

## گردشگری چیست؟

گردشگری به طور کلی به عنوان مسافرت تفریحی در نظر گرفته می‌شود. هر چند که در سال‌های اخیر شامل هرگونه مسافرتی می‌شود که شخص به واسطه آن از محیط کار یا زندگی خود خارج شود. واژه گردشگر از زمانی پدید آمد که افراد طبقه متوسط اقدام به مسافرت کردن نمودند. از زمانی که مردم توانایی مالی بیشتری پیدا کردند و عمرشان طولانی‌تر شد، این امر ممکن شد. اغلب گردشگرها بیش از هر چیز به آب و هوا، فرهنگ یا طبیعت مقصد خود علاقه‌مند هستند.

ثروتمندان همیشه به مناطق دوردست سفر کرده‌اند، البته نه به صورت اتفاقی، بلکه در نهایت به یک منظور خاص: برای دیدن ساختمان‌های معروف و آثار هنری، آموختن زبان‌های جدید و چشیدن غذاهای متفاوت. گردشگری سازمان‌یافته امروزه یک صنعت بسیار مهم در تمام جهان است. تاریخچه سواحل دریایی از مکان‌های تفریحی بسیار مهم هستند لغت گردشگری (tourism) از کلمه tour به معنای گشتن اخذ شده که ریشه در لغت لاتین turns به معنای دور زدن، رفت و برگشت بین مبدا و مقصد و رخس دارد که از یونانی به اسپانیایی و فرانسه و در نهایت به انگلیسی راه یافته‌است. افراد ثروتمند معمولاً به اقصی نقاط جهان سفر می‌کنند تا شاهکارهای هنری را ببینند، زبان‌های جدید بیاموزند، با فرهنگ‌های جدید یا با غذاهای دیگر کشورها آشنا شوند.

اصطلاحات «توریسم» و «توریست» اولین بار در سال ۱۹۳۷ توسط جامعه ملل مورد استفاده قرار گرفتند. توریسم به سفر به خارج از کشور و با مدت زمان بیش از ۲۴ ساعت اطلاق می‌شود. تصویری از ماچو پیچو، کشور پرو تاریخچه توریسم در اروپا به سفرهای زائران قرون وسطی برمی‌گردد. زائران کلیسای اعظم کانتربوری در انگلستان مسافرت خود را مسافرتی مذهبی دانسته و آن را تجربه‌ای در روز تعطیل خود تلقی می‌کردند. زائران فعالیت‌هایی را آغاز کردند که هنوز هم آنها را می‌توان مشاهده کرد، مثلاً: سوغاتی آوردن از سفر، باز کردن حساب‌های اعتباری در بانک‌های خارجی (که در قرون وسطی شبکه‌های بین‌المللی یهودیان و لمباردها موسس آن بودند) و استفاده از اشکال مختلف حمل و نقل (مانند استفاده زائران مقبره سانتیاگو و کومپستلا از کشتی‌های شراب انگلیسی در قرون وسطی که شراب را به بندر ویگو اسپانیا منتقل می‌کردند). هنوز زائران در صنعت توریسم جایگاه مهمی دارند.

البته اشکال سکولار آن نیز شکل گرفته‌اند که می‌توان از بازدید از مقبره جیم موریسون در گورستان پرلاشز نام برد. در طی قرن شانزدهم در انگلستان برگزاری تورهای بزرگ تفریحی کاملاً مرسوم بود. پسران نجیب‌زادگان و اشراف را برای کسب تجربه به تورهای دور اروپا اعزام می‌کردند. قرن هجدهم عصر طلایی تورهای بزرگ بود.

### • توریسم درمانی

توریسم درمانی همیشه وجود داشته ولی تا قبل از قرن هجدهم اهمیت چندانی برای آن قائل نبودند. در انگلستان این بخش به شهرهای دارای چشمه‌های آب گرم اختصاص داشت و عموماً مناطقی که آب‌های معدنی داشتند برای درمان امراض مختلف از بیماری‌های روده‌ای گرفته تا کبدی و برونشیت مورد توجه قرار می‌گرفتند.

### • توریسم تفریحی

کولکا کانیون در شهر آرکیوپا پروسفر تفریحی از ابداعات انگلستان بود و ریشه در عوامل جامعه‌شناختی داشت.

بریتانیا نخستین کشور اروپایی بود که انقلاب صنعتی را آغاز نمود و جامعه صنعتی نخستین جامعه‌ای بود که فرصت تفریح را برای تعداد روزافزونی از مردم فراهم می‌آورد. در شروع کار این تفریحات برای طبقه کارگری ممکن نبود بلکه صاحبان ماشین تولید مالکین کارخانجات و تجار و اقتصادمدارها از این فرصت بهره‌مند بودند. بدین ترتیب طبقه متوسط هم پدید آمد. در نامگذاری بسیاری از این مناطق ردپایی از اصل و ریشه بریتانیایی دیده می‌شود. مثلاً در نیس که اولین مرکز تفریحی ایام تعطیلات در فرانسه بود مراسم ویژه‌ای به نام پرومناد دزانگلی برگزار می‌شود.

