

رسالة محمد



دانشکده گردشگری

پایان نامه برای دریافت درجه کارشناسی ارشد
رشته مدیریت جهانگردی، گرایش بازاریابی

عنوان:

**بر آورد تابع تقاضای هتل های دو ستاره با استفاده از
روش داده‌های تابلویی (مطالعه موردی: شهر مشهد)**

استاد راهنما:

دکتر اسمعیل ابونوری

استاد مشاور:

دکتر میکائیل عظیمی

پژوهشگر:

فهیمة علی پور

بهمن ماه ۱۳۹۲

**کلیه حقوق مادی و معنوی مربوط به انتشار و استفاده از این پایان نامه متعلق به
دانشگاه سمنان بوده و انتشار یا استفاده از آن بدون مجوز دانشگاه سمنان پیگرد
قانونی دارد.**

تقدیم با مهر به

پدر بزرگوارم

که بزرگواریش تکیه گاهم گردید تا ایستادن را بیاموزم ، او که
مهرش بی‌ریا و عشقش ستودنی است. خدایا تو انم ده تا قطره‌ای
از دریای بیکران محبتش را سپاس گویم.

و

روح پاک مادرم

او که رفت و به من چگونه رفتن را آموخت.

تشکر و قدردانی:

شکر شایان نثار ایزد منان که توفیق را رفیق راهم ساخت تا این پایان نامه را به پایان برسانم. بر خود لازم می دانم از تمامی اساتید بزرگوار، به ویژه اساتید کارشناسی ارشد که در طول سالیان گذشته مرا در تحصیل علم و معرفت و فضائل اخلاقی یاری نموده اند تقدیر و تشکر نمایم.

از استاد فاضل و اندیشمند **جناب آقای دکتر اسمعیل ابونوری** که راهنمایی اینجانب را در انجام پژوهش و نگارش این پایان نامه تقبل نموده اند نهایت تشکر و سپاسگزاری را دارم.

از **جناب آقای دکتر میکائیل عظیمی** به عنوان مشاور که با راهنمایی خود، مرا مورد لطف و محبت خود قرار داده اند، کمال تشکر را دارم.

و با تشکر از سایر استادان و کلیه کسانی که در انجام این پژوهش مرا یاری رساندند.

چکیده:

در این تحقیق طی برآورد تابع تقاضا با استفاده از تابع لگاریتم خطی، مدل تقاضایی برای هتل‌های ۲ستاره در مشهد ارائه شد و به بررسی عوامل تعیین کننده اقتصادی همچون قیمت هتل‌های ۲ستاره، ۱ستاره، ۳ستاره، درآمد مردم ایران و کشورهای گردشگرفرست به مشهد و همچنین اثر تبلیغات شفاهی بر تابع تقاضا پرداخته شد. در این برآورد از داده‌های تابلویی ۱۹ هتل در مشهد برای دوره‌ی ۱۳۸۵-۱۳۹۱ و روش اثرات ثابت استفاده شد که با بررسی مدل برآورد شده، تمامی این عوامل معنی‌دار بوده و بر خلاف قیمت هتل‌های ۲ستاره و ۱ستاره، سایر عوامل رابطه‌ی مستقیمی با تقاضای هتل دارند.

واژه‌های کلیدی: تابع تقاضای هتل، کشش قیمتی، کشش درآمدی، داده‌های تابلویی

فهرست مطالب

فصل ۱: کلیات تحقیق.....	۱
۱-۱- مقدمه.....	۲
۲-۱- بیان مسئله.....	۳
۳-۱- ضرورت انجام تحقیق.....	۴
۱-۳-۱- اهمیت گردشگری در اقتصاد ملی.....	۵
۲-۳-۱- اهمیت پیش بینی در امر گردشگری.....	۱۲
۴-۱- اهداف تحقیق.....	۱۴
۵-۱- سوال های تحقیق.....	۱۵
۶-۱- فرضیه های تحقیق.....	۱۵
۷-۱- قلمرو تحقیق.....	۱۶
۸-۱- تعریف نظری و عملیاتی متغیرها.....	۱۶
۱-۸-۱- تعاریف نظری.....	۱۶
۲-۸-۱- تعاریف عملیاتی.....	۱۷
۹-۱- خلاصه فصل.....	۱۷
فصل ۲: ادبیات تحقیق.....	۱۸
۱-۲- مقدمه.....	۱۹
۲-۲- خدمات اقامتی.....	۱۹
۳-۲- تعریف هتل.....	۲۰
۴-۲- انواع هتل.....	۲۰
۱-۴-۲- ستاره.....	۲۱
۵-۲- نقش اقتصاد در هتل.....	۲۵
۶-۲- تقاضا.....	۲۷
۷-۲- کشش پذیری تقاضا.....	۲۷
۱-۷-۲- کشش قیمتی تقاضا.....	۲۸
۲-۷-۲- کشش درآمدی تقاضا.....	۲۸
۳-۷-۲- کشش متقابل (متقاطع) تقاضا.....	۲۹
۸-۲- عوامل موثر بر تقاضا.....	۲۹
۹-۲- قیمت تقاضا.....	۲۹
۱۰-۲- تولید ناخالص داخلی یا GDP.....	۳۰
۱-۱۰-۲- محاسبه ی تولید ناخالص ملی.....	۳۰
۱۱-۲- درآمد سرانه.....	۳۰

