص مستقیم گردشگری؛ ^(۱۰) تولید ناخالص داخلی مستقیم گردشگری ^(۱۱)	کل عرضه داخلی و مصرف داخلی (برحسب قیمت خریداران) ^(۹)	۶	اولیه
اشتغال مستقیم گردشگری ^(۱۳)	اشتغال در صنایع گردشگری ^(۱۲)	۷	ثانویه
سرمایه ثابت ناخالص گردشگری ^(۱۵)	سرمایه ثابت ناخالص صنایع گردشگری و دیگر صنایع ^(۱۴)	۸	ثانویه
مصرف تجمعی گردشگری ^(۱۷)	مصرف تجمعی گردشگری برحسب محصول و قلمرو (ملی، منطقه‌ای و محلی) ^(۱۶)	۹	ثانویه
	شاخص‌های غیرپولی ^(۱۸)	۱۰	ثانویه

مأخذ: برگرفته از چارچوب روش‌شناختی پیشنهادی حساب‌های اقماری گردشگری، سازمان جهانی گردشگری، ۲۰۰۸.

- (1) Inbound tourism expenditure by products and classes of visitors
- (2) Domestic tourism expenditure by products, classes of visitors and types of trips
- (3) Outbound tourism expenditure by products and classes of visitors
- (4) Internal tourism consumption by products
- (5) Internal tourism expenditure
- (6) Internal tourism consumption
- (7) Production accounts of tourism industries and other industries (at basic prices)
- (8) Gross value added of tourism industries
- (9) Total domestic supply and internal tourism consumption (at purchasers' prices)
- (10) Tourism direct gross value added
- (11) Tourism direct gross domestic product
- (12) Employment in the tourism industries
- (13) Direct Employment
- (14) Tourism gross fixed capital formation of tourism industries and other industries
- (15) Tourism gross fixed capital formation
- (16) Tourism collective consumption by products and levels of government
- (17) Tourism collective consumption
- (18) Non-monetary indicators

۱. در پیوست یازده اقسام گردشگری مورد اشاره در این متن براساس گزارش حساب‌های اقماری گردشگری منتشره توسط سازمان جهانی جهانگردی آورده شده است.

- جداول و شاخص‌های اولیه

جداول اولیه، ۶ جدولی است که تحقق مفهوم حساب‌های اقماری به کمک آنها صورت می‌پذیرد؛ به عبارت دیگر برای داشتن حساب‌های اقماری در کشور این جداول حداقل‌ها را تشکیل می‌دهند. از این جداول، ۵ مفهوم اساسی در اقتصاد گردشگری به دست می‌آید:

- مخارج گردشگری داخلی،

- مصرف گردشگری داخلی،

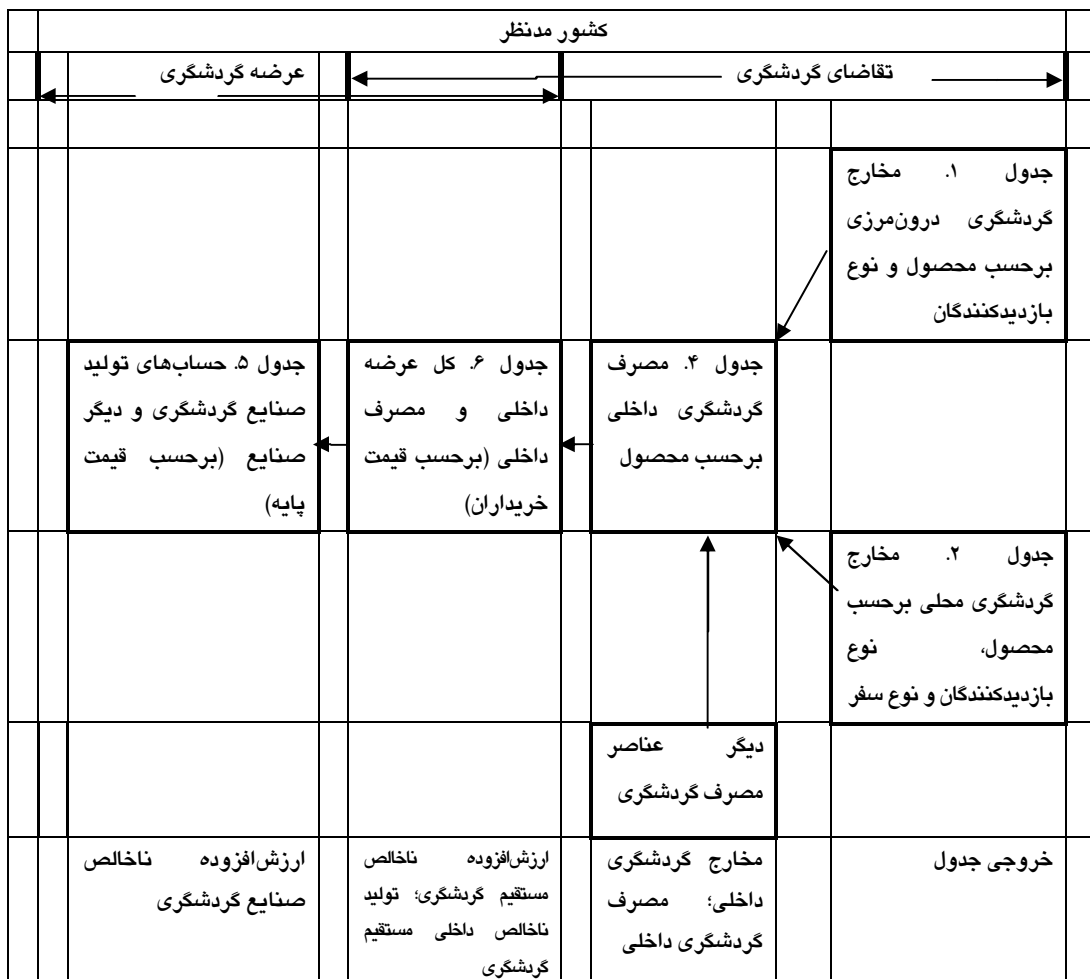
- ارزش‌افزوده ناخالص مستقیم گردشگری،

- تولید ناخالص داخلی مستقیم گردشگری،

- ارزش‌افزوده ناخالص صنایع گردشگری،

نمودار ذیل رابطه میان این جداول و شاخص‌های اولیه را نشان می‌دهد:

نمودار ۱. جداول و شاخص‌های اولیه حساب‌های اقماری



مأخذ: برگرفته از مقاله حساب‌های اقماری گردشگری، فرچتلینگ، ۲۰۰۹.



منظور از «مخارج گردشگری داخلی» هزینه‌ای است که مسافران در طی سفر خود به منظور دستیابی به کالاها و خدمات در کشور مدنظر صرف می‌کنند. این مخارج نه تنها مخارج صرف شده توسط مسافران ورودی به کشور (جدول ۱)^۱ را در برمی‌گیرد، بلکه هزینه‌های مسافران محلی (جدول ۲) را نیز شامل می‌شود.

«مصرف گردشگری داخلی» مفهومی است گسترده‌تر از «مخارج گردشگری داخلی»، به عبارت دیگر در صورتی که مخارج گردشگری داخلی را به همراه «دیگر عناصر مصرف گردشگری» در نظر بگیریم، مصرف گردشگری داخلی به دست خواهد آمد.

