فصل



گردشگری

❖ اهداف آموزشی

- ❖ آشنایی با اصول و مفاهیم گردشگری
- ❖ شناخت عوامل مؤثر در توسعه گردشگری
- ❖ بررسی نقل و انتقال گردشگری در دوره‌های مختلف
- ❖ شناخت و بررسی تأثیرات گردشگری
- ❖ راه‌های جلوگیری از اثرات منفی فرهنگی، اجتماعی گردشگری

⊡ مقدمه

یکی از دستاوردهای فناوری مدرن، تولید وقت اضافی یا اوقات فراغت است. هر چه فناوری و مدیریت پیشرفته‌تر باشد وقت اضافی بیشتری تولید می‌شود. بزرگترین تولید و مصرف قرن بیست و یکم حول محور تولید و مصرف اوقات فراغت است. گردشگری بخش مهمی از اوقات فراغت را پر می‌کند. امروزه ساختار مدیریتی و تعطیلات تمامی کشورهای پیشرفته به نحوی است که پر کردن اوقات فراغت منجر به یک عمل اقتصادی می‌گردد. لذا گردشگری با همه مضامین علمی و فلسفی‌ای که در آن نهفته است، یک عمل اقتصادی است و پیش‌بینی می‌شود که یکی از بزرگترین محرکه‌های اقتصادی قرن حاضر باشد. گردشگری در بسیاری از کشورهای جهان در حقیقت سودآورترین صنعت به شمار می‌آید. به طوری که درآمد جهانی صنعت گردشگری در سال‌های اخیر پس از صنایع نفت و خودروسازی جایگاه سوم عرصه اقتصاد جهانی را به خود اختصاص داده است. صنعت سفید گردشگری، باعث تشویق سرمایه‌گذاری‌های بی‌شماری در زیربناهای جدید می‌شود که خود می‌تواند به بهبود شرایط زندگی مردم و نیز گردشگران کمک نماید. با گردشگری، سرمایه‌گذاری‌های مربوط به اطلاعات و اطلاع‌رسانی (سایت‌های اینترنتی، نشریات اعم از کتاب، بروشور، نقشه، راهنمای گردشگری، مسافرتی و...)، مخارج مخابرات و پست (خرید سیم‌کارت) وسایل اقامتی، وسایل ورزش، وسایل محافظتی بدن، درآمدهای عظیم نظام بانکی از جابه‌جایی پول و درآمدهای عظیم بیمه و تهیه سایر اسناد بین‌المللی که گردشگران در کشورهای مبدأ یا کشور محل اقامت خود جهت آماده شدن برای سفر خرج می‌کنند افزایش می‌یابد.

به‌علاوه گردشگری در سطح بالای اقتصادی و اجتماعی باعث شکوفا شدن ذوق و استعداد و ارتقای آموزش در همه زمینه‌ها می‌شود. کشوری که در صنعت گردشگری فعال می‌گردد و می‌تواند میلیون‌ها گردشگر را به خود جلب کند و در کنار تولیدات انبوه صنعتی کم‌ارزش، در زمینه تولیدات

هنری با کیفیت عالی به مقدار کم ولی با ارزش زیاد نیز موفق می‌گردد. گردشگری در مجموع نه تنها موجب اشتغال، افزایش درآمد، صلح و آرامش می‌گردد، بلکه سطح هنر و ذوق و استعداد را ارتقا می‌بخشد، چون گردشگران فرهنگی ثروتمند حاضرند برای آثار فرهنگی باارزش، پول خوبی بپردازند. در قرن بیست و یکم گسترش و فناوری موجب خواهد شد که وقت انسان بیش از پیش آزاد گردد و ثروتش افزوده شود. در این صنعت بشر کشف عظیمی کرد، اینکه گردشگری می‌تواند زیربنای صلح و دوستی ملت‌ها باشد. هرچه شناخت مردم از همدیگر و از سرزمین یکدیگر بیشتر می‌شود روابط آنها دوستانه‌تر و صمیمانه‌تر می‌گردد. در اکثر موارد گردشگر به سعه صدر می‌رسد و آزاداندیش، صلح‌دوست، انسان دوست، طبیعت دوست و طرفدار حقوق بشر و حقوق زیست‌محیطی می‌گردد و از جنگ و استبداد و نژادپرستی بیزار می‌شود. از دیگر آثار مهم گردشگری نقش آن در آشنایی با تمدن‌ها و انتقال فرهنگ‌ها می‌باشد. خوشبختانه چشم‌اندازهای زیبا و محتوای طبیعی و اقلیمی، وجود اماکن مذهبی و زیارتی آثار برجسته باستانی و تاریخی و تنوع فرهنگی و اجتماعی موجود در ایران از یک سو و همچنین موقعیت خاص جغرافیایی که کشور ما در بین سه قاره آسیا ـ اروپا ـ افریقا دارد از سوی دیگر این کشور را در شمار یکی از غنی‌ترین و ثروتمندترین کشورهای جهان از لحاظ منابع و محصولات جهانگردی قرار داده است. بنابراین تلاش در جهت تصاحب سهم درآمدی این صنعت از چرخه اقتصادی جهان برای کشوری که جزو ده کشور اول جهان در زمینه‌های جاذبه‌های تاریخی فرهنگی و محل ایجاد تمدن‌های بشری است امری ضروری است و بایستی با جدّیت بیشتری دنبال شود. در این راه نیاز به برنامه‌ریزی‌های اساسی و دقیق‌تر احساس می‌شود که با پیگیری و عزم ملی همراه با حرکت نهادینه و مشترک بخش‌های دولتی و خصوصی ایران جایگاه واقعی خود را در سطح جهان پیدا کرده و به یکی از قطب‌های اصلی و پر رونق گردشگری دنیا تبدیل گردد.