۳۱	۱۲-۲- عوامل تاثیرگذار بر تقاضای گردشگری
۳۱	۱-۱۲-۲- قیمت های نسبی گردشگری
۳۱	۲-۱۲-۲- نرخ تبادل ارز و گردشگری
۳۲	۱۳-۲- تابع تقاضا
۳۲	۱-۱۳-۲- پیش بینی و تخمین تابع تقاضا
۳۳	۱۴-۲- انواع روش های پیش بینی
۳۳	۱-۱۴-۲- روش های کیفی و یا روش های قضاوتی
۳۴	۲-۱۴-۲- روش های کمی یا آماری
۴۳	۱۵-۲- نتایج تحقیقات گذشته
۴۳	۱-۱۵-۲- تحقیقات انجام شده در داخل کشور
۴۵	۲-۱۵-۲- تحقیقات انجام شده در خارج از کشور
۵۰	۱۶-۲- خلاصه فصل
۵۱	فصل ۳: روش تحقیق
۵۲	۱-۳- مقدمه
۵۲	۲-۳- تصریح مدل
۵۳	۳-۳- جمع آوری، سازمان دهی و توصیف داده ها
۵۴	۱-۳-۳- جامعه آماری
۵۴	۲-۳-۳- نمونه آماری و روش نمونه گیری
۵۵	۳-۳-۳- متغیرهای تحقیق
۵۵	۴-۳- بررسی روش شناسی اقتصادسنجی داده های تابلویی
۵۶	۱-۴-۳- مزایای استفاده از داده های تابلویی
۵۶	۲-۴-۳- تخمین مدل های رگرسیون با داده های تابلویی
۵۹	۳-۴-۳- آزمون های انتخاب روش برآورد در داده های تابلویی
۶۱	۴-۴-۳- آزمون های تشخیصی
۶۳	۵-۳- خلاصه فصل
۶۵	فصل ۴: تجزیه و تحلیل داده ها
۶۶	۱-۴- مقدمه
۶۶	۲-۴- بررسی روند متغیرها
۷۰	۳-۴- برآورد مدل
۷۰	۱-۳-۴- آمار توصیفی
۷۲	۲-۳-۴- جدول ضرایب همبستگی
۷۳	۳-۳-۴- تعیین روش به کارگیری داده های ترکیبی
۷۵	۴-۴- آزمون فرضیه ها

۷۵.....	۱-۴-۴- آزمون فرضیه مدل
۷۸.....	۵-۴- جمع‌بندی
۷۹.....	۶-۴- خلاصه فصل

فصل ۵: نتیجه‌گیری ۷۹

۷۹.....	۱-۵- مقدمه
۸۱.....	۲-۵- بحث و نتیجه‌گیری
۸۵.....	۳-۵- پیشنهادهای تحقیق
۸۷.....	۴-۵- محدودیت‌های تحقیق
۸۷.....	۵-۵- پیشنهادات برای تحقیقات در آینده

مراجع ۸۹

پیوست ۹۴

فهرست جداول

- جدول ۱-۴: مقایسه میزان مسافر ورودی به استان خراسان رضوی طی دوره (۱۳۸۳-۱۳۹۱) به تفکیک داخلی و خارجی ۶۷
- جدول ۲-۴: آمار توصیفی متغیرهای پژوهش برای گروه اول ۷۱
- جدول ۳-۴: جدول ضرایب همبستگی متغیرهای پژوهش ۷۲
- جدول ۴-۴: نتایج آزمون F برای انتخاب روش ترکیبی (pooling) یا تلفیقی (panel) ۷۴
- جدول ۵-۴: نتایج آزمون هاسمن برای انتخاب بین مدل اثرات ثابت و اثرات تصادفی ۷۵
- جدول ۶-۴: نتایج حاصل از برآورد الگوی مدل ۷۷