«دیگر عناصر مصرف گردشگری» موارد ذیل را شامل می‌شود:

- مخارج ناشی از اقامت در محلی که به نوعی به خود فرد تعلق دارد مانند اقامت در خانه‌های دوم،^۲
- هزینه‌کرد دولت و برخی از سازمان‌های غیرانتفاعی مرتبط با افراد خانه‌دار برای ارائه خدمات آموزشی و تفریحی نظیر تقبل‌بخشی از هزینه‌های موزه، هنرهای نمایشی، آموزش‌های کوتاه‌مدت و خدمات پزشکی کوتاه‌مدت،
- دیگر موارد مصرفی که پیش از این در نظر گرفته نشده‌اند مثل خدماتی که ممکن است بازدیدکنندگان دریافت ولی به ازای آن بهایی را پرداخت نکنند.

جدول ۴ که ترکیبی از جداول ۱ و ۲ است نشان‌دهنده دو مفهوم مطرح شده یعنی «مخارج گردشگری داخلی» و «مصرف گردشگری داخلی» است.

ارزش‌افزوده ناخالص صنایع گردشگری شامل مجموع ارزش‌افزوده ناخالص مؤسسات مختلف فعال در زمینه گردشگری است. این شاخص بیانگر کمک مستقیم گردشگری به اقتصاد کشور و تا حدودی بیانگر ابعاد این صنعت است. از طریق جدول ۵، شاخص ارزش‌افزوده ناخالص صنایع گردشگری به دست می‌آید. در این جدول، ستون‌ها نشان‌دهنده صنایع گردشگری و صنایع دیگر و سطرها بیانگر محصولات تولید شده در هر یک از این صنایع است.

ارزش‌افزوده ناخالص مستقیم گردشگری بیانگر آن دسته از ارزش‌افزوده صنایع گردشگری است که در پاسخ به مصرف داخلی گردشگری بوده‌اند. به عنوان مثال یک رستوران ممکن است که هم به مسافران و هم به مردم محلی خدمت‌رسانی کند، در ارزش‌افزوده ناخالص صنایع گردشگری، رستوران به عنوان یک بنگاه گردشگری در نظر گرفته شده و کل ارزش‌افزوده آن مدنظر قرار می‌گیرد ولی در احتساب ارزش‌افزوده ناخالص مستقیم گردشگری تنها آن بخشی از ارزش‌افزوده

۱. منظور از جداول ذکر شده در این گزارش، جداول ده‌گانه حساب‌های اقماری گردشگری است. این جداول در قسمت پیوست‌ها موجود است. هر جدول در پیوستی به همان شماره ضمیمه شده است، به عنوان مثال جدول ۱ در پیوست ۱ قرار دارد.

۲. این هزینه شامل هزینه اقامت نیز می‌باشد به عنوان مثال هزینه شارژ برای خانه‌های مشارکت زمانی از این دست است.

رستوران مدنظر است که برای برآوردن نیاز مسافران و نه مردم محلی صرف شده است. تولید ناخالص داخلی مستقیم گردشگری، بیانگر میزان کمک گردشگری به تولید ناخالص کشور است. تولید ناخالص داخلی گردشگری از حاصل جمع بخشی از ارزش افزوده ناخالص ناشی از تمامی صنایع مرتبط با مصرف گردشگری داخلی (برحسب قیمت پایه) به علاوه مقداری از مالیات خالص بر تولید و واردات (برحسب قیمت خریداران) به دست می‌آید.

جدول ۶ نمایانگر ارزش افزوده ناخالص مستقیم و تولید ناخالص داخلی مستقیم گردشگری است. این جدول عرضه را در تقابل با تقاضا در نظر می‌گیرد. به عبارت دیگر به تبیین آن بخشی از عرضه گردشگری که در پی برآورده‌سازی تقاضای گردشگری است می‌پردازد. از این رو بسیاری این جدول را قلب حساب‌های اقماری گردشگری می‌دانند.

جدول ۳. مقایسه شاخص‌های کلی اقتصاد گردشگری - بُعد عرضه

تولید ناخالص مستقیم داخلی گردشگری	ارزش افزوده ناخالص مستقیم گردشگری	ارزش افزوده ناخالص صنایع گردشگری	
هست	هست	هست	ارزش افزوده ناخالص (برحسب قیمت پایه) ناشی از عرضه به مسافران توسط صنایع گردشگری ^(۱)
نیست	نیست	هست	ارزش افزوده ناخالص (برحسب قیمت پایه) ناشی از عرضه به غیرمسافران توسط صنایع گردشگری ^(۲)
هست	هست	نیست	ارزش افزوده ناخالص (برحسب قیمت پایه) ناشی از عرضه به مسافران توسط دیگر صنایع ^(۳)
نیست	نیست	نیست	ارزش افزوده ناخالص (برحسب قیمت پایه) ناشی از عرضه به غیرمسافران توسط دیگر صنایع ^(۴)
هست	نیست	نیست	مالیات خالص بر محصولات و واردات از جمله مصرف داخلی گردشگری (برحسب قیمت خریداران) ^(۵)

(1) Gross value added (at basic prices) generated by the supply to visitors by the tourism industries

(2) Gross value added (at basic prices) generated by the supply to non-visitors by the tourism industries

(3) Gross value added (at basic prices) generated by the supply to visitors by other industries

(4) Gross value added (at basic prices) generated by the supply to non-visitors by other industries

(5) Net taxes on products and imports included in the value of internal tourism consumption (at purchasers' prices)

- جداول و شاخص‌های ثانویه

منظور از جداول ثانویه، جداولی است که غالباً در مرحله دوم حساب‌های اقماری تهیه می‌شوند. از این جداول می‌توان شاخص‌هایی را که اطلاعات مازادی را برای کشورها به همراه دارند، به دست آورد. البته بسیاری از کشورها به دلیل عدم آشنایی با روش‌های آماری و عدم دسترسی به



داده‌های آماری از این مرحله بازمانده‌اند. با این وجود امکان دسترسی به چنین اطلاعاتی می‌تواند منجر به اتخاذ تصمیمات دقیق‌تری در حوزه گردشگری شود.

نمودار ۲. جداول و شاخص‌های ثانویه حساب‌های اقماری گردشگری

کشور مدنظر							
عرضه گردشگری				تقاضای گردشگری			
جدول ۱۰. شاخص‌های غیرپولی	جدول ۹. مصرف جمعی گردشگری برحسب محصول و قلمرو (ملی، منطقه‌ای و محلی)	جدول ۸. سرمایه‌گذاری ثابت ناخالص صنایع گردشگری و دیگر صنایع	جدول ۷. اشتغال در صنایع گردشگری	جدول ۳. مخارج گردشگری برون‌مرزی بر مبنای محصول و نوع بازدیدکنندگان			
	مصرف جمعی گردشگری	سرمایه ثابت ناخالص گردشگری	اشتغال گردشگری (اشتغال مستقیم گردشگری)				خروجی جدول

مأخذ: برگرفته از چارچوب روش‌شناختی پیشنهادی حساب‌های اقماری گردشگری، سازمان جهانی گردشگری، ۲۰۰۸.