⊡ تعریف گردشگری

گردشگری مجموع پدیده‌ها و ارتباطات ناشی از کنش متقابل میان گردشگران، سرمایه، دولت‌ها و جوامع میزبان، دانشگاه‌ها و سازمان‌های غیر دولتی، در فرآیند جذب، حمل و نقل، پذیرایی و کنترل گردشگران و دیگر بازدیدکنندگان است (warver, 2000, 3).

واژه گردشگری از زمانی پدید آمد که افراد طبقه متوسط اقدام به مسافرت کردن نمودند. این امر از زمانی ممکن شد که مردم توانایی مالی بیشتری پیدا کردند و عمرشان طولانی‌تر شد، اغلب گردشگران

بیش از هر چیز به آب و هوا و فرهنگ و طبیعت مقصد خود علاقمند هستند. ثروتمنـدان همیشـه بـه مناطق دوردست سفر می‌کنند، البته نه به صورت اتفاقی، بلکه در نهایت به یـک منظـور خـاص مـثلا برای دیدن ساختمان‌های معروف و آثار هنری، آموختن زبان‌های جدید و چشیدن غذاهای متفاوت، ... گردشگری سازمان‌یافته امروزه یک صنعت بسیار مهم در تمام جهان است.

❐ تعاریف فنی از گردشگری

WTO [1] گردشگری را از ابعاد مختلف بر اساس تمایز در رویکرد به مکان بازدید، به صـورت زیـر تقسیم کرده است (WTO, 1993, 91-10).

گردشگری عبارت است از فعالیت‌های افرادی که برای استراحت، کار و دلایل دیگـر بـه خـارج از محیط سکونت معمول خویش سفر کرده، حداکثر برای یک سال متوالی در آنجـا اقامـت مـی‌کننـد (پاپلی‌یزدی و سقایی، ۱۳: ۱۳۸۸).

تفرج: از تنگی و دشواری بیرون آمدن، خوشحالی و گشایش یافتن است (دهخدا، ۱۳۷۷، ۱۹).

تفرجگاه: گردشگاه جایی‌که شادی و نشاط بیاورد، مانند باغ، مرغزار (عمید، ۱۳۷۴، ۷۰۴).

گردشگاه: جایی‌که برای تفرج به آنجا بروند.

گردشگری در عصر سنت: یعنی رنج سفر بردن، شناخت، آگاهی در افق‌های اسطوره‌ای، دین بـاوری و ماوراءالطبیعه که اساس آن بر مبنای سود و لذت نیست.

گردشگری در عصر مدرن: به معنی فرار از زندگی ماشینی، گـذران اوقـات فراغـت، سـفر، تجربـه، تفریح، لذت بردن، آسایش طلبی، برتری‌جویی و سودجویی.

گردشگری در عصر پست‌مدرن: گردشگری فرهنگی و دیدار از طبیعت.

گردشگری فراپست‌مدرن: عصر اطلاعات الکترونیکی که انسان‌ها در خانه خـود در روی مبـل و در پشت میز کار خود با استفاده از تلویزیون، ویدئو، ماهواره و اینترنت گردش می‌کننـد (پـاپلی‌یـزدی، ۱۳۸۹، ۳۹).

❐ گونه‌شناسی گردشگری

گردشگری انواع مختلفی دارد و شناخت انواع گردشگری برای برنامه‌ریـزی در عرصـه گردشـگری اهمیت اساسی دارد. چراکه تقاضاها و خدمات مورد نیاز گردشگران مختلف یکسـان نیسـت، بـرای

1. World Tourism Organization

مثال گردشگرانی که به قصد دیدار اقوام و دوستان مسافرت می‌کنند معمولاً به هتل و حتی رستوران بیرون از منزل نیاز ندارند، اما از سایر امکانات و تسهیلات استفاده می‌کنند. در مقابل گردشگرانی که به قصد تجارت سفر می‌کنند ممکن است امکاناتی همچون هتل و تسهیلات اقامتی اهمیت زیادی داشته باشد و از طرفی به بازارهای محلی علاقه‌ای نداشته باشند. بر این اساس تاکنون صاحب‌نظران و سازمان‌های بین‌المللی با توجه به معیارهای مختلف، دسته‌بندی‌های متعددی از گردشگری ارائه کرده‌اند.

