

دانشگاه آذربایجان



دانشکده ادبیات و علوم انسانی  
 مؤسسه تحقیقات اجتماعی و علوم انسانی

انتشارات دانشگاه ۱۶۰

## مقدمه

بر

# جغرافیای جماگنردنی

تألیف

حسین شکوفی

تبیین - فروردین ماه ۱۳۵۴

انتشارات مؤسسه تحقیقات اجتماعی و علوم انسانی، شماره ۱۵

دانشگاه آذربایجان



FACULTÉ DES LETTRES  
ET SCIENCES HUMAINES DE TABRIZ

Institut de Recherches Sociales et des Sciences Humaines

Publication de l'université № 160

**INTRODUCTION  
À LA  
GÉOGRAPHIE DU TOURISME**

*par*

**HOSSAYN CHAKOUI**

Tabriz - Avril 1975

Publication №. 15 - Série : Géographie humaine, №. 2

حسین شکوری

متدهای  
مجزانه  
جائزی

٦٢٣٨٧

دانشگاه آذربایجان



دانشکده ادبیات و علوم انسانی  
 مؤسسه تحقیقات اجتماعی و علوم انسانی



سلسله جغرافیا انسانی، شماره ۲

مقدمه

بر

# جغرافیا جهانگردی

تألیف

حسین شکوئی

انتشارات مؤسسه تحقیقات اجتماعی و علوم انسانی ، شماره ۱۵

تیریز ، فروردین ماه ۱۳۵۴

حق چاپ محفوظ است.

از این کتاب یک هزار نسخه در چاپخانه شفق تبریز به چاپ رسید.  
فروزدین ماه ۱۳۵۴ هجری شمسی

چگونه زیسته‌ایم و چگونه باید زندگی کنیم؟ چه بوده‌ایم و چه باید باشیم؟ حاصل همه کوششها و پژوهشها دریک جامعه زنده پاسخ دادن به این پرسش بزرگ است. این پرسش گذشته و اکنون و آینده را دربر می‌گیرد و یکسان به کشف و نمایش هویت تاریخی و وظیفه کوئی اعتقد دارد. بهروزی یک کشور و یک ملت تنها از پرتو توجه به این هردو جنبه قابل تأمین است.

قارچ تنومندی که بی‌اصل و ریشه قد بر می‌افرازد و کلاهداری می‌کند سرنوشتی جز پایمال شدن ندارد و درخت کهنسالی که ریشه در روزنای زمین دوانده و لی شاخ و برگش دستخوش تطاول آسیبها و بیماریهای گوناگون است نه نشاط و طراوتی برای خویشتن و نه سایه‌یی برای دیگران خواهد داشت.

غفلت از اصل و تبار و آین و فرهنگ ملی همواره با خطر استهلاک در عناصر بیگانه و تمدن اقوام دیگر همراه است. کم نیستند اقوام کهنسالی که پیوند خود با گذشته‌های تاریخی و فرهنگ دیرین گستره بر تخته پاره ارمنانهای تمدن جدید در اقیانوس‌حدادث زمان، بی‌آنکه کرانه موعود وافق‌مانوسی در پیش‌چشم داشته باشد، سرکوب امواج بی‌ثباتی و بی‌قراری هستند. از سوی دیگر فخر به گذشته‌ها بی‌آنکه برای تجدید وادامه بهروزیها و پیروزیهای باستان طبق شرایط زمان کوشش بشود حاصلی جز انحطاط و رکود نخواهد داشت.

امروز که میهن ما در راه گسترش و پیشرفت رهیپار است در هر گامی با اهمیت پژوهش‌های اجتماعی و علوم انسانی رو بروهستیم و دست یافتن به سرچشمه آگاهیهای علمی برای شناختن راهی که باید بپماییم به صورت نیازی اجتناب ناپذیر جلوه می‌کند. در این طریق رسالتی شکرف بر عهده دانشگاههاست و دانشگاهها هستند که باید راه و روش همگامی با کاروان دانش و تمدن جدید را به شیوه‌ای مناسب شرایط و مقتضیات ملی ارائه نمایند.

تنها از پرتو شناخت چهره امروزین ایران و ایرانی و سیمای علمی عصر

ودستیابی به چنین آگاهیهایی امکان دارد تشخیص داد که برنامه های اجتماعی و اقتصادی و عمرانی را از کجا و چگونه آغاز باید کرد تا اولویت نیازهای شهری و روستایی، اقتصادی و صنعتی، اجتماعی و فرهنگی رعایت شده باشد و از کار و نیرو و سرمایه ملی نتیجه‌ای مناسب و مقرن به صرفه حاصل گردد.

**مؤسسه تحقیقات اجتماعی و علوم انسانی** وابسته به دانشکده ادبیات دانشگاه آذربادگان و بخش تحقیقات روستایی مؤسسه مزبور به اقتضای این ضرورت به وجود آمده و می کوشد تا بخشی از این آرمان و جزئی از این نیت را از قوه به فعل بیاورد و در حدود امکانات ناچیز خود وظیفه‌ی را که بر عهده دارد انجام بدهد.

نشریات مؤسسه که تجلی کوشش همکاران ما به شمار می رود در زمینه پژوهش‌های اجتماعی، جغرافیایی، فرهنگی، تحقیقات شهری و روستایی اعم از تأثیف و تحقیق و مطالعات آماری و گزارش طرحهای پژوهشی در سلسله‌های مخصوص انتشار می‌باشد.

کتابها و گزارش‌هایی که تاکنون در زمینه‌های مذکور منتشر شده‌گواهی براین حقیقت است که دانشکده ادبیات و علوم انسانی به وظایف مهمی که در دوران انقلاب اجتماعی و اقتصادی و فرهنگی بر عهده مؤسسات دانشگاهی می‌باشد وقوف دارد و محققان این مرکز آموزشی و پژوهشی، بی‌آنکه از نقصان و سایل و امکانات که سنگی بزرگ در طریق رهروان دانش و بینش است قصور و فتوری در عزم و همت خویش راه دهند و از بار وظیفه‌ای که در برابر میهن و جامعه برداش دارند به عندر نقص و سایل شانه خالی سازند، با عشق و ایمان در راه خدمتی کوچک ولی ارجمند مشتاقانه کوشیده‌اند.

\* \* \*

در عصر ما بسیاری از دانش‌های قدیم با تجدید نظر در دیدگاه محدود سابق و توسعه موضعها و مسائل مورد بحث دامنه‌ای بسیار کمترده بیدا کرده و در واقع بجای اینکه بر محتوای معینی اطلاق گردد به صورت «دیدگاه ویژه علمی و چهارچوب کلی برای بررسی مسائل گوناگون در رابطه با آن دیدگاه ویژه» درآمده است. به عبارت دیگر اگر در سابق هر علمی به بررسی موضوعی مشخص اختصاص داشت امروز ناظر به مسائل و موضوعات گوناگون از دیدگاه خاص خود می‌باشد. جغرافیا یکی از این دانشهاست. در گذشته قلمرو جغرافیا به مرزهای ممالک و مسالک

وصورت ارض و معرفت اقالیم و تحدید اماکن و طول و عرض جغرافیایی و اشاراتی درباره فلاحت و زراعت و میاه و محصولات و تجارت و جمعیت بلاد محدود می شد و روش جغرافی نویسی از مقوله مسموعات و مشاهدات سطحی و حداکثر از شیوه بررسی منطقی و احیاناً ریاضی تجاوز نمی کرد ، ولی امروز مسائل گوناگون طبیعی و اقتصادی و صنعتی و اجتماعی و سیاسی در پنهان کشور و شهر و روستا با ابعاد فنی قابل توجه از دیدگاه علمی جغرافیا مورد بحث و بررسی قرار می گیرد . از سوی دیگر دانش جغرافیایی معاصر مثل دیگر علوم از حد شناخت و معرفت محض پا فراتر گذاشته و «شناخت و معرفت» را به عنوان مقدمه‌ای برای «کاربرد و هدف و جستجوی راه حل» تلقی می کند .

**جهانگردی یا توریسم** ، که در دنیای قدیم منحصر به موارد تجارت و رسالت وزیارت و سفرهای قلندران و درویشان و جاسوسان و مسافرتهای استثنایی ماجراجویان و طالب علمان بود ، امروزیکی از مسائل مهم و مؤثر اقتصادی و یکی از عوامل بر جسته ارتباط اجتماعی و فرهنگی و در حد «یک مسئله مهم و جهانی» قابل توجه و بررسی است و در همان حال که روز به روز در سطح توریسم تفریحی و فرهنگی از پرتو امکانات و مقتضیات عصر حاضر توسعه می یابد از لحاظ توریسم سنتی مثلاً سفرهای زیارتی ، که از برگشت تسهیلات جدیدگشتهای خارق العادهای یافته است ، پشتیبانی می شود . توریسم مسئله جدیدی نیست ولی بررسی و مطالعه آن از دیدگاه جغرافیا و ورود آن به حیطه این دانش تازگی دارد و نخستین مرحل تکوین و رشد را می پیماید ، و می توان گفت اگر در گذشته جهانگرد و جهانگردی و سیاحان و رحله‌ها از عناصر مفید برای علم مسالک و ممالک و تهیه مواد جغرافیایی محسوب می شدند اکنون توریسم نیز مانند بسیاری دیگر از مسائل جامعه انسانی به عنوان شاخه و شعبه‌ای از مطالعات جغرافیایی در جستجوی جایگاهی خاص در قلمرو این دانش است .

**کتاب مقدمه بر جغرافیای جهانگردی** تألیف آقای حسین شکوفی استادیار جغرافیای دانشکده ادبیات و علوم انسانی ، که پانزدهمین کتاب ازانشارات مؤسسه تحقیقات اجتماعی و علوم انسانی دومین شماره از سلسله جغرافیای انسانی و دوازدهمین کتاب مؤسسه در زمینه مسائل جغرافیایی به شمار می رود ، کلیات مسئله جهانگردی را درسه فصل مورد بررسی قرار می دهد و ضمن مطالعه صنعت توریسم در رابطه با عوامل جغرافیایی و ارائه وضع کلی برآکنده‌گی جغرافیایی صنعت توریسم اصول برنامه ریزی

توريستي و عوامل و مسائل و مشکلات توريسم را که طبعاً معطوف به جستجوی راه حل دشوارها و معرفی شرایط مناسب برای گسترش طبیعی اين صنعت است مطرح می سازد .  
اميداست اين كتاب ، اگرچه درباره جغرافیای جهانگردی ايران اطلاعات ویژه ای به دست نمی دهد ، از لحاظ آشنای با كلیات جغرافیای جهانگردی و كیفیت ارتباط توريسم با عوامل جغرافیایی و مسائل اساسی و مشترک اين صنعت که كمابيش در همه كشورها و مناطق جهان مصدق دارد و برای جهت بخشی به برنامه ریزیهای جهانگردی که در كشور ما هم اکنون با دامنه ای نسبه " گسترده مطرح و مورد علاقه است سودمند باشد .

۲۵ فروردین ماه ۱۳۵۴ هجری شمسی  
منوچهر مرتضوی

## پیشگفتار

تحوّل منطقی جغرافیای جهانگردی را تنها در ده سال اخیر شاهدیم هر چند که حرکتهای توریستی را از زمان برگزاری نخستین المپیک یونان در ۷۷۶ قبل از میلاد به خاطرداریم. در چند سال گذشته جابجایی بیش از ۲۲۰ میلیون توریست، بالا رفتن سهم صنعت توریسم در اقتصاد کشورها و ائرات زیانبخش توسعه این صنعت در محیط زیست انسان، محدودی از جغرافی دانان را بر آن داشت که در این زمینه به طور جّدی به مطالعه و تحقیق پردازند. متأسفاً نه در میان شاخه‌های گوناگون داشت جغرافیا، شاید هیچ شاخه‌ای مثل جغرافیای جهانگردی به کمبود متخصص و فقدان مدارک لازم‌گر فتار شده است تا آنجاکه کتابنامه جغرافیایی انجمن جغرافی دانان امریکا نیز که در سال ۱۹۷۰ منتشر شده است درمورد جغرافیای جهانگردی تنها به چند بردسی آنهم در مقیاس ناحیه‌ای اشاره دارد. چنین می‌نماید که هم‌اکنون این شاخه از داشت جغرافیا در حال شکل‌گرفتن است. نگارنده با آگاهی از کمبود منابع و مدارک، در این دفتر سعی کرده است که با استفاده از منابع معتبر موجود، اصول و قوانین کلی از جغرافیای جهانگردی را بدست دهد. تا نخستین گام در راه تهیه جغرافیای جهانگردی ایران برداشته شود.

مقدمه بر جغرافیای جهانگردی مثل سایر نوشهای من از طرف مؤسسه تحقیقات اجتماعی و علوم انسانی دانشگاه آذربادگان منتشر می‌شود. مؤسسه‌ای که تاکنون با انتشار یش از ۱۲ جلد کتاب در زمینه‌های مختلف جغرافیایی، توانسته است سهم پس از زیستی در سطوح دانشگاهی به خود اختصاص دهد. در این تلاش و کوشش بیش از همه مدیون ارشاد و راهنماییهای استاد منوچهر من تضوی هستیم. این نزحمت و همت را صمیمانه ارج می‌نهیم و سپاس می‌گزاریم.

حسین شکوهی

## فهرست مطالب

### فصل اول

#### عوامل جغرافیایی و صنعت توریسم

- |    |   |
|----|---|
| ۱  | مفهوم توریست در مطالعات جغرافیایی       |
| ۲  | مسافرتهای تفریحی و استفاده از تعطیلات   |
| ۳  | مسافرتهای بازرگانی                      |
| ۴  | سایر مسافرتهای توریستی                  |
| ۵  | حدود قلمرو جغرافیای جهانگردی            |
| ۶  | جغرافیای جهانگردی در انگلستان           |
| ۷  | جغرافیای جهانگردی در امریکا             |
| ۹  | جغرافیای جهانگردی در اتحاد شوروی        |
| ۱۲ | تحقیق در جغرافیای جهانگردی              |
| ۱۴ | پژوهش‌های ناحیه‌ای در جغرافیای جهانگردی |
| ۱۵ | اصول کلی در تحقیقات جغرافیای جهانگردی   |
| ۱۷ | مسائل مهم در جغرافیای جهانگردی          |
| ۱۹ | عوامل طبیعی و جغرافیای جهانگردی :       |
| ۲۰ | الف - جهت توریستهای تابستانی            |
| ۲۳ | ب - جهت توریستهای زمستانی               |
| ۲۵ | آب و هوای و صنعت توریسم                 |
| ۲۶ | فصول سال و صنعت توریسم                  |
| ۲۸ | تبليغات و صنعت توریسم                   |
| ۲۹ | اهمیت اقتصادی صنعت توریسم               |

۳۴	صنعت توریسم و دیدنیهای یک شهر
۳۴	عوامل مذهبی و صنعت توریسم
۳۹	کفرانسن رم و صنعت توریسم
۴۰	گروههای سنی و حرکتهای توریستی
۴۲	پایگاههای اقتصادی - اجتماعی و حرکتهای توریستی
۴۴	شرایط شغلی و حرکتهای توریستی
۴۶	تشکیل کفرانسها و حرکتهای توریستی
۴۸	هزینه های توریستی
۵۲	هتلها توریستی

### فصل دوم

#### برآکندگی جغرافیایی صنعت توریسم

۵۶	توسعه شتاب زده صنعت توریسم
۵۸	کانونهای جلب توریست
۵۹	بازارهای جهانی صنعت توریسم
۶۳	صنعت توریسم در اسپانیا و پرتغال
۶۶	صنعت توریسم در انگلستان
۶۸	اهمیت صنعت توریسم در انگلستان
۷۰	صنعت توریسم در ایرلند
۷۱	صنعت توریسم در مصر
۷۴	صنعت توریسم در اسرائیل
۷۹	مراکز جلب توریست در اسرائیل
۸۰	صنعت توریسم در افریقای شرقی
۸۱	صنعت توریسم در تونس
۸۲	صنعت توریسم در آلبانی

### فصل سوم

#### برنامه ریزی توریستی

۸۴	شرایط لازم در تهیه یک برنامه ریزی توریستی
۸۸	ساخت و محتوای برنامه ریزیهای توریستی

## فهرست مطالب

سیزده

۹۰	توسعه صنعت توریسم و کشورهای همسایه
۹۳	تنگناها در صنعت توریسم
۹۵	توریستها و فرهنگ مردم
۹۶	حرکت‌های توریستی و تعطیلات دوم
۹۸	اثرات زیانبخش صنعت توریسم در محیط
۱۰۳	بیکاری واسطه‌ها در صنعت توریسم
۱۰۵	شرایط ایجاد سازمانهای جهانگردی
۱۰۶	وظایف و هدفهای سازمانهای جهانگردی
۱۱۱	مسئله راهنمایان جهانگردی
۱۱۲	مؤسسات آموزشی جهانگردی
۱۱۴	آموزش کارمندان سازمانهای جهانگردی
۱۱۶	آموزش کارمندان هتلها
۱۱۸	عوامل مؤثر در توسعه صنعت توریسم
۱۱۹	گذرنامه
۱۱۹	ویزا
۱۲۰	ثبت نام و بازرگانی
۱۲۱	معاینه بهداشتی
۱۲۱	وسایل نقلیه
۱۲۲	گمرک و موائع پولی
۱۲۳	تسهیلات محلی
۱۲۴	مسئله مالیات و صنعت توریسم
۱۲۵	عوارض بر مسافرتهای هوایی و دریابی
۱۲۶	عوارض مسافرتهای زمینی
۱۲۷	عوارض هتلها و رستورانها
۱۲۷	نتایج حاصل از وضع مالیات و عوارض در صنعت توریسم
۱۲۸	نتیجه‌گیری
۱۳۱	فهرست اعلام
۱۳۵	منابع



## فصل اول

### **هوامل جفرافیایی و صنعت توریسم**

#### **مفهوم توریست در مطالعات جفرافیایی :**

در سال ۱۹۳۷ کمیته ویژه‌ای جهت بررسی پاره‌ای از مسائل صنعت توریسم تشکیل گردید و در مفهوم توریست تعریفی به این شرح ارائه شد: «افرادی که در یک دوره ۲۴ ساعته یا بیشتر به یک کشور خارجی مسافت می‌کنند توریست خوانده می‌شوند».

این کمیته مسافرت‌های زیر را به عنوان حركتهاي توریستی بشمار آورد:

- ۱- افرادی که جهت خوش‌گذرانی، دلایل شخصی یا مسائل بهداشتی به مسافت می‌روند.
- ۲- افرادی که برای شرکت در کنفرانسها مسافت می‌کنند.
- ۳- افرادی که جهت انجام کارهای بازرگانی مسافت می‌نمایند.
- ۴- افرادی که به یک گردش دریایی می‌روند.<sup>۱</sup>

در سال ۱۹۶۳ کنفرانس جهانی توریسم در شهر رم برگزار گردید و از عنوان توریست تعریفی کاملتری بدست داد چنانکه در زیر می‌آید:

توریست کسی است که به طور موقت مسافرت می‌کند و در کشور مورد علاقه خود حداقل ۲۴ ساعت اقامت می‌نماید. در ضمن هدف از مسافرت خود را یکی از موارد زیر انتخاب می‌کند:

۱- استفاده از تعطیلات، تأمین سلامتی، مطالعه و تحقیق، موارد مذهبی و ورزشی.

۲- تجارت و امور بازرگانی، مسائل خانوادگی، مأموریت، شرکت در کنفرانسها. ملاحظه می‌شود که تعریف و مفهوم توریست در کنفرانس سال ۱۹۶۳ همه نوع مسافر تهارا در داخل صنعت توریسم قرار می‌دهد. عده‌ای از محققین را نظر براین است که در مطالعات و تحقیقات جهانگردی جداسازی شاخه‌های مختلف صنعت توریسم ضروری می‌نماید به ویژه که عملکرد این صنعت در بازارهای جهانی توریسم تقسیم بندی زیر را لازم می‌شمارد:

### ۱- مسافر تهای تفریحی و استفاده از تعطیلات:

این گروه شامل همه افرادی است که جهت استفاده از تعطیلات و سایر موارد تفریحی وقت گذرانی به مسافرت می‌روند. میزان هزینه و مقصد مسافرت غالباً از طرف سپرست خانواده تعیین می‌شود. نیاز به مسافرت به خارج برای استفاده از تعطیلات معمولاً با میزان درآمد، سطوح

آموزش ، میزان جمعیت ، درجه شهر نشینی ، طول مدت تعطیلات و اوقات فراغت در رابطه است .

در انتخاب محل به هنگام مسافرت به کشورهای خارجی عوامل چندی نظیر : هزینه رفت و برگشت ، محل اقامت ، هزینه غذا و نوشیدنی و خریدهای اضافی در محل مؤثر می‌افتد .

### ۲- مسافر تهای بازرگانی :

در اینجا مقصد و محل اقامت دلخواه و اختیاری نیست . هزینه این قبیل مسافر تهای اغلب به عهده شرکتهای بازرگانی است . افزایش مسافر تهای بازرگانی با روابط تجاری میان کشورها بستگی دارد . در حالی که میزان مسافر تهای تفریحی و استفاده از تعطیلات با هزینه مسافرت و درآمد خانواده ها در رابطه است .

افزایش مسافر تهای بازرگانی شاید بیش از همه تحت تأثیر کاهش کرایه حمل و نقل کالا قرار می‌گیرد .

### ۳- سایر مسافر تهای توریستی :

در این بخش مسافر تهای زیر مطالعه و بررسی می‌شود :

الف - مسافر تهای مذهبی

ب - مسافر تهای بهداشتی

ج - مسافر تهای و بازدیدهای آموزشی و فرهنگی .

- د - شرکت دوکنفرانسهاي جهاني ، حضور در انجمنهاي علمي .
- ه - ديدار خصوصي از افراد خاتوناوه، ملاقات با خوشيشان و دوستان .

### حدود قلمرو و جغرافیای جهانگردی :

جغرافیای جهانگردی روابط انسان را با محیط در تعطیلات وقت آزاد خود مطالعه می کند. مثل این است که جهانگردی و مسافرت های داخلی و خارجی بخشی از فعالیتهای انسانی را تشکیل می دهد و با اقتصاد ملی کشورها پیوند می خورد.

از طرفی انتخاب محل استفاده از اوقات فراغت و تعطیلات ، شکل سالم سازی جسم و روح بخود می گیرد و در این راه از جغرافیای پزشکی تأثیر می پذیرد<sup>۱</sup>.

مفهوم کلی جغرافیای جهانگردی را می توان به این شرح بیان نمود : « مطالعه شرایط جغرافیایی جهانگردی و بررسی وابستگی ها بین شکلهای مختلف وقت گذرانی با عوامل گوناگون طبیعی و فرهنگی ». تحقیق در مسأله وقت گذرانی و استفاده از تعطیلات جهت مسافت به مکانهای مذهبی، بازرگانی، تفریحی و بهداشتی، بررسی در عوامل مختلف طبیعی را به همراه دارد. اینجاست که داشت جغرافیا این وظیفه مهم را بر عهده می گیرد چرا که میان وقت گذرانی انسان در هوای آزاد و محیط طبیعی او

1- I.P. Gerasimov, A.A. Mints and V. S. Preobrazhenskiy  
“ Current Geographical Problems in Recreational Planning ” .  
Soviet Geography . P.189 .

رابطه محکمی وجود دارد و محیط‌های طبیعی خاص، تفریحات و امکانات دیژه‌ای خلق می‌کند که با امکانات توریستی نواحی دیگر تقاضت دارد.

### جغرافیای جهان‌گردی در انگلستان :

تنها در ۱۵ سال اخیر است که جغرافی دانان در مسأله استفاده از ساعات فراغت و تعطیلی‌ها به مطالعات جدی دست زده‌اند. درسابق این مهم را اقتصاد دانان انجام می‌دادند چرا که برای این گروه بالا رفتن سهم توریسم بین‌المللی در تجارت جهانی و میزان پرداختی آنها بسیار پرارزش می‌نمود.

آگیلوی<sup>۱</sup> در سال ۱۹۳۳، در زمینه ارزش‌های اقتصادی توریسم مطالبی در انگلستان منتشر ساخت و به دنبال آن در سال ۱۹۳۶، نورول<sup>۲</sup> اهمیت صنعت توریسم را در افریقای جنوبی بررسی نمود. این نوشته نه تنها افریقای جنوبی را شامل بود بلکه اطلاعات توریستی از سایر کشورهای دنیا نیز بدست می‌داد.

در انگلستان تفریح وقت‌گذرانی در هوای آزاد بیشتر مخصوص ساکنین شهر هاست که چشمدهای معدنی، مراکز تفریحی و استراحتگاه‌های ساحلی استخوان بندی آن را تشکیل می‌دهد. تا سالهای اخیر، مطالعه امکانات تفریحی و استراحتگاهی سواحل بیش از هر جای دیگر اولویت داشت و این در حقیقت نتیجه جاذبه عمیق دریا و نقش سواحل در زندگی

1- Ogilvie .

2- Norval .

مردم انگلستان بود چنانکه امروزه نیز سواحل دریا مقصد بسیاری از مسافرین انگلیسی است.

در انگلستان، مرکز مهم شهری در سواحل گسترش یافته است و از شبکه های مجهر حمل و نقل نیز بهره مند است در حالی که مرکز تفریحی و استراحتگاهی که در حوزه های روستایی دیده میشود فاقد شبکه های مرتب حمل و نقل نظیر راه آهن و اتوبوس می باشد . هر چند که در سالهای اخیر استفاده از اتو مبیلهای شخصی بیشتر شده اما کم بود و سایل و تجهیزات لازم باز هم مردم این کشور را به مرکز تفریحی ساحلی که برای استفاده از ساعات تعطیلی آمادگی زیادی دارد می کشاند .

در سال ۱۹۶۸ در انگلستان ، با توجه به اهمیت یابی اطراف شهرها در استفاده از روزهای تعطیلی ، سازمان تحقیق و حفاظت زیبایی های طبیعی و امکانات تفریحی اطراف شهرها بوجود آمد تا زمینه های دلخواهی جهت بهره گیری هر چه بیشتر مردم انگلستان از زیبایی های طبیعی فراهم سازد . این سازمان علاوه بر نظارت بر پارک های ملی ، انتخاب محله ای زیبای طبیعی را جهت گردش و تفریح مردم بر عهده گرفت . در برنامه این سازمان مطالعه و بررسی موارد زیر دیده می شود :

- ۱ - تهیه نقشه های تفریحی و توریستی اطراف شهرها .
- ۲ - تحقیق در زمینه دگرگونی های هوا در بیرون از شهرها .

---

1- Geoffrey Wall . "The Status of Recreation Studies in Britain ." The professional Geographer . PP. 47- 48 .

- ۳- انتشارگزارش مربوط به بر نامه ریزیهای روستایی جهت استفاده از امکانات استراحتگاهی و تفریحی روستاها .
- ۴- تحقیق در زمینه اثرات ناشی از مالکیت خانه دوم در اقتصاد محلی و زمینهای قابل بهره برداری .
- ۵- بررسی و تحقیق در پارکهای ملی .
- ۶- بررسیهای لازم در مورد ترافیک مخصوص امکانات تفریحی در اطراف شهرها و انتخاب مسیرهای طبیعی دلپذیر جهت عبور و سایل مو توری ، مطالعه در زمینه عدم استفاده از راه آهن ، آرایش و آماده سازی مناطق مرتفع جهت استفاده در ایام تعطیلی .

### جغرافیای جهانگردی در امریکا :

درا یالات متحده ، از پیشقدمان جغرافیای جهانگردی می توان از مک مری<sup>۱</sup> نام برد که در سال ۱۹۳۰ مباحثی را در مورد استفاده بخش تفریحات از زمینهای شمالی ایالت میشیگان مطرح ساخت و با توجه به فعالیتهای شکارچیان و ماهیگیران لزوم توجه عمیق تر جغرافی دانان را به شرایط مکانی مسئله یاد آور شد .

در سال ۱۹۳۳ ، استفن جونز<sup>۲</sup> مقاله پر ارزشی تحت عنوان «شهر کهای توریستی و معدنی در منطقه راکی کانادا» در مجله جغرافیای اقتصادی بچاپ

1- Area . Institute of British Geographer. PP. 13-15 .

2- K . C . McMurry .

3- Stephen B. Jones .

رسانید و به سال ۱۹۳۵، رابت براون<sup>۱</sup> خطوط اصلی جغرافیای توریستی و تاریخی را در مجله Geographical Review تعیین نمود و روشهایی را جهت سنجش ارزش‌های اقتصادی آن ارائه داد. دوازده سال بعد، پرافت<sup>۲</sup> از لر و تهیه آمارهای دقیق و تحقیق درباره جغرافیای جهانگردی و تاریخی سخن گفت و به دنبال آن بررسیهای لازم در زمینه امکانات تاریخی و توریستی غرب امریکا، منطقه کوههای راکی، ایالت نیو انگلند و مکزیکو آغاز گردید.

