

بررسی قابلیت‌های اقتصادی و امنیتی صنعت گردشگری در تحقق سند

چشم‌انداز ۱۴۰۴

لاله نظری ولنی^۱، سیده معصومه محمد دوست زارع^۲، زهرا دست‌نشان^۳

۱- کارشناس ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی توریسم، مدرس دانشگاه پیام نور لنگرود

۲- کارشناس ارشد علوم تربیتی برنامه‌ریزی درسی دانشگاه خوارزمی

۳- کارشناس الهیات، رئیس اداره سوادآموزی اداره آموزش و پرورش شهرستان لنگرود

lale_veleni@yahoo.com

چکیده

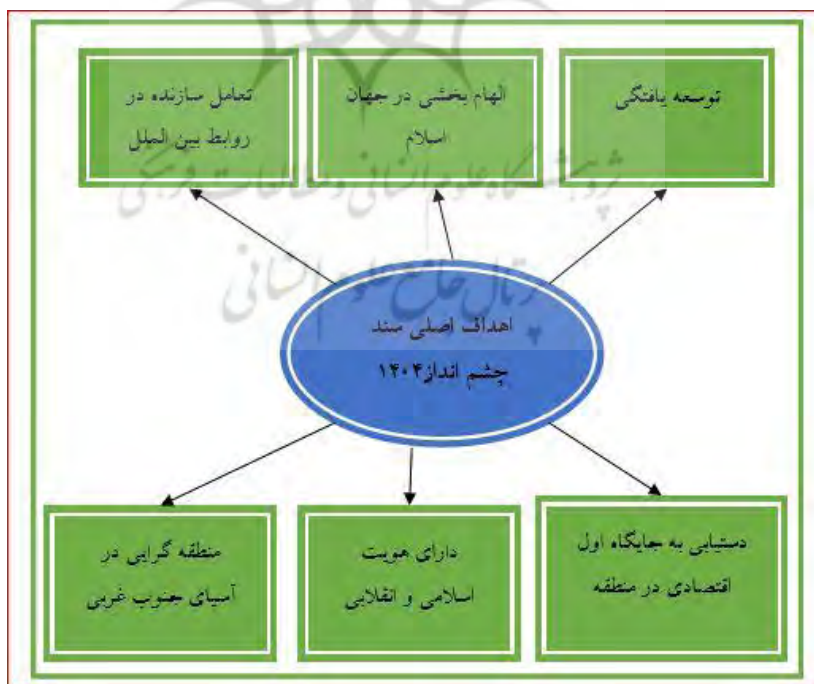
گردشگری به‌عنوان صنعتی درآمدزا و مهم در کشورهای جهان محسوب می‌شود و بر اساس برآوردهای سازمان جهانی جهانگردی، این صنعت در سال ۲۰۲۰ با درآمدی بالغ بر ۲ تریلیون دلار و جذب ۱/۵۶۱ میلیارد مسافر، نقش اول را در توسعه اقتصادی کشورها خواهد داشت. از طرف گسترش و شکوفایی صنعت گردشگری، نزدیکی ملت‌ها و دولت‌ها به یکدیگر را دنبال داشته و تأثیر فوق‌العاده‌ای در ایجاد صلح، ثبات و گسترش امنیت در عرصه‌های ملی و جهانی از خود بر جای می‌گذارد. بر مبنای تحقق سند چشم‌انداز بیست‌ساله که توسط مقام معظم رهبری ابلاغ گردید، جمهوری اسلامی ایران کشوری توسعه‌یافته با جایگاه اول اقتصادی، علمی و فناوری در سطح منطقه، با هویت اسلامی و انقلابی، الهام‌بخش در جهان اسلام و با تعامل سازنده و مؤثر در روابط بین‌المللی محسوب می‌شود. تحقق اهداف متعالی چشم‌انداز بیست‌ساله ایران نیازمند به تحول اساسی در نگرش‌های مدیریتی جامعه، عزم ملی، ایمان، خودباوری و کوشش برنامه‌ریزی شده جمعی است. صنعت گردشگری با توجه به برخورداری از ظرفیت‌های اقتصادی و ماهیت تعاملی خود می‌تواند نقش مهمی را در جهت‌باندگی کشور و رسیدن به اهداف چشم‌انداز ۱۴۰۴ ایفاء نماید. مقاله حاضر با استفاده از روش توصیفی^۵ تحلیلی و بهره‌مندی از مطالعات کتابخانه‌ای و اسنادی سعی دارد، ضمن شناسایی پتانسیل‌های صنعت گردشگری علی‌الخصوص در زمینه‌های اقتصادی، فرهنگی و امنیتی، به تبیین این توانمندی‌ها در جهت اعتلای کشور و تحقق سند چشم‌انداز بپردازد. مطالعات صورت گرفته حاکی از آن است که ایران یکی از توانمندترین ممالک دنیا از لحاظ استراتژیک و ژئوپلیتیک با قابلیت‌های منحصربه‌فرد در زمینه گردشگری است. لذا در صورت برنامه‌ریزی و ارتقاء کمی و کیفی در این بخش، می‌تواند از توانمندی‌های آن در جهت تحقق اموری مانند: دسترسی به توسعه همه‌جانبه، بهبود وضعیت اقتصادی، فاصله گرفتن از اقتصاد تک محصولی، تعامل سازنده با کشورهای منطقه، که در ترسیم سند چشم‌انداز به عنوان اهداف مهم در نظر گرفته شده‌اند، سود جوید.

کلیدواژه‌ها: اقتصاد، امنیت، سند چشم‌انداز، گردشگری، ایران

۱- مقدمه

گردشگری در آغاز قرن بیست و یکم به‌موازات توسعه اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی جوامع مختلف از رشد قابل توجهی برخوردار شده به‌طوری‌که این مقوله لقب صنعت را با خود یدک می‌کشد. صنعت توریسم در عصر کنونی یکی از عناصر مهم در ترکیب اقتصادی و فرهنگی کشورها محسوب می‌شود و این جریان روند رو به رشدی را طی می‌کند. بر اساس برآوردهای سازمان جهانی جهانگردی، این صنعت در سال ۲۰۲۰ با درآمدی بالغ بر ۲ تریلیون دلار و جذب ۱/۵۶۱ میلیارد مسافر، نقش اول را در توسعه اقتصادی کشورها خواهد داشت. (رضائی و رحیم‌پور، ۱۳۹۰: ۳۷). قابلیت‌ها و ظرفیت‌های مناسب صنعت توریسم سبب شده که این صنعت در تمامی عرصه‌ها در سطح ملی، منطقه‌ای و بین‌المللی مورد توجه دولت مردان و برنامه‌ریزان قرار