برای مثال می‌توان به گردشگری جایگزین[1] اشاره کرد. گردشگری جایگزین نوعی از گردشگری است که در واکنش به توسعه عنان‌گسیخته گردشگری انبوه در دهه‌های ۱۹۷۰ و ۱۹۸۰ مطرح شده و هدف آن به‌کارگیری شیوه‌های نوین در گردشگری به جای روش‌های مخرب گردشگری است.

در یک تقسیم‌بندی دیگر، گردشگری به سه نوع فرهنگی، طبیعت‌گرایی و ماجراجویانه تقسیم شده است، همچنین انوع دیگر گردشگری در حال افزایش است، نظیر گردشگری فضایی، الکترونیکی و رایانه‌ای که در سال‌های اخیر آغاز شده است. در گردشگری‌های امروزی مسافران قصد دارند از دنیای مادی فاصله گرفته و به مفهوم عمیق و معنوی‌تری از زندگی دست یابند.

دکتر علی‌اصغر رضوانی نیز گونه‌شناسی گردشگری را به شرح زیر تقسیم کرده است:

۱- گردشگری تفریحی؛

۲- گردشگری درمانی؛

۳- گردشگری فرهنگی؛

۴- گردشگری اجتماعی؛

۴- گردشگری ورزشی؛

۵- گردشگری مذهبی و زیارتی؛

۶- گردشگری بازرگانی و تجاری؛

۷- گردشگری سیاسی.

❐ عوامل مؤثر در توسعه گردشگری

- ❍ گسترش شهرنشینی؛
- ❍ توسعه ارتباطات و سهولت دسترسی؛

1. Alternative Tourism

- توسعه دانش و فرهنگ عمومی؛
- اصلاح قوانین و بهبود شرایط کار؛
- افزایش سطح درآمدها؛
- جاذبه‌های مذهبی و اماکن مذهبی؛
- تبلیغات؛
- امکانات و تسهیلات؛
- میراث فرهنگی و باستان‌شناختی؛
- فرهنگ و آداب و رسوم.

❐ گردشگری و درآمد ملی

اقتصاد مبتنی بر کشاورزی سنتی به نیروی کار نسبتاً ساده و سرمایه کم احتیاج دارد. برای گذار از این اقتصاد به اقتصاد مدرن، هم به نیروی انسانی متخصص و آموزش دیده و هم به سرمایه فراوان احتیاج است، یعنی صنعتی شدن هم سرمایه‌بر است و هم تخصص‌بر. اقتصاد مبتنی بر گردشگری در حالت بینابینی قرار دارد. گردشگری نیروی آموزش دیده لازم دارد ولی نه به اندازه تخصص‌های پیچیده در صنعت، همچنین در گردشگری نیاز به سرمایه نسبت به صنعت کمتر است. در حقیقت سودآوری در اقتصاد گردشگری نسبت به اقتصاد صنعتی (با توجه به اینکه هم به سرمایه و هم به یک تخصص کمتری نیاز دارد) بالاتر است.

از آنجا که مسافران و گردشگران یک منبع مهم ارزی به حساب می‌آیند، مسافرت و جهانگردی در تولید ناخالص ملی نقش مهمی ایفا می‌کند.

