

به نام حضرت  
دوست

دانشکده مدیریت واحد تهران شمال  
کارشناسی ارشد مدیریت شهری  
استاد ارزشمند :  
جناب آقای دکتر احمدی بافنده

ارائه دهندگان:

حسین قربانی نوشهر - سجاد کریمی

# گردشگری در ایران : کارکردها ، چالش ها و راهکارها



# چکیده

در قرن بیست و یکم ، پیشرفت فناوری موجب می شود تا وقت انسان بیش از پیش آزاد گردد و زمان بیشتری را صرف اوقات فراغت خود نماید. در واقع این قرن را باید عصر صنعت گردشگری نام نهاد . به دلیل زیر ساخت های فناوری ، فرهنگی ، سیاسی ، اجتماعی و اقتصادی ایجاد شده در قرن بیست و یکم ، پدیده گردشگری يك واقعیت اجتناب ناپذیر در رفتار و عمل انسان برای ارضای روح کنجکاو و خواهد بود . سفر به دیگر نقاط دنیا چه به صورت حقیقی و واقعی و چه به صورت مجازی ، با انگیزه های مختلفی جزو ملزومات زندگی قرن بیست و یکم و شکل دهنده جریانی است که مرزهای ملی و بین المللی را درنوردیده ، رویکردی فراتر از دولت و ملت خواهد داشت . گردشگری به عنوان یکی از منابع درآمد و ایجاد اشتغال در سطح محلی می تواند رهیافتی برای توسعه اقتصادی باشد .

# چکیده

گردشگری بخصوص در زمانی که سود فعالیت های دیگر بخش اقتصادی در حال کاهش باشد، جایگزین مناسبی برای آنها و راهبردی برای توسعه است. امروز صنعت گردشگری (Tourism) به اندازه ای در توسعه اقتصادی – اجتماعی کشورها اهمیت دارد که اقتصاددانان آن را ” صادرلت نامریی ” نام نهاده اند.

صنعت توریسم از صناعی است که در سال های اخیر به سرعت گسترش یافته و در ردیف یکی از بزرگترین منابع درآمد جهان درآمده است. همچنین باید افزود که چرخه عظیم مالی که به طور غیرمستقیم طول محور صنعت گردشگری می چرخد، به مراتب مهم تر از درآمدهای مستقیم بر اقتصاد جهانی تاثیرگذار است.

# چکیده

این تحقیق ، بر توسعه پایدار گردشگری تاکید دارد . در این دیدگاه ، توسعه گردشگری با استفاده از منابع موجود به گونه ای است که ضمن پاسخ دادن به نیازهای اقتصادی ، اجتماعی ، فرهنگی و ضوابط قانونی جامعه و انتظارات گردشگران بتوان وحدت و یکپارچگی ، هویت فرهنگی ، سلامت محیط زیست ، تعادل اقتصادی و رفاه مردم محلی را تامین کرد .

این تحقیق ضمن تحلیل وضعیت صنعت گردشگری در ایران به نقش ، کارکردهای آن و موانع و راهکارهای ایجاد صنعت گردشگری پایدار در ایران می پردازد .

## مقدمه

در قرن بیست و یکم گسترش و پیشرفت فناوری موجب خواهد شد که وقت انسان بیش از پیش آزاد و ثروتش افزون شود و زمان بیشتری را صرف اوقات فراغت خود نماید . در واقع نیمه دوم قرن بیستم را باید عصر صنعت گردشگری نام نهاد .

به دلیل زیر ساخت های تکنولوژیکی ، فرهنگی ، سیاسی ، اجتماعی و اقتصادی ایجاد شده در قرن بیست و یکم ، پدیده گردشگری یک واقعیت اجتناب ناپذیر در رفتار و هعمل انسان برای ارضای روح کنجکاوی او خواهد بود .



## مقدمه

سفر به دیگر نقاط چه به صورت حقیقی و واقعی و چه به صورت مجازی ( از طرف فیلم ، ویدئو ، سی دی ، اینترنت و کتاب و شبکه های اجتماعی ) با انگیزه های مختلفی جزء ملزومات زندگی قرن بیست و یکم و شکل دهنده جریانی است که مرزهای ملی و بین المللی را درنور دیده ، رویکردی فراتر از دولت و ملت خواهد داشت . توجه به صنعت گردشگری بیانگر این واقعیت است که این امر به یک سلسله تاثیرات و تغییرات اقتصادی ، فرهنگی و اجتماعی و حتی محیطی در هر کشوری می انجامد .



## مقدمه

گردشگری را می توان ( صنعت سفید ) نام نهاد , زیرا برخلاف اغلب صنایع تولیدی , بدون آلوده سازی محیط زیست انسانی , زمینه ساز دوستی و تفاهم بین ملت ها است و صلح و صفا را برای مردم به ارمغان می آورد .

گردشگری به عنوان یکی از منابع درآمد و ایجاد اشتغال در سطح ملی می تواند رهیافتی برای توسعه اقتصادی در قلمروی ملی باشد .

## مقدمه

گردشگری به خصوص در زمانی که سود فعالیت هتی دیگر بخش های اقتصادی در حال کاهش باشد ، جایگزین مناسبی برای آنها و راهبردی برای توسعه است . بر این مبنا دلیل اصلی توسعه گردشگری غلبه بر پایین بودن سطح درآمد و ارائه فرصت های جدید شغلی و تحولات اجتماعی در جامعه است و می تواند امیدهایی را برای کاهش فقر به خصوص در نواحی که به نحوی دچار رکود اقتصادی شده اند ، فراهم آورد . ایران از جنبه جاذبه های گردشگری ، دارای انواع اقلیم ها ، فضا ها و فصل ها است و از جنبه آثار باستانی ، مناطق تفریحی و زیبایی های طبیعی با کشورهای پیشرفته در صنعت گردشگری برابری می کند .

## مقدمه

ایران دارای دشت ها ، کوهسارها ، کویرها ، غارها ، دریاچه ها ،  
آبشارها ، موزه ها ، ابنیه تاریخی و باستانی ، کارگاه های سنتی ،  
صنایع دستی بی نظیر و بسیاری از عوامل رونق بخش گردشگری است  
و از این جنبه جزء معدود کشورهای جهان به شمار میاید که با مدیریت  
موثر این منابع و امکانات می تواند به منافع مادی و معنوی فراوان  
دست یابد .

# تعريف و مفهوم گردشگری



# تعریف و مفهوم گردشگری

گردشگری یا توریسم واژه ای است فرانسوی که از ریشه (تور) گرفته شده است. تور در زبان فرانسه به معنای زیر آمده است: حرکت دورانی (چرخش)، عمل پیمودن، طی کردن پیرامون، سیرکردن و گردش نمودن. به نظریه لاروس، توریسم یا گردشگری عمل مسافرت به منظور تفریح و لذت است و گردشگر یا توریست کسی است که برای خشنودی خود و لذت بردن مسافرت می کند.

بر اساس معانی عام، گردشگری به فعالیت های که گردشگران و کسانی که تسهیلاتی برای آن ها فراهم می کنند، اطلاق می شود. گردشگر نیز کسی است که به گردش و گشت و گذار می رود، و در پی دیدن مناظر مختلف است.



# تعریف و مفهوم گردشگری

هم چنین به عقیده پل روبر، گردشگری عمل مسافرت کردن و رفتن به جایی غیر از مکان همیشگی و متعارف زندگی به منظور لذت بردن است، حتی اگر این کار به جابجایی کوچکی همراه باشد، یا این که هدف اصلی از این جابجایی غیرتفنن و لذت جویی باشد. گردشگر نیز کسی است که این کار انجام می دهد، یعنی به دلیل کنجکاوی یا فراغت، لذت بردن و تفریح و یا به منظور ادعای این که ((مسافرت)) کرده است، به مسافرت می رود.

در فرهنگ و ادبیات فارسی، توریسم یا جهانگردی به سفرکردن در قطار عالم، به منظور تفریح، سیاحت، زیارت و مسافرت به قصدی و بازگشت به محل سکونت اصلی، اطلاق می شود و شامل سفرهای کوتاه و موقت به قصدهای غیر از محل سکونت اصلی به منظور سیر و سیاحت نیز می باشد.