در آن زمان همه این مطالعات درجهت جلب توریست داخلی صورت می‌گرفت. در این کشور بین سالهای ۱۹۴۷-۱۹۶۱ بررسیهای لازم در مورد مبدأ حرکت توریستها و مقصد نهایی آنها، نوع اقامه‌گاه و هزینه‌های توریستی انجام شد و مسیرهای تازه‌ای در انتخاب محلهای وقت گذرانی و تاریخی تعیین گردید.<sup>۳</sup>

در ایالات متحده در سال ۱۹۵۸، سازمانی جهت تحقیق در استفاده مردم از ساعات فراغت و تعطیلی تشکیل شد. این سازمان وظیفه داشت که نیازهای تاریخی و وقت گذرانی مردم آمریکا را در حال حاضر و سالهای ۱۹۷۶ و ۲۰۰۰ تعیین نماید و طرحهای لازم را جهت رفع نیازهای تاریخی مردم تنظیم کند.

1- Robert M. Brown.

2- E. C. Prophet.

3- American Geography. PP. 252-253.

## جغرافیای جهانگردی در اتحاد جماهیر شوروی:

درا اتحاد شوروی کنفرانس جغرافیای جهانگردی و تفریحی در ۲۵ مارس سال ۱۹۶۹ در شهر مسکو گشایش یافت . این کنفرانس با شرکت ۲۵۰ کارشناس و متخصص و با همکاری مؤسسات جغرافیائی، آکادمی علوم شوروی ، مؤسسه تحقیق درامر توریسم ، شورای مرکزی تجارت، مؤسسه طرح و برنامه ریزی شهری برگزار گردید ولی در این میان مسئولیت مؤسسات جغرافیایی بیش از سایر سازمانها و مؤسسات بود .

در کنفرانس مسکو ، گزارش‌های مقدماتی به وسیله گراسیموف<sup>۱</sup>، مینس<sup>۲</sup>، پری او برائنسکی<sup>۳</sup> و شلوموف<sup>۴</sup> در مورد « تفریح ، جامعه و جغرافیا » خوانده شد . در این گزارشها مسائل منبوط به وابستگی میان تفریح جامعه و شرایط جغرافیائی بررسی گردیده و نقش خلاق حفاظتی در برنامه ریزیهای توریستی کاملاً نشان داده شده بود .

کنفرانس مسکو به کمیته‌های چندی تقسیم شد و در هر کمیته مسائل مختلفی به‌این شرح مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت :

۱- بررسی نیازمندیهای روحی و جسمی انسان ، شرایط اجتماعی؛ بهداشتی، فرهنگی، آموزشی و عوامل اقتصادی در تدوین برنامه ریزیهای

- 
- 1- I. P. Gerasimov .
  - 2- A. A. Mints.
  - 3- V. S. Preobrayhenskiy .
  - 4- N. P. Shelomov .

توریستی.

۲- طبقه‌بندی نواحی توریستی و تفریحی و مطالعه تأثیرات شرایط جغرافیایی در شکل‌گیری آنها. در این بخش تور و خلبوف<sup>۱</sup> از دانشسرای عالی کریمه در تعیین ناحیه‌بندی‌های توریستی بررسی عوامل زیر را پیشنهاد کرد:

الف- وجود تخصصها و نوع معینی از خدمات توریستی وقت‌گذرانی در یک واحد جغرافیایی.

ب- تعیین وابستگی مقابل میان بهره‌گیری‌های توریستی و سایر فعالیتهای اقتصادی.

ج- مسائل مربوط به توانایی و امکانات توریستی و وقت‌گذرانی یک ناحیه.<sup>۲</sup>

зорین<sup>۳</sup> از مؤسسه جغرافیایی مسکو نقش عوامل جغرافیایی- اقتصادی را در تکوین و شکل‌گیری نواحی تفریحی مورد بررسی قرارداد و در تعیین نواحی توریستی وقت‌گذرانی به عوامل طبیعی نظیر توده‌های آب، جنگل، ساحل و شکلهای مختلف استفاده از ساعات فراغت، توسعه حمل و نقل و بهره‌گیری از تجهیزات لازم اشاره کرد و در شکل‌گیری نواحی توریستی به همراهی عوامل دیزه طبیعی و جاذبه‌های فرهنگی - تاریخی تأکید بسیار نمود. در این بخش از کنفرانس در مورد پراکندگی جغرافیایی

1- I. T. Tverdokhlebov.

2- "Soviet Conference on Geographical Problems of Recreation", Soviet Geography, PP. 208 - 209.

3- I. V. Zorin.

نواحی توریستی در رابطه با تراکم جمعیت همچنین امکانات اقتصادی وطبیعی این نواحی گزارشایی خوانده شد .

۳- مسائل ناحیه‌ای دربر نامه ریزیهای تفریحی: در این بخش از کنفرانس طرحهای مربوط به امکانات تفریحی وقت گذرانی درسیبری و خاور دور شورودی بررسی شد در ضمن خطوط اصلی جغرافیای جهانگردی وقت گذرانی قفقاز و کیفیت بر نامه ریزی تفریحی دراکراین تعیین گشت .

۴- مسائل مربوط به حفظ محیط طبیعی و نگهداری از آثار قاریخی مورد مطالعه جدی قرار گرفت .

به طور کلی در کنفرانس جغرافیای جهانگردی و تفریحی مسکو، نقش عوامل آب و هوایی، چشم اندازهای جغرافیایی، سبک معماری ساختمانها در مرآکز تفریحی، ارزیابی زمینه‌های تفریحی یک ناحیه، شرایط انتخاب یک محل به عنوان مرکز تفریحی و استراحتگاهی، ساخت اقتصادی یک ناحیه در رابطه با مسئله تفریح و جلب توریست مورد مطالعه قرار گرفت . در این کنفرانس ضمن توزیع یک نسخه از مسائل مربوط به تفریحات و جلب توریست در ایالات متحده جهت دست یابی به ارزش‌های توریستی و تفریحی موارد زیر توصیه شد :

الف - در جهت گیری جغرافیای جهانگردی همکاری جغرافی - دانان، جامعه شناسان، اقتصاددانان، کارشناسان بهداشتی، فیزیولوژیست‌ها، روانشناسان و هنرمندان لازم می‌باشد .

ب - در تهیه و تنظیم یک طرح جامع توریستی و تفریحی شرکت

فعالانه و پر ثمر مؤسسات جغرافیایی ضروری است.  
 ج- آموزش جغرافی دانان و دانشجویان رشته‌های مختلف که به نحوی با مسأله تفریح و استفاده از ساعات فراغت سرو کار دارند بسیار مفید است و نشر اطلاعات جغرافیایی میان کارکنان سازمانهای جهانگردی امر ضروری تشخیص داده شد<sup>۱</sup>.

\* \* \*

در کنگره جهانی جغرافی دانان که در سال ۱۹۷۲ در مونترال برگزار شد یک کمیته مخصوص جهت مطالعه در جغرافیای توریستی انتخاب گردید. مشکل این است که در مرآکز مهم توریستی دنیا نظریای تالیا و اسپانیا فقدان متخصصین جغرافیای توریستی و تاریخی زمینه‌های مطالعاتی را بسیار محدود می‌نماید و این مشکل در کشورهای توریستی آسیا، افریقا و امریکای لاتین نیز بچشم می‌خورد. در مقیاس جهانی، تحقیق و مطالعه در زمینه جغرافیای توریستی همواره با مشکلات زیادی همراه بوده است<sup>۲</sup>.

### تحقیق در جغرافیای جهانگردی :

- ۱- بررسی میزان سرمایه‌گذاری بخش عمومی و بخش خصوصی در صنعت توریسم.
- ۲- مطالعه در برگشت سرمایه و سود حاصل از آن.

1- Soviet Geography. P. 213 .

2- Kar A.Sinnhuber. "International Study of Tourism". Geographical Magazin . July 1973 . P. 753 .

- ۳- مقایسه سرمایه‌گذاری در صنعت توریسم با سایر صنایع.
- ۴- تعیین سهم صنعت توریسم در توسعه اقتصادی کشور و نواحی توریستی.
- ۵- بررسی تهیه ارز خارجی از راههای جلب توریست.
- ۶- مسأله عمران نواحی توریستی.
- ۷- تعیین راههای عملی جلب قویت خارجی به نواحی توریستی کشور.
- ۸- تحقیق در تهیه وسایل و تجهیزات توریستی با توجه به فضول مختلف سال.
- ۹- تعیین مشاغل توریستی در سراسر سال و در فصول معین.
- ۱۰- بررسی نوع کالاهای واردہ به وسیله توریستها.
- ۱۱- ارزیابی نواحی توریستی از جهت دگرگونیهای اجتماعی با توجه به حجم توریست.
- ۱۲- مطالعه در تغییرات فصلی در صنعت توریسم.
- ۱۳- مطالعه در زمینه ایجاد بازارهای جدید توریستی.
- ۱۴- بررسی در زمینه تخفیف نرخهای توریستی در فضول غیر-توریستی سال.
- ۱۵- تحقیق در زمینه بهره‌گیری از امکانات توریستی در سراسر سال.
- ۱۶- تعیین مسافرتها فردی و گروهی در صنعت توریسم در طول سال.
- ۱۷- بررسی رابطه افزایش مسافرین با مسافرتها تجاری.

- ۱۸- مطالعه در جاذبه‌های توریستی ویژه‌گرده جوانان.
  - ۱۹- تحقیق در افزایش تعداد توریستها در رابطه با برگزاری کنفرانسها، سمینارهای فرهنگی و هنری.
  - ۲۰- مطالعه در زمینه پایگاههای فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی توریستها.
  - ۲۱- بررسی موقعیت توریستی کشور در بازارهای توریسم جهانی.
  - ۲۲- پیش‌بینی میزان جهانگردان خارجی و توریستهای داخلی در پنج سال آینده<sup>۱</sup>.
- تجزیه و تحلیل آنچه که در بالا آمد مواد لازم را در جهت بر نامه ریزیهای توریستی بدست می‌دهد و سرمایه‌گذاری مطمئنی را ممکن می‌سازد.

### پژوهش‌های ناحیه‌ای در جغرافیای جهانگردی :

#### ۱- پژوهش‌های ناحیه‌ای :

- الف - تعیین میزان توریستهای نواحی جغرافیایی کشور.
- ب - مطالعه مداوم ازورود جهانگردان و مسافرین، زمان اقامات آنها، هزینه‌های لازم، علل بازدید از ناحیه، تعیین میزان رضایت توریستها از امکانات و تجهیزات موجود در نواحی توریستی.

#### ۲- پژوهش‌های اداری :

- الف - مطالعه سازمانهای جهانگردی، تعداد مسافرین کشورها

در بازارهای توریسم جهانی.

ب- مقایسه قیمت‌های کشورهای مختلف توریستی و مطالعه در امکان رقابت در تعیین قیمت‌ها در جهت جلب توریست.

ج- مطالعه در کنترل قیمت‌ها جهت جلب آسایش بیشتر توریستها.

د- بررسی در تمرکز همه نیازهای توریستی در هتلها و یامحلهای اقامت نظیر: فرودگاه‌های مسافر بری هوایی و زمینی و اطلاع از صنایع دستی و بومی کشور در همان محل اقامت، عرضه تولیدات و محصولات مورد توجه توریستها در فروشگاه هتلها و یا فروشگاه‌های مجاور.

### اصول کلی در تحقیقات جغرافیای جهانگردی:

درج جغرافیای جهانگردی روی چند اصل معین تأکید بیشتر می‌شود.

بدانسان که در زیر می‌آید:

۱- صنعت توریسم وجهات توسعه‌آن از نقطه نظر مالی مورد بحث قرار می‌گیرد و هزینه‌های لازم در جهت توسعه این صنعت تعیین می‌شود. در این بخش توسعه صنعت توریسم در رابطه با توازن پرداختها معلوم می‌گردد. لازم به یادآوری است که توسعه صنعت توریسم باید تنها از زاویه مالی آن مطالعه شود. بلکه منطقی است که به موازات بررسی نحوه توسعه صنعت توریسم، نتایج حاصل از آن نیز به دقت مورد تجزیه و تحلیل قرار بگیرد. مطالعه زیر این مسأله را کاملاً روشن می‌سازد:

پیش‌بینی می‌شود که در سال ۱۹۸۰ توریستها، ۱۵۰۰ میلیون لیره

انگلیسی در لندن خرج خواهند کرد. البته این خبر از نقطه نظر مالی و میزان درآمدها بسیار جالب می‌نماید و جهت توازن پرداختها کاملاً آمیدوار کننده است. اما در همان سال، ورود ۱۵ میلیون نفر به لندن وحشت از به خطر افتادن بهداشت و سلامتی مردم، امکان بروز ناسازگاریهای افزایش انواع جرم‌ها و خطاهای مارا به عمق نگری بیشتری وای دارد.<sup>۱</sup>

تعجب آور است که گفته شود همه فکرها و بررسیها تنها در اطراف منافع حاصل از ورود توریستها دور می‌زنند و به زیانهای ناشی از افزایش حجم وسائل نقلیه، آلودگی شهرها و ظهور ناهنجاریهای شهری توجه کمتری معمول می‌گردد.

## ۲- در جغرافیای جهانگردی، جریانهای توریستی عمیقاً مطالعه

می‌شود و موارد زیر مورد بررسی قرار می‌گیرد :

میزان توریستها در کشورهای توریستی در فصول مختلف سال، مشکلات موجود در راه حرکت توریستها، مطالعه دربیت آماری توریستها. توجه داشته باشیم که تعداد دیدارها در زمینه‌های توریستی معمولاً بیش از میزان مسافرین است. در سال ۱۹۷۱، توریستهای امریکایی در مسافرت‌های خود از ۸/۲ کشور دیدن کردند در حالی که این رقم در سال ۱۹۶۵ به ۲۴ کشور محدود می‌شد. از طرفی در پاره‌ای از کشورها تنها افرادی که در هتلها و مهمانخانه‌ها اقامت می‌کنند به عنوان توریست شناخته می‌شوند و نامشان در دفاتر مخصوص ثبت می‌شود. در حالی که ممکن است

1- George young. Tourism Blessing or Blight . P. 49 .

عده‌ای از توریستها در چادرها و یا در تند دوستان و آشنایان خود اقامت کنند و در ثبت آماری فراموش شوند.

۳- در صنعت توریسم مدت اقامت و تعداد شبها بی که توریستها خارجی در کشور می‌گذرانند مورد توجه قرار می‌گیرد. در این مرحله جا و مسکن توریستی بر رسمی می‌شود. توریستها بی که مایلند بیش از ۲۴ ساعت در کشور اقامت کنند بهتر است آماری از آنها در مرزها تهیه شود.

۴- صنعت توریسم در رابطه با پایگاههای اجتماعی نواحی توریستی مطالعه می‌شود. از برخورد و تماس توریستها به ویژه توریستهای خارجی مسائل حاد و پیچیده‌ای ظاهر می‌گردد که متأسفانه این مسئله تاکنون به ندرت مورد مطالعه قرار گرفته است. این بخش، تحقیقات عمیق و شایسته‌ای می‌طلبد.<sup>۱</sup>

### مسائل مهم در جغرافیای جهانگردی :

درجاتی پیشرفته و صنعتی با بالارفتن سطح زندگی و دگرگونیهای فرهنگی، سرگرمیها و تفریحات تازه‌ای به وجود می‌آید و هر روز که می‌گذرد زمینهای پر وسعتی به تفریحات و وقت‌گذرانی مردم اختصاص می‌یابد، ساختمنهای جدیدی بنا می‌شود، میان انواع تفریحات و انواع کالاهای ابطة محکمی برقرار می‌گردد در همان حال ملیون‌ها نفر در خدمات جهانگردی بکار گرفته می‌شوند و هزینه سالیانه سالم‌سازی محیط انسانی

ارقام درشت و سنگینی را تشکیل می‌دهد.

با توجه به موارد بالا و نیازهای روز افرون انسان شهرنشین به محیط‌های تاریخی و استراحتگاهی، بالاتر از همه جابجایی سالیانه بیش از ۲۱۵ میلیون توریست، لزوم تحقیق در جغرافیای جهانگردی و تاریخی بیشتر احساس می‌شود. جغرافی دانان در جریان تحقیق بامسائل چندی روبرو می‌شوند که اهم آنها به شرح زیر مورد مطالعه ماست:

- ۱- انواع وقت گذرانیها در ارگانیسم بدن انسان.
- ۲- تعیین نوع وقت گذرانی در واحدهای جغرافیایی.
- ۳- طبقه‌بندی انواع وقت گذرانیها.
- ۴- طرحهای مهندسی در رابطه با محیط‌های طبیعی در جهت زیباسازی محیط‌های تاریخی.
- ۵- مطالعه سکونتهای موقتی انسان در تعطیلات فصلی، خانه‌های پیلاقی و روستایی، بررسی خانه دوم خانوارهای شهری.
- ۶- تعیین میزان مسافرت‌های مردم در مسافت‌های طولانی و مطالعه در بهره‌گیری مردم از حومه‌ها و اطراف شهرها در ساعات فراغت و روزهای تعطیلی.
- ۷- اجرای روش‌های منطقی درجهت حفاظت محیط زیست به موازات گسترش امکانات تاریخی.
- ۸- تحقیق در صنایع دستی و ناحیه‌ای.<sup>۱</sup>

1- Soviet Geography. Review, Translation . PP.190-191,  
200-201 , 208-212 .

به هنگام مطالعه جغرافیای جهانگردی وقت گذرانی دو بخش

عمده کاملاً مشخص می‌شود:

الف - جهانگردی و عبور از مرازهای سیاسی.

ب - انجام تفريحات گوناگون واستفاده از ساعت فراغت در اطراف

شهرها و حومه‌ها در مسافت کوتاه و طولانی.

در انتخاب انواع وقت گذرانی و یا عبور از مرازهای سیاسی عوامل

چندی به شرح زیر مؤثر می‌افتد:

۱ - گروه سنی و مشخصات شغلی افراد.

۲ - شرایط روانی و طرز تفکر فرد یا گروهی از مردم.

۳ - سطح زندگی و میزان درآمد فرد یا گروهی از مردم.

۴ - سطح فرهنگی و اجتماعی فرد یا گروهی از مردم.

۵ - شرایط سیاسی و اجتماعی کشورها.

۶ - میزان ساعت کار در هفته.

### عوامل طبیعی و جغرافیای جهانگردی:

مطالعات انجام شده معلوم می‌دارد که در جغرافیای جهانگردی

عوامل و شرایط محیط طبیعی سهم برجسته‌ای می‌یابد. این عوامل که در

جغرافیای جهانگردی مورد مطالعه جغرافی دانان قرار می‌گیرد عبارتند

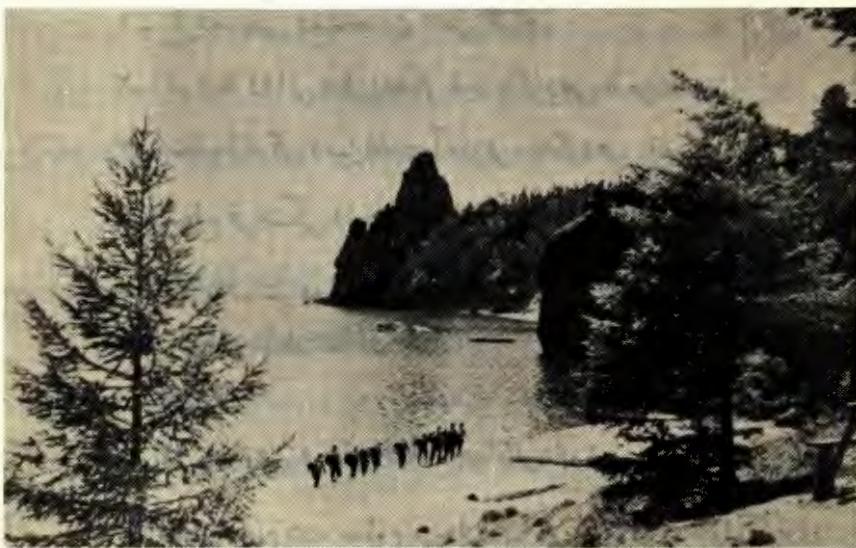
از: آب و هوای مطلوب، تنوع ناهمواریها، سواحل دریاها گرم،

دریاچه‌ها و رودهای بزرگ، زیبایی پوششهای گیاهی.

درجاتی جهانگردی شرایط محیط طبیعی در فصلهای تابستان و زمستان هر یک بطور جداگانه بررسی می‌شود بدسان که می‌آید:

### الف - جهت توریستهای تابستانی:

- ۱- دورهٔ درجهٔ حرارت مناسب در فصل تابستان.
- ۲- مدت آفتابی بودن روزها.
- ۳- درجهٔ حرارت آب دریا.



در صنعت توریسم تنها شهرها و آثار تاریخی مورد توجه قرار نمی‌گیرد بلکه سواحل و حوزه‌های دورافتاده و چشم اندازهای طبیعی نیز از جاذبه‌های توریستی محسوب می‌شود. دریاچه بایکال که مروارید سیبری خوانده می‌شود اخیراً سخت مورد توجه قرار گرفته است. سازمانهای توریستی در نظر دارند که در سواحل زیبا و آفتابی آن با احداث پارکها، هتلها، ملتها، اردوگاهها و قایقهای مخصوص توریستی، حوزهٔ دریاچه بایکال را به صورت یک قطب پرجاذب توریستی درآورند.

۴- رطوبت نسبی و پوشش گیاهی.

۵- ناهمواریها و ذخیره آب.

۶- باطنلایی بودن زمین.

شرایط درجه حرارت جهت تفریحات تابستانی بر اساس تعداد روزها

با حد متوسط درجه حرارت روزانه از ۱۵ تا ۲۰ درجه سانتی گراد تعیین

می گردد. سواحل بر حسب درجه حرارت آب در طول گرمه تین ماه

محاسبه می شود. عدهای از جغرافی دان و محققین از نقطه نظر میزان

درجه حرارت آب تقسیم بندی زیر را ارائه می دهند:

زیاد سرد؛ ۸ تا ۱۳ درجه

سرد؛ ۱۴ تا ۱۶ درجه

خنک؛ ۱۷ تا ۱۸ درجه

نیم گرم؛ ۲۰ تا ۲۵ درجه

گرم؛ ۲۵ تا ۲۷ درجه

درجه حرارت آب که بالاتر از ۱۷ درجه باشد جهت آب تی توصیه

شده است<sup>۱</sup>.

رطوبت نسبی به میزان ۶۵٪ تا ۷۰٪ را سطح مطلوب می دانند

در هوای مرطب رطوبت نسبی بیش از ۸۶٪ ناراحت کننده خواهد بود.

مطالعه مدت آفتاب درخشنان با توجه به بالابودن میزان آسمان صاف،

1- Yu. A. Vedenin . N.N. Miroshnichenko . „Evaluation of the Natural Environment for Recreational Purposes“ . Soviet Geography P. 202

بدون ابر و روزهای آفتابی محاسبه می‌شود. در اینجا مدت آفتاب در خشان در دوره‌ای معین می‌شود که حد متوسط درجه حرارت روزانه از ۱۵ تا ۲۰ درجه ساعتی گراد در فصل تابستان و ۵ تا ۱۵ درجه در فصل زمستان است.

این محاسبه از فرمول زیر بدست می‌آید :

$$S = \frac{\sum sx \cdot nx}{N}$$

$S$  تعداد ساعات آفتابی سالیانه در دوره درجه حرارت از ۱۵ تا ۲۰ درجه است.

$sx$  تعداد ساعات آفتابی در  $X$  ماه است.

$nx$  تعداد روزها با درجه حرارت ۱۵ تا ۲۰ درجه در عرض  $X$  ماه است.

$N$  تعداد روزها در یک ماه است.

در اینجا فرض می‌کنیم که مجموع ساعات آفتابی به طور مساوی در همه روزهای ماه پخش شده است. ما این فرمول را در مورد میزان آفتاب در تفريخت زمستانی نیز بکار می‌بریم در این صورت  $S$  تعداد ساعات آفتابی در دوره حد متوسط درجه حرارت روزانه از ۵ تا ۱۵ درجه است و  $sx$  تعداد روزها با درجه حرارت ۵ تا ۱۵ درجه است.<sup>۱</sup>

در زمینه ناهمواریها، مطالعه مناطق کوهستانی از مرتفعات تا پایی پهدها مورد توجه است. در اینجا قله‌های زیبای کوهستان، یخچال‌های

---

۱- این فرمول میزان درجه حرارت محاسبه شده در آن به وسیله محققین روسی با توجه به شرایط سرما در شورهای تعیین شده است.

آن، دره‌های جالب، شیب ملائم دره‌ها برای انواع مختلف تفریحات واستفاده از ساعت فراغت امکانات زیادی را فراهم می‌کند.

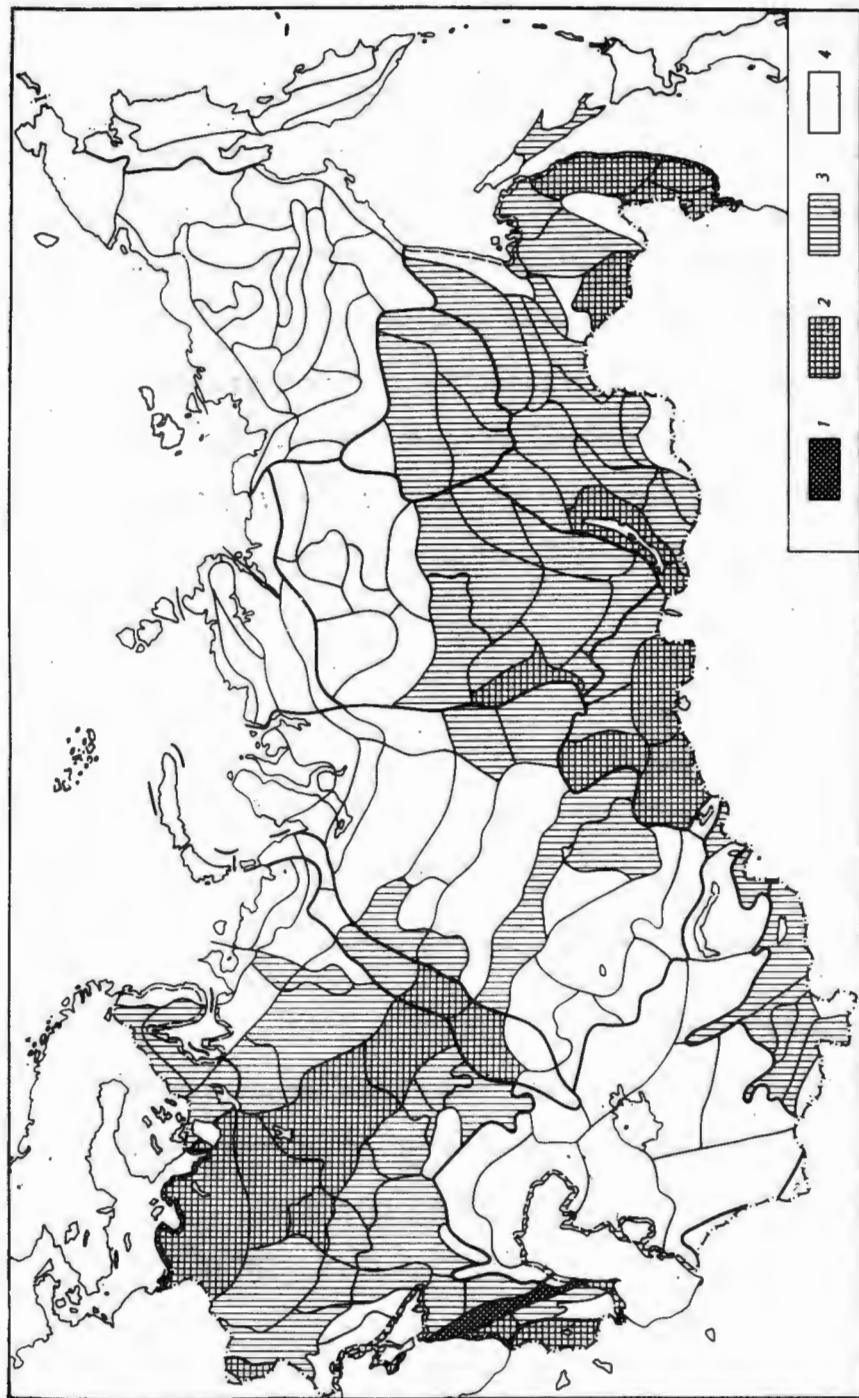
دربرسی پوشش گیاهی؛ نواحی جنگلی شرایط مساعدی جهت تعداد انبوهی از مردم بدست می‌دهند. این قبیل نواحی همواره از زیباییها و مناظر متنوعی برخوردارند.

### ب - جهت توریستهای زمستانی :

- ۱- دورهٔ درجهٔ حرارت مناسب در فصل زمستان.
- ۲- میزان آفتابی بودن روزها.
- ۳- سرعت بادها.
- ۴- پوشش برف.
- ۵- ناهواریها.
- ۶- پوشش گیاهی.

جهت توریستهای زمستانی مدت و ارتفاع برف از شرایط مساعد بشمار می‌آید. سطح مطلوب آن وجود برف به ارتفاع ۴۰ تا ۶۰ سانتیمتر در یک دورهٔ طولانی است. حوزه‌هایی که در آنها دورهٔ پوشش برف کمتر از ۳۰ روز است و ارتفاع برف نیز کمتر از ۱۰ سانتیمتر می‌باشد امکانات چندان مساعدی جهت همهٔ تفریحات زمستانی فراهم نمی‌کنند.