شاخص پنجم، اشتغال مستقیم گردشگری است. این شاخص برحسب جدول ۷ به دست می‌آید. این جدول با تمرکز بر اشتغال مستقیم گردشگری میانگینی از مشاغل موجود در صنعت گردشگری را برحسب جنسیت و وضعیت اشتغال ارائه می‌دهد.

سرمایه‌گذاری ثابت ناخالص گردشگری مجموعه‌ای است از سه جزء ذیل:

- دارایی‌های ثابت خاص گردشگری^۱
- سرمایه‌گذاری صنایع گردشگری در دارایی‌های ثابت غیرگردشگری^۲
- زیرساخت‌های مرتبط با گردشگری^۳

1. Tourism-Specific Fixed Asset

2. Investment by Tourism Industries in Non-Tourism-Specific Fixed Asset

3. Tourism-Related Infrastructure

این داده‌ها و در نهایت شاخص سرمایه ثابت ناخالص گردشگری از طریق جدول ۸ به دست می‌آید. مصرف تجمعی گردشگری، مجموع مخارجی است که دولت در جهت حمایت از صنعت گردشگری صرف می‌کند؛ هزینه‌هایی نظیر تبلیغات، اطلاع‌رسانی به مسافران، خدمات آموزشی. این شاخص از جدول ۹ استخراج می‌شود. متغیرهای این جدول براساس سند طبقه‌بندی محصولات مرکزی^۱ تعریف شده‌اند.^۲

جدول ۱۰ مجموعه‌ای است از اطلاعات غیرپولی نظیر: شمار سفرها برحسب نوع سفر، نوع بازدیدکنندگان و مدت اقامت آنها، شاخص‌های فیزیکی مرتبط با اقامتگاه، نوع وسیله نقلیه مورد استفاده و در نهایت شمار و اندازه مؤسسات مرتبط با صنعت گردشگری. به عبارت دیگر این جدول شامل برخی شاخص‌های کمی است که از یکسو در ارتباط با جداول پیشین بوده و از سوی دیگر به منظور تفسیر اطلاعات غیرپولی از اهمیت برخوردارند.

۴. سابقه حساب‌های اقماری در ایران

گزارش‌های حساب‌های اقماری گردشگری

پس از تدوین «طرح جامع مدیریت و توسعه گردشگری»، حساب‌های اقماری گردشگری به عنوان ابزاری کارآمد برای سنجش وضعیت گردشگری کشور و پایه‌ای برای تصمیم‌گیری در این حوزه مطرح شد. در این راستا سازمان جهانی گردشگری کمک‌های فنی خود را از طریق دفتر عمران سازمان ملل برای ایجاد حساب اقماری گردشگری به عنوان بخشی از برنامه ملی توسعه گردشگری ارائه کرد. سازمان جهانی جهانگردی، آقای جان فالکونی را از کشور اکوادور برای تدوین حساب‌های اقماری گردشگری به ایران اعزام نمود. آقای فالکونی در دو مأموریت جداگانه به مدت چهار هفته در ایران اقامت کرد که در این مدت گزارشات کارشناسان ایرانی درخصوص وضعیت موجود جمع‌آوری داده و سیستم موجود که پیش‌نیاز تدوین حساب‌های اقماری گردشگری است به ایشان ارائه شد. همچنین ایشان به منظور تدوین حساب‌های اقماری گردشگری اقدام به برگزاری کارگاه آموزشی برای تیم کارشناسان ایرانی نمودند که چهار سازمان کلیدی زیر را شامل می‌شود: سازمان ایرانگردی و جهانگردی، مرکز آمار ایران، بانک مرکزی ایران و اداره اتباع بیگانه. این فعالیت‌ها منجر به مطالعات امکان‌سنجی حساب اقماری جهانگردی جمهوری اسلامی ایران (۲۰۰۲) شد. این مطالعه شامل تاریخچه گردشگری در ایران، وضعیت موجود، برنامه‌ها و استراتژی‌های

1. Central Product Classification (CPC)

۲. این سند نشان‌دهنده هزینه‌هایی است که باید در مصرف تجمعی گردشگری لحاظ شود.



توسعه و مدیریت گردشگری، توصیفی از نظام ملی آمار (به‌ویژه درخصوص گردشگری و حساب‌های ملی) و در نهایت مطالعه برنامه کاری جهت تدوین حساب اقماری گردشگری است. در ادامه با قرار گرفتن حساب‌های اقماری در زمره اولویت‌های کاری سازمان ایرانگردی و جهانگردی، این سازمان با دعوت از دستگاه‌ها و سازمان‌های مرتبط با گردشگری به انجام مطالعات دیگری در زمینه حساب‌های اقماری مبادرت ورزید. این فعالیت‌ها به‌طور رسمی و با مدیریت و نظارت مرکز آمار ایران و با مشارکت و همکاری سازمان ایرانگردی و جهانگردی، بانک مرکزی، اداره کل امور اتباع خارجه ناجا، اداره آمار ناجا، وزارت خارجه و معاونت سیاحتی و مراکز تفریحی بنیاد مستضعفین و جانبازان انقلاب اسلامی صورت پذیرفت. در نهایت نتایج در غالب پنج گزارش (۱۳۸۱-۱۳۸۲) توسط مرکز آمار منتشر شد، خلاصه این گزارش‌ها در جدول ذیل آمده است:

جدول ۴. خلاصه گزارش‌های مطالعات حساب‌های اقماری گردشگری

عنوان گزارش	زمان نشر	محتوای گزارش
گزارش اول - مطالعات امکان‌سنجی حساب‌های اقماری گردشگری	۱۳۸۱	در این گزارش تاریخچه گردشگری در ایران، وضعیت موجود، توصیفی از نظام ملی آمار در حوزه گردشگری، امکان‌پذیری طراحی و استقرار حساب‌های اقماری گردشگری با همکاری نهادی ذینفع بررسی شده است.
گزارش دوم - طراحی چارچوب حساب‌های اقماری گردشگری	بهمن ۱۳۸۱	این گزارش براساس چارچوب روش‌شناسی پیشنهادی حساب‌های اقماری گردشگری توسط کمیته فنی طرح حساب‌های اقماری گردشگری تهیه شده است که در آن ضمن معرفی این ابزار آماری، روند تهیه آن نیز ارائه شده است.
گزارش سوم - اصول کاربردی حساب‌های اقماری گردشگری	اسفند ۱۳۸۱	این گزارش ضمن مرور پیشینه حساب‌های اقماری، به معرفی مفاهیم و تعاریف موجود در حساب‌های اقماری می‌پردازد.
گزارش چهارم - وضعیت موجود تولید آمارهای گردشگری در ایران	اسفند ۱۳۸۱	این گزارش در برگیرنده فعالیت‌های آماری گردشگری اعم از آمارهای ثبتي و طرح‌های آماری، ویژگی‌های اقلام آماری و شیوه گردآوری این اقلام توسط سازمان‌هایی است که با فعالیت‌های گردشگری در کشور در ارتباط هستند.
گزارش پنجم - آمارهای گردشگری موجود ایران	اسفند ۱۳۸۱	این گزارش آمارهای موجود دستگاه‌های اجرایی را که به صورت مستقیم یا غیرمستقیم با گردشگری در ارتباط بوده است، گردآوری و ارائه می‌دهد.
گزارش ششم - تجربیات سایر کشورها و آمارهای جهانی گردشگری	تیر ۱۳۸۲	این گزارش ضمن معرفی سازمان جهانی گردشگری، به مرور تجربیات دو کشور کانادا و نیوزیلند در زمینه حساب‌های اقماری پرداخته و از این‌رو الگویی اجرایی در این زمینه ارائه می‌کند. علاوه بر آن با مرور آمار گردشگری در ۲۵ کشور، تصویری واضح‌تر از موقعیت این صنعت جهانی ارائه می‌دهد.