# تعریف و مفهوم گردشگری

واژه توریسم یا گردشگری نخستین بار در سال ۱۸۱۱، در مجله ای انگلیسی به نام اسپورتینگ مگزین (مجله ورزش) مطرح شد. در آن زمان این لغت به معنای مسافرت به منظور تماشای آثار تاریخی و بازدید از مناظر طبیعی برای کسب لذت، به کار می رفت.

در سال ۱۹۶۳ کنفرانس بین المللی تجارت و توسعه سازمان ملل در رم پیشنهاد کرد، (( گردشگر یا بازدید کننده ی موقت کسی است که به منظور تفریح، استراحت، گذران تعطیلات، بازدید از نقاط دیدنی، انجام امور پزشکی، درمان و معالجه، تجارت، ورزش، زیارت، دیدار از خانواده، ماموریت و شرکت در کنفرانس ها، به کشوری غیر از کشور خود سفر می کند. مشروط به این که مدت اقامت از ۲۴ ساعت کمتر و از ۳ ماه بیشتر نبود، و کسب شغل و پیشه هم مدنظر نباشد.



# تعریف و مفهوم گردشگری

سازمان جهان گردشگری ، گردشگری را چنین تعریف می کند :  
(( گردشگری عبارت است از مجموعه کارهایی که یک فرد در سفر و در مکانی غیر از محیط عادی خود برای مدتی که کمتر از ۲۴ ساعت و بیشتر از یک سال نیست ، انجام می دهد، و هدف آن سرگرمی، تفریح، استراحت، ورزش، دیدار با اقوام و آشنایان، کسب و کار، ماموریت، شرکت در سمینار یا کنفرانس ، درمان، مطالعه، تحقیق، فعالیت های مذهبی و فعالیت هایی از این قبیل است )).

( ۱۹۹۹،Wto)

# تعریف و مفهوم گردشگری

اسمید گردشگری را شامل همه فعالیت هایی می داند که یک گردشگر در طول مدتی که وی به دلایل شخصی یا حرفه ای ، در جایی دور از مکانی که به طور معمول زندگی و کار می کند ، انجام می دهد.

به هر حال هرچند تلاش های زیاد دیگری برای تعریف گردشگری و تقسیم بندی گردشگران صورت گرفته، ولی به طور کلی می توان گردشگری را شامل همه فعالیت ها و اقداماتی دانست که در ارتباط با فرد گردشگر صورت می گیرد و نیز تمامی فعالیت هایی که یک گردشگر در هنگام مسافرت به مکانی خارج از محل سکونت خود انجام میدهد.

# تعریف و مفهوم گردشگری

هدف از این مسافرت می تواند موارد زیر باشد :

دیدار دوستان و آشنایان  
استفاده از فضا و چشم انداز های طبیعی،  
تجارت و انجام کار های شخصی،  
درمان (آب درمانی ، استفاده از آب و هوای سالم و ... )،  
زیارت و انجام امور مذهبی ، و تفریح و ورزش .

# تعریف و مفهوم گردشگری

مرور تعریف متعدد ارائه شده توسط صاحب نظران، نشان می دهد که دشواری های زیادی در ارائه تعریفی واحد از گردشگری وجود دارد. در واقع یک توافق عمومی و یا اجماع واحد در خصوص تعداد شب های اقامت، میزان مسافتی که یک فرد طی می کند و نوع فعالیت های که در طول مسافرت انجام می شود، وجود ندارد. درعین حال باید خاطر نشان کرد که تفاوت های ملیتی نیز سبب برداشت های متفاوت از مفهوم گردشگری شده است.

# تعریف و مفهوم گردشگری

در مجموع می توان گفت گردشگری یعنی حرکات مکانی موقت مردم به مکان ها و مقصد هایی غیر از مکان های معمول کار و سکونت آنها، فعالیت هایی که در مدت اقامت در این مقصد ها انجام می دهند و نیز تسهیلات ارائه شده برای تامین نیازهای آنها . براساس این تعریف کسانی که در طول مدتی کمتر از ۱۲ ماه با اهدافی چون تفریح ، استراحت، گذراندن تعطیلات، امور پزشکی و سلامتی، تحصیل ، ماموریت های مذهبی ، ورزش، تجارت و یا دیدار با خویشاوندان خود از مکان دائمی و یا مکان معمول اقامت خود ،به مکان دیگری مسافرت می کنند، گردشگر محسوب می شوند. با توجه به انگیزه های اصلی و فرعی مسافرت مکان یا مقصد مورد بازدید و اثرات و پیامدهای حاصل از آن بر محیط زیست و ابعاد اجتماعی – فرهنگی و اقتصادی جامعه محلی ، می توان گردشگری و گردشگران را به انواع و دسته های مختلف تفکیک و طبقه بندی کرد.

# تعریف و مفهوم گردشگری

در سال‌های اخیر گردشگری به عنوان صنعت بدون دود، منبع درآمد سرشار در تجارت جهانی و عنصر مهمی در بهبود و تنظیم موازنه بازرگانی و تراز پرداخت‌های بسیاری از کشورها شده است، این صنعت یک صنعت منحصر به فرد اقتصادی تلقی شده و طرفداران بسیاری دارد. رشد قابل توجه و چشمگیر گردشگری در پنجاه سال اخیر نشان دهنده اهمیت فراوان اقتصادی و اجتماعی این پدیده است. گردشگری در تولید ناخالص ملی نقش مهمی ایفا می‌کند، «تراز پرداخت‌ها، که نشان دهنده معاملات بین‌المللی هر کشور است، را متوازن می‌سازد. لوئیس ترنر (Termer) گردشگری را امیدبخش‌ترین و پیچیده‌ترین صنعتی می‌داند که جهان سوم با آن روبرو است و معتقد است گردشگری بیشترین قابلیت را برای جانشینی دیگر صنایع درآمدزا دارد.» توسعه گردشگری موجب رونق اقتصادی و کاهش فقر می‌شود همچنین تأثیر به‌سزایی در افزایش درآمد و کاهش بیکاری و در نتیجه بهبود کیفیت زندگی مردم و افزایش رفاه اجتماعی دارد. علاوه بر آن گردشگری عاملی است برای گفتگوی بین فرهنگی‌ها و تمدن‌ها و از نظر سیاسی نیز، روابط بین‌الملل و دول را متعادل‌تر و نزدیک‌تر می‌سازد. از لحاظ مذهبی نیز بسیاری از ادیان تأکید ویژه‌ای بر سیر و سفر در نقاط مختلف جهان به منظور کسب علم و دانش داشته‌اند.

# تعریف و مفهوم گردشگری

گردشگری در سطوح بالای اقتصادی و اجتماعی باعث شکوفایی استعدادها و ارتقای آموزشی در همه زمینه‌ها می‌شود.

کشورهایی که در صنعت گردشگری فعال می‌شوند میلیون‌ها گردشگر را جذب می‌نمایند، در کنار تولیدات انبوه صنعتی کم ارزش، در زمینه تولیدات هنری با کیفیت عالی به مقدار کم ولی با ارزش زیاد نیز موفق می‌گردند.



# تعریف و مفهوم گردشگری

از سوی دیگر به دلیل زیرساخت‌های تکنولوژیکی، فرهنگی، سیاسی، اجتماعی و اقتصادی ایجاد شده در قرن بیست و یکم پدیده گردشگری یک واقعیت اجتناب‌ناپذیر در رفتار و عمل انسان برای ارضای روح کنجکاو او خواهد بود. گردشگری به دلیل ماهیت و توانایی در جهت اقتصاد عصر پسا ساختاری، موجب تسریع در شکل‌گیری دهکده جهانی خواهد شد. گردشگری در روند رو به رشد خود حتی حکومت‌های غیردموکراتیک، سنتی و درونگرا را نیز مجبور خواهد کرد تسهیلاتی در کلیه زمینه‌ها برای توسعه آن ایجاد کنند.