بگیرد. دولت‌ها دریافته‌اند که صنعت گردشگری و زیرمجموعه‌های آن یک بازی و سرگرمی نیست بلکه تجارتي پیچیده و جدی توأم با پیامدهای گوناگون تلقی می‌شود. در این میان سرمایه‌گذاری در صنعت توریسم، فرصتی طلایی برای کشورهای در حال توسعه محسوب می‌شود. به طوری که "لویس ترنر" گردشگری بین‌المللی را امید بخش‌ترین، پیچیده ترین و جایگزین‌ترین صنعت می‌داند که جهان سوم با آن روبه رو است. (لی، ۱۳۷۸: ۱) کشور ایران به عنوان یکی از کشورهای در حال توسعه دارای سوابق تاریخی و تمدنی غنی می‌باشد. این کشور پتانسیل‌ها و جاذبه‌های لازم را برای سرمایه‌گذاری و توسعه صنعت توریسم در اختیار دارد. قابلیت‌ها و ویژگی‌های متعدد و خاص ایران سبب شده که عده‌ای از آن به عنوان جهانی واقع در یک مرز یاد کنند. (زمانی فراهانی، ۱۳۷۹: ۷۰) تنوع جاذبه‌ها، وجود اقلیم های متفاوت آب و هوایی و تعدد جاذبه‌های فرهنگی، طبیعی، تاریخی و مذهبی باعث شده که این کشور برای گردشگران با سلاقی مختلف مکانی جذاب و دیدنی محسوب شود. ایران فرصت آن را دارد تا برای رسیدن به قله‌های ترقی و رهایی از اقتصاد تک محصولی متکی به نفت در بخش گردشگری سرمایه‌گذاری کند و ظرفیت‌های اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی این صنعت سود جوید. ترسیم سند چشم‌انداز بیست ساله که با هدف راه گشایی، تعیین خط مشی و حرکت به سوی آینده کشور ایران در آن لحاظ شده مؤلفه‌های مختلفی را در بر می‌گیرد. از جمله اهداف این سند راهبردی، بهبود وضعیت اقتصادی کشور، ارتقای جایگاه ایران در سطح منطقه و برقراری تعامل سازنده با کشورهای منطقه و جهان می‌باشد. صنعت گردشگری با توجه به ظرفیت‌های اقتصادی، سود آوری و اشتغال زایی خود می‌تواند در تأمین اهداف این صنعت نقش چشمگیری را ایفاء نماید. نکته‌ی قابل توجه این است که دولت بر اساس چشم‌انداز بیست ساله باید با تا سال ۲۰۲۰ میلادی بیست میلیون گردشگر را به داخل ایران جلب کند و این امر حاکی از اهمیت مقوله گردشگری در نزد برنامه ریزان سند چشم‌انداز کشور می‌باشد. (کارگر، ۱۳۸۶: ۲۲۹) توسعه صنعت توریسم در کشور سبب جذب گردشگران خارجی و ایجاد ارتباط متقابل با کشورهای منطقه و جهان خواهد شد. ویژگی تعاملی صنعت گردشگری سبب گردیده که از گردشگران به عنوان سفیران صلح یاد شود. بنابراین توسعه‌ی این صنعت سبب تقویت ارتباط ایران با کشورهای منطقه و جهان خواهد شد و این امر خود می‌تواند به نوعی زمینه ساز تأمین امنیت برای کشور شود. مقاله‌ی حاضر اهداف زیر را دنبال می‌کند: تشریح ظرفیت های اقتصادی صنعت گردشگری، تبیین توانمندی های صنعت گردشگری در ایجاد صلح و دوستی و افزایش تعامل بین کشورها تبیین نقش صنعت گردشگری در تحقق اهداف سند چشم‌انداز ۱۴۰۴، ارائه راهکارهایی در جهت توسعه صنعت گردشگری در ایران.



نمودار شماره ۱: اهداف چشم‌انداز ۱۴۰۴ منبع: (رضایی و مبینی، ۱۳۸۶: ۱۵)

۲- مفاهیم و اصطلاحات

۲-۱- امنیت

امنیت به معنای در امان بودن، ایمن شدن، برقراری و حفظ نظم اجتماع می‌باشد. (روشن و فرهادیان، ۱۳۸۵: ۲۷) امنیت در نظریه‌های سنتی صرفاً به معنای حصول شرایط فردی، گروهی و اجتماعی است که عاری از خشونت و پرخاشگری می‌باشد. اما در نظریه‌های مدرن مفهوم امنیت هم ایمنی ناشی از فقدان خشونت را در برمی‌گیرد و هم مبتنی است بر شرایطی است که انسان به لحاظ شغلی، خانوادگی، فکری و عقیدتی، سیاسی، فرهنگی و مانند آن نیز در آسودگی یا در رفاه و آسایش باشد (هافندورن و بالدوین، ۱۳۸۰: ۱۹۱).

۲-۲- توریسم

توریسمواژه‌ای فرانسوی است که از ریشه تور گرفته شده است. تور در زبان فرانسه به معنای حرکت دورانی، عمل پیمودن، طی کردن، سیرکردن و گردش نمودن می‌باشد. واژه توریسم نخستین بار در مجله‌ای تحت عنوان اسپورتینگ‌مگزین به کار برده شد. (محلای، ۱۳۸۰: ۱۴). واژه توریست به کسی اطلاق می‌شود که صرف‌نظر از کنجکاوی به قصد تفریح و تفریح سفر می‌کند. در جایی دیگر به کسی که برای خشنودی خود و لذت بردن مسافرت می‌کند، توریست گفته شده است (مقصودی و لشگر آرا، ۱۳۸۳: ۴۸). سازمان ملل تعریف خود را از توریست چنین ارائه می‌دهد: توریست فردی است که بیش از یک روز و کمتر از یک سال در محلی غیر از زیستگاه دائمی خود بماند. سازمان جهانی گردشگری^۱ نیز افرادی را که با نیت گذراندن اوقات فراغت، انجام کار و سایر اهداف در مدت کمتر از یک سال به مکان‌هایی خارج از محیط عادی زندگی خود می‌روند، توریست تلقی کرده است. توریسم در مفهوم وسیع آن علاوه بر گروه‌هایی از قبیل سیاحان، جهانگردان و... شامل افرادی نیز که در ارتباط با کار و حرفه و فعالیت علمی و تحقیقی خود سفر می‌کنند، نیز می‌شود. با جمع‌بندی تعاریف و مفاهیم فوق، تعریف زیر از توریست و توریسم ارائه می‌گردد: توریست کسی است که با نیت کار، تفریح و یا لذت بردن از محیط پیرامون از محل زندگی دائم خود دور شده و برای مدتی که می‌تواند بین یک روز تا یک سال باشد در محل دیگری بماند. توریسم صنعتی است که با توریست‌ها و سرویس‌دهی به آنها سر و کار داشته و می‌تواند فعالیت تفریحی، علمی، کاری و یا عاطفی باشد (مقصودی و لشگر آرا، ۱۳۸۳: ۵۵).

۲-۳- چشم‌انداز

چشم‌انداز را تصویر ذهنی تعریف کرده‌اند که به صورت کلی منظری از آن در افق دور قابل‌رؤیت است. گروهی دیگر چشم‌انداز را تصویری عینی، قابل تجسم و کمیت‌پذیر می‌دانند. (رضایی و مبینی، ۱۳۸۵: ۴۴) چشم‌انداز به معنای تصویر آینده، دور نما و منظر نیز آمده است.