مأخذ: گزارش‌های سازمان ایرانگردی و جهانگردی و مرکز آمار ایران.

تشکیل شورای عالی راهبردی حساب‌های اقماری گردشگری توسط سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری

کمیتة آمار سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری، شورای عالی راهبردی حساب‌های اقماری گردشگری متشکل از نمایندگان نهادهایی نظیر مرکز آمار ایران، نیروی انتظامی، وزارت خارجه و بانک مرکزی را در سال ۱۳۸۷ راه‌اندازی کردند. این شورا شامل چهار کارگروه بود:

- کارگروه مطالعات نظری: به منظور تکمیل و به‌هنگام‌سازی مطالعات نظری حساب‌های اقماری گردشگری،
- کارگروه آمارهای ثبتي: به منظور ساماندهی و گردآوری آمارهای ثبتي گردشگری،
- کارگروه طرح‌های آماری: به منظور طراحی، هدایت و نظارت بر اجرای طرح‌های آماری،
- کارگروه محاسبات و تلفیق حساب‌ها: به منظور انجام محاسبات و تکمیل و تلفیق جداول حساب‌های اقماری گردشگری.

با وجود تشکیل چنین شورایی در کشور، همچنان شاهد تولید آمارهای متفاوت و گاهاً متناقض از سوی سازمان‌های مختلف هستیم. هیچ چارچوب آماری مشخصی برای این داده‌ها در کشور در نظر گرفته نشده است و با وجود راه‌اندازی شورای عالی راهبردی حساب‌های اقماری گردشگری، عملاً این ابزار به کار گرفته نشده است. این درحالی است که علاوه بر نبود آمار معتبر گردشگری در داخل کشور، آمار جهانی نظیر توريسم هايالات ۲۰۱۰، ۲۰۱۲ و ۲۰۱۳^۱ نیز از ارائه آمار گردشگری ایران بازمانده‌اند. از این رو عملیاتی‌سازی چارچوب حساب‌های اقماری گردشگری نه تنها از لحاظ ملی، بلکه از لحاظ بین‌المللی و به‌منظور ایجاد مبنای مقایسه جهانی نیز حائز اهمیت است.

نتیجه‌گیری

تجربه سال‌های گذشته نشان داد که آمارهای ارائه شده توسط مراجعی همچون سازمان توسعه تجارت، مرکز آمار ایران، سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری و فعالان بخش خصوصی نظیر جامعه تورگردانان و جامعه هتلداران بعضاً متفاوت و گاهاً متناقض است. حساب‌های اقماری گردشگری به‌واسطه پشتوانه منطقی و علمی‌اش، به‌عنوان چارچوب مورد قبول میان دستگاه‌های دولتی و نیز بخش خصوصی قلمداد می‌شود. بنابراین برای رهایی از سردرگمی اطلاعاتی و فقدان مبنای مناسب تصمیم‌گیری صحیح که در این حوزه وجود دارد باید حساب‌های

1. Tourism Highlight 2010, 2012 & 2013.



اقماری گردشگری مستقر شود. همچنین لزوم توجه قوه مقننه به استقرار حساب‌های اقماری گردشگری از عوامل ذیل نشئت می‌گیرد:

- حساب‌های اقماری گردشگری ابزاری است که به‌واسطه آن می‌توان عواید گردشگری را محاسبه نمود. احتساب این عواید به‌عنوان مبنایی در تخصیص بودجه جدید به حوزه گردشگری حائز اهمیت است.
 - حساب‌های اقماری گردشگری ابزاری است در راستای تحقق مواد (۵۴) و (۷۴) قانون برنامه پنجم توسعه.
 - حساب‌های اقماری گردشگری چارچوبی قابل اعتماد و دقیق در تصمیم‌گیری و سیاستگذاری حوزه گردشگری ارائه می‌دهد.
 - حساب‌های اقماری گردشگری ابزاری است در جهت سنجش میزان توفیق و پیشرفت حوزه گردشگری و از این‌رو یک ابزار نظارتی قوی به‌شمار می‌آید.
 - حساب‌های اقماری گردشگری از اتلاف هزینه و زمان به‌دلیل موازی‌کاری سازمان‌ها در تهیه اطلاعات ناکارآمد گردشگری جلوگیری می‌کند.
 - حساب‌های اقماری گردشگری مبنایی است برای ارزیابی صنعت گردشگری در مقایسه با سایر صنایع کشور و همچنین معیاری است برای سنجش میزان توفیق صنعت گردشگری کشور در مقایسه با سایر کشورها.
- باید اذعان نمود تا مادامی که پتانسیل‌های اقتصادی صنعت گردشگری از طریق حساب‌های اقماری گردشگری به شاخص‌های کمی تبدیل نگردد، نمی‌توان تصویر واضحی از پتانسیل‌های گردشگری در تحقق اقتصاد مقاومتی ارائه داد. با توجه به اینکه این حساب‌ها به نوعی ابزار تقنینی و نظارتی مجلس شورای اسلامی در حوزه گردشگری به‌شمار می‌آیند، در این راستا مکلف نمودن قانونی دستگاه‌های ذیربط به‌منظور استقرار حساب‌های اقماری گردشگری و نظارت دقیق بر آن ضروری به نظر می‌رسد.

منابع و مآخذ

۱. قانون برنامه پنجم توسعه.
۲. گزارش شماره ۱. مطالعات امکان‌سنجی برای تدوین حساب‌های اقماری گردشگری (TSA) ایران، کمیته فنی حساب اقماری گردشگری، سپتامبر ۲۰۰۲.
۳. گزارش شماره ۲. طراحی چارچوب حساب اقماری گردشگری، کمیته فنی حساب اقماری گردشگری، بهمن ۱۳۸۱.
۴. گزارش شماره ۳. اصول کاربردی حساب اقماری گردشگری (گزارش مقدماتی)، کمیته فنی حساب اقماری گردشگری، اسفند ۱۳۸۱.

۵. گزارش شماره ۴. وضعیت موجود تولید آمارهای گردشگری در ایران، کمیته فنی حساب اقماری گردشگری، اسفند ۱۳۸۱.
۶. گزارش شماره ۵. آمارهای گردشگری موجود ایران، کمیته فنی حساب اقماری گردشگری، اسفند ۱۳۸۱.
۷. گزارش شماره ۶. تجربیات سایر کشورها و آمارهای جهانی گردشگری، کمیته فنی حساب اقماری گردشگری، تیر ۱۳۸۲.
8. A feasibility study for compiling a tourism satellite account for the UK, The Department for Culture, Media and Sport, UK, October 1998.
9. Designing the tourism satellite account methodological framework, Marion Libreros (consultant of WTO).
10. Frechtling, D.C. The Tourism Satellite Account Primer, Annals of Tourism Research, USA, 2009.
11. Hara, T, Quantitative Tourism Industry Analysis, Elsevier, UK, 2008.
12. International Recommendations for Tourism Statistics 2008, United Nations and World Tourism Organization, Madrid and New York, 2008.
13. Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework 2008, Department of Economic and Social Affairs, Statistics Division, Luxembourg, Madrid, New York, Paris, 2010.
14. Tourism Highlight 2010, world Tourism Organization.
15. Tourism Highlight 2012, world Tourism Organization.
16. Tourism Highlight 2013, world Tourism Organization.

