

مایلم شور معطوف به این تلاش کم‌مقدار را به دوستی پیش کش نمایم که صعودش فصل تنهایی‌ام را رقم زد:

محمد اوراز، فرزند سکوت و هیمالیا

## پیشگفتار

امروزه گردشگری فراتر از یک صنعت، به پدیده‌ای اجتماعی-اقتصادی در سطح جهانی تبدیل شده است. سالهاست که گردشگری به مثابه مقوله‌ای حیاتی در راستای تبدیل جهان به جامعه‌ای متحد و متمرکز فعالیت نموده است، جامعه‌ای که آن را دهکده جهانی می‌نامیم. براساس تحقیقات، در صورتی که گردشگری به گونه‌ای صحیح به کار گرفته و برنامه‌ریزی شود، می‌تواند عامل ایجاد همبستگی و مانع بروز جدایی گردد.

صنعت گردشگری حقیقتاً گستره‌ای جهانی یافته است، به گونه‌ای که همه کشورهای شمال و جنوب در آن نقش دارند. خواه در نقش بازارهای مولد گردشگر، خواه مقاصد گردشگری، یا هر دو. این صنعت ثابت کرده است که دارای قدرت ترمیم‌پذیری بسیاری بوده، در برابر تأثیرات حوادث اخیر نظیر بحران انرژی، جنگهای خلیج فارس و حتی شیوع بیماری سارس و حملات 11 سپتامبر پایداری چشمگیری از خود نشان داده است. استناد به تاریخچه موفق گردشگری این اطمینان را به وجود می‌آورد که گردشگری همچنان باقی خواهد ماند.

باید این واقعیت را پذیرفت که امروزه گردشگری در همه جا نهادینه شده است. این صنعت با فراهم نمودن فرصتهایی برای استراحت، تمدد روان و کسب انرژی جهت از سرگیری فعالیتهای شغلی و اجتماعی، باعث می‌شود انسانها در جان و تن خود احساس تازگی کنند. نکته دیگری که از اهمیت همسانی برخوردار است، اینکه در جهان کنونی که فاصله‌ها در آن هر روز کمتر می‌شود، گردشگری این فرصت را برای انسانها به وجود آورده است تا حین لذت از شگفتیهای طبیعی و انسان‌ساخت، هم‌زمان بتوانند در مورد یکدیگر بیاموزند و ضمن آشنایی با فرهنگ یکدیگر تفاوتهای یکدیگر را بهتر درک کنند.

همه کشورهای دنیا، چه توسعه‌یافته و چه در حال توسعه، بنا به دلایلی به این صنعت توجه می‌کنند که در این بین کسب منافع اقتصادی از مهم‌ترین دلایل است. گردشگری به عنوان یک صنعت خدماتی طیف گسترده‌ای از مشاغل را ایجاد می‌کند، به عنوان یک تجارت چند وجهی فعالیتهای متنوع اقتصادی را راه می‌اندازد، و به عنوان محصول مورد نیاز گردشگران، مولد درآمد ارزی می‌گردد. در مناطق مختلف جهان، از جمله اروپا، کشورهایی مانند فرانسه و اسپانیا از لحاظ اقتصادی به این صنعت متکی‌اند. حتی قدرتهای بزرگ اقتصادی در حال ظهور مانند چین نیز عزم خود را جزم کرده تا در این صنعت سرمایه‌گذاری کنند.

ضرورت توجه به گردشگری و لزوم مشارکت در این صنعت موجب شکل‌گیری چنان روند جهانی شده است که همه کشورهای راه، از اتریش گرفته تا استرالیا، از کره تا کنیا، از مصر تا اکوادور، در بر گرفته است. حتی

کشوری مانند عربستان سعودی که دارای ذخایر غنی نفت است، در تلاش است تا از طریق کمیسیون عالی گردشگری خود، تمام سازوکارهای علمی و عملی را به کار گیرد تا به گونه‌ای خاص از منافع اقتصادی اجتماعی گردشگری استفاده نماید.

