

# اکولوژی محیطی و رشد صنعت گردشگری

## (اکوتوریسم و ژئوتوریسم)

دکتر بهمن کارگر

عضو هیأت علمی دانشگاه علوم انتظامی

### چکیده

اکوتوریسم: نوعی گردشگری است که ضمن نگهداری از منابع طبیعی، رفاه و آسایش و ارزشهای اجتماعی مردم محلی را نیز حفظ می‌کند. گردشگری روستایی: که در آن جهانگردان در زندگی کردن به شیوهی روستایی شریک و سهیم شده و روستائیان نیز از فعالیتهای گردشگری منتفع می‌شوند.

اکوتوریسم: نوعی گردشگری است که در آن از کارهای کشاورزی سنتی دیدن می‌کنند و یا اینکه شخصاً در این گونه فعالیت‌ها شرکت می‌کنند بدون اینکه به اکوسیستم منطقه یا حاصل خیزی زمین‌های کشاورزی میزبان لطمه وارد شود.

گسترش شهرنشینی از علل مهم شکل‌گیری گردشگری قلمداد می‌گردد. تکامل و تراکم شهرها، تنگناها و محدودیت‌های خاصی را برای ساکنانش به وجود آورده و ادامه‌ی چنین روندی باعث می‌گردد که انسانها به دنبال گریزگاهی باشند که خود را برای مدتی از معضلات دست و پاگیر زندگی شهری رها ساخته، و زمانی را به تفریح و تفریح و ترمیم قوای تحلیل‌رفته اختصاص دهند. ساکنان شهرها به دلایل متعدد از جمله یکنواختی فیزیکی و فضایی شهرها با بافت نامتجانس و نامأنوس طبیعی آنها و نیز انواع افسارگسیختگی‌ها و فشارهای روحی و روانی و آلودگی‌های صوتی و زیست‌محیطی به اتخاذ تصمیماتی در زمینه‌ی گذراندن اوقات فراغت و اداری می‌گردند.

پس از قرن هجدهم میلادی و پس از انقلاب صنعتی تحول بزرگی در رشد، توسعه و پیدایش شهرها به وجود آمد و عوامل مختلفی نظیر تحول در حمل و نقل و سرعت مبادلات، پیدایش تخصص و تقسیم‌کار، پیشرفت در علوم پزشکی و بهداشت و در نتیجه از دیاد جمعیت توأم با کاهش مرگ و میر، گسترش مهاجرت‌ها، توسعه و تمرکز صنعت و تجارت و بازرگانی و نیز بالا رفتن سطح درآمد، تنوع مشاغل، پیدایش و گسترش ارتباطات جمعی و... باعث گسترش شهرنشینی گردیدند.

متعاقب این امر، دگرگونی‌های عظیمی در نظامهای اجتماعی، اقتصادی، زیست‌محیطی و شغلی ایجاد گردید و فشارهای روحی و روانی افزایش یافت و آلودگی‌های صوتی، ناراحتی‌های عصبی، افسارگسیختگی‌ها و... بروز نمود. به دنبال آشکار شدن بازتاب‌های منفی زندگی شهری، برنامه‌ریزی در زمینه‌ی اوقات فراغت، در صدر اولویت‌های شهرها قرار گرفت و این امر به زایش گردشگری و جهانگردی منجر گردید. گردشگری (توریسم یا جهانگردی) پدیده‌ای است که از دیر زمان با اشکال خاص خود در جوامع انسانی وجود داشته و به تدریج با تحولات تاریخی، مراحل تکامل خود را تا عصر حاضر طی نموده است. این پدیده، عموماً بر پایه‌ی سفر و جابه‌جایی بنا شده که خود، زاده‌ی نیازهای گوناگون روانی، فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی انسان است.

### واژه‌های کلیدی:

گردشگری طبیعی: عمدتاً جنبه تفریحی دارد.

گردشگری فرهنگی: با معماری بناها، فرهنگ و تاریخ مردم بومی

سر و کار دارد.

## ۱) نقش جهانگردی در توسعه اقتصادی کشورهای در حال توسعه<sup>۲</sup>

اهمیت جهانگردی به عنوان بخشی از فعالیت‌های اقتصادی که سهم به‌سزایی در رشد اقتصادی یک کشور دارد، به جریان سرمایه‌های وسیعی که هر ساله صرف سرمایه‌گذاری در این بخش می‌شود، مربوط است. با توجه به افزایش حجم مبالغی که همچنان برای توسعه جهانگردی به کار می‌رود، این صنعت روز به روز به طور وسیع‌تری مورد اقبال عمومی قرار می‌گیرد. از طرف دیگر، لزوم ایجاد یک زیربنای اقتصادی در بخش جهانگردی نه تنها موجب شده است که سرمایه‌گذاران خصوصی مبالغ هنگفتی را بدین منظور به مصرف برسانند، بلکه بیشتر کشورها نیز مقدار زیادی از منابع مالی و انسانی خود را صرف بهره‌برداری کامل از یک منبع اساسی درآمد ملی، یعنی جهانگردی نموده و بخش عظیمی از منابع مالی دولتی به توسعه این صنعت تخصیص یافته است. با این همه، در نظر بسیاری از ناظران مسایل مربوط به جهانگردی، فواید اقتصادی و اجتماعی حاصل از آن به اندازه‌ای بدیهی و روشن است که بررسی و تفکر بیشتر در این باره را تقریباً بی‌فایده و غیرلازم تشخیص می‌دهند.

این گروه ضمن اشاره به منافع حاصل از رونق صنعت جهانگردی برای مثال به کشوری مانند اسپانیا، اشاره می‌کنند که جهانگردی نقش مؤثری در توسعه‌ی همه جانبه‌ی اقتصاد اسپانیا در سال‌های اخیر ایفا کرده است.

همچنین به نظر می‌رسد که به علت توسعه‌ی دامنه‌ی جهانگردی در کرانه‌های ساحلی اسپانیا در دریای مدیترانه، جوامع کشاورزی و روستایی این مناطق بدون تحمل مشکلات و ناراحتی‌های زیاد، روش زندگی قبلی خود را که در سطح اقتصاد معیشتی بود، رها کرده و در زمانی کمتر از ۲۰ سال به رفاه مادی نسبتاً قابل توجهی دست یافته‌اند.

باتوجه به این موضوع گفته می‌شود که جهانگردی در سایر کشورهای در حال توسعه‌ی دنیا نیز صرف نظر از ماهیت اقتصاد و یا ساختار اجتماعی آنها می‌تواند چنین توفیق و تحولی را در پی داشته باشد. توسعه جهانگردی بین‌المللی از طرف مخالفان به عنوان عامل مخرب در امر زمین و سایر اموال غیرمنقول تلقی می‌شود و آن را سبب تنزل معیارهای مربوط به محیط زیست می‌دانند.

باتوجه به مطالب یاد شده، هدف این بحث، بررسی حقایق نظریات و عقاید مخالف و نیز بررسی واقعی و عینی این موضوع است که رشد جهانگردی بین‌المللی و به طور کلی توسعه‌ی آن در کشورهای جهان سوم، تا چه حدی برای دولت‌ها مطلوب بوده و قبول خطرات ضمنی اجتماعی و اقتصادی جهانگردی تا چه میزان قابل قبول است.

جهانگردی، خصوصیتی دارد که می‌توان آن را به منزله‌ی نیروی محرکه‌ی توسعه‌ی اقتصادی در تمام کشورهای محسوب داشت. هیچ کشوری یافت نمی‌شود که فاقد امکانات اولیه‌ی لازم برای توسعه‌ی جهانگردی باشد. بنابراین هر کشوری با کوشش در خور، و سرمایه‌گذاری مناسب در زمینه‌ی جهانگردی می‌تواند جهانگردان را جذب نموده و از این راه بر سرعت رشد اقتصادی خود افزوده و در بالا بردن درآمد ارزی خود کوشا باشد. اغلب کشورهای در حال توسعه، از نظر میزان درآمدهای ارزی دچار کمبود و کسری هستند و در نتیجه‌ی این کمبود، جهت تأمین منابع مالی برای رشد اقتصادی‌شان، با مشکلات و مسایلی مواجه می‌شوند. روشهای مستقیم و غیر مستقیم جهانگردی که از طریق ذخیره‌ی منابع ارزی و گردآوری ارزهایی که جهانگردان صرف پرداخت هزینه‌های مختلف و از جمله هزینه‌ی جابجایی و ترانزیت به عمل می‌آورند از جمله راه‌های عمده و مهم تأمین منابع ارزی، برای یک کشور در حال توسعه به شمار می‌آید. با آن که سرمایه‌گذاری در هتل‌داری نوعی سرمایه‌گذاری کاملاً تخصصی به شمار می‌رود، جهانگردی به طور اعم از نوع صنایعی است که احتیاجات زیربنایی آن بیشتر از انواع دیگر سرمایه‌گذاری است. توسعه جهانگردی اغلب، سبب بهبود کمیت و کیفیت جاده‌ها، فرودگاه‌ها، تسهیلات بندری و یا پیشرفت تأسیسات فراهم آورنده خدمات عمومی می‌گردد. فراهم شدن چنین تسهیلاتی در صورتی که توسعه‌ی آنها به طور صحیح و متناسب صورت گرفته باشد، امکانی ایجاد می‌کند که علاوه بر عموم افراد، بخش‌های غیرعمومی اقتصادی نیز از آن بهره‌مند می‌شوند. وجود یک شبکه ایده‌آل راه و حمل و نقل، مخابرات، پست، بانک و سایر تأسیسات زیربنایی، انگیزه‌ای برای پیشرفت و توسعه سایر صنایع نیز خواهد بود.

