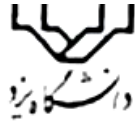


جهت خرید فایل word به سایت www.kandoocn.com مراجعه کنید
یا با شماره های ۰۹۳۶۶۰۲۷۴۱۷ و ۰۹۳۶۶۴۰۶۸۵۷ و ۰۶۶۴۱۲۶۰-۰۵۱۱ تماس حاصل نمایید

عزیزم
لله

www.kandoocn.com

جهت خرید فایل word به سایت www.kandoo.cn.com مراجعه کنید
یا با شماره های ۰۹۳۶۶۰۲۷۴۱۷ و ۰۹۳۶۶۴۰۶۸۵۷ و ۰۶۶۴۱۲۶۰-۰۵۱۱ تماس حاصل نمایید



گروه جغرافیا

پایان نامه جهت اخذ درجه کارشناسی

عنوان:

توان های پذیرش توریسم

(شهرستان کرمانشاه)

استاد راهنما:

.....

نگارنده:

.....

.....

جهت خرید فایل word به سایت www.kandooen.com مراجعه کنید
یا با شماره های ۰۹۳۶۶۰۲۷۴۱۷ و ۰۹۳۶۶۴۰۶۸۵۷ و ۰۶۶۴۱۲۶۰-۰۵۱۱ تماس حاصل نمایید

تقدیم به :

جغرافی دانان و دوست داران طبیعت و کسانی که در راه حفظ

محیط زیست و دست یافتن به توسعه پایدار کوشا هستند.

فهرست

صفحه	عنوان
۱	چکیده
۳	پیشگفتار
	فصل ۱: طرح پژوهش
۵	۱- بیان مسئله
۵	۲- بیان عنوان پایان نامه
۵	۳- نیازها و ارزشهای پژوهش
۶	۴- پرسش های پژوهش
۶	۵- فرضیه های پژوهش
۷	۶- روش های پژوهش
۷	۷- تنگناهای پژوهش
۸	۸- محدوده مورد بررسی پژوهش
	فصل ۲: چهارچوب نظری پژوهش
۹	۱- بیان واژه های و مفاهیم جهانگردی و گردشگری
۱۱	۲- سیمای جهانگردی
۱۳	۳- پیشینه تاریخی توریسم (یا جهانگردی)
۱۵	۳-۱- سده های نخستین
۱۶	۳-۲- سده های میانه
۱۶	۳-۳- سده های نو
۱۷	۴- ارزش جهانگردی
۱۹	۵- آینده جهانگردی

- ۲۰- ۶- کانون ها و جاذبه های جهانگردی
- ۲۲- ۷- اجزای ترکیبی جهانگردی
- ۲۴- ۸- ویژگی جاذبه های جهانگردی
- ۲۴- ۱-۸- جاذبه های دست ساخت انسان
- ۲۵- ۲-۸- جاذبه های طبیعی
- ۲۶- ۹- فرم های گوناگون جهانگردی
- ۲۶- ۱۰- آب و هواشناسی و جهانگردی
- ۲۸- ۱۱- پیامد اقتصادی جهانگردی
- ۲۹- ۱۲- امکانات اقامتی و رفاهی جهانگردی
- ۳۰- ۱-۱۲- انواع امکانات اقامتی در اروپا
- ۳۲- ۱۳- تبلیغات و بازاریابی در جهانگردی
- ۳۳- ۱-۱۳- ویژگی های بازاریابی در جهانگردی
- ۳۴- ۲-۱۳- شیوه های بازاریابی
- ۳۴- ۱۴- پیامدهای درآمدی و پیشه زای جهانگردی و ایران گردی
- ۳۷- ۱۵- آمار در جهانگردی
- ۳۸- ۱-۱۵- هدف از آمارگیری در جهانگردی
- ۳۹- ۲-۱۵- گوناگونی آمار در جهانگردی
- ۴۰- ۳-۱۵- روش های بزرگ آمارگیری
- ۴۱- ۴-۱۵- تنگناها و سختیهای آمارگیری
- ۴۲- ۵-۱۵- آمار جهانگردی بومی
- ۴۳- ۶-۱۵- آمار جهانگردی بین المللی
- فصل ۳: گردشگری در ایران**
- ۴۵- ۱- پیشگفتار

- ۴۵-۲- پیشینه گردشگری در ایران
- ۴۸-۳- وضعیت جهانگردی در ایران
- ۴۹-۴- جاذبه های جهانگردی ایران
- ۵۱-۵- رویارویی صنعت توریسم و صنایع دستی و پیامدهای آن در ایران
- ۵۲-۶- سهم ایران در بازار جهانگردی
- ۵۲-۷- ناهمواریها و تنگناهای جهانگردی در ایران
- ۵۴-۸- پیشنهادهایی برای بالا بردن صنعت جهانگردی و ایرانگردی

فصل ۴: توانهای گردشگری شهر کرمانشاه

- ۵۸-۱- پیشینه تاریخی استان کرمانشاه
- ۶۰-۲- جغرافیای تاریخی و فرهنگی کرمانشاه
- ۶۳-۳- چگونگی پیدایش نام کرمانشاه
- ۶۳-۴- زبان و گویش اهالی کرمانشاه
- ۶۳-۵- نژاد و ویژگی های کلی کرمانشاه
- ۶۸-۶- آثار تاریخی و فرهنگی کرمانشاه
- ۶۸-۱-۶- تاق بستان
- ۶۹-۲-۶- تکیه معاون الملک
- ۶۹-۳-۶- مجموعه بازار
- ۷۰-۴-۶- حمام ها
- ۷۰-۵-۶- مسجدها و آرامگاه ها
- ۷۱-۶-۶- تکیه بیگلریگی
- ۷۱-۷-۶- کلیساها
- ۷۱-۸-۶- خانه های تاریخی
- ۷۲-۹-۶- موزه ها

