

# نگاهی به انواع گردشگری از توریسم تا گردشگری

◀ دکتر جلال نصیریان

۲. گردشگری یعنی فعالیتهای یاد شده در داخل کشور خود (مثلاً در ایران). فاعلان این نوع فعالیتها را گردشگر می‌نامیم.  
اما واژه توریسم چه به مفهوم جهانگردی باشد یا گردشگری، با صنعت توریسم (Tourism Industry) متفاوت است.

صنعت توریسم عبارت است از کسب و کاری که طی آن سازمانها، نهادها، شرکتها، چه دولتی و چه عمومی و یا خصوصی امکانات و تسهیلات لازم را جهت خدمات مربوط برای ارائه به توریستها مهیا می‌سازد. فاعلیت یا عاملیت این فراهم سازی را بخشهای مرتبط با صنعت جهانگردی به شرح زیر انجام می‌دهند.  
بخشهای مرتبط با صنعت در ۵ گروه متمرکزند.

- الف- بخش ترابری و حمل و نقل (Transportation Sector) شامل:
۱. شرکت‌های ترابری هوایی اعم از برنامه‌ریزی شده و یا چارتر (Airline Companies)
  ۲. شرکت‌های حمل و نقل ریلی (Railway Companies)
  ۳. شرکت‌های حمل و نقل جاده‌ای (Coach/bus Companies)
  ۴. شرکت‌های حمل و نقل دریایی (مسافری-تفریحی) (Shipping Companies)
  ۵. شرکت‌های کرایه اتومبیل (Car Rental Companies)

از واژه توریسم در چند دهه اخیر تعاریف مختلفی شده است که هر کدام بار معنایی خاصی را با خود داشته تا اینکه در سال ۱۹۹۱ سازمان جهانی جهانگردی وابسته به سازمان ملل متحد در نشست خود در اتاوا کانادا برای پرهیز از تشتت تعاریف، به تعریف معیار به شرح زیر دست پیدا کرد.

توریسم به مجموعه فعالیتهای افرادی که به هنگام مسافرت به مکان خارج از محیط زندگی معمولی خود انجام می‌دهند گفته می‌شود.  
طول مسافرت نباید کمتر از ۲۴ ساعت و نه بیشتر از ۱۲ ماه متوالی بوده و هدف از آن تفریح، تجارت و دیگر اهداف او باشد. در این مسافرت جهانگرد نمی‌تواند درآمد ناشی از اشتغال داشته باشد. فاعلیت در زمینه توریسم را توریست انجام می‌دهد.  
در فرهنگستان زبان و ادب فارسی برای کلمه توریسم دو واژه فارسی گنجانده شده است:

۱. جهانگردی: یعنی فعالیتهای یاد شده که در خارج از مرزهای رسمی کشور توسط توریست انجام می‌شود. مثلاً ایرانیانی که به خارج از ایران به مسافرت می‌روند و یا خارجیانی که فعالیتهای مزبور را در داخل ایران انجام می‌دهند. فاعلان این نوع فعالیتها را جهانگرد می‌نامیم.

- ۳. کارگزارهای مسافرتی (آژانس‌های خرده فروش) Retail Travel Agencies
- ۴. همایش سازان Conference Organizers
- ۵. کارگزارهای ذخیره گر Booking Agencies
- ۶. سفرسازان انگیزشی Incentive Travel Organizers

د- بخش سازمان‌های بازاریابی و مدیریت مقصد شامل:

- DMO: Destination Marketing & Management Organizations
- سازمان ملی جهانگردی / گردشگری NTOs
- مدیریت‌های ملی جهانگردی / گردشگری NTAs
- هیات‌های ملی جهانگردی / گردشگری NTBs
- ادارات جهانگردی / گردشگری منطقه‌ای / استانی Regional/ State Tourist Bureau
- ادارات جهانگردی محلی Local Tourist Bureau
- انجمن‌ها و جامعه‌ها، اتحادیه‌ها و سازمان‌های غیردولتی مرتبط با صنعت جهانگردی / گردشگری
- Tourist Associations, Societies, Sendicates & NGOs

ه- بخش جاذبه‌ها:

جاذبه‌ها اساساً به دو گروه کلی تقسیم می‌شوند:

۱. جاذبه‌های طبیعی یعنی جاذبه‌هایی که دست انسان در خلق آنها نقشی نداشته است مانند:
  - منظر طبیعی اعم از دریایی و زمینی، پارک‌های ملی، حیات وحش، کوهستان‌ها، سواحل و جزایر، آبشارها، آب‌فشان‌ها، گل‌فشان‌ها، غارها، سازندهای غیرمعمولی زمین‌شناسی، تنوع آب و هوایی و ...
۲. جاذبه‌های انسان ساخت (Man-Made) که خود به دو گروه ملموس Tangible و غیر ملموس Non tangible تقسیم می‌شوند.
  - گروه ملموس مانند پارک‌های موضوعی - شهربازی‌ها، امکانات خرید - مجتمع‌ها و رویدادهای ورزشی - رویدادهای مکانی - رویدادهای تقویمی - یادمان‌های تاریخی و باستانی، نمایشگاه‌ها، مناطق باستان‌شناسی، معماری، یادمان‌ها، مناطق صنعتی، گنجینه‌ها (موزه‌ها) و ...
  - گروه غیر ملموس مانند میراث معنوی - ادبیات - فرهنگ، خرده فرهنگ‌ها، فولکلور و فرهنگ عامه - موسیقی (ردیف‌های موسیقی) - رقص - فرهنگ آشپزی - آداب معاشرت و الگوهای رفتاری و ...

آیین‌ها مانند نوروز، شب یلدا، ورزش‌های پهلوانی، زورخانه‌ای و عزاداری.

#### Tourism is a multidisciplinary phenomenon

و تمام وجوه مختلف آن و بخش‌های پنجگانه مرتبطش بایستی عین نمادهای طبیعی در شعر معروف سعدی چون "آبر و باد و مه و خورشید و فلک" بایستی در کار باشند تا گردشگری یک جامعه، کارآمد و مهیا برای استفاده شود و یا به عبارتی، منابع تبدیل به محصول شوند. Ready for use

و در حال حاضر متأسفانه هیچکدام از بخش‌های پنجگانه ما در ایران چنین نیستند. و اما باید چه کار کرد؟ در این جا بحث نیروی انسانی و آموزش‌های مربوط به آن مطرح می‌شود که از اولویت اول برخوردار است.

نیروی انسانی مورد نظر آنهایی هستند که در بخش‌های مرتبط با جهانگردی فعالند و این اشخاص بایستی از ویژگی‌های مثبت و الگوهای رفتاری ویژه‌ای برخوردار باشند و از داشتن ویژگی منفی به کلی بری باشند.

در دنیا نگرش‌های مختلفی به جایگاه توریسم (جهانگردی) در زندگی افراد وجود داشته است. اگر به گذشته دور برگردیم فرضاً از زبان مولاعلی به سفر و مسافرت نگاه کنیم می‌گوید:

تعرب عن الاوطان فی طلب العلی  
و سافره قفی الاسفار خمس فوائد  
تفرج هم و اکتساب معیشه  
و علم و آداب و صحبه ماجد  
جمعی که رموز عشق دریافته‌اند  
کام دل خویش در سفر یافته‌اند  
علم و ادب خرمی و کسب معاش  
در صحبت ارباب نظر یافته‌اند  
یا از زبان سعدی به موضوع بنگریم:

بسیار سفر باید تا پخته شود خامی  
صوفی نشود صافی تا سر نکشد جامی

اگر به دو قرن قبل بپردازیم اگوستین فیلسوف آمریکایی می‌گوید:

The world is a book. who stays at home, reads just one page of it."  
"دنیا به سان کتابی است اگر در زادگاه خود بمانید به مانند آن است که صفحه‌ای از آن کتاب را خوانده‌اید."

در زمان معاصر در دهه‌های ۵۰ و ۶۰ و حتی ۷۰ میلادی جهانگردی نوعی فعالیت تجملی و لوکس به حساب می‌آمد اما کمی بعد جهانگردی به عنوان نوعی نیاز مطرح می‌شود و متخصصان، فراغت، سفر و جهانگردی را نوعی نیاز مانند نیاز به غذا، آب، سرپناه و ارتباطات اجتماعی در نظر می‌گیرند. البته در سلسله مراتب نیازها، نیاز به سفر و جهانگردی جزء نیازهای عالی قرار می‌گیرد.