جهانگردی در جهت ایجاد درآمد برای اهالی یک کشور فرصت‌هایی برای اشتغال به کارهای تازه نیز پدید می‌آورد، چنان که با توسعه‌ی

فعالیت‌های مربوط به جهانگردی، امکانات لازم برای گسترش فعالیت‌هایی نظیر رستوران‌داری و سایر انواع خدمات مربوط به هتل‌ها، مانند کارهای ساختمانی فراهم می‌شود. همچنین به طور غیرمستقیم فرصت‌هایی برای فروش بهتر فرآورده‌های کشاورزی، غذایی، صنایع دستی و رونق بخش‌های دیگری از فعالیت‌های اقتصادی پدید می‌آورد که ممکن است مستقیماً با جهانگردی در ارتباط نباشند. یکی از آثار مهم و مفید پیشرفت در کشورهای در حال توسعه، استفاده از نیروی انسانی نیمه‌متخصص است. جهانگردی به صورت یک بخش اقتصادی فعال می‌تواند از عامل کار، بیشتر از سایر عوامل تولید استفاده کند و موجبات بالا بردن سطح اشتغال را در کشورهای در حال توسعه فراهم آورد.

باید دانست که صنعت جهانگردی بین‌المللی صنعتی است که اساساً سالم و نافع تشخیص داده شده است. تجربیات گذشته نشان داده است که ناهماهنگی‌های اقتصادی و اجتماعی ناشی از توسعه‌ی جهانگردی بدون آن که ارتباطی با ماهیت ذاتی این فعالیت داشته باشد، به علت برنامه‌ریزی‌های نادرست و ناکافی است. جهانگردی نیز مانند کشاورزی و صنایع تولید کننده‌ی کالاهای ساخته شده، نقش ویژه‌ای را در اقدامات مربوط به متنوع کردن اقتصاد کشورهای در حال توسعه برعهده دارد. درباره‌ی این صنعت نمی‌توان گفت که توسعه‌ی آن بروز مشکلات همراه با انواع سایر سرمایه‌گذاری‌ها را به همراه نخواهد داشت. به همین لحاظ، نتایج و منافع حاصل از آن را باید با نتایج حاصله از انواع دیگر سرمایه‌گذاری ممکن در کشورهای در حال توسعه مقایسه و برآورد کرد. در مواردی که برنامه‌ریزی‌های جهانگردی براساس مطالعات و بررسی‌های قبلی بوده است، نتیجه‌ی مطالعات غالباً نشان داده که سرمایه‌گذاران مطلع، سرمایه‌گذاری در صنعت جهانگردی را بر سایر سرمایه‌گذاری‌ها ترجیح می‌دهند. در کشوری مانند مکزیک که ارزش‌های خارجی حاصل از فعالیت‌های مربوط به جهانگردی بیش از مجموع ارزش‌های حاصله‌ی کلیه‌ی صنایع متداول صادرات غیر نفتی است، توسعه‌ی صنعت جهانگردی یکی از علل عمده‌ی رشد اقتصادی این کشور بوده است.

جهانگردی علاوه بر مزایای ذکر شده، سبب رونق اقتصادی و ایجاد درآمد بیشتری برای اکثر مردم از نظر کسب و کار و به فروش رفتن فرآورده‌های کشاورزی و صنعتی می‌شود و از همه مهم‌تر، کشورهایی که از زیبایی‌های طبیعی و فرهنگ غنی و اماکن باستانی و تاریخی برخوردارند و به همین سبب نیز بیشتر مورد توجه جهانگردان قرار می‌گیرند، می‌توانند همه ساله میلیون‌ها دلار درآمد ملی از این طریق به دست بیاورند. اشیاء و لوازمی که جهانگردان در مدت اقامت خود در کشوری خریداری می‌کنند و یا جوهی که برای استفاده از خدمات مختلف می‌پردازند، همان اثراتی را در اقتصاد یک کشور دارد که صدور کالاها در موازنه‌های بازرگانی و تراز پرداخت‌های بین‌المللی ایفا می‌نمایند. گاه برای جلب رضایت جهانگردان، کشور میزبان مبالغ هنگفتی را صرف خرید انواع غذاها و لوازم مختلف و اجناس لوکس از کشورهای مختلف می‌کند و همین امر ارزش‌های اجتماعی و سلیقه‌های جدیدی از نظر معیشت و مسکن برای مردم کشور

میزبان فراهم می‌آورد.

علاوه بر نکات یاد شده، در عصر حاضر یعنی دوران مبارزه با آلودگی محیط زیست، جهانگردی در مقام مقایسه با صنایع دیگر، پیامدهای نامطلوب زیست محیطی ناچیزی به همراه دارد. برعکس حفظ محیط زیست و زیبایی‌های طبیعی ارتباط تنگاتنگ با جهانگردی دارد و هر دو اقدام و مفهوم، مترادف و همگن به شمار می‌روند. طرح‌های جهانگردی در کشورهای در حال توسعه از طریق ارایه کمک‌های فنی و قرضه‌های مالی به طور ودیعی از سوی بیشتر سازمان‌های مالی بین‌المللی و دفاتر تأمین کننده کمک‌های اقتصادی و مالی جهانی مورد حمایت قرار گرفته است. به همین لحاظ، سرمایه‌گذاری بین‌المللی تأثیر فراوانی از جهانگردی پذیرفته و سرمایه‌گذاران خارجی با مشارکت خود در هتل‌سازی و ایجاد دهکده‌های جهانگردی و... در کشورهای مختلف جهان به این صنعت و توسعه آن، کمک مؤثری می‌کنند و به طور کلی اثراتی که جهانگردی در کشورهای مختلف باقی می‌گذارد، عبارتند از:

- ۱- صدور کالا از طریق فروش آن به جهانگردان
- ۲- گسترش خدمات مختلف برای استفاده‌ی جهانگردان
- ۳- توسعه و پیشرفت انواع تأسیسات جهانگردی و صنایع وابسته به آن
- ۴- توسعه و پیشرفت آژانس‌های مسافرتی
- ۵- توسعه و پیشرفت وسایل حمل و نقل
- ۶- استفاده از درآمد ناشی از سرمایه‌گذاری‌های خارجی
- ۷- توسعه راه‌ها و فرودگاه‌ها
- ۸- ایجاد مؤسسات و مراکز حفظ و نگهداری آثار باستانی و تاریخی
- ۹- توسعه مؤسسات دیگر وابسته به صنعت جهانگردی
- ۱۰- به وجود آمدن جاذبه‌های گوناگون جهانگردی و...

اضافه می‌شود که نتایج حاصل از جهانگردی متوجه گروه خاصی از جامعه نبوده و تمام افراد کشور اعم از شهری و روستایی و عموم طبقات جامعه از تولیدکنندگان فرآورده‌های کشاورزی و صنعتی گرفته تا صاحبان صنایع و هنرهای دستی و بالاخره کلیه کسانی که در کارهای اجتماعی، فرهنگی و هنری فعالیت دارند، از آن بهره می‌برند. برخی از صاحب‌نظران، جهانگردی بین‌المللی را نوعی استعمار اقتصادی تلقی می‌کنند. ضعف این نظریه در آن جاست که بالاخص به نتایج ناگوار چند مورد محدودی که توسعه جهانگردی سبب آن شده است، توجه می‌کند و امکانات بالقوه‌ی عظیم آن را برای توسعه‌ی صحیح اقتصادی یک کشور نادیده می‌گیرد. سازمان جهانی جهانگردان (اپوتو) هیچ‌گاه مسایل ناشی از توسعه‌ی جهانگردی را نادیده نگرفته و همواره کوشیده است که ضمن تشخیص و اعلام مزایای ذاتی جهانگردی، چگونگی به کار گرفتن این مزایا را به نفع کشور توسعه دهنده‌ی جهانگردی نشان دهد.

از خصایص منفی رشد جهانگردی، دامن زدن به تورم است؛ زیرا هزینه‌هایی که جهانگردان صرف اقامت خود و نیز خرید کالا و غذا و دستمزد افراد وابسته به این صنعت می‌کنند، به بازار کالا و خدمات فشار وارد می‌آورد و در نتیجه سطح قیمت کالاها را افزایش می‌دهد. همچنین

افزایش تعداد جهانگردان و نیاز آنها، موجب توسعه‌ی تأسیسات مورد نیاز جهانگردان گردیده و از این طریق بهای زمین و مستغلات، به سرعت افزایش می‌یابد.<sup>۳</sup>

## ۲) وضعیت کنونی صنعت جهانگردی کشور و موانع عمده‌ی آن<sup>۴</sup>

سابقه گردشگری به قدمت بشر باز می‌گردد. درآمد صنعت گردشگری سالانه ۱۲/۵ درصد افزایش داشته و این صنعت در جهان ۱۲ درصد اشتغال ایجاد کرده و تا سال ۲۰۲۰ میزان اشتغالی آن به ۴۳ درصد افزایش پیدا خواهد کرد. گردشگری عامل مهمی برای کسب درآمد و توسعه‌ی پایدار در کشور محسوب می‌شود و این صنعت نقش مؤثری در حفاظت از محیط زیست دارد.

کشور ما علی‌رغم وجود آثار تاریخی زیاد و برخورداری از ویژگی‌های طبیعی و انسانی متنوع، از نظر توسعه‌ی صنعت جهانگردی هنوز در مراحل اولیه است. دلیل این مسئله را می‌توان در ارتباط با عدم استفاده از بسیاری از زمینه‌های گردشگری کشور، کمبود امکانات زیربنایی و خدمات تسهیلاتی مربوط به گردشگری و فقدان سیستم مدیریتی و نظارتی منسجم و قوی دانست که این اثر در تعداد اندک جهانگردان و درآمد ارزی کم حاصل از آن مشهود است. گرچه گفته می‌شود که کشور ایران به لحاظ امکان بالقوه‌ی جلب گردشگر، دهمین کشور مهم دنیا است، ولی سهم واقعی آن از بازار گردشگری جهانی هنوز خیلی ناچیز بوده و بی‌توجهی به این صنعت سبب شده، از بین ۱۲۰ کشور دنیا، در رتبه‌ی ۶۶ قرار گیرد و از نظر درآمد در رتبه‌ی ۷۷ جهان باشد. در صورتی که با برنامه‌ریزی صحیح و کارآمد توسط دولت، امروز می‌توانستیم شاهد توسعه‌ی همه‌جانبه‌ی گردشگری در کنار سایر بخش‌ها از قبیل کشاورزی باشیم. مقایسه‌ی سهم جهانی جمعیت ایران و سهم گردشگرهای خارجی وارد شده به کشور، مبین چنین موضوعی است (مرکز آمار ایران، ۱۳۷۶). در حالی که سهم جمعیت ایران از کل جمعیت دنیا بیشتر از یک درصد است. سهم گردشگرهای خارجی وارده به آن کمتر از ۸ درصد (کمتر از یک هزارم کل گردشگرهای خارجی دنیا) و درآمد ارزی سالانه در حدود ۲/۵ میلیون دلار است.