جدول ۱. مخارج گردشگری درون‌مرزی برحسب محصول و نوع بازدیدکنندگان^۱

مخارج گردشگری درون‌مرزی			محصولات
کل بازدیدکنندگان (۱-۱)+(۲-۱)=(۳-۱)	ماجراجویان (بازدیدکنندگان یک‌روزه) (۲-۱)	گردشگران (بازدیدکنندگان با اقامت شبانه) (۱-۱) ^(۱)	
			الف) محصولات مصرفی
			الف.۱) محصولات خاص گردشگری ^(۲)
			۱. خدمات اقامتی بازدیدکنندگان
			الف) ۱. خدمات اقامتی برای بازدیدکنندگان بجز (۱.ب)
			ب) ۱. خدمات اقامتی برای صاحبان خانه‌های اقامتی تفریحی
			۲. خدمات غذا و نوشیدنی
			۳. خدمات حمل‌ونقل ریلی
			۴. خدمات حمل‌ونقل جاده‌ای
			۵. خدمات حمل‌ونقل آبی
			۶. خدمات حمل‌ونقل هوایی
			۷. خدمات حمل‌ونقل اجاره‌ای
			۸. آژانس‌های مسافرتی و دیگر

۱. جداول پیوست ترجمه چارچوب پیشنهادی سازمان جهانی گردشگری (۲۰۰۸) است.

مخارج گردشگری درون مرزی			محصولات
کل بازدیدکنندگان ($1-1$)+($2-1$)= $(3-1)$	ماجراجویان (بازدیدکنندگان یک روزه) ($2-1$)	گردشگران (بازدیدکنندگان با اقامت شبانه) $(1-1)^{(1)}$	
			خدمات رزرواسیون
			۹. خدمات فرهنگی
			۱۰. خدمات تفریحی و ورزشی
			۱۱. کالاهای گردشگری خاص هر کشور
			۱۲. خدمات گردشگری خاص هر کشور
			الف.۲) دیگر محصولات مصرفی
			ب.۱) اشیای با ارزش ^(۳)
			کل

(۱) اولین شماره از راست بیانگر شماره جدول و عدد دیگر بیانگر شماره ستون است.

(2) Tourism characteristic products

(3) Valuables



جدول ۲. مخارج گردشگری محلی برحسب محصولات، نوع بازدیدکنندگان و نوع سفر

مخارج گردشگری محلی									محصولات
کل سفر افراد محلی			سفر افراد محلی به خارج از کشور			سفرهای داخلی افراد محلی			
گردشگران (بازدیدکنندگان با اقامت شبانه) $(۷-۲)=(۱-۲)+(۴-۲)$	ماجراجویان (بازدیدکنندگان یکروزه) $(۷-۲)=(۲-۲)+(۵-۲)$	کل بازدیدکنندگان $(۹-۲)=(۳-۲)+(۶-۲)$	گردشگران (بازدیدکنندگان با اقامت شبانه) $(۴-۲)$	ماجراجویان (بازدیدکنندگان یکروزه) $(۵-۲)$	کل بازدیدکنندگان $(۳-۲)=(۱-۲)+(۲-۲)$	گردشگران (بازدیدکنندگان با اقامت شبانه) $(۱-۲)$	ماجراجویان (بازدیدکنندگان یکروزه) $(۲-۲)$	کل بازدیدکنندگان $(۲-۲)+(۱-۲)=$ $(۳-۲)$	
									الف) محصولات مصرفی
									الف.۱) محصولات خاص گردشگری
									۱. خدمات اقامتی بازدیدکنندگان
									الف.۱) خدمات اقامتی برای بازدیدکنندگان بجز (۱. ب)
									ب.۱) خدمات اقامتی برای صاحبان خانه‌های اقامتی تفریحی
									۲. خدمات غذا و نوشیدنی
									۳. خدمات حمل‌ونقل ریلی
									۴. خدمات حمل‌ونقل جاده‌ای
									۵. خدمات حمل‌ونقل آبی
									۶. خدمات حمل‌ونقل هوایی
									۷. خدمات حمل‌ونقل اجاره‌ای
									۸. آژانس‌های مسافرتی و دیگر خدمات رزرواسیون
									۹. خدمات فرهنگی



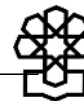
جدول ۳. مخارج گردشگری برون مرزی برحسب محصولات و نوع بازدیدکنندگان

مخارج گردشگری برون مرزی			محصولات
کل بازدیدکنندگان (۱-۳)+(۲-۳)=(۳-۳)	ماجراجویان (بازدیدکنندگان یکروزه) (۲-۳)	گردشگران (بازدیدکنندگان با اقامت شبانه (۱-۳))	
			الف) محصولات مصرفی
			الف.۱) محصولات خاص گردشگری
			۱. خدمات اقامتی بازدیدکنندگان
			الف.۱) خدمات اقامتی برای بازدیدکنندگان بجز (ب.۱)
			ب.۱) خدمات اقامتی برای صاحبان خانه‌های اقامتی تفریحی
			۲. خدمات غذا و نوشیدنی
			۳. خدمات حمل و نقل ریلی
			۴. خدمات حمل و نقل جاده‌ای
			۵. خدمات حمل و نقل آبی
			۶. خدمات حمل و نقل هوایی
			۷. خدمات حمل و نقل اجاره‌ای
			۸. آژانس‌های مسافرتی و دیگر خدمات رزرواسیون
			۹. خدمات فرهنگی
			۱۰. خدمات تفریحی و ورزشی
			۱۱. کالاهای گردشگری خاص هر کشور
			۱۲. خدمات گردشگری خاص هر کشور
			الف.۲) دیگر محصولات مصرفی
			ب.۱) اشیای با ارزش
			کل

پیوست ۴

جدول ۴. مصرف گردشگری داخلی برحسب محصول

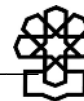
مصرف گردشگری داخلی (۱-۴)+(۲-۴)-(۳-۴)	دیگر عناصر مصرف گردشگری (۲-۴)	مخارج گردشگری داخلی			محصولات
		مخارج گردشگری درون مرزی (۳-۱)+(۹-۲)-(۱-۴)	مخارج گردشگری محلی (۹-۲)	مخارج گردشگری درون مرزی (۳-۱)	
					الف) محصولات مصرفی
					الف.۱) محصولات خاص گردشگری
					۱. خدمات اقامتی بازدیدکنندگان
					الف.۱) خدمات اقامتی برای بازدیدکنندگان بجز (۱.ب)
					ب.۱) خدمات اقامتی برای صاحبان خانه‌های اقامتی تفریحی
					۲. خدمات غذا و نوشیدنی
					۳. خدمات حمل و نقل ریلی
					۴. خدمات حمل و نقل جاده‌ای
					۵. خدمات حمل و نقل آبی
					۶. خدمات حمل و نقل هوایی
					۷. خدمات حمل و نقل اجاره‌ای
					۸. آژانس‌های مسافرتی و دیگر خدمات رزرواسیون
					۹. خدمات فرهنگی
					۱۰. خدمات تفریحی و ورزشی
					۱۱. کالاهای گردشگری خاص هر کشور
					۱۲. خدمات گردشگری خاص هر کشور
					الف.۲) دیگر محصولات مصرفی
					ب.۱) اشیای با ارزش
					کل