۲-۳- روش‌شناسی تحقیق

این تحقیق از نوع مطالعات توصیفی^۲ تحلیلی و مبتنی بر روش مطالعات کتابخانه‌ای و اسنادی می‌باشد. بدین ترتیب که در گردآوری و تدوین اطلاعات و داده‌ها از کتاب‌های مختلف و مقالات تخصصی بهره گرفته شده و پس از مطالعه و فیش برداری به تحلیل اطلاعات پرداخته شده است.

۴- توانمندی‌های صنعت گردشگری در توسعه اقتصادی

با پایان جنگ سرد تحولات مهمی در ترتیب و اولویت ابزارهای نفوذ بین‌المللی پدید آمد و مسائل مهم اقتصادی و اقتصاد سیاسی، اهمیت درجه اول یافت. امروزه عنصر نظامی قدرت، تأثیر کمتری در روابط میان کشورهای بزرگ دارد و واژه ی قدرت بیشتر ناظر بر توان اقتصادی ملت‌ها است. (نامی و عباسی، ۱۳۸۸: ۴۶) در جهان اقتصادمحور صنعت جهانگردی به عنوان یک عامل عمده جهت رشد و توسعه کشورهای مورد توجه قرار گرفته است. در عصر حاضر مهم‌ترین دلیل توسعه گردشگری در اغلب

^۱. (WTO)

کشورها استفاده از منافع اقتصادی آن بوده است. هرچند دلایل دیگری نیز در این مورد ذکر می‌شود. از نظر اقتصادی جهانگردی به مراتب بیشتر از آنچه که مشاهده می‌شود سود آور است. جهانگردی موجب به وجود آمدن بازده مضاعف در اقتصاد کشورها شده و از این صنعت به عنوان صادرات نامرئی محصولات و خدمات نام می‌برند. به دنبال تحولاتی که بعد از انقلاب صنعتی در قرن هیجدهم و نوزدهم در اروپا پدید آمد به تدریج ماهیت مسافرت نیز تغییر پیدا کرد و مسافرت‌های تفریحی به منظور استفاده از سواحل، سرگرمی و استراحت به جای مسافرت‌های سنتی و آموزشی رواج یافت و از این پس به مسافران توریست گفته می‌شد. (نظری ولنی و زین العابدین، ۱۳۹۰: ۲۱) هرچند نظام اقتصادی در برخی از دوره‌ها دچار رکود شده و جنگ و نوسان قیمت نفت بر نظام اقتصادی جهان اثرات شگرف می‌گذارد، ولی مسافرت و گردش به عنوان یکی از بزرگ‌ترین منابع درآمد برای دولت‌ها به حساب می‌آید. در دنیای امروز بودجه‌ای که به مسافرت و تفریح اختصاص یافته، سه برابر بودجه‌ای است که صرف امور دفاعی می‌شود. (آپوستولوپولوس و لیوادی، ۱۳۸۴: ۱۴) مهم‌ترین دلیل استقبال کشورهای جهان به این صنعت و سرمایه‌گذاری در این بخش، سودآوری بالا و مطمئن این صنعت بوده و این در حالی است که نسبت به سایر بخش‌های جامعه، مانند صنعت، کشاورزی و غیره سرمایه‌گذاری در بخش توریسم آسانتر قلمداد می‌شود. گردشگری امروزه به یکی از بزرگ‌ترین کسب و کارهای جهان مبدل گشته و با سرعتی فراوان در حال گسترش است. بر اساس گزارش شورای جهانی مسافرت و جهانگردی حدود ۶ درصد تولید ناخالص داخلی جهان و یک شغل از هر ۱۵ شغل متعلق به صنعت گردشگری است. (غفاری، ۱۳۸۶: ۲۹).

جدول شماره ۱: پیش بینی سازمان جهانی جهانگردی در باره جهانگردان و وجوه دریافتی

سال	تعداد جهانگرد	وجوه دریافتی (دلار آمریکا)
۱۹۹۵	۵۶۳،۶۴۱،۰۰۰	۳۹۹ میلیارد
۲۰۰۰	۷۰۲،۰۰۰،۰۰۰	۶۲۱ میلیارد
۲۰۱۰	۱،۰۱۸،۰۰۰،۰۰۰	۱/۵ تریلیون

(منبع: یآوری و همکاران، ۱۳۹۰: ۵۷)

نزدیک به ۸ درصد کل شاغلین جهان، با جمعیتی در حدود ۲۰۰ میلیون نفر در صنعت گردشگری به فعالیت اشتغال دارند و درآمد حاصل از این بخش، از میلیاردها دلار در سال فراتر رفته است. (رنجبریان و زاهدی، ۱۳۸۸: ۱۳۳) در غالب کشورهای جهان تولید، مصرف و اشتغال حاصل از فعالیت‌های گردشگری تأثیر به‌سزایی در توسعه اقتصادی ایفاء می‌کند. صنعت جهانگردی با توجه به پتانسیل، ظرفیت‌های فراوان و سرمایه‌گذاری محدود می‌تواند، راه‌گشای مناسبی جهت ارتقاء سطح توسعه اقتصادی در کشورهای مختلف گردد. جهانگردی دارای خاصیت ویژه‌ای است که می‌توان از آن به منزله نیروی محرکه توسعه اقتصادی در تمام کشورها قلمداد کرد. هیچ کشوری وجود ندارد که فاقد امکانات اولیه برای توسعه جهانگردی باشد آن‌چه کشورها را در این بخش از هم متمایز می‌سازد، جاذبه‌های جهانگردی موجود در آنهاست. (دیبائی، ۱۳۷۱: ۵۳) کشورهای که جاذبه‌های گوناگونی نظیر زیبایی‌های طبیعی، فرهنگ غنی، اماکن باستانی و تاریخی را دارا هستند بیشتر مورد توجه جهانگردان قرار می‌گیرند که این امر به دنبال خود فراهم کردن میلیونها دلار درآمد ملی برای کشور میزبان به همراه دارد. کشورهای در حال توسعه با کمبود ارز خارجی مواجه هستند و برای رسیدن به توسعه اقتصادی با مشکل تأمین منابع مالی، دست و پنجه نرم می‌کنند در استراتژی این نوع از کشورها اولویت به توسعه صادرات و کاهش واردات داده می‌شود. بنابراین با توجه به مشکلات موجود در این کشورها، توسعه جهانگردی برای رشد و پیشرفت اقتصادی بهترین انتخاب محسوب می‌شود. (الوانی و دهدشتی شاهرخ، ۱۳۷۳: ۱۹۵) توسعه جهانگردی سبب تحرک اقتصادی، ایجاد اشتغال و جلوگیری از مهاجرت می‌شود. دولت می‌تواند از طریق اخذ مالیات به تجهیز تأسیسات زیربنایی پرداخته و وضعیت عمومی کشور را بهبود بخشد اما درجه تأثیر گذاری فعالیت‌های این صنعت در اقتصاد کشورها بستگی به عوامل و عناصر متعددی دارد که مجموعه‌ای از این عوامل به شکل یک نمودار در زیر آورده شده است.