فهرست نمودارها

- نمودار ۱-۱: سهم مشارکت مستقیم گردشگری در GDP (بر حسب میلیارد دلار)..... ۶
- نمودار ۲-۱: درصد سهم مشارکت مستقیم گردشگری از کل GDP..... ۷
- نمودار ۳-۱: سهم مشارکت کل گردشگری در GDP (بر حسب میلیارد دلار)..... ۸
- نمودار ۴-۱: درصد سهم مشارکت کل گردشگری از کل GDP..... ۸
- نمودار ۵-۱: تفکیک سهم مشارکت کل گردشگری در GDP..... ۹
- نمودار ۶-۱: تعداد مشاغلی که در جهان به طور مستقیم توسط بخش گردشگری ایجاد شده است.
..... ۱۰
- نمودار ۷-۱: درصد مشاغلی که به طور مستقیم توسط بخش گردشگری ایجاد شده، به کل مشاغل
ایجاد شده در جهان ۱۰
- نمودار ۸-۱: تعداد کل مشاغلی که در جهان توسط بخش گردشگری ایجاد شده است (بر حسب
هزار شغل) به تفکیک مستقیم، غیر مستقیم و القایی..... ۱۱
- نمودار ۹-۱: درصد کل مشاغلی که توسط بخش گردشگری ایجاد شده، به کل مشاغل ایجاد شده
در جهان به تفکیک مستقیم، غیر مستقیم و القایی..... ۱۱
- نمودار ۱-۲: مدل اقتصادسنجی ۴۰
- نمودار ۱-۳: مراحل تعیین نوع مدل داده های ترکیبی ۶۱
- نمودار ۱-۴: روند تعداد مسافران ورودی داخلی به استان خراسان رضوی طی دوره (۱۳۸۳-۱۳۹۱)
..... ۶۷
- نمودار ۲-۴: روند تعداد مسافران ورودی خارجی به استان خراسان رضوی طی دوره (۱۳۸۳-
۱۳۹۱) ۶۷
- نمودار ۳-۴: روند درآمد سرانه مردم ایران طی سالهای ۲۰۰۰-۲۰۱۲ (بر حسب دلار آمریکا در
سال ۲۰۱۲) ۶۸
- نمودار ۴-۴: مقایسه روند درآمد سرانه مردم ایران با کشورهای گردشگر فرست به ایران، طی
سالهای ۲۰۰۰-۲۰۱۲ ۶۹
- نمودار ۵-۴: روند تعداد مسافران ورودی به ۱۹ هتل مورد بررسی در این پژوهش طی دوره
(۱۳۸۵-۱۳۹۱) ۶۹

فصل ١: كليات تحقيق

۱ + مقدمه

در سال‌های اخیر، گردشگری با سود سرشار خود، تبدیل به بخش اعظمی از تجارت جهانی و عنصر مهمی در بهبود موازنه بازرگانی و تراز پرداخت‌های بسیاری از کشورها شده است. گردشگری در تولید ناخالص داخلی نقش مهمی ایفا می‌کند. این صنعت یک صنعت منحصر به فرد اقتصادی تلقی می‌شود و طرفداران بسیاری دارد، بطوریکه طبق آمار سازمان جهانی گردشگری، تعداد گردشگران بین‌المللی تا سال ۲۰۲۰ افزون بر ۱/۶ میلیارد نفر پیش‌بینی شده است. توسعه صنعت گردشگری موجب رونق اقتصادی و کاهش فقر می‌شود. همچنین تاثیر بسزایی در افزایش درآمد و کاهش بیکاری و در نتیجه بهبود کیفیت زندگی مردم و افزایش رفاه اجتماعی دارد. امروزه گردشگری به قدری در توسعه اقتصادی - اجتماعی کشورها اهمیت یافته است که اقتصاددانان آن را صادرات نامرئی نام نهاده اند. علاوه بر آن گردشگری عاملی است برای گفتگوی بین فرهنگ‌ها و تمدن‌ها و از نظر سیاسی نیز، روابط بین ملت‌ها و دولت‌ها متعادل‌تر و نزدیک‌تر می‌سازد. از لحاظ مذهبی نیز بسیاری از ادیان تاکید ویژه ای بر سیر و سفر در نقاط جهان به منظور کسب علم و دانش داشته اند.