# تعریف و مفهوم گردشگری

کشور ایران که دارای تواناییهای بالقوه عظیمی در زمینهای زیست محیطی، تاریخی، میراث فرهنگی و غیره است نمیتواند و نباید به دلیل مسائل سیاسی و نگرانیهای فرهنگی، اجتماعی خود را از این جریان اقتصادی دور نگه دارد و از سوی دیگر بازار بین المللی گردشگری نیز میتواند از جاذبههای ایران برای گردشگری چشمپوشی کند. در این مبحث به تحلیل انواع گردشگری و وضعیت موجود ایران می پردازیم

# انواع گردشگری

گردشگری انواع مختلفی دارد و شناخت انواع گردشگری برای برنامه‌ریزی در عرصه گردشگری اهمیت اساسی دارد. چرا که تقاضاها و خدمات مورد نیاز گردشگران مختلف یکسان نیست؛ برای مثال گردشگرانی که به قصد دیدار اقوام و دوستان مسافرت می‌کنند معمولاً به هتل و حتی رستوران بیرون از منزل نیاز ندارند، اما از سایر امکانات و تسهیلات استفاده می‌کنند. در مقابل، برای گردشگرانی که به قصد تجارت سفر می‌کنند، ممکن است امکاناتی همچون هتل و تسهیلات اقامتی اهمیت زیادی داشته باشد و از طرفی علاقه‌ای به بازارهای محل نداشته باشند. همچنین احتمال دارد گردشگر روستایی (rural tourist) هیچ تمایلی به خدمات شهری نداشته باشد و تمام مدت سفر خود را در روستا اقامت نماید. بر این اساس تاکنون صاحب‌نظران و سازمان‌های بین‌المللی با توجه به معیارهای مختلف، دسته‌بندی‌های متعددی از گردشگری، ارائه کرده‌اند برای مثال می‌توان به mass

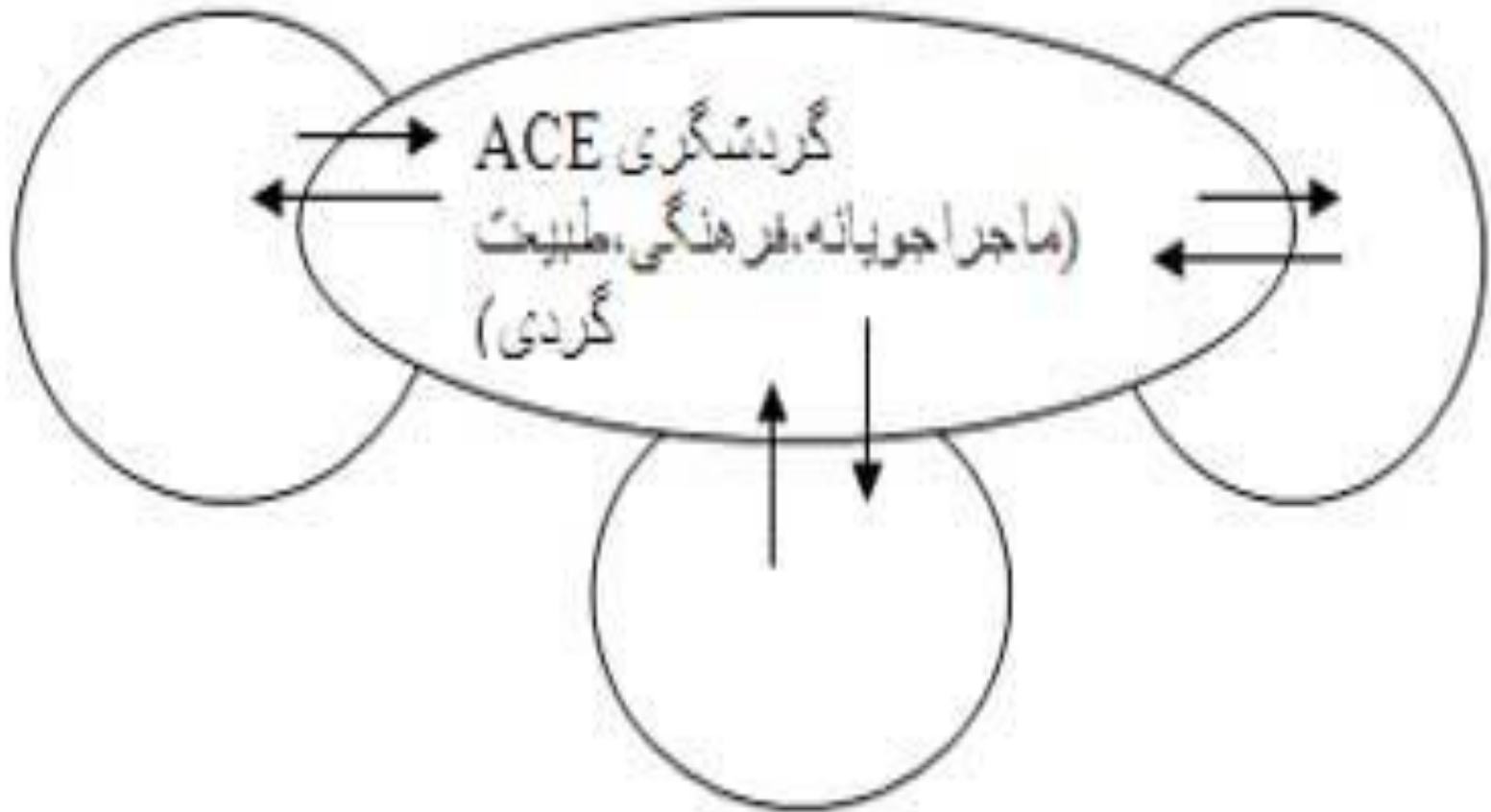
# انواع گردشگری

گردشگری انبوه عبارت است از گردشگری معمولی که در سطح گسترده در سراسر جهان وجود دارد. گردشگری جایگزین نوعی از گردشگری است که در واکنش به توسعه عنان گسیخته گردشگری انبوه در دهه‌های ۱۹۷۰ و ۱۹۸۰ مطرح شده و هدف آن به کارگیری شیوه‌های نوین در گردشگری به جای روش‌های مخرب گردشگری است. در یک تقسیم‌بندی دیگر، گردشگری به سه نوع فرهنگی، طبیعت‌گرایی و ماجراجویانه تقسیم شده است که به طور مختصر از آن به عنوان گردشگری ACE (Adventure Culture Ecotourism) یاد می‌شود.

# انواع گردشگری

طبیعت گردی

گردشگری فرهنگی



# گردشگری فرهنگی

گردشگری فرهنگی ، بخش مهمی از تقاضای جهانی گردشگری را تشکیل می‌دهد. طبق آمار سازمان جهانی گردشگری ۳۷ درصد گردشگری بین‌المللی با انگیزه فرهنگی انجام می‌شود و این تقاضا در حال افزایش است. رشد گردشگری فرهنگی و گردشگری میراث (heritage tourism) به عنوان عناصر گردشگری نوین، توجه سیاستگذاران و محققان را در سراسر دنیا به خود جلب کرده است. «گردشگری فرهنگی عبارت است از مسافرت افراد از محل سکونت خود به مکان‌هایی که جاذبه‌های فرهنگی دارند. این جا به جایی به قصد کسب اطلاعات و تجارت برای ارضای نیازهای فرهنگی گردشگران انجام می‌شود.»