از نقطه نظر پوشش گیاهی؛ جنگلهای سرو و کاج بهترین شرایط را ارائه می‌دهند این جنگلهای خوبی قادرند که در برابر بادهای زمستانی موافقی ایجاد کنند و شرایط مناسبی در تفریحات زمستانی فراهم نمایند. علاوه بر این، زیبایی جنگلهای سرو و کاج با آن پوشش برفی جهت توریستها بسیار جالب می‌نماید.



فواحی توریستی شوری در فصل تابستان  
نagher کمال مطلوب ۲- نagher مطلوب ۳- نagher نسبتاً مطلوب ۴- نagher نامطلوب، در انتخاب فواحی توریستی و تفریحات  
تابستانی عوامل نظر، مولانی بودن فصل گرما، سواحل گرد، تنوع پوشکاری و زیبائی ناهواریها دخالت داشته است.

جنگلهای مخلوط در برابر اثرات ناخوشایند باد مقاومت کمتری دارند و جنگلهای برگ با شاخه‌های بر همه از نقطه نظر جلوگیری از تسلط بادهای سرد و زیبایی منظر چندان مورد توجه نیستند. در این میان استپها، صحاری و منطقه قند را در کمترین درجه اهمیت قرار دارند.<sup>۱</sup>

**جغرافی دنان به هنگام انتخاب مراکز تفریحات زمستانی عوامل زیر را همواره در نظر می‌گیرند:**

- ۱- تعداد روزها با حد متوسط درجه حرارت ۵-۱۵- درجه.
- ۲- تعداد روزها با وزش بادهای سخت و سرعت باد در ثانیه.
- ۳- میزان ساعات آفتابی در روزهای زمستان.
- ۴- زیبایی پوشش گیاهی و میزان مقاومت آن در برابر باد.
- ۵- مدت پوشش برف وارتفاع آن.

### آب و هوای صنعت توریسم:

آب و هوامهترین عامل در توسعه صنعت توریسم محسوب می‌شود. مسافرت‌های گروهی و دسته جمعی با شرایط آب و هوایی بیوند می‌خورد. چنانکه گروههای توریستی کشورهای شمالی اروپا، روزهای آفتابی جنوب اروپارا جهت مسافت خود انتخاب می‌کنند. اصولاً یکی از علل توسعه

1- Yu. A. vedenin, N. N. Miroshnichenko, "Evaluation of The Natural Environment for Recreational Purposes", Soviet Geography, PP. 202-204.

صنعت توریسم در کشورهای مدیترانه‌ای اروپا، زمینه‌های کاملاً مساعد آب و هوایی است. نظری به پروازهای دسته جمعی به کشور اسپانیا این واقعیت را معلوم می‌دارد تا آنچه که همه پروازهای مهم هوایی، همواره به سوی حوزه‌هایی است که از آفتاب در خشان و سواحل نشاط بخش برخوردار است. با وجود این، آفتاب نمی‌تواند تنها عامل اصلی در تعیین مقصد توریستها باشد. بلکه در اغلب موارد، عوامل اصلی حرکتهای توریستی را درجه حرارت و ریزش‌های جوی تشکیل می‌دهد. این دو عامل در صنعت توریسم بیش از میزان ساعات آفتابی، میزان رطوبت و ساعات ابری اهمیت دارد.

در برنامه ریزی‌های توریستی تأکید روی کوتاهی فضول و تعیین مدت زمان استفاده از روزشای هوازی آزاد مثل شنا، تیس و گلف ضروری می‌نماید. در فصل توریستی، درجه حرارت و رطوبت زیاد هتل‌های مجهزی می‌طلبید و در بارانهای سنگین نگهداری و مرمت جاده‌های نواحی توریستی لازم می‌آید.

### فضول سال و صنعت توریسم :

تعطیلات تابستانی برای میلیونها توریست بهترین زمانی است که می‌توانند به مسافرت روند. البته این حرکت جهانی دهها میلیون توریست در فصل تابستان وضع ترافیک را در جاده‌ها و شهرها به کلی مختل می‌سازد و شرایط غیر قابل تحملی بوجود می‌آورد. جهت گریز از تراکم شدید

وسایل نقلیه موتوری و وضع نابسامان جاده‌ها و شهرها می‌توان به اینجاست تعطیلات دومی در سایر فصول سال اقدام کرد و با تعیین پاره‌ای از محدودیتها به وضع ناهمجارت افیک در فصل گرما و یا ماه معین پایان داد.

در پاره‌ای از کشورها، مرخصی‌های سالیانه غالباً در فصول توریستی سال داده می‌شود و این خود بر شلوغی جاده‌ها و شهرها در همه کشورها می‌افرازد. می‌دانیم که اغلب توریستهای کم درآمد از راه زمین حرکت می‌کنند و چون مشاغل ویژه‌ای را در دست دارند از این رو آزادی کمتری در انتخاب فصل استراحت و مسافت می‌توانند داشته باشند.

کشورهایی که از مرحله صنعتی عبور کرده و وارد دوره جدیدی شده‌اند در انتخاب فصل مسافت از امکانات بیشتری بهره‌مندند چنان‌که مردم امریکا و سویس استراحت و مسافرت‌های خود را در سراسر سال انجام می‌دهند.

تراکم توریستها در فصل معین و انتخاب محل جهت مسافت، هتل‌های نقاط ویژه‌ای را در مسیرهای پرسود توریستی قرار می‌دهد. در فصل توریستی، هتل‌های لندن دارای پرمشتری ترین روزهای سال می‌باشند و حال آنکه هتل‌های کنار دریا حداقل سو درا از این بابت بدست می‌آورند. از ۱۶ میلیون شبی که در سال ۱۹۶۷ در هتل‌های انگلستان به وسیله مسافرین ماوراء دریاها سپری گشته است ۱۲ میلیون شب آن تنها در هتل‌های لندن و بقیه در سایر نقاط انگلستان بوده است.<sup>۱</sup>

۱- George young. Tourism Blessing or Blight. P. 65.

آمارهای بدست آمده روشن می‌سازد که نصف مجموع مسافرینی که جهت گذراندن تعطیلات به انگلستان می‌آیند در هتلها اقامت نمی‌کنند. در این میان توریستهای امریکائی بیش از سایر توریستها هتل را برای اقامت خود انتخاب می‌نمایند و حتی ۸۰٪ آنها مقداری از وقت خویش را در داخل هتل می‌گذرانند.

برخلاف امریکائیها، مسافرین اتریشی کمترین مدت را در هتلها تلف می‌کنند. در میان توریستها، طبقه بازرگان بیش از سایر طبقات از هتلها استفاده می‌نماید.

#### تبليغات در صنعت توریسم :

مسئله تبلیغات و آگاهی توریستها از همه امکانات دلپذیر توریستی، می‌تواند به شکل‌های گوناگون صورت گیرد:

ارتباط مستقیم با علاقمندان به مسافرت‌های توریستی، شرکت در نمایشگاه‌های تجاری، نمایش فیلم‌های توریستی از مناظر طبیعی و امکانات موجود در نواحی توریستی کشور، تبلیغات از طریق مطبوعات و رادیو تلویزیونها، دعوت از نمایندگان سازمانهای توریستی سایر کشورها برای بازدید از نواحی توریستی، توزیع پرسش‌نامه‌های توریستی جهت آگاهی مسافرین وجهانگردان در سفارتخانه‌های خارجی. در این پرسش‌نامه‌ها، جهانگردان می‌توانند به اطلاعات زیر دست یابند:

- ۱- آب و هوای نواحی توریستی کشور.

- ۲ وضع اجتماعی و فرهنگی کشور و نواحی توریستی از نقطه نظر انواع غذاها، شکل لباس، آداب و رسوم.
- ۳ فهرست هتل‌های درجه ۱، ۲ و ۳ با تغیین قیمت اطاقها.
- ۴ تعیین تورهای داخلی و کیفیت راهنمایی جهانگردان.
- ۵ کیفیت حمل و نقل و مسافرت‌های داخلی.
- ۶ تعیین نواحی دلپذیر توریستی.
- ۷ آگاهی توریستها از میراث‌های فرهنگی، موزه‌ها و کتابخانه‌ها و اسناد معتبر علمی.

### اهمیت اقتصادی صنعت توریسم:

صنعت توریسم از صنایع رشد یابنده‌ای است که در سالهای اخیر به سرعت گسترش یافته و در ردهٔ صنایع همه‌جاگیر درآمده است. بر طبق گزارش‌های سازمانهای توریستی، در سال ۱۹۷۱ در حدود ۱۸۱ میلیون توریست و در سال ۱۹۷۳ تقریباً ۲۱۵ میلیون توریست در جهان در گردش واستفاده از تعطیلات خود بودند این عده ۳۴ میلیارد دلار خرج کردند.<sup>۱</sup> پیش‌بینی می‌شود که در سال ۱۹۸۰، شاهد حرکت ۳۲۵ میلیون توریست در سراسر جهان خواهیم بود.

در کشور انگلستان بیش از ۱/۰۰۰ نفر زندگی خویش را از کار در هتلها و خدمات مربوط به آن تأمین می‌کنند. در سال ۱۹۶۶

1- Japan illustrated . The Japan Times. Autumn. 1974 .  
PP. 2 - 3 .

صنعت توریسم در انگلستان در حدود ۲۱۵ میلیون لیره عایدی داشته است<sup>۱</sup>:

اقامت در هتلها و هزینه رستوران ۱۱۰ میلیون لیره انگلیسی

خرید امنگازه‌ها	۴۳	« « «
-----------------	----	-------

مسافرت در داخل کشور	۳۳	« « «
---------------------	----	-------

پذیرایی و سایر هزینه‌ها	۲۹	« « «
-------------------------	----	-------

مالحظه می‌شود که نصف کل هزینه‌های توریستی به هتلها و رستورانها اختصاص یافته است. البته چهره کاملاً مشخص صنعت توریسم در انگلستان، مسافرت عدد زیادی از مردم کشورهای مشترک المنافع است که در اغلب موارد در نزد خویشان و دوستان خود اقامت می‌کنند و تنها  $\frac{3}{4}$  مسافرین ماوراء دریاها در هتلها زندگی می‌نمایند. حدس می‌زنند که توریستها در سال ۱۹۶۵ نزدیک به ۵/۲۲ میلیون شب در هتل‌های انگلیسی گذرانده باشند.

برای بسیاری از کشورها به ویژه کشورهای در حال توسعه، صنعت توریسم به عنوان یک عامل مهم توسعه بشمار می‌آید که کشورهای ناحیه دریایی کارائیب از آن جمله است. در بعضی از کشورهای در حال توسعه درآمد حاصل از صنعت توریسم بیش از درآمد محصولات کشاورزی است چنانکه در زیر می‌آید<sup>۲</sup>:

1- Michael Peters. international Tourism . P. 30 .

2- Isobel Cosgrove and Richard Jackson . the Geography of Recreation and Leisure . P. 50 .

## مقایسه درآمد صنعت توریسم با سایر منابع درآمدها

 $1961 = 100$ 

کشور	۱۹۶۳	۱۹۶۵	ارزش به ملیون دلار
مغرب :			
فسفات	۱۱۴	۱۴۲	۱۱۵
مرکبات	۱۵۹	۱۶۲	۴۷
توریسم	۱۷۴	۲۶۴	۶۶
مکزیکو :			
پنجه	۱۱۴	۱۲۳	۲۱۲
قهوه	۷۰	۱۰۴	۷۳
توریسم	۱۱۸	۱۴۰	۷۸۲

در سال ۱۹۶۷ ، در حدود ۲۶ کشور جهان بیش از ۱۰٪ ارزش کالاهای صادراتی خود را از صنعت توریسم تأمین کرده اند .

در دو دهه اخیر توسعه صنعت توریسم نقشه ارتباطات جهانی را به کلی دگرگون ساخته است . امروزه یک توریست انگلیسی می تواند با پروازهای مخصوص به نیویورک ، هزینه ای خیلی کمتر از هزینه مسافرت به شهر وین تحمل کند . البته یکی از علل مهم کاهش هزینه در مسافت طولانی توسعه پروازهای مرتب دسته جمعی و تورهای مخصوص سازمانهای

جهانگردی است از طرفی رزرو هتلها در پی وازهای دسته جمعی نیز سبب کاهش هزینه اقامت می باشد.

کشور اندوتنزی جهت توریستهای حوزه اقیانوس آرام جالب می نماید چراکه شهرهای نظیر باتاویا دارای ساختمانهای قرن ۱۷ و ۱۸ باسیک معماری خاصی می باشد که اکنون به صورت موزه‌های دیدنی درآمده‌اند. در صنعت توریسم صنایع دستی اندوتنزی بازارهای وسیعی می بابد. توریستها در رستورانهای قدیمی غذا می خورند و کشتیهای دوره ادویه را بازدید می نمایند. توجه توریستها به صنایع دستی اندوتنزی، تعداد شاغلین در این قبیل صنایع را به سرعت بالا برده و مشاغل و امکانات تازه‌ای بوجود آورده است. صنایع ابریشمی اندوتنزی در شهرهای جاکارتا و بالی که بیشتر مورد توجه توریستهاست بازارهای پرمصرفی یافته است. در این کشور درجهت جلب توریستها، در دکوراسیون هتلها جدید از فرآوردهای مختلف ابریشمی استفاده بسیار شده است.<sup>۱</sup>

در پاره‌ای از نواحی، بکار گرفتن فصلی افراد در صنعت توریسم امکانات شغلی شبانه روزی جهت افراد محلی فراهم می آورد. صنعت توریسم به مرأکز کوچک توریستی امکانات وزمینه‌های شهری می بخشد و با گذشت زمان اقتصادرستایی را به اقتصاد شهری و خدماتی تبدیل می کند به طور کلی جریانهای توریستی می تواند جهات مختلف اقتصادی و اجتماعی کشورها را به شرح زیر تحت تأثیر قرار دهد:

- ۱- تهیه ارز خارجی : صنعت توریسم در تهیه ارز خارجی نقش عمده‌ای دارد و موازنۀ پرداختها را بهبود می‌بخشد . این منبع درآمد ، در کشورهای مهم توریستی نظیر اسپانیا ، یونان ، یوگسلاوی ، لبنان ، تایلند ، مکزیکو و سایر کشورهای درحال توسعه اهمیت فوق العاده‌ای می‌یابد .
- ۲- توسعه اقتصادی ناحیه: در اغلب موارد صنعت توریسم از مرکز صنعتی و جمعیتی دوری می‌جوید و نواحی کم توسعه کشور را که ارجازبه‌های توریستی بهره‌مند است به توسعه اقتصادی - اجتماعی می‌رساند .
- ۳- توسعه اقتصادی کشور: هر چند که نواحی ویژه‌ای از درآمدهای توریستی بهره‌مند می‌شود اما در حقیقت جریان پول همه جهات اقتصادی یک کشور را تحت تأثیر قرار می‌دهد .
- ۴- تهیه مشاغل : صنعت توریسم یک صنعت خدماتی محسوب می‌شود و می‌تواند مشاغل گوناگونی در بازارهای کار عرضه کند . در این صنعت خدماتی ، نیروی انسانی بیش از هر بخش دیگر اهمیت می‌یابد . به موازات افزایش توریستها ، نیاز به نیروی انسانی بالا می‌گیرد و این به ویژه در کشورهای درحال توسعه مهم بنظر می‌رسد .
- ۵- تماسهای فرهنگی : حرکت سالیانه ۲۲۰ میلیون توریست و گردشگر آنها از مرازهای جغرافیایی می‌تواند در جهان بینی صدها میلیون انسان مؤثر افتد و آنها را با فرهنگها و افکار تازه‌ای آشنا سازد .

### صنعت توریسم و دیدنیهای یک شهر:

توریستها غالباً شهرهارا جهت اقامت خود انتخاب می‌کنند و در این باره نیز شهرهای پرجمعیت جاذب توریستهای بیشتری است. چنان‌که در سال ۱۹۶۹، در حدود ۶۴٪ همه هلندهای که به انگلستان سفر کرده‌اند از لندن دیدن نموده‌اند. همچنین ۷۳٪ مسافرین بلژیکی، ۸۸٪ مسافرین سویسی و ۸۵٪ فرانسویها از لندن دیدن کرده‌اند.

در شهر لندن، عوامل مختلف، هزاران نفر را جالب می‌آید تا آنجا که ۹۳٪ مسافرین از میدان معروف ترافالگار<sup>۱</sup>، ۸۵٪ از وست‌مینستر، ۸۲٪ از قصر باکینگهام و ۸۲٪ از برج لندن بازدید می‌کنند. شاید وجود همین چند مکان تاریخی است که بیش از نصف مسافرینی که برای اولین بار به انگلستان مسافرت می‌کنند از لندن دیدن می‌نمایند. البته سایر نقاط دیدنی انگلستان نیز راندگی یک روزه از لندن می‌طلبد از این رو جهانگردان ترجیح می‌دهند که این یک روزرا نیز در هتل‌های خود اقامت کنند.<sup>۲</sup>

### عوامل مذهبی و صنعت توریسم

قبل‌اگفته شد که مسافرتهای مذهبی جزو حرکتهای توریستی محسوب می‌شود و در مطالعات توریستی زائران خانقاها، مراکز مذهبی، کلیساها،

1- Trafalgar .

۲- منبع پیش‌گفته صفحه ۶۴ .

مسجد و زیارتگاههای مهم به عنوان توریست شناخته می‌شوند. شهرهایی که نقش مذهبی پذیرفتاند زائران را از فاصله‌های دور و نزدیک می‌پذیرند. در کشورهای امریکای جنوبی و نواحی مجاور مدار قطبی آنجاکه جمعیت به طور پراکنده سکونت یافته است کانونهای ابتدائی جلب زائر در نقش «شهر کهای یکشنبه» ظاهر می‌شود.

پراکنده‌گی کلیساها و زیارتگاهها در یک کشور مسافت طولانی می‌طلبد و زائران مجبورند در روزهای معین هفته و ماه و سال خود را از فاصله‌های زیاد به این زیارتگاهها برسانند. درجهت جلب توریست در چنین مکانهایی ایجاد مسافرخانه‌ها، هتلها، اصطبل‌ها و پارکینگها لازم می‌آید تا همه نیازهای مسافرین بر طرف شود و ناراحتیهای ناشی از کمبودها زائران را از مسافت مجدد در سالهای آینده مانع نگردد.

بعضی از مکانهای مقدس که در روزهای معین هفته زائر می‌پذیرد تنها در ماههایی که آب و هوامساعد است به ایجاد اقامتگاههای موقتی امکان می‌دهد. در چنین مکانهای مقدس فعالیت و نشانه‌های زندگی فقط در روزهای معین هفته ظاهر می‌شود.<sup>۱</sup>

زیارتگاههای مهم از هزاران کیلومتر زائر می‌پذیرند و سالیانه از صدها هزار نفر پذیرایی می‌کنند. منطقهٔ نفوذاًین زیارتگاهها همه نواحی جغرافیائی را دربر می‌گیرد. مکّه و رودخانه گنگ از آن جمله است. حدس می‌زنند که شهر مقدس بنارس همه ساله از یک میلیون زائر پذیرایی می‌کند.

در شهرهای مذهبی، اجتماع هزاران نفر از مردم ممکن است سلامتی آنها را آسیب پذیر سازد به ویژه که زائران مریض نیز به امید شفا به این مکانهای مذهبی پناه می‌برند. شستشوی هندوها در آب‌گنگ نمونه روشنی براین گفته است. چه بسا که اجساد نیز با آبهای مقدس شستشو داده می‌شوند. از طرفی نوشیدن این آبها جهت شفا یا فتن نیز وضع خطرناکی بوجود می‌آورد و اشاعه امراض مختلف را سبب می‌گردد. شیوع بیماری وبا در هند در دوره‌های مختلف از آن جمله است.

در شهرهای مذهبی زائران همه نیازهای خود را از صدها مغازه مجاور زیارتگاه تهیه می‌کنند و بیشتر مغازه‌ها کالاهای فروشی را به نحوی با مذهب و خواسته‌های مذهبی زائران مطابقت می‌دهند. زائرانی که به شهرهای مقدس مسافت می‌کنند اغلب با خود کالاهایی جهت فروش حمل می‌کنند تا در بازارها عرضه کنند. به هنگام مراجعت نیز کالاهای مورد نیاز محل و خانواده خویش را خریداری می‌نمایند. از این رو بیشتر شهرهای مقدس علاوه بر نقش مذهبی نقش تجاری نیز اختیار می‌کنند. در قرن ۱۸ میلادی علاوه بر نقش مذهبی نقش تجاری نیز بزرگ‌تر و جدّه پیش بند رآن امروزه از مراکز مهم بازرگانی عربستان به شمار می‌آید. همچنانکه شهرهای بنارس واله آباد از مراکز بزرگ بازرگانی محسوب می‌شوند.<sup>۱</sup> کلیساي طاطاووس مقدس در آذربایجان که در سالهای اخیر مورد توجه ارامنه ایران قرار گرفته است می‌تواند زمینه‌های توریستی مساعدی



کلیساي طاطاوس و چادرهای زائران



زائران ارمنی در کلیساي طاطاوس

بدست دهد. همه ساله درروز شهادت طاطاوی رسول، بیشتر ارامنه به زیارت قبر او می‌شتابند تا مراسم خاصی را که ویژه شهادت طاطاوی است بجا می‌اورند. در سال ۱۳۳۴، اولین گروه زائران مرکب از ۵۴ ارمنی از شهر تبریز به زیارت کلیسای طاطاوی حرکت کردند و از آن تاریخ همه ساله بر تعداد زائران افزوده می‌شود تا آنجا که در سال ۱۳۴۹ زیارتگاه در حدود ۶۰۰۰ زائر داشته است. تهیه امکانات لازم در جهت اقامت و پذیرائی می‌تواند این حوزه را به عنوان مرکز جاذبهٔ توریستی درآورد.

بنارس شهر مقدس هند در کنار رود گنگ قرار گرفته است. این شهر به یک آمفی تأثیر بیشتر شباخت دارد. چشم انداز شهر بنارس را معابد، مساجد و بنای‌های مذهبی تشکیل می‌دهد همه اینها با طاقها، مغازه‌ها، پل‌های کانها و سکوهای بیشمار به رو دخانه ختم می‌شود. این سکوهای معابد سالیانه از یک میلیون زائر پذیرائی می‌کند. در شهر بنارس بیش از ۱۵۰۰ معبد هندو دیده می‌شود. این شهر به موازات نقش مذهبی به نقشهای تجاری نیز دست یافته است بنارس که یکی از قدیمی‌ترین شهرهای دنیا بشمار می‌آید در تولید انواع شالها، لباسهای گلدوزی شده، تهیه انواع جواهرات از مرکز مهم ناحیه‌ای محسوب می‌شود.

درجات جغرافیای جهانگردی، مکانهای مذهبی همواره به عنوان قطب جاذبهٔ توریستی شناخته می‌شوند به ویژه که اگر ناحیهٔ جغرافیائی آنها از چشم اندازهای طبیعی و زیبا برخوردار گردد جاذبه‌های بیشتری می‌یابند.

---

۱ - کلیسای طاطاوی در جنوب ماکو در دهکدهٔ قره کلیسا قرار گرفته است.

### کنفرانس رم و صنعت توریسم :

کنفرانس رم در زمینه «مسافرت‌های جهانی و توریسم» از ۲۱ آگوست تا ۵ سپتامبر سال ۱۹۶۳ برگزار گردید. در این کنفرانس که نمایندگان ۸۷ کشور، پنج سازمان تخصصی و چندین سازمان دولتی شرکت داشتند. درجهت آگاهی از اهمیت صنعت توریسم، تأکید روی مسائل زیر بیشتر جلب توجه می‌نمود :

«کنفرانس رم به صنعت توریسم مثل یک عامل اقتصادی می‌نگرد. صنعت توریسم نه تنها یک منبع مهم در تهیه ارز خارجی است بلکه عامل مهمی در توسعه صنایع ناحیه‌ای نیز می‌باشد».

«تأثیر صنعت توریسم به عنوان یک صنعت بخش سوم، سبب توسعه امور ارتباطات، حمل و نقل، مسکن و سایر بخش‌های خدماتی است».

«کنفرانس رم باعلم به این‌که، مسائل کشورهای در حال توسعه با مشکلات کشورهای صنعتی تفاوت بسیار دارد، همچنین در این کشورها توریسم داخلی چندان فعال نیست توصیه می‌کند که کشورهای در حال توسعه به صنعت توریسم به عنوان یک صنعت مهم و بخش خدماتی جدید بنگرند تارواج صنعت ساختمانی، امکانات حمل و نقل و تهیه مشاغل در بخش خدمات به نواحی عقب‌مانده کشورها، اقتصادی تازه‌ای بیخشد و محیط انسانی شایسته‌ای فراهم آورد».

«کنفرانس رم به دولتها توصیه می‌کند که به صنعت توریسم در طریقه‌ای

توسعه اقتصادی و قراردادهای بازرگانی اهمیت بیشتری داده شود».

«کنفرانس با توجه به نیروی انسانی کافی در کشورهای در حال توسعه و عدم جذب آنها در بازار کار، صنعت توریسم را درجهت تهیه امکانات شغلی یکی از عوامل مهم توسعه اقتصادی بشمار می آورد».

### گروههای سنی و حرکتهای توریستی :

در دو دهه اخیر عوامل اقتصادی و اجتماعی چندی به حرکتهای توریستی امکان و تحرک بیشتری بخشیده است که از آن جمله است: بالا رفتن میزان درآمد و میزان تحصیلات، نوع و کیفیت شغل، افزایش روزها و هفتنهای تعطیلی، تراکم نیروی کار در برخی از نواحی جغرافیائی. از طرفی در حرکتهای توریستی به ویژه در مسافرتها طولانی عوامل بازدارنده‌ای نیز دیده می‌شود که در این زمینه می‌توان از مسئله سالمندان، وجود اطفال کم سال، فقدان درآمد کافی، محدود بودن مدت تعطیلات، هزینه زیاد مسافت، عدم امکان ترک شغل و حرفه، ناراحتیهای خانوادگی و نارسانیهای جسمی نام برد.

بین گروههای سنی و تمایل به مسافرت به خارج از کشور که مدت آن بیش از چهار روز باشد رابطه‌ای موجود می‌باشد بدانسان که در زیر می‌آید.<sup>۲</sup>

1- Michael Peters . international Tourism . P. 12-13 .

۲- این مطالعه به وسیله سازمان ملی مسافرتی انگلستان صورت گرفته است .

سن	درصد گروه سنی عازم تعطیلات	کل گروههای سنی
۱۶-۲۰	۶۲	
۲۱-۲۴	۵۶	
۲۵-۲۹	۵۶	
۳۰-۳۴	۶۰	
۳۵-۴۴	۶۱	
۴۵-۴۹	۵۵	
۵۰-۵۴	۶۰	
۵۵-۶۴	۵۸	
۶۵+	۴۲	
همه گروههای سنی	۵۵/۵	

سبب اصلی محدودیتهای مسافرتی گروه سالمدان را می‌توان در پایین بودن سطح درآمد این گروه در دوران پیری و فقر نسبی آنها جستجو کرد. البته محدودیت درآمد این گروه را ناتوانیهای جسمی همراهی می‌کند.

با توجه به طبیعت پیشکشی و پیشرفت‌های داروئی، حدس می‌زند که در ۳۰ سال آینده تقاضا جهت مسافرت‌های بین‌المللی در گروه سالمدان افزایش یابد و سهم سالخوردگان در توریسم جهانی بالارود. در برابر گروه سالمدان، گروه جوانان علاقه و رغبت بیشتری نسبت به مسافرت دارد. این گروه علاوه بر نیروی جوانی، توانائی در مسافرت‌های طولانی، می‌تواند باحداقل هزینه به مسافرت رود. گروه جوان‌گاهی با ازدواج‌های زودرس

یا با معاشر تهای دوستا نه شوق فراوانی نسبت به مسافرت به ویژه به سر زمینهای ناشناخته و کشورهای خارجی پیدا می کند حتی اگر از نظر محل اقامت درز حمت باشد.

### پایگاههای اقتصادی - اجتماعی و حركت‌های توریستی:

اگر توریستهای جوان خیلی بیشتر از توریستهای سالمند به مسافرت می‌روند افراد پردرآمد نیز بیش از افراد کم درآمد در لباس توریست ظاهر می‌شوند. این یکی در موادر گوناگون به تضادها و گفتگوها می‌انجامد و چه بسا به نتایج علمی می‌رسد.

برابر تحقیقات انجام شده، ۶۷٪ طبقه کم درآمد اصولاً نمی‌توانند از کشور خود خارج شوند و یا به مسافرت روند. در حالی که این نسبت در طبقه پردرآمد تنها به ۱۵٪ بالغ می‌شود. در صنعت توریسم جهانی این مطالعه عیناً در مورد کشورهای کم درآمد آسیا، افریقا و امریکای لاتین نیز صادق است و این کشورها در جریانات توریستی زمان ما سهم ناچیزی دارند. در نظرداشته باشیم که در پاره‌ای از کشورها زمینه‌های تفریحی وقت گذرانی آن چنان فراهم آمده است که طبقه پردرآمد به هیچوجه حاضر به مسافرت به کشورهای خارجی نیست. چنان‌که در امریکا، عده‌ای از افراد طبقه پردرآمد (بیش از ده هزار دلار) هرگز به تعطیلات وقت گذرانیهای خارج از کشور نرفته‌اند. نقش درآمد بیشتر در تعطیلات دوم در طول سال نیز منعکس است.