نمودار شماره ۲: عوامل نقش آفرین در میزان تأثیر گذاری گردشگری بر اقتصاد ملی منبع: (رنجبریان وزاهدی، ۱۳۸۸:۱۴۱)

مزیت‌های فراوانی را می‌توان در بخش اقتصادی صنعت گردشگری مشاهده نمود که پاره‌ای از آنها را می‌توان مزیت مستقیم حاصل از توسعه‌ی این صنعت قلمداد نمود. مانند: ایجاد فرصت‌های شغلی جدید، ارتقاء سطح زندگی مردم، فروش خدمات. هم‌چنین از مزایای غیر مستقیم توسعه‌ی این بخش می‌توان به شکل‌گیری فعالیت‌های ساختمانی، رونق صنایع دستی، رونق گرفتن کشاورزی، باغداری، ماهیگیری و... را نام برد. (الوانی و پیروزبخت، ۱۳۸۵:۱۲۳) با نگاهی کلی به تأثیر صنعت گردشگری بر جوامع میزبان در می‌یابیم که توسعه‌ی اقتصادی و فیزیکی در این بخش بسیار چشمگیر تر از پیامدهای دیگر است. این آثار طیفی از اثرات محسوس (شامل: توسعه‌ی فیزیکی زیرساخت‌های گردشگری نظیر: اقامتگاه، خرده‌فروشی، سرگرمی، جاذبه‌ها، سرویس‌های حمل و نقل و فرصت‌های شغلی حاصل از توسعه‌ی این بخش) و نامحسوس (شامل: آثار بالقوه‌ی گردشگری بر میزان تولید ناخالص داخلی، موازنه‌ی تجاری و ظرفیت نظام اقتصادی ملی یا منطقه‌ای در جذب سرمایه‌های خارجی) را در بر می‌گیرد. (ویلیامز و ضیایی، ۱۳۸۸:۸۳) آثار اقتصادی صنعت گردشگری بسیار پررنگ و قابل توجه است. با نگاهی به پیامدهای اقتصادی این صنعت و تأثیر آن در وضعیت اقتصادی جامعه‌ی میزبان در می‌یابیم که این پیامدها جنبه‌های مثبت و منفی را شامل می‌شود که با برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری هدفمند در این بخش می‌توان پیامدهای مثبت صنعت جهانگردی را پررنگ کرده و با یافتن راه‌حلی از تبعات منفی این صنعت در بخش اقتصادی کاست.

جدول شماره ۲: جنبه های مثبت و منفی آثار اقتصادی توسعه ی صنعت گردشگری

جنبه های مثبت آثار اقتصادی توسعه ی گردشگری	جنبه های منفی آثار اقتصادی توسعه ی گردشگری
➤ افزایش درآمد ارزی	➤ تورم و افزایش عمومی قیمت‌ها
➤ ایجاد فرصت های شغلی	➤ اشتغال فصلی و بیکاری
➤ تحرک سرمایه مالی	➤ افزایش قیمت زمین
➤ جلب سرمایه خارجی	➤ توسعه ی نامتعادل منطقه
➤ بهسازی و توسعه ی تأسیسات زیربنایی	➤ وابستگی به کشورهای بیگانه
➤ به کارگیری توان های موجود محلی	➤ گسترش خدمات و کاهش تولید کالا
➤ توسعه ی منطقه ای و غیره	

(منبع: نیکنام و حسینی، ۱۳۸۹: ۷۹)

در عصر حاضر می‌توان از صنعت گردشگری به عنوان یک فرصت و رقابت برای کشورهای در حال توسعه یاد کرد. کشورهای در حال توسعه قدرت رقابت در بخش علمی و صنعتی با کشورهای پیشرفته را ندارند و از طرفی وابستگی آنها به منابع زیر زمینی و انرژی‌های فسیلی مغایر با فرایند توسعه پایدار است و به نوعی اقتصاد تک محصولی را به دنبال دارد که برای رسیدن به توسعه اقتصادی چندان مطمئن نیست. بنابراین سرمایه گذاری در صنعت گردشگری و برنامه ریزی جهت گسترش این صنعت در کشورهای در حال توسعه فرصت مناسبی را در جهت رسیدن به توسعه اقتصادی فراهم می‌سازد. امروزه بسیاری از کشورهای در حال توسعه، مانند: ترکیه، مصر و غیره فعالیت‌های مناسبی را در جهت توسعه این بخش انجام داده اند و به صنعت گردشگری به عنوان یکی از ارکان اقتصادی کشور نگاه می‌کنند. بر اساس مطالعات انجام گرفته درآمد حاصل از جذب یک جهانگرد خارجی با فروش ۱۵۰ بشکه نفت برابری می‌کند. (منشی زاده، ۱۳۷۶: ۱۴۷) انجام فعالیت‌های توریستی به مفهوم واقعی و منطبق با اصول و معیارهای علمی موجب گسترش کسب و کار و افزایش ثروت در جوامع می‌گردد. کشور ایران به عنوان یک کشور در حال توسعه، با توجه به ظرفیت‌ها و جاذبه‌های متعدد توریستی خود مانند: دارا بودن ۸۰۰۰ بقعه متبرکه (ریاحی سامانی، ۱۳۸۸: ۱۶۸) ۴۰۰۰ جاذبه طبیعی (اکبری و قرخلو، ۱۳۸۹: ۱۶۴) و یک میلیون اثر تاریخی (زمانی فراهانی، ۱۳۷۹: ۷۰) توان آن را دارد تا با برنامه ریزی و جلب گردشگران بین‌المللی در جهت توسعه اقتصادی حرکت کند و با بهبود شاخصه‌های اقتصادی و رفاهی کشور در راستای تحقق اهداف چشم‌انداز ۱۴۰۴، گام‌های مؤثری بردارد.