# گردشگری فرهنگی

از جمله ویژگی‌های گردشگران فرهنگی می‌توان به سطح بالای تحصیلات آنان، بالا بردن میانگین سنی آنان و شاغل بودن آنان اشاره کرد. «گردشگری فرهنگی مایل به آشنایی با فرهنگ مناطق مختلف، خواهان کاوش در چشم‌اندازهای فرهنگی جوامع انسانی و درک آنها است، در این نوع گردشگری به جذابیت‌های فرهنگی توجه می‌شود. از قبیل موزه‌ها، نمایشگاه‌ها، ارکسترها، نمایشنامه‌ها، هنرهای دستی، معماری در ایران علاوه بر موارد فوق، آئین‌های سنتی نظیر تعزیه، مراسم چهارشنبه سوری، جشن‌های مذهبی زرتشتی و اسلامی، عزاداری‌ها مانند محرم و ... نیز از جذابیت‌های فرهنگی می‌تواند تعریف شود. در سال‌های اخیر از سوی مسئولان گردشگری ایران بارها درخصوص میزان اهمیت گردشگری فرهنگی و سهمی که ایران می‌تواند در این زمینه به دست آورد تأکید شده است و ایران در تلاش است در نبود امکانات و شرایط مناسب در دیگر انواع گردشگری، این نوع گردشگری را تبلیغ و رواج



# گردشگری فرهنگی ایران





# پرده خوانی : نمایش به جای مانده از دوره صفوی





# پرده خوانی : نمایش به جای مانده از دوره صفوی





# مراسم نخل گردانی یزد : آیین کهن عاشورا



# مراسم تاسوعا و عاشورای حسینی در ابیانہ





# گردشگری هنری

گردشگری هنری در پی شناخت هنرهای ملل دیگر و آگاهی از آنان است»  
ایرانیان از هزاران سال پیش در زمینه انواع هنرها مانند سفالگری ، معرق کاری ،  
اشیکاری ، قالیبافی ، نمد مالی ، نقاشی ، خوشنویسی ، مینیاتور و غیزه دارای ابداعات  
و آثار با ارزشی بوده اند که خوشبختانه بسیاری از آنها باقی مانده اند و از  
جاذبه های ایران برای گردشگران هستند.

# گردشگری هنری





# گردشگری هنری



# گردشگری هنری



# گردشگری تاریخی

این گونه از گردشگری که گردشگری میراث نیز نامیده می شود و به بازدید از موزه ها، مکان ها و ابنیه تاریخی می پردازد، امروزه بخش عمده ای از گردشگری را به خود اختصاص داده است. ایران به دلیل دارا بودن هزاران ابنیه با ارزش تاریخی (یک میلیون و دویست ) در این زمینه می تواند بسیار موفق باشد.



# گردشگری تاریخی



# گردشگری تاریخی





# گردشگری تاریخی





# گردشگری تفریح و تفرج

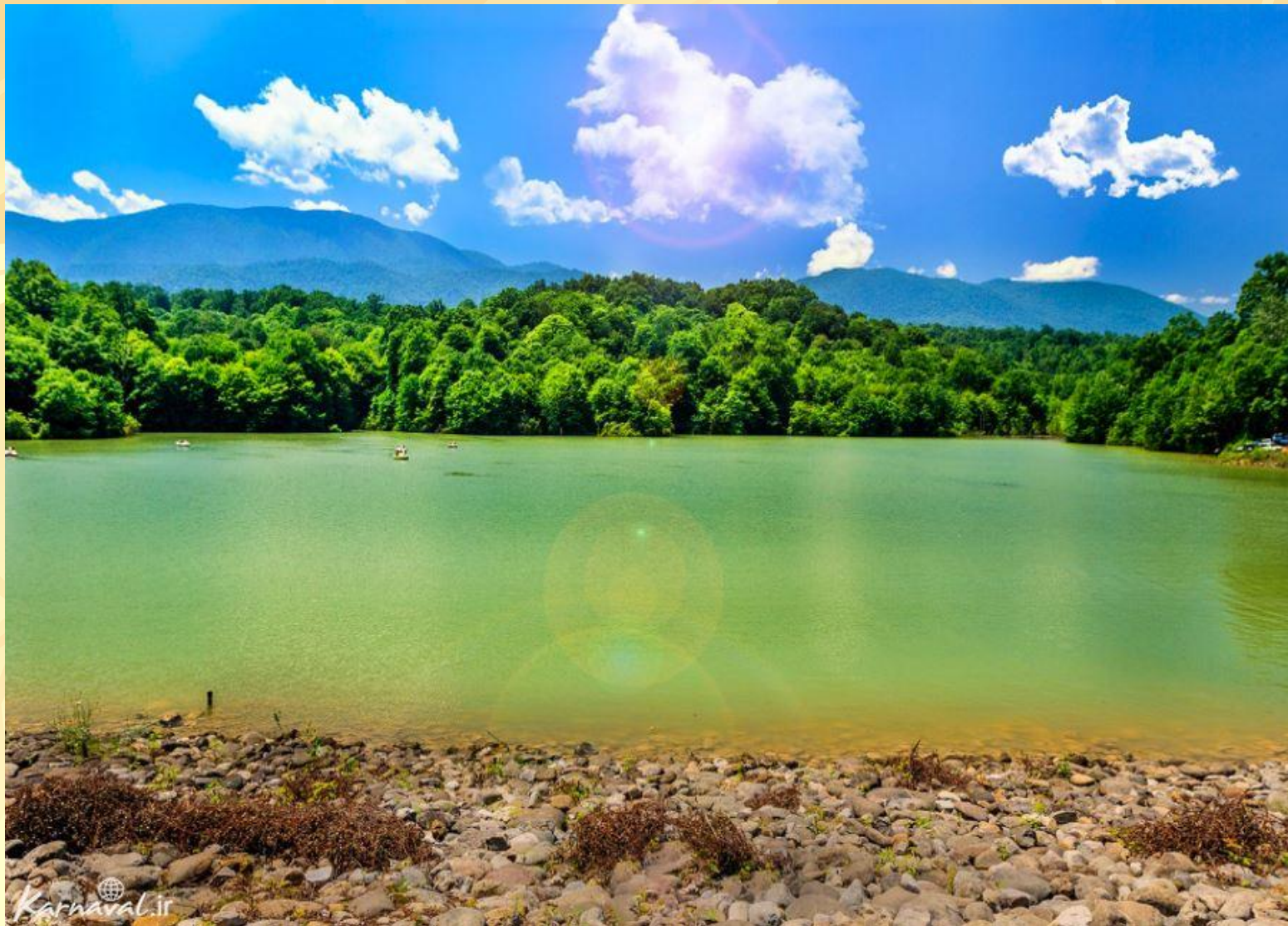
در صنعت گردشگری مسافرت برای تفریح در کانون توجه است. در کشورها یا مکان‌هایی که پذیرای گردشگرند، کسانی مسافر تفریحی محسوب می‌شوند که در مقصد به تفریح و تفرج می‌پردازند، از اماکن دیدنی بازدید می‌کنند، سوغات می‌خرند، عکس می‌گیرند و سرانجام اینکه برای دوره‌های کوتاه مدت در آن مکان‌ها اقامت می‌گزینند.

# گردشگری تفریح و تفرج





# گردشگری تفریح و تفرج



# گردشگری دریایی

گردشگری که از ساحل دور می شود و به وسط دریا و اقیانوس منوط می شود، و از دهه ۱۹۸۰ در حال گسترش است. سایر تفریحات دریایی، مثل غواصی، صیید، شکار و مشارکت در پژوهشها (به عنوان گردشگر) در حال گسترش می باشد.



# گردشگری دریایی



# گردشگری طبیعت گردی

گردشگری طبیعت نوعی توریسم طبیعی و پایدار است که با مشارکت گردانندگان بومی و بهره‌گیری از پتانسیل‌های بومی و طبیعی گردشگری میسر می‌شود. سازمان جهانی گردشگری؛ اکوتوریسم را اینگونه تعریف می‌کند: «نوعی از گردشگری که در آن مسافرت به مناطق طبیعی (که به نسبت بدون آسیب مانده) با اهداف مطالعاتی و بهره‌بصری از مناظر و رستنی‌های طبیعی و حیات وحش و با توجه به جنبه‌های فرهنگی هم در گذشته و هم در حال صورت می‌پذیرد».