بدینسان که با بالارفتن درآمد به سرعت بر میزان استفاده کنندگان از تعطیلات اضافی افزوده می‌شود و گاهی نسبت آن در طبقه پردرآمد به دو برابر استفاده کنندگان در طبقه متوسط می‌رسد. طبقه پردرآمد معمولاً تعطیلات دوم خود را در فصل زمستان انتخاب می‌نماید از این رو در حال حاضر توریستهای زمستانی سهم چشمگیری در صنعت توریسم پیدا می‌کنند<sup>۱</sup>.

در پاره‌ای از کشورها که تعطیلات اجباری با استفاده از حقوق عملی شده است سهم توریست داخلی سرعت فزاینده‌ای می‌یابد. بیشتر کشورهای اروپائی جهت کارگران و کارکنان خود سه هفته تعطیلی در نظر گرفته‌اند. ازطرفی میزان تعطیلات عمومی در افزایش توریسم داخلی و خارجی از عوامل مؤثر بشمار می‌آید. در بعضی از کشورها که میزان این قبیل تعطیلات بیشتر است صنعت توریسم داخلی در سراسر سال فعالیت دارد. اگر تعطیلات سالیانه با استفاده از حقوق بیش از دو هفته طول بکشد رقم مسافرینی که از مرز خارج می‌شوند و به کشورهای دیگر می‌روند افزایش می‌یابد.

در اغلب کشورهای اروپائی حداقل مسافرت‌های اصلی در ماههای تیر و مرداد و اوایل شهر یور بصورت می‌گیرد. درحالی که تعطیلات فراغی بیشتر در ماههای اردیبهشت و شهریور عملی می‌شود. البته عدمای از مردم نیز سعی دارند که تعطیلات دوم خود را در فصل بازیهای زمستانی پیاپیان رسانند. برای هر ملتی جاذبه‌های توریستی ویژه‌ای مورد نظر است. هر دم

استرالیا سبب مسافرت به کشورهای خارجی را مشاهده سر زمینهای تازه ذکرمی کنند در همان حال مردم امریکا در برابر این سؤال، علل مسافرت خود را به انگلستان چنین بیان می کنند:

« دیدار از مردم انگلستان، ساختمانها و آثار تاریخی آن همچنین ناظر و چشم اندازهای زیبا مارا به انگلستان می کشاند ».

در انگلستان، تحرک و کارآئی صنعت توریسم به شرایطی وابسته است و مسافرین این کشور، به مناظر و عواملی دلبسته‌اند که به ترتیب عبارتند از: زیبائی انگلستان، مکانهای تاریخی، قصرها و ساختمانهای تاریخی، دیدار از وابستگان، مشاهده گاردهای سلطنتی، مشاهده شکل زندگی و تأثیرها، زندگی شبانه - کازینوها و کلووها.

### شرایط شغلی و حرکتهای توریستی:

تخصص در مشاغل مختلف در استفاده از تعطیلات مؤثر می‌افتد. افرادی که در رشته‌ای تخصص دارند بیش از افراد غیرمتخصص به مسافرت می‌روند. کارگرانی که مزد خود را به طور هفتگی دریافت می‌دارند کمتر از کارگرانی که حقوق ماهانه دارند اقدام به مسافرت می‌کنند. کارکنان و کارمندان دفتری بیش از کارگران کارخانه‌ها از تعطیلات خود استفاده می‌کنند. افرادی که از تحصیلات و آموزش‌های عالی بهره‌مندند بیش از افرادی که دارای تحصیلات عالی نیستند به مسافرت‌های داخلی و خارجی می‌روند.

مطالعات انجام شده معلوم می‌دارد که فارغ التحصیلان دانشگاهی امریکا به دیدن آثار و گنجینه‌های تاریخی انگلستان و فرانسه علاقهٔ فراوانی از خود نشان می‌دهند<sup>۱</sup>.

در صنعت توریسم نوع مسافرت نیز اهمیت پیدا می‌کند. مسافرت‌های بازرگانی اقامت‌کمتری می‌طلبند اما هزینهٔ بیشتری لازم‌دارد. علاوه بر این در ماههای توریستی نیز انجام نمی‌گیرد.

درج جغرافیای جهانگردی، پایگاه شغلی افراد در شهر کتها و مؤسسات نیز مورد مطالعه قرار می‌گیرد. چنان‌که کارگران شرکتها و منشی‌های تجارت‌خانه‌ها شانس‌کمتری در مسافرت‌های داردند. در حالی که مدیران فروش، مدیر عامل و یا افرادی که مستقیماً در توزیع کالای شرکتها دخالت دارند معمولاً بیشتر مسافرت می‌کنند. چنین بنظر می‌رسد که در آینده تعداد مسافرت‌های بازرگانی با تکمیل و استفاده از دستگاههای مخابراتی کاهش یابد و امکان این پیدا شود که همهٔ مذاکرات از راه دور در یک استودیو صورت گیرد و این کار به‌ویژه در مسافرت‌های داخلی بیشتر صادق است.

جایگزینی اتوماسیون در برکارهای دستی سبب می‌شود که سهم کارگران صنعتی در امر تولید کاهش یابد و در همان حال سهم مشاورین و مدیران قسمتها در بخش صنعتی بالا رود. با توجه به بالا رفتن سهم بخش خدمات در امر تولید، افزایش قابل ملاحظه‌ای در مسافرت‌های داخلی

و خارجی صورت می‌گیرد. چنین می‌نماید که به تدریج مسافرتها باز رگانی افزایش یابد و تعداد دیدارها از کشورهای خارجی بالا گیرد چراکه توسعه روابط اقتصادی میان کشورها روزبه روز وسعت می‌یابد.

### تشکیل کنفرانسها و هرکتهای توریستی :

در سراسر دنیا تشکیل جلسات اقتصادی و کنفرانسها روز به روز بالا می‌گیرد و در سطوح ناحیه‌ای، قاره‌ای و جهانی گسترش می‌یابد. این کنفرانسها که در زمینه‌های اقتصادی، علمی، فرهنگی و سیاسی برگزار می‌شود به صنعت توریسم شکوفائی و تحرک بیشتری می‌بخشد. مهم این است که کنفرانسها و نشستهای علمی و اقتصادی - سیاسی هزینه‌های زیادی می‌طلبد که صنعت توریسم از این هزینه‌ها بخوبی بهره‌مند می‌شود.

در سال ۱۹۷۱، در حدود ۵۰۰۰ کنفرانس بین‌المللی برگزار گردیده که در آنها سه‌میلیون نماینده شرکت داشته است. هزینه این کنفرانسها جهانی از مرز چند صد میلیون دلار تجاوز می‌کند.

در صنعت توریسم تشکیل کنفرانس‌های جهانی از جهات دیگر نیز اهمیت می‌یابد: برای برگزاری این قبیل کنفرانسها هتل‌های مجّهزی گاهی با ۲۰۰۰ تختخواب ساختمان می‌شود، خدمات هتلداری با اصول علمی صورت می‌گیرد، سالنهای کنفرانس و اتفاقهای تشکیل‌کمیته‌ها به وسایل و تجهیزات لازم مجّهز می‌شود، پوسترها، مقاله‌ها و کتابهای مربوط به کنفرانس چاپ و توزیع می‌گردد، جریان کنفرانس‌ها و آراء و عقاید

شرکت کنندگان در همه کشورها منتشر می شود و بالاخره این قبیل کنفرانسها به شرکتهای هوایی، شهرها و محلهای کنفرانس ارج و اعتبار می بخشد. افزایش تعداد کنفرانسها و میزان شرکت کنندگان نتیجه ظهور ابعاد تازه در تخصصهای تجاري و حرفه‌اي است. از طرفی تکامل روزافزون وسایل ارتباط جمعی، استقلال کشورها، شرایط تازه محیط‌های علمی - فرهنگی، ظهور سازمانها و انجمنهای فنی و سیاسی، گسترش همه جاگیر تجارت جهانی، به تشکیل کنفرانسها، سمینارها، سمپوزیوم‌ها و کنگره‌ها زمینه‌ها و امکانات کاملاً مساعدی می بخشد.

با همه اثرات مثبتی که تشکیل کنفرانسها در صنعت توریسم جهانی دارد در بعضی موارد نیز سبب نارسانی‌هایی در این صنعت می شود. چنان‌که اگر تشکیل کنفرانسها در ماههای توریستی صورت گیرد و محل برگزاری کنفرانس جاذبه‌های توریستی داشته باشد حرکت عده زیادی از توریستها مشکلاتی در محل بوجود می آورد. از این رو بهتر است زمان تشکیل کنفرانسها به ماههای غیر توریستی محول شود.

عده‌ای از محققین به هنگام مطالعه جغرافیای جهانگردی، طبقه‌بندی زیر را از کنفرانسها بدست می دهند:

۱- کنفرانس‌های مربوط به مسائل اجتماعی که با کاهش روزها و هفته‌های کار، افزایش مدت تعطیلات با استفاده از حقوق، بالارفتن معیارهای تحصیلی، کاهش سنین بازنیستگی و افزایش مدت انتظار عمر همراه است.

- ۲- کنفرانس‌های حرفه‌ای و صنعتی که با بالادرفن تخصصها در تجارت افزایش می‌یابد. ابعاد گسترده علوم و فنون در زمان ما و نیاز برم کارشناسان و محققین به تازه ترین تحقیقات و مطالعات لزوم شرکت در کنفرانس‌های علمی و فنی را روشن می‌سازد.
- ۳- روابط بین‌المللی، کنفرانس‌های مربوط به فروش کالا و خدمات را اعتبار می‌بخشد و به تحرك دائمی و امیدار دارد.
- ۴- اهمیت یابی روزافرون انجمنها و سازمانهای علمی و ادبی در حرکتهای پر حجم توریستی مؤثر می‌افتد و هر یک از آنها صدھا نفر را به جلسات بحث و گفتگو می‌کشاند.
- ۵- در همه نقاط دنیا وسعت یابی روابط بین‌الملل به کنفرانس‌های سیاسی تأکید بیشتری می‌بخشد. معمولاً این قبیل کنفرانس‌ها در شهرهای بزرگ و یا پایتختها برگزار می‌شود و نزدیک به  $\frac{1}{3}$  شرکت کنندگان نیز به همراه همسران خود به محل کنفرانس می‌آیند. روی این اصل شهرهای بزرگ کشورها از جهت وسائل مخابراتی، هتل‌های بزرگ و سالنهای کنفرانس کاملاً مجهز شده‌اند.<sup>۱</sup>

#### هزینه‌های توریستی :

در سطوح جهانی، حرکتهای توریستی سابقه نسبتاً طولانی دارد. چنان‌که در سال ۱۹۲۷، بیش از ۱۰۰۰/۰۰۰ انگلیسی جهت گذراندن

تعطیلات خود به خارج مسافت کردند. در همان سال توریستهای امریکائی در کشورهای خارج ۸۶۸ میلیون دلار خرچ می‌کنند. در آن زمان، در کشور کانادا، صنعت توریسم درآمدی برابر درآمد حاصل از فروش گندم فراهم می‌نماید.

در سال ۱۹۶۶، توریستهای جهانی بیش از ۱۳۰۰۰ میلیون دلار خرچ کردند که نسبت به سال ۱۹۵۰ در حدود ۷۰٪ افزایش نشان می‌دهد. این افزایش ناشی از عوامل زیر بوده است:

۱- افزایش درآمد سرانه مردم صنعت توریسم را ابعاد تازه‌ای بخشدید.

۲- به موازات افزایش درآمد سرانه، هزینه خانواده‌هادر صنعت توریسم بالاگرفت.

۳- مشاغل خدماتی در صنعت توریسم هزینه‌های بیشتری لازم داشت.

توزيع هزینه‌های توریستی معلوم می‌دارد که بیشتر هزینه‌ها در همان قاره مبدأ به مصرف می‌رسد یعنی توریستهای کشورهای اروپایی، نواحی توریستی اروپا را بر سایر نواحی دنیا ترجیح می‌دهند و این بیشتر در نتیجه مجاورت کشورهای پر درآمد نسبت به مرازهای یکدیگر، دارا بودن گنجینه‌های تاریخی و تنوع آب و هوای در قاره اروپاست. اصولاً مردم قاره اروپا به استثنای انگلیسی‌ها، به ندرت به قاره‌های دیگر می‌روند ولی بیشتر توریستهای امریکائی، اروپا را جهت استفاده از تعطیلات خود

انتخاب می‌کنند و در پاده‌ای موارد نیز به کشورها و جزایر قاره امریکا مسافرت می‌نمایند.

بر خلاف تصور عمومی، هزینه‌های جهانگردی در رابطه با تعداد جهانگردان، افزایش نمی‌یابد. بر عکس در اغلب اوقات با افزایش تعداد جهانگردان حد متوسط هزینه هر فرد کاهش می‌یابد. مواردی که در زیر به آنها اشاره می‌شود در کاهش هزینه‌های توریستی مؤثر می‌افتد:

- ۱- بالارفتن میزان «تور»‌های انحصاری که به نحو قابل ملاحظه‌ای از هزینه‌های مسافرتی می‌کاهد.
- ۲- افزایش تعداد جهانگردان در استفاده از بازارهای توریستی کشورهایی که در آنها هزینه‌های مسافرتی در سطوح پایین خود قرار دارد.
- ۳- کاهش طول مدت اقامت به سبب وجود مرکز بازارهای مختلف توزیستی که غالباً در مجاورت هم قرار گرفته‌اند.
- ۴- بوجود آمدن تعطیلات میان دوره‌ای و کوتاه مدت و یا چند روزه که میزان آن به سرعت زیاد می‌شود.

باتعریفی که قبل از مفهوم توریست بدست داده‌ایم و طبقات مختلفی را که به عنوان توریست ذکر کرده‌ایم تو انگفت که هر طبقه‌ای از جهانگردان نسبت به شغل و نوع وقت گذرا نی هزینه‌های متفاوتی را لازم دارند. معمولاً هزینه‌های بازرگانان بیشتر از هزینه‌های افرادی است که صرفاً جهت گذرا ندن تعطیلات خود به مسافرت می‌روند. چنان‌که در انگلستان به سال ۱۹۷۰ توریستهای بازرگان که از تواحی مختلف آمده

بودند دو برابر مسافرینی خرج کرده‌اند که تنها برای گذراش تعلیمات یه انگلستان رفته بودند وحال آنکه مدت اقامت مسافرت‌های بازرگانی کوتاهتر از اقامت توریست‌های معمولی است « ۱/۷ روز در برابر ۱۲/۸ روز ». .

هزینه روزانه توریست‌های مماليک مختلف تفاوت‌های چندی را نشان می‌دهد و این بیشتر به مسافرت طبقات مختلف جامعه مربوط می‌شود. مثلاً توریست‌های امریکائی، روزانه کمتر از توریست‌های برخی از کشورهای خارج می‌کنند. کاهش هزینه‌های روزانه را نباید تنها به فقر و یا پایین بودن سطح درآمد امریکائیها نسبت داد بلکه این کاهش بیشتر به این سبب است که در غالب موارد در جامعه امریکا، مسافرت به خارج به طبقه متوسط و یا پایین اختصاص یافته است در حالی که در کشورهای امریکای لاتین مسافرت به خارج تنها به طبقه ثرومند محدود می‌شود.

ایالات متحده امریکا ۶٪ جمعیت دنیا را در خود جای داده است باوجود این تقریباً  $\frac{1}{3}$  همه هزینه‌های توریستی جهان را تولید می‌کند. در سال ۱۹۶۹، مجموع هزینه‌های توریستی جهان رقمی معادل  $15/3$  میلیارد دلار بود که از این مبلغ  $9/1$  میلیارد دلار در اروپا خرج شده است. در همین سال در قاره اروپا، بیشترین درآمدها را کشورهای توریستی زیر بdst آورده بودند:

ایتالیا، اسپانیا، فرانسه، آلمان، اتریش، انگلستان، سویس. در این میان بزرگترین خرج کننده کشورهای امریکا و آلمان گزارش شده

است. در آمد متوسط صنعت توریسم در برخی از کشورها بالغ بر ۷٪ درآمد کل صادراتی است. اما این قبیل درآمدها در اسپانیا ۴۰٪، اتریش، ایرلند، ایتالیا و سویس بین ۱۰٪ تا ۲۰٪ می‌باشد.

### هتل‌های توریستی:

گرچه به‌سبب عدم وجود آمارهای دقیق نمی‌توان میزان تختخواب‌بهای موجود در هتل‌های دنیا را کاملاً روشن ساخت اما حدس می‌زنند که در هتل‌های دنیا شاید بیش از ۱۰،۰۰۰،۰۰۰ تختخواب وجود داشته باشد بدانسان که در زیر می‌آید:

ظرفیت هتل‌ها و متلها «تعداد تختخواب»

۱۹۶۷

اروپا ۲۱۳/۸۳۶/۳

امریکای شمالی ۱۹۳/۷۲۰/۴

افریقا ۲۶۹/۴۰

آسیا، آسیای جنوبی ۲۰۳۲۷۴

خاورمیانه ۵۷۱۱۸

در سال ۱۹۶۷، دوازده کشور دنیا هر یک بیش از ۱۰۰ تخت توریستی در اختیار داشتند که عبارتند از: اتریش، فرانسه، آلمان، ایتالیا، هلند، اسپانیا، سویس، انگلستان، یوگسلاوی، کانادا، امریکا و ژاپن.

هم‌اکنون حد متوسط اطاق جهت هتلها بیش از ۱۰۰ اطاق می‌باشد. در سالهای اخیر در بعضی از کشورها ساختمان هتل‌های بیش از ۱۰۰ اطاقی نتایج رضایت‌بخشی در فضول توریستی سال بدست داده است از آن جمله است کشورهای هوناکو، مجارستان، بلغارستان، رومانی، ترکیه، پرتغال، پورتوریکو، فیلیپین و تایلند. توجه داشته باشیم که این کشورها در جلب توریست، ممالک تازه کاری بشمار می‌آیند و تنها در سالهای اخیر مورد توجه توریستها قرار گرفته‌اند.

در کشورهایی که در آنها ایجاد هتل‌های توریستی سابقه طولانی دارد و از مدت‌ها قبل در مسیرهای توریستی قرار گرفته‌اند تعداد اطاق‌های هتل چندان زیاد نیست. زیرا این قبیل هتل‌ها با توجه به نیازهای زمان ساختمان شده‌اند.

به هنگام مطالعه هتلها، میزان تغتixoابهای موجود در آنها در برابر هر ۱۰۰۰ نفر از مردم شهر قرار می‌گیرد که خود نمودار روشنی از امکانات و وسائل رفاهی در کشورهای توریستی دنیاست.

برخلاف سابق، امروزه هتل‌ها زیاد طرف توجه توریستها نمی‌باشد و استراحتگاه‌های غیررسمی نظیر اردوگاه‌ها و کاروان‌های اهاسخت توریستهای داخلی و خارجی را جالب می‌آید به ویژه که اردوگاه‌های مخصوص تعطیلات همواره توریستهای زیادی را جلب می‌کند.<sup>۱</sup>

1- George young . Tourism Blessing or Blight . PP .  
60 - 61 .

تعداد تختخواب هتلها دربرابر هر ۱۰۰۰ نفر

فرانسه	۱۵	موناکو	۱۴۰/۸
اسپانیا	۱۴/۳	لوکزامبورگ	۴۹/۳
انگلستان	۱۳/۸	سویس	۴۱
آلمان غربی	۱۳/۷	ایتالیا	۲۴/۴
یونان	۱۲/۳	مالت	۲۳/۸
دانمارک	۱۰/۸	امریکا	۲۳/۲
بلژیک	۱۰/۶	نروژ	۲۳
اسرائیل	۱۰/۴	لهستان	۲۱/۲
هلند	۱۰/۳	ڈاپن	۱۸/۷
		ایرلند	۱۸/۵

مطالعه این جدول نشان می دهد که در کشورهای کوچک تعداد تختخواب هتلها نسبت به جمعیت آنها بسیار زیاد است : موناکو ، لوکزامبورگ ، مالت و سویس از آن جمله است .

در کشورهای شمالی مدیترانه به ویژه در سواحل آن ، هتل‌های مخصوصی به تدریج امکان فعالیت می‌یابند . این هتل‌ها که در یک فضای معین و تحت مدیریت واحدی اداره می‌شوند دارای اقامتگاه‌ها ، رستورانها ، میدان‌های ورزشی ، بخش پذیرایی ، بخش خرید و سایر خدمات ضروری جهت توریستهاست . در سواحل مدیترانه‌ای به ویژه در اسپانیا و یونان ، سال به سال به تعداد این قبیل هتل‌ها که به نام دهکده تعطیلانی معروف

شده‌اند افزوده می‌شود در حقیقت دهکده‌های تعطیلاتی به عنوان مرکز توریستی شناخته می‌شوند.

در سال‌های اخیر، امکانات طبقه دوم در خرید اتومبیل سبب شده است که شکل جدیدی از مسافت بوجود آید. بدینسان که وقتی در فصل تابستان همه اعضای یک خانواده در اتومبیل شخصی به مسافت می‌روند سعی می‌کنند که در طول راه در کنار اتومبیل خود از چادر استفاده نمایند و کمتر به هتلها مراجعه کنند. این عمل خود در کاهش هزینه مسافت تأثیر می‌بخشد<sup>۱</sup>.

توجه داشته باشیم که توسعه کمپهای توریستی و استفاده از چادرها شخصی نتیجه عدم توسعه هتلها و متنها به موازات افزایش سریع مسافرتها بوده است.

## فصل دوم

### پرآگندگی جغرافیایی صنعت توریسم

#### توسعه شتاب زده صنعت توریسم :

توسعه شتاب زده صنعت توریسم و اثرات آن در محیط زیست انسان محققین را به مطالعه مسیرهای تازه‌ای می‌کشاند و نگرانی از حرکت صدها میلیون توریست در سالهای آینده آنها را به عمق نگری بیشتری دارد. در زمینه توسعه صنعت توریسم در دوده‌گذشته به آثارهای زیر توجه نمایید.<sup>۱</sup>

سال	توریست جهانی به میلیون نفر
۱۹۵۰	۲۵/۳
۱۹۵۸	۵۵/۳
۱۹۵۹	۶۳
۱۹۶۰	۷۱/۳
۱۹۶۱	۷۵/۳

1- George young . Tourism Blessing or Blight . P. 52 .

۸۱/۴	۱۹۶۲
۹۳	۱۹۶۳
۱۰۸	۱۹۶۴
۱۱۵/۵	۱۹۶۵
۱۳۰/۸	۱۹۶۶
۱۳۹/۵	۱۹۶۷
۱۳۹/۷	۱۳۶۸
۱۵۴/۱	۱۹۶۹
۱۶۹	۱۹۷۰
۱۸۱	۱۹۷۱
۲۱۵	۱۹۷۳

اگر وضع به همین منوال ادامه یابد در پایان این قرن تعداد دیدارها و مسافرتها به ۳۵۰۰ میلیون می‌رسد . چنین می‌نماید که صنعت توریسم هنوز هم دوران ابتدائی خود را می‌گذراند زیرا آمارهایی که در بالا بدانها اشاره شد توریستهای داخلی را نشان نمی‌دهد در حالی که میزان توریستهای داخلی معمولاً از  $\frac{۳}{۴}$  تا  $\frac{۳}{۵}$  تقاضای توریستی جهان را تشکیل می‌دهد . چنان‌که در ایالات متحده ، سالیانه ۳۵۰ میلیون مسافرت صورت می‌گیرد که جزو آمارهای توریسم بین‌المللی محسوب نمی‌شود . اگر این تعداد مسافرت در قاره اروپا صورت گیرد تقریباً همه مردم اروپا می‌توانند از مرزهای یکدیگر عبور کنند .

### کانونهای جلب توریست :

فعالیت کانونهای جلب توریست یک پدیده تازه‌ای نیست مدت‌ها است که مراکز آبهای معدنی، حوزه ورزش‌های زمستانی، سواحل زیبا و آفتاب خیز در جلب توریست سهم شایسته‌ای دارد. بدینسان که یک کانون توریستی همواره در کناریک چهره دلپذیر و یا شفابخش طبیعی پامی گیرد و توسعه می‌یابد.

برای نسل جدید که حرکتهای دسته جمعی توریستی از مشخصات آن است کانونهای قدیمی جلب توریست چندان مورد توجه نیست بلکه نسل تازه به ویژه بعداز جنگ دوم جهانی به سر زمینهای و کانونهای جدید توریستی رو می‌آورد که نمونه‌هایی از این کانونهای را می‌توان در نواحی مدیترانه‌ای، حوزه کارائیب، افریقای شرقی، خاورمیانه و خاور دور مشاهده کرد. فعالیت بعضی از بازارهای توریستی تنها به چهره‌های طبیعی وابسته است اما تحرک پاره دیگر در امکانات پذیرایی و قریبی آنها خلاصه می‌شود.

ناحیه مدیترانه پر جاذبه ترین بخش توریستی دنیا را تشکیل می‌دهد. آب و هوای مدیترانه‌ای دارای فصل بارندگی در زمستان و یک فصل خشک آفتابی در تابستان است. با این آب و هوای در جنوب اروپا انواع ورزشها به ویژه فوتبال، شنا، تنیس، مسابقات اتو موبیل رانی، اسب سواری، آب تنی در دریا و تفریحات ساحلی پا می‌گیرد و همه زوایای زندگی را

متاثر می‌سازد. در همان حال سینماهای روباز، درایوین سینماها و برگزاری اپراها در هوای آزاد فعالیت گسترده‌ای می‌یابد.

این آب و هوای مدیرانه‌ای در تأسیس و فعالیت کازینوها، قمارخانه‌ها و هتل‌های توریستی نقش برجسته‌ای بدست می‌دهد. شرایط آب و هوای مدیرانه‌ای طوری است که نمایشگاههای جهانی تمبر و نقاشی، فستیوالهای موسیقی، مجسمه سازی، جلسات سخنرانی، نمایشگاههای کتاب و موزه‌ها امکان فعالیت بیشتری می‌یابند.

از طرفی با توجه به مشخص بودن فصول، نمایشگاههای گل و فستیوالهای مختلف کلیساًی روزهای نشاط بخشی را جهت شرکت کنندگان فراهم می‌سازد.

با این آب و هوای صنعت توریسم زمینه‌های کاملاً استثنایی می‌یابد و نواحی زیر نفوذ آب و هوای مدیرانه‌ای به عنوان بهشت توریستها شناخته می‌شود بدسان که در ریویرای<sup>۱</sup> ایتالیا و فرانسه می‌بینیم.<sup>۲</sup>

### بازارهای جهانی صنعت توریسم :

توریستها از کجا می‌آیند؟ این اولین سؤال در جغرافیای جهان‌گردی است و شاید ساده‌ترین پاسخ به این سؤال این است که دنیارا به شش ناحیه توریستی تقسیم کنیم و میزان توریستها بی‌که از هر یک از این نواحی حرکت

1- Riviera .

2- Meyer , Strietelmeier . Geography in World Society .

هی کتنمود بررسی قراردهیم. هر چند که در زمینه میزان واقعی توریستها آمارهای روشنی در دست نداریم. با وجود این تاحدوی می‌توان به آمارهای زیر استناد نمود:

مبداً توریستی دیدارهای بین‌المللی به میلیون نفر	%
۸۸/۲	۶۷/۴
۳۷/۳	۲۸/۶
۲/۱	۱/۶
۱/۲	.۹
۱/۲	.۸
۱/۱	.۷
۱۳۱/۱	.۱۰۰

در صنعت توریسم، ۷۵٪ توریستهای دنیا از دوازده کشور آمریکا، آلمان، فرانسه، انگلستان، کانادا، بلژیک، هلند، ایتالیا، سویس، سوئیس، دانمارک و اتریش هی باشند. بررسی آمارهای توریسم بین‌المللی مارا با مسائل پیچیده‌ای روبرو می‌سازد بدسان که در زیر می‌آید:

- ۱- در صورت بالارفتن درآمدها در کشورهای در حال توسعه و یا کشورهای پر جمعیت نظیر چین و هند، حرکت و جابجایی صدها میلیون انسان چه شرایط نا亨جاری را در کشورهای توریستی بوجود خواهد آورد؟

- ۲- بر خورد صدها ملیون انسان با فرهنگها و شرایط اجتماعی مردم سر زمینهای ناشناخته چگونه خواهد بود؟ و ناهنجاریهایی ناشی از این برخوردها در جوامع انسانی چگونه عمل خواهد کرد؟
- ۳- در صورتی که صدها ملیون توریست بخواهند به مسافت‌های خارجی بروند کجا خواهند رفت و به چه امکاناتی دسترسی پیدا خواهند کرد؟

در صنعت توریسم، دو کشور مهم توریستی که مقصد بیشتر مسافرین خارجی است کانادا و اسپانیاست که ۰.۲۵٪ بازارهای توریستی دنیا را در اختیار دارند. سهم هر یک از بازارهای توریسم جهانی در جدول زیر نشان داده شده است.