گردشگری شامل بخش‌های مختلفی از اقتصاد از قبیل امکانات اقامتی، حمل و نقل، کترینگ و دیگر خدمات برای گردشگران می‌باشد. انسان‌ها به دلایل مختلف به مکان‌های جدید می‌روند و دوست دارند تا کالاها و خدمات را با بالاترین کیفیت دریافت کنند. اقامتگاه‌ها به عنوان یکی از اساسی‌ترین مراکز خدماتی برای گردشگران محسوب می‌شوند تا آنها بتوانند شب‌ها را در آن سپری کرده و از دیگر خدمات نیز بهره ببرند (ماهارجان، آنجو، ۲۰۱۲).

جهت برنامه‌ریزی برای ارائه‌ی هرچه بهتر خدمات در اقامتگاه‌ها، نیازمند داشتن اطلاعاتی جامع و صحیح در مورد نیازها، سلیق و ترجیحات، الگوی مصرف و مسافرت و همچنین تعداد ورودی گردشگران برای هر مقصد می‌باشیم.

با توجه به اینکه مشهد به عنوان قطب گردشگری ایران، از بالاترین تعداد هتل در ایران برخوردار بوده و لزوم مدیریت و برنامه‌ریزی در این بخش بیش از گذشته احساس می‌شود و یکی از اصولی‌ترین مباحث مربوط به هتل و برنامه ریزی آن مسائل اقتصادی و امکان پیش‌بینی صحیح در این

حوزه می‌باشد. همچنین از آنجایی که هرچه اطلاعات بیشتری در دسترس باشد، صحت و دقت اندازه‌گیری پیش‌بینی بالا می‌رود و هتل‌های ۲ ستاره بیشترین اطلاعات ممکن را در اختیار می‌گذارند، لذا این پژوهش به برآورد تابع تقاضای هتل‌های ۲ ستاره در مشهد می‌پردازد.

۱ ۴- بیان مسئله

گردشگری یکی از ارکان مهم توسعه کشورها محسوب می‌شود. با توجه به اینکه ضریب فزاینده تولید این بخش در ایران معادل ۱,۶ می‌باشد که پس از صنایع غذایی و ساختمان در رتبه سوم بخش‌های اقتصادی ایران قرار می‌گیرد (صباغ، دکتر مجید و امیریان، سعید، ۱۳۷۹)، لذا شناخت صحیح ساختار رفتاری الگوی تابع تقاضا در این بخش جهت سیاست‌گذاری‌های مناسب و برنامه‌ریزی‌های کارا در سیستم‌های گردشگری کشور کاملاً محسوس می‌باشد.

با توجه به اینکه از ۶۸۱۰۸۴۷۰ سفر انجام شده در ایران، شهر مشهد با ۴۷۲۲۶۲۹ سفر، رتبه اول را به عنوان مقصد گردشگری داراست (سازمان میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی، بهار ۱۳۸۷) و اینکه بیش از ۱۲۰ هتل از ۶۳۲ هتل در کل کشور در این شهر وجود دارد (سازمان میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی استان خراسان رضوی، بهار ۱۳۹۱) و با افزایش ورود گردشگران تعداد این هتل‌ها نیز رو به افزایش می‌باشد، نیاز به مدیریت و برنامه‌ریزی در بخش هتلداری و سایر بخش‌های مربوطه از جمله شهرداری، حمل و نقل و آژانس‌های مسافرتی برای برآورد هزینه‌ها و درآمدها در این بخش‌ها، وجود الگویی مناسب برای محاسبه تابع تقاضا، ضروری می‌باشد. با ارزیابی رفتار تابع تقاضای هتل‌ها می‌توان هزینه‌ها را حداقل کرده و از این الگو در بخش‌های دیگر نیز استفاده لازم را برد.

در این تحقیق، نظر به اهمیت ویژه شهر مشهد به عنوان گردشگرپذیرترین شهر ایران، جهت یافتن راه‌های مناسب اعمال مدیریت تقاضا، به برآورد تابع تقاضا پرداخته تا بر این اساس بتوان پاسخی برای مسئله میزان حساسیت گردشگران نسبت به متغیرهای کلان اقتصادی از جمله قیمت، درآمد و متغیرهای غیر اقتصادی مانند تبلیغات شفاهی یافت تا از این طریق ضمن یافتن الگوی

گردشگری، بتوان میزان تقاضای این هتل‌ها را برای سال‌های آتی نیز جهت اعمال سیاست‌گذاری‌ها برآورد نمود.