جدول ۵. حساب‌های تولید صنایع گردشگری و دیگر صنایع (برحسب قیمت پایه)

خروجی تولیدات داخلی (برمبنای قیمت پایه) (۱۵-۵)=(۱۴-۵)+(۱۳-۵)	صنایع گردشگری										محصولات					
	صنایع دیگر (۱۴-۵)	کل (۱۳-۵)	۱۲. صنایع گردشگری خاص کشورها (۱۲-۵)	۱۱. تجارت خریده‌فروشی کالاهاى خاص گردشگری کشورها (۱۱-۵)	۱۰. صنایع تفریحی و ورزشی (۱۰-۵)	۹. صنایع فرهنگی (۹-۵)	۸. صنایع مربوط به خدمات آژانس‌های مسافرتی و دیگر خدمات رزرواسیون (۸-۵)	۷. حمل و نقل کرایه‌ای (۷-۵)	۶. حمل و نقل هوایی (۶-۵)	۵. حمل و نقل آبی (۵-۵)		۴. حمل و نقل جاده‌ای (۴-۵)	۳. حمل و نقل ریلی (۳-۵)	۲. صنایع خدماتی غذا و نوشیدنی (۲-۵)	۱. خدمات اقامتی در ارتباط با انواع اقامتگاه‌های تعطیلاتی شخصی (۵-۱-ب)	الف. خدمات اقامتی برای بازدیدکنندگان بجز (ب.۱) (الف-۱-۵)
																الف) محصولات مصرفی
																الف.۱) محصولات خاص گردشگری
																۱. خدمات اقامتی بازدیدکنندگان
																الف.۱) خدمات اقامتی برای بازدیدکنندگان بجز (ب.۱)
																ب.۱) خدمات اقامتی برای صاحبان خانه‌های اقامتی تفریحی
																۲. خدمات غذا و نوشیدنی
																۳. خدمات حمل و نقل ریلی

خروجی تولیدات داخلی (بر مبنای قیمت پایه) (۱۵-۵) = (۱۴-۵) + (۱۳-۵)	صنایع گردشگری										محصولات					
	صنایع دیگر (۱۴-۵)	کل (۱۳-۵)	۱۲. صنایع گردشگری خاص کشورها (۱۲-۵)	۱۱. تجارت خرده‌فروشی کالاهای خاص گردشگری کشورها (۱۱-۵)	۱۰. صنایع تفریحی و ورزشی (۱۰-۵)	۹. صنایع فرهنگی (۹-۵)	۸. صنایع مربوط به خدمات آژانس‌های مسافرتی و دیگر خدمات رزرواسیون (۸-۵)	۷. حمل و نقل کرایه‌ای (۷-۵)	۶. حمل و نقل هوایی (۶-۵)	۵. حمل و نقل آبی (۵-۵)		۴. حمل و نقل جاده‌ای (۴-۵)	۳. حمل و نقل ریلی (۳-۵)	۲. صنایع خدماتی غذا و نوشیدنی (۲-۵)	ب.۱ خدمات اقامتی در ارتباط با انواع اقامتگاه‌های تعطیلاتی شخصی (ب-۱-۵)	الف.۱ خدمات اقامتی برای بازدیدکنندگان بجز (ب.۱) (الف-۱-۵)
																۴. خدمات حمل و نقل جاده‌ای
																۵. خدمات حمل و نقل آبی
																۶. خدمات حمل و نقل هوایی
																۷. خدمات حمل و نقل اجاره‌ای
																۸. آژانس‌های مسافرتی و دیگر خدمات رزرواسیون
																۹. خدمات فرهنگی
																۱۰. خدمات تفریحی و ورزشی
																۱۱. کالاهای گردشگری خاص هر کشور
																۱۲. خدمات گردشگری خاص هر کشور
																الف.۲. دیگر محصولات مصرفی
																ب) محصولات غیرمصرفی
																ب.۱) اشیای با ارزش



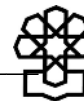
خروجی تولیدات داخلی (بر مبنای قیمت پایه) (۱۵-۵)=(۱۴-۵)+(۱۳-۵)	صنایع گردشگری											محصولات				
	صنایع دیگر (۱۴-۵)	کل (۱۳-۵)	۱.۲ صنایع گردشگری خاص کشورها (۱۲-۵)	۱.۱ تجارت خرده‌فروشی کالاهاى خاص گردشگری کشورها (۱۱-۵)	۱.۰ صنایع تفریحی و ورزشی (۱۰-۵)	۹. صنایع فرهنگی (۹-۵)	۸. صنایع مربوط به خدمات آژانس‌های مسافرتی و دیگر خدمات رزرواسیون (۸-۵)	۷. حمل و نقل کرایه‌ای (۷-۵)	۶. حمل و نقل هوایی (۶-۵)	۵. حمل و نقل آبی (۵-۵)	۴. حمل و نقل جاده‌ای (۴-۵)		۳. حمل و نقل ریلی (۳-۵)	۲. صنایع خدماتی غذا و نوشیدنی (۲-۵)	ب.۱ خدمات اقامتی در ارتباط با انواع اقامتگاه‌های تعطیلاتی شخصی (ب-۱-۵)	الف.۱ خدمات اقامتی برای بازدیدکنندگان بجز (ب.۱) (الف-۱-۵)
																ب.۲ دیگر محصولات غیر مصرفی
																I. کل خروجی (برحسب قیمت پایه)
																II. کل مصرف واسطه‌ای (برحسب قیمت پایه)
																(I-II). کل ارزش افزوده ناخالص (برحسب قیمت پایه)
																غرامت کارکنان ^(۱)
																دیگر مالیات‌های کمتر از سو بَسیت تولید ^(۲)
																درآمد ترکیبی ناخالص ^(۳)
																مازاد ناخالص عملیاتی ^(۴)