گستره فضایی این الگو، محیط طبیعی مثل ساحل، جنگل، کوه، کویر، غار و نظیر اینها است. این الگوی فضایی از گردشگری در برگیرنده گونه‌های متفاوتی از گردشگری شامل گردشگری زیست محیطی، گردشگری دریایی، گردشگری ورزشی، گردشگری صید و شکار، جمع‌آوری گیاهان و حیوانات و نظیر اینها است. طبق برآورد انجمن گردشگری زیست محیطی، گردشگری طبیعت یا طبیعت گردی ۲۰ درصد و گردشگری زیست محیطی ۷ درصد بازار مسافرت جهانی را در اختیار داشته است. درآمد این نوع گردشگری اغلب جهت حفاظت از محیط و یا امور تحقیقاتی هزینه می‌شود و تنها تعداد کمی از کشورها نظیر کنیا بخشی از درآمدهای به دست آمده را صرف امور دیگری می‌نمایند. «گردشگری زیست محیطی، سرمایه و پول فراوانی را از نواحی مرکز به پیرامون می‌برد و بدین ترتیب عدالت اقتصادی پدید می‌آورد.» هر گونه برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری در حوزه اکوتوریسم باید واجد شرایطی باشد که در وهله اول موجب توسعه اقتصادی جوامع باشد و دیگر تضاد میان منابع مورد استفاده گردشگران و زندگی ساکنان بومی را به حداقل برساند و چگونگی توسعه گردشگری در این بخش نباید تعارضی با ویژگی‌های اجتماعی، زیست محیطی و فرهنگی جوامع محلی داشته باشد.

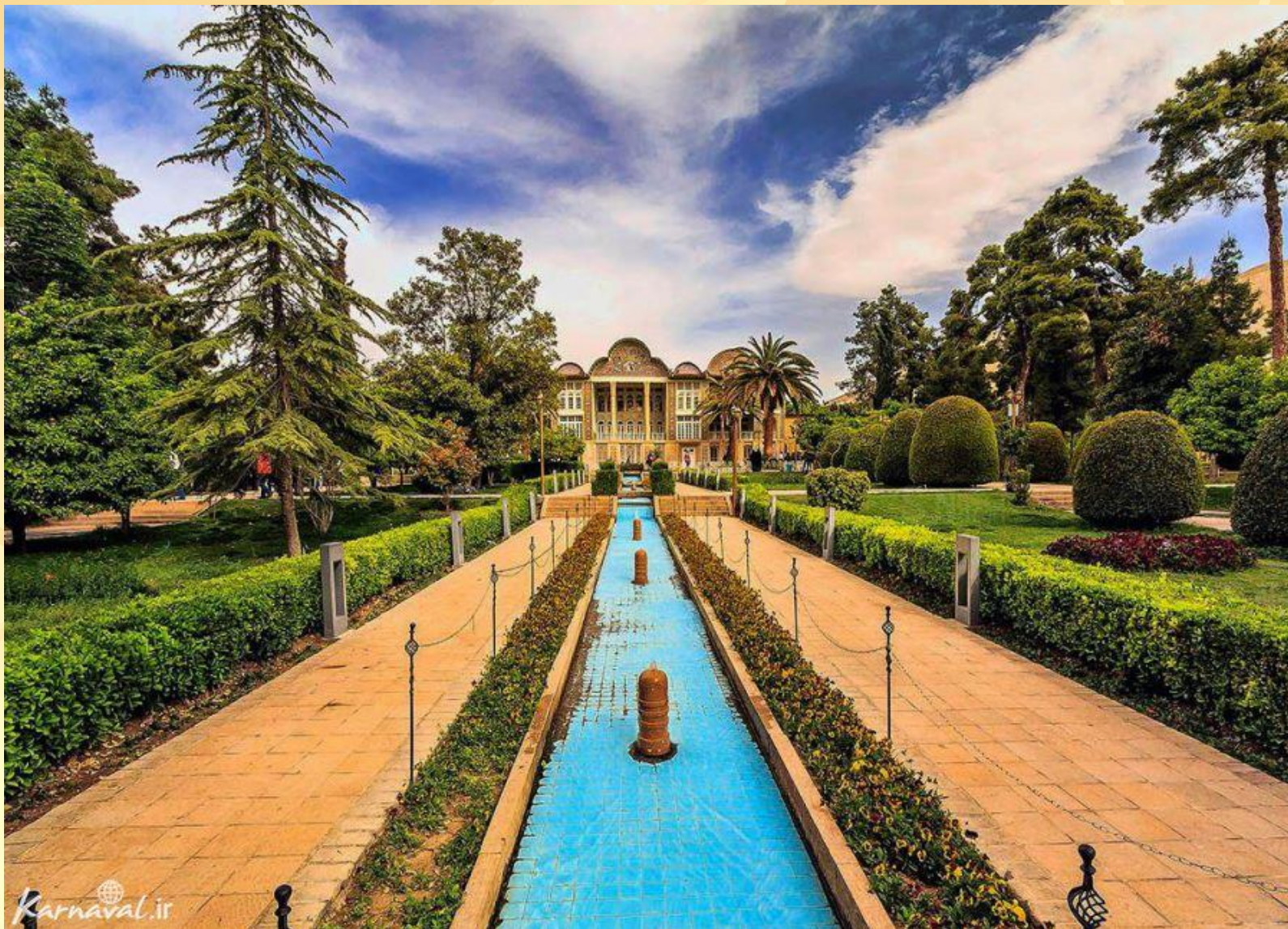


# گردشگری طبیعت گردی





# گردشگری طبیعت گردی





# گردشگری طبیعت گردی





# گردشگری طبیعت گردی



# گردشگری شهری

نواحی شهری به علت آنکه جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی بسیار دارند غالباً مقاصد گردشگری مهمی محسوب می‌شوند. شهرها معمولاً جاذبه‌های متنوع و بزرگی شامل موزه‌ها، بناهای یادبود، سالن‌های تئاتر، استادیوم‌های ورزشی، پارک‌ها، شهربازی، مراکز خرید، مناطقی با معماری تاریخی و مکان‌هایی مربوط به حوادث مهم یا افراد مشهور را دارا هستند که خود گردشگران بسیاری را جذب می‌کند. همراه با توسعه گردشگری در نواحی شهری، برای برآوردن نیازهای گردشگران، خدمات حمایتی بیشتری نظیر رستوران و محل اقامت ساخته می‌شود، البته بازدید کنندگانی که از خارج شهر می‌آیند تنها کسانی نیستند که از این امکانات استفاده می‌کنند و خود مردم شهر هم از زیرساخت‌ها بهره‌مند می‌شوند.» در این ارتباط می‌توان به شهرهایی همچون پاریس، لندن، نیویورک اشاره کرد که در درون خود جاذبه‌های بسیاری را جای داده‌اند. تهران، اصفهان، تبریز، مشهد، شیراز در بین شهرهای ایران دارای امکانات، جاذبه‌ها و زیبایی‌های بیشتری می‌باشند و هر ساله میلیون‌ها مسافر را برای بازدید از دیدنی‌های این شهرها به سوی خود می‌کشاند.



# گردشگری طبیعت گردی





# گردشگری روستایی

در گردشگری روستایی منابع فرهنگی، طبیعی و تاریخی نواحی روستایی به عنوان کالای فرهنگی گردشگری قابل عرضه‌اند. گردشگری روستایی موجب رشد اقتصادی، ایجاد تنوع و ثبات در اشتغال، پویایی تجارت و صنایع، گسترش فرصت‌هایی برای رشد درآمد به صورت فعالیت‌های چندگانه، ایجاد بازارهای جدید برای محصولات کشاورزی و گسترش مبنای یک اقتصاد منطقه‌ای می‌شود. یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های اقتصاد گردشگری روستایی رغبت‌بخش خصوصی و سرمایه‌گذاری به علت کوچک بودن و تنوع و ساده بودن طرح‌ها است.» در سال‌های اخیر با توجه به گسترش زندگی شهرنشینی و ماشینی، بسیاری از مردم تمایل دارند به محیط‌های آرام با زندگی سنتی سفر کنند، در واقع این نوع گردشگری شباهتی هم به گردشگری بومی دارد علی‌الخصوص در اروپا و آمریکای شمالی مردم به این نوع گردشگری تمایل دارند. مردم به نواحی کشاورزی، دامداری می‌روند و مدتی را در آنجا اقامت می‌کنند و از نزدیک شاهد نحوه زندگی روستایی هستند. در ایران اگر شرایط و امکانات آن فراهم شود گردشگری روستایی می‌تواند از جمله موارد مهم درآمدزای جهانگردی به حساب آید. ایران دارای روستاهای

# گردشگری روستایی



# گردشگری قومی و عشایری

این نوع گردشگری به منظور مشاهده سبک زندگی افراد بومی و اقوام انجام می‌شود. هدف گردشگری قومی شناخت اقوام مختلف و شرکت در تجربه‌های آنها است. تماشای مراسم سنتی، جشن‌ها، آئین‌ها از جمله جذابیت‌های این نوع گردشگری است و برخی نیز جهت درک بهتری از موقعیت خود و یا دنیای معاصر به این گونه سفرها روی می‌آورند. در ایران به دلیل وجود اقوام مختلف لر، کرد، ترک، بلوچ، عرب، ترکمن و خصوصیات که هر کدام از آنها دارند واجد جذابیت‌های فراوانی برای هر ناظر و گردشگر بیرونی است. بسیاری از گردشگران علاقه دارند تا از نزدیک به تماشای زندگی سنتی و قومی بپردازند.