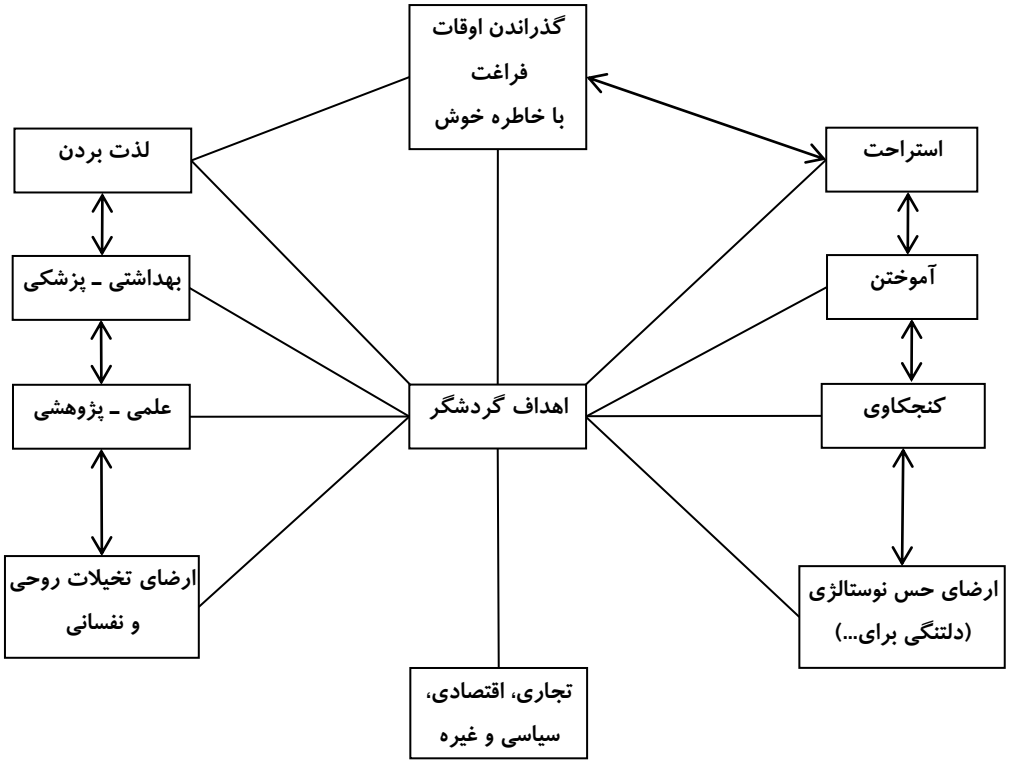
درهم‌تنیدگی فعالیت‌های اقتصادی حول محور گردشگری با دیگرشاخص‌های اقتصادی به حدی است که به عنوان مثال رشد اقتصادی موجب رشد گردشگری و افول اقتصادی موجب افول گردشگری می‌گردد (پدریان، ۱۳۷۴، ۴۷۵).

❐ گردشگری و اشتغال

گردشگری یک صنعت کاربر است. از آنجا که بسیاری از خدمات گردشگری را نمی‌توان با استفاده از فناوری ارائه کرد اشتغال نیروی انسانی در این صنعت فراوان است. از این رو توسعه گردشگری در مکان‌های مختلف زمینه‌های ایجاد اشتغال دائم و فصلی و نیمه وقت را برای نیروی انسانی با تخصص و آموزش متوسط فراهم می‌آورد و از نرخ بیکاری می‌کاهد. علاوه بر اشتغال‌های مستقیم

در گردشگری زمینه فعالیت‌های دیگر که در ارتباط با گردشگری‌اند همچـون کارهـای سـاختمانی، تعمیرات، کرایه دادن اتومبیل، دست‌فروشی و نظیر اینها برای افراد بومی فراهم مـی‌گـردد. هرچنـد این گونه فعالیت‌ها از نظر اثبات درآمد نامطمئن‌اند ولی می‌توانند حداقل درآمدی را برای خانواده‌ها فراهم کنند. (سلطانی، ۱۳۷۴، ۱۰۹)

گردشگری به صورت یک بخش فعال اقتصادی می‌تواند از عامل کار، بیشتر از سایر عوامل اسـتفاده کند و موجب بالا رفتن سطح اشتغال گردد.