#### ● توریسیم زمستانی

ورزش‌های زمستانی عمدتاً از اختراعات طبقات مرفه بریتانیا هستند که در بدو امر در روستاهای زرمات، والایس و سنت موریتس سوئیس در سال ۱۸۶۴ مطرح و معرفی شده‌اند. نخستین تور ورزشی زمستانی برای ایام تعطیل یا تعطیلات زمستانی در سال ۱۹۰۳ عازم آلپ‌بودن شد که آن هم در سوئیس بود. ورزش سازماندهی شده در بریتانیا پیش از رسیدن به کشورهای دیگر به رونق رسیده بود. واژگان ورزش شاهد این مدعا هستند از جمله: راگبی، فوتبال و بوکس که تماماً ریشه انگلیسی دارند. حتی تنیس که یک ورزش اصیل فرانسوی است از سوی بریتانیایی‌ها جنبه رسمی پیدا کرد و قانونمند شد و حتی اولین میزبانی رقابت‌های قهرمانی در قرن نوزدهم را عهده‌دار شد (در ویمبلی) ورزش‌های زمستانی پاسخ طبیعی به نیاز کلاس خاصی به تفریح در سردترین فصل سال بود.

در سال‌های اخیر گردشگری به عنوان صنعت بدون دود، منبع درآمد سرشار در تجارت جهانی و عنصر مهمی در بهبود و تنظیم موازنه بازرگانی و تراز پرداخت‌های بسیاری از کشورها شده است، این صنعت یک صنعت منحصر به فرد اقتصادی تلقی شده و طرفداران بسیاری دارد. رشد قابل توجه و چشمگیر گردشگری در پنجاه سال اخیر نشان دهنده اهمیت فراوان اقتصادی و اجتماعی این پدیده است. گردشگری در تولید ناخالص ملی نقش مهمی ایفا می‌کند، «تراز پرداخت‌ها، که نشان دهنده معاملات بین‌المللی هر کشور است، را متوازن می‌سازد. لوئیس ترنر (Turner) گردشگری را امیدبخش‌ترین و پیچیده‌ترین صنعتی می‌داند که جهان سوم با آن روبرو است و معتقد است گردشگری بیشترین قابلیت را برای جانشینی دیگر صنایع درآمدزا دارد.» (لی، ۱۳۷۸: ۱) توسعه گردشگری موجب رونق اقتصادی و کاهش فقر می‌شود همچنین تأثیر به‌سزایی در افزایش درآمد و کاهش بیکاری و در نتیجه بهبود کیفیت زندگی مردم و افزایش رفاه اجتماعی دارد. علاوه بر آن گردشگری عاملی است برای گفتگوی بین فرهنگ‌ها و تمدن‌ها و از نظر سیاسی نیز، روابط بین ملل و دول را متعادل‌تر و نزدیک‌تر می‌سازد. از لحاظ مذهبی نیز بسیاری از ادیان تأکید ویژه‌ای بر سیر و سفر در نقاط مختلف جهان به منظور کسب علم و دانش داشته‌اند.

گردشگری در سطوح بالای اقتصادی و اجتماعی باعث شکوفایی استعدادها و ارتقای آموزشی در همه زمینه‌ها می‌شود. کشورهایی که در صنعت گردشگری فعال می‌شوند میلیون‌ها گردشگر را جذب می‌نمایند، در کنار تولیدات انبوه صنعتی کم‌ارزش، در زمینه تولیدات هنری با کیفیت عالی به مقدار کم ولی با ارزش زیاد نیز موفق می‌گردند از سوی دیگر به دلیل زیرساخت‌های تکنولوژیکی - فرهنگی، سیاسی، اجتماعی و اقتصادی ایجاد شده در قرن بیست و یکم پدیده گردشگری یک واقعیت اجتناب‌ناپذیر در رفتار و عمل انسان برای ارضای روح کنجکاو او خواهد بود. گردشگری به دلیل ماهیت و توانایی در جهت اقتصاد عصر پسا ساختاری، موجب تسریع در شکل‌گیری دهکده جهانی خواهد شد. گردشگری در روند رو به رشد خود حتی حکومت‌های غیردموکراتیک، سنتی و درونگرا را نیز مجبور خواهد کرد تسهیلاتی در کلیه زمینه‌ها برای توسعه آن ایجاد کنند.

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

#### • انواع گردشگری:

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

#### گردشگری انبوه:

عبارت است از گردشگری معمولی که در سطح گسترده در سراسر جهان وجود دارد. گردشگری جایگزین نوعی از گردشگری است که در واکنش به توسعه عنان گسیخته گردشگری انبوه در دهه‌های ۱۹۷۰ و ۱۹۸۰ مطرح شده و هدف آن به کارگیری شیوه‌های نوین در گردشگری به جای روش‌های مخرب گردشگری است. (کاظمی، ۱۳۸۵: ۲۵) در یک تقسیم‌بندی دیگر، گردشگری به سه نوع فرهنگی، طبیعت‌گرای و ماجراجویانه تقسیم شده است که به طور مختصر از آن به عنوان گردشگری *(Adventure Culture Ecotourism) ACE* یاد می‌شود (Fennel)، ۲۰۰۳: ۳۳ (نمودار این طبقه بندی در نمودار..... نشان داده می‌شود).