ایران، کشوری که در ادبیات گردشگری جهان به عنوان پرشیا شناخته شده و همه جهانیان مایل به دیدن آن هستند، جایگاه منحصر به فردی در نقشه گردشگری دنیا دارد. گنجینه‌های فرهنگی- اجتماعی آن که از طریق نمادهای گردشگری شهرهایی نظیر اصفهان و شیراز و سایر شهرها به جهانیان معرفی شده‌اند، در واقع جاذبه‌هایی در سطح جهانی‌اند. تنوع طبیعی این سرزمین از کویر پهن جنوب گرفته تا جنگلهای سرسبز و انبوه دریای خزر، گردشگران دور و نزدیک را به دیدن این سرزمین دعوت و جذب می‌نماید. از این رو ایران نیز باید مانند سایر کشورهای جهان، مشخص کند که چرا و تا چه میزان مایل به مشارکت در این صنعت است. گونه‌های مختلفی از صنعت گردشگری برای انتخاب وجود دارد؛ برای مثال، گردشگری‌ای که عربستان سعودی انتخاب کرده یا گردشگری‌ای که بسیاری از کشورها پس از جنگ جهانی دوم انتخاب کرده‌اند. در این میان آنچه غیرقابل انکار است این است که این صنعت نیز مانند سایر صنایع به موازات منافع، هزینه‌هایی در بردارد. اما از آنجا که این صنعت ابعاد و جهات گوناگونی برای توسعه دارد، این امکان نیز وجود دارد که کشورهای مختلف، گزینه مناسب و سازگار با واقعیات سیاسی- جغرافیایی خاص خود را برگزیده و توسعه دهند. بدین ترتیب می‌توان اطمینان حاصل نمود که هزینه‌های این صنعت به حداقل و منافع آن به حداکثر برسد.

در حال حاضر، ایران نیز هم‌زمان با تدوین و تکمیل طرح جامع گردشگری خود در موقعیت مناسبی قرار گرفته است تا با انتخاب گزینه‌های مناسب توسعه، به سهم واقعی خود از بازارهای جهانی گردشگری دست یابد. افزون بر این، حضور نسل‌های بعدی فعال در حوزه صنعت گردشگری ایران از جمله آقای رحیم حیدری و مطالعات ایشان در زمینه توسعه و برنامه‌ریزی این صنعت نظیر کتاب حاضر، بیانگر این موضوع است که کشور ایران در راه اتخاذ نوعی رویکرد و نگرش آگاهانه به چرایی، چگونگی، مکان و زمان توسعه مناسب و پایدار صنعت گردشگری است؛ صنعتی که می‌تواند ایران را در نیل به اهداف توسعه محلی، منطقه‌ای و ملی خود یاری دهد.

پروفسور جعفر جعفری

Annals of Tourism Research سردبیر  
University of Wisconsin-Stout

## مقدمه

دنیا کتابی است که هر آنکه در خانه بماند فقط صفحه‌ای از آن را می‌خواند.

## سنت آگوستین

با اینکه از تاریخ گردشگری به مفهوم امروزی و جدیدش کمتر از یک سده می‌گذرد، ولی مباحث، تحقیقات و پژوهشهایی که طی دهه‌های اخیر در مورد صنعت گردشگری صورت گرفته به اندازه‌ای بوده است که با اطمینان می‌توان گفت که کمتر زمینه علمی و تجاری بدین صورت توسعه و رشد روزافزون داشته است و پیش‌بینیهای معتبر حاکی از تبدیل شدن این پدیده به صنعت شماره یک در دهه آتی است؛ چنانکه در سال 2007 گذرنامه نزدیک به 900 میلیون نفر در سراسر دنیا مهر شده و دارندگان این گذرنامه‌ها به عنوان مسافر بین‌المللی شناخته شده‌اند.

پروفسور جعفری در سال 2005 به هنگام دریافت جایزه یولیسیس (Ulysses) - مهم‌ترین و معتبرترین جایزه علمی سازمان جهانی گردشگری سازمان ملل متحد (UNWTO)<sup>1</sup> - طی سخنرانی خود به این نکته جالب اشاره کرد که چند دهه قبل کمتر شخصی تصورش بر آن بود که برای آموختن صنعت گردشگری نیاز به پژوهشهای علمی و رشته‌های دانشگاهی باشد و اغلب آن را به مثابه تجارتی حرفه‌ای و صنفی تلقی می‌کردند، در حالی که در حال حاضر، رشته‌های علمی و دانشگاهی مربوط به صنعت گردشگری و هتلداری بسیار توسعه یافته و از مهم‌ترین رشته‌ها، گروه‌ها و دانشکده‌های دانشگاهی در سطح بین‌المللی محسوب می‌شوند.

شاید نخستین و مهم‌ترین موضوع در مطالعه صنعت گردشگری، چیستی، ماهیت و در نهایت تعریف آن است که به سبب گستره وسیع عوامل و زمینه‌های مؤثر در این صنعت این امر با چالش عمده‌ای مواجه شده است. گلدنر و ریچی<sup>2</sup> (2003)، گردشگری را علم، هنر و تجارت تهیه مطلوب نیازهای بازدیدکنندگان تعریف می‌کنند. جعفری (1997) نیز معتقد است که صنعت گردشگری بررسی و مطالعه مقولات مرتبط با شخصی است که از محیط عمومی خود دور شده است. از سوی دیگر، سازمان جهانی گردشگری (1993) تعریفی را به صورت استاندارد و بین‌المللی پیشنهاد کرده است که در آن عمدتاً عوامل زمان و محیط زندگی مدنظر قرار گرفته‌اند. مفاهیم و تعاریف ارائه شده در این مورد بسیار است که خود دلیلی بر پویایی ماهیت پدیده گردشگری است.