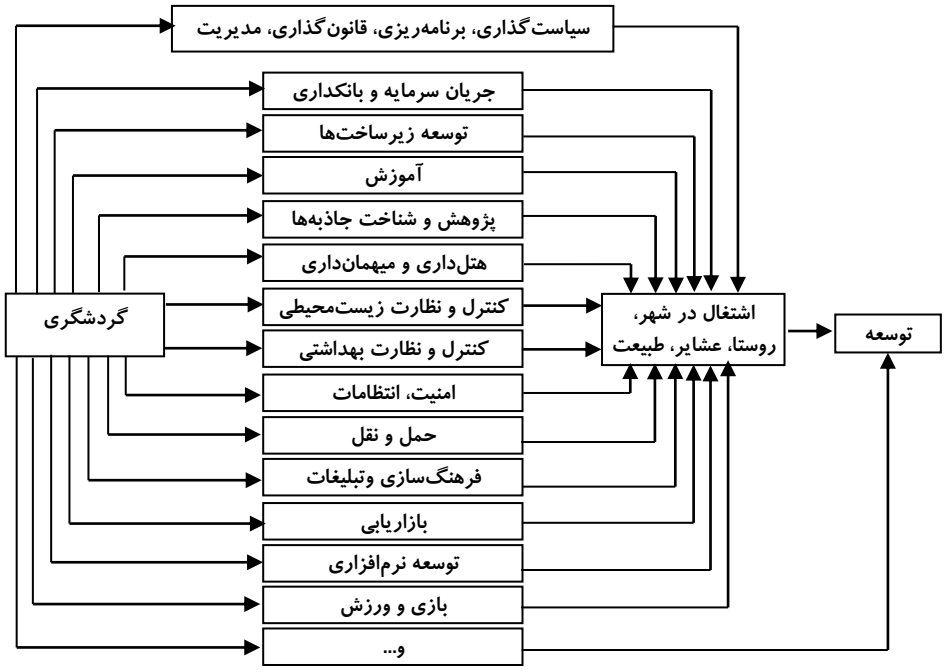
نمودار شماره ۱- اهداف گردشگر در گردشگری

❐ گردشگری و توسعه

گردشگری به عنوان یکی از منابع درآمد و ایجاد اشتغال در سطح ملی می‌تواند رهیافتی برای توسعه اقتصادی در قلمرو ملی باشد. گردشگری به خصوص در زمانی که سود فعالیت‌های دیگر بخش‌های اقتصادی در حال کاهش باشد جایگزین مناسبی برای آنها و راهبردی برای توسعه است. بر این مبنا

دلیل اصلی توسعه گردشگری غلبه بر پائین بودن سطح درآمد و ارائه فرصت‌های جدید شغلی و تحولات اجتماعی در جامعه محل است (oppermann, 1996, 85) و می‌تواند امیدهایی را برای کاهش فقر به‌خصوص در نواحی‌ای که به نحوی دچار رکود اقتصادی شده‌اند فراهم آورد. آثار گردشگری در زمینه توسعه به شرح زیر است:

- همانند هر فعالیت صادراتی، منبع درآمد و اشتغال ایجاد می‌کند.
- زنجیره‌ای از کل فعالیت‌های اقتصادی و خدماتی به وجود می‌آورد و به عنوان یک اهرم برای تعداد زیادی از فعالیت‌های اقتصادی عمل می‌کند.
- از چشم‌اندازهای طبیعی بدون آنکه ماهیت آغاز را تغییر دهد و یا مواد اولیه آنها را دستخوش تغییرات کند و یا آنها را به مناطق دیگر حمل و نقل کنند بهره‌برداری می‌نمایند.
- تقاضا را برای صنایع و هنرهای سنتی و فعالیت‌هایی که نیاز به نیروی کار بیشتری دارند ارتقا می‌دهد.
- به همان اندازه که گردشگرانی را از خارج از فضای اقتصاد ملی جذب می‌کند جریان‌های برون‌زای هزینه‌ها را به منطقه تزریق کرده، ضریب تکاثری را افزایش می‌دهد (Grerffe, 1993, 24-25) (نمودار شماره ۳).



نمودار شماره ۲- گردشگری اشتغال و توسعه پایدار

❐ گردشگری و جهانی شدن

گردشگری یکی از عوامل تسهیل‌کننده جهانی شدن محسوب می‌شود و به عنوان یکی از جریان‌های داخل شبکه اقتصاد جهانی در راستای انتقال جریان سرمایه از مرکز به پیرامون عمل می‌کند. جهانی‌شدن اقتصاد، بستری را فراهم می‌آورد که رابطه مستقیم با جریان گردشگری می‌یابد. گردشگری در الگوهای فضایی خود (شهر، روستا، عشایر، طبیعت و...) در فرآیندی از جهانی شدن به سوی یک «دهکده گردشگری» به پیش می‌رود و به مانند بازار آزاد مشترکی می‌ماند که تمامی کشورها، در خور تلاش خود، از آن بهره می‌برند. اصول مشترک در این دهکده نظام‌های رزرواسیون رایانه‌ای و جهانی شدن است. رقابت جهانی و داد و ستد گردشگری اصول اقتصادی و توزیع سودمندی از گردشگری را دیکته می‌کند. در این راستا گردشگری برای رسیدن به توازن بین دو بعد یکپارچگی فضایی، تفاوت‌ها و تنوع‌ها تلاش می‌کند. از این رو گردشگری برگزیده‌ای از چهره‌های مثبت جهانی شدن است که بر ویژگی‌ها و جذابیت‌های محلی شدن تأکید می‌کند (پاپلی یزدی، سقایی، ۱۳۸۵، ۲۳۷).

فرآیند جهانی شدن با کاهش موانع و مرزها برای سفر به کشورها از دیدگاه گردشگری به ایجاد یک بازار مشترک با توزیع عادلانه نیروی انسانی، مادی و رفاهی برای همه مردم جهان صنعتی می‌شود.

⊡ تعریف توریست یا گردشگر

سازمان جهانی گردشگری[1]

گردشگر کسی است که برای مدتی، دست کم یک شب و نه بیش از یک سال به شهر یا کشوری غیر از وطن یا محل سکونت معمولی خود مسافرت می‌کند و هدف او کار کردن و پول درآوردن نمی‌باشد. این تعریف شامل کسانی می‌شود که برای تفریح ـ گردش و گذراندن روزهای تعطیل و دیدار دوستان و بستگان، کارهای تجاری و حرفه‌ای، زیارت و یا برای تأمین هدف‌های دیگر به مسافرت می‌روند.