انواع دیگر گردشگری در حال افزایش است نظیر گردشگری فضایی، گردشگری الکترونیکی و اینترنتی که در سال‌های اخیر آغاز شده است. در گردشگری‌های امروزی (*New Age tourism*) مسافران قصد دارند از دنیای مادی فاصله گرفته و به مفهوم عمیق و معنوی تری از زندگی دست یابند. (چاکوای، ۱۳۸۵: ۱۶۰) با توجه به نوع نظام حکومتی، مقررات و اعتقادات جامعه ایران امکان انواع گردشگری که به قصد تفریح و سرگرمی رواج دارد فراهم نمی‌باشد و یا بسیار محدود است. لذا جذب گردشگرانی که با انگیزه‌های فرهنگی، آشنایی با آداب و رسوم جوامع روستایی و اقوام، بازدید از آثار تاریخی، طبیعت‌گردی و انجام فعالیت‌های ورزشی مثل کوهنوردی اقدام به سفر می‌کنند، میسر می‌باشد. بنابراین ایران برنامه‌های عمده خود را در این نوع گردشگران می‌تواند متمرکز کند. لازم به ذکر است در ایران انواعی از گردشگری رواج دارد که در دیگر کشورها چندان رایج نیست مثل گردشگری آثار جنگ، گردشگری زیارت اهل قبور که به منظور بازدید از قبور خویشاوندان و کشته شدگان جنگ صورت می‌گیرد. در گردشگری آثار جنگ، ایرانیان از میدان جنگ، گورستان‌های جمعی، اماکن و اسارتگاه‌ها و آثار بازمانده از جنگ بازدید می‌کنند که به دلیل هشت سال جنگ ایران و عراق ۱۹۸۰-۱۹۸۸ بیشتر در مناطق غرب ایران آثار مخرب خود را بر جای گذاشت.

#### ۱- گردشگری فرهنگی:

گردشگری فرهنگی، بخش مهمی از تقاضای جهانی گردشگری را تشکیل می‌دهد. طبق آمار سازمان جهانی گردشگری ۳۷ درصد گردشگری بین‌المللی با انگیزه فرهنگی انجام می‌شود و این تقاضا در حال افزایش است. رشد گردشگری فرهنگی و

گردشگری میراث (heritage tourism) به عنوان عناصر گردشگری نوین، توجه سیاستگزاران و محققان را در سراسر دنیا به خود جلب کرده است. «گردشگری فرهنگی عبارت است از مسافرت افراد از محل سکونت خود به مکان‌هایی که جاذبه‌های فرهنگی دارند. این جا به جایی به قصد کسب اطلاعات و تجارت برای ارضای نیازهای فرهنگی گردشگران انجام می‌شود.» (کاظمی، ۱۳۸۵: ۱۵۴)

از جمله ویژگی‌های گردشگران فرهنگی می‌توان به سطح بالای تحصیلات آنان، بالا بردن میانگین سنی آنان و شاغل بودن آنان اشاره کرد. «گردشگری فرهنگی مایل به آشنایی با فرهنگ مناطق مختلف، خواهان کاوش در چشم‌اندازهای فرهنگی جوامع انسانی و درک آنها است (tribe) ۱۹۹۷، ۷۳ (در این نوع گردشگری به جذابیت‌های فرهنگی توجه می‌شود. از قبیل موزه‌ها، نمایشگاه‌ها، ارکسترها، نمایشنامه‌ها، هنرهای دستی، معماری در ایران علاوه بر موارد فوق، آئین‌های سنتی نظیر تعزیه، مراسم چهارشنبه سوری، جشن‌های مذهبی زرتشتی و اسلامی، عزاداری‌ها مانند محرم و ... نیز از جذابیت‌های فرهنگی می‌تواند تعریف شود. در سال‌های اخیر از سوی مسئولان گردشگری ایران بارها در خصوص میزان اهمیت گردشگری فرهنگی و سهمی که ایران می‌تواند در این زمینه به دست آورد تأکید شده است و ایران در تلاش است در نبود امکانات و شرایط مناسب در دیگر انواع گردشگری، این نوع گردشگری را تبلیغ و رواج دهد

## ۲- گردشگری هنری:

"گردشگری هنری در پی شناخت هنرهای ملل دیگر و آگاهی از آنان است" (پاپلی، ۴۷، ۱۳۸۵) ایرانیان از هزاران سال پیش در زمینه انواع هنرها مانند سفالگری، معرق کاری، کاشیکاری، قالببافی، نمدمالی، نقاشی، خوشنویسی، مینیاتور و غیزه دارای ابداعات و آثار با ارزشی بوده‌اند که خوشبختانه بسیاری از آنها باقی مانده‌اند و از جاذبه‌های ایران برای گردشگران هستند.

## ۳- گردشگری تاریخی:

این گونه از گردشگری که گردشگری میراث نیز نامیده می‌شود و به بازدید از موزه‌ها، مکان‌ها و ابنیه تاریخی می‌پردازد، امروزه بخش عمده‌ای از گردشگری را به خود اختصاص داده است. ایران به دلیل دارا بودن هزاران ابنیه با ارزش تاریخی (یک میلیون و دویست) در این زمینه می‌تواند بسیار موفق باشد.

## ۴- گردشگری تفریح و تفریح:

در صنعت گردشگری مسافرت برای تفریح در کانون توجه است. در کشورها یا مکان‌هایی که پذیرای گردشگرند، کسانی مسافر تفریحی محسوب می‌شوند که در مقصد به تفریح و تفریح می‌پردازند، از اماکن دیدنی بازدید می‌کنند، سوغات می‌خرند، عکس می‌گیرند و سرانجام اینکه برای دوره‌های کوتاه مدت در آن مکان‌ها اقامت می‌گزینند. در این نوع گردشگری، گردشگری ساحلی بسیار مورد توجه است و گردشگران معمولاً برای بهره‌برداری از چهار S (sun, sea, sex, sand) به سواحل نقاط مختلف سفر می‌کنند. در این نوع گردشگری کشورهای هم‌چون اسپانیا، ایتالیا، ترکیه، یونان، آمریکا توانسته‌اند بیشترین جاذبه‌ها را فراهم آورند. بیشتر تلاش بازاریابها و پژوهشگران صرف درک این گروه می‌شود و می‌کوشند تا چنین گردشگری را میان گروه‌هایی از افراد که از نظر اجتماعی، ترکیب جمعیتی یا روان‌شناسی ویژگی‌های مشابه دارند، تقسیم کنند. با توجه به اینکه ایران کشور گرمی است و هزاران کیلومتر مرز آبی با دریای خزر در شمال و خلیج فارس و دریای عمان در جنوب دارد در این زمینه کشوری با توانایی‌های بالقوه است، اما به دلایل قانونی، عرفی و مذهبی تمایلی به رواج این نوع گردشگری وجود ندارد. به ویژه مسئله sex به عنوان یک تابو مطرح می‌باشد و به طرق مختلف مثل حجاب، جلوگیری از روابط دختر و پسر، ممنوعیت ایجاد اماکن رقص، کلوپ‌های شبانه، کازینو، مشروبات الکلی، گردشگری تفریحی تحت فشار می‌باشد و به نظر نمی‌رسد تا سال‌های آینده تغییرات عمده‌ای در جهت آزادی اینگونه محدودیت‌ها رخ دهد