پیش‌بینی فروش اتاق برای هتل‌ها در موارد زیر نقش حیاتی را ایفا می‌کند: تاثیرات میزان رزروها بر صورت حساب سود و زیان هتل، برنامه‌ریزی نیروی کار، استفاده از تسهیلات به طور بهینه. همچنین، با استفاده از این پیش‌بینی‌ها می‌توان در بخش‌های دیگر هتل نیز استفاده لازم را برد، به طوریکه این پیش‌بینی‌ها به مدیران این اجازه را می‌دهد تا درآمدهای پیش‌بینی شده و هزینه‌های مرتبط را برای یک دوره زمانی مشخص تعیین کنند و با استفاده از سیاست‌های کنترل بودجه بخشی از درآمدها را برای جذب نیروی کار اختصاص دهند. علاوه بر بخش مدیریت، بخش‌های غذا، نوشیدنی، خانه داری و تعمیر و نگهداری نیز برای برنامه‌ریزی نیروی کار، استفاده از تسهیلات، اصلاح و برنامه‌ریزی، نوسازی تسهیلات، سفارش ملزومات و موارد مشابه نیازمند دسترسی به این پیش‌بینی‌ها می‌باشند. (سی.وود، روی، ۱۹۹۹، ۲۵)

با توجه به اینکه هتل‌های ۲ ستاره از لحاظ کمی از کثرت بالاتری برخوردار بودند و دسترسی به اطلاعات بیشتری امکان پذیر بود، لذا این تحقیق در نظر دارد تا برآورد تابع تقاضای هتل‌های ۲ ستاره در مشهد را مورد بررسی قرار دهد و برای این منظور با اتخاذ یک روش علمی و با تحلیل مناسب اطلاعات و روند گذشته و موقعیت حال، به پیش‌بینی وضعیت آینده بپردازد.

۱ ۴- ضرورت انجام تحقیق

هتل‌ها در اکثر کشورها جهت تشکیل کنفرانس‌ها، جشن‌ها و ... از اهمیت فوق‌العاده‌ای برخوردارند. اجرت و هزینه‌ها و دریافتی از مهمانان به طور مستقیم و غیر مستقیم در افزایش درآمد محلی‌ها و فزونی تعداد شاغلین سهم بالایی دارند و با پذیرش گردشگران خارجی از لحاظ درآمد ارزهای خارجی اهمیت انکارناپذیری دارند.

هتل‌ها در بازار و بازاریابی و مصرف انواعی از تولیدات منابع نقش اساسی دارند. در این خصوص از ابتدای شروع ساختمان هتل‌ها تا ایجاد شبکه‌های ارتباطی، منابع مختلف حمل و نقل، تاسیسات خدماتی، مبلمان، صنعت غذایی، صنعت تولیدات نفتی و منابع مختلف و هزاران نیروی انسانی به

طور مستقیم و غیرمستقیم برای هتل‌ها خدمت‌رسانی می‌کنند. به علاوه فروشندگان غذا و نوشیدنی به صورت خام و نا آماده، تولیدات کشاورزان، صیادان، محصولات آبی، مصرف انرژی الکتریکی و آب تحت تاثیر قرار می‌گیرد.

نهایتاً هتل‌ها، رستوران‌ها، غذاخوری‌های کوچک و بزرگ و یا واحدهای دیگر که در جلب و جذب گردشگران تاثیر گذار می‌باشند، از نظر اجتماعی و فرهنگی هم روی ساکنان بومی و هم روی گردشگران تاثیر شایان توجهی دارند (قره نژاد، ۱۳۹۰، ۱۴).

در این بخش ابتدا به اهمیت و ضرورت بخش گردشگری در اقتصاد ملی که یکی از ارکان اساسی هر کشور محسوب می‌شود، می‌پردازیم و سپس ضرورت انجام پیش‌بینی در این صنعت و بالاخص صنعت هتل‌داری را مورد بررسی قرار می‌دهیم.