❐ انواع گردشگر

۱- گردشگری داخلی[2]: ساکنان یک کشور که فقط داخل آن کشور سفر می‌کنند.

۲- گردشگری خارجی[1]: افرادی که از یک کشور دیگر به کشور میزبان سفر می‌کند.

---

1. Unwto: United World Tourim Organization
2. Domestic Tourism

۳- گردشگری خارجی[۲]: افرادی که از یک کشور (کشور خودشان) به کشور دیگری سفر می‌کنند.

۴- بازدید کنندگان[۳]: به تمام مسافرانی که به فعالیت‌های گردشگری می‌پردازند اطلاق می‌شود.

۵- دیدارکننده یک شبه[۴]: بازدیدکننده‌ای که حداقل یک شب را در یک اقامتگاه عمومی یا خصوصی در محل بازدید به سر می‌برد.

۶- دیدارکننده گذاری[۵]: بازدید کننده‌ای که یک شب را در کشور مورد بازدید نمی‌گذراند مانند مسافران کشتی که در یک گذرگاه توقف می‌کنند.

* افراد نظامی و دیپلمات‌ها توریست نیستند.

* مهاجران دائمی و مهاجران موقتی که بیشتر از ۶ ماه در کشور مورد نظر بمانند و کارکنند توریست نیستند.

❐ جاذبه‌های گردشگری[۶]

۱- طبیعی[۷] یا سازه‌های غیرمعمولی زمین‌شناسی

مثل: آبشارها، آتش فشان‌ها و جنگل‌ها و ...

۲- انسان‌ساز[۸]

* ملموس: مثل: سی و سه پل

* ناملموس: مثل: آداب و رسوم و فرهنگ

■ بررسی نقل و انتقال و گردشگری در دوران‌های مختلف

□ عهد باستان

نیازهای این دوره:

۱- به دست آوردن غذا؛

۲- دوری جستن از خطر؛

۳- یافتن جاهای خوش آب و هوا.

---

1. Inbound Tourism
2. Outbound Tourism
3. Visitor
4. Overnight Visitor
5. Someday Visitor
6. Tourist Attraction
7. Natural
8. Man Made

به مرور زمان نیازها تغییر می‌کند نیاز به تجارت کالا به وجود می‌آید.
بعدها امپراطوری‌ها برای اینکه به حیطه قلمرو خود سرکشی کنند مأمورینی را می‌فرستادند که این نیز خود نوعی نقل و انتقال در دوران باستان بود.
با پیشرفت جوامع بشری نیاز به ساختن راه‌ها و جاده‌ها احساس می‌شود و در کنار آن نیاز به واحدهای اقامتی، پذیرایی و علائم و ... احساس می‌شود.
* اولین وسیله نقلیه ساخت بشر کالسکه است با چهار چرخ که توسط ایرانی‌ها ساخته شده است.

□ **قرون وسطی «قرن ۵ تا ۱۴»**

در این دوران کلیسا حرف اول را می‌زند. مسافرت به دلیل جنگ‌ها، نا امنی جاده‌ها و ... رونق خود را به یکباره از دست می‌دهد.
در این عصر کلیساها نقش اصلی را برای گردشگری مذهبی ایفا می‌کردند.
مردم از صومعه‌ها دیدن می‌کردند و برای کشیدن مردم به کلیسا یکسری از مسائل را مانند ازدواج در کلیسا قرار دادند.
قرون وسطی = رواج سفر با انگیزه مذهبی

□ **رنسانس «قرن ۱۴ تا ۱۷» کسب علم و دانش و تجربه اندوزی**

در این دوره ملکه الیزابت اول اقداماتی می‌کند که سبب رشد و توسعه گردشگری می‌شود یکسری نماینده انتخاب می‌کند و به جاهای مختلف می‌فرستد تا تجربه‌اندوزی کنند کلیه هزینه سفر این افراد را متقبل می‌شود و جواز سفر برایشان صادر می‌کند.
* در سفرهای مذهبی یک نفر اداره امور را در دست می‌گرفت.
اما در دوره رنسانس تورهایی با ساختار منظم شکل‌گیری شد.
همان گراندتور که شکل ساده‌ای از چارت امروزی است.