# گردشگری قومی و عشایری

گردشگری عشایری قابلیت اقتصاد سرمایه‌داری را در تعریف فضایی مناطق عشایری و ادغام آنها را در چرخه مصرف نشان می‌دهد ولی آنچه می‌تواند با اهمیت باشد شناخت این گونه گردشگری و تجزیه و تحلیل فضای آن برپایه سودمندی، رفاه و پایداری برای رسیدن به توسعه مفید است. توسعه خدمات گردشگری عشایری دارای آثار مثبت و منفی و چالش‌هایی است که با برنامه‌ریزی کار فرهنگی می‌توان از آثار منفی و چالش‌ها کاست و بر محاسن آن افزود.» ایران در این زمینه به طرز چشمگیری غنی است و می‌تواند موفق به جذب هزاران گردشگر، محقق و انسان‌شناس از سراسر جهان شود.

# گردشگری قومی و عشایری



Karavani II



# گردشگری قومی و عشایری





# گردشگری قومی و عشایری



# گردشگری مذهبی

در این نوع گردشگری افرادی را شامل می‌شود که به منظور دیدار از اماکن مقدس یا انجام دادن امور مذهبی مسافرت می‌کنند. میلیون‌ها مسلمان به عربستان سفر می‌کنند، مسیحیان به واتیکان یا کلیساهای مقدس، بوداییان به بنارس و برهمنیان به لهاسا سفر می‌کنند و... شاید بتوان گفت در ایران این نوع گردشگری بیشترین تعداد را به خود اختصاص داده است. سالانه ۱۵ میلیون نفر از ایرانیان تنها به شهر مشهد سفر می‌کنند.

# گردشگری ورزشی

شمار زیادی از میهمانان کشورهای مختلف اشخاصی اند که با قصد ورزش و تمرین یا شرکت در مسابقات ورزشی، تماشای مسابقه تیم‌ها یا بازیکنان مورد علاقه‌شان، یا گذراندن اردوهای ورزشی به سفر رفته‌اند. ورزش برای عده‌ای از مسافران جنبه تفریحی و تفننی دارد. مثل کسانی که به دلیل علاقه به موجسواری، قایقرانی، کوهنوردی و اسکی بازی و یا تماشای مسابقات ورزشی به کشوری سفر می‌کنند و برای عده‌ای جنبه حرفه‌ای دارد. مثل تیم‌ها یا بازیکنانی که برای برگزاری یک مسابقه ورزشی یا گذراندن اردوی تمرینی عازم کشورهای دیگر می‌شوند. گردشگران ورزشی علاوه بر ورزش اقدام به بازدید از اماکن دیگر و یا احیاناً خرید نیز می‌نمایند.



# گردشگری سلامت

گروهی از مسافران برای استفاده از خدمات پزشکی به مکان‌هایی که تسهیلات درمانی مورد نظرشان وجود داشته باشد، سفر می‌کنند، بنابراین چنین سفری شامل فعالیت‌های گوناگونی می‌شود که با هدف تأمین بهداشت و سلامت فرد یا گردشگر انجام می‌شود مانند مراقبت بهداشتی و گذراندن دوره نقاهت و بازپروری. گردشگری سلامت (Health tourism) یک مفهوم جدید است. در گردشگری بهداشتی (معالجه، سلامت) معمولاً جریان جابجایی از پیرامون به مرکز است چرا که امکانات ویژه پزشکی و بهداشتی را می‌طلبد که اغلب در کشورهای پیشرفته موجود است.

# گردشگری سلامت

در سال‌های اخیر آمریکا، آلمان، سوئیس، اسرائیل، مالزی همواره از کشورهای بوده‌اند که بیماران زیادی به منظور درمان به این کشورها سفر کرده‌اند. البته گاهی جهت درمان نیازمند یک محیط آرام، پاکیزه و زیبا است که چه بسا جریان سفر از مرکز به پیرامون باشد. بالا رفتن سطح دانش مردم دنیا و توجه بیشتر به بهداشت و سلامت موجب افزایش جذابیت این گونه سفرها شده است. «امروزه این نوع توریسم در کشورهای همچون یونان، کروات، صربستان و ... بسیار مورد توجه بوده و رواج دارد. مردم برای درمان بیماری‌های تنفسی، استخوان درد، پوکی استخوان، بیماری‌های کلیدی، حساسیت و دیگر مشکلات سلامتی تمایل دارند به چنین مناطقی مراجعه نمایند. در سال‌های اخیر در کنار تأکید بر گسترش گردشگری فرهنگی در ایران، به این نوع گردشگری نیز در قالب سخنرانی مسئولان مربوطه و نیز برگزاری سمینارهایی در این زمینه تأکید ویژه شده است و متولیان امر معتقدند ایران به دلیل برخورداری از طبیعت متنوع، آرام و بکر می‌تواند سهم بیشتری از گردشگرانی که با قصد معالجه و تقویت سلامتی سفر می‌کنند را به خود اختصاص دهد. در ایران مکان‌های زیادی وجود دارد که گردشگران جهت به دست آوردن آرامش، درمان نارسایی‌های پوستی به آنجا مراجعه می‌کنند نظیر؛ کوهستان‌ها، دریاچه‌هایی همچون ارومیه، چشمه‌های آب گرم معدنی نظیر سرعین، لاریجان دارای توانایی‌های بالقوه‌ای در این زمینه است اما با توجه به شرایط

# گردشگری فضا

نوع دیگری از گردشگری مسافرت به فضا است که در سال‌های اخیر آغاز شده است و تاکنون تعدادی از افراد با هزینه خودشان از طریق سایت‌هایی در آمریکا و روسیه به فضا رفته‌اند و مدتی را در آنجا به همراه فضانوردان حضور داشته‌اند. یکی از این گردشگران بانام انوشه انصاری که ایرانی است به عنوان اولین گردشگر زن تاریخ مدتی را در فضا گذراند. به نظر می‌رسد با توجه به اینکه این گردشگران هزینه‌های گزافی را می‌پردازند و این خود می‌تواند به عنوان حمایت مالی گسترش تحقیقات فضایی مؤثر باشد، در سال‌های آتی رشد شتابنده گیرد.