۵- نقش گردشگری در تقویت امنیت ملی

یکی از مهم‌ترین پیامدهای صنعت جهانگردی را می‌توان ایجاد تفاهم میان کشورهای جهان برشمرد. هیچ یک از فعالیت‌های انسان نمی‌تواند به اندازه‌ی مسافرت، در ایجاد تفاهم بین‌المللی و رفع تنش زدایی مؤثر باشد. مسافران در طی مسافرتشان با افراد و اقوام گوناگون و فرهنگ‌های متفاوت آشنا شده و در دیدگاه آنان تغییرنگرش صورت می‌گیرد که به دنبال خود، شالوده‌ی دوستی و محبت بین افراد و کشورها را به دنبال دارد. جهانگرد بهترین سفیر حسن نیت مردم کشورش در کشور یا سرزمین دیگر است او می‌تواند مظهر کرامت خلق و خوی و فرهنگ ملت خود و نیز مبشر حسن نیت و دوستی ملت کشور مورد بازدید، برای مردم شهر و دیار خویش باشد. بدون تردید، شناخت دو جانبه‌ی افراد دو کشور، تأثیر بسیار مطلوبی در استحکام روابط سیاسی، فرهنگی، اجتماعی مردم آن کشورها دارد و مسلماً هیچ امری نمی‌تواند به اندازه مسافرت در ارتقای سطح آگاهی مردم در مورد خصوصیات خلقی و فرهنگی ملت‌ها مؤثر باشد. (محلای، ۱۳۸۰: ۱۰۸) به دنبال توسعه جهانگردی دولت‌ها به اهمیت و ظرفیت جهانگردان در ایجاد تفاهم بین‌المللی و همزیستی مسالمت آمیز بین اقوام و ملل گوناگون پی‌بردند چرا که هیچ یک از فعالیت‌های انسان نمی‌تواند به اندازه مسافرت، در ایجاد تفاهم بین‌المللی مؤثر باشد. بنابراین، صنعت گردشگری بر سیاست بین‌المللی و مسایل سیاسی داخل کشورها تأثیر بسزایی دارد و کشورها بیش از هر زمان به دستاوردهای سیاسی صنعت گردشگری در جهان امروز پی برده و در این راه گام‌های مؤثری برداشته‌اند. کشور چین تا دهه ی ۱۹۷۰ به دلیل جو سیاسی حاکم بر آن گردشگر خارجی را جاسوس تلقی می‌کرد و روزانه کمتر از ۱۰ گردشگر خارجی را پذیرا بود و طبق آمارهای سال ۲۰۰۵ پذیرای صدها هزار گردشگر خارجی در خاک خود است. یکی از نتایج ورود این گردشگران به چین تبلیغ و گسترش مردم‌سالاری در سال‌های اخیر در این کشور است. (پاپلی و سقایی، ۱۳۸۶: ۱۱۵) در تعریف توریسم سیاسی که یکی از اشکال

صنعت توریسم محسوب می‌شود، می‌توان نوشت که: مسافرت به منظور شرکت در اجلاس و مجامع بین‌المللی، کنگره‌ها و سمینارهای سیاسی، جشنواره‌های ملی و مذهبی، مراسم ویژه سیاسی مانند: تدفین رهبران و شخصیت‌های سیاسی، پیروزی رهبران احزاب و به حکومت رسیدن آنها و نظایر آن، جهانگردی سیاسی خوانده می‌شود. (رضوانی، ۱۳۸۶: ۲۰). توریسم سیاسی پتانسیل بالایی در جهان امروز برای برقراری صلح و آرامش و ایجاد تفاهم بین‌المللی میان ملت‌ها تلقی می‌گردد و گسترش ارتباطات سیاسی و دیپلماتیک می‌تواند ضمن رسیدن به مقاصد و اهداف سیاسی در کنار خود، شناخت و درک درست و برقراری ارتباطات فرهنگی میان کشورها را به دنبال داشته باشد. امروزه سفرهای سیاسی و دیپلماتیک میان کشورها امری متداول و رو به گسترش است. بسیاری از کشورها سعی دارند با استفاده از این فرصت، میزبانی بسیاری از کنگره‌ها، نشست‌ها و سازمان‌های بین‌المللی را به دست آورند چرا که این امر به دنبال خود علاوه بر افزایش ظرفیت چانه زنی سیاسی، سبب گسترش بخش‌های خدماتی و گردشگری مانند: مراکز اقامت‌گاهی، فروشگاه‌ها، حمل و نقل و غیره می‌شود. با نگاهی به شهرهای مختلف جهان می‌توانیم مصداق این امر را پیدا کنیم. شهر ژنو در کشور سوئیس از جمله شهرهای کوچک اروپا با جمعیت ۳۵۰/۰۰۰ نفر که رقم چشمگیری نیست با پذیرش مقر جامعه‌ی ملل در سال ۱۹۲۰ توانست جایگاه بین‌المللی برای خود کسب نماید. این شهر میزبان ۹ نهاد بین‌المللی است که از جمله‌ی آنها می‌توان به موارد زیر اشاره کرد: دبیرخانه‌ی جهانی کار، سازمان جهانی بهداشت، سازمان صلیب سرخ جهانی، مقر سازمان تعرفه و تجارت (گات)، شورای عمومی کلیساها و غیره. (موحد، ۱۳۸۶: ۱۱۲) این امر به دنبال خود سبب رشد روز افزون و کسب اعتبار بین‌المللی را به دنبال دارد. مثال دیگر در این باره می‌توان به شهرهای نیویورک، توکیو و غیره اشاره کرد. تفکیک آثار اقتصادی و سیاسی گردشگری به آسانی میسر نیست یعنی رشد هر یک از این مؤلفه‌ها، تقویت دیگری را به همراه دارد یعنی اگر امنیت در یک کشور وجود نداشته باشد خود به خود صنعت جهانگردی در آن کشور رشد نمی‌کند بنابراین توسعه‌ی اقتصادی ناشی از این صنعت در آن کشور با رکود مواجه خواهد شد. چرا که گردشگران برای انتخاب مکان‌های تفریحی و کشورهای میزبان به یکی از فاکتورهای مهم این مقوله یعنی امنیت، بهای زیادی می‌دهند. بنابراین کشورهای مؤفق در مقوله‌ی جذب توریسم و گردشگر، کشورهایی هستند که از لحاظ تأمین امنیت در داخل کشور برای شهروندان و مسافران و داشتن ارتباطات بین‌المللی با کشورهای دیگر از سطح بالایی برخوردار باشند، از طرفی دیگر رشد صنعت جهانگردی در یک کشور می‌تواند، پدیده‌ی امنیت را با خود به دنبال داشته باشد، چرا که این صنعت با افزایش درآمد و ظرفیت اشتغال پذیری جوانان در یک کشور تا حدودی به رفع فقر و بیکاری کمک می‌کند و آسیب‌های اجتماعی و شورش‌های محلی ناشی از بیکاری را تقلیل می‌دهد و از طرفی رشد این صنعت در سطح بین‌المللی، ارتباط متقابل با آشتی بین‌المللی را در جهان به همراه دارد. نقش جهانگردی در تأمین صلح بین‌المللی را می‌توان عاملی کمکی به حساب آورد نه تعیین کننده، چرا که روابط بین‌المللی در دنیای امروز آن قدر پیچیده است که نمی‌توان برای هویت آن و رفع تنش‌های موجود در عرصه روابط بین‌الملل تنها به یک عامل تکیه کرد. (دیبائی، ۱۳۷۱: ۳۹) با نگاهی جامع و تحلیلی به مقوله‌ی توریسم سیاسی و ظرفیت‌های آن در دنیای معاصر می‌توان به این نتیجه رسید که صنعت توریسم و گردشگری با توجه به ظرفیت بالا و روزافزون خود می‌تواند علاوه بر رشد اقتصادی در ایجاد تفاهم و برقراری صلح در جهان، نقش مهمی را ایفاء کند اما استفاده از این ظرفیت برعهده‌ی دولت‌ها و کشورهاست که چگونه از این ظرفیت برای رسیدن به مقصود استفاده کنند. در سال ۱۹۸۸ کنفرانسی در شهر وانکوور کانادا تحت عنوان "جهانگردی نیروی حیاتی برای صلح" تشدید گردید که ۵۰۰ نماینده از ۶۵ کشور جهان در آن شرکت داشتند و دیدگاه‌های کشور خود را در مورد جهانگردی و صلح مطرح نمودند. هدف از این همایش پیدا کردن راه‌هایی بود که میلیون‌ها جهانگرد بتوانند با برقراری ارتباط و تفاهم در جهان، در ایجاد صلح و دوستی بین کشورها سهم مؤثری داشته باشند و از نتایج مهم این کنفرانس "سوگند نامه جهانگرد صلح جو" است، که به منظور اطلاع بیشتر در زیر آمده است. (الوانی و دهدشتی، ۱۳۷۳: ۲۲۸).