۱-۳-۱- اهمیت گردشگری در اقتصاد ملی

با توجه به اینکه بخش گردشگری به عنوان یکی از بزرگترین صنایع جهان شناخته می‌شود و بخش اعظمی از فعالیت‌های اقتصادی را شامل می‌شود، لذا برنامه‌ریزی در این صنعت نه تنها اثر مستقیم بر رشد اقتصادی دارد، بلکه بر دیگر بخش‌های اقتصادی نیز اثر غیر مستقیم خواهد گذاشت. طبق گزارش شورای سفر و گردشگری از اثرات اقتصادی گردشگری در سال ۲۰۱۱ می‌توان دید که ۹٪ از تولید ناخالص داخلی جهان با ارزشی بالغ بر ۶ تریلیون دلار به این بخش اختصاص دارد و همچنین ۲۵۵ میلیون شغل ایجاد شده در جهان متعلق به صنعت گردشگری می‌باشد؛ پیش‌بینی شده است در ده سال آینده و با رشد قابل توجه ۴ درصدی در هر سال، این ارقام به سهم مشارکت ۱۰ درصدی در تولید ناخالص داخلی جهان و عبور از مرز ۳۲۸ میلیون شغل که معادل یک دهم مشاغل دنیا باشد، خواهد رسید. اهمیت بخش گردشگری را در اقتصاد به تفصیل می‌توانیم از جنبه‌های زیر بررسی کنیم:

۱-۳-۱-۱- سهم مشارکت گردشگری در GDP

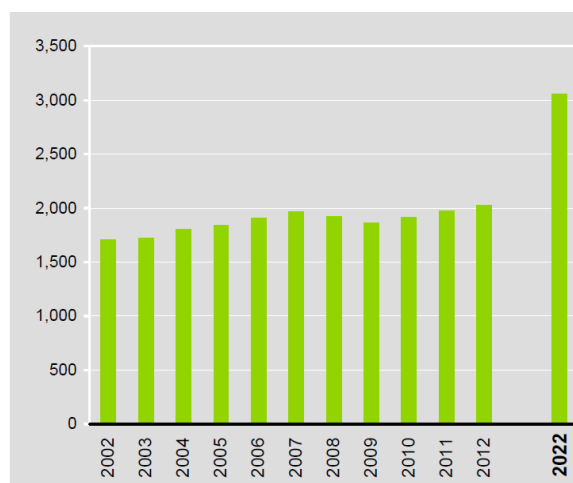
تولید ناخالص داخلی (GDP) یک کشور، شاخصی برای اندازه‌گیری اقتصاد ملی می‌باشد

که به سه بخش زیر تقسیم می‌شود:

• سهم مشارکت مستقیم^۱

سهم مشارکت مستقیم سفر و گردشگری بر GDP، مخارجی را شامل می‌شود که در حسابرسی ملی با عنوان مخارج بخش گردشگری کشور شمرده می‌شوند و در واقع مستقیماً با خود گردشگر در ارتباط می‌باشند، مانند هتل‌ها، خطوط هوایی، آژانس‌های مسافرتی و مراکز تفریحی - اقامتی. همانطور که در نمودار ۱-۱ و نمودار ۱-۲ مشاهده می‌کنید، سهم مشارکت مستقیم گردشگری در GDP، در سال ۲۰۱۱، ۱۹۷۲٫۸ میلیارد دلار (۲٫۸٪ از GDP) بوده است که این میزان با رشد ۲٫۸ درصدی در سال ۲۰۱۲ به ۲٫۵۲۸ میلیارد دلار رسیده است. همچنین پیش‌بینی شده است که در سال ۲۰۲۲، میزان مشارکت گردشگری در GDP با رشد سالانه ۴٫۲ درصد به ۳٫۰۵۶۲ میلیارد دلار (معادل ۳٪ کل GDP) خواهد رسید.

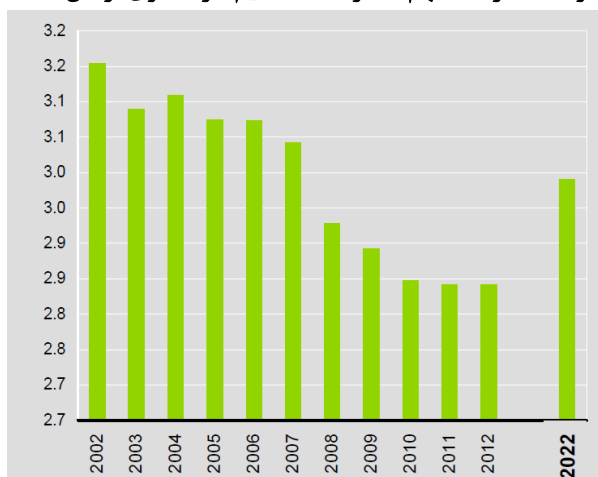
نمودار ۱-۱: سهم مشارکت مستقیم گردشگری در GDP (بر حسب میلیارد دلار)