این در حالی است که درآمد ارزی کشور همسایه‌ی ما، ترکیه، از گردشگری جهانی به حدود ۷ میلیون دلار می‌رسد. با توجه به روند رشد تعداد جهانگردان بین‌المللی، در صورت رفع موانع موجود، صنعت گردشگری در ایران با توجه به زمینه‌های مساعد گردشگری آن می‌تواند به یکی از منابع ارزآور قابل توجه کشور تبدیل شود. فقدان آمار و ارقام دقیق، مطالعه‌ی وضعیت گردشگری داخلی را از نظر حجم، زمان، مسیر مسافرت‌ها و نیز ویژگی‌های دیگر با مشکل مواجه می‌سازد. با این حال می‌توان گفت که در دو دهه‌ی گذشته، وضعیت فعالیت‌های گردشگری در داخل کشور به میزان قابل توجهی از وضعیت اجتماعی - اقتصادی جامعه پیروی کرده است، در حالی که در سال‌های منتهی به انقلاب شاهد رشد سریع صنعت گردشگر بودیم.

شرایط بعد از انقلاب اسلامی و متعاقب آن جنگ تحمیلی و محاصره

اقتصادی که نهایتاً به تضعیف قدرت اقتصادی کشور و پایین آمدن درآمد سرانه منجر شد، از عوامل اصلی دخیل در افت صنعت گردشگری کشورمان به ویژه در دهه ۶۰ بود. گرچه اخیراً تلاش‌هایی به منظور برنامه‌ریزی و توسعه‌ی صنعت گردشگری صورت می‌گیرد، ولی به نظر می‌رسد گردشگری داخلی هم هنوز از رونق لازم برخوردار نیست. از سوی دیگر شرایط آب و هوایی، بافت طبیعی و معماری سنتی و مدرن، وجود اماکن ورزشی، حیات وحش، جنگل و صنایع دستی از دیگر عوامل ملی هستند که در توسعه‌ی این صنعت نقش مهمی ایفا می‌کنند. در حال حاضر بخش عمده‌ی گردشگری داخلی متوجه شهرهای تاریخی و زیارتی مثل مشهد، قم، اصفهان، شیراز، همدان، کرمان و برخی مناطق طبیعی از قبیل سواحل دریای مازندران و تعداد معدودی از پارک‌های جنگلی و آب‌های گرم و معدنی است. توسعه‌نیافتگی بسیاری از نقاط گردشگری، ضعف دسترسی، ضعف اطلاعات، کمبود خدمات گردشگری و ناآشنایی مردم با بسیاری از عوارض طبیعی و ویژگی‌های انسانی و فرهنگی باعث شده تا از بسیاری از پتانسیل‌های جهانگردی کشور استفاده مطلوبی نشود. بنابراین تلاش برای شناخت و افزایش استفاده از توان بالقوه موجود طبیعی و انسانی و رفع موانع و مشکلات کنونی می‌تواند از اهداف اصلی توسعه‌ی صنعت جهانگردی و گردشگری کشور باشد.

### ۳) پیشنهادات

برای مقابله با مشکلات یاد شده، پیشنهاداتی چند برای توسعه صنعت جهانگردی در کشور ارائه می‌گردد:

#### ۱-۳) پیشنهادات کلی

- ۱- مطالعه ویژگی‌های گردشگری کشور به ویژه گردشگری داخلی به منظور آگاهی از روند تحولات و رفتار گردشگری (مثل حجم گردشگر، مسیر حرکت‌های گردشگری، مناطق مختلف، تصورات ذهنی جهانگردان و...)، نحوه‌ی توزیع تسهیلات خدماتی، سهم گردشگری در اقتصاد کشور و بررسی موانع و مشکلات در هر یک از مناطق گردشگری.
- ۲- شناسایی کامل آن دسته از محل‌های ویژه طبیعی، تاریخی، فرهنگی و پتانسیل‌های اقتصادی، صنعتی و پزشکی در مناطق مختلف کشور (شهر و روستا) که توانایی جذب گردشگر را دارند. مسلماً قدم بعدی، تهیه طرح‌های توسعه‌ی گردشگری در این مناطق ویژه است.

#### ۲-۳) پیشنهادات موردی

- ۲-۳-۱) توسعه‌ی مراکز گردشگری در سواحل جنوبی کشور<sup>۵</sup>  
ایران دارای ده‌ها جزیره و در حدود ۱۸۰۰ کیلومتر نوار ساحلی (مرز آبی) در جنوب کشور است. جز در موارد معدودی (مثل جزیره کیش) از این همه امکانات خدادادی و طبیعی، استفاده‌ی گردشگری چندانی به عمل نمی‌آید. با توجه به این که بخش اعظمی از جمعیت و نیز شهرهای بزرگ کشور، در نیمه‌ی شمالی متمرکز شده است، ایجاد و توسعه‌ی مراکز

گردشگری در جزایر و سواحل خلیج فارس می‌تواند مناسب‌ترین مکان برای گذراندن اوقات فراغت در فصل زمستان و به ویژه تعطیلات عید نوروز برای ساکنان نیمه‌ی شمالی کشور باشد. بنابراین شناسایی محل‌های مناسب و سرمایه‌گذاری برای ایجاد تفریحگاه‌ها و مراکز گردشگری در جزایر و سواحل خلیج فارس می‌تواند صنعت گردشگری را در کشور به مقدار قابل ملاحظه‌ای تقویت نماید. در این صورت علاوه بر استقبال گردشگران داخلی می‌توان در انتظار ورود حجم زیادی از جهانگردان خارجی، نیز برای استفاده از این مراکز بود. این امر به دلیل نزدیکی و دسترسی آسان ساکنان کشورهای حاشیه‌ی جنوبی خلیج فارس به سواحل و جزایر ایران امکان‌پذیر است.

#### ۲-۲-۳) نقش گردشگری در توسعه‌ی روستایی

توسعه‌ی روستایی یک فرایند توسعه دادن و مورد استفاده قرار دادن منابع طبیعی و انسانی، تکنولوژی، تسهیلات زیربنایی، نهادها و سازمانها، سیاستهای دولت و برنامه‌ها به منظور تشویق و تسریع رشد اقتصادی در مناطق روستایی جهت ایجاد شغل و بهبود کیفیت زندگی روستایی برای ادامه زندگی و پایداری حیات است.

"سینگ" توسعه روستایی را توسعه‌ای جهت مناطق روستایی و به منظور بهبود کیفیت زندگی مردم روستایی می‌داند و معتقد است که توسعه روستایی یک مفهوم جامع و چندبعدی دارد و شامل توسعه کشاورزی و فعالیتهای وابسته به آن مثل صنایع روستایی و افزایش تسهیلات و خدمات برای منابع انسانی روستایی می‌باشد. علاوه بر توسعه‌ی بخش کشاورزی و صنایع وابسته به آن در روستاها، گردشگری می‌تواند نقش مؤثری در رونق بخشیدن به اقتصاد روستایی داشته و گام مؤثری در جهت توسعه‌ی روستایی باشد. لذا با در نظر گرفتن جنبه‌های اساسی توسعه‌ی روستایی، میزان اثرگذاری گردشگری را می‌توان به شرح زیر بیان نمود.

رشد خلاقیت‌ها در اقتصاد جوامع روستایی و حرکت برای بکارگیری استعدادها و کشف منابع بالقوه در جهت کسب درآمد از طریق فروش تولیدات بومی به جهانگردان، گسترش اشتغال‌های مولد و رونق فعالیت‌های اقتصادی در هر واحد روستایی به سبب افزایش تقاضاهای جدید. بهره‌مندی جوامع روستایی از خدمات زیربنایی لازم تولید و اشتغال به خاطر وارد شدن پول به چرخه و بازار و ایجاد انگیزه بیشتر در جهت سرمایه‌گذاری در بخش‌های مختلف تولیدی و خدماتی. تکامل دانش و تعالی شخصیت، افزایش آگاهی روستائیان در ابراز عقیده، پیرامون سرنوشت خود و جامعه خویش، افزایش روزافزون انگیزه‌ی روستائیان برای مشارکت در اداره‌ی امور جامعه‌ی خود.

#### ۳-۲-۳) توسعه‌ی گردشگری روستایی

همان‌گونه که اشاره شد، کشور ما از یک جغرافیای فرهنگی غنی برخوردار است (نظیر زبان و گویش‌های محلی مختلف، پوشش و لباس متنوع، انواع غذاهای محلی، موسیقی، آداب و رسوم، صنایع دستی،

فعالیت‌های کشاورزی متنوع، بازارهای محلی و...). این فرهنگ غنی با مهاجرت روستائیان به شهرها و به ویژه شهرهای بزرگ، به تدریج در فرهنگ شهری ادغام شده و تنوع و گونه‌گونی خود را از دست می‌دهد. بهترین محل برای کنجکاو و مشاهده این فرهنگ متنوع، همان روستا هستند. طرح و تثبیت موضوع گردشگری بلکه از طریق افزایش اشتغال و درآمد و فروش محصولات مختلف به ارتقاء سطح اقتصاد روستایی نیز کمک می‌نماید. بنابراین شناسایی روستاهایی که نمایندگان خوب ویژگی‌های فرهنگی محلی هستند و ایجاد تسهیلاتی برای گردشگری در این مناطق و تبلیغ آنها می‌تواند زمینه‌ی توسعه گردشگری روستایی را فراهم آورد می‌بایستی در اولویت اول برنامه گردشگری روستایی قرار گیرد.