- ب- بخش اقامتگاه‌ها و اماکن پذیرایی (Accommodation & Catering Sector) شامل:
  ۱. هتل‌ها - متل‌ها (ره سراها) - مهمانکده‌ها (پانسیون‌ها)، مهمانسراها، هتل سراج‌ها (هتل آپارتمان‌ها) - خوابگاه‌ها، هتل‌های شناور، ویلاهای استیجاری، اردوگاه‌ها، بنگاله‌ها، شله‌ها، مهمانپذیرها، خانه‌های روستایی، هتل‌های مشایب - مالکیت‌های زمانی، دهکده‌های تعطیلاتی، مراکز همایش، کاروان‌های ثابت و سیار، اقامتگاه‌های ساحلی، پارادورها و ...
  ۲. اماکن پذیرایی
    - رستوران‌های خانوادگی - رستوران‌های تجاری - چایخانه‌ها (tea houses) قهوه‌سراها (Coffee shops) رستوران‌های کیفی (Gourmet) - رستوران‌های سنتی (سفره‌خانه‌ها) - رستوران‌های قومی - تزیادی (Ethnic) - کافه تریاها (Cafe terias) - استیک سراها (Steak houses) - پیتزافروشی‌ها (Pizza huts) - واحدهای پذیرایی بین راهی (Transit Cafes) - واگن‌های رستوران در قطار (Buffet Cars) - اماکن تهیه و توزیع غذا
  - ج- بخش سفرسازان شامل
    ۱. گشت‌گردان‌ها Tour Operators اعم از عمده فروش Wholesaler و خرده فروش Retailer.
    ۲. واسطه‌های جهانگردی Brokers



انواع گردشگری / جهانی:

Cultural T.	فرهنگی	۱
Historical T.	تاریخی	۲
Eco T.	طبیعت گردی	۳
Rural T.	روستاگردی	۴
VFR	دیدار دوستان و خویشان	۵
Religious T.	مذهبی	۶
Business T.	بازرگانی / تجاری	۷
Urban	شهرگردی	۸
Ethic T.	قومی نژادی	۹
Sports T.	ورزشی	۱۰
Health T.	سلامتی	۱۱
Entertainment T.	تفریحی	۱۲
Recreational	استراحتی و تمدد اعصاب	۱۳
Expedition T.	تجسسی	۱۴
Exploration T.	اکتشافی	۱۵
Nostalgic	نوستالژیک (غربت زدگی، درد دوری)	۱۶
Dental T.	دندانپزشکی	۱۷
Literary T.	ادبی	۱۸
Alpha T.	الفبا گردی	۱۹
Nyctal T.	شب گردی	۲۰
Ceci T.	چشم بسته گردی	۲۱
Space T.	فضا گردی	۲۲
Factory T.	کارخانه گردی	۲۳
Aero T.	فرودگاه گردی	۲۴
Creative T.	آفرینشی	۲۵
Public T.	گشت عمومی	۲۶
Fam T.	گشت آشنایی	۲۷
Special Interest T.	گشت ویژه	۲۸
Pre-formed T.	گشت	۲۹
Incentive T.	تشویقی	۳۰
Experimental T.	تجربی	۳۱
Poverty T.	کوچ گردی	۳۲
Water T.	آبگردی	۳۳
Atomic T.	اتمی	۳۴
Anti T.	پاد گردشگری	۳۵
Farm T.	مزرعه گردی	۳۶
Community T.	بومی نگر	۳۷
Youth T.	جوانان	۳۸
Disaster T.	فاجعه گردی	۳۹
War T.	جبهه گردی - مناطق جنگی	۴۰
Neo T.	نوع گردشگری	۴۱
Extreme T.	مخاطره آمیز	۴۲
Drug T.	مواد مخدر	۴۳
Dark T.	سیاه	۴۴
Educational T.	آموزشی	۴۵
Virtual T.	مجازی	۴۶
Kavir T.	کویر گردی	۴۷
Book store T.	کتاب گردی	۴۸
Back packing	کوله گردی	۴۹
Bicycle T.	دوچرخه گردی	۵۰
Fun T.	خوش گردی	۵۱
Golf T.	گلف گردی	۵۲
Honey moon T.	گشت ماه عسل	۵۳
Archaeological T.	گردشگری پستان‌شناختی	۵۴
Benefit T.	رفاه گردی	۵۵
Music T.	موسیقی گردی	۵۶
Secular T.	زیارتگاه گردی	۵۷
Garden T.	باغ گردی	۵۸
Niche T.	موضوعی	۵۹
Promotional T.	ترویجی	۶۰
Birth T.	زاد گردی	۶۱
Circuit T.	مداری	۶۲



در هرم نیازهای مازلو در سلسله مراتب نیازها، نیاز به سفر و جهانگردی در راس هرم و در کنار نیازهایی مانند احترام به خود، شخصیت‌یابی و پیدا کردن جایگاه قرار می‌گیرد. از دهه ۸۰ بعد دیدگاه دیگری مطرح می‌شود که جهانگردی را نوعی حق به حساب می‌آورد. یعنی فراغت و سفر بخشی از حقوق بشر محسوب می‌شود و دولت‌ها موظفند زمینه احقاق این حق را فراهم کنند. از طرفی افرادی هم که در راستای برآوردن این حقوق فعالیت می‌کنند. باید با این حقوق آشنا باشند و خدماتی در سطح پهنه و مطلوب ارائه دهند.