## ۵- گردشگری دریایی:

گردشگری که از ساحل دور می‌شود و به وسط دریا و اقیانوس منوط می‌شود، و از دهه ۱۹۸۰ در حال گسترش

است. کشتیهای بزرگ اقیانوس پیما که گردشگران را پذیرا می‌شوند و انواع تفریحات سالم و ناسالم را برای آنها فراهم می‌کنند در حال گسترش اند. کشتی تایتانیک نمونه مشهور آن است، و کشتی بزرگ کویین که سالن کنفرانس آن ۱۰۸۰ نفر گنجایش دارد و آن قدر مهم است که به دست ملکه الیزابت، پادشاه انگلستان افتتاح شد. سایر تفریحات دریایی، مثل غواصی، صیید، شکار و مشارکت در پژوهشها (به عنوان گردشگر) در حال گسترش می‌باشند. ولی این شاخه از گردشگری دریایی نسبت به شاخه ساحل دریا درصد بسیار کوچکی از گردشگران را جذب می‌کند. (پاپلی یزدی، ۵۶، ۵۵، ۱۳۸۵)

#### ۶- گردشگری طبیعت گردی:

گردشگری طبیعت نوعی توریسم طبیعی و پایدار است که با مشارکت گردانندگان بومی و بهره‌گیری از پتانسیل‌های بومی و طبیعی گردشگری میسر می‌شود. سازمان جهانی گردشگری؛ اکوتوریسم را اینگونه تعریف می‌کند: «نوعی از گردشگری که در آن مسافرت به مناطق طبیعی (که به نسبت بدون آسیب مانده) با اهداف مطالعاتی و بهره‌بصری از مناظر و رستنی‌های طبیعی و حیات وحش و با توجه به جنبه‌های فرهنگی هم در گذشته و هم در حال صورت می‌پذیرد». گستره فضایی این الگو، محیط طبیعی مثل ساحل، جنگل، کوه، کویر، غار و نظیر اینها است. این الگوی فضایی از گردشگری در برگیرنده گونه‌های متفاوتی از گردشگری شامل گردشگری زیست محیطی، گردشگری دریایی، گردشگری ورزشی، گردشگری صید و شکار، جمع‌آوری گیاهان و حیوانات و نظیر اینها است. طبق برآورد انجمن گردشگری زیست محیطی، گردشگری طبیعت یا طبیعت گردی ۲۰ درصد و گردشگری زیست محیطی ۷ درصد بازار مسافرت جهانی را در اختیار داشته است. درآمد این نوع گردشگری اغلب جهت حفاظت از محیط و یا امور تحقیقاتی هزینه می‌شود و تنها تعداد کمی از کشورها نظیر کنیا بخشی از درآمدهای به دست آمده را صرف امور دیگری می‌نمایند. «گردشگری زیست محیطی، سرمایه و پول فراوانی را از نواحی مرکز به پیرامون می‌برد و بدین ترتیب عدالت اقتصادی پدید می‌آورد.» هر گونه برنامه‌ریزی و سیاستگذاری در حوزه اکوتوریسم باید واجد شرایطی باشد که در وهله اول موجب توسعه اقتصادی جوامع باشد و دیگر تضاد میان منابع مورد استفاده گردشگران و زندگی ساکنان بومی را به حداقل برساند و چگونگی توسعه گردشگری در این بخش نباید تعارضی با ویژگی‌های اجتماعی، زیست محیطی و فرهنگی جوامع محلی داشته باشد. دولت برای رشد این بخش باید چندین اقدام اساسی انجام دهد که عبارتند از:

الف) بکارگیری نیروهای محلی در این بخش،

ب) افزایش کیفیت طبیعت،

ج) پاکسازی دائمی محیط و دور نگهداشتن آن از آلودگی‌های صوتی، زباله و ازدحام بیش از حد،

د) فراهم نمودن تسهیلات برای تشکلهای غیردولتی و انجمن‌های محلی برای مشارکت در طرح‌های اکوتوریسمی، ایجاد

مؤسسات و آزمایشگاه‌های ولو کوچک در جهت شناسایی و تقویت زیست بوم منطقه،

و) تأسیس یگان ویژه محافظت.

ایران در این زمینه نیز دارای قابلیت‌ها و جاذبه‌های فراوانی است همین بس که از سوی رئیس سازمان جهانی گردشگری به عنوان یکی از پنج کشور دارای بیشترین تنوع زیتسی و جانوری در دنیا نام برده شده است.