# گردشگری الکترونیکی

عصر جدید، را برخی عصر الکترونیک نام نهاده‌اند. گسترش و رواج امکانات و وسایل الکترونیکی نظیر تلویزیون‌ها، ماهواره و اینترنت، موجب شده است تا مردم هر چه بیشتر و به راحتی با دیگر نقاط دنیا ارتباط برقرار کنند و همچنین دیگر نقاط را مورد شناسایی قرار دهند. تقریباً تمامی شرکت‌های گردشگری، هواپیمایی‌ها، آژانس‌های مسافرتی، اماکن تفریحی، تاریخی و ... در نقاط مختلف دنیا، دارای وب سایت، پست الکترونیک و برخی از آنها دارای شبکه‌های تلویزیونی، ماهواره‌ای می‌باشند و بدین طریق خود را به مردم مناطق مختلف دنیا معرفی می‌نمایند. در ایران نیز همچون سایر نقاط سعی شده است از طریق اینترنت جاذبه‌ها معرفی شوند ولی هنوز در حد مناسب و کافی نیست و هنوز بسیاری از علاقمندان اطلاعات مورد نیاز خود را نمی‌توانند از طریق اینترنت به دست آورند

# گردشگری مجازی

گردشگری مجازی (e-tourism) مقوله جالبی است که حداکثر دو دهه از پدید آمدن آن نمی گذرد. گردشگری مجازی ، حضور در سرزمین دیجیتالی وب ، و مشاهده داده های صوتی ، متنی و تصویری از دنیای فیزیکی پیرامون ما است . دور دنیا که در نوشته ژول ورن ، نویسنده شهیر فرانسوی ، در هشتاد روز امکان پذیر شد ، امروز با ابر متن های اینترنتی ، با یک کلیک امکان پذیر است. دور دنیا با یک کلیک ، آرزویی بود که امروزه از مرحله آرزو به حقیقتی غیر قابل انکار مبدل شده است . با استفاده از سایت های کاخ موزه ها ، اماکن باستانی جهان می توان به دنیایی اطلاعات متنی و تصویری از نمادهای تاریخ باستان دست یافت. برخی از پایگاه های دولتی در اینترنت ، امروزه سیستم های دوربین شهری خود را به سرزمین دیجیتال نیز پیوند داده اند. با این دوربین ها می توانید شهرهای مختلف را به صورت زنده مشاهده کرده و حتی از آن ها عکس یادگاری بگیرید . شهرداری تهران و حتی سایت مرکز کنترل ترافیک استان تهران ، چنین سرویسی را در دسترس علاقمندان قرار داده است. اما این که چرا مجموعه ارزشمند پاسارگاد یا بیستون یا سعدآباد تهران ، از چنین سایت های مالتی مدیا بی بهره است ، پاسخی برای آن نیافتیم؟! خیلی از علاقمندان به بازدید از موزه های بزرگ جهان ، از هر میثاژ مسکو تا لوور پاریس ، از تارنماهای اینترنتی ان ها برای مشاهده اطلاعات استفاده می کنند . حتی ، رزرو بلیط هواپیما ، هتل ، مسابقات بین المللی ورزشی و جشنواره های فرهنگی هنری جهانی ، امروز با رفتارهای سازمانی الکترونیکی همراه شده است . میلیون ها کاربر از سراسر جهان ، به دنبال برگزاری تابستانی مسابقات جام جهان در شهرهای آلمان ، امروزه از سایت های دولتی و غیر دولتی گردشگری این کشور استفاده می کنند.

# گردشگری مجازی

این مسئله ، نقش قابل توجهی در آشنایی با فرهنگ و دانش و پتانسیل تجاری و سیاسی و علمی دولت فدرال آلمان داشته است . وقتی کانال ARD DAS ERSTE آلمان ، پخش مستقیم مراسم قرعه کشی جام جهانی ۲۰۰۶ آلمان را پخش نمود ، بیش از ۲ میلیارد بیننده از سراسر جهان و صدها میلیون کاربر اینترنت ، این مراسم را نظاره گر بودند. این مسئله ای بود که تاثیر زیادی بر روی ارتقای سطح حداکثری علاقمندی برای سفر به کشور آلمان ایجاد نمود. بهر حال ، با ارتقای سیستم های اطلاع رسانی و ارتباطی دولتی در اینترنت و گسترش دولت الکترونیک (E-GOVERNMENT) بر روی سرزمین دیجیتال ، می توان به توسعه توریسم اینترنتی و استفاده از میلیون ها دلار فواید آن امیدوار بود .



# گردشگری بیابانی

گردشگری بیابانی برای آن دسته از گردشگران که علاقه به سفر به نواحی خشک و گرمسیر را دارند و یا رویای سفر بر کوهان شتر را در سر می‌پرورانند و یا قصد تحقیق در مورد خاک، موجودات زنده و آب و هوای نواحی بیابانی را دارند اهمیت دارد. ایران با دریا بودن ۲ صحرای بزرگ لوت و دشت کویر از این لحاظ نیز برای گردشگری جاذب است اما عملاً اقدام مناسبی از سوی متولیان گردشگری ایران در این خصوص صورت نگرفته است، بسیاری از خارجیان را عقیده بر این است که ایران کشوری بیابانی است اما هیچ اطلاعی از این بیابان ندارند.

# گردشگری آموزشی و علمی و گردهمایی

این نوع گردشگری‌ها به منظور تحقیقات یا شرکت در همایش‌های علمی است. در ایران سالانه هزاران سمینار و دوره آموزشی برگزار می‌شود اما تنها تعداد کمی از آنها در سطح بین‌المللی است و از این نظر تعداد اندکی از جهانگردان و یا محققان را به خود جلب می‌کند. علاوه بر آن به دلیل وجود رویکردهای ایدئولوژیکی در دانشگاه‌های ایران و نیز فاصله علمی، تحقیقاتی آن با کشورهای پیشرفته و شرایط خاص اجتماعی، تعداد دانشجویان خارجی در ایران رقم بسیار ناچیزی را تشکیل می‌دهد.

# گردشگری کاری

مقصود از این نوع گردشگری تفریح یا استراحت نیست بلکه انجام بخشی از کارتوام با مسافرت است. از مشخصات بارز این گردشگری شرکت در کنفرانسها ، گردهماییها، سمینارهای علمی، تحقیقاتی و تخصصی است.



# عوامل موثر بر گردشگری

عوامل بیشماری در توسعه گردشگری نقش دارند .

ارتباط و تعامل بین آنها , توسعه گردشگری را شکل می دهد . سه عامل اصلی در توسعه گردشگری عبارتند از : گردشگران , مردم منطقه و ویژگی های مقصد . به عبارت دیگر , مهمانان , میزبانان و جاذبه ها سه عامل اصلی در توسعه گردشگری اند .

# عوامل موثر بر گردشگری

ترایب ( Tribe ) عوامل موثر در ساختار گردشگری و چرخه آن را به شرح زیر بیان می دارد :

۱- سرمایه و عوامل اقتصادی

۲- عوامل اینولوژیک ، سیاسی و روابط بین المللی

۳- عوامل اجتماعی ، فرهنگی و دینی

۴- زیر ساخت های امنیتی و انتظامی

۵- عوامل طبیعی

۶- مجموعه میراث فرهنگی

۷- سابقه تاریخی

۸- زیرساخت های توسعه ای

۹- آموزش

۱۰- فناوری

سه بعد اصلی گردشگری عبارتند از : سرمایه ، مدیریت و فناوری و دو رکن فرعی ، عوامل طبیعی و مجموعه میراث فرهنگی است .

# عوامل موثر بر گردشگری

در میان عوامل شکل دهنده ، تشکیلات و ساختار گردشگری و وجود سرمایه از بنیان های ضروری است فناوری مناسب به عنوان یک زیرساخت ، جریان گردشگری را متحول می کند .

سرمایه عامل تاثیر گذار در روند ممتد گردشگری در پارامترهای سیاسی ، اقتصادی ، اجتماعی و فرهنگی است . برپایه این عوامل ، گردشگری پیرامون ساختار خود شکل می گیرد و از ابعاد مختلفی تحلیل می شود .

افزایش ورود گردشگران خارجی به کشور با تجهیز و گسترش برخی از امکانات رابطه مستقیمی دارد . گسترش امکانات رفاهی و زیربنایی ، بهبود بهداشت ، بهبود خطوط ارتباطی از جمله فعالیت هایی است که به بهبود وضعیت گردشگری کمک می کند . در یک نگاه کلی ، برخی از عوامل

موثر بر توسعه صنعت توریسم و گردشگری عبارتند از : وجود امکانات رفاهی و اقامتی مناسب ، امنیت کافی برای گردشگران ، وجود جاده های وسیع و استاندارد بودن آن ، وجود خدمات بهداشتی در مراکز اقامتی و بین جاده ای ، وجود قوانین مناسب برای ورود و خروج گردشگران ، تبلیغات

نمایندگی های گردشگری ، خدمات پس از خرید ، کیفیت خدمات ، تبلیغات



# آثار و کارکردهای گردشگری

گسترش گردشگری را نه تنها باید موجب رونق اقتصادی ، بلکه باید موجب گسترش روابط بین المللی ، همزیستی مسالمت آمیز ، استحکام دوستی ها و گسترش صلح و امنیت جهانی دانست .