□ **انقلاب صنعتی «قرن ۱۸۵۰-۱۷۵۰»**

در این دوره با پیشرفت تکنولوژی «ایجاد کارخانه‌ها ـ ایجاد ماشین بخار» مهاجرت از روستاها به شهرها گسترش یافت و مردم از روستاها می‌آمدند و در کارخانه‌ها مشغول کار می‌شدند حالا دیگر اشراف در طبقه بالا و مردم عادی در طبقه پایین جامعه نیستند بلکه یک طبقه میانی هم به وجود آمد یا اگر وجود داشت گسترش یافت، چون با کار در کارخانه‌ها میزان درآمد بالا رفت، در ابتدا آنها فقط یک روز تعطیل بودند و به سفرهای یکروزه می‌رفتند. کم کم تورهای یکروزه شروع به فعالیت کردند.

پس از چندی تعطیلات دو روز در هفته شد و در آخر با تغییر قوانین مردم می‌توانستند مرخصی داشته باشند پس در جامعه نیاز به اقامتگاه، مراکز تفریحی، واحدهای پذیرایی و ... ایجاد شد.
اقامتگاه‌ها با توجه به نیاز جامعه ساخته می‌شوند و این طور نبود که اقامتگاه‌ها فقط برای اشراف ساخته شوند مثل هتل‌های یک ستاره، دو ستاره و ...

عوامل رشد گردشگری در انقلاب صنعتی:

- ✧ ایجاد شغل؛
- ✧ ایجاد درآمد؛
- ✧ فرصت برای گذراندن اوقات فراغت.

□ **عصر حاضر**

تکنولوژی، ماهواره، اینترنت، خطوط هوایی، راه‌های ارتباطی و...
امروزه با پیشرفت تکنولوژی و ارتباطات به راحتی می‌توان تصمیم‌گیری کرد و مقصد را تعیین نمود. از طرف دیگر نگرش‌ها نیز تغییر کرده و سفر صرفاً به خاطر گذراندن اوقات فراغت نیست. در عصر حاضر تکنولوژی و تبعات آن به اضافه نگرش مردم باعث شده گردشگری در بعضی از کشورها به عنوان صنعت اول شناخته شود.

مارکس می‌گوید در سال ۱۹۸۸:

- ❍ توان مالی مردم بالا رفت.
- ❍ افراد بالغ مجرد تعدادشان زیاد شد- این گروه انگیزه کنجکاوانه دارند.
- ❍ حقوق افزایش یافت.
- ❍ مجموعه مزایای بعد از بازنشستگی باعث شد که این قشر تقاضای گردشگری داشته باشند.
- ❍ بعضی از خانوارها دارای درآمد مضاعف شدند.

در هر یک از دوره‌های زندگی انسان‌ها با شرایط جسمانی ـ اجتماعی خاصی روبرو هستند که تغییرات اساسی در انگیزه نیازها و رفتارهای فراغتی آنان به وجود می‌آورد. بدیهی است که در تمام دوره‌های زندگی کمابیش تفاوت‌هایی میان انسان‌ها دیده می‌شود که در رفتارهای مربوط به فراغت و تفریح نیز بازتاب می‌یابد. از طرف دیگر برخی از گروه‌های خاص اجتماعی مثل معلولین، به فضا و شرایط خاص نیاز دارند.

❐ گروه‌بندی گردشگران و نیازهای مختلف آنان

ردیف	عنوان گروه	ویژگی‌ها و نیازهای مختلف آنان
۱	کودکان و نوجوانان	نیاز به مواظبت ـ یاری ـ تجربه محیط و...
۲	جوانان	ورزش ـ ماجراجویی ـ اکتشاف ـ مشارکت ـ خلاقیت
۳	میانسالان	علائق خانوادگی ـ مسئولیت فرزندان ـ تأمین سلامت
۴	کهنسالان	نیاز به استراحت و آرامش ـ دیدار از نزدیکان ـ تجدید خاطره و...
۵	معلولین	نیازهای ویژه جسمانی و روانی ـ اجتماعی و محیطی

مهمترین عوامل موفقیت کشورها در جذب جهانگرد:

- حمل و نقل (وسایل رفت و آمد)؛
- کالا و خدمات؛
- آزادی، امنیت و رفاه.

■ حمل ونقل (وسایل رفت و آمد)

اطمینان به ایمنی و راحتی و منظم بودن زمان رفت و آمد و وسایل حمل و نقل نقش مهمی در جلب مسافر دارد بنابراین مسافران مشتری آن دسته از شرکت‌های حمل و نقل اعم از هوایی، زمینی و دریایی خواهند بود که خدمات مطمئن‌تر و بهتری ارائه دهند.

■ کالا و خدمات

مسافر علاوه بر هزینه غذا و اقامت برای خرید کالاها و اشیاء گوناگون مانند سوغات، پوشاک، لوازم زندگی، تفریح و ... مقداری پول مصرف می‌کند.