#### ۸- گردشگری تجاری و بازرگانی:

در سفرهایی که با هدف بازرگانی و تجارت انجام می‌شود، مسافر در گردهمایی‌ها، کنفرانس‌ها، نمایشگاه‌ها، شوراها، برنامه‌های مذهبی، تبلیغی و کارهای حرفه‌ای یا تخصصی شرکت می‌کند. یکی از مهم‌ترین پدیده‌های قابل مشاهده در سفرهای بازرگانی سفر چند منظوره است؛ به این معنی که مسافر می‌تواند با یک سفر، چندین هدف را تأمین کند، برای مثال هنگامی که فردی با هدف بازرگانی به همراه همسرش سفر می‌کند، یا زمانی که تعطیلات خانوادگی با مسافرت بازرگانی یا شرکت در سمینار هم زمان شود، نوعی مسافرت دو منظوره مشاهده می‌شود. (کاظمی، ۱۳۸۵: ۱۸۲) کشورهایی همچون

آمریکا، آلمان، ژاپن، انگلیس بیشترین مسافران تجاری را به خود جلب می‌نمایند حتی در آمریکا ۲۵ درصد مسافران را این نوع گردشگران تشکیل می‌دهند. به دلیل وضعیت اقتصادی ایران و نیز اوضاع سیاسی سفرهای تجاری بیشتر از داخل به خارج از کشور می‌باشد.

#### ۹- گردشگری شهری:

نواحی شهری به علت آنکه جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی بسیار دارند غالباً مقاصد گردشگری مهمی محسوب می‌شوند. شهرها معمولاً جاذبه‌های متنوع و بزرگی شامل موزه‌ها، بناهای یادبود، سالن‌های تئاتر، استادیوم‌های ورزشی، پارک‌ها، شهربازی، مراکز خرید، مناطقی با معماری تاریخی و مکان‌هایی مربوط به حوادث مهم یا افراد مهشورد را دارا هستند که خود گردشگران بسیاری را جذب می‌کند.

"همراه با توسعه گردشگری در نواحی شهری، برای برآوردن نیازهای گردشگران، خدمات حمایتی بیشتری نظیر رستوران و محل اقامت ساخته می‌شود، البته بازدید کنندگانی که از خارج شهر می‌آیند تنها کسانی نیستند که از این امکانات استفاده می‌کنند و خود مردم شهر هم از زیرساخت‌ها بهره‌مند می‌شوند) «پاپلی، ۱۳۸۵: ۱۸۹» در این ارتباط می‌توان به شهرهایی همچون پاریس، لندن، نیویورک اشاره کرد که در درون خود جاذبه‌های بسیاری را جای داده‌اند. تهران، اصفهان، تبریز، مشهد، شیراز در بین شهرهای ایران دارای امکانات، جاذبه‌ها و زیبایی‌های بیشتری می‌باشند و هر ساله میلیون‌ها مسافر را برای بازدید از دیدنی‌های این شهرها به سوی خود می‌کشاند.

#### ۱۰- گردشگری روستایی :

در گردشگری روستایی منابع فرهنگی، طبیعی و تاریخی نواحی روستایی به عنوان کالای فرهنگی گردشگری قابل عرضه‌اند. گردشگری روستایی موجب رشد اقتصادی، ایجاد تنوع و ثبات در اشتغال، پویایی تجارت و صنایع، گسترش فرصت‌هایی برای رشد درآمد به صورت فعالیت‌های چندگانه، ایجاد بازارهای جدید برای محصولات کشاورزی و گسترش مبنای یک اقتصاد منطقه‌ای می‌شود (Sharply, ۲۰۰۲, ۳۳۲) یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های اقتصاد گردشگری روستایی رغبت‌بخش خصوصی و سرمایه‌گذاری به علت کوچک بودن و تنوع و ساده بودن طرح‌ها است. «پاپلی، ۱۳۸۵: ۲۰۸» (در سال‌های اخیر با توجه به گسترش زندگی شهرنشینی و ماشینی، بسیاری از مردم تمایل دارند به محیط‌های آرام با زندگی سنتی سفر کنند، در واقع این نوع گردشگری شباهتی هم به گردشگری بومی دارد علی‌الخصوص در اروپا و آمریکای شمالی مردم به این نوع گردشگری تمایل دارند. مردم به نواحی کشاورزی، دامداری می‌روند و مدتی را در آنجا اقامت می‌کنند و از نزدیک شاهد نحوه زندگی روستایی هستند. در ایران اگر شرایط و امکانات آن فراهم شود گردشگری روستایی می‌تواند از جمله موارد مهم درآمدزای جهانگردی به حساب آید. ایران دارای روستاهای بکر و سنتی است که برخی از آنها با معماری خاصی که دارند می‌توانند شهرت جهانی کسب کنند نظیر ماسوله در گیلان، ایبانه در کاشان، زیارت در گرگان و ...

#### ۱۱- گردشگری قومی و عشایری:

این نوع گردشگری به منظور مشاهده سبک زندگی افراد بومی و اقوام انجام می‌شود. هدف گردشگری قومی شناخت اقوام مختلف و شرکت در تجربه‌های آنها است. تماشای مراسم سنتی، جشن‌ها، آئین‌ها از جمله جذابیت‌های این نوع گردشگری است و برخی نیز جهت درک بهتری از موقعیت خود و یا دنیای معاصر به این گونه سفرها روی می‌آورند. (پاپلی یزدی، ۱۳۸۵: ۴۷) در ایران به دلیل وجود اقوام مختلف لر، کرد، ترک، بلوچ، عرب، ترکمن و خصوصیات که هر کدام از آنها دارند واجد جذابیت‌های فراوانی برای هر ناظر و گردشگر بیرونی است. بسیاری از گردشگران علاقه دارند تا از نزدیک به تماشای زندگی سنتی و قومی بپردازند. گردشگری عشایری قابلیت اقتصاد سرمایه‌داری را در تعریف فضایی مناطق عشایری و ادغام آنها را در چرخه مصرف نشان می‌دهد ولی آنچه می‌تواند با اهمیت باشد شناخت این گونه گردشگری و تجزیه و تحلیل فضای