(1) Compensation of employees

(2) Other taxes less subsidies on production

(3) Gross mixed income

(4) Gross operating surplus



سهم گردشگری (%)	مصرف داخلی گردشگری	عرضه داخلی (بر مبنای قیمت خریداران)	مايه التفاوت تجارت و حمل و نقل		مالیات کمتر از سوبسید محصولاتی که به صورت ملی تولید و وارد می شود		واردات		خروجی تولیدات داخلی (بر مبنای قیمت پایه/ارزش خالص)		صنایع دیگر		صنایع گردشگری										مصولات		
													کل		۱۲. صنایع گردشگری خاص کشور		...		۱. خدمات اقامتی برای صاحبان خانه های اقامتی تعطیلاتی		۱. الف) خدمات اقامتی برای بازدیدکنندگان جز اقامتی (ب.۱)			اقامت برای بازدیدکنندگان	
													سهم	خروجی	سهم	خروجی	سهم	خروجی	سهم	خروجی	سهم	خروجی		سهم	خروجی
(۴-۶) (۳-۴) ۱۰۰×(۵-۶)	(۳-۴)	(۱۵-۵)+(۱-۶)+ (۲-۶)+(۳-۶) =(۴-۶)	سهم گردشگری	خروجی (۳-۶)	سهم گردشگری	خروجی (۲-۶)	سهم گردشگری	ارزش کل (۱-۶)	سهم گردشگری	خروجی (۱۵-۵)=(۱۴-۵)+(۱۳-۵)	سهم گردشگری	خروجی (۱۴-۵)	سهم گردشگری	خروجی (۱۳-۵)	سهم گردشگری	خروجی (۱۲-۵)	سهم گردشگری	خروجی (...۵)	سهم گردشگری	خروجی (ب-۱-۵)	سهم گردشگری	خروجی (الف-۱-۱)	سهم گردشگری	خروجی (۱-۵)	لجراهی
																									۸. آژانس های مسافرتی و دیگر خدمات رزرواسیون
																									۹. خدمات فرهنگی
																									۱۰. خدمات تفریحی و ورزشی
																									۱۱. کالاهای گردشگری خاص هر کشور
																									۱۲. خدمات گردشگری خاص هر کشور
																									الف-۲) دیگر محصولات مصرفی
																									ب) محصولات غیرمصرفی
																									پ-۱) اشیای با ارزش
																									پ-۲) دیگر محصولات غیرمصرفی

سهم گردشگری (%)	مصرف داخلی گردشگری	عرضه داخلی (بر مبنای قیمت خریداران)	مابه‌التفاوت تجارت و حمل‌ونقل		مالیات کمتر از سوبسید محصولاتی که به صورت ملی تولید و وارد می‌شود		واردات		خروجی تولیدات داخلی (بر مبنای قیمت پایه/ارزش خالص)		صنایع دیگر		صنایع گردشگری										مصولات		
													کل		۱۲. صنایع گردشگری خاص کشور		...		۱. خدمات اقامتی برای صاحبان خانه‌های اقامتی تعطیلاتی		۱. الف. خدمات اقامتی برای بازدیدکنندگان جز (ب.۱)			اقامت برای بازدیدکنندگان	
													سهم	خروجی	سهم	خروجی	سهم	خروجی	سهم	خروجی	سهم	خروجی		سهم	خروجی
(۴-۶) (۳-۴) ۱۰۰×=(۵-۶)	(۳-۴)	(۱۵-۵)+(۱-۶)+ (۲-۶)+(۳-۶) =(۴-۶)	سهم گردشگری	خروجی (۳-۶)	سهم گردشگری	خروجی (۲-۶)	سهم گردشگری	ارزش کل (۱-۶)	سهم گردشگری	خروجی (۱۳-۵)+(۱۴-۵) (۱۵-۵)	سهم گردشگری	خروجی (۱۴-۵)	سهم گردشگری	خروجی (۱۳-۵)	سهم گردشگری	خروجی (۱۲-۵)	سهم گردشگری	خروجی (...۵)	سهم گردشگری	خروجی (ب-۱-۵)	سهم گردشگری	خروجی (الف-۱-۱)	سهم گردشگری	خروجی (۱-۵)	۱. اشیای با ارزش
																									۲. دیگر محصولات غیرمصرفی
																									۱. کل خروجی (بر حسب قیمت پایه)
																									II. کل مصرف واسطه‌ای (بر حسب قیمت پایه)
																									III. کل ارزش افزوده تخلص (بر حسب قیمت پایه)
																									فرامت کارکنان
																									دیگر مالیتهای کمتر از یارانه تولید
																									برآمد ترکیبی ناخالص
																									مازاد ناخالص عملیاتی

پیوست ۸

جدول ۸. سرمایه ثابت ناخالص صنایع گردشگری و دیگر صنایع

۱۵. سرمایه ثابت ناخالص گردشگری (۱۳-۸)+(۱۴-۸)=(۱۵-۸)	۱۴. دیگر صنایع (۱۴-۸)	صنایع گردشگری														
		۱۳. کل (۱۳-۸)	۱۲. صنایع خاص گردشگری کشور (۱۲-۸)	۱۱. تجارت خرده فروشی محصولات گردشگری خاص هر کشور (۱۱-۸)	۱۰. صنایع تفریحی و ورزشی (۱۰-۸)	۹. صنایع فرهنگی (۹-۸)	۸. آژانس‌های مسافرتی و دیگر صنایع رزرواسیون (۸-۸)	۷. وسایل حمل و نقل اجاره‌ای (۷-۸)	۶. حمل و نقل هوایی (۶-۸)	۵. حمل و نقل آبی (۵-۸)	۴. حمل و نقل جاده‌ای (۴-۸)	۳. حمل و نقل ریلی (۳-۸)	۲. صنایع خدمات غذا و نوشیدنی (۲-۸)	۱. ب. خدمات اقامتی مرتبط با تمامی اقامتگاه‌های متعلق به اشخاص (۱-۸-ب)	الف (الف) خدمات اقامتی بجز بازدیدکنندگان الف (الف) ۱-۸-الف	الف (الف) ۱-۸-الف
																الف (الف) دارایی‌های ثابت خاص گردشگری
																۱. اقامت بازدیدکنندگان
																۱-۱. هتل و سایر اقامتگاه‌ها برای بازدیدکنندگان
																۲-۱. خانه‌های اقامتی تحت مالکیت تام
																۱-۳. خانه‌های اقامتی تحت مالکیت به اشکال دیگر
																۲. دیگر ساختمان‌های غیرمسکونی مخصوص گردشگری
																۱-۲. رستوران و دیگر ساختمان‌های مرتبط با غذا و آشامیدنی



۱۵. سرمایه ثابت ناخالص گردشگر (۱۳-۸)+(۱۴-۸)=(۱۵-۸)	۱۴. دیگر صنایع (۱۴-۸)	صنایع گردشگری											۱. اقامت بازدیدکنندگان (۱-۸)		
		۱۳. کل (۱۳-۸)	۱۲. صنایع خاص گردشگری کشور (۱۲-۸)	۱۱. تجارت خرده فروشی محصولات گردشگری خاص هر کشور (۱۱-۸)	۱۰. صنایع تفریحی و ورزشی (۱۰-۸)	۹. صنایع فرهنگی (۹-۸)	۸. آژانس‌های مسافرتی و دیگر صنایع رزرواسیون (۸-۸)	۷. وسایل حمل و نقل اجاره‌ای (۷-۸)	۶. حمل و نقل هوایی (۶-۸)	۵. حمل و نقل آبی (۵-۸)	۴. حمل و نقل جاده‌ای (۴-۸)	۳. حمل و نقل ریلی (۳-۸)		۲. صنایع خدمات غذا و نوشیدنی (۲-۸)	۱. اقامتی مرتبط با تمامی اقامتگاه‌های متعلق به اشخاص (۱-۸-ب)
															۲-۲. زیرساخت‌ها و ساختمان‌های مرتبط با حمل و نقل دوربرد
															۳-۲. ساختمان‌های فرهنگی و سازه‌های مشابه که اساساً به بازدیدکنندگان خدمت‌رسانی می‌کنند
															۴-۲. تأسیسات مرتبط با ورزش، تفریح و سرگرمی
															۵-۲. دیگر تأسیسات و ساخت‌ها
															۳. تسهیلات حمل و نقل با هدف گردشگری
															۱-۳. زمینی (شامل ریلی و جاده‌ای)
															۲-۳. دریا
															۳-۳. هوایی
															۴. دیگر بستگاه‌ها و تأسیسات خاص تولیدات گردشگری