مقصد توریستی	میلیون نفر، ۱۹۷۱	% بازار
اروپا	۱۳۶/۳	۷۵/۳
امریکای شمالی، امریکای لاتین	۳۳/۷	۱۸/۶
افریقا	۲/۶	۱/۴
آسیا - استرالیا	۵/۳	۲/۹
خاورمیانه	۳/۴	۱/۸
	۱۸۱/۳	۱۰۰

قاره اروپا سالهای است که مقصد اصلی توریست‌هاست و از هر چهار مسافرت سه مسافرت به مقصد اروپا انجام می‌گیرد. این قاره اگرچه سهم خود را در بازارهای توریسم جهانی مرتباً بالامی برداشتهای دیگری

نیز که زمانی از بازارهای توریستی بر کنار بودند به تدریج در مسیر توریستها  
جهانی فرار گرفته و به رشد پر وسعتی دست می‌یابند.

توسعهٔ صنعت توریسم در اروپا بیشتر به این دلیل است که از جهت  
مسافرت هزینه‌های زیادی بر جهانگردان تحمیل نمی‌شود به دیگر سخن  
بازارهای توریستی اروپا بیشتر در دسترس توریستهاست. در برابر اروپا،  
وضع امریکای شمالی تقریباً برعکس می‌نماید چراکه هزینهٔ روز افزون  
زندگی وبالارفتن قیمت مسافرت، جهت اغلب توریستها دور از امکانات  
مالی است. در مسافرتها به ویژه به نواحی دور دست قیمت بلیط هوایپما  
معمولًا بزرگترین رقم هزینه را تشکیل می‌دهد.

پیش بینی می‌شود که کشورها و قاره‌ها ممکن است در چهل سال  
آینده سهم خود را از بازارهای توریستی تا چهار برابر میزان امروزی  
بالا بینند. افزایش حرکتهای توریستی در دوده‌گذشته نیز به این واقعیت  
امکان می‌دهد:

### افزایش میزان توریستها در داخل قارهٔ اروپا به هزار نفر

سال	سال	
۱۹۷۰	۱۹۵۰	کشور
۸/۸۶۷/	۸۵۷	اطریش
۱۳/۷۰۰/	۳/۰۵۰	فرانسه
۱/۶۵۱/	۳۳	یونان
۷/۲۱۵/	۱/۰۲۶/	آلمان غربی

ایتالیا	۳/۵۰۰/	۱۴/۱۸۹/
هلند	۳۶۸/	۲/۳۹۹/
اسپانیا	-	۲۴/۱۰۵/
سویس	۱/۹۰۳/	۶/۸۴۰/
انگلستان	۶۱۸/	۶/۷۳۰/

به هنگام سنجش و ارزیابی تماسهای اجتماعی، اگر تنها تعداد توریستهای وارد به کشور را در نظر بگیریم یا کار سطحی و بی پایه انجام داده ایم. در این زمینه بهتر است که این سؤال مطرح شود: در برابر ۱۰۰ نفر از مردم کشور، سالیانه چند توریست وارد کشور می شود و چند شب را در کشور و یا شهر مورد نظر می گذرانند؟

### صنعت توریسم در اسپانیا و پرتغال:

قبل از سال ۱۹۴۵ کشورهای اسپانیا و پرتغال از نظر جلب توریست زیاد مورد توجه نبودند. با گذشت یکی دو دهه، امر وژه پر حجم ترین جریانهای توریستی جهان به سوی این دو کشور روان است و شبه جزیره ایبری از مهمترین قطبهای توریستی در جهان به شمار می آید. در سال ۱۹۳۱ در حدود ۳۰۰ / ۰۰۰ توریست از شبه جزیره ایبری دیدن کردند این نسبت در سال ۱۹۶۷ در کشور اسپانیا به ۱۸ میلیون نفر و در کشور پرتغال به ۲/۵ میلیون نفر رسید. از این رو ۹٪ هزینه توریسم بین الملل اختصاص به دو کشور اسپانیا و پرتغال دارد که از آن میان ۱۲۱۰ میلیون دلار برای اسپانیا

و ۲۸۵ میلیون دلارجهت پر تفال در نظر گرفته شده است «۱۹۶۷». صنعت توریسم تقریباً نصف ارز خارجی اسپانیا و بیش از  $\frac{1}{3}$  ارز خارجی پر تفال را تهیه می کند. نواحی توریستی هردو کشور تحت تأثیر صنعت توریسم به شدت دگرگون می شود.

تا سال ۱۹۴۵، حوزه بنیدرم Benidorm حالت کسل کننده ای داشت امر و زه این حوزه سالیانه از ۴ میلیون توریست پذیرایی می کند. شدت جریانهای توریستی به پاره ای از حوزه های روستایی طوری است که بعضی از این حوزه ها بیش از بارسلون و به اندازه مادرید هتل در اختیار دارند.

واقعیت است که گفته شود صنعت توریسم عامل تعیین کننده در توسعه اقتصادی اسپانیاست<sup>۱</sup>.

در انگلستان غالباً گفته می شود که این همه زن و مرد انگلیسی سوار بر کشتی کجا می روند؟ شاید تنها جواب به این سؤال این است که این توده های ابوه انسانی در جستجوی آفتاب درخشنان به سر زمینهای پر آفتاب نظیر شبه جزیره ایبری می شتابند که سالیانه ۳۰۰۰ ساعت آفتاب دارد. به طور کلی عوامل مؤثر در جاذبه های توریستی اسپانیا را می توان به شرح زیر مورد بررسی قرارداد.

۱- در توسعه صنعت توریسم در اسپانیا علاوه بر آفتاب درخشنان

1- Isobel Cosgrove and Richard Jackson . the Geography of Recreation and Leisure . P. 59 .

و سواحل زیبا نباید از پایین بودن قیمتها غافل ماند که در جاذبه های توریستی نقش اساسی دارد. هتل های سه ستاره اسپانیا در پیشتر موادر خیلی کمتر از هتل های اطریش، سویس، فرانسه و ایتالیا کرایه دریافت می دارند. در سال ۱۹۵۳ دولت اسپانیا به طرح برنامه ریزی توریستی اقدام کرد و در اجرای آن وام های جهت احداث هتلها که از نظر ساختمان و نیروی انسانی هزینه های زیادی را لازم نداشت به صاحبان هتلها پرداخت نمود. از طرفی معافیتهای مالیاتی نیز منظور گشت. در همان زمان پروازهای دسته جمعی میان مردم اروپای شمالی یک مسئله عادی شده بود و اغلب مردم علاقمند بودند که با این پروازها تعطیلات خود را در نقاطی آفتاب خیز بگذرانند به ویژه که سواحل زیبا و آبهای گرم مدیترانه از نظر ملیونها توریست جالب می نمود. علاوه بر این در ناحیه مدیترانه، اسپانیا و پرتغال انواع شرابها با بهترین شرایط و ارزان قریب قیمت ها عرضه می شد.

۲- عامل مؤثری که در توسعه پر شتاب صنعت توریسم در اسپانیا جهت شایسته ای بدد است داد همانا سرمایه گذاری کافی در امر صنعت توریسم بود که در فاصله سالهای ۱۹۶۴-۱۹۶۶ ۴۰۰ ازر قم ۶۰۰ میلیون دلار تجاوز کرد. این سرمایه گذاری سواحل زیبا و دور دست اسپانیا را زیر پوشش تجهیزات توریستی قرارداد.

۳- بازارهای توریستی اسپانیا جهت همه طبقات جامعه امکانات لازم را فراهم می کند. بدینسان که در یک برنامه ریزی توریستی با سرمایه گذاری کافی زمینه های جلب توریست طوری تهیه شده است که علاوه بر طبقات

متوسط و کم درآمد جامعه، طبقه پردرآمد و ثروتمند نیز بتواند در بهترین شرایط تعطیلات خود را بگذراند.

رشد صنعتی و عمران نواحی مختلف اسپانیا از امکانات صنعت توریسم تغذیه می‌کند و شاید از این نظر شرایط اسپانیا در درجه اول اهمیت قرار گرفته باشد.

هم اکنون کشور اسپانیا همه ساله از ۳۰ میلیون توریست پذیرایی می‌کند و عایدی کشور از بابت صنعت توریسم به ۲۴۰۰ میلیون دلار می‌رسد. پیش‌بینی می‌شود که در سال ۱۹۸۰ تعداد توریستهای اسپانیا به ۵۰ میلیون نفر افزایش یابد.

اسپانیا خیراً به توریسم زمستانی نیز توجه پیدا کرده است. می‌دانیم که پیست‌های اسکی فرانسه، اتریش، سویس، ایتالیا، آلمان و فنلاند نقش اساسی در جلب توریستهای زمستانی دارد. اسپانیا نیز در نظر دارد که با آماده ساختن امکانات ورزشی زمستانی درجهت جلب توریستهای زمستانی اقدام به سرمایه‌گذاری کند.

### صنعت توریسم در انگلستان :

مطالعه صنعت توریسم در انگلستان نمودار واقعیتها بی‌است که در

1- Isobel Cosgrove and Richard Jackson . the Geography of Recreation and Leisure . P. 60 .

- مجله اطاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران . تیرماه ۱۳۵۲ ، صفحات

سایر کشورهای توریستی اروپا نیز صادق است . این مطالعه مارا به افزایش روزافرون تعداد توریستهادر کشورهای اروپائی آشنامی سازد و همه شرایط و امکانات یک کشور توریستی را معلوم می دارد :

تعداد جهانگردان بهزار نفر « ۱۹۷۰ »	کشور مبدأ
۲۰۷۴	امریکای شمالی
۳۱۱۷	اروپای غربی
۷۲۱	جمهوری ایرلند
۱۰۶۱	سایر کشورها
۶۹۷۳	جمع کل

کشورهای امریکا، کانادا، آلمان غربی، فرانسه، هلند و جمهوری ایرلند  $\frac{۲}{۳}$  توریستهای انگلستان را تشکیل می دهند و این معیار از سال ۱۹۳۰ به بعد بدون تغییر باقی مانده است. در این میان مسافت جهانگردان امریکائی مرتبأً رو به افزایش است و امروزه از هر چهار نفر جهانگرد در انگلستان یک نفر امریکائی است. بدیگر سخن، صنعت توریسم انگلستان به شدت به کشور امریکا و پاره ای از کشورهای اروپائی وابسته است .

در سال ۱۹۷۱ ، در حدود ۱/۶ میلیون امریکائی از انگلستان دیدن کردند در حالی که این تعداد در سال ۱۹۶۴ به ۶۰۰۰/۰۰۰ نفر می رسید . بعد از امریکا، توریستهای فرانسوی تعدادشان بیشتر است . در جدول توریستی انگلستان، فرانسه با ۷۱۰/۰۰۰ توریست مقام دوم و آلمان غربی با ۶۹۸/۰۰۰ نفر در رده سوم قرار می گیرد . البته جمهوری ایرلند نیز

در سال ۱۹۷۱ در حدود ۷۲۱،۰۰۰ توریست به انگلستان فرستاده است. از جهت تهیه ارز ، صنعت توریسم انگلستان ، از اغلب صنایع آن فعالتر و پر تحرک تر بنظر می رسد و تنها صادرات ماشین آلات ، تجهیزات حمل و نقل و مواد شیمیائی از این نظر مستثنی است .

اغلب مسافرینی که از انگلستان دیدن می کنند هزینه روزانه بیشتری دارند و از مسافرین سایر کشورها اقامت طولانی تری را می پسندند از این رو انگلستان قادر است از پنج میلیون توریست به میزانی از تهیه کند که سایر کشورها از پنج برابر آن بدست می آورند. در این میان هزینه توریستها ای امریکائی بیشتر است به طوری که توریستها این کشور ۰.۵۵٪ بیشتر از سایر توریستها خرج می کنند . به آمار زیر در این زمینه توجه نمایید :

مسافرین امریکائی مسافرین سایر کشورها

حد متوسط اقامت در سال ۱۹۷۱	۱۱ روز	۱۴/۷ روز
هزینه متوسط روزانه	۷/۳ لیره انگلیسی	۷/۴ لیره انگلیسی
هزینه متوسط هر مسافت	« ۸۰/۴ « ۶۹/۱ «	«

#### اهمیت صنعت توریسم در انگلستان :

در انگلستان هر جا که مسافرین و توریستها داخلي اقامت کنند توریستها کشورهای دیگر رغبت چندانی به اقامت در همان محل نشان نمی دهند البته در اغلب موارد مسافرین انگلیسی خود نیز حاضر به اقامت

در مجاورت توریستهای سایر کشورها نمی‌باشند. از این دو توقف و رکود بازار داخلی با توسعهٔ بازارهای توریستی برای مسافرین آن سوی دریاها همراه می‌باشد.

در انگلستان بازارهای توریسم داخلی هرچند که رشد سریعی ندارد اما از ابعاد گسترده‌ای بهره‌مند است. در سال ۱۹۷۱، مردم انگلیس ۱۳ میلیون بار مسافرت کرده و ۱۸۰۰۰ میلیون لیره انگلیسی خرج کرده‌اند. در انگلستان ۹۰٪ مسافر تهاجهت گذراندن تعطیلات بین‌ماههای ژوئن و سپتامبر و  $\frac{۲}{۳}$  تعطیلات عمدی در ماههای جولای و اوت انجام می‌گیرد. علیرغم تلاش‌های سازمانهای توریستی در پخش مسافرها در همهٔ ایام سال هنوز موقوفیت چندانی در این زمینه بدست نیامده است.

در هفته‌ آخر جولای و هفته اول ماه اوت تراکم شدیدی در مسافرها در همه جای انگلستان دیده می‌شود. تقریباً  $\frac{۱}{۴}$  تعطیلات در این دو هفته برگزار می‌شود و در عرض همین مدت  $\frac{۳}{۴}$  مسافرین، مسافرت خود را از روز شنبه آغاز می‌کنند.

در سال ۱۹۴۷ کمیتهٔ ویژه‌ای از طرف وزارت کار و خدمات انگلستان جهت بررسی زمان تعطیلات تشکیل شد و در سال ۱۹۵۴ نیز کنفرانسی در زمینهٔ امکان تغییر تاریخ اوقات تعطیلات برگزار گردید. متأسفانه در هیچ‌یک از این کنفرانسها نتایج رضایت‌بخشی بدست نیامد.<sup>۱</sup>

### صنعت توریسم در ایرلند :

صنعت توریسم در کشور ایرلند همه زوایا و بخش‌های اقتصاد ناحیه‌ای را دربر می‌گیرد. از قرن ۱۸ و ۱۹، توریستهای انگلیسی به ایرلند می‌روند چرا که دریاچه‌ها، کوهها، سواحل زیبکش، صومعه‌ها و قصرهای باعظمت در سراسر ایرلند گسترده شده است.

در سال ۱۹۶۷، کل درآمد ایرلند از جلب ۱/۵ میلیون توریست در حدود ۲۰۲ میلیون دلار بوده است که نسبت به سال ۱۹۶۰، تقریباً ۷.۹۱٪ افزایش نشان می‌دهد. توریستهای انگلیسی و ایرلند شمالی ۷۰٪ کل جریانهای توریستی کشور ایرلند را تشکیل می‌دهند. از سال ۱۹۶۷، توریسم مهمترین صادرات ایرلند بشمار می‌آید تا آنجا که در میان کشورهای اروپائی، به استثنای اسپانیا و اتریش، این صنعت نقش حساسی در موازنۀ پرداختهای ایرلند ایفا می‌کند. در این کشور صنعت توریسم ۱۰٪ به نیروی خرید اضافه می‌کند، ۱۵٪ همه شاغلین بکار را در بر می‌گیرد و بالاخره همه هزینه‌ها، خریدها و شغل‌های توریستی، حوزه‌های وسیعی از کشور ایرلند را می‌پوشاند.

در برنامه ریزی توریستی ایرلند سعی شده است که یک رشته مراکز اخذ اطلاعات توریستی ورززو جا تقریباً در همه شهرکها، شهرها و برخی از روستاهای ایرلند مجبور است که در بازارهای توریستی

با کشورهای جنوب اروپا رقابت کند<sup>۱</sup>. شبکه بندی سازمانهای توریستی سبب بوجود آمدن امکانات بهداشتی، پذیرائی، تفریحی و نیروی برق در اغلب نواحی روستائی ایرلند بوده است. به دیگر سخن، فضاهای روستائی و مردم روستاهای ایرلند از همه امکانات صنعت توریسم در جهت زندگی فرهنگی و رفاه اجتماعی خود بهره جسته‌اند.

برای توریستها، چهره کاملاً مشخص ایرلند هماناً شکل زندگی روستائی آن است.

#### صنعت توریسم در مصر :

کشور مصر آفتاب و تاریخ می‌فروشد و این هردو برای توریستها جالب می‌نماید. آب و هوای سالم، آفتابی و خشک مصر جهت توریستهای اروپائی بسیار مهم بنظر می‌رسد از این رو همه ساله هزاران توریست از کشورهای اسکاندیناوی برای استفاده از آفتاب درخشنان به مصر می‌آیند. بی‌جهت نیست که در این کشور از طرف سازمانهای توریستی مراکز درمان و بیمارستانهای ویژه‌ای با پزشکان متخصص برای استفاده توریستها بوجود آمده است. بیشتر توریستهای خارجی که جهت درمان و بازیافتن سلامتی خود به مصر می‌آیند نقاطی مثل حلوان<sup>۲</sup> را انتخاب می‌کنند و عده‌ای نیز به حوزه‌های مجاور اهرام مصر می‌روند که هم دست یابی به چهره‌های

1- Isobel Cosgrove and Richard Jackson . the Geography of Recreation and Leisure . P. 62 .

2- Helwan .

صحرائی آسانتر است و هم از آفتاب و هوای سالمتری بهره مند می باشد.



این گفته کاملا بجاست که مصر برای توریستها آفتاب و تاریخ می فروشد اما در این سر زمین پدیده های کهنه و نوین همواره مورد توجه توریستها می باشد.

کشور مصر سالیانه از ۷۰۰/۰۰۰ توریست پذیرانی می کند. در بنامه ریزی های توریستی مصر، پایگاه های اقتصادی و فرهنگی توریست های خارجی نیز مورد توجه قرار می گیرد که در اینجا به پاره ای از آنها اشاره می شود:

- ۱- توریستها بیشتر از طبقه دوم به ویژه از کارگران طبقه دوم می باشند و علاقه دارند که تعطیلات خود را در یک کشور خارجی بگذرانند.
- ۲- اغلب توریستها جهت معالجه به ویژه معالجه رماتیسم خود به مصر می آیند و مقصدشان حوزه حلوان در شمال قاهره است. مردم اروپا و ممالک اسکاندیناوی نوده عظیمی از توریستهای خارجی را تشکیل می دهند.
- ۳- دوستداران ورزشگاهی توانند امکانات لازم را در سواحل آفتابی مصر یابند از این رو دولت مصر با همکاری کمپانیهای فرانسوی و ممالک اسکاندیناوی به ساختن دهکده‌ها و هتلها در طول سواحل مدیترانه‌ای مصر اقدام کرده است.
- ۴- مسافرت با کشتی واقعی در طول رودخانه نیل برای توریستها لذت فراوان می بخشد. شش کشتی بزرگ، توریستها را در طول رودخانه نیل از قاهره تا لاکسور به گردش می برد.
- ۵- مشاهده آثار تاریخی و گنجینه‌های باستانی و دوره‌های اسلامی و مسیحی جهت توریستها جالب می باشد. در این زمینه همه گونه امکانات لازم در اختیار توریستها قرار داده شده است.
- ۶- در مصر خرید انواع کالاهای وفر آورده‌های محلی تقریباً ارزان تمام می شود و گاهی تا نصف قیمت کشورهای دیگر پایین می آید. همه ساله عده‌ای از میلیون‌های امریکائی به صورت دسته جمعی به مصر می آیند و هتل‌های لوکس و زیبا می طلبند. دولت مصر در این راه نیز به سرمایه‌گذاری کافی دست زده است چراکه توریستهای ثروتمند امریکائی

در تهیه ارز خارجی سهم شایسته‌ای دارد. در صنعت توریسم مصر، روزبه روز تعداد توریستهای عربی بالا می‌رود تا آنجاکه در سال ۱۹۷۱، کشور مصر از ۳۰۰/۰۰۰ توریست کشورهای عربی پذیرائی کرده است. عده‌ای از ثروتمندان سعودی نیز خانواده خود را جهت استفاده از تعطیلات به مصر می‌فرستند و چه بسا که اقامت آنها تاسه ماه طول می‌کشد و با هزینه زیادی که لازم دارد در رونق صنعت توریسم مصر تأثیر فراوان می‌بخشند.<sup>۱</sup>

#### صنعت توریسم در اسرائیل :

کشور اسرائیل از نظر صنعت توریسم زمینه‌های کاملاً مساعدی را نشان می‌دهد. سالهای زیادی است که صنعت توریسم از نظر تهیه ارز خارجی با مهمترین فرآورده‌های کشور نظیر مرکبات و الماس برابری می‌کند و حتی اخیراً براین دو محصول عمده اسرائیل نیز پیشی گرفته است.

در سال ۱۹۷۲، در حدود ۸۰۰/۰۰۰ توریست به کشور اسرائیل مسافت کردند و معادل ۲۰۰ میلیون دلار خرج نمودند.<sup>۲</sup>

باتوجه به همه شرایط جغرافیایی اسرائیل، زمینه‌های توریستی آن را می‌توان به شرح زیر بیان کرد :

۱- اسرائیل همه زمینه‌های توریستی کشورهای خاورمیانه را دارد

1- Sketch , May 11 , P. 34 .

2- Facts about Israel . 1973 , P. 141 .

می‌باشد که آفتاب در خشان، سواحل زیبا، چشم‌اندازهای دلپذیر جغرافیایی، ارزش‌های تاریخی، گنجینه‌های هنری و معماری از آن جمله است.

۲- در اسرائیل طول فصول آفتابی بیشتر است بدینسان که تقریباً در همه فصول سال آفتاب در خشان در دسترس قوی استها قرار می‌گیرد.

در این کشور مجموع ساعت‌آفتابی به قدری زیاد است که در مقام مقایسه، در سطوح جهانی نیز قابل توجه می‌نماید. در اسرائیل مجموعاً ۳۲۰۰ تا ۳۳۰۰ ساعت آفتابی داریم در حالی که مثلاً در منچستر انگلستان در طول سال تنها ۹۰۰ ساعت آفتابی دیده می‌شود.

۳- چشم‌اندازها و چهره‌های صحرایی جهت توریستهای ممالک بدون صحرای دیدنی و جالب می‌نماید و توریستها می‌توانند با آساترین وسیله‌ها بدانها دست یابند. خیلی از توریستها تنها به خاطر مشاهده چشم‌اندازهای صحرایی به اسرائیل مسافت می‌کنند.

۴- اسرائیل کشور کم وسعتی است و توریستها با اقامات چند روزه می‌توانند از همه نقاط آن بازدید کنند. توریستها قادرند همه نقاط یک شهر را تنها با توقف ۲۴ ساعته بیینند.

۵- کشور اسرائیل مکانهای مقدس سه دین بزرگ اسلام، مسیح و یهود را در خود جای داده است. در طول قرنها حتی قبل از جریان توریسم جدید، زائران این مکانها از چهار گوش جهان جهت زیارت به این ناحیه می‌شناختند.

۶- وضع امر و زی کشور اسرائیل طوری است که پیروان دین یهود

از سراسر جهان به دیدار کشور اسرائیل می روند . به نظر زمینی که ۲۰۰۰ سال از آن دور بوده اند اکنون با آزادی پیشتری می توانند به آن مسافرت کنند .

۷- بعضی از کارشناسان و محققین مسائل کشاورزی جهت مطالعه و کارآموزی در سازمانهای کشاورزی اسرائیل به این کشور مسافرت می نمایند .

کیبوتضهای اسرائیل واحدهای زراعی خاصی هستند که شکل تولید ، نوع مصرف و کیفیت زندگی ویژه ای را عرضه می دارند و از این رو همه ساله عدد زیادی جهت بررسی و مطالعه در نحوه عملکرد کیبوتضها به اسرائیل مسافرت می نمایند . و بیشتر آنها مدتی در کیبوتضها اقامت می کنند تا عملایط زندگی را در کیبوتضها درک کنند . ویژگی های این واحدهای زراعی که سبب جلب جامعه شناسان ، جغرافی دانان ، اقتصاددانان ، کشاورزان ، دانشجویان و افراد عادی به کیبوتضها می شود عبارتند از<sup>۱</sup> :

۱- کیبوتضها بر پایه مالکیت ، تولید و کارسته جمعی و در همان حال مصرف اشتراکی بوجود می آید . در اینجا زمین و کلیه اموال موجود به جامعه کیبوتضها تعلق دارد . هر فرد تا زمانی که عضو کیبوتض است به عنوان یک شریک محسوب می شود و می تواند از کلیه امکانات موجود بهره مند شود . در اغلب کیبوتضها ، غذای روزانه خانواده ها در آشپزخانه

1- yehuda karmon . Israel .

عمومی تهیه می‌شود. لباس، مسکن و همه نیازهای خانواده‌ها را جامعه کیبوتض تأمین می‌کند.

۲- در کیبوتض‌ها همه کارها به وسیله اعضا و به صورت دسته‌جمعی انجام می‌گیرد و کلیه درآمدها به صندوق کیبوتض تحويل داده می‌شود.

۳- اساس کار کیبوتض‌ها بر پایه مرغداری، باعهای میوه، تهیه بنیات، سبزیکاری و گاهی کشت غلات و پرورش ماهی قرار گرفته است.

۴- مسئولیت تربیت اطفال از کودکستان تا پایان دوره دبیرستان و گاهی تاداشگاه به عهده جامعه کیبوتض می‌باشد.

۵- در بعضی از کیبوتض‌ها، هتلها و مرکز تفریحی وقت گذرانی جهت توریستها فراهم شده است.

با همه امتیازاتی که در زمینه جلب توریست در باره اسرائیل گفته شد باز هم در مقام مقایسه با کشورهای ناحیه مدیترانه، از نظر جلب توریست نقش کمتری می‌پذیرد و نارسانیهای چندی را نشان می‌دهد بدانسان که در زیر می‌آید:

۱- کشور اسرائیل از ممالک فرنستنده توریست فاصله زیادی دارد.

۲- در اسرائیل هزینه زندگی گران است.

۳- اسرائیل گرفتار مسائل داخلی و خارجی خود است و نسبت به کشورهای توریستی دنیا در تهیه امکانات و تجهیزات صنعت توریسم تأخیر داشته است.

۴- بعد از پایان جنگ شش روزه اعراب و اسرائیل و فامنی مرزهای

آن، صنعت توریسم این کشور تا حدودی آسیب دیده است.  
در کشور اسرائیل، توریستها جهت اقامت شباهن خود، شهرهای  
بزرگ را انتخاب می‌کنند چنانکه ۵۰٪ آنها در تل‌آویو اقامت می‌نمایند.

حد متوسط اقامت توریستها در اسرائیل

«۱۹۶۷»

مدت	درصد
۲ تا ۵ روز	۲۶/۴
۶ تا ۹ روز	۱۵/۸
۱۰ تا ۱۹ روز	۲۵/۸
۲۰ تا ۲۹ روز	۱۳/۷
یک تا دو ماه	۱۰/۱
بیش از دو ماه	۸/۲

در سال ۱۹۶۷، شماره هتل‌های توریستی اسرائیل به ۲۲۹ هتل رسید  
که شامل ۱۰,۰۰۰ اتاق بود و لی اکنون بیش از ۳۰۰ هتل و مهمانخانه  
توریستی در اسرائیل جهت توریستها اختصاص یافته است.  
ناسال ۱۹۶۰، نصف توریستها از امریکای شمالی بودند. اما در  
سال ۱۹۶۵، تعداد آنها به ۳۵٪ تقلیل یافت. در همان سال سهم توریستهای  
اروپائی از ۳۶٪ به ۵۲٪ افزایش پیدا کرد.

### مراکز جلب توریست در اسرائیل :

برای اغلب توریستها، مکانهای مقدس یکی از هدفهای عمدۀ مسافرت به اسرائیل است. این مکانها بیشتر در اورشلیم و گالیله قرار گرفته است. علاوه بر این اصولاً سبک معماری این مکانها و قدمت تاریخی آنها محققین و علاقمندان را جالب می‌نماید. مکانهای مقدس، قلعه‌ها، کلیساها و مساجد همه در نوع خود از شاهکارهای بشری محسوب می‌شوند. در این میان از همه مهمتر بخش قدیمی شهر اورشلیم است که از تمام دوره‌های تاریخی یادگارهایی در سینه دارد و سبکهای معماری و هنری این قسمت برای همه توریستها جاذبه‌های خاصی عرضه می‌کند.

گفتیم که اسرائیل وسعت محدودی دارد. با توجه به عرض ناچیز کشور، گاهی می‌توان همه چهره‌های صحرایی را به فاصله ۱۰ دقیقه از اورشلیم و ۹۰ دقیقه از تل‌آویو مشاهده کرد به عبارت دیگر، صحرای خیلی نزدیک‌تر به مراکز فعالیتهای انسانی است.