در مورد اهمیت پژوهشها، برنامه‌ریزی و توسعه صنعت گردشگری نیز دیدگاههای بسیار زیادی ارائه گردیده است که در این مورد دامنه آن از تلقی دوکت<sup>3</sup> (1976)، که گردشگری را گذرنامه توسعه نامیده، تا نظریه ترنر<sup>4</sup> (1976)، که صنعت گردشگری را امیدبخش‌ترین، پیچیده‌ترین و جایگزین‌ترین صنعتی می‌داند که کشورهای در حال توسعه در برابر خود دارند، بسیار متفاوت و گسترده است. مطالعه و تحقیق در مورد صنعت گردشگری در

1. United Nations World Tourism Organization  
2. Goeldner & Ritchie  
3. de Kadt  
4. Turner

راستای برنامه‌ریزی مطلوب آن به ویژه برای کشورهای در حال توسعه نظیر ایران اهمیت بسیار مهم و حیاتی دارد، خاصه اگر این موضوع زمانی مطرح شود که در دهه‌های آتی منابع صادراتی تک محصولی بسیاری از کشورها به اتمام خواهد رسید. از این رو ضرورت و اهمیت بررسی و پژوهش در مورد برنامه‌ریزی گردشگری که به صادرات نامرئی معروف شده است، انکارناپذیر است.

کتاب حاضر سعی بر آن دارد که ضمن بررسی و مطالعه مقوله صنعت گردشگری از دیدگاههای متفاوت و جدید، به ارائه مبانی و اصول برنامه‌ریزی آن بپردازد.

بدون تردید کندوکاو در حوزه گردشگری به اعتباری می‌تواند تحقیق و بررسی در ابعاد اجتماعی، اقتصادی و سیاسی هر جامعه‌ای تلقی گردد، چرا که این صنعت به صورتهای مختلف، مستقیم و غیرمستقیم، با ابعاد گوناگون جوامع ارتباط داشته و ضمن داشتن آثار متفاوت ممکن است از شرایط مختلف متأثر شود. از این جهت، بررسی و مطالعه این صنعت و برنامه‌ریزی آن با ملاحظه ظرف زمانی و مکانی آن و به تعبیر دیگر، تفاوت‌های اجتماعی، سیاسی و اقتصادی هر جامعه‌ای، می‌تواند در حصول هدف غایی آن، که همانا تأثیر و تسریع فرایند توسعه ابعاد مختلف هر جامعه‌ای است، نقش تعیین‌کننده و بسیار مؤثری داشته باشد. دستیابی به چنین هدفی در گرو تحقیق و پژوهش‌های اولیه و مبانی این صنعت است و این اثر، با چنین رویکردی تألیف شده است. مؤلف امید دارد که این گام بسیار کوچک ولی رو به آینده، به شمار آید و از تمامی صاحب‌نظران، استادان، پژوهشگران و دانشجویان محترم خواهشمند است که در راستای رفع نواقص کنونی و ارتقای کیفی چاپ‌های بعدی، پیشنهادهای، انتقادهای و نظریاتشان را منعکس نمایند.

بی‌شک پدید آمدن این کتاب بدون همدلی و حمایت دوست و استاد یگانه‌ام پروفیسور فیروز جمالی هرگز ممکن نمی‌شد. انگیزه‌های نخستین نیز در تشویق‌های استاد بزرگوارم مرحوم پروفیسور حسین شکویی ریشه داشت و باید اذعان کنم که حمایت‌های علمی پروفیسور جعفر جعفری نیز دشواریها و سختیهای این حوزه علمی جدید در ایران را برایم کم‌اهمیت نمود. از خانواده عزیزم در مدت تألیف کتاب که کاستیهای زیادی را به خاطر من تحمل کردند، اظهار امتنان به این عزیزان نشانه کمترین قدردانی است. در نهایت از انتشارات محترم «سمت» و تمامی دست‌اندرکاران آن، به ویژه مدیر گروه پژوهشی جغرافیا سرکار خانم دکتر پروانه شاه‌حسینی، ویراستاران محترم خانمها آفاق عابدینی و سیمین هاشمی و همچنین خانمها هاله معیری و راهله سرزعی که زمینه‌های انتشار این کتاب را فراهم نمودند، سپاسگزارم.

دکتر رحیم حیدری چپانه

دانشگاه تبریز

تابستان 1387