آن برپایه سودمندی، رفاه و پایداری برای رسیدن به توسعه مفید است. توسعه خدمات گردشگری عشایری دارای آثار مثبت و منفی و چالش‌هایی است که با برنامه‌ریزی کار فرهنگی می‌توان از آثار منفی و چالش‌ها کاست و بر محاسن آن افزود.» (پاپلی یزدی، ۱۳۸۵: ۲۱۰) ایران در این زمینه به طرز چشمگیری غنی است و می‌تواند موفق به جذب هزاران گردشگر، محقق و انسان شناس از سراسر جهان شود.

#### ۱۲- گردشگری مذهبی :

در این نوع گردشگری افرادی را شامل می‌شود که به منظور دیدار از اماکن مقدس یا انجام دادن امور مذهبی مسافرت می‌کنند. میلیون‌ها مسلمان به عربستان سفر می‌کنند، مسیحیان به واتیکان یا کلیساهای مقدس، بوداییان به بنارس و برهمنیان به لهاسا سفر می‌کنند و... شاید بتوان گفت در ایران این نوع گردشگری بیشترین تعداد را به خود اختصاص داده است. سالانه ۱۵ میلیون نفر از ایرانیان تنها به شهر مشهد که یکی از اماکن مقدس‌شان در آنجا دفن است سفر می‌کنند. این شهر در شمال شرقی ایران قرار دارد. همچنین سفر به مکه، کربلا، نجف، دمشق، مدینه از بیشترین اقبال در نزد ایرانیانی که به خارج از کشور سفر می‌کنند برخوردار است. تقریباً اکثریت ایرانیان آرزو دارند در عمر خود حداقل یک بار از این اماکن را زیارت نمایند. آنها معتقدند این امر از نظر معنوی آنها را به میزانی از رضایت قلبی می‌رساند اما از لحاظ اقتصادی به نفع کشورهای عراق، سوریه و عربستان سعودی است که بسیاری از مقابر و اماکن مقدس شیعیان (۹۱ درصد ایرانیان شیعه هستند) را در خود جای داده‌اند. ایرانیان در این سفرها مبالغ زیادی هزینه می‌کنند آنان برای خود و خویشاوندان خود سوغات خریداری می‌نمایند و درآمد هنگفتی را به بازارهای کشورهای عربستان سعودی، عراق و سوریه سرازیر می‌کنند. این نوع گردشگری چون کاملاً با ایدئولوژی حاکم نیز همخوانی دارد در ایران بسیار ترویج می‌شود و سرمایه‌گذاری‌های کلانی نیز چه در داخل و چه در خارج از کشور برای آن می‌شود. مثلاً در جریان بمب‌گذاری‌هایی که در شهرهای کربلا، سامرا در جریان بحران عراق شده است هم حکومت و هم مردم ایران کمک بسیار زیادی جهت بازسازی آنها نموده‌اند و این در حالیست که به دلیل ساختن سدها، بزرگراه‌ها و برخی تأسیسات، سالانه صدها مکان باستانی ایران تخریب و یا برای همیشه نابود می‌شوند.

#### ۱۳- گردشگری ورزشی :

شمار زیادی از میهمانان کشورهای مختلف اشخاصی‌اند که با قصد ورزش و تمرین یا شرکت در مسابقات ورزشی، تماشای مسابقه تیم‌ها یا بازیکنان مورد علاقه‌شان، یا گذراندن اردوهای ورزشی به سفر رفته‌اند. ورزش برای عده‌ای از مسافران جنبه تفریحی و تفریحی دارد. مثل کسانی که به دلیل علاقه به موج‌سواری، قایقرانی، کوهنوردی و اسکی بازی و یا تماشای مسابقات ورزشی به کشوری سفر می‌کنند و برای عده‌ای جنبه حرفه‌ای دارد. مثل تیم‌ها یا بازیکنانی که برای برگزاری یک مسابقه ورزشی یا گذراندن اردوی تمرینی عازم کشورهای دیگر می‌شوند. گردشگران ورزشی علاوه بر ورزش اقدام به بازدید از اماکن دیگر و یا احیاناً خرید نیز می‌نمایند. در ایران تقریباً هیچ مسابقه مهم ورزشی بعد از سال ۱۹۷۹ برگزار نشده است در حالیکه در سال‌های پیش از این تاریخ ایران میزبان برگزاری بازی‌های آسیایی در سال ۱۹۷۴، جام فوتبال ملت‌های آسیا و... بوده است. در این زمینه سه علت عمده می‌توان متصور بود:

(الف) عدم وجود تأسیسات ورزشی استاندارد به اندازه کافی،

(ب) تصور ناامن بودن ایران برای برگزاری مسابقات مهم،

(ج) عدم وجود خدمات مطلوب (نظیر خدمات حمل و نقل، اقامتگاه و...)»