به طور خلاصه، ترکیب چهره‌های گوناگون طبیعی، مذهبی، تاریخی و شکل جدید زندگی سبب توسعهٔ مداوم صنعت توریسم در کشور اسرائیل است تا آنجا که همانکنون در حدود ۲۰,۰۰۰ نفر در سازمانهای توریستی اسرائیل کار می‌کنند. صنعت توریسم در اسرائیل نه تنها به عنوان یک منبع مهم در آمده‌است می‌باشد بلکه این صنعت سبب پیشرفت‌های اقتصادی، آگاهیهای فرهنگی، احداث جاده‌ها و راههای جدید، ساختمان منابع

آب، تهیه امکانات تفریحی و بالاخره عمرانهای ناحیه‌ای است.

### صنعت توریسم در افریقای شرقی:

افریقای شرقی و یزگیهای توریستی خاصی را عرضه می‌دارد که در سایر بازارهای توریسم دیده نمی‌شود و آن وجود حیات وحش در یک منطقه پر وسعت و در شکلهای گوناگون است. در حال حاضر در این منطقه، سالیانه ۶۰ میلیون دلار به وسیله توریستها خرچ می‌شود که از آن میان کنیا ۳۶ میلیون دلار، ناترا نیا ۱۴ میلیون دلار، اوگاندا ۱۰ میلیون دلار دریافت می‌دارد. تقریباً ۲۰٪ توریستها، پارکهای طبیعی اوگاندا را که نظیر آن در سایر کشورها کمتر دیده می‌شود جهت گذراندن اوقات فراغت خود انتخاب می‌کنند.

باتوجه به محدود بودن حیات وحش منطقه و پارکهای ملی آن، پیش‌بینی می‌شود که در صورت افزایش تعداد توریستها با آهنگ امر و زی یعنی ۱۵٪ در سال، ممکن است که در سال ۲۰۰۰، همه ویابخشی از عوامل و شرایط پر جاذبه توریستی به دست توریستها به نابودی کشیده شود. البته این وضع در حال حاضر مطرح نیست زیرا برعکس از پارکهای طبیعی منطقه، به ندرت مورد بازدید قرار می‌گیرد.

در منطقه پارکهای طبیعی، مسئله مهم همانا اقامتگاه‌های توریستی است در برخی از این پارکها در حدود شش محل و اقامتگاه توریستی تهیه شده است. حاشیه پارکهای طبیعی بهترین محل جهت ایجاد هتلها، متلها و مهمانسرهاست.

### صنعت توریسم در تونس :

کشور تونس در سال ۱۹۷۱، از ۶۰۰/۰۰۰ توریست پذیرایی کرد. چنین بنظر می‌رسد که این رقم در سال ۱۹۸۱ به ۱/۵۰۰/۰۰۰ نفر افزایش یابد. همانطوری که هومر در اودیسه می‌گوید: «دریای مدیترانه و آفتاب در خشان بسیار جالب و نشاط انگیز می‌نماید». در تونس سواحل طلایی، نارنجستانهای زیبا، پوشش گل‌یاس، واحدهای دیدنی، ویرانهای کارتاژ، قیمت‌های پایین با هزینه اقامت مناسب، مردمی دوست داشتنی و مهربان از امیازات صنعت توریسم بشمار می‌آید. هم‌اکنون صنعت توریسم یکی از صنایع مهم کشور تونس محسوب می‌شود.

اگر کشور تونس بخواهد صنعت توریسم را توسعه دهد لازم است که هتلها و مهمنسراهای مجهزی بسازد. این اقدام می‌تواند توریستهای اروپای غربی را که همه ساله بزر تعداد آنها افزوده می‌شود به سرعت جلب کند. در سالهای گذشته جهت اداره هتلها، دانشجویان داوطلب را بخارج می‌فرستادند. اما از سال ۱۹۶۹ با همکاری سازمانهای بین‌المللی به ویژه سازمان جهانی کار، یک مؤسسه مجهز هتلداری و اداره رستورانها ایجاد شده است و کارخانه هتلداری کشورهای فرانسه، ایتالیا و سویس در این مؤسسه تدریس می‌کنند. آمر وزره در حدود ۸۹ دختر و پسر در مؤسسه هتلداری تونس تعلیمات دوساله می‌ینند. در اینجا علاوه از تدریس زبان خارجه، دانشجویان آموزش لازم را در زمینه‌های جلب توریست، اداره

هتل و رستوران و شکل پذیرایی از توریستها کسب می کنند و در ساعت معین دانشجویان خود به پا کردن شیشه های مؤسسه و شستشوی کف اطاقها بمعنوان یک کار عملی می پردازند.

### صنعت توریسم در آلمپها :

بیش از یک قرن است که آلمپها اروپا یکی از قطبها ای اصلی صنعت توریسم محسوب می شود. بیشتر مسائل ناحیه ای و تجربه های توریستی که در آلمپها بدست آمده است در همه نواحی مشابه به عنوان الگو در توسعه صنعت توریسم پذیرفته شده است. عواملی نظیر دگرگونی تقاضاها، کوتاه شدن مدت اقامت، شرایط فضایی و همکاری صنعت توریسم با صنایع بومی همواره تجربه های پرارزشی راجه تطالعات توریستی فراهم ساخته است.

ورزش های زمستانی از خصیصه های صنعت توریسم در آلمپهاست به ویژه که در سویس و فرانسه عامل تعیین کننده ای بشماره آید. امن و زه فعالیتها توریستی در آلمپها، سراسر سال را می پوشاند که بخشی از آن مر بوط به درود تکنولوژی، تغییر ذوقها و روشها و بخشی دیگر نتیجه موقع جغرافیائی آلمپهاست که بین مراکز اصلی حرکتهای توریستی قرار گرفته است. یعنی کشورهای فرستنده توریست اروپای غربی و کشورهای میزبان نظیر ایتالیا، یونان، یوگسلاوی و بلغارستان.

در حرکتهای توریستی در منطقه آلمپها، راههای زمینی اهمیت

می‌باید و برخوردهای فرهنگی در همه سکونتگاههای انسانی صورت می‌گیرد.

در منطقه آلپها پاره‌ای از استگاههای توپ قاچهای تازه، توریستها را به خود جلب می‌کند و استگاههای قدیمی با کمبود امکانات اهمیت گذشته خود را ازدست می‌دهند.

در سالهای اخیر، کشور سویس از توقف صنعت توریسم در مقایسه با کشورهای مشابه آسیب دیده است و از تعداد توریستهای تابستانی آن کاسته شده است. چنین بنظر می‌رسد که توریسم آلپی در فصل تابستان از عدم وجود سواحل دریا با آفتاب درخشان رنج می‌برد.

با همه آنچه که گفته شد در منطقه آلپها صنعت توریسم تأثیرات کمتری در شیوه زندگی محلی بر جای نهاده است هر چند که در بعضی نقاط محیط زیست روستائی را به کلی دگرگون ساخته است.<sup>۱</sup>

در منطقه آلپها، در اغلب موارد محل ورزشهای زمستانی به صورت پراکنده و جدا از هم نتوانسته است شغل‌های دائمی جهت افراد فراهم سازد و یا سکونتگاههای دائمی را سبب گردد. با وجود این، امکانات فصلی و ورزشهای زمستانی در بالارفتن قیمت زمین، بوجود آمدن بازار کار فصلی و افزایش خانه‌های کوچک اجاره‌ای در منطقه آلپها تأثیر فراوان داشته است.

1- Isobel Cosgrove and Richard Jackson . the Geography of Recreation and Leisure . PP. 55-56 .

### فصل سوم

#### برنامه ریزی توریستی

شرط لازم در تهیه یک برنامه ریزی توریستی :

در یک برنامه ریزی توریستی، جهت پیش‌رفت کار تأکید روی موارد زیر لازم می‌آید :

۱- فهرست برداری از همه امکانات توریستی که در حال حاضر در دسترس توریستها و سازمانهای توریستی قرار دارد.

۲- درجهت تهیه یک برنامه ریزی کامل توریستی، همکاری با ادارات و سازمانهای دولتی، اداره موزه‌ها، مرکز دانشگاهی، مرکز صنایع دستی، هنری و آثار باستانی ضروری می‌نماید، بررسی امکانات و ارزش‌های توریستی محل برگزاری فستیوالهای ملی و مرکز جاذبه‌های توریستی بر اهمیت کار می‌افزاید و تنظیم برنامه‌های جلب توریست را در مسیرهای منطقی قرار می‌دهد.

آگاهی از این قبیل ارزشها و اطلاع از مشخصات مرکز توریستی می‌تواند در توسعه همه جانبه صنعت توریسم مؤثر افتد و در رشد اقتصادی

و فرهنگی نقاط مختلف کشور تأثیر فراوان بخشد.

۳- در تهیه یک برنامه ریزی توریستی، بررسی مجدد همه برنامه‌های سازمانهای جهانگردی به وسیله دستگاههای دولتی و شرکتهای وابسته به صنعت توریسم لازم بنظر می‌رسد.

۴- تهیه امکانات وقت گذرانی و تفریحی، همچنین آماده‌سازی محیط جهت پاره‌ای از ورزشها با توجه به جریانهای توریستی و افزایش حجم توریسم در سالهای آینده، می‌تواند بخشی از یک برنامه ریزی توریستی را تشکیل دهد.

توجه داشته باشیم که آینده صنعت توریسم در همه کشورها به حفاظت، نگهداری و توسعه امکانات وجاذبه‌های توریستی وابسته است. هرگونه تغییری که در هر یک از جاذبه‌های توریستی به وسیله سازمانهای دولتی، شرکتها و سازمانهای محلی صورت گیرد مستقیماً در آفت برنامه‌های توریستی مؤثر می‌افتد<sup>۱</sup>.

توفيق در برنامه ریزیهای توریستی شرایط چندی را می‌طلبد که از آن جمله است:

۱- تأسیسات و تجهیزات توریستی از همه چشم‌اندازهای دلپذیر ناحیه عمیقاً بهره‌گیری کند.

۲- در مکان انتخابی به عنوان قطب جاذبه‌های توریستی، سعی شود که همه امکانات وقت گذرانی فراهم آید تا توریستها قادر باشند که

تعطیلات کاملی را در تأسیسات و محله‌ای گوناگون توریستی بگذرانند.

۳- در قطبهاي جلب توریست شرایط پذیرش مسافر طوری آماده

شود که استفاده از تأسیسات توریستی به همه گروههای سنی و طبقات گوناگون جامعه امکان پذیرگردد و همه مندم بتوانند با درآمد های متفاوت و پایگاههای فرهنگی مختلف به قطبهاي جلب توریست مسافرت کنند.

۴- در صورتی که قطب جلب توریست در سطوح جهانی فعالیت نماید لازم است که شرایط بهره‌گیری از امکانات آن به همه مذاهب و گروهها تعلق گیرد.

دریک ناحیه جغرافیایی، جاذبه‌های توریستی دریک فضای محدود خلاصه نمی‌شود بلکه در بیشتر موارد تأسیسات توریستی همه زوایای ناحیه را می‌پوشاند.

به هنگام سرمایه‌گذاری در این قبیل نواحی لازم است که امکانات و تأسیسات جلب توریست همه نقاط ناحیه را دربر گیرد تا ناحیه مورد بحث در طول چندین کیلومتر به صورت یک پارک ملی درآید و طبقات مختلف جامعه و توریستهای خارجی قادر باشند که نسبت به میزان ذوق، علاقه و شرایط مادی یکی از نقاط توریستی ناحیه را جهت اقامت خود انتخاب نمایند.

سرمایه‌گذاری در برقامه‌های توریستی، بخش‌های گوناگونی را

شامل است ولی مطالعات پروفسور مارکوویک<sup>۱</sup> مارا با واقعیتهای چندی در نمینه سرمایه‌گذاری توریستی آشنا می‌سازد.

۱- تهیه محل اقامت و آماده سازی وسایل پذیرایی٪.۵۰-٪.۴۵

۲- تأسیسات فرهنگی و پذیرایی٪.۱۲-٪.۶

۳- تهیه سایر امکانات پذیرایی٪.۱۸-٪.۸

۴- وسایل حمل و نقل٪.۵-٪.۲

۵- کارهای بنیادی٪.۳۰-٪.۲۵

۶- مناطق و کمر بندهای سبز٪.۲-٪.۱

۷- سایر تأسیسات و خدمات

این قبیل برنامه ریزیها می‌توانند از جهات اقتصادی در توسعه صنعت توریسم نقش منطقی بیابد به ویژه که اگر بخش دولتی به سرمایه گذاری توریستی اقدام کند توجه به نکات بالا کاملا ضروری می‌نماید.

چنانکه یک سرمایه‌گذاری منطقی در حوزه لانکدؤک - روسيون<sup>۲</sup> قادر است تعداد توریستها را از ۱۹۶۷/۰۰۰ نفر در سال ۱۹۷۲/۰۰۰ به ۱۹۷۲/۰۰۰ بالا بیرد.

1- Markovic .

2- Michael Peters , international Tourism . P. 161 .

3- Languedoc - Roussillon .

### ساخت و محتوای بر نامه ریزیهای توریستی :

توریستها معمولاً به دودسته تقسیم می شوند دسته ای به طور انفرادی حرکت می کنند و دسته دیگر دوست دارند که به وسیله سازمانهای جهانگردی به صورت گروهی مسافرت نمایند. درجهت راحتی توریستها و جلب رضایت آنها، برخورداری از شرایط و عملکردهای زیر در پیش رفت بر نامه های توریستی مؤثر می افتد :

- ۱- مشخص بودن قیمتها از جهت پاداش، انعام و حذف خرجهای اضافی .
- ۲- برخورداری توریستها از وسائل نقلیه خوب و راحت .
- ۳- وجود راهنمایی آموخته دیده و مهدب باراندگان پر حوصله و امین .
- ۴- مسیر های از پیش تعیین شده و مجهز به متل ، شعبه پست ، فروشگاه ...

برای همراهی با جریانات توریستی اقدامات و کوششهای دولتها در مواد ذیرا تو اند دن توسعه صنعت توریسم امساک کاری شمار آمد :

- ۱- وجود جاده های عریض و استقایه .

- ۲- ارتباط همه نقاط دیدنی کشور به وسیله جاده های اصلی و فرعی .
- ۳- ایجاد شبکه بندهای توریستی از همه نقاط کشور درجهت سود

جستن از توریستهای خارجی و بهره مندی همه نواحی و استانهای کشور از امکانات توریستهای داخلی و خارجی.

-۴- از میان برداشتن جاده‌های بن بست به سبب نا آشنائی و کم حوصله‌گی توریستهای خارجی.

اتومبیل از وسائلی است که غالباً در داخل کشورها مورد نیاز توریستهای خارجی است و لازم است که در فضول توریستی تسهیلاتی در امر کرایه آن صورت گیرد. وجود مشکلات متعدد در زمینه کرایه اتومبیل می‌تواند در پاره‌ای از کشورها که توریستهای ویژه‌ای را می‌پذیرند در توقف صنعت توریسم مؤثر افتد.



توریستهای آمریکائی و اروپائی به خرید قیاحا و عباها زیبایی کشور مغرب علاقه خاصی نشان می‌دهند و به این تولید محلی رونق و اعتبار می‌بخشند.

در نواحی توریستی در مسافت‌های بیشتر این‌منی راه‌های اتومبیل را از نظر ایستگاه‌های سرویس اتومبیل، ایجاد مراکز پاسداری راه‌ها و نصب تابلوهای نمایش کیفیت راه‌های توریستی در جهت اطمینان بخشی به توریستها کاملاً ضروری است.

به هنگام تنظیم برنامه ریزی‌های توریستی در نظر داشته باشیم که توریستهای خارجی به همه ویژگی‌های محلی عشق می‌ورزند و به آنها علاقه پیدامی کنند. برای آنها بازارهای محلی، آشنایی با افراد بومی و صنایع دستی، خرید از بازارهای محلی بسیار جالب می‌نماید. در خرطوم پرده‌های زیبایی تهیه می‌شود که پاره‌ای از واقعیت تاریخی و نشانه‌هایی از تمدن‌های محلی روی آنها نقش بسته است. توریستهای خارجی به این قبیل کالاها علاقهٔ خاصی نشان می‌دهند.

در طرح برنامه ریزی‌های توریستی لازم است که برنامه ویژه‌ای تحت عنوان «آشنایی با مکانهای توریستی» جهت جهانگردان و مسافران در نظر گرفته شود که در آن علاوه بر آشنایی جهانگردان با افراد محلی به عرضهٔ صنایع دستی، صنایع بومی و نمایش برخی از خصیصه‌های جالب محلی اهمیت خاص داده شود.

### توسعهٔ صنعت توریسم و کشورهای همسایه:

بسیاری از جهانگردان به مسافرت و بازدید از کشورهای همسایه علاقهٔ خاصی دارند. کشور لبنان نمونهٔ روشنی براین گفته است که به‌سبب

آب و هوای سالم و چهره‌های زیبای طبیعی مورد توجه جهانگردان و مسافرین ممالک همسایه است. اما بهجهت پارهای تشنّجات درخاورمیانه توریستها در چند سال اخیر نتوانسته‌اند با آرامش خاطربه مسافرت پردازند. تشنّجات ونا آرامی مرزها درخاورمیانه، افریقا، امریکای جنوبی و یا سردى روابط سیاسی بین کشورهای همسایه صنعت توریسم را به شدت آسیب پذیر می‌سازد.

متخصصین جغرافیای جهانگردی معتقدند که بهتر است در جهت توسعه صنعت توریسم، یک نوع همکاری در زمینه رفت و برگشت آزاد توریستها میان کشورهای همسایه و یا در سطوح قاره‌ای و ناحیه‌ای برقرار شود تا از این طریق بتوان به رفع تشنّجات ونا آرامی مرزها پایان داد. بهویژه که دریک ناحیه‌جغرافیایی، کشورهای همسایه با یستی منافع حاصل از جریان توریستی را که شامل همه نقاط ناحیه می‌شود به خوبی درکنند زیرا این منافع نمی‌تواند شامل یک کشور واحدی گردد و اصولاً یک کشور به خودی خود دلخواه قادر نیست بدون کمک و همراهی کشورهای همسایه به منافع حاصل از صنعت توریسم دست یابد.

توسعه صنعت توریسم میان کشورهای همسایه تأکید روی عوامل چندی را می‌طلبد بدسان که در زیر می‌آید:

- ۱- در احداث جاده‌ها و راهها تنها احتیاجات ملّی در نظر گرفته نشود بلکه به نیازهای توریستی ناحیه جغرافیایی که کشورهای مختلفی را شامل است اولویت داده شود.

۲- در جریانهای توریستی به کشورهای همسایه سعی شود که رفت و برگشت‌ها از جاده‌های مختلفی صورت گیرد تا توریستها مجبور نباشند از همان راهی که به کشور همسایه مسافرت کرده‌اند دوباره در مراجعت همان راه را طی کنند.

در مسافت‌های طولانی به ویژه در نواحی خشک و نیمه خشک رفت و برگشت از یک جاده واحد به خستگی و کم حوصله‌گی توریستها می‌افزاید و مسافرت دلپذیری بدست نمی‌دهد.

در توسعهٔ صنعت توریسم میان کشورهای همسایه، لازم است که سازمانهای جهانگردی به طور مرتب در جریان فعالیتهای توریستی سراسر جهان قرار بگیرند وهمه این سازمانها باهم تماس دائمی برقرار کنند.

می‌دانیم که نظارت بر عملکرد شرکتهای حمل و نقل و مسافربری خارج از وظیفه سازمانهای جهانگردی است. اما کوشش در راه آسایش خاطر توریستها و نظر مشورتی سازمانهای جهانگردی می‌تواند در موارد بسیار به حل مسائل یاری دهد. از این‌رو سازمانهای جهانگردی هر کشور وظیفه دارند که تحقیقات کافی در زمینه مسائل و مشکلات حمل و نقل در داخل کشور بعمل آورند و آن را در اختیار سازمانهای جهانگردی کشورهای همسایه قرار دهند.<sup>۱</sup>

### تنگناها در صنعت توریسم :

شاید مهمترین نارساییها در صنعت توریسم جهانی این است که پاره‌ای از قسمت‌های آن ازیک رشد سریعی بهره هند شده و در همان حال توسعه برخی از بخش‌های آن بسیار کند و بطئی بوده است. روشن است که این عدم توازن سبب ایجاد صنعتی شده است که شاخه‌های آن ارتباط ضعیفی باهم دارند چنان‌که در زیر می‌آید :

- ۱- در سالهای اخیر سرعت هوایپماها فوق العاده افزایش یافته است و لی ظرفیت و توانایی فرودگاهها جهت قبول هوایپماها و پروازهای بیشتر، بالا نرفته است .
- ۲- فشار توریستها به پاره‌ای از نقاط افزایش غیر قابل تصویری را نشان می‌دهد بدسان که از امکانات و توانایی این نقاط کاملاً بیرون است .
- ۳- فشار جمعیت و وسائل نقلیه موتوری روی همه جاده‌ها و نقاط دیدنی کشورها چنان بالا گرفته است که حتی سرمایه‌گذاریهای ملی نیز قادر نیست همه تسهیلات لازم را برای توریستها فراهم سازد .
- ۴- افزایش شتاب زده توریستها ، لازمه‌اش افزایش سریع هتلها، میزان مصرف آب ، بالا رفتن تعداد شماره‌های تلفن و آتنن تلویزیون ، تراکم شدید وسائل نقلیه موتوری ، آلودگی هوا و صدا و بالاخره نابودی محیط‌های طبیعی است . همه اینها اقدامات جدی می‌طلبد .

۵- در نتیجه فشارهای توریستی، در همه نواحی دنیا یک نوع عدم توازنی میان تعداد توریستها و تعداد تختخوابهای توریستی بوجود آمده است.

حواله همه این تنگناها به بخش خصوصی و چاره جویی این بخش نمی تواند کارساز باشد. زیرا اولاً سرمایه‌گذاری بیشتری مورد نیاز است. ثانیاً در صنعت توریسم بخش خصوصی به ویژه در کشورهای در حال توسعه تاکنون نتوانسته است کفايت و توانایی لازم را ثابت کند. از طرفی در صنعت توریسم جهانی همکاری همه کشورهای ذینفع ضروری است چرا که یک کشور توریستی چگونه قادر است بدون اطلاع از وضع توریستی همسایگان خود به تدوین برنامه‌های توریستی و پیش‌بینی جریانهای توریستی در سالهای آینده اقدام کند. در حقیقت این کشور مبدأ است که باید اطلاعات لازم را درجهت میزان مسافرت‌های خارجی در اختیار سازمانهای توریستی کشورهای موردنظر قرار دهد. برای جبران پاره‌ای از کمبودها در صنعت توریسم سرمایه‌گذاری شرکتهای هوایی در ایجاد هتل‌های مخصوص و همراهی سازمانها و شرکتهای مختلف که به نحوی با صنعت توریسم رابطه دارند لازم می‌باشد.

از طرفی مقایسه بازارهای توریسم جهانی و اطلاع از نارسایهای موجود، بررسی موارد زیر را ضروری می‌نماید. این بررسی می‌تواند از توقف، رکود و شکست برنامه‌های توریستی مانع آید:

۱- مطالعه در تجهیزات و امکانات توریستی، بررسی کیفیت

بالابودن هزینه‌های بازدید از کشور در مقایسه با حوزه‌های توریستی سایر کشورها.

۲- مطالعه در هزینه‌های حمل و نقل در داخل کشور و یا از مبدأ تا مقصد.

۳- نارسایی‌های موجود در زمینه تبلیغات توریستی جهت شناخت نواحی توریستی کشور.

۴- مطالعه در ایجاد تسهیلات تازه به ویژه تخفیف در بلیط هواپیماها، ایجاد هتل‌های ارزان قیمت توریستی، تنوع در تنظیم بر نامه‌های توریستی.

۵- بررسی علمی از بازارهای توریستی جهان جهت اطلاع از کمبودها و نارساییها و کوشش در هماهنگی صنعت توریسم با بازارهای توریسم جهان.

۶- تحقیق در انجام وظیفه راهنمایی جهانگردی به ویژه اطلاع از طرز رفتار آنها با توریستهای خارجی.

### توریستها و فرهنگ مردم :

توریستها به ویژه آنها بی که مسافت خود را با هواپیما انجام می‌دهند مایلند که تنها چند روزی را در پاییخت و یا یک شهر بزرگ کشورها بگذرانند و بعد به مقصد دیگری پرواز کنند. تقریباً تعداد محدودی از توریستها علاقمندند که از همه نقاط یک کشور بازدید نمایند. چنین می‌نماید

که فقدان تسهیلات و وسائل نقلیه مورد اطمینان، توریستها را از مشاهده نواحی و ایالات مختلف کشورها باز می‌دارد. چیزی که بیش از همه برای توریستها جالب است آگاهی از طرز زندگی مردم نواحی جغرافیایی کشورهاست. روی این اصل لزوم تهیه یک برنامه مسافرتی و بازدید کاملاً احساس می‌شود.

جهت توریستها دیدار از بازارهای محلی، اطلاع از شکل زندگی مردم، مشاهده و خرید صنایع دستی و بوئی، آگاهی از ورزشها و بازیهای محلی، دیدار از معباد و مساجد، اطلاع از کیفیت و عملکرد ادیان و مذاهب، گردش در پیرون از شهرهای پرجمعیت، شناخت ویژگیهای مکانها، گردش در پارکهای ملی و نواحی زیبای طبیعی، آشنایی با خصیصه‌های فولکلوری، کارهای دستی، آثار تاریخی و موزه‌ها بسیار آموزنده و شوک انگیز می‌باشد.

برای سازمان بخشی به مسافرت توریستهای داخلی و خارجی وجود راهنمایان تحصیلکرده و آشنا به خصیصه‌های فرهنگی و محلی ضروری است. رفتار مؤدبانه راهنمایان و آشنائی آنها به یک زبان بین‌المللی از شرایط لازم در جهت جلب رضایت توریستها و در نتیجه توسعه صنعت توریسم می‌باشد.

### حرکتهای توریستی و تعطیلات دوم:

در پاره‌ای از کشورها، حرکت سالیانه میلیونها توریست داخلی

وخارجی بهشلوغی شهرها ، نامنی جاده‌ها و آلودگی محیط‌های طبیعی در ماه ویاضل معین می‌انجامد . کشورهای بسیاری راسراخ داریم که همواره در تلاش تغییر تاریخ تعطیلات مردم خود برآمده اما نتیجه‌ای از این تلاشها حاصل نشده است . انگلستان نمونه روشنی براین گفته است . در سال ۱۹۶۰ ، کمیته بررسیهای اجتماعی، مطالعات جدی در زمینه تغییر جهت حرکت ملیونها توریست انگلیسی در هفته‌های معین آغاز نمود . سازمان توریستی انگلستان چنین می‌اندیشد که موضوع هزینه در تعیین وقت مسافرت و استفاده از تعطیلات سالیانه شاید مهمترین عامل محسوب می‌شود . از این رو تصمیم گرفت که هزینه مسافرت را در سایر فصول سال کاهش دهد و سوالی به این مضمون مطرح ساخت : «اگر شما در انتخاب مسافرت خود کاملاً آزاد باشید در چه ماهی از سال جهت گذراندن تعطیلات خود به مسافرت می‌روید؟» . جوابی که به این سوال داده شد مسئله هزینه را در مرتبه دوم اهمیت قرار می‌داد درحالی که عوامل جوی، درجه حرارت، درازی روزها و آفتاب درخشنان از مهمترین دلایل در انتخاب اوقات مسافرت بشمار می‌آمد . نتیجه این بررسی معلوم ساخت که چرا تاکنون همه تلاشها در جهت تغییر تاریخ مسافرتها با ناکامی رو برو بوده است . در راه جلوگیری از تراکم شدید توریستهای داخلی توزیع استفاده از تعطیلات سالیانه در سراسر سال روش کاملاً منطقی محسوب می‌شود . به عبارت ساده‌تر ، بوجود آمدن تعطیلات دوم در طول سال سبب می‌شود که

ازکثر و تراکم شدید مسافرین درماه معین کاسته گردد و اثرات زیانبخش توسعه بی امان صنعت توریسم در محیط‌های طبیعی کمتر محسوس شود.

### اثرات زیانبخش صنعت توریسم در محیط :

وابستگی فرون از حد دولتها و جامعه‌ها به صنعت توریسم، اقتصاد کشوری و ناحیه‌ای را آسیب پذیر می‌سازد چراکه اصولاً صنعت توریسم به طور مداوم در حال تغییر و دگرگونی است.

صنعت توریسم با منازعات ناحیه‌ای، ناآرامی مرزها، وجود جنگها، آشفتگیهای شهری و نابودی تدریجی محیط‌های طبیعی و زیبائیهای آن به سرعت ناتوان می‌شود و این ناتوانی، اقتصاد کشوری و ناحیه‌ای را به سختی متأثر می‌سازد. ایرلند نمونه روشنی براین گفته است که ۱۵٪ ارز خارجی آن از جهانگردی تأمین می‌شود ولی با آغاز کشمکش‌های داخلی صنعت توریسم دچار بحران شده است. موناکو کشور دیگری است که در زمینه‌های توریستی ساقه طولانی دارد. این کشور در سال ۱۹۳۹ دارای ۷۰ هتل با ۳۵۸۰ اتاق بود سی سال بعد در کشور موناکو تنها ۳۱ هتل با ۱۹۵۰ اتاق دیده می‌شد زیرا دوران جلب اعیان و اشراف به نواحی توریستی مدتهاست که سپری شده و نسل جدید نیز قادر به تأمین همه هزینه‌های هتل‌های گران قیمت نیست.<sup>۱</sup>

اثرات زیانبخش صنعت توریسم در محیط زندگی ازبهره برداری

فرون از حد توریستها از محیط‌های طبیعی منشأ می‌گیرد از آن جمله است: نابودی تدریجی سواحل، آلودگی دریاها، از میان رفتن بناهای تاریخی، اختصاص پاره‌ای از محله‌ای تاریخی به اقامتگاه توریستها و بالاخره از بین رفتن زمینهای کشاورزی جهت ایجاد فرودگاهها و یا اردوگاههای توریستی.