ماخذ: گزارش شورای سفر و گردشگری از اثرات اقتصادی گردشگری در سال ۲۰۱۱

¹ Direct Contribution

نمودار ۱-۲: درصد سهم مشارکت مستقیم گردشگری از کل GDP



ماخذ: گزارش شورای سفر و گردشگری از اثرات اقتصادی گردشگری در سال ۲۰۱۱

• سهم مشارکت غیر مستقیم^۱:

✓ مخارج سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری و توریسم یک بخش مهم از فعالیت‌ها برای حال و آینده می‌باشد که باید اثر آن نیز در نظر گرفته شود، مثل خرید هواپیما، احداث هتل‌های جدید و غیره.

✓ مخارج مشترک با حکومت که به صورت غیرمستقیم به این صنعت کمک می‌کند. به عنوان مثال بخش‌های مربوط هوانوردی و نیروی هوایی، فرمانداری‌ها، خدمات امنیتی مربوط به تفرجگاه‌ها، خدمات بهداشتی مربوط به مراکز تفریحی و غیره.

✓ خرید کالاها و خدمات غیر گردشگری توسط بخش‌هایی که مستقیماً با گردشگران سروکار دارند، مانند خرید مواد غذایی و بهداشتی توسط هتل‌ها، خرید سوخت و خدمات کترینگ توسط خطوط هوایی، استفاده از خدمات IT توسط آژانس‌های مسافرتی و غیره.

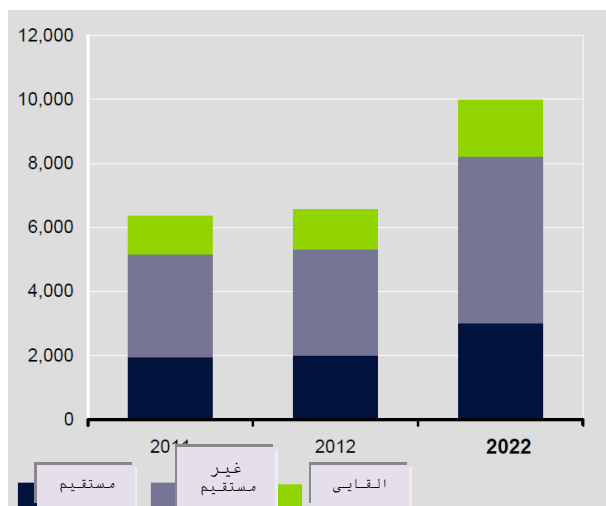
سهم مشارکت القایی^۲:

سهم مشارکت القایی نیز مخارج مشاغل ایجاد شده از سفر و گردشگری به صورت مستقیم یا غیر مستقیم را در نظر می‌گیرد.

1 Indirect Contribution
2 Induced Contribution

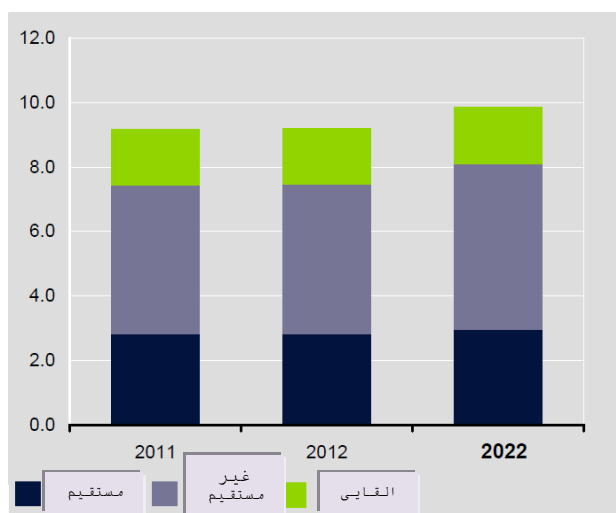
همانطور که در نمودار ۱-۳ و نمودار ۱-۴ مشاهده می‌کنید، سهم مشارکت گردشگری کل در GDP در سال ۲۰۱۱ (که شامل اثرات غیرمستقیم یعنی تاثیرات سرمایه گذاری، زنجیره‌ی تامین و اثرات درآمد القایی نیز می‌باشد)، ۶۳۴۶,۱ میلیارد دلار (۹,۱٪ از کل GDP) بوده و در سال ۲۰۱۲ به میزان ۶۵۳۶,۹ میلیارد دلار (۹,۲٪ از کل GDP) رسیده است و پیش‌بینی می‌شود که در سال ۲۰۲۲ با رشد سالانه ۴,۳٪ تا ۹۹۳۹,۵ میلیارد دلار (۹,۸٪ از کل GDP) برسد.