### ۳-۲-۴) استفاده از کویر در صنعت گردشگری

کشور ما از مناطق وسیع کویری و بیابانی برخوردار است در حالی که بیشتر این مناطق به دلیل شرایط سخت زندگی غیر قابل سکونت است و آبادی چندانی در این مناطق دیده نمی‌شود و تنها در واحه‌هایی که بر اثر زایش اتفاقی چشمه‌ی آب یا حفر قنات پدید آمده، زندگی ممکن شده است. در این مناطق، اشکال زیبایی از طبیعت که در اثر حرکت شن‌های روان به وجود می‌آید (مانند تلماسه‌ها و برخان‌ها) و شب‌هایی با آسمان کاملاً شفاف، چشم‌اندازهای زیبای کویری را به نمایش می‌گذارد. با وجود سختی زندگی، افراد زیادی برای دیدن قهر طبیعت و مشاهده‌ی اشکال زیبای کویری مشتاقند به این محل‌ها سفر کنند. بنابراین شناسایی مناطق کویری با عوارض زیبای طبیعی و ایجاد تأسیسات و تسهیلاتی برای امکان مسافرت و اقامت در این مناطق می‌تواند استفاده‌ی گردشگری از این مناطق را ممکن سازد.

### ۳-۲-۵) اختصاص قسمت‌های قدیمی شهرهای تاریخی به فعالیت‌های جهانگردی

امروزه قسمت‌های قدیمی بسیاری از شهرهای تاریخی ما در برگیرنده‌ی کوچه‌های تنگ و باریک، ساختمان‌های کهنه و فرسوده و محل سکونت گروه‌های اجتماعی کم‌درآمد است، در حالی که این محلات، روزگاری به عنوان مراکز جلوه‌ی عظمت و شکوه زندگی شهری مطرح بوده‌اند. در حال حاضر در برخی از شهرهای گردشگری دنیا از مراکز قدیمی شهرهای تاریخی به منظور جلب گردشگری استفاده می‌شود. در این محلات قدیمی می‌توان ضمن حفظ سیمای اولیه‌ی بناها و بافت قدیمی شهر در قسمت‌هایی از آن، حرفه‌های مختلف زمان قدیم را با ابزار و ادوات، پوشش لباس و محیط کاری همان زمان به نمایش گذاشت. اختصاص قسمت‌های قدیمی شهرهای تاریخی به فعالیت‌های گردشگری، می‌تواند ضمن ایجاد جاذبه‌ی گردشگری برای آنها، از تخریب و فرسودگی بافت قدیمی شهرها جلوگیری کند. به عنوان مثال مراکز قدیمی شهرهایی نظیر اصفهان، مشهد، تبریز، شیراز، کرمان، یزد، لاهیجان نهند و بروجرد می‌تواند به چنین امری اختصاص یابد.

### ۳-۲-۶) استفاده از توان محیطی مناطق سردسیر در جذب گردشگر

کشور ما دارای مناطق سردسیر زیادی است (مثل استان‌های آذربایجان شرقی، آذربایجان غربی، اردبیل، زنجان، همدان، لرستان و کردستان). در کشور ما به جز اطراف شهر تهران و نواحی خیلی محدود دیگر، از نعمت‌های زمستان یعنی سرما و برف استفاده‌ی چندانی به عمل نمی‌آید. این در حالی است که در کشورهای گردشگری مهم (مثل کشورهای اروپایی و آمریکای شمالی) از مناطق سردسیر در زمینه‌ی گذراندن اوقات فراغت و جذب جهانگرد استفاده‌ی زیادی می‌شود. با شناسایی نقاط مناسب برای تفریحات زمستانی (پیست اسکی) و برگزاری جشن‌های زمستانی (ساختن مجسمه‌های یخی و برفی) در مناطق سردسیر کشور و نیز فراهم آوردن تسهیلاتی برای این‌گونه تفریحات می‌توان فعالیت‌های گردشگری را در ایران گسترش داد.

### ۳-۲-۷) توسعه‌ی اردوگاه‌های تفریحی (کمپینگ‌ها)

برای استفاده از طبیعت بکر می‌توان مکان‌های مناسبی را در مناطق خوش آب و هوا، شناسایی و اردوگاه‌های تفریحی را در آنها دایر کرد. ارائه خدمات اولیه‌ای نظیر جای چادر، آب و برق، تلفن، حمام، دستشویی، امکانات پخت غذا، محل بازی و... می‌تواند افراد زیادی را برای گذراندن اوقات فراغت چند روزه به ویژه تعطیلات آخر هفته به این محیط‌های طبیعی جذب کند. این اردوگاه‌ها تماس مستقیم شهروندان را با طبیعت امکان‌پذیر ساخته و در عین حال به دلیل کنترلی که از طرف گردانندگان آنها اعمال می‌شود، آثار نفی زیست محیطی را به حداقل کاهش می‌دهد. تأمین امنیت چنین محل‌هایی از دیگر ضروریات اولیه است. با توجه به اینکه چنین مکان‌هایی در مقایسه با هتل‌ها و مهمانسراها، هزینه‌ی کمتری را به استفاده‌کنندگان تحمیل می‌نمایند، می‌توانند سبب رونق بخشیدن به امر گردشگری شوند.

### ۳-۲-۸) ایجاد دهکده‌ی الگوهای معماری

با توجه به سابقه زیاد تمدن در کشور ما، وجود اقلیم‌های متنوع، الگوهای سنتی مختلف ساختمان‌سازی و معماری در مناطق شهری و روستایی شکل گرفته است. احداث یک یا چند نمونه از هر یک از نمونه‌های معماری سنتی مختلف در یک محل می‌تواند آنجا را به یک مرکز جذب گردشگر تبدیل نماید. چنین مرکزی می‌تواند مورد استفاده‌ی آموزشی هم قرار گیرد.

### ۳-۲-۹) ایجاد نمایشگاه‌های جهانگردی

ایجاد نمایشگاه‌های جهانگردی (موزه‌های زنده) می‌تواند برای نمایش انواع مختلف جغرافیای فرهنگی نظیر انواع صنایع دستی، هنر، پوشش‌های محلی، انواع غذاها، موسیقی، آداب و رسوم و جشن‌های محلی مناطق مختلف کشور به کار گرفته شود. این نمایشگاه‌ها مشاهده‌ی فرهنگ‌های مختلف محلی را در یک محل برای افرادی که توانایی مسافرت به همه مکان‌ها را ندارند، فراهم می‌آورد. قابل ذکر است که نمونه‌هایی از این

نمایشگاه‌ها در سال‌های اخیر از سوی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی دایر گردیده است. برگزاری چنین نمایشگاه‌هایی می‌تواند به آگاهی بیشتر مردم از فرهنگ‌ها و خرده فرهنگ‌های مناطق مختلف منجر گردد.

### ۳-۲-۱۰) تقویت دسترسی مناطق گردشگرپذیر کشور

قبلاً اشاره شد که عامل دسترسی (زمان مسافرت و هزینه مسافرت) نقش بسیار مهمی در تصمیم گردشگران برای مسافرت به یک محل دارد. در این ارتباط بایستی آن تعداد از مناطق گردشگری که از دسترسی ضعیفی برخوردار هستند، از طریق تقویت شبکه‌های ارتباطی موجود و یا ایجاد شبکه‌های ارتباطی جدید (بزرگراه‌ها، جاده‌ها، خطوط راه‌آهن و فرودگاه‌ها) بین نقاط گردشگرپذیر و مراکز مهم جمعیتی تقویت شوند. کاهش زمان و هزینه مسافرت می‌تواند افراد بیشتری را به سفر تشویق کرده و در نتیجه سبب رونق گردشگری شود.

### ۳-۲-۱۱) بهبود خدمات رسانی بین راهی<sup>۷</sup>

از آن‌جاکه در داخل محدوده کشورها، بیشتر مسافرت‌های گردشگری به وسیله‌ی طریق اتومبیل صورت می‌گیرد، لذا ارائه‌ی خدمات بین راهی مناسب و کنترل و نظارت بر آن‌ها از نظر کیفیت و قیمت (مثل توقفگاه‌ها، رستوران‌ها، پمپ‌بنزین‌ها، تعمیرگاه‌ها، باجه‌های مخابرات و فروشگاه‌ها) و تأمین امنیت درجاده‌ها به ویژه در مناطق دورافتاده، بر کیفیت دسترسی به مناطق گردشگرپذیر خواهد افزود. هر چه خدمات رسانی بین راهی بهتر باشد، افراد بیشتری به مسافرت ترغیب خواهند شد.

### ۳-۲-۱۲) گسترش تورهای دسته‌جمعی

گسترش تورهای دسته‌جمعی برای بازدید از نقاط گردشگری مهم کشور با قیمت‌های مناسب می‌تواند نقش مهمی در ایجاد انگیزه‌ی مسافرت در جامعه ایفا نموده و سبب تشویق گردشگری در کشور شود. نظارت و کنترل تورهای گردشگری توسط سازمان‌های مسئول می‌تواند در کیفیت ارائه خدمات آنها مؤثر باشد. گسترش تورها را در حقیقت می‌توان نوعی بهبود دسترسی برای آن تعداد از افرادی دانست که فاقد وسایل نقلیه‌ی شخصی هستند.

### ۳-۲-۱۳) ایجاد واحدهای اطلاع‌رسانی جهانگردی در شهرها

این واحدها می‌توانند اطلاعاتی نظیر نقشه‌های راهنما، بروشورها و معرفی مراکز گردشگری و نحوه دسترسی به خدمات در منطقه و اطلاعات دیگر را در اختیار گردشگرها قرار دهند.

یک موضوع مهم این است که این اطلاعات بایستی به طور رایگان و یا با قیمت بسیار ارزان در اختیار مسافران قرار گیرد. این اطلاعات همچنین باید در هتل‌ها، آژانس‌های مسافرتی و ترمینال‌های حمل و نقل در داخل کشور و سفارتخانه‌ها و آژانس‌های تورگردان و نیز در خارج کشور، در دسترس باشد.

### ۳-۲-۱۴) تبلیغ جاذبه‌های گردشگری کشور

امروزه تبلیغات، بخشی از واقعیات زندگی ما را تشکیل می‌دهد و اهمیت آن را می‌توان در فروش کالا و خدمات و در نتیجه الگوی مصرف جامعه، کاملاً مشاهده کرد. در حالی که در بیشتر کشورهای مهم گردشگری، تبلیغ جاذبه‌های گردشگری امری کاملاً معمول است اما در کشور ما توجه خاصی به آن نمی‌شود. بنابراین تبلیغ جاذبه‌های گردشگری کشور از طریق رسانه‌های گروهی (رادیو، تلویزیون، روزنامه و اینترنت) می‌تواند ضمن ایجاد ذهنیت مثبت برای گردشگرها به ویژه گردشگرهای خارجی، در معرفی جاذبه‌های جهانگردی و در نتیجه، جذب گردشگر بسیار مؤثر باشد.