جدول ۹. مصرف تجمعی گردشگری برحسب محصول و قلمرو (ملی، منطقه‌ای و محلی)

موارد غیررسمی ^(۲)	مصرف تجمعی گردشگری (۱-۹)+(۲-۹)+(۳-۹)=(۴-۹)	سطح دولت			محصولات ^(۱)	
		ملی (۱-۹)	منطقه‌ای (۲-۹)	محلی (۳-۹)		
میانگین مصارف توسط صنایع گردشگری					خدمات تبلیغاتی گردشگری	۸۵۵۶۱
					خدمات اطلاع‌رسانی به بازدیدکنندگان	۸۵۵۶۲
					خدمات اداری عمومی مرتبط با توزیع و تدارک معاملات، غذا، هتل‌ها و رستوران‌ها	۹۱۱۳۵
					خدمات عمومی اداری مرتبط با امور گردشگری ^(۳)	۹۱۱۳۶
					بخشی از:	
					تحقیقات بازار و دیگر اقدامات رانشی	۸۳۷۰۰
					خدمات حمایتی آتش‌نشانی و پلیس	۹۱۲۶۰
					دیگر خدمات آموزشی	۹۲۹۱۹
					خدمات پشتیبانی آموزشی	۹۲۹۲۰
					کل	

(۱) کدها از CPC, Ver. 2 استخراج شده است.

(۲) این ستون نشان‌دهنده مخارجی است که صرف تبلیغات و معرفی محصولات و خدمات گردشگری می‌شود.

(3) Public administrative services related to tourism affairs

جدول ۱۰. شاخص‌های غیر پولی

الف) شمار سفرها و اقامت شبانه برحسب نوع گردشگر و بازدیدکنندگان

گردشگری برون‌مرزی			گردشگری محلی			گردشگری درون‌مرزی			
گردشگران (بازدیدکنندگان با اقامت شبانه)	ماجر اجویان (بازدیدکنندگان یک‌روزه)	بازدیدکنندگان	گردشگران (بازدیدکنندگان با اقامت شبانه)	ماجر اجویان (بازدیدکنندگان یک‌روزه)	بازدیدکنندگان	گردشگران (بازدیدکنندگان با اقامت شبانه)	ماجر اجویان (بازدیدکنندگان یک‌روزه)	بازدیدکنندگان	
									شمار سفرها
									شمار اقامت شبانه



ب) گردشگری درون مرزی: شمار ورودی‌ها و اقامت‌کنندگان شبانه برحسب نوع حمل‌ونقل

شمار اقامت شبانه	شمار ورودی‌ها	
		۱. هوایی
		۱-۱. پروازهای برنامه‌ریزی شده
		۱-۲. پروازهای برنامه‌ریزی نشده
		۱-۳. هواپیماهای شخصی
		۱-۴. دیگر انواع حمل‌ونقل هوایی
		۲. آبی
		۲-۱. کشتی کروز
		۲-۲. قایق بادبانی
		۲-۳. دیگر شیوه‌های حمل‌ونقل آبی
		۳. زمینی
		۳-۱. ریلی
		۳-۲. وسایل موتوری، اتوبوس و دیگر وسایل حمل‌ونقل عمومی ریلی
		الف) تاکسی، لیموزین و وسایل موتوری اجاره‌ای با راننده
		ب) وسایل نقلیه اجاره‌ای مخصوص انسان یا حیوان
		۳-۳. وسایل نقلیه شخصی (با ظرفیت ۸ نفر)
		۳-۴. وسایل نقلیه اجاره‌ای بدون راننده (تا ۸ نفر)
		۳-۵. دیگر وسایل نقلیه زمینی (دوچرخه، موتورسیکلت و..)
		۳-۶. پای پیاده
		کل

پ) شمار ساختمان‌ها و ظرفیت آنها برحسب نوع اقامتگاه

املاک و مستغلات در ISIC 55		اقامت برای بازدیدکنندگان در ISIC 55			
املاک و مستغلات برپایه ورودی یا قرارداد	املاک و مستغلات تحت مالکیت فرد یا اجاره‌ای	دیگر اقامتگاه‌ها	زمین‌های کمپ، پارک‌های تفریحی و پارک‌های کاروان‌ها ^(۱)	فعالیت‌های اقامت کوتاه‌مدت	
					شمار سازه‌ها
					ظرفیت (اتاق)
					ظرفیت (تخت)
					ظرفیت اشغال شده (اتاق)
					ظرفیت اشغال شده (تخت)

(1) Trailer Parks

پیوست ۱۱

۱. گردشگری درون‌مرزی:^۱ ورود گردشگران غیرمقیم به یک کشور
 ۲. گردشگران برون‌مرزی:^۲ خروج اتباع یک کشور جهت بازدید از کشورهای دیگر
- نکته:** در احتساب مخارج گردشگری برون‌مرزی، تنها هزینه‌های خدماتی در نظر گرفته می‌شود که توسط عرضه‌کنندگان خارجی ارائه شده باشد. به‌عنوان مثال هزینه‌کرد مسافر در ارتباط با اقامت، غذا و حمل‌ونقل در کشور مقصد یا خرید بلیت هواپیما از ایرلاین‌های مقصد از این دست است.
۳. گردشگری محلی:^۳ بازدید مردمان یک کشور از نقاط داخل همان کشور یا سفر ایشان به خارج از کشور
- نکته:** در احتساب مخارج گردشگری محلی تنها آن بخشی از هزینه‌های سفر برون‌مرزی که بر اقتصاد کشور مدنظر اثرگذار است، در نظر گرفته می‌شود. به‌عبارت دیگر تنها هزینه خدمات ارائه شده توسط عرضه‌کنندگان داخلی (در ارتباط با سفر برون‌مرزی) باید در نظر گرفته شود.
۴. گردشگری داخلی:^۴ حاصل جمع گردشگری درون‌مرزی و گردشگری محلی.

1. Inbound Tourism
2. Outbound Tourism
3. Domestic Tourism
4. Internal Tourism



مرکز پژوهش‌ها
مجلس شورای اسلامی

شماره مسلسل: ۱۳۷۳۳

شناسنامه گزارش

عنوان گزارش: بررسی کاربرد حساب‌های اقماری در سیاستگذاری گردشگری

نام دفتر: مطالعات فرهنگی (گروه میراث فرهنگی و گردشگری)

تهیه و تدوین‌کنندگان: ندا زرندیان، علی اصغر شالبافیان

ناظران علمی: ایراندخت فیاض، سینا کلهر

متقاضی: معاونت پژوهش‌های اجتماعی - فرهنگی

ویراستار تخصصی: _____

ویراستار ادبی: _____

واژه‌های کلیدی:

۱. حساب‌های اقماری گردشگری

۲. سیاستگذاری



تاریخ انتشار: ۱۳۹۳/۳/۲۵