دریای مدیترانه با آلودگی روزافرون خود با خطر جدی روبروست. استفاده بیش از حد صنعت توریسم از دریای مدیترانه همه سواحل آن را آلوده ساخته است تا آنجا که تقریباً سراسر سواحل ایتالیا در این دریا به گونه‌ای آلوده شده است. آلودگی دریا از مواد نفتی، جریان مدافم فاضل‌آبهای، آلودگیهای ناشی از صنایع و بخش کشاورزی، زیبائیهای سواحل دریای مدیترانه را تحت تأثیر قرار داده است.

کشورهایی که به نحوی بادریای مدیترانه بستگی دارند در اغلب موارد ارز خارجی لازم را از امکانات مختلف این دریا تأمین می‌کنند. کشورهای ناحیه مدیترانه نه تنها درجهت بهبود بخشیدن به محیط زندگی با یکدیگر همکاری ندارند بلکه در آلودگی و نابودی محیط‌های ساحلی آن به رقابت پرداخته‌اند.<sup>۱</sup>

از رودخانه راین<sup>۲</sup>، کشورهای سویس، اتریش، فرانسه، آلمان، لوکزامبورگ و هلند در جهت توریسم بین‌الملل استفاده می‌کنند. این

1- George young . Tourism Blessing or Blight . P. 156 .

2- Rhine .

رودخانه از کوههای آلپ سرچشمه می‌گیرد و تا دریای شمال جریان می‌یابد. راین اکنون بیشتر به یک فاضل آب شباهت دارد. همه کنفرانسها و کمیته‌هایی که تاکنون جهت بهره‌گیریهای منطقی از رودخانه باشکوهی کشورهای ذینفع تشکیل شده است تقریباً بدون نتیجه پایان یافته است.

ساختمان هتلها از مواردی است که به شدت بر زیبائیها و چشم اندازهای سواحل می‌تازد. ساختمان هتلها بیشمار در سواحل اسپانیا و دریای مدیترانه محیط زیست را از حالت طبیعی تغییریتاً خارج می‌سازد. البته در این باره، نقص قانون و بیتفاوتی ساکنین محل عامل اصلی بشمار می‌آید. هر چند که در سالهای اخیر در کشورهای اسپانیا و ایتالیا افراد و سازمانهای مختلف، جهت نجات سواحل از نابودی تدریجی مبارزه کرده‌اند اما از این تلاشها هیچ‌گونه نتیجه‌ای حاصل نشده است. مثل این است که در بعضی موارد نگهداری زیبائیهای سواحل و حفاظت از آن خیلی دیر شده است.

در سواحل توریستی دنیا، در طول صدها کیلومتر در نتیجه ایجاد هتلها، تأسیس رستورانها و ساختمان واحدهای مسکونی بدون توجه به ضابطه‌ها حالت طبیعی سواحل تغییر یافته و این عملکردها در ویران سازی محیط زیست انسان تأثیر فراوان بخشیده است. تقسیم سواحل به قطعات بدمنظر، سروصدای دائمی، آلودگی هوا، مشکلات ترافیک و تراکم شدید مردم محیط‌های ناسالمی از سواحل بدست داده است. توجه داشته باشیم که این نتایج مصیبت بار تنها از توسعه صنعت توریسم حاصل

نشده است بلکه از رشد غیر منطقی و استفاده ناگاهانه رشته های مختلف صنعت توریسم تأثیر پذیرفته است.

هم اکنون برخی از پارک های طبیعی افریقا زیر فشار منافع حاصل از جلب توریست به شدت زیان دیده است. اتومبیلهای زیادی در جاده های اطراف پارک های طبیعی افریقا توقف می کنند و این توقفها آن چنان افزایش یافته است که دیگر حیوانات وحشی از صدای ناشی از حرکت اتومبیلها و یا سایر وسایل نقلیه موتوری وحشت نمی کنند و یا از صدای مردم و دوربین های فیلمبرداری کوچکترین عکس العملی نشان نمی دهند. این چیزی است که جهانگردان هیچ وقت انتظار آن را نداشته اند.

در سراسر قاره افریقا، پارک های طبیعی به سبب وجود فردگاهها، ساختمانها، هتلها و کثرت مسافرین به تدریج نابود می شوند. از این رو ملاحظه می شود که محیط زیست انسان در خیلی از موارد از توسعه صنعت توریسم زیان می بیند و انواع آلودگیها بر محیط های طبیعی تحمیل می شود.

در شهر های نیز امکانات توریستی، مناطق حساس آن را اشغال می کند. لندن مثال خوبی در این باره است. در لندن هتلها در بخش های مهم شهر توسعه غیر قابل تصوری یافته است و با این جریان در نتیجه ساختمان هتل های بلند مرتبه، چشم انداز های دلپذیر شهری تقریباً ناپدید شده است. توسعه همه صنایع تغییراتی را در محیط زندگی سبب می شود ولی

توسعهٔ غیر منطقی صنعت توریسم زیباترین بخش محیط طبیعی را مورد تجاوز قرار می‌دهد.

زیانهای ناشی از توسعهٔ بی‌رویهٔ صنعت توریسم علاوه بر موارد بالا، جنبه‌های اداری، اقتصادی و سیاسی کشورها را نیز دربرمی‌گیرد بدانسان که در زیر می‌آید:

۱- در پاره‌ای موارد، سازمانها و تجهیزات توریستی به وسیلهٔ شرکتهای خارجی و یا افراد غیر بومی اداره می‌شود. این سازمانها در زمینهٔ توسعهٔ بی‌رویهٔ امکانات توریستی هیچ‌گونه عکس العملی نشان نمی‌دهند و دربرابر ویرانی محیط زیست، خود را مسئول نمی‌دانند. در فی‌جي<sup>۱</sup> درآمد حاصل از جلب توریست عاید مردم محلی نمی‌شود بلکه به صندوق شرکتهای خارجی سرازیر می‌گردد. در اغلب نقاط دنیا شرکتهای خارجی اداره‌کننده سازمانهای توریستی، بهترین قطعات زمین و زیباترین بخش سواحل را انتخاب می‌کنند ولی بعد از مدتی در نتیجهٔ عدم توجه مسئولین خارجی همهٔ امکانات طبیعی و زیبائیهای محل نابود می‌شود که در پیشتر موارد، حتی اقدامات بعدی دولتها نیز قادر به احیاء آنها نبوده و صنعت توریسم نیز دستخوش بحران طولانی خود می‌شود.

۲- سرمایه‌گذاری خارجیان در صنعت توریسم سبب می‌شود که به تدریج بخشی از اقتصاد ملی کشورها در اختیار شرکتهای خارجی قرار بگیرد و درجهٔ سود بیشتر، زیباترین قطعات زمینهای ساحلی به افراد

مختلف فروخته می‌شود. وضعی که در اسپانیا شرایط تأسف باری را سبب گشته است.

حال به داخل شهرها برگردیم و به یک آمار دیگر اشاره کنیم: مطالعات انجام شده در لندن نشان می‌دهد که تعداد افراد مست در لندن، امروزه خیلی بیشتر از ۱۰۰ سال پیش است. در پایتخت انگلستان، میزان مصرف سرانه نوشابه‌های الکلی خیلی بیشتر از سایر شهرهای آن است که مسلمًاً در بالارفتن میزان مصرف این قبیل نوشابه‌ها مسافرین خارجی و توریستهای فعلی سهم عمده‌ای دارند<sup>۱</sup>.

#### بیکاری واسطه‌ها در صنعت توریسم:

در چند دهه گذشته، مسافت به کشورهای خارجی تا حدودی مشکل و پیچیده می‌نمود. از این رو این قبیل مسافرتها مراجعت به واسطه‌ها و مشاورین را لازم داشت. حتی بنگاههای مسافربری و شرکتهای حمل کالا هردو به این واسطه‌ها احتیاج داشتند. با توسعه صنعت توریسم و ایجاد نمایندگیهای بزرگ، همه بنگاههای مسافربری این واسطه‌ها را افراد غیر لازم تشخیص داده و آنها را ترک گفتند. مسافرین خود نیز چنین تصور می‌کنند که مراجعت مستقیم به مراکز مسافربری می‌تواند راحتی بیشتری برای آنها تأمین کند. از این رو هم اکنون واسطه‌ها و دلالان مسافرتی از هر دو طرف زیر فشار قرار گرفته، منابع درآمد آنها قطع شده و یا کاهش

بسیار یافته است . چنین می نماید که این عده در شرایط کنونی از نظر از دست دادن منابع درآمد در روزی آسیب پذیر ترین افراد جامعه فراز گرفته اند. علل یکاری واسطه ها و دلالهای مسافر بر بیهارا می توان در عوامل زیر جستجو کرد :

- ۱ - به سبب افزایش میزان وسائل نقلیه ، پیش خرید و رزرو بلیط تاحدودی اهمیت سابق خود را از دست داده است. حتی مسافرت های هوایی نیز شباهت زیادی به مسافرت های زمینی پیدا کرده است .
- ۲ - در انواع مسافرت های دسته جمعی و یا فردی دریافت هزینه مسافرت به اقساط ، معمول گشته است و مسافرین با مراجعة مستقیم به سازمانهای توریستی خیلی سریعتر از سابق ترتیب مسافرت خود را می دهند .
- ۳ - میزان پرداختی شرکت های مسافر بری به واسطه ها فوق العاده افزایش یافته و این مسئله شرکت ها را مجبور به انتخاب راه های تازه ای درجهت جلب مسافر کرده است .
- ۴ - مسافرین اعتماد و اطمینان خود را به واسطه ها از دست داده اند. روزنامه ساندی تایمز Sundy times نشان داده است که چگونه عده ای از واسطه ها و دلالهای وابسته به سازمانهای تجاری و مسافر بری از مسافرین انگلستان و جهانگردانی که به این کشور می آمدند اخاذی می کردند و عده زیادی از مسافرین از این بابت همواره ناراضی بوده اند .

۵- به تدریج که آگاهیهای مردم درباره مسافرت بیشتر می‌شود و اطلاعات عمومی آنها بالامی گیرد نیاز کمتری به مشاوره با واسطه‌ها احساس می‌کنند.

۶- راهنمایی مسافرین در بانک‌ها و سازمانهای توریستی نیاز به واسطه‌ها و مشاورین را به حداقل ممکن می‌رساند. هم اکنون اغلب بانکهای معتبر با آژانس‌های مسافر بری در زمینه راهنمایی مسافرین، بیمه مسافرت و سایر فعالیتهای توریستی همکاری نزدیکی دارند.

در کشورهای توریستی دنیا به ویژه در سویس و فرانسه فروشگاههای بزرگ و مرکز پمپ بنزین نیز در تهیه تسهیلات، فروش و سایل مسافرتی، رزرو جا در هتلها مسافرین را صمیمانه یاری می‌دهند.

۷- افزایش مسافرت‌های خارجی به صورت دسته جمعی عامل دیگری در بیکاری واسطه‌های است. در انگلستان تقریباً نصف مسافرت‌های خارجی به طور دسته جمعی انجام می‌گیرد. در اینجا واسطه‌ها و یا سازمانهای کوچک دیگر نمی‌توانند با افراد طرف معامله باشند و همه کارها و مقدمات سفر به وسیله سازمانهای بزرگتری انجام می‌گیرد و از این طریق راحتی بیشتر مسافرین تأمین می‌گردد.

### شرایط ایجاد سازمانهای جهانگردی :

۱- درجهت ایجاد سازمانهای جهانگردی نیاز فوری به کارکنان و کارمندان متخصص بیشتر احساس می‌شود. وجود کارمندان متخصص

سبب می‌گردد که پژوهش کافی در منطقه اداری آنها صورت گیرد و کیفیت امر توریستی در سالهای آینده بررسی شود.

۲- دولتها باید سازمانهای جهانگردی را حمایت کنند تا این سازمانها بتوانند در پاره‌ای از ادارات دولتی که به نحوی با صنعت توریسم ارتباط دارند نفوذ و رابطه قابل پذیرش داشته باشند.

۳- سازمانهای توریستی لازم است که از جهات مالی از طرف دولتها کاملاً پشتیبانی شوند تا فعالیت خود را با اطمینان بیشتری دنبال کنند.

۴- شرکتها و مؤسسات بازرگانی که به نحوی با صنعت توریسم در ارتباط اند در جهت گسترش ابعاد فعالیتهای جهانگردی، لازم است که در زمینه‌های گوناگون، سازمانهای جهانگردی را یاری دهند.

۵- سازمانهای توریستی لازم است که از کارمندان ورزیده در شاخه‌های مختلف صنعت توریسم تشکیل شود تا هر یک از آنها در رشته‌های گوناگون این صنعت، هدفها و مسیرها را تعیین کنند.<sup>۱</sup>

### وظایف و هدفهای سازمانهای جهانگردی :

هدف و وظیفه سازمانهای جهانگردی بالا بردن جریانهای توریستی تا حیه‌ای و جهانی است که در مسیر آن بهره‌گیریهای اقتصادی و اجتماعی کشور نیز مورد توجه است. در راه بکار گرفتن هدفها و وظایف سازمانهای توریستی تأکید در عواملی که بدانها اشاره می‌شود ضروری می‌نماید:

- ۱- تجربه‌های کشورهای توریستی جهان، نمایشگر این واقعیت است که یک طرح جامع توریستی در اقتصاد کشورها عمیقاً تأثیر می‌بخشد و در شکوفایی جریانهای فرهنگی مؤثر می‌افتد. سازمانهای توریستی می‌توانند به بهترین شکلی تولیدات داخلی و صنایع کشوری را در بازارهای بزرگ توریستی عرضه کنند و یا برای این کالاهای بازار فروش تهیه نمایند. بدینسان سازمانهای جهانگردی قادرند باروشهای منطقی در مسیر بهبود فرآورده‌های محلی، نواحی مختلف یک کشور را به تحرک اقتصادی وادارند.
- ۲- سازمانهای جهانگردی مسئولیت دارند که موانع موجود در راه جلب توریست در ادارات و سازمانهای دیگر را بررسی نمایند و درجهت از میان برداشتن این موانع، اقدامات جدی صورت دهند.
- ۳- سازمانهای جهانگردی وظیفه دارند که مردم نواحی شهرهای توریستی را از اهمیت توسعه صنعت توریسم آگاه سازند. شاید در این باره عملکرد سازمانهای توریستی فرانسه که مردم را مرتبآ در جریان منافع و سودهای حاصله از صنعت توریسم قرار می‌دهند روش آموختندهای بشمار آید.
- ۴- لازم است که سازمانهای توریستی از استقلال مالی برخوردار گردند تا قادر باشند به پاره‌ای از طرحهای شرکتها که به نحوی با صنایع توریستی در ارتباط است یاری دهند.
- ۵- در هر کشور وزارت خانه مستقلی به نام وزارت جلب جهانگردان تشکیل شود تا بتواند همه اختلاف سلیقه‌های موجود بین وزارت خانه‌هارا

که در امر صنعت توریسم ظاهر می‌گردد به توافق نزدیکتر سازد.

از وظایف این وزارت خانه است که کمیته‌هایی از نمایندگان و کارشناسان چند وزارت خانه و شرکتهای بازرگانی و مسافربری تشکیل دهد و درجهٔ تهیهٔ امکانات توریستی و بر طرف کردن نارسا یهای موجود



صنایع محلی و جلب توریست

کارشناسان سازمان ملل درجهٔ جلب توریست با کشورهای در حال توسعه همکاری می‌کنند. این عکس یکی از کارشناسان سرامیک سازی را به نگام بررسی صنایع محلی روستاهای گینه جدید نشان می‌دهد.

تصمیمات لازم اتخاذ نماید<sup>۱</sup>.

۶- سازمانهای توریستی وظیفه دارند که همه فعالیتهای مربوط به تولیدات توریستی را هم‌آهنگ و مناسب با نیاز بازارهای توریستی سازند.

۷- یکی از مهمترین وظایف سازمانهای جهانگردی بازاریابی جهت محصولات کشوری در بازارهای جهانی است.

۸- سازمانهای توریستی مسئولیت دارند که در امر سرمایه‌گذاری شرکتها و مؤسسات خصوصی فعالیت ثمر بخشی نمایند و با تشویق مؤسسات در راه سرمایه‌گذاری در شاخه‌های صنعت توریسم و ناظارت به کار آنها به صنعت سودآور توریسم یاری دهند.

فعالیت سازمانهای توریستی لازم است از مدتها پیش طرح ریزی شود تا بتوانند وظایف و هدفهای خود را با توجه به تغیر وضع بازارهای توریستی هماهنگ سازند. از طرفی در طرح برنامه‌های توریستی باید از جنبه‌های بازرگانی مسأله نیز غافل‌ماؤد بلکه ناظارت بر پاره‌ای از تولیدات کشوری و امن بازاریابی به ویژه جهت محصولاتی که در بازارهای جهانی تحت تأثیر رقبهای بین‌المللی قرار می‌گیرد از وظایف و هدفهای اصلی سازمانهای توریستی محسوب می‌شود.

در طرح برنامه‌های توریستی بهتر است که همه تجربه‌های کشورهای توریستی بکار گرفته شود و لازم است که با در نظر گرفتن شرایط طبیعی و

اجتماعی کشور، پاره‌ای از این تجربه‌ها را اخذ کرد و در برنامه‌های توรیستی جای داد.

به هنگام طرح بر نامه‌های توریستی، توجه به موارد زیر ضروری می‌نماید:

۱- ارزیابی از امکانات و ظرفیت توریستی نواحی کشور.  
 ۲- مطالعه و بررسی در پروژه‌های مهم کشوری در رابطه با مسئله توریست.

۳- تحقیق در بازارهای مهم توریستی.  
 ۴- طرح‌های مکمل توسعه صنعت توریسم.  
 ۵- تأکید در قوانین صنعت توریسم در زمینه‌های بازرگانی و بازاریابی.

۶- پیش‌بینی نیازهای آینده درجهت تربیت و آموزش کارشناسان توریستی.

۷- تعیین روش دولتها درامر توریست.  
 ۸- مطالعه سهم اقتصاد توریستی در اقتصاد کشور<sup>۱</sup>.

بادرنظر گرفتن موارد بالاچنین می‌نماید که قوانین منوط به امور مالی باید طوری تنظیم شود که سازمانهای جهانگردی قادر باشند طرحها و فعالیتهای خود را در سالهای آینده ق بلا پیش‌بینی کنند.

یکی دیگر از وظایف سازمانهای جهانگردی تشویق دولتها در

جهت اعطای وام باشایط مناسب به شرکتها و بخش خصوصی است.

در پایان این بحث یادآوری این نکته نیز ضروری است که در طرح برنامه‌های توریستی نمی‌توان از یک روش خاص تبعیت کرد. بلکه لازم است از شکستها و پیشرفت‌های کشورهای توریستی جهان تجربه اندوخت و آنها را درجهت بهبود بخشیدن به شرایط اقتصادی و اجتماعی صنعت توریسم بکار بست.

### مسئله راهنمایان جهانگردی :

نظر توریستهای جهانی بر این است که همه راهنمایان جهانگردی از افراد آموخته و بی تفاوت به وظیفه خود انتخاب شده‌اند و می‌توانند تنها به زبان محلی صحبت کنند. درجهت توسعه صنعت توریسم لازم است که در انتخاب راهنمایان جهانگردی و آشنا به یک زبان خارجی دقت کافی صورت گیرد و آنها را با آموخته صحیح برای راهنمایی جهانگردان خارجی تربیت کنند.

از طرفی بعد از انتخاب شایسته‌ترین افراد، لازم است که در تأمین درآمد حقوق مکفى برای آنها کوشش کرد تا انجام وظیفه این راهنمایان جهانگردی متکی بر انعام و پاداش توریستهای خارجی نباشد. راهنمایان جهانگردی بایستی نسبت به وظیفه‌ای که انجام می‌دهند حقوق دریافت دارند. در پاره‌ای اوقات به ویژه در فضول جهانگردی می‌توان با تشکیل کلاس‌های کوتاه مدت عده‌ای از داشتجویان و معلمین علاقمند رانیز جهت

راهنمایی جهانگردان به طور نیمه وقت استخدام کرد. همه افرادی که کلاسهای دوره‌های جهانگردی را گذرانده اند بایستی با سپردن ضمانت نامه، گواهی نامه خودرا برای راهنمایی جهانگردان دریافت دارند. زیرا جهانگردان خارجی از جهت اموال خود و یا راهنماییهای لازم با مشاهده این گواهی نامه‌ها اعتماد بیشتری به راهنماها پیدا می‌کنند و این به ویژه در یک کشور خارجی جهت آنها بسیار مغتنم است.

مثل این است که راهنماهای تربیت شده می‌توانند زمینه‌های کاملاً مساعدی درجهت توسعهٔ برنامه‌های توریستی فراهم سازند.

### مؤسسات آموزشی جهانگردی :

رشد سریع صنعت توریسم مسائل و مشکلات چندی را در راه جذب کارمندان آموزش دیده بدست می‌دهد. در اینجا مسئله مهم در جذب نیروی انسانی متخصص عبارت است از :

۱ - در صنعت توریسم ساعات کار نامتعین است.

۲ - مزد دریاققی در صنعت توریسم کمتر از سایر صنایع است.

در کشورهایی نظیر فرانسه، آموزشگاههای ویژه‌ای جهت تربیت یک کادر ورزیده برای خدمت در سازمانهای توریستی تأسیس شده است اما متأسفانه عده‌ای از جوانان پس از کسب آموزشهای لازم، از خدمت در بخشهای توریستی و مسافربری دوری می‌جویند. در این زمینه توجه به مواردی که بدانها اشاره می‌شود می‌تواند در بر طرف کردن پاره‌ای از نارسا یهای مأمور نباشد:

- ۱- بالا بردن سطح تحضیلات توریستی و یکسان کردن ارزش گواهینامه ها و دیپلم های این آموزشگاهها با سایر آموزشگاههای مشابه .
- ۲- ایجاد آموزشگاهها و مدارس عالی توریستی و به وجود آوردن امکانات استخدام در این رشته .
- ۳- امکان ادامه تحصیل تا اخذ درجه لیسانس و جذب در شاخه ها و مشاغل مربوط به صنعت توریسم .
- ۴- تشکیل کلاس های مرتب درجهت بالا بردن سطح تحضیلات توریستی در داخل و خارج کشور .

در پاره ای از کشورها نظیر ایتالیا و فرانسه دولتها مستقیماً بر نامه های جهت تربیت و آموزش مردم در صنعت توریسم تشکیل می دهند و از میان داوطلبان ، واجدین شرایط را انتخاب می کنند . در برخی از کشورهای نیز مانند امریکا و هلند دولتها در امر توریستی دخالت نمی کنند بلکه بیشتر امورات وابسته به صنعت توریسم را به بخش خصوصی واگذار می نمایند . در کشورهای توریستی ، آزاده های مسافرتی ، صاحبان هتلها و سازمانهای حمل و نقل دوره هایی جهت آموزش کارمندان خود تربیت می دهند . در کشور ایتالیا از طرف دولت یک برنامه آموزشی در سه دوره تنظیم شده است :

- ۱- دوره سه ساله برای داوطلبان جوان بین سنین ۱۶-۱۷

- ۲- یک دوره پنجساله جهت داوطلبان جوان بین سنین ۱۹-۱۴
- ۳- آموزش دانشگاهی یا آموزش از طرف مؤسسات مختلف در سطوح دانشگاهی .

این مؤسسات جهانگردی به وسیله سازمانها آموزشی و تجاری اداره می شوند و برنامه های آنها اغلب شامل دو زبان خارجی و مبانی بازرگانی است البته بعداً دوره تخصصی کار آغاز می گردد . دانش آموزانی که در امتحانات نهایی موفق می شوند گواهینامه اداره توریستی را دریافت می دارند و می توانند در قسمتهای مختلف ادارات جهانگردی و یادربخش های خصوصی مثل شرکتهای مسافر بری، شرکتهای هواپیمایی، سازمانهای کشتیرانی و شرکتهای توریستی استخدام شوند .

در بعضی قسمتهای ایتالیانیز مؤسسات آموزشی جهت تربیت افراد برای جذب در شرکتهای مسافر بری تأسیس شده است که ونیز ، میلان ، رم و پالermo آن جمله است . به طور کلی برنامه تحصیلی همه آموزشگاهها و مدارس عالی جهانگردی تأکید روی ساعت درس جغرافیای جهانگردی، زبانهای خارجی، قوانین جهانگردی و بالاخره مشاغل مربوط به شرکتهای مسافر بری است .

### آموزش کارمندان سازمانهای جهانگردی :

در سالهای اخیر در اغلب کشورها ، بررسیهایی در زمینه کارمندان آموزش دیده سازمانهای جهانگردی صورت گرفته است این بررسیها معلوم

می دارد که در پاره‌ای از کشورهای اروپایی نظیر انگلستان و سویس کمبود کارمندان آموزش دیده کاملاً محسوس است و در بعضی از کشورهای توریستی دنیا رقم کارمندان آموزش دیده مورد نیاز، از ۸۰/۰۰۰ نفر تجاوز می‌کند.

حرکتهای توریستی که از سال ۱۹۵۰ شدت گرفت کشور سویس را به سرعت دچار مضيقه کارمندان آموزش دیده ساخت. امروزه در کشور سویس چند صد هزار نفر از طریق هتلداری، پیشخدمتی در هتلها، اداره رستورانها، حمل بارمسافرین، مدیریت و تهیه مواد لازم برای توریستها امر ارمعاش می‌کند. پاره‌ای از این کارمندان و کارگران به طور نیمه وقت و عده‌ای تمام وقت کار می‌کنند.

در همه کشورها اجرای موقفيت آمیز بر نامه‌های توریستی تا حدود زیادی به وجود کارمندان و کارکنان آموزش دیده و با تجربه هتلها بستگی دارد و در همه جای دنیا کمبود کادر متخصص در امر هتلداری مسئله مهمی بشمار می‌آید. مسئله‌ای که تا کنون کمتر بدان توجه شده است.

در فارسایی عدم تجهیزات کافی هتلها دو عامل بیش از همه جلب نظر می‌کند:

- ۱- کمبود کارمندان و پیشخدمتهاي آموزش دیده.
  - ۲- عدم توجه به آموزش عده‌ای از داوطلبان و اجد شرایط جهت اشتغال در امر هتلداری و مدیریت.
- مهم این است که صنعت توریسم یک صنعت فصلی است و ممکن است

بعد از پایان فصل توریستی، بیکاری عده زیادی از شاغلین درامر هتلداری را نهیدید کند. این مسأله توجه جدی می طلبد.

در اغلب کشورها نظیر انگلستان، صنعت توریسم به ویژه مشاغل مربوط به هتلداری نمی تواند جوانان را جذب کند به طوری که دو نفر از سه نفر از کارکنان هتلها را زنان تشکیل می دهند. اما بیش از  $\frac{1}{3}$  زنان به طور نیمه وقت کار می کنند. در عوض کارگران و کارکنان خارجی بیشتری وارد بخش‌های هتلداری می شوند. بخشی که بهره‌گیری از آن بیش از سایر صنایع است. در بسیاری از کشورهای توریستی امر هتلداری به تدریج در اختیار افراد خارجی قرار می گیرد.

### آموزش کارمندان هتلها:

چند دهه است که آموزش افراد برای تصدی مشاغل هتلداری و فروشنده مورد توجه قرار گرفته است. هدف این است که این افراد بتوانند مهدیانه و در اسرع وقت نیازمندیان و مراجعه‌کنندگان را برآورد سازند. در انتخاب داوطلبان مشاغل مربوط به هتلداری لازم است که حس مهمان نوازی، صمیمیت و عاطفه شرکت کنندگان نیز در نظر گرفته شود.

مطالعات انجام شده نشان می دهد که جهت هر ۱۰۰۰ تخت هتل‌ها، احتیاجات پرسونلی در حدود ۱۳۵ کارمند آموزش دیده می باشد. برای تربیت هنرجویان مدارس هتلداری بایستی همه امکانات لازم را بکار گرفت

و این هنرجویان را با رشته‌های مختلف هتلداری آشنا ساخت تا از عهده انجام کارهای گوناگون مربوط به مسافرین، جهانگردان و امور داخلی هتلها برآیند.

ایجاد هتلها بزرگ توریستی دورنمای تازه‌ای را در امر هتلداری بوجود آورده و به صنعت هتلداری روش‌های جدید و مدیریت تازه‌ای بخشیده است. بجهت نیست که امروزه در مدارس هتلداری علاوه بر آموزش‌های نظری به آموزش‌های عملی مسلط نیز توجه کافی معمول می‌گردد. البته مدارس هتلداری درجهت آشنایی بیشتر دانشجویان بایستی به همه وسائل و تجهیزات هتلها مجهّز گردد.