جدول شماره ۳: سوگند نامه جهانگرد صلح جو

سوگند نامه ی جهانگرد صلح جو
با سیاست از فرصتی که برای سیر در آفاق و مشاهده ی دنیا برایم فراهم شده،و از آنجایی که صلح و دوستی در گیتی به کمک تک تک افراد، تحقق یافتنی است، من تعهد می کنم که:
با ذهنی آگاه و نیتی خالص به سفر بپردازم.
از محیط زیست و منابع طبیعی در طی سفر حفاظت کنم.
با سعه ی صدر و گذشت با آن چه مخالف نظرات من است برخورد نمایم.
حرمت همه ی فرهنگها و آداب و رسوم مردمانی را که با آنها روبرو می شوم حفظ کنم.
به میزبانان و اهالی کشوری که بدانجا سفر کرده ام سپاس و تشکر خود را ابلاغ کنم.
دست دوستی و مودت خود را به سوی همه ی کسانی که در سفر ملاقات شان می کنم دراز نمایم.
با فکر و عمل خود از هر مؤسسه، سازمان یا فردی که چنین عقاید و نظراتی دارد حمایت و پشتیبانی کنم.
دیگر کسان را به مسافرت و دیدن دنیا با صلح و آرامش دعوت نمایم.

منبع: (الوانی ودهدشتی، ۱۳۷۳:۲۲۹)

از دیدگاه سیاسی، صنعت گردشگری علاوه بر این که یک سرمایه‌گذاری اقتصادی بوده موجب شناخت ملل، گسترش نوع دوستی و افزایش همکاری بین المللی محسوب می شود. بنابراین گسترش این صنعت، نزدیکی ملت ها و دولت ها به یکدیگر را به دنبال خود دارد. ویلیام پاترسون روزنامه نگار آمریکایی در این زمینه می گوید: جهانگردی نقش مهم و تأثیر فوق العاده ای در ایجاد ثبات، در سیاست‌های بین المللی دارد و کوشش های نظامیان و ملی گرایان به منظور ایجاد ترس از خارجی ها با سیاست‌های دولت آمریکا که در جذب هر چه بیشتر جهانگردان خارجی، استوار است مغایرت دارد. بنابراین جهانگردی بهترین راه گفتگوی تمدنها و شناخت متقابل ملتها و پی بردن به ماهیت جریان‌های سیاسی در جهان امروز است. جهانگردان با مشاهده‌ی وضع سیاسی کشورها، نکته های زیادی می آموزند چه بسا به فکر تغییر رفتار در کشور خویش می افتند. وجود پتانسیل بالای صنعت جهانگردی در ایجاد صلح و ثبات در جهان امروز باعث تغییر رویکرد دولت ها نسبت به این صنعت شده است و در این راستا از جهانگردی به نام گذرنامه ای برای صلح یاد می شود و سال ۱۹۶۷ از طرف سازمان ملل متحد به عنوان سال جهانی جهانگردی نامگذاری شد و از آن پس روز پنجم مهرماه (۲۹ سپتامبر) هر سال را روز جهانی جهانگردی نامیده اند. (محلای، ۱۳۸۰:۱۰۹)

جدول شماره ۵: اثرات سیاسی توسعه ی توریسم

تبعات مثبت	تبعات منفی
<ul style="list-style-type: none"> تلاش برای ایجاد ثبات سیاسی در کشور تلاش برای تقلیل آشوب و تشنجات سیاسی در کشور کاهش در گیری های ناشی از کاهش نرخ بیکاری برقراری تماس بین قومیت ها و ملیت ها و ارتقای درک متقابل میان آنان افزایش احترام متقابل بین جوامع مختلف اعتلای سطح امنیت در جامعه 	<ul style="list-style-type: none"> تهدید امنیت جانی توریست ها امکان بروز جدال های سیاسی بین گروه های مخالف حکومت امکان بروز ناآمنی برای توریست ها مانند: گروگان گیری، باج خواهی، تروریسم سوء استفاده از حربه توریسم برای رسیدن به اهداف سیاسی

منبع: (زاهدی، ۱۳۸۵:۴۵)

در تحلیل وضعیت سیاسی، امنیتی جهان پس از جنگ سرد می توان گفت که مفهوم امنیت تغییر ماهیت داده و ابعاد گسترده تری را در بر گرفته است. در این راستا نظریه های امنیتی نیز از معانی سنتی خود فاصله گرفته اند. امروزه مفاهیمی مانند کشمکش های قومی، تروریسم فراملی تهدیدها و تحریم های اقتصادی، قاچاق مواد مخدر، رشد مهاجرت، بحران های زیست محیطی، افزایش دمای زمین، گسترش سلاح های هسته ای را می توان از مهمترین چالش ها و تهدیدات فرو ملی و فرا ملی نام برد که کشورها با آن دست و پنجه نرم می کنند. در دنیای پس از جنگ سرد تهدیدات غیر عمدی اغلب می تواند

نامنی گسترده‌تر و شدیدتری را نسبت به تهدیدات عمدی موجب شود و مدیریت تهدیدات غیر عمدی چالش بزرگتری را نسبت به مدیریت تهدیدات عمدی عرضه می‌نماید. (ماندل، ۱۳۸۷: ۵۰). با توجه به ماهیت بحران‌ها و تهدیدهای پیش روی قلمروهای سیاسی در قرن بیست و یکم راه‌های فائق آمدن بر آنها و مدیریت بحران نیز با گذشته فرق کرده است. با توجه به گستردگی قلمرو تهدیدات، توانمندی‌های نظامی کشورهای ملی قابلیت کنترل اوضاع را ندارند. یکی از ساختارهایی که توسط نظریه پردازان امنیتی برای حل بحران‌های فعلی جهان پیشنهاد می‌شود، ساختار امنیت همیارانه است. امنیت همیارانه تلاش می‌کند تا رفتار کشور را از حالت رقابت با دیگر کشورها به شرایط همکاری با آنها تغییر دهد. این اصطلاح بیانگر مشورت و رایزنی به جای رویارویی، اطمینان‌سازی به جای بازدارندگی، آشکارسازی به جای پنهان‌کاری، پیشگیری به جای اصلاح و تعامل به جای یک جانبه‌گرایی می‌باشد. (اسنایدر، ۱۳۸۴: ۲۲۳)