به علاوه ، گردشگری در سطح بالای اقتصادی و اجتماعی آن باعث شکوفا شدن ذوق و استعداد و ارتقای آموزش در همه ی زمینه ها می شود .

گردشگری در زمینه اقتصادی ، علاوه بر جنبه های مختلف ، کسب ارز خارجی ، انتقال بخشی از قدرت خرید اتباع سایر کشورها به کشور جذب کننده گردشگر است .

گردشگری منجر به افزایش تحرک در تولید و توزیع ، ایجاد مشاغل و خدمات گوناگون و کمک به سرعت گردش پول می شود .

# آثار و کارکردهای گردشگری

به طور خلاصه ، بخشی از کارکردهای صنعت گردشگری عبارتند از :

۱ - گردشگری عامل نیروی موثر در کاهش فقر ، اشتغال زایی و برقراری عدالت اجتماعی است .

۲- توسعه گردشگری بخشی از اعتبارات لازم را برای بهبود بخشیدن به خدمات و تسهیلات جوامع محلی تامین می کند .

۳- اگر منافع گردشگری در سطح جوامع و مناطق یک کشور به درستی توزیع شود ، سطح زندگی مردم را بهبود می بخشد .

۴ - توسعه گردشگری موجب شتاب گرفتن شهرنشینی در مفهوم مثبت آن و توسعه روستایی و جلوگیری از سیل مهاجرت روستاییان به سمت شهرها و مراکز صنعتی میگردد .

۵ - گردشگری ، موجب گسترش یکپارچگی ، انسجام و همگرایی اجتماعی - فرهنگی ( به ویژه در سطح کشور ) و تقویت وحدت و وفاق می گردد .

# مزایا و آثار مثبت گردشگری

مزایای اقتصادی گردشگری را می توان به دو دسته مزایای مستقیم و غیر مستقیم تقسیم نمود :

الف ) مزایای مستقیم

مزایای مستقیم صنعت گردشگری عبارتند از :

ایجاد فرصت های شغلی جدید

ارز آوری

ارتقای سطح زندگی مردم

فروش خدمات و کسب درآمد

تحرك اقتصادی

استخدام نیروهای جوان

کاهش میزان مهاجرت

اصلاح وضعیت عمومی منطقه



# مزایا و آثار مثبت گردشگری

ب ( مزایای غیر مستقیم  
مزایای غیر مستقیم صنعت گردشگری  
عبارتند از :

رونق فعالیت های ساختمانی

رونق صنایع دستی

رونق کشاورزی

رونق باغداری

رونق ماهیگیری

رونق خدمات و کالای مصرفی

توسعه و بهبود تجهیزات زیربنایی (

جاده ها , خطوط ارتباطی و سیستم

های حمل و نقل )

# مزایا و آثار مثبت گردشگری

از دیگر آثار و کارکردهای مثبت صنعت گردشگری عبارتند از :

حفاظت از جاذبه های طبیعی  
حفاظت از آثار و ابنیه تاریخی  
بهبودی محیط

توسعه تجهیزات و خدمات زیربنایی

حفظ اشاعه هنرهای سنتی آداب و رسوم باستانی

تبادل فرهنگی

حفظ ثبات اقتصادی در سطح کلان

دستیابی به رشد اقتصادی

کاهش نرخ بیکاری

حفظ ثبات پول رایج کشور

تامین بخشی از بودجه لازم برای توانا ساختن بخش

# مزایا و آثار مثبت گردشگری

- توسعه صنایع دستی
- افزایش صادرات
- شناخت و معرفی بیشتر امکانات کشور
- امکان بیشتر سرمایه گذاری خارجی
- افزایش سرمایه گذاری داخلی
- توسعه ناوگان حمل و نقل هوایی ، زمینی و دریایی
- بهره برداری بهینه از تجهیزات و تاسیسات کشور
- گسترش مبادلات و همکاری های بین المللی



# پیامدهای منفی صنعت گردشگری

صنعت گردشگری و توریسم به خودی خود مخرب و آسیب زا نیست . آثار منفی و پیامدهای گردشگری ناشی از مدیریت غیر کارا و عدم استفاده بهینه از علوم , تکنولوژی , پتانسیل ها و منابع انسانی است .  
عمده ترین تاثیرات و پیامدهای منفی آن عبارتند از :

- افزایش سطح قیمت کالاها و خدمات

- تغییر الگوی فرهنگ و زندگی

- تخریب ساخت سنتی منطقه

- فرسایش و آلودگی محیط زیست

# پیامدهای منفی صنعت گردشگری

- آسیب دیدگی ابنیه و آثار تاریخی
- بهم ریختگی طرح های ستفاده از زمین
- شیوع بیماریهای مسری
- ایجاد نابرابری اقتصادی
- استحاله فرهنگی

# موانع و چالش های توسعه صنعت گردشگری

موانع و نارسایی ها و چالش های صنعت گردشگری در ایران را می توان بر چند دسته مهم طبقه بندی نمود:

الف) موانع و نارسایی های اقتصادی و برخی از این موانع عبارتند از:

- عدم حمایت از سرمایه گذاری در صنعت توریسم (دولتی و خصوصی)

- سیاست های نامناسب اقتصادی

- سیاست های نامناسب اقتصادی

- افزایش نرخ مالیات، عوارض، بیمه و غیره در بخش گردشگری

- عدم حمایت کافی از بخش خصوصی و تشویق به سرمایه گذاری در بخش گردشگری



# موانع و چالش های توسعه صنعت گردشگری

ب ( موانع اجتماعی , اهم آن عبارتند از :

- پایین بودن سطح آگاهی جامعه در مورد گردشگری و جاذبه های توریستی کشور
- کمبود امکانات رفاهی , بهداشتی و پزشکی
- نبود برنامه ریزی مناسب به منظور پر کردن اوقات فراغت گردشگران
- مشکلات حمل و نقل و هواپیمایی

# موانع و چالش های توسعه صنعت گردشگری

پ ( موانع مدیریتی و سازمانی ، که اهم آن عبارتند از :  
ضعف مدیریت و برنامه ریزی در جذب گردشگری و  
جهانگرد

فقدان برنامه اصولی ، جامع و مطالعات پایه ای برای  
توسعه گردشگری

ابهام در جایگاه صنعت گردشگری در چرخه توسعه  
کمبود نیروی انسانی کارآموده و متخصص امور  
گردشگری و جهانگردی

# موانع و چالش های توسعه صنعت گردشگری

ت ( موانع آموزشی و تحقیقاتی ، که بخشی از آن عبارتند از :

- فقدان آموزش مستمر و متناوب جهت تربیت کادر فنی ، اجرایی و آموزشی

ه ( نارسایی امکانات و خدمات رفاهی ، که اهم آن عبارتند از :

- ناکافی بودن سیستم رفاهی ، خدماتی و اقامتی در بخش صنعت گردشگری



# نتیجه گیری و پیشنهادات

پیشنهادات و راهکارهای ذیل در ایجاد گردشگری و توریسم پایدار در ایران توصیه می شود :

پذیرش گردشگری و جهانگردی به مثابه صنعت توسعه ای  
تدوین برنامه جامع توسعه صنعت گردشگری  
توجه اصولی به زیرساخت ها و امکانات لازم برای توسعه گردشگری  
تبلیغ جاذبه های گردشگری کشور  
تربیت کادر تخصصی و ارائه آموزش های لازم به نیروهای مربوطه  
استفاده از کویر در صنعت گردشگری  
استفاده از توان محیطی مناطق سردسیر  
استفاده از بافت های قدیمی و باستانی شهرهای تاریخی  
ایجاد نمایشگاههای ایرانگردی و معرفی توانمندی پتانسیل و منابع گردشگری  
بهبود خدمات رسانی بین راهی  
ایجاد واحدهای اطلاع رسانی جهانگردی در شهرها  
گسترش تورهای دسته جمعی و گروهی  
اعمال مدیریت نوین کنترلی و نظارت بر امور و فعالیت های گردشگری