#### ۱۴- گردشگری ماجراجویانه:

«در هر جامعه کسانی هستند که به انجام دادن کارهای متهورانه و مخاطره‌آمیز علاقه وافر دارند. برخی از این افراد با اقدام به مسافرت‌های ماجراجویانه به این نیاز درونی خود پاسخ می‌دهند. چنین گردشگرانی می‌خواهند از راه‌های جدید یا غیر عادی، مهارت‌ها و توانایی‌های جسمی خود را در مواجهه با سختی‌ها و دشواری‌ها بیازمایند. لذا نوعی از گردشگری برای آنان

لذت بخش و جذاب است که توأم با هیجان بیشتر باشد.» (کاظمی، ۱۳۸۵: ۲۶) در واقع این گونه سفرها حس کنجکاوی خطرپذیری و قوای جسمانی انسان‌ها را مورد آزمایش می‌نماید. ایران به دلیل برخورداری از تقریباً همه انواع شرایط اقلیمی و طبیعی (کوهستان‌های سر به فلک کشیده، رودخانه‌های خروشان، جنگل‌های انبوه در شمال کشور، غارها و آبشارها) از توانایی‌های مناسبی در این زمینه برخوردار است.

#### ۱۵- گردشگری جنسی :

برخی از گردشگران تنها به این منظور به دیگر نقاط سفر می‌کنند تا بتوانند بخشی از نیازها و غرایز جنسی خود را برآورده سازند، رقم دقیقی از تعداد این گونه گردشگران در دسترس نیست اما با اطمینان می‌توان گفت سالانه میلیون‌ها نفر از گردشگران را این دسته تشکیل می‌دهند. در پاسخ به نیازهای آنان برخی کشورها و یا نواحی سعی کرده‌اند با فراهم آوردن زمینه‌ها و امکانات لازم اقدام به جذب تعداد بیشتری از آنان نمایند در این خصوص می‌توان به کشور تایلند اشاره کرد که sex tourism اصلی‌ترین هدف خود اعلام کرده است. در کشور ایران به دلیل محدودیت‌ها و ممنوعیت‌های قانونی، عرفی و مذهبی این نوع گردشگری اصلاً مورد نظر و قابل طرح نیست و پس از انقلاب ۱۹۷۹ فاحشه‌خانه‌ها و کلوپ‌های شبانه اولین مکان‌هایی بودند که تخریب و یا تعطیل شده‌اند.

#### ۱۶- گردشگری سلامت:

گروهی از مسافران برای استفاده از خدمات پزشکی به مکان‌هایی که تسهیلات درمانی مورد نظرشان وجود داشته باشد، سفر می‌کنند، بنابراین چنین سفری شامل فعالیت‌های گوناگونی می‌شود که با هدف تأمین بهداشت و سلامت فرد یا گردشگر انجام می‌شود مانند مراقبت بهداشتی و گذراندن دوره نقاهت و بازپروری. گردشگری سلامت (Health tourism) یک مفهوم جدید است. در گردشگری بهداشتی (معالجه، سلامت) معمولاً جریان جابجایی از پیرامون به مرکز است چرا که امکانات ویژه پزشکی و بهداشتی را می‌طلبد که اغلب در کشورهای پیشرفته موجود است. در سال‌های اخیر آمریکا، آلمان، سوئیس، اسرائیل، مالزی همواره از کشورهایی بوده‌اند که بیماران زیادی به منظور درمان به این کشورها سفر کرده‌اند. البته گاهی جهت درمان نیازمند یک محیط آرام، پاکیزه و زیبا است که چه بسا جریان سفر از مرکز به پیرامون باشد. بالا رفتن سطح دانش مردم دنیا و توجه بیشتر به بهداشت و سلامت موجب افزایش جذابیت این گونه سفرها شده است. امروزه این نوع توریسم در کشورهایی همچون یونان، کروات، صربستان و ... بسیار مورد توجه بوده و رواج دارد. مردم برای درمان بیماری‌های تنفسی، استخوان درد، پوکی استخوان، بیماری‌های کلیدی، حساسیت و دیگر مشکلات سلامتی تمایل دارند به چنین مناطقی مراجعه نمایند. در سال‌های اخیر در کنار تأکید بر گسترش گردشگری فرهنگی در ایران، به این نوع گردشگری نیز در قالب سخنرانی مسئولان مربوطه و نیز برگزاری سمینارهایی در این زمینه تأکید ویژه شده است و متولیان امر معتقدند ایران به دلیل برخورداری از طبیعت متنوع، آرام و بکر می‌تواند سهم بیشتری از گردشگرانی که با قصد معالجه و تقویت سلامتی سفر می‌کنند را به خود اختصاص دهد. در ایران مکان‌های زیادی وجود دارد که گردشگران جهت به دست آوردن آرامش، درمان نارسایی‌های پوستی به آنجا مراجعه می‌کنند نظیر؛ کوهستان‌ها، دریاچه‌هایی همچون ارومیه، چشمه‌های آب گرم معدنی نظیر سرعین، لاریجان دارای توانایی‌های بالقوه‌ای در این زمینه است اما با توجه به شرایط فعلی و محلی کشور به نظر نمی‌رسد به تنهایی بتوانند موجب جذب جهانگردان خارجی شوند.

#### ۱۷- گردشگری فضا :

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



تحقیقات فضایی مؤثر باشد، در سال‌های آتی رشد شتابنده گیرد.