### ۳-۲-۱۵) ارزیابی آثار منفی گردشگری

صنعت گردشگری با این که دارای منافع و مزایایی برای کشورهای گردشگرپذیر است، ولی مانند خیلی از مقوله‌های دیگر برخی تبعات و آثار منفی را نیز به دنبال دارد. در سطح جهانی تلاش همه‌ی دولت‌ها بر این است تا با برنامه‌ریزی‌های صحیح و نظارت اصولی، منافع حاصل از جهانگردی را به حداکثر برسانند و در مقابل آثار منفی آن را به حداقل کاهش دهند. آثار منفی گردشگری بیشتر از سه جهت قابل تأمل و بررسی است: از نظر فرهنگی، اقتصادی و زیست محیطی، در حالی که آثار منفی فرهنگی آن اغلب مورد توجه گردشگرهای خارجی و غیرمحل است و آثار منفی زیست محیطی و اقتصادی آن هر دو گروه، اعم از گردشگران داخلی و خارجی را دربرمی‌گیرد.

با توجه به این که جهانگردی به مفهوم یک صنعت در کشور ما هنوز در مراحل اولیه‌ی آن قرار دارد، لذا اثرات منفی آن چندان فرصت بروز نداشته است، ولی با توجه به وجود تجربه‌ی کشورهای دیگر بایستی برنامه‌های لازم برای به حداقل رساندن آثار منفی احتمالی، توسط ارگان‌های مسئول تدوین گردد. یک روش پیشنهادی برای ارزیابی آثار احتمالی جهانگردی بر جاذبه‌های طبیعی و فرهنگی کشور، مطالعه و ثبت وضعیت موجود (طبیعی، اقتصادی و فرهنگی) آنهاست. به این ترتیب می‌توان آثار احتمالی صنعت گردشگری را بررسی کرد. چنین بررسی‌هایی می‌تواند آثار منفی احتمالی گردشگری را در مناطق گردشگرپذیر کشور (قبل از این که تشدید گردد)، شناسایی و راه‌حلی مناسبی را برای کنترل و مهار آنها ارائه کند.

### ۳-۲-۱۶) توریسم درمانی نیازمند طرح جامع

گردشگری درمانی و بهداشتی، امروزه از جمله بخش‌های رو به رشد صنعت گردشگری جهان است که باعث شده سازمان‌های دست اندر کار و کشورهای علاقمند به توسعه‌ی گردشگری توجه خود را به این بخش از صنعت معطوف داشته و برای آن برنامه ریزی کنند.

زندگی صنعتی در بیشتر کشورهای دنیا الزاماتی را با خود همراه داشته و نیازهایی را نیز برای مردم جوامع مختلف ایجاد نموده است. امروزه تمایل مردم برای تناسب اندام، استفاده از منابع طبیعی و ویتامین‌ها، کاهش درد، تسلط بر استرس و افزایش سلامت روح و روان و جسم، بسیار چشمگیر

است. به همین دلیل است که در نقاط مختلف جهان روش‌های درمانی طبیعی مانند استفاده از چشمه‌های آب گرم، بسیار مورد توجه قرار می‌گیرد و تمامی افشار مردم اعم از کم درآمد و پر درآمد به سمت این نوع از گردشگری تمایل دارند.

چشمه‌های آب گرم، محل‌هایی مناسب برای ایجاد اقامتگاه‌های گردشگری است که با ایجاد مراکز تفریحی و ارائه‌ی سرویس‌ها و امکانات مناسب در این نقاط، می‌توان آنها را به مقاصد گردشگری درجه‌ی اول برای گردشگران تبدیل نمود. زیرا همزمان، هم لحظه‌های مفرح و پرهیجانی خواهند داشت و هم به سلامت و آرامش دست می‌یابند. علاوه بر این جاذبه‌های طبیعی و روش‌های درمانی، گردشگری درمانی به دلایل اقتصادی نیز مورد توجه قرار می‌گیرد، زیرا صادرات خدمات پزشکی یک اصل شناخته شده برای تقویت ساختار بهداشت و درمان کشورها است.

دولت جمهوری اسلامی ایران براساس برنامه ریزی‌های خود تا پایان برنامه چهارم توسعه، ۳۰ درصد از نیازهای درمانی و بهداشتی کشور را از طریق صدور کالا، خدمات پزشکی و گردشگری درمانی فراهم می‌کند. علاوه بر نیاز صدور کالا و خدمات پزشکی، درآمد گردشگری درمانی نیز می‌تواند برای کشورها، خصوصاً کشورهای آسیایی که به حرکت در روند توسعه، می‌اندیشند و سوسه‌انگیز باشد. این درآمد باعث شده است که برخی از کشورهای آسیایی چون سنگاپور، تایلند و هند به طور چشمگیری در حال تبلیغ سرویس‌های درمانی خود در میان بیماران جهان باشند. درباره‌ی گردش مالی حاصل از گردشگری درمانی آمار دقیقی وجود ندارد، اما براساس آمار بهداشت جهانی، سالانه حدود ۵۰ میلیارد دلار، صرف درمان بیماران منطقه در کشورهای اروپایی و آمریکایی می‌شود که جذب درصدی از این مبلغ می‌تواند تأثیر چشمگیری در اقتصاد کشورهای آسیایی داشته باشد.

### ۳-۲-۱۶-۱) رقبا

از جمله رقبای ایران در امر گردشگری درمانی منطقه می‌توان به کشورهای هند، سنگاپور، دبی و اردن اشاره کرد که برای جذب بیماران کشورهای آسیایی مشغول برنامه ریزی هستند.

سنگاپور یکی از مقاصد است که بسیاری از بیماران برای انجام جراحی‌های مهم به آن می‌اندیشند و هر سال حدود یک میلیون و ۵۰۰ هزار نفر با اهداف درمانی به این کشور سفر می‌کنند. جراحی‌های مهمی مانند قلب باز، روباتیک و سلول‌های بنیادی در این کشور به طور روزمره در حال انجام است، اما جالب اینجاست که سنگاپور در حال حاضر باید با تایلند، هند و مالزی به رقابت پردازد. زیرا این کشورها با ارائه‌ی خدمات مشابه و با قیمت‌های کمتر، تهدیدی جدی برای سنگاپور محسوب می‌شوند. به طور مثال جراحی قلب در سنگاپور هزینه‌ای بالغ بر ۱۶ هزار دلار در بردارد که همین عمل را در هند می‌توان با نصف این مبلغ انجام داد و پیش بینی می‌شود در آینده‌ای نزدیک دبی نیز تبدیل به تهدید بزرگی برای این کشور باشد. هند در حال حاضر یکی از کشورهای پیش‌تاز گردشگری درمانی است و

احتمال می‌رود که تولید کنندگان بخش خدمات درمانی این کشور و مقامات دولتی در دومین نمایشگاه گردشگری درمانی که در لندن برگزار می‌شود هندوستان را به عنوان مقصد گردشگری و خدمات درمانی جهان معرفی کنند.

براساس اعلام مسئولان خدمات درمانی هند، تعداد بیماران خارجی این کشور نسبت به سال گذشته حدود ۷ تا ۹ درصد رشد داشته است. براساس این گزارش‌ها با رشد ۳۰ درصد سالانه در گردشگری درمانی حدود ۲/۲ بیلیون دلار درآمد حاصل می‌شود.

### ۳-۲-۱۷) جاذبه‌ها و امتیازات ایران برای توریسم درمانی

یکی از جاذبه‌ها و امتیازات ایران برای توریسم درمانی در حوزه‌ی آب درمانی است، به طوری که در حال حاضر بیش از ۱۰۰۰ چشمه آب معدنی در کشور شناسایی شده است. قیمت ارزان خدمات پزشکی به نسبت دیگر کشورهای منطقه از جمله دیگر مزایای ایران برای فعالیت در حوزه‌ی توریسم درمانی محسوب می‌شود.

### ۳-۲-۱۸) وضعیت فعلی توریسم درمانی

به دلیل نبود نظام جامع و هماهنگ توریسم درمانی کشور و با توجه به اینکه بیمارستان‌ها در حال حاضر موظف نیستند تعداد بیماران خود را به وزارت بهداشت گزارش کنند، آمار دقیقی از بیماران خارجی که در ایران درمان می‌شوند، وجود ندارد.

همچنین آمار دقیقی از کسانی که قصد معالجه با استفاده از مراکز مانند مرکز آب درمانی به ایران سفر می‌کنند در دست نیست، اما به گفته‌ی مسئولان، معمولاً سالانه ۲۰ هزار گردشگر و اتباع حاشیه‌ی خلیج فارس و عراق، به قصد درمان به شهرهای مختلف ایران سفر می‌کنند.

درمان بیماری‌هایی نظیر ناباروری، جراحی پلاستیک و زیبایی و همچنین کاشت دندان و جراحی لثه، از جمله مهمترین جاذبه‌های درمانی ایران برای خارجی‌ها است و اکثر مراجعہ کنندگان به مراکز درمانی ایران از اتباع کشورهای منطقه هستند.

در حال حاضر بیمارستان‌های میلاد تهران، بنت الهدی مشهد، رضوی مشهد و نمازی شیراز در امر توریسم درمانی فعال هستند.

### ۳-۲-۱۹) زیر ساخت‌ها و امکانات لازم

وجود چند سازمان صاحب نظر درباره‌ی توریسم درمانی، ضرورت ایجاد یک ساختار و نظام جامع برای توریسم درمانی را گوشزد می‌کند. هر یک از دستگاه‌های دست اندر کار این موضوع، دیدگاه‌ها و مطالباتی دارند که نبود یک نظام جامع برخی از این دیدگاه‌ها را دچار تعرض می‌کند. از دیدگاه مسئولان وزارت بهداشت اقداماتی مثل تغییر در برخی قوانین و نیز تصویب قوانین مورد نیاز از جمله اولویت‌های مورد نیاز برای رشد این بخش از گردشگری کشور است.