در کشورهای در حال توسعه، استخدام درسازمانهای جهانگردی و اداره هتلها کمی مشکل می‌باشد در صورتی که این ممالک بخواهند صنعت توریسم را توسعه بخشنده وجود کارمندان آموزش دیده و متخصص در سطوح



مختلف توریسم به ویژه در امر هتلداری ضروری می‌نماید.  
کشورهای در حال توسعه در مسیر توسعه صنعت توریسم لازم است  
به موارد زیر توجه بیشتری نمایند<sup>۱</sup>:

۱- تعیین میزان کارمندان مورد نیاز در دوره‌های کوتاه مدت  
و دراز مدت.

۲- ایجاد تسهیلات کافی برای تربیت و آموزش کارمندان مورد  
نیاز.

۳- اختصاص هرینه لازم جهت آموزش کارمندان مورد نیاز.  
در کشورهای در حال توسعه که نمی‌توان صدها کارمند را برای اخذ  
تخصص و گذراندن دوره‌های آموزشی به ممالک توریستی اعزام داشت  
لزوم ایجاد مدارس و کالج‌های جهانگردی و هتلداری بیش از پیش احساس  
می‌شود.

### عنوان مؤثر در توسعه صنعت توریسم

در همه کنفرانسها که تاکنون از طرف سازمانها و مؤسسات جهانی  
در زمینه صنعت توریسم برگزار شده است تأکید روی تسهیلات لازم در  
جهت جلب توریست بیشتر بوده است. این تسهیلات شامل آسان‌گیری در  
صدور اسناد مربوط به مسافرت، موافع گمرکی، اجازه خرچ پول و اجازه  
مسافرت به کشورهای مختلف می‌باشد:

**گذرنامه :**

در حال حاضر از میان برداشتن گذرنامه در مقیاس جهانی تقریباً غیر عملی است هر چند که این مسأله در توسعه صنعت توریسم یکی از عوامل مؤثر محسوب می شود. بعضی از کشورها صدور گذرنامه را برای جهانگردان و مسافرین ممالک همسایه ملغی ساخته و به جای آن کارت شناسایی که به طور رسمی صادر می شود و گاهی همان ارزش گذرنامه را دارد بکار می برند.

درجہت جلب رضایت جهانگردان لازم است که مدت زمان صدور گذرنامه خیلی کوتاه گردد و کارهای طولانی وسطحی آن حذف شود. در ضمن هزینه های صدور گذرنامه نیز به حداقل کاهش یابد. در برخی از کشورها صدور گذرنامه هزینه ناچیزی دارد و دریکی دو کشور نیز صدور آن مجانی است. با توجه به نکات بالادقت در موارد زیر ضروری می نماید:

- ۱ - گذرنامه صادره، مسافت به همه کشورهارا شامل گردد.
- ۲ - لغو گذرنامه زمانی عملی شود که کارت شناسایی، آسانتر و ارزانتر به دست جهانگردان و مسافرین برسد.

**ویزا :**

در سالهای اخیر، لغو ویزا و رود و ساده کردن تشریفات مربوط به آن پیشرفت زیادی داشته است. کشورهای اروپای غربی بسیاری از تشریفات ویزا را حذف کرده اند و پارهای از کشورهای اروپای شرقی

به وضع قوانینی دست زده‌اند که ویزا را میان خود لغو کنند. در برخی موارد، در کشورهای خاورمیانه، افریقای شمالی و امریکای لاتین فکر لغو ویزا به طور متقابل عملی شده است. در زمینه توسعه صنعت توریسم بررسی موارد زیر لازم بنظر می‌رسد:

- ۱- ویزا جهت اقامتهای کمتر از ۷۲ ساعت لغو شود.
- ۲- در صورتی که لغو ویزا عملی نباشد در مرزها بدون دریافت وجهی نسبت به صدور آن اقدام شود.
- ۳- ویزای خروج از موانع جدی درجهت جلب توریست می‌باشد سعی شود که این قبیل ویزاهای لغو گردد.

### ثبت نام و بازرسی:

ثبت نام در ادارات پلیس هر چند که یک عمل قانونی محسوب می‌شود ولی در آرامش خاطر توریستهای خارجی اثرات سوئی دارد. در کشورهای بلغارستان، دانمارک، ایرلند، کویت، چکسلواکی و تونس از توریستها می‌خواهند که در ادارات پلیس ثبت نام کنند. این ثبت نام که بیشتر به صورت سطحی عملی می‌شود بهتر است که مستقیماً در هتلها انجام گیرد.

در اغلب کنفرانسها که در زمینه توسعه صنعت توریسم برگزار شده است حذف موانع مالیاتی و عوارض مورد تقاضامی باشد. علاوه بر این تسریع در امر نظارت در پستهای مرزی توصیه شده است. توقف چند ساعتی توریستها در پستهای مرزی عاملی است که در ناراحتی و کم حوصله‌گی توریستها

خارجی مؤثر می‌افتد. در بیشتر کشورها معطل شدن در فضول جهانگردی یک امر طبیعی تلقی می‌شود. از میان برداشتن موائع مرزی و تشریفات زاید به طرز تفکر مسئولین سازمانهای جهانگردی و ادارات دولتی وابسته است. این امر در کشورهای مختلف به شکل‌های گوناگون عمل می‌شود و در طرز تلقی و قضاوت توریستهای خارجی نسبت به کشورهای میزبان اثرات فوری می‌بخشد.

#### معاینه بهداشتی :

همه سازمانهای جهانگردی و مسافربری وظیفه دارند که شرایط بهداشتی و امراض بومی کشورهای توریست پذیر را قبل از اطلاع توریستها بررسانند تا پیش از مسافرت گواهی نامه بهداشتی و واکسیناسیون در برابر امراض معین کسب شود.

#### وسایل نقلیه :

کنفرانسهای مربوط به امر جهانگردی ایجاد تسهیلات کافی برای جهانگردانی که می‌خواهند با اتومبیل خود مسافرت نمایند توصیه می‌کنند. در این زمینه سعی می‌شود که ورود و خروج اتومبیل از کشور توریست پذیر آسان گردد. بسیاری از کشورهای اروپای غربی به لغو تشریفات زاید مربوط به ورود و خروج اتومبیلهای شخصی و کشتیهای تفریحی دست زده‌اند. کارت سبز در مورد یکمین شخص ثالث از طرف اغلب کشورهای

اروپای غربی و شرقی به طور متقابل قبول شده است.

گواهینامه‌های رانندگی که از طرف مقامات مسئول کشورها صادر می‌شود و همچنین گواهینامه‌های رانندگی بین‌المللی باید در همه‌جا معتبر شناخته شود.

لازم است که کارت بیمه بین‌المللی «کارت سبز» عمومیت یابد و تا حد ممکن در دسترس مردم قرار گیرد. چون در کشورهای مختلف، عوارض بندی به قطعات یدکی اتومبیلها به طور یکسان صورت نمی‌گیرد لازم است که درجهت رعایت حال جهانگردان، عوارض مربوط به لوازم یدکی اتومبیلها لغو شود.

### گمرک و موانع پولی:

با وجود پیشرفت‌های اخیر در زمینه مسائل مختلف جهانگردی بدست آمده است بازهم موانع گمرکی در بیشتر کشورها پابرجاست. در این باره درجهت جلب توریست توجه به موارد زیر ضروری می‌نماید:

۱- به هنگام ورود و خروج جهانگرد سعی شود که بازرسی و نظارت بر اموال و بار و بنه مسافر به حداقل کاهش یابد.

۲- درباره نوشته‌های کتبی جهانگردان تنها به موارد کاملاً استثنایی اشاره شود.

در کنفرانس دم که درجهت ایجاد تسهیلات و آسان‌گیری برای

جهانگردان تشکیل شده بود پیشنهاد گردید که هر جهانگرد تواند حداقل ۵۰۰ دلار به پول کشور دیگر تبدیل کند . هر چند که از زمان تشکیل کنفرانس رم ( ۱۹۶۳ ) پیشرفت‌های قابل ملاحظه‌ای در زمینه تبدیل پول حاصل آمده است اما هنوز هم در موارد بسیار این اجازه کمتر از ۲۷۵ دلار را شامل می‌گردد .

از طرف اتحادیه‌های مسافربری و شرکتها ، میزان پولی که یک جهانگردی تواند در موقع مسافرت به پول دیگری تبدیل کند ۷۰۰ دلار تعیین گردیده است .

#### تسهیلات محلی :

یکی از عوامل مهم در جلب رضایت توریستها ، میزان تسهیلاتی است که درجهت گردش ، بازدید و تفریح در همه نقاط کشور فراهم می‌آید . تاتوریستها بتوانند آزادانه و دلخواه آنچه را که می‌خواهند به بینند . هم‌اکنون در اغلب کشورهای در حال توسعه این قبیل تسهیلات آماده نیست و در بیشتر کشورهای نیز تنها وسیله‌ای که جهت رفت و آمد در دسترس توریستها خارجی قرار گرفته است تاکسیهای شهری است . در شهرهایی که تاکسی‌ها قادر تاکسی‌سیمتر می‌باشند از توریستها کرایه بیشتری می‌طلبند و رفتار رانندگان تاکسی با آنها چندان رضایت‌بخش نیست .

در پاره‌ای از نواحی توریستی ، سازمانها و شرکتهای تاکسی‌رانی رانندگان را در زمینه طرز دفاتر بانوریستها آموزش می‌دهند . این رانندگان

با دریافت نرخ ثابتی علاوه‌مندند که خدمات بیشتری به توریستها انجام دهند.

توان گفت که وضع ناهنجار و ناهمسان تاکسیرانی در شهرهای توریستی می‌تواند به صنعت توریسم زیانهای جبران ناپذیری وارد آورد.<sup>۱</sup> مثل این است که اقدامات و نظارت جدی دولتها و سازمانهای جهانگردی در زمینه ایجاد تسهیلات، لازم می‌باشد.

#### مسئله مالیات و صنعت توریسم :

درجهان ما، صنعت توریسم به عنوان یک منبع مهم درآمد روزبه روز اهمیت می‌یابد. چرا که همه ساله بر میزان توریستها افزوده می‌شود و امکانات تازه‌ای برای آنها فراهم می‌گردد. درجهت سودجوستان از صنعت توریسم لازم است که در اخذ مالیات تخفیفهای موردنظر عملی شود. چنانکه کشورهای فرانسه، یوگسلاوی و رومانی برای خریداران عمده، امتیازات مالیاتی می‌دهند. ایتالیا، بلغارستان و کشور مغرب نیز در تهییه بنزین تخفیفهایی قابل شده‌اند.

مواردی که در زیر می‌آید مسائل عمده‌ای است که بایستی درجهت تعديل مالیات و یا نحوه اخذ عوارض به دقت مطالعه و بررسی شود تا در جریان توسعه صنعت توریسم توقفی صورت نگیرد:

- ۱- مسئله عوارض بر بليط مسافرت باهوایما، کشتی، راه آهن و اتوبيل.

- ۲- عوارض فرودگاهها و بنادر.
- ۳- مسئله عوارض بر ورود وسایل نقلیه موتوری؛ اتومبیلها، هواپیماهای شخصی و کشتیهای تفریحی.
- ۴- مالیات هتلها و رستورانها.
- ۵- دریافت مبلغی جهت ویزا و یا سایر اسناد مسافرتی.
- ۶- عوارض خروج ازکشور.
- ۷- مسئله مالیات برای خرید ارز خارجی.
- ۸- عوارض ورود به مکانهای تفریحی.

### عوارض برمسافر تهای هوایی و دریایی:

در بعضی موارد مسافرین مجبورند که چند نوع مالیات و عوارض بپردازنند. که عوارض فرودگاهها، عوارض فروش بلیط خطوط هوایی و پرداخت هزینه اضافه بار از آن جمله است.

در پارهای ازکشورها به هنگام سوارشدن و یا پیاده شدن در فرودگاهها مبلغی دریافت می‌شود. گفته می‌شود که مبلغ اخذ شده در فرودگاهها در جهت پرداخت حقوق و مزد خدمه فرودگاهها صورت می‌گیرد زیرا همین خدمه و کارگران فرودگاهها، همه نوع تسهیلات در اختیار مسافرین قرار می‌دهند.

درمسافر تهای دریایی عوارض باراندازی، مالیات مخصوص و عوارض بهداشتی دریافت می‌شود. در موارد بسیار اخذ عوارض بر اساس ضابطه‌هایی

است که در آن سُن مسافر، درجه و کیفیت قادر کشته، مقصد مسافر و قیمت بلیط در نظر گرفته می‌شود. عموماً در بیشتر بنادر عوارضی اخذ می‌گردد اما مسافرین متوجه این واقعیت نمی‌شوند زیرا عوارض مورد نظر روی قیمت بلیط آنها اضافه می‌گردد.

میزان عوارض در بنادر گاهی تا ۱۰٪ - ۱۵٪ کرایه نیز می‌رسد. عدم آگاهی مسافرین کشتیها از میزان عوارض پرداختی سبب می‌شود که در موارد ضروری بر میزان آن افزوده شود.

#### عوارض مسافر تهای نمی‌بنی :

بسیاری از کشورها جهت ورود اتومبیلها و وسایل نقلیه توریستی تسهیلات موقّتی قابل می‌شوند. عوارض و مالیات‌هایی که برای وسایل نقلیه مسافرین وضع می‌شود عبارتند از:

۱- عوارض بر خرید و فروش.

۲- عوارض بر گردش وسایل نقلیه.

۳- عوارض و مالیات بر مواد سوخت «مالیات بنزین».

اتحادیه حمل و نقل بین‌المللی غالباً بر دولتها فشار می‌آورد که در مورد حمل و نقل بین‌المللی از راه زمین، عوارض را یکنواخت و استاندارد نمایند. بدین قریب که سعی شود در پرداخت هرگونه هزینه اضافی تفاوتی میان توریستهای داخلی و خارجی بوجود نیاید و مسافرین خارجی از پرداخت

عوارض به دفعات مختلف معاف گردد.

توریستهای خارجی معمولاً به یک نوع عوارض محلی نیز برخورد می‌کنند که به وسیله مسئولین محلی اخذ می‌شود. در اغلب موارد این قبیل درآمدها بزرگترین رقم در آمد محلی و شهری می‌باشد که نمی‌توان وصول آن را نادیده گرفت.

درجہت رفاه و آسایش توریستها و تجهیز تأسیسات توریستی بهتر است که بخشی از این درآمدها مستقیماً به امر توریستی اختصاص یابد.

### عوارض هتلها و رستورانها:

پاره‌ای از کشورها برای اقامت در هتل‌های درجه یک و لوکس عوارضی دریافت می‌کنند. میزان دریافتی معمولاً بین ۱۰٪ - ۱۵٪ صورت حساب می‌باشد. در برخی از کشورها این مبلغ به صندوق درآمدهای سازمان جهانگردی محل پرداخت می‌شود. در صورت اخذ این عوارض شایسته است که بخشی از آن درجهت امر تبلیغات جهانگردی و سایر مسائل توریستی خرج شود.

### نتایج حاصل از وضع مالیات و عوارض در صنعت توریسم:

همه مالیاتها و عوارضی که در موارد مختلف بر صنعت توریسم تحمیل می‌شود فشاری درجهت تضعیف این صنعت جهانی محسوب می‌گردد. برای رونق بخشیدن به بازارهای توریستی و در نتیجه مسافرت ملیونها انسان

عالقمند درقاره‌ها و کشورهای مختلف جهان، لازم است همه و یا بخشی ازاین مالیاتها و عوارض لغو شود. البته لغو همه عوارض و مالیاتها این خطر را دارد که ممکن است بیشتر سازمانها و مؤسسات توریستی که از طریق اخذ عوارض و مالیات فعالیت می‌کنند به ناچار تعطیل شوند و یا میدان فعالیت محدودی بیانند.

وضع عوارض، شکل و محل پرداخت آن باید طوری تنظیم شود که عصبانیت و ناراحتی حاصل از پرداخت عوارض به حداقل برسد و بازآئه روشهای خاصی مالیات و عوارض در فرستهای مناسبی اخذ گردد مثلاً موقع تهیه بلیط هواییما اخذ عوارض مناسب ترازو قوت سوارشدن به هواییماست.

### نتیجه‌گیری :

به طور کلی موافع زیادی درجهت جلب توریست وجود دارد. این موافع، سال‌ها قبل که حجم توریست چندان زیاد نبود شاید بی‌اهمیت جلوه می‌کرد. در حالی که امروزه مسافت مردم در عرض چند ماه از سال که با هواییما صورت می‌گیرد گاهی از جمعیت یا کشور اروپائی نیز بیشتر می‌شود. روشن است که در این مسافرت‌ها، موافع سر راه جهان‌گردان خیلی از مسائل را تحت تأثیر قرار می‌دهد.

عقیده عمومی براین است که تسهیلات و آزادی بیشتری معمول گردد. اغلب دولتها به موافع موجود کاملاً آگاهی دارند اما اقدامات جدی لازم است تا موافع موجود در زمینه‌های گمرکی، تبدیل پول و اخذ

ویزا بر طرف شود . در این باره توصیه های کنفرانس رم مورد قبول ۵۰ کشور جهان قرار گرفته است که عضوا تحادیه بین المللی سازمانهای مسافرتی می باشند . البته برخی از کشورها نیز حتی از کنفرانس رم پا فراتر نهاده وقوانین مسافرتی تغییر پذیری را جهت کشورهای دوست تدوین کرده اند . موانع موجود در زمینه توسعه صنعت توریسم ، غالباً سازمانهای جهانگردی و مسئولین مربوطه را دلسرب می سازد از این رو عده زیادی از کارشناسان صنعت توریسم و سرمایه گذاران بخش های توریستی در کشورهایی فعالیت می کنند که در جهت پیشرفت کار آنها امکانات لازم تهیه دیده اند .

انتظار برای دریافت ویزا از عواملی است که در دلسربی توریستها تأثیر می بخشد . رفتار مأمورین مرزی عامل دیگری است که اثرات روحی ناگواری در مسافرین دارد و چه بسا که مدت اقامت آنها را به حداقل می رساند .

توریستها عادت دارند که در مرزها از آنها به گرمی استقبال شود و از همان لحظه ورود به کشورها با اطمینان و آرامش بیشتری پذیرفته شوند .



## فهرست اعلام

	ت
اوگاندا	۸۰
ایتالیا	۶۵، ۶۳، ۵۹، ۵۲، ۵۱، ۱۲
	۱۲۴، ۱۱۴، ۱۱۳
ایرلند	۹۸، ۷۱، ۷۰، ۶۷، ۵۴
	الف
اووسلیم	۷۹
آذربایجان	۳۶
آسیا	۱۲، ۶۰، ۵۲، ۴۲، ۴۰
آگیلوی	۵
آلپها	۸۳، ۸۲
آلن	۹۹، ۶۷، ۶۲، ۵۴، ۵۱
	ب
بارسلون	۶۴
باکینگهام	۳۴
بلژیک	۵۴
بلغارستان	۵۳
بنارس	۳۸، ۳۶، ۳۵
	پ
برافت	۸
پرتغال	۶۵، ۶۳، ۵۳
پری اوبراائزکی	۹
بوردویریکو	۵۲
	ت
تایلند	۳۳
ترافالگار	۳۴
ترکیه	۵۳
توندوخلیوف	۱۰
تونس	۸۱
	د
اتحاد جماهیر شوروی	۹
اروپا	۲۵، ۶۰، ۵۷، ۵۲، ۵۱
اسپانیا	۱۲، ۳۳، ۲۶، ۵۱، ۵۲
	۷۰، ۶۶، ۶۵، ۶۴، ۶۳
استرالیا	۴۱، ۶۰، ۴۴
استون چونز	۷
اسرائیل	۷۷، ۷۶، ۷۵، ۷۴، ۵۴
	۷۸، ۷۹
اطریش	۹۹، ۷۰، ۶۵، ۶۲، ۵۲، ۵۱
افریقا	۱۰۱، ۶۱، ۶۰، ۵۲، ۴۲، ۱۲
امریکا	۶۷، ۵۲، ۵۱، ۵۰، ۴۲، ۸، ۷
	امريکاي لاتين ۴۲، ۱۲
انگلستان	۲۹، ۲۹، ۲۸، ۲۷، ۶، ۵
	۳۰، ۳۴، ۴۴، ۴۵، ۵۰، ۵۱، ۵۲
	تونس ۱۱۶، ۱۱۵، ۱۰۴، ۱۰۳، ۹۷، ۷۵

<p><b>ع</b></p> <p>عربستان ۳۶</p> <p><b>ف</b></p> <p>فرانسه ۱۱۳، ۱۱۲، ۵۹، ۵۴، ۵۱ ۱۲۴</p> <p><b>ق</b></p> <p>قاهره ۷۳</p> <p><b>ک</b></p> <p>کارائیب ۵۸ کانادا ۵۲، ۴۹</p> <p><b>گ</b></p> <p>گراسیموف ۹ گنگ ۳۸، ۳۶، ۳۵</p> <p><b>ل</b></p> <p>لانکدوك ۸۷ لبنان ۳۳ لندن ۱۰۳، ۳۴، ۲۷ لوکزامبورگ ۵۴ لهستان ۵۴</p> <p><b>م</b></p> <p>مارکوبیک ۸۷ مالت ۵۴ مجارستان ۵۳ مدیترانه ۹۹، ۸۱، ۶۵، ۵۸، ۵۹، ۵۴ مسکو ۱۱، ۱۰</p>	<p><b>ج</b></p> <p>جهه ۳۶</p> <p><b>ح</b></p> <p>حلوان ۷۳، ۷۱ خاور دور ۵۸ خاور میانه ۶۱، ۶۰، ۵۸، ۵۲</p> <p><b>د</b></p> <p>دانمارک ۵۴</p> <p><b>ر</b></p> <p>رابرت براون ۸ راین ۱۰۰، ۹۹ رم ۳۹، ۲۰ روسییون ۸۷ رومانی ۱۲۴، ۵۳</p> <p><b>ز</b></p> <p>زورین ۱۰</p> <p><b>ژ</b></p> <p>ژاپن ۵۲</p> <p><b>س</b></p> <p>سویس ۱۱۵، ۹۹، ۶۳، ۵۴، ۵۲، ۵۱</p> <p><b>ش</b></p> <p>شلوموف ۹</p> <p><b>ط</b></p> <p>طاطاوس ۳۸، ۳۶</p>
--	---

نیل ۷۳	مصر ۷۴، ۷۲، ۷۱
نيويورك ۳۱	مغرب ۱۲۴، ۳۱
و	مکزیکو ۳۱
وست هیمنستر ۳۴	مکمری ۷
ه	منچستر ۷۵
هلند ۹۹، ۶۷، ۶۳، ۵۶	موناکو ۹۸، ۵۴، ۵۳
هند ۳۸	مونترال ۱۲
ي	میشیگان ۷
يوگسلاوی ۱۲۴، ۵۲، ۳۳	مینس ۹
يونان ۶۲، ۳۳	ن
	نروژ ۵۴
	نوردل ۵



## مراجع

- ١ـ ISOBEL COSGROVE and RICHARD JACKSON . The Geography of Recreation and Leisure . Hutchinson/co. 1972 . PP. 42-66 .
- ٢ـ MICHAEL PETERS. international Tourism. The economics and development of The international Tourist trade. Hutchinson of London . 1969 . PP. 191-228 .
- ٣ـ GEORGE YOUNG . Tourism Blessing or Blight. Pelican Books . 1973 , PP. 30-42 , 48 - 61 . 73 - 74 , 140 - 141 , 155 - 160 .
- ٤ـ JOHN M. BRYDEN . Tourism/Development. A case Study of The Commonwealth Caribbean. Cambridge University Press . 1973 , PP. 1-3 .
- ٥ـ ALFRED H . MEYER . JOHN H . STRIELMEIER . Geography in world Society . The Lippincott Geography Series . 1963 . PP. 495 , 503 - 504 .
- ٦ـ Elements of Tourism Policy in developing Countries . United Nations . 1973 . P. 41 .
- ٧ـ PRESTON E . JAMSE . CLARENCE F . JONES . American Geography . Syracuse University Press . 1967 . PP . 252 - 253 .
- ٨ـ KARL A. SINNHUBER. „international Study of Tourism,, Geographical Magrzine . July 1973 . P. 753 .

- ٩— YEHUDA KARMON, Israel. a Regional Geography. Wiley.  
1971 , P. 136-138 .
- ١٠— J. BEAJEU-GARNIER . G . Chabot . Urban Geography.  
Translated by G. M. Yglesias . Longman . 1967 . PP.  
168-171 .
- ١١— Geographical Magazin . Sep . 1973 .
- ١٢— Soviet Geography . Review . Translation . March . 1970 .  
PP. 190-191 , 200-201 , 208-212 .
- ١٣— The Professional Geographer . Feb 1973 . PP. 562-565 .
- ١٤— area . institute of British Geographers . 1969 . Number  
1. PP. 13-15 .
- ١٥— information . Feb 1973 . P. 7.
- ١٦— Facts about Israel . 1973 . P. 141 .
- ١٧— Sketch . May 11 , 1973 , P. 34 .
- ١٨— مجله اطاق بازرگانی و صنایع و معدن ایران . تیرماه ۱۳۵۲  
صفحات ۴۲-۴۳ .
- ١٩— مجله هور. شماره ۱ سال اول . تیرماه ۱۳۵۰ صفحات ۴۱-۴۸ .
- ٢٠— اطلاعات دریافتی از خلیفه گری ارامنه آذربایجان به وسیله شهناز  
نبوی ، ماهوش آموزگار ، مریم امامی دانشجویان رشته جغرافیا .

## ا<sup>ن</sup>ش<sup>ار</sup>ا<sup>ت</sup> م<sup>ؤ</sup>س<sup>س</sup>ه<sup>ة</sup> ت<sup>ح</sup>ق<sup>ي</sup>ق<sup>ات</sup> ا<sup>ج</sup>ت<sup>ع</sup>م<sup>اع</sup>ی و عل<sup>و</sup>م <sup>ا</sup>نس<sup>ان</sup>ی

- ۱- بسوی دانشگاه، تألیف آقای محمدختانلو، مهرماه ۱۳۲۵، بها ۶۰ ریال
- ۲- راهنمای تحقیق روستاهای ایران، تألیف آقای دکتر حسین آسايش، آذرماه ۱۳۴۵، بها ۱۲۰ ریال (نایاب)
- ۳- اقلیم و رستنیهای مکزیک، نگارش آقای دکتر شفیع جوادی، اسفند ماه ۱۳۴۵، بها ۱۷۰ ریال
- ۴- جغرافیای جمعیت، ترجمه و نگارش آقای دکتر یدالله فرید، خرداد ماه ۱۳۴۶، (چاپ دوم) تیرماه ۱۳۵۳ بها ۱۸۰ ریال
- ۵- بررسی جمعیت و مسائل نیروی انسانی جامعه روستائی (آذربایجان شرقی)، تألیف و تحقیق آقای دکتر حسین آسايش، آذرماه ۱۳۴۷، بها ۳۸۰ ریال
- ۶- جغرافیای شهری، تألیف آقای حسین شکوفی، بخش اول، شهریور ماه ۱۳۴۸، بها ۳۰۰ ریال (نایاب)
- ۷- مقدمه بر روش تحقیق شهرهای ایران، تألیف آقای دکتر یدالله فرید، مرداد ماه ۱۳۴۹، بها ۱۵۰ ریال (نایاب)
- ۸- فلسفه جغرافیا، تألیف آقای حسین شکوفی، شهریور ماه ۱۳۴۹، بها ۱۴۰ ریال (نایاب)
- ۹- نمونه‌هایی از فرسایش آبهای روان در آذربایجان، تحقیق از آقای دکتر حبیب زاهدی، مهرماه ۱۳۴۹، بها ۷۰ ریال
- ۱۰- جغرافیای شهری، تألیف آقای حسین شکوفی، بخش دوم، آبان ماه ۱۳۵۰، بها ۳۰۰ ریال (نایاب)
- ۱۱- تاریخ جامعه‌شناسی، تألیف آقای دکتر جمشید مرتضوی، بهمن ماه ۱۳۵۱، بها ۱۵۰ ریال (نایاب)

- ۱۲- جغرافیای تغذیه ، تألیف آقای دکتر یدالله فرید، اسفندماه ۱۳۵۱ ،  
بها ۲۰۰ ریال
- ۱۳- روشهای جامعه شناسی ، تألیف آقای دکتر جمشید هرتضوی ،  
آبان ماه ۱۳۵۲ ، بها ۲۰۰ ریال
- ۱۴- شهرکهای جدید ، تألیف آقای حسین شکوئی ، تیرماه ۱۳۵۳ ،  
بها ۱۰۰ ریال
- ۱۵- مقدمه بر جغرافیای جهانگردی ، تألیف آقای حسین شکوئی ،  
فروردین ماه ۱۳۵۴ ، بها ۱۱۰ ریال

مرکز پخش

گتابفروشی تهران

تبریز : بازار شیشه‌گرخانه ، تلفن ۲۲۷۳۲

تهران : خیابان ناصنخسو و کوچه حاجی نایب ، پاساز مجیدی ، تلفن ۵۳۷۸۴۹