مسافران اغلب از کشورهای توسعه یافته بادرآمد بالا به کشورهای کمتر توسعه یافته سفر می‌کنند. گردشگران در کشورهای پیشرفته برای تفریح، خرید کالا، سوغات و حتی وسایل زندگی هزینه‌های زیادی پرداخت می‌کنند، در حالی که درآمد کشورهای توسعه نیافته که هم سطح زندگی درآنجا پایین است و هم ارزش پولشان در برابر پول کشورهای پیشرفته کمتر است و کالا و خدمات متنوعی نیز دارند که به مراتب از کشورهای توسعه یافته کمتراست.

■ **آزادی، امنیت و رفاه**

پدیده اوقات فراغت و مسافرت با آزادی، امنیت و رفاه رابطه تنگاتنگی دارد. فردی که در طول سال در محل دائم کار و زندگی‌اش مقید به رعایت ضوابط و مقرراتی از جهات مختلف است به همین جهت مسافرت می‌کند که بتواند حتی‌الامکان آن طور که می‌خواهد لباس بپوشد، رفتار نماید و... .

روی هم رفته مسافر به جایی می‌رود که از آزادی رفتار و پوشش و ... بیشتری برخوردار باشد.

❐ تأثیرات گردشگری بر جامعه میزبان

- ⊙ اقتصادی؛
- ⊙ زیست محیطی؛
- ⊙ فرهنگی ـ اجتماعی.

گردشگری نقش بسیار مهمی در ابعاد گوناگون جوامع دارد. این تأثیرات وسیع که به سبب ارتباط و تعامل بین گردشگران و جوامع محلی پیش می‌آید به طور عمده برسه بخش اقتصاد، محیط زیست و اجتماع نمایان می‌شود.

معمولاً این تأثیرات در راستای هم و همزمان به وجود می‌آید. تأثیرات اقتصادی و اجتماعی اغلب مثبت است در حالی که تأثیرات محیط زیست کمتر ممکن است مثبت باشد.

(Geoffrey wall.canada 2000, Encyclopedia of tourism p.297)

گردشگران جذب مکان‌های بکر طبیعی و منحصر به فرد می‌شوند و به دنبال آن ساختمان‌های بلند و امکانات رفاهی و اقامتی احداث می‌شود که در پی آن طبیعت مکان نابود می‌شود و بدون طبیعت گردشگری هم نمی‌ماند و این فاجعه زیست محیطی بر اقتصاد و جوامع محلی هم تأثیر می‌گذارد.

■ **تأثیرات اقتصادی گردشگری**

گردشگری به عنوان یک فعالیت تولیدی برسیستم اقتصاد محلی تأثیر گذار است.

تأثیرات اقتصادی را می‌توان به صورت زیر مورد بررسی قرار داد:

- ⊙ درآمد گردشگری صرف تولید ناخالص ملی و محلی می‌شود؛
- ⊙ ورود ارز باعث رونق اقتصادی می‌شود؛
- ⊙ فعالیت‌های گردشگری ایجاد اشتغال می‌کند؛
- ⊙ درآمد دولتی، نظیر مالیات، عوارض خروج از کشور، گمرک و ...؛
- ⊙ توزیع ثروث و کمک به اقتصاد محلی مناطق فقیرتر.

درآمد حاصل از گردشگری بین‌المللی برابر با ۸ درصد کل کالاهای صادراتی جهان، ۲۰ درصد کل خدمات دریافتی در جهان و ۳۰ درصد کل مبادلات نفت و ۴۰ درصد کل مبادلات غذا در جهان است و در نهایت باید گفت که درآمد گردشگری بین‌المللی از ۱۱۵ میلیارد دلار در سال ۱۹۹۵ به۶۲۳ دلاردر سال ۲۰۰۴ رسیده است.

(سازمان جهانی گردشگری)

□ **اثرات کلی اقتصادی**

۱- جامعه میزبان: اشتغال‌زایی، افزایش درآمد، ورود ارز، توسعه منطقه‌ای.

تحصیل ارزخارجی:

انواع ارز: ۱- Hard currency ۲- Soft currency

Hard currency:

- ❖ مورد قبول جامعه بین‌المللی؛
- ❖ به راحتی در دسترس؛
- ❖ به راحتی به پول رایج هرکشور تبدیل می‌شود.

هر پولی که شرایط hard را نداشته باشد soft است.

درآمدهای دولت:

۱- مستقیم: مالیات

۲- غیرمستقیم: مالیات‌هایی که برای ورود اجناس پرداخت می‌شود. «گمرک»

اشتغال:

الف) مسقیم: از طریق یک سایت گردشگری

ب) غیرمستقیم: بستن قرارداد با یک شرکت جهت بازسازی هتل ـ جاده و...

توسعه منطقه‌ای:

۱- ملی: اصلاح زیرساخت‌ها

۲- بین‌المللی: تجارت ـ توزیع مجدد.

تجارت:

۱- تولید هواپیما

۲- مالکیت و مدیریت اقامتگاه‌ها