وجود قوانین مورد نیاز برای دریافت خسارت پزشکی از جمله‌ی این

قوانین است. در کشور ما قوانینی برای دریافت خسارت پزشکی وجود دارد که با توجه به حقوقی و قضایی بودن این موضوع برای گردشگرانی که می‌خواهند مدت زمان مشخصی را در ایرن سپری کنند طی کردن این سیکل، بسیار زمان‌بر و دشوار است و نیاز به وضع قوانین خاص دارد.

یکی دیگر از تسهیلات مورد نیاز برای افرادی که برای درمان به کشور سفر می‌کنند، داشتن ویزای درمان است تا بتوانند بدون طی تشریفات وارد کشور شوند. از سوی دیگر وضع قوانین مشخص، نظارت دستگاه‌های مسئول بر امر توریسم درمانی کشور و پاسخگویی دستگاه‌های رسمی در قبال این موضوع را تسهیل می‌کند. با وجود این قوانین مشخص، بیمارستان‌ها موظف به ارائه‌ی آمار بیماران خارجی خود می‌شوند و در نتیجه وجود این آمار برنامه ریزی را برای دستگاه‌های مسئول امکان‌پذیر می‌کند. ایجاد تسهیلاتی که بیماران بتوانند دوران نقاهت پس از بیماری خود را به گردش در ایران بپردازند نیز از جمله مواردی است که نیاز به هماهنگی دستگاه‌های مسئول و ساخت مکان‌ها و مجتمع‌های خاص دارد.

علاوه بر نیازهای مورد اشاره، مراکز آب درمانی و چشمه‌های آب گرم طبیعی کشور نیز جهت جذب گردشگر نیاز به سرمایه‌گذاری‌های ویژه‌ای دارند زیرا این چشمه‌ها با وضعیت قبلی نمی‌توانند موفقیت چندانی در جذب گردشگران داشته باشند.

### ۳-۲-۲۰) ظرفیت‌های سرمایه‌گذاری گردشگری صنعتی در ایران (توسعه گردشگری با استفاده از نفت و گاز)

صنعت گردشگری پس از صنایع نفت و خودروسازی، سومین صنعت درآمدزای هزاره‌ی جدید محسوب می‌شود و با توجه ویژه به خدمات در این هزاره پیش بینی می‌شود به سرعت نخستین رتبه‌ی درآمدزایی در سطح جهان تبدیل شود. به همین دلیل است که نظریه پردازان اقتصاد جهان، اهتمام و توجه ویژه‌ی خود را به این صنعت معطوف داشته‌اند و کشورهای مختلف تلاش می‌کنند در این فرصت نوین، سرمایه‌گذاری مناسبی داشته باشند.

در کشور ما که سالها مقام نخست گردشگری در خاورمیانه را داشته (دهه ۴۶ تا ۵۶ خورشیدی) علی‌رغم تغییر نگرش به مقوله گردشگری و پذیرش آن به عنوان صنعتی درآمدساز، لزوم توجه بیشتر به ظرفیتهای سرمایه‌گذاری در این صنعت مشهود است. براساس اعلام شورای جهانی گردشگری، ایران امروز، به جایگاه سی و پنجم جهانی سقوط کرده است. در حالی که طبق برنامه‌ی چشم انداز بیست ساله کشور، در پایان برنامه‌ی چهارم توسعه، حداقل می‌بایست پاسپورت چهار میلیون گردشگر خارجی مهر ورود به ایران خورده باشد، متأسفانه آمارهای ورودی تا سال گذشته تنها هفتصد و پنجاه هزار گردشگر ورودی را ثبت کرده‌اند! بدون شک مؤلفه‌های فراوان و عوامل متعددی در این ناکامی سهیم بوده‌اند، اما نباید ناامید بود.

ایران توان فراوانی دارد تا در صورت برنامه ریزی و کار کارشناسی دقیق، ناکامی‌های قبلی را جبران کند. آثار جاذبه‌های تاریخی و باستانی اکوتوریسم<sup>۱</sup> و جلوه‌های طبیعی و همچنین توان ارزشمندی که می‌توانیم

تحت عنوان گردشگری صنعتی از آن یاد کنیم؛ آن هم در کشوری که از فناوری‌های بومی گرفته تا صنایع عصر جدید نمونه‌های منحصر به فردی وجود دارد و از میان پیشینه‌ی صنعت نفت در ایران به عنوان مهد این صنعت در خاورمیانه فرصتی طلایی و ویژه را به وجود آورده که در صورت سرمایه‌گذاری مناسب می‌توان به توسعه‌ی صنعت گردشگری از قبال آن در ایران امیدوار بود.

جهانیان، امروزه ایران را با منابع غنی نفت و گاز آن می‌شناسند و در کنار پیشینه‌ی باستانی این سرزمین، به بُعد صنعتی آن، در مقوله‌ی نفت و گاز نیز توجه دارند.

نزدیک به یکصد سال پیش بود که صنعت نفت با بهره برداری از نخستین چاه نفت خاورمیانه در جنوب غرب ایران و استان فعلی خوزستان متولد شد و این حدیث یکصد ساله آغاز شد. طی این مدت نمونه‌های مختلف ابزار و ادوات صنعتی از نخستین نمونه‌ها گرفته تا بعد از آن در تأسیسات نفتی ایران مورد استفاده قرار گرفت و بدین ترتیب است که هر کدام از این تأسیسات به خودی خود موزه‌ی ارزشمندی از توسعه‌ی فناوری صنعتی جهان است و از ادوات نیروی بخار گرفته تا گاز سوز و الکترونیسته می‌توان نمونه‌های ارزشمندی را در کنار هم در این تأسیسات مشاهده کرد؛ امری که در کمتر مرکز پژوهشی صنعتی - دانشگاهی و آکادمیک و در کمتر نقطه‌ای از جهان شاهد آن هستیم، و این مسئله فرصت ارزشمندی برای سرمایه‌گذاری در گردشگری صنعتی برای این تأسیسات عموماً از رده خارج فراهم می‌کند.

گردشگرهای صنعتی کارشناسان، مهندسان ارشد، طراحان و برنامه نویسان و همچنین علاقه‌مندان به تاریخ صنعت هستند و در مبحث گردشگری صنعتی باید روی حضور آنها و همچنین دانشجویان رشته‌های صنعتی و غیره سرمایه‌گذاری کرد.

قدمت تأسیسات نفتی در ایران به گونه‌ای است که می‌توان با استفاده از آنها به قوی‌ترین و معتبرترین مراکز آکادمیک و صنعتی دنیا سرویس داد. در این بین قدیمی‌ترین و جالب‌ترین نمونه‌ها را در تأسیسات نفتی مسجد سلیمان، می‌توان مشاهده کرد.

نخستین چاه نفت، نخستین نیروگاه برق با نیروی بخار و نخستین تأسیسات جانبی و فرآوری نفتی در آن قرار دارند؛ نمونه‌هایی که نه تنها در ایران، بلکه در خاورمیانه قدیمی‌ترین نمونه‌ها محسوب می‌شوند! چاه شماره یک نفت خاورمیانه که در مرکز شهرستان مسجد سلیمان قرار دارد و در اثر عدم رعایت حفظ حریم ساخت و ساز، امروزه دیوار به دیوار منازل مسکونی منطقه است، مجموعه‌ی کاملی از نخستین تکنولوژی حفاری، بهره برداری و استخراج و پمپاژ نفت به وسیله نیروی بخار است و دیگ بخار آن سندی بر قدمت صنعتی آن به شمار می‌رود که برای گردشگرهای صنعتی بسیار جالب خواهد بود.

علاوه بر این نیروگاه تولید برق این منطقه‌ی نفت خیز که با قدمتی نزدیک به نود سال نخستین نمونه از تولید برق با استفاده از نیروی بخار است واجد اهمیت است و دیگر تأسیسات جانبی نفت در منطقه‌ی مسجد



سلیمان نیز شرایطی به همین صورت دارند. جذابیت‌های گردشگری صنعتی در دیگر نقاط استان خوزستان نیز پراکنده‌اند که مهم‌ترین آنها پالایشگاه نفت آبادان است و در دیگر مناطق خوزستان همچون هفتکل و... که در هر کدام از این مناطق، تأسیساتی وجود دارند که البته از نظر فنی بدون استفاده و متروک می‌باشند و از نظر امنیتی نیز مشکلی جهت بازدید از آنها وجود ندارد و می‌توان گردشگرها را به بازدید آنها دعوت نمود.

ویژگی‌های دیگر صنعت نفت در جنوب غرب ایران این است که مرادوی صنعتی غرب با این خطه از خاک ایران تنها یک مرادوی مکانیکی نیست، بلکه به واسطه‌ی حضور کاشفان نفت و کارشناسان و کارکنان بیگانه، خوزستان سالیان سال محل زندگی این اتباع بوده و چه بسیار کسانی که با ملیت‌های مختلف در خوزستان متولد شده‌اند، ازدواج کرده‌اند و بعضاً پس از مرگ در گورستان‌های مخصوصی که در جای‌جای مناطق نفت خیز به «قبرستان خارجی‌ها» معروف است، به خاک سپرده شده‌اند. این ارتباط و حضور مستمر در ایران، مرادوات فرهنگی و حتی سببی فراوانی را همراه داشته است.

شهرهای ایجاد شده در مناطق نفت خیز ایران عموماً ساختاری غربی دارند و از نوع معماری و خیابان بندی گرفته تا وجه تسمیه‌ی برخی مناطق، تشابهات شگفتی بین این مناطق دورافتاده در جنوب غرب ایران و زیباترین شهرهای اروپایی وجود دارد که باعث شگفتی و جذب گردشگرهای خارجی خواهند بود. البته بدیهی است که ما در خصوص صنعت گردشگری صحبت می‌کنیم نه سیاست و نه بررسی بعد استعماری مقوله صنعت نفت و راهکارهای جلوگیری از تکرار آن شرایط احتمالی، که وظیفه‌ی سیاستمداران و کارگزاران روابط خارجی است.