۶- تجزیه و تحلیل اطلاعات

امروزه گردشگری به عنوان یکی از گسترده‌ترین فعالیت‌ها در بخش‌های فرهنگی، اقتصادی، اجتماعی و خدماتی بشمار می‌آید که تا حدودی از حوزه دولت‌ها و سیاست متأثر بوده و تابع قوانین و مقررات داخلی کشورها و هم‌چنین شرایط بین‌المللی است که می‌تواند در رشد، توسعه و یا عدم توسعه این صنعت ایفای نقش نماید. با توجه به رشد روزافزون گردشگری و درآمدهای حاصل از آن، می‌تواند نقش مؤثری در ساختار اقتصادی، افزایش درآمد سرانه خانوارها، رونق بازار محصولات گردشگری و ایجاد مشاغل مستقل و وابسته داشته باشد. همچنین نقش این صنعت در تقویت تعاملات فرهنگی میان دولت‌ها، مردمان مناطق مختلف و برقراری ارتباط با جوامع میزبان و محلی بسیار مؤثر است. با توجه به ماهیت صنعت گردشگری که به نوعی گسترش ارتباط میان فرهنگ‌ها، جوامع و قومیت‌ها را به دنبال دارد، می‌توان از ظرفیت‌های این صنعت در جهت ایجاد امنیت و گسترش صلح و دوستی در بین جوامع سود جست. کشور ایران با توجه به توانمندی‌های گردشگری خود می‌تواند با برنامه‌ریزی درست و تبلیغات فراگیر، در این عرصه حضوری فعال و مؤثر داشته باشد. ویژگی تعاملی صنعت توریسم سبب می‌شود که سرمایه‌گذاری در این بخش دسترسی به اهداف سند چشم‌انداز ۱۴۰۴، را برای دست‌اندرکاران و مسئولین تسهیل نماید. در سند چشم‌انداز و افق ۱۴۰۴، برنامه توسعه جمهوری اسلامی ایران که به تصویب دولت و شورای عالی میراث فرهنگی و گردشگری رسیده و دبه دستگاه‌های مربوطه بلاغ شده مقرر گردیده است که، ایران تا سال ۱۴۰۴، باید بتواند به رقمی معادل ۲ درصد درآمد جهانی و حداقل در سال ۲۵ میلیارد دلار از بخش ورود گردشگران خارجی درآمد کسب کند، همچنین در این سند مقرر شده است که ایران بتواند در سال ۱/۵ درصد از گردشگران بین‌المللی و حداقل ۲۰ میلیون نفر گردشگر را به کشور جذب نماید. (همان، ۳۷) با توجه به پتانسیل‌های فراوان صنعت توریسم در ایران و ترسیم چشم‌انداز آینده کشور در این بخش که توسط کارشناسان مورد ارزیابی قرار گرفته می‌توان از این صنعت در جهت ایجاد اشتغال بهره جست. و از درآمدهای ناشی از توسعه صنعت توریسم جهت بهبود وضعیت اقتصادی کشور و رهایی از اقتصاد تک محصولی سود فراوان برد. گردشگری بهترین انتخاب برای محقق ساختن تعامل ایران با کشورهای همسایه به عنوان یکی از اهداف اصلی مندرج در سند چشم‌انداز می‌باشد. گسترش صنعت گردشگری زمینه‌ساز آمد و شد و ارتباط تنگاتنگ میان شهروندان ایران و کشورهای منطقه می‌شود. در این راستا رونق بخشی صنعت گردشگری و جذب گردشگران بین‌المللی علاوه بر این که زمینه‌ساز آشنایی میان ایران و کشورهای منطقه می‌شود، به دنبال خود زمینه را جهت از بین بردن تبلیغات سوء نسبت به ایران در محیط بین‌المللی فراهم می‌سازد. با توجه به مؤلفه‌های فوق می‌توان گفت که سرمایه‌گذاری در این بخش به نوعی سبب ارتقاء امنیت ملی نیز خواهد شد.

۷- نتیجه گیری

یکی از اهداف اصلی برنامه ریزان، فعالیت آگاهانه برای هدایت نیروی بشر در جهت رسیدن به یک نتیجه مطلوب و معقول می‌باشد. در این راستا سند چشم‌انداز بیست ساله کشور که توسط مقام معظم رهبری ابلاغ گردید، اهداف، سیاست‌ها و خط و مشی‌های مختلفی را شامل می‌شود که در صورت برنامه‌ریزی و اجرای درست می‌تواند کشور ایران را در رسیدن به جایگاه پیش‌بینی شده در متن سند تحول آفرین رهنمون باشد. کشور ایران با داشتن قابلیت‌ها و جاذبه‌های متعدد توریستی و برخورداری از سابقه درخشان تاریخی که عده‌ای از آن به عنوان هتل پنج ستاره یاد کرده‌اند، توان آن را دارد تا با برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری در صنعت توریسم از پیامدهای متعدد این بخش علی‌الخصوص در ابعاد اقتصادی و سیاسی در جهت میل به

اهداف سند چشم‌انداز بهره‌مند گردد. از آن جایی که دست یافتن به مقام اول اقتصادی در منطقه و ایجاد روابط تعاملی حسنه با کشورهای منطقه به عنوان دو هدف مهم در سند چشم‌انداز مورد توجه قرار گرفته‌اند، صنعت گردشگری با توجه به پیامدهای گسترده اقتصادی و جنبه اشتغال‌زایی خود می‌تواند راهبردی مناسب در جهت برون‌رفت از وضعیت فعلی تلقی شود. سرمایه‌گذاری در این بخش ضمن تقویت جایگاه اقتصادی ایران در منطقه با توجه به ظرفیت‌های موجود، می‌تواند زمینه‌ساز فاصله گرفتن از اقتصاد تک‌محصولی (متکی به نفت)، گردد و راه را در جهت رسیدن کشور به توسعه پایدار هموار سازد. از طرف دیگر صنعت توریسم با توجه به قابلیت‌های خود که گسترش ارتباط با کشورهای دیگر را به دنبال دارد، می‌تواند عنصری مناسب در جهت گسترش صلح و ارتباط مسالمت‌آمیز تلقی گردد. این امر به دنبال خود زمینه‌ساز برقراری تعامل سازنده کشور ایران با همسایگان مطابق با اهداف پیش‌بینی شده در افق چشم‌انداز خواهد شد و تقویت امنیت ملی و کاهش هزینه‌های آن را به دنبال خواهد داشت.

۸- پیشنهادها

برای رونق صنعت گردشگری و جلب گردشگران بین‌المللی مطابق با سیاست‌های کلی چشم‌انداز بیست‌ساله که بر طبق آن ایران باید تا سال ۱۴۰۴، پذیرای ۲۰ میلیون گردشگر باشد، پیشنهادهای مطرح می‌گردد.