نمودار ۱-۳: سهم مشارکت کل گردشگری در GDP (بر حسب میلیارد دلار)



ماخذ: گزارش شورای سفر و گردشگری از اثرات اقتصادی گردشگری در سال ۲۰۱۱

نمودار ۱-۴: درصد سهم مشارکت کل گردشگری از کل GDP

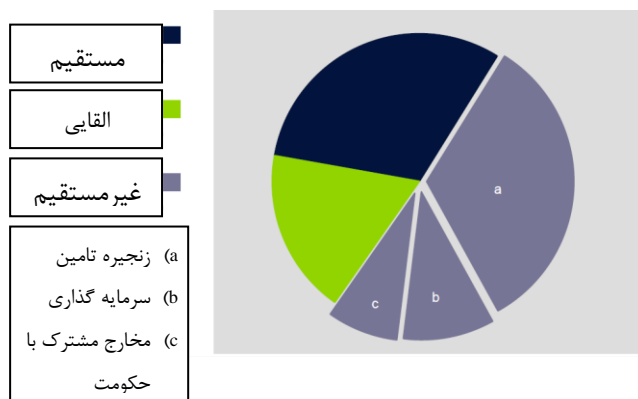


ماخذ: گزارش شورای سفر و گردشگری از اثرات اقتصادی گردشگری در سال ۲۰۱۱

در **Error! Reference source not found.** که سهم مشارکت گردشگری کل در GDP را در بخش‌های مستقیم، غیر مستقیم و القایی نشان می‌دهد، می‌توان دید که میزان سهم مشارکت

گردشگری کل در GDP در حدود سه برابر مقدار سهم مشارکت گردشگری مستقیم در GDP می‌باشد.

نمودار ۱-۵: تفکیک سهم مشارکت کل گردشگری در GDP



ماخذ: گزارش شورای سفر و گردشگری از اثرات اقتصادی گردشگری در سال ۲۰۱۱

۱-۳-۱-۲- اشتغالزایی

گردشگری از آن دسته از صنایع است که به نیروی کار در سطح وسیع احتیاج دارد و فرصت‌های شغلی بی‌شماری را در بخش‌های گوناگون به وجود می‌آورد. تعداد زیادی از این مشاغل به ویژه در بخش هتل و رستوران، از ویژگی‌های ذیل برخوردارند: نیاز به دانش فنی اندک، زمان کاری انعطاف‌پذیر، پویایی زیاد، دستمزد کم و دسترسی آسان. بنابراین بسیاری بر این باورند که توسعه گردشگری برای کاهش بیکاری در یک منطقه با فرصت‌های شغلی کم، بسیار مطلوب است. حتی در نواحی خاص مانند جزایر دریای مدیترانه و دریای کارائیب، بخش گردشگری ۳۰-۳۵٪ از کل مشاغل کشور را شامل می‌شود (ولاس، بچرل، ۱۹۹۵).

بر اساس گزارشاتی از شورای سفر و گردشگری در مورد میزان مشارکت بخش گردشگری، همانطور که در نمودار ۱-۶ مشاهده می‌کنید، گردشگری و سفر ۹۸۰۳۱۵۰۰ شغل (۳,۳٪ از کل مشاغل) را در جهان به صورت مستقیم در سال ۲۰۱۱ ایجاد کرده است که با رشد ۲,۳٪ در سال ۲۰۱۲ این رقم به ۱۰۰۲۹۲۰۰۰ (۳,۴٪ از کل مشاغل) رسیده است. پیش‌بینی می‌شود تا سال ۲۰۲۰، بخش سفر و گردشگری مستقیماً متولی ۱۲۰۴۷۰۰۰۰ شغل با رشد سالانه ۱,۹ درصدی در ده سال آینده باشد.