با چنین دستور کاری بررسی و شناخت تمامی جذابیت‌ها و توان درآمد زایی در گردشگری صنعتی بسیار قابل توجه بوده و از نظر فرهنگی و تأمین نیز باید شرایطی فراهم شود تا گردشگرهای ما این اطمینان را داشته باشند که به واسطه آنچه از نفت بر سر مردم ایران آمده، تهدیدی برای میهمانان بازدید کننده وجود ندارد!

بر اساس اعلام روابط عمومی وزارت نفت، این وزارتخانه طرحی را برای موزه‌ی صنعتی خود دنبال می‌کند اما باید توجه داشته باشیم که حصول نتیجه در این زمینه و این کار که اصولاً گردشگری از آن موزه بازدید کند، همت و سرمایه‌گذاری بخش خصوصی و حمایت متولیان صنعت گردشگری در ایران را می‌طلبد و با در کنار هم قرار گرفتن تمامی این مؤلفه‌هاست که می‌توانیم به بهره‌مندی کشور از درآمدزایی «گردشگری صنعتی» و اصولاً توسعه گردشگری امیدوار باشیم. ظرفیت‌های سرمایه‌گذاری گردشگری صنعتی در ایران بسیار غنی و قوی می‌باشند اما شرط اول حصول نتیجه از این ظرفیت‌ها، همت و اراده‌ی جمعی، در این زمینه است. برآوردهای کارشناسان نشان می‌دهد که صنعت جهانگردی در قاره آسیا در دو، سه سال اخیر اوج گرفته و پیش بینی می‌شود آسیا در ده سال آینده رتبه اول جهانگردی را در جهان به خود اختصاص دهد.

ایران در میان کشورهای آسیایی با جاذبه‌های فراوان خود، جایگاه

ویژه‌ای دارد. گذشته از جهانگردان اروپایی، آمریکایی و کانادایی، کشور ما مقصد بسیار مناسبی برای گردشگران کشورهای عربی منطقه و انبوه گردشگران ژاپنی و چینی به شمار می‌آید. در حال حاضر کشور ژاپن در حال برنامه‌ریزی و تدارک اعزام ۱۸ میلیون گردشگر به خارج (در سال ۲۰۰۷) است و نیز چینی‌ها در سال آینده ۳۱ میلیون گردشگر را به کشورهای جهان روانه می‌کنند.

اکثریت گردشگران کشورهای عربی نیز به دلایل مختلف سیاسی، اجتماعی نگاه‌شان به ایران گسترده‌تر شده و از سفر به کشور ما استقبال می‌کنند و همین دلایل ثابت می‌کند که گردشگران خارجی در راهند و رونق گردشگری در کشور ما یک امر کاملاً تحقق‌پذیر است و در چنین شرایطی دولت و بخش خصوصی ما باید بدون تلف کردن فرصت، به سامان دهی زیرساخت‌ها، احداث هتل‌ها و اقامتگاه‌ها و مجتمع‌های میان راهی، تجهیز وسایل حمل و نقل و سیستم بانکی اقدام کنند. سرمایه‌گذاران باید اطمینان داشته باشند با حمایت‌های وسیع دولت، اکنون بهترین و پربرونق‌ترین فضا برای سرمایه‌گذاری صنعت گردشگری، مهیا است. در حال حاضر حدود ۱۰۰ منطقه‌ی نمونه‌ی گردشگری در سراسر کشور برای احداث مجتمع‌های تفریحی و گردشگری انتخاب شده است.

اکنون میراث فرهنگی و گردشگری برای مردم ما تبدیل به یک موضوع آشنا شده و روز به روز نسبت به آن کنجکاوای بیشتری نشان می‌دهند. البته آموزش افراد جامعه و آشنا ساختن مردم، یک وظیفه‌ی اساسی محسوب می‌شود و تلاش پیگیر برای فرهنگ سازی و آموزش هر چه بیشتر در میان مدیران و سیاست‌گذارانی که در امر گردشگری تصمیم می‌گیرند، نیروهای متخصص و کارشناسان، آژانس‌های مسافرتی، نیروی انتظامی، راهنمایان و در نهایت عموم مردم، دانشجوی، دانش‌آموز، کارمند، اصناف و حتی رانندگان وسایل نقلیه ضرورت کامل دارد.

اگر در بیش از ۳۰ سال گذشته در کشور ما به موضوع گردشگری توجه نشده، جامعه امروزی ما باید تلاش کند علاوه بر جبران کاستی سال‌های گذشته، خود را به کاروان طلایی گردشگری جهانی نزدیک کند و باید برای همه‌ی دست اندر کاران و مردم ما روشن شود که موضوع گردشگری فقط به اقتصاد تمام نمی‌شود. بلکه جنبه‌های فرهنگی، سیاسی و اجتماعی این صنعت از اهمیت شایانی برخوردار است و رونق گردشگری در هر کشوری آینده‌ی سیاسی، فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی نسل‌های آینده آن کشور را هم تضمین می‌کند.

### ۲-۲-۳) گردشگری روستایی

روستا بنا به ماهیت خویش متناسب با ساختار فرهنگی، اجتماعی-اقتصادی و به ویژه محیط جغرافیایی و چشم اندازها و جاذبه‌های طبیعی گردشگری، دارای سازماندهی درونی کالبدی ویژه‌ای در زمینه‌ی نوع یا شیوه زندگی معنوی و مادی خود می‌باشد. بالطبع وجود چنین ساختار یا سازماندهی، اثرات و پیامدهای خویش را نیز بر چهره زمین چه در بخش مساکن و چه در بخش مزارع، باغات، بیشه زارها، چشمه سارها و

رودخانه‌ها و مناظر طبیعی و زیبایی آن باقی خواهد گذاشت، که مورفولوژی و چشم اندازهای فرهنگی، گردشگری سکونت‌گاهها و باغات و کشتزارهای روستایی را تشکیل می‌دهد.

روستاها و ساکنین آن از دو جهت با صنعت گردشگری در رابطه هستند، یکی اینکه محیطهای روستایی به عنوان فضاها و اماکن ییلاقی و استراحتگاهی برای گذراندن اوقات فراغت گردشگرها و به ویژه جهانگردان داخلی به شمار می‌آیند و دیگر اینکه تولیدات آنها اعم از مواد خوراکی و صنایع دستی روستایی به گردشگران عرضه می‌گردد و از این طریق به اقتصاد معیشتی آنان کمک می‌کند.

شرایط طبیعی و مورفولوژیکی، و عوامل و عناصر اقلیمی به همراه ساختار اقتصادی و اجتماعی و فرهنگی محیطهای روستایی اشکال گوناگون و متنوعی از روستاها را به وجود می‌آورد که هر کدام به لحاظ فیزیکی و تیب معماری و نوع معیشت و آداب و رسوم و سنتها و اعتقادات مذهبی و قومی - قبیله‌ای با یکدیگر اختلاف داشته و همین عدم یکنواختی و خصوصیات انحصاری است که برای گردشگران جاذبه داشته و علاقه‌مند به دیدار آنها هستند.

بنابراین مناطق روستایی به دلیل برخورداری از تنوع زیاد در زمینه‌های فرهنگی، سنتها، آداب و رسوم و منابع طبیعی به مکانهای جذابی برای جهانگردان تبدیل شده است و انواعی از گردشگری در این مناطق وجود دارد که شامل گردشگری طبیعی، گردشگری فرهنگی، اکوتوریسم، گردشگری روستایی و اکروتوریسم می‌باشد.

## فهرست منابع فارسی:

- ۱- افجه، سیدعلی‌اکبر؛ بررسی ابعاد سیاسی، اقتصادی، اجتماعی، اخلاقی و فرهنگی جهانگردی؛ مجموعه مقالات نخستین همایش جهانی گردشگری و جمهوری اسلامی ایران، جلد اول، اسفندماه ۱۳۷۶.
- ۲- بیضایی، طیبه؛ مسائل و نارساییهای گردشگری در ایران؛ مجموعه مقالات نخستین همایش جهانگردی و جمهوری اسلامی ایران، جلد ۲، اسفندماه ۱۳۷۶.
- ۳- پاک‌دامن، یحیی؛ دهکده‌های توریستی راه‌کارهای مناسب برای توسعه صنعت گردشگری در ایران؛ مجموعه مقالات نخستین همایش جهانی گردشگری و جمهوری اسلامی ایران، ج ۲، اسفندماه ۱۳۷۶.
- ۴- تبریزی، ایرج؛ آثار و مؤلفه‌های توسعه جهانگردی؛ مجموعه مقالات نخستین همایش جهانگردی و جمهوری اسلامی ایران، ج ۳، اسفندماه ۱۳۷۶.
- ۵- حاج غلامرضایی، محمدحسن؛ جهانگردی در ایران و جهان؛ مجموعه مقالات نخستین همایش جهانگردی و جمهوری اسلامی ایران، ج ۲، اسفندماه ۱۳۶۷.
- ۶- حسامیان، فرخ، اعتماد، گیتی، حائری، محمدرضا؛ شهر نشینی در ایران؛ انتشارات آگاه، ۱۳۶۳.
- ۷- حمیدالله، محمد، اوثاق‌السیاسیه؛ پیمان پیامبر (ص) با یهودیان مدینه؛ ترجمه و تحشیه دکتر محمود مهدوی.
- ۸- رابرت. ب. پاتر - سلی لوید. ایونز؛ شهر در جهان در حال توسعه؛ مترجمان: کیومرث ایراندوست، مهدی دهقان منشادی، میترا احمدی، انتشارات سازمان شهرداریها و دهرداری‌های کشور، ۱۳۸۴.

۹- رحیمی نیک، اعظم؛ نگرش استراتژیک به صنعت جهانگردی؛ مجموعه مقالات نخستین همایش جهانگردی و جمهوری اسلامی ایران، ج ۲، اسفندماه ۱۳۷۶.

۱۰- رضوانی، علی‌اصغر؛ جغرافیا و صنعت توریسم؛ انتشارات پیام نور، سال ۱۳۷۷.