#### ۱۸- گردشگری الکترونیکی :

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

#### ۱۹- گردشگری مجازی:

گردشگری مجازی (e-tourism) مقوله جالبی است که حداکثر دو دهه از پدید آمدن آن نمی‌گذرد. گردشگری مجازی ، حضور در سرزمین دیجیتالی وب ، و مشاهده داده‌های صوتی ، متنی و تصویری از دنیای فیزیکی پیرامون ما است. دور دنیا که در نوشته ژول ورن ، نویسنده شهیر فرانسوی ، در هشتاد روز امکان پذیر شد ، امروز با ابر متن‌های اینترنتی ، با یک کلیک امکان پذیر است. دور دنیا با یک کلیک ، آرزویی بود که امروزه از مرحله آرزو به حقیقتی غیر قابل انکار مبدل شده است با استفاده از سایت‌های کاخ موزه‌ها ، اماکن باستانی جهان می‌توان به دنیایی اطلاعات متنی و تصویری از نمادهای تاریخ باستان دست یافت .برخی از پایگاه‌های دولتی در اینترنت ، امروزه سیستم‌های دوربین شهری خود را به سرزمین دیجیتال نیز پیوند داده‌اند. با این دوربین‌ها می‌توانید شهرهای مختلف را به صورت زنده مشاهده کرده و حتی از آن‌ها عکس یادگاری بگیرید. شهرداری تهران و حتی سایت مرکز کنترل ترافیک استان تهران ، چنین سرویسی را در دسترس علاقمندان قرار داده است. اما این که چرا مجموعه ارزشمند پاسارگاد یا بیستون یا سعدآباد تهران ، از چنین سایت‌های مالتی مدیا بی بهره است ، پاسخی برای آن نیافتیم؟! خیلی از علاقمندان به بازدید از موزه‌های بزرگ جهان ، از هر میتاژ مسکو تا لوور پاریس ، از تارنماهای اینترنتی آن‌ها برای مشاهده اطلاعات استفاده می‌کنند. حتی ، رزرو بلیط هواپیما ، هتل ، مسابقات بین‌المللی ورزشی و جشنواره‌های فرهنگی هنری جهانی ، امروز با رفتارهای سازمانی الکترونیکی همراه شده است. میلیون‌ها کاربر از سراسر جهان ، به دنبال برگزاری تابستانی مسابقات جام جهان در شهرهای آلمان ، امروزه از سایت‌های دولتی و غیر دولتی گردشگری این کشور استفاده می‌کنند. این مسئله ، نقش قابل توجهی در آشنایی با فرهنگ و دانش و پتانسیل تجاری و سیاسی و علمی دولت فدرال آلمان داشته است . وقتی کانال ARD DAS ERSTE آلمان ، پخش مستقیم مراسم قرعه‌کشی جام جهانی ۲۰۰۶ آلمان را پخش نمود ، بیش از ۲ میلیارد بیننده از سراسر جهان و صدها میلیون کاربر اینترنت ، این مراسم را نظاره‌گر بودند. این مسئله ای بود که تاثیر زیادی بر روی ارتقای سطح حداکثری علاقمندی برای سفر به کشور آلمان ایجاد نمود. بهره‌ر حال ، با ارتقای سیستم‌های اطلاع‌رسانی و ارتباطی دولتی در اینترنت و گسترش دولت الکترونیک (E-GOVERNMENT) بر روی سرزمین دیجیتال ، می‌توان به توسعه توریسم اینترنتی و استفاده از میلیون‌ها دلار فواید آن امیدوار بود. (هفته نامه آساره، علی محمد آقا زمانی، ۱۳۸۵، ۷، ۲)

#### ۲۰- گردشگری بیابانی:

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

ایران کشوری بیابانی است اما هیچ اطلاعی از این بیابان ندارند.

## ۲۱- گردشگری آموزشی و علمی و گردهمایی :

این نوع گردشگری ها به منظور تحقیقات یا شرکت در همایش های علمی است. در ایران سالانه هزاران سمینار و دوره آموزشی برگزار می شود اما تنها تعداد کمی از آنها در سطح بین المللی است و از این نظر تعداد اندکی از جهانگردان و یا محققان را به خود جلب می کند. علاوه بر آن به دلیل وجود رویکردهای ایدئولوژیکی در دانشگاه های ایران و نیز فاصله علمی، تحقیقاتی آن با کشورهای پیشرفته و شرایط خاص اجتماعی، تعداد دانشجویان خارجی در ایران رقم بسیار ناچیزی را تشکیل می دهد.

## ۲۲- گردشگری کاری:

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

## انواع مراکز اقامتی

### هتل:

ستاره هتلها بر اساس زمین محل احداث ، تاسیسات و فیزیک ساختمان هتل و از یک تا پنج ستاره معین می شود در ایران برای هر ستاره هتل گروه بندی خاصی نیز در نظر گرفته میشود که شامل T ، A ، B ، C میباشد که این گروه بندی بر اساس تجهیزات ، مدیریت ، سرویس و خدمات میباشد.

### مهمانسرا:

مراکز اقامتی که در اماکن توریستی و تفریحی تاسیس میگردد و از یک ستاره تا سه ستاره درجه بندی میشود

### متل:

. مراکز اقامتی که در خارج از شهرها و در مناطق جنگلی ، کوهستانی و ساحلی احداث میشوند . ساختمان متلها در یک طبقه و در مساحت وسیع و همکف بوده و دارای آشپزخانه و سرویس بهداشتی عمومی ، تعمیرگاه ، پمپ بنزین و سوپر مارکت و ... میباشد

### مهمانپذیر:

واحدهای اقامتی ارزان قیمت که در خیابانها و کوچه های مرکز شهر قرار دارند . مهمانپذیرها فاقد سرویس بهداشتی و حمام مجزا میباشد

### هتل آپارتمان:

واحد‌های اقامتی که مانند هتلها میباشند و مانند آپارتمانهای مسکونی دارای پله و آسانسور میباشند همچنین کافی . شاپ ، پذیرش ، رستوران و مدیریت از خدمات آنها میباشد

### **پانسیون:**

دارای چندین اتاق و فاقد سرویس مجزا میباشند و معمولا باری مدت طولانی اجاره داده میشوند . لاندری در . پانسیون ها از فعالترین قسمت های آن میباشد