در ماده ۳۴ اعلامیه جهانی حقوق بشر در سال ۱۹۴۸ آمده است که هر فردی حق فراغت و استراحت دارد به این معنا که هر فرد باید ساعات معینی کارانجام بدهد و متناسب با آن باید تعطیلات داشته باشد.

ماده ۲۷ اعلامیه جهانی حقوق بشر نیز به همین موضوع می‌پردازد. در این ماده به حق افراد از بهره‌مندی از فعالیت‌های فرهنگی و علمی اشاره می‌شود.

در اعلامیه بین المللی حقوق فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی در سال ۱۹۶۶ مطرح می‌شود که انسان‌ها حق دارند زمان معقولی را برای فراغت و تعطیلات دوره‌ای داشته باشند. در اعلامیه جهانی مربوط به افرادی که ناتوانی جسمی دارند در سال ۱۹۷۵ دولت‌ها موظف می‌شوند شرایط تفریح

و سرگرمی را برای این افراد فراهم کنند. در اعلامیه جهانی حقوق زنان و منع خشونت و تبعیض علیه آنها، از حق مساوی مردان و زنان برای شرکت در فعالیت‌های جهانگردی دفاع می‌شود.

در ماده ۳۱ کنوانسیون حقوق کودک در سال ۱۹۸۹ بازی، تفریح و فراغت برای کودکان به عنوان یک حق شناخته می‌شود. یونسکو در اعلامیه بین المللی خود در سال ۱۹۷۸ در ده ماده به حقوق مساوی افراد برای دسترسی به تفریح، ورزش و استفاده از امکانات ورزشی می‌پردازد که بعدها فعالیت‌های ملی و مذهبی نیز به آن افزوده می‌شود.

در سال ۱۹۹۸ کد اخلاق جهانگردی را داریم. براساس کد اخلاق جهانگردی، افراد حق دارند آزادانه براساس قوانین و مقررات بین المللی بین کشورهای مختلف رفت و آمد کنند و ارائه کنندگان خدمات گردشگری موظف هستند و به همه جهانگردان بدون توجه به ملیت، نژاد و هدفشان از سفر، خدمات ارائه دهند و در ماده‌های ۷، ۸، ۹ به حقوق جهانگردی و جهانگردان می‌پردازد.

و بسیاری موارد دیگر را حق می‌دانند. وقتی به جهانگردی به عنوان یک حق نگاه کنیم و نه نیاز، دیگر نمی‌توانیم آن را اولویت‌بندی کنیم، باید حق یک فرد را به او بدهیم، دولت‌ها موظف هستند زمینه تامین این حق را به وجود آورند.

میزان رشد در سراسر جهان ۴/۱ پیش‌بینی می‌شود

آفریقا	۵/۵٪
آمریکا	۳/۸٪
آسیای جنوب شرقی	۶/۵٪
اروپا	۳/۱٪
خاورمیانه	۶/۷٪
جنوب آسیا	۶/۲٪

آمار سازمان جهانی جهانگردی

۱۹۵۰	۲۵ میلیون
۱۹۶۰	۷۰ میلیون
۱۹۷۰	۱۶۰ میلیون
۱۹۸۰	۵۶۰ میلیون
۱۹۹۰	۷۰۰ میلیون
۲۰۰۰	۸۰۰ میلیون درآمد آن از بزرگترین صنایع صادراتی
۲۰۱۰	۱۰۰۰ میلیون
۲۰۲۰	بیش از ۱/۵ میلیارد

اشکال جهانگردی / گردشگری

Incoming T.	گردشگری ورودی	جهانگردی	Mass T.	گردشگری انبوه	جهانگردی
Outgoing T.	گردشگری خروجی	جهانگردی	Soft T.	گردشگری سازگار	جهانگردی
Internal T.	گردشگری درون مرزی	جهانگردی	Hard T.	گردشگری ناسازگار	جهانگردی
Natural T.	گردشگری ملی	جهانگردی	Sustainable T.	گردشگری پایدار	جهانگردی
International T.	گردشگری بین‌المللی	جهانگردی	Social T.	گردشگری حمایتی	جهانگردی
Regional T.	گردشگری منطقه‌ای	جهانگردی	Domestic T.	گردشگری داخلی	جهانگردی