۱۱- روزنامه ایران؛ گردشگری ایران در جستجوی سهم جهانی؛ سال چهاردهم، شماره ۳۴۹۵، یکشنبه ۲۱ آبان ۱۳۸۵.

۱۲- روزنامه همشهری؛ توسعه گردشگری با نفت و گاز؛ سال چهاردهم، شماره ۴۱۳۰، یکشنبه، ۲۱ آبان ۱۳۸۵.

۱۳- روزنامه همشهری؛ زیرساخت‌ها آماده نیست؛ سال چهاردهم، شماره ۴۱۳۳، چهارشنبه ۲۴ آبان ۱۳۸۵.

۱۴- روزنامه همشهری؛ سهم ما از درآمد گردشگری ۴ صدم درصد؛ سال چهاردهم، شماره ۴۱۴۴، سه‌شنبه ۱۷ آذر ۱۳۸۵.

۱۵- رهنمایی، محمد تقی؛ روند مطالعات شهری و جایگاه جغرافیای شهری در ایران؛ فصلنامه تحقیقات جغرافیایی، شماره ۳، سال سوم، زمستان ۱۳۶۷.

۱۶- رهنمایی، محمد تقی؛ جغرافیای اوقات فراغت و جهانگردی؛ پلی‌کپی، گروه جغرافیای دانشگاه تهران، ۱۳۶۹.

۱۷- سلطان زاده، حسین، مقدمه‌ای بر تاریخ شهر و شهر نشینی در ایران، نشر زکی، ۱۳۶۵.

۱۸- شاردن، ژان؛ سیاحت‌نامه‌ی شاردن؛ ترجمه محمد عباس، تهران، انتشارات امیر کبیر، ۱۳۳۵.

۱۹- شکویی، حسین؛ جغرافیای اجتماعی شهرها؛ اکولوژی اجتماعی شهر، جهاد دانشگاهی، چاپ دوم، ۱۳۶۹.

۲۰- شکویی، حسین؛ جغرافیای شهری؛ جلد دوم، انتشارات دانشگاه تبریز.

۲۱- ضرغام، حمید؛ راه‌کارهایی برای توسعه جهانگردی در جمهوری اسلامی ایران؛ مجموعه مقالات نخستین همایش جهانی گردشگری و جمهوری اسلامی ایران، جلد اول، اسفندماه ۱۳۷۶.

۲۲- عبدالله زاده، محمود؛ برنامه ریزی ملی و منطقه‌ای جهانگردی؛ دفتر پژوهش‌های فرهنگی، چاپ دوم، ۱۳۸۴.

۲۳- عظیمی، نورالدین؛ جنبه‌های جغرافیایی توسعه جهانگردی در جمهوری اسلامی ایران؛ مجموعه مقالات نخستین همایش جهانی گردشگری و جمهوری اسلامی ایران، ج ۲، اسفندماه ۱۳۷۶.

۲۴- فرید، یدالله؛ جغرافیا و شهرشناسی؛ انتشارات دانشگاه تبریز، ۱۳۶۸.

۲۵- فرید، یدالله، سیر اندیشه در قلمرو جغرافیای انسانی، انتشارات دانشگاه تبریز، چاپ دوم، ۱۳۶۶.

۲۶- فیض‌بخش، هوشنگ؛ صنعت جهانگردی در ایران و جهان؛ مرکز عالی خدمات جهانگردی و اطلاعات، ۱۳۵۵.

۲۷- کارگر، بهمن؛ امنیت شهری؛ انتشارات سازمان جغرافیایی نیروهای مسلح، چاپ دوم، ۱۳۸۵.

۲۸- مجموعه قوانین سال ۱۳۷۰، چاپ روزنامه رسمی دادگستری.

۲۹- مجموعه مقالات نخستین همایش جهانی گردشگری و جمهوری اسلامی ایران، جلد اول، اسفندماه ۱۳۷۶.

۳۰- مجید زاده، یوسف؛ آغاز شهر نشینی در ایران؛ مرکز نشر دانشگاهی، ۱۳۶۸.

۳۱- محقق داماد، سید مصطفی؛ حقوق جهانگرد و سیر تحولات تاریخی آن؛ مجموعه مقالات نخستین همایش جهانی گردشگری و جمهوری اسلامی ایران، اسفندماه ۱۳۷۶.

۳۲- محلاتی، صلاح‌الدین؛ درآمدی بر جهانگردی؛ سازمان چاپ و انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ۱۳۸۰.

۳۳- مسافرت در ارمنستان و ایران، ترجمه علیقلی اعتماد، انتشارات بنیاد فرهنگ ایران.

Explanation and Emerging solutions in W. Theach and (ED) . Global Torism the Decdde Oxford . Butterworth Heinemann.

55- Smith Valene L. and Eadington, william R. Tourism Alternatives: Potentials and Problems in the Development of Tourism: Phi.

56- Stephen page, Urban Tourism Routledge Co London 1995, P. 115.

57- Potter. R.B, 1992, Urbanisation in the third word, Oxford University press.

58- Potter, R.B 1989, Urbanization , Planning and Development . Londen: Manse II.

59- Weiler , Betty and Hall, colin Michael , 1992 , Special Interest Tourism . Philadelphia: university of pennsylvania press.

60- World Bank , 1991 , Urban policy and Economic Development: An Agenda for the 1990.

۳۴- مشاهدات سفر از بنگال به ایران، ترجمه محسن جاویدی.

۳۵- معرفت، محمدهادی؛ جهانگردی و جلب جهانگردان دیدگاه اسلام؛ مجموعه مقالات نخستین همایش جهانگردی و جمهوری اسلامی ایران، جلد اول، اسفندماه ۱۳۷۶.

۳۶- منشی زاده، رحمت الله؛ جهانگردی؛ انتشارات مسعی، ۱۳۷۶.

۳۷- مؤمنی، مصطفی؛ مآخذشناسی جغرافیای شهری ایران؛ فصلنامه جغرافیایی، شماره ۱، سال دوم، تابستان ۱۳۶۶

۳۸- نظریان، اصغر؛ جغرافیای شهری ایران؛ انتشارات پیام نور، ۱۳۷۴.

۳۹- نظری، علی اصغر؛ جغرافیای جمعیت ایران؛ انتشارات گیتاشناسی، ۱۳۶۸.

۴۰- مرکز آمار ایران؛ سرشماری عمومی نفوس و مسکن - نتایج تفصیلی؛ انتشارات مرکز آمار ایران، ۱۳۷۵.

۴۱- خبرگزاری مهر، تهران، ۱۳۸۵.

۴۲- خبرگزاری ایرنا، تهران، ۱۳۸۵.

### فهرست منابع خارجی:

43- Adams, R.M., 1966 The Evolution of urban Society, London : Weidenfeld & Nicolson.

44- Amis, P., 1995, Making Sense of urban poverty , Environment and urbean isation.

45- Berghall, P.E., 1995, Habital II and the urban Economy : A Review of Recent Developments and Literature, Helsinki: United Nations University and the Word Institute for Development Economics Research.

46- Benthall, Y . and Gorbridge, S. 1996, Urban - rurla relations , demand politics and the new agrarianism in notthwest India: the Bharatiya Kisan union, Transactions of the Institute of British Geographers.

47- Bromley, R , 1978, the urban imformation Sector: Critical perspectives, World Development.

48- Child, V.G, 1950, the Urban revolution Town Planning Review.

49- Coltman , Michael M, 1989, Introduction to Travel and Tourism: An International Approach , Newyourk: Van nostrand Reinhold.

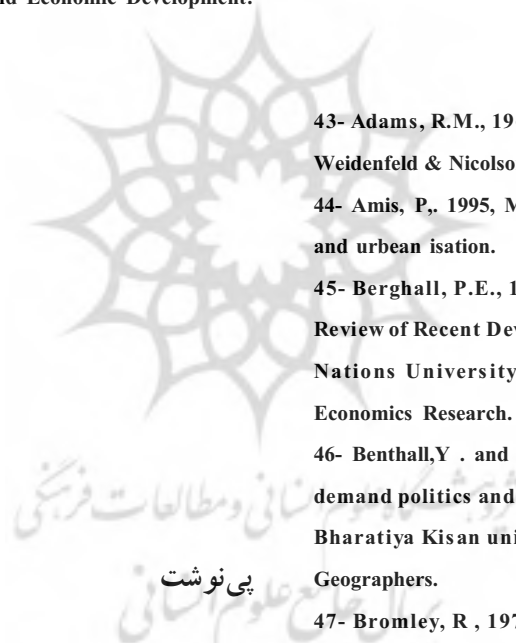
50- Douglas , I , 1983, The Urban Environment , London: Arnold.

51- Knox, P, 1996, World cities and the organisation of global Space, yonhston, R.J, Taylor.

52- Murphy, P.E. (1995) Tourism A community Approach London Routledge (1992) Urban Tourism and visitor Behaviour American Behav in ral scientist 36(2)4.

53- Perace, D.C. (1989) Tourist development, London Longman 1989.

54- Pearce , P. (1994) Tourism Resident Impacts: Examples,



پی نوشت

۱) شیعه، اسماعیل، مقدمه‌ای بر برنامهریزی شهری، دانشگاه علم و صنعت، ص ۱۴.

۲) حاج غلامرضایی، محمدحسن، جهانگردی در ایران و جهان، مجموعه مقالات نخستین همایش جهانگردی و جمهوری اسلامی ایران، ج ۲، اسفندماه ۱۳۷۶.

۳) همان.

۴) عظیمی، نورالدین، جنبه‌های جغرافیایی توسعه جهانگردی در جمهوری اسلامی ایران، مجموعه مقالات نخستین همایش جهانگردی جمهوری اسلامی ایران، ج ۲، اسفندماه ۱۳۷۶.

۵) همان.

۶) همان.

۷) همان.

۸) اکو توریسم، این شاخه‌ی عظیم در صنعت گردشگری که بیشترین ایجاد اشتغال را در شاخه‌های مختلف گردشگری به همراه دارد، بادل مشغولی‌هایی نیز همراه است. از جمله مهم‌ترین دل‌مشغولی‌های اکو توریسم، چگونگی رفتار با طبیعت و صدمات احتمالی از حضور گردشگران در زیستگاه‌ها و مناطق طبیعی است.