ایجاد بانک اطلاعاتی درباره جذابیت‌های گردشگری کشور در ابعاد مختلف فرهنگی، تاریخی، زیارتی، ورزشی و غیره گسترش و تقویت علمی رشته‌های جهانگردی و برنامه‌ریزی توریسم در سطح دانشگاه‌ها اتخاذ سیاست‌هایی مبنی بر توزیع امکانات گردشگری در سراسر کشور جهت جلوگیری از تراکم بی‌رویه در محدوده‌های خاص

برنامه‌ریزی در جهت ایجاد نوعی مهندسی اجتماعی در صنعت توریسم از طریق دخالت‌دادن اندیشه‌های مردم در تنظیم برنامه‌های جهانگردی و آموزش نحوه رفتار با جهانگرد (مشارکت مردمی).

اجرای طرح جامع جهانگردی در ایران با استفاده از تجربه برخی از کشورها مانند بنگلادش، تایلند و غیره که این طرح را با همکاری سازمان جهانی جهانگردی به اجرا در آورده‌اند.

آموزش نیروهای انسانی در سطوح مختلف مدیریتی و خدماتی نظیر کارمندان آژانس‌های مسافرتی، هتلها، بخش حمل و نقل، فرودگاه، پلیس و غیره

تأسیس و گسترش خانه‌های فرهنگ ایران در خارج از کشور به منظور لزوم ارتباط دایم با سازمان‌های جهانگردی در زمینه برقراری تورهای گردشگری به داخل کشور.

هماهنگی و توسعه برنامه‌های تبلیغات جهانگردی به منظور خنثی‌سازی تبلیغات نادرست بیگانگان و آشنا نمودن گردشگران کشورهای اسلامی به غنای فرهنگ اسلامی و ایرانی و تشویق آنها برای بازدید از جاذبه‌های زیبا و جذاب مذهبی - فرهنگی - تاریخی و طبیعی ایران.

منابع

۱. آپوستولوپولوس، یورکوس ولیوادی، استلا (۱۳۸۴). جامعه‌شناسی گردشگری، ترجمه بیژن شفیعی، رشت: وارسته.
۲. اسنادیر، کریگ (۱۳۸۴). امنیت و استراتژی معاصر، ترجمه ی سید حسین محمدی نجم، تهران: انتشارات دوره ی عالی جنگ.
۳. اکبری، علی و قرخلو، مهدی (۱۳۸۹). اکوتوریسم، تهران: نشر انتخاب.
۴. الوانی، مهدی و زهره دهدشتی، شاهرخ (۱۳۷۳). اصول و مبانی جهانگردی، تهران: معاونت اقتصادی و برنامه ریزی بنیاد مستضعفان و جانبازان انقلاب اسلامی.
۵. الوانی، مهدی و پیروز بخت، معصومه (۱۳۸۵). فرآیندمدیریت جهانگردی، تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
۶. پاپلی یزدی، محمدحسین و سقایی، مهدی (۱۳۸۶). گردشگری (ماهیت و مفاهیم)، تهران: سمت. دیبائی، پرویز (۱۳۷۱). شناخت جهانگردی، تهران: دانشگاه علامه طباطبائی.
۷. رضایی، محسن و مبینی، علی (۱۳۸۶). ایران آینده در افق چشم‌انداز، تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
۸. رضایی، ناصر و علی رحیم پور (۱۳۹۰). بازار تجارت بین المللی گردشگری در سال ۲۰۱۰ و جایگاه ایران، فصلنامه گردشگری و چشم‌انداز آینده، ۱(۳)، ۳۷-۵۱.
۹. رضوانی، علی اصغر (۱۳۸۶). جغرافیا و صنعت توریسم، تهران: دانشگاه پیام‌نور، چاپ هفتم.
۱۰. رنجبریان، بهرام و زاهدی، محمد (۱۳۸۸). شناخت گردشگری، اصفهان: چهار باغ، چاپ هفتم.
۱۱. روشن، علی اصغر و فرهادیان، نورالله (۱۳۸۵). فرهنگ اصطلاحات جغرافیای سیاسی نظامی، تهران: دانشگاه امام حسین.
۱۲. ریاحی سامانی، نادر (۱۳۸۹). جایگاه اماکن زیارتی در توسعه گردشگری ایران، تهران: سازمان چاپ و انتشارات.
۱۳. زاهدی، شمس‌السادات (۱۳۸۵). مبانی توریسم و اکوتوریسم پایدار، تهران: دانشگاه علامه طباطبائی.
۱۴. زمانی فراهانی، همیرا (۱۳۷۹). صنعت گردشگری و خدمات مسافرتی، تهران: زهد.
۱۵. غفاری، سید رامین (۱۳۸۶). گردشگری و توسعه پایدار شهری، نشریه‌ی سپهر، ۱۶(۶۳)، ۴۰-۲۹.
۱۶. کارگر، بهمن (۱۳۸۶). توسعه شهرنشینی و صنعت گردشگری در ایران، تهران: سازمان جغرافیایی نیروهای مسلح.
۱۷. لی، جان (۱۳۷۸). گردشگری و توسعه در جهان سوم، ترجمه عبدالرضا افتخاری و معصومه صالحی امین، تهران: نشر بازگانی.
۱۸. ماندل، رابرت (۱۳۷۹). چهره متغیر امنیت ملی، ترجمه پژوهشکده مطالعات راهبردی، تهران: مطالعات راهبردی.
۱۹. محلاتی، صلاح‌الدین (۱۳۸۰). درآمدی بر جهانگردی، تهران: دانشگاه شهید بهشتی.
۲۰. مقصودی، ط. و لشگرآرا، ف. (۱۳۸۳). توریسم، توسعه و روستا. مجله جهاد، ماهنامه توسعه روستایی و ترویج کشاورزی، ۲۴(۲۶۴)، ۴۸-۵۵.
۲۱. منشی زاده، رحمت‌الله (۱۳۸۴). اندر مقوله گردشگری، تهران: پیام مؤلف.
۲۲. موحد، علی (۱۳۸۶). گردشگری شهری، اهواز: دانشگاه شهید چمران اهواز.
۲۳. نامی، محمدحسن و علیرضا عباسی (۱۳۸۸). تحلیل جایگاه ژئواکونومیک ایران در خاورمیانه، فصلنامه ژئوپلیتیک، ۵(۲)، ۴۱-۵۳.
۲۴. نظری ولنی، لاله (۱۳۹۰). تحلیل مقایسه‌ای انگیزه‌های گردشگری مرزی در دو شهرستان آستارا و بيله سوار، پایان نامه کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه ریزی توریسم، گروه جغرافیای دانشگاه آزاد اسلامی واحد رشت.
۲۵. نیکنام، کامبیز و حسینی، سید صادق (۱۳۸۹). شناخت صنعت گردشگری، اردبیل: محقق اردبیلی.
۲۶. هافندورن، هلگا و بالدوین، دیوید (۱۳۸۰). ارزیابی انتقادی در زمینه بین الملل، ترجمه علیرضا طبیب، تهران: نشر نی.
۲۷. ویلیامز، استفان (۱۳۸۸). جغرافیای گردشگری، ترجمه محمود ضیایی، دانشگاه پیام نور، چاپ دوم.
۲۸. یآوری، حسین و همکاران (۱۳۹۰). شناخت صنعت جهانگردی، تهران: سیمای دانش.