۷۲ ۱۰-۶- پارک ها

۷۳ ۱۱-۶- سراب نیلوفر

۷۳ ۱۲-۶- دیگر یادگارها و جاهای دیدنی

فصل ۵: تجزیه و تحلیل

۷۷ ۱- پیش گفتار

۷۹ ۲- بررسی میزان ورود گردشگران خارجی و پیامد آن در اشتغال زایی

۹۱ ۳- بررسی درآمد ارزی تخمینی حاصل از گردشگری و زیرساخت های وابسته به آن

فصل ۶: نتیجه گیری و پیشنهاد

۹۵ ۱- پیشگفتار

۹۶ ۲- نتیجه گیری

۹۷ ۳- پیشنهادها

۱۰۵ منابع

جهت خرید فایل word به سایت www.kandoo.cn.com مراجعه کنید
یا با شماره های ۰۹۳۶۶۰۲۷۴۱۷ و ۰۹۳۶۶۴۰۶۸۵۷ و ۰۶۶۴۱۲۶۰-۵۱۱ تماس حاصل نمایید

فهرست نقشه ها

- | | |
|----|---------------------------------------------------------------|
| ۴۴ | نقشه ۱-۲ طبقه بندی کشورها براساس مناطق و گروه بندی سازمان ملل |
| ۵۷ | نقشه ۱-۳ نقشه کشور به تفکیک ۳۰ استان |
| ۵۹ | نقشه ۱-۴ نقشه تقسیمات کشوری به تفکیک استان ها |
| ۶۰ | نقشه ۲-۴ تقسیمات کشوری استان کرمانشاه |
| ۷۵ | نقشه ۳-۴ تقسیمات کشوری شهرستان کرمانشاه |
| ۷۶ | نقشه ۴-۴ نقشه راه های استان کرمانشاه |

فهرست جدول ها

- ۲۸ جدول ۱-۲ اشتغال در صنعت جهانگردی کشورهای برگزیده شده سال ۱۹۸۸
- ۳۷ جدول ۲-۲ افراد پیشه ور در بخش جهانگردی در سال ۱۹۷۰
- ۸۱ جدول ۱-۵ آمار ورود جهانگردان به ایران (۱۳۷۲ - ۱۳۵۰) مرکز آمار سازمان اطلاعات و مدیریت
- ۸۴ جدول ۲-۵ شاخص های جمعیتی و ورودی جهانگردی کشور در سالهای ۵۵ ، ۶۵ ، ۷۵ ، ۸۵
- ۸۶ جدول ۳-۵ شاخص های جمعیتی و ورودی جهانگردی استان و شهر کرمانشاه در سال های ۵۵ ، ۶۵ ، ۷۵ ، ۸۵
- ۸۸ جدول ۴-۵ آمار بازدید کنندگان داخلی در سال ۸۵ از کرمانشاه
- ۸۹ جدول ۵-۵ آمار بازدید کنندگان خارجی در سال ۸۵ از کرمانشاه
- ۹۰ جدول ۶-۵ آمار ورود جهانگردان به ایران از سال ۱۳۷۸ تا ۱۳۸۳
- ۹۰ جدول ۷-۵ آمار ورود گردشگران خارجی به استان کرمانشاه از ۷۸ تا ۸۳
- ۹۲ جدول ۸-۵ تخمین درآمد ارزی حاصل از ورود جهانگردان به ایران سال (۱۳۷۸ - ۱۳۴۸)
- ۹۴ جدول ۹-۵ لیست مکانهای اقامتی (هتل ها و مهمانسراها) شهرستان کرمانشاه ۱۳۸۴

چکیده:

جهانگردی یکی از بزرگترین فعالیت های انسان امروزی است که می تواند تغییراتی بزرگ در سیمای زمین، فرهنگ، سیاست، اقتصاد و روش زندگی انسانها پدید آورد. اهمیت گردش و جهانگردی در فرهنگ ها و تفاهیم بین المللی سبب شده است که مجمع عمومی سازمان متحده، روز ۲۹ سپتامبر (۵ مهرماه) هر سال را روز جهانی جهانگردی اعلام کند.

صنعت گردشگری در ایران آنچنان که باید، جایگاه واقعی خود را نیافته است. کشوری که در آمار سازمان جهانی جهانگردی از نظر توانهای توریستی در رده دهم دنیا می باشد، اما از نظر تعداد ورودی گردشگران و درآمد بدست آمده از این صنعت در رده هفتاد و پنجم و به گفته ای هشتاد و پنجم دنیا قرار دارد. اگر در سطح ملی نیز بخواهیم سنجشی داشته باشیم استان کرمانشاه پس از استان فارس از نظر توان های گردشگری در جایگاه دوم کشور قرار دارد، اما در جذب گردشگر و جهانگرد آماری که نشان دهنده شمار گردشگران وارد شده به این استان است در جایگاهی بسیار پایین تر از این قرارداد. در این پژوهش تلاش بر این بوده است، که با شناسایی توان ها و ضعف های موجود، راهکارهایی برای برطرف نمودن این ضعف ها و توانمند نمودن این صنعت با ارزش ارائه شود.

در پژوهش حاضر، فصل دوم، درباره تاریخچه صنعت جهانگردی (توریسم) و ارزش و جایگاه آن و در جهان و روندی که این صنعت در آینده پیش می گیرد. بحث شده است. از تاثیرات این صنعت در رونق اقتصادی و اشتغال زایی در سطح جامعه و همچنین از اجزای ترکیبی و وابسته به این صنعت و تاثیرات منفی این صنعت سخن به میان آمده است. انواع جاذبه های جهانگردی و شیوه های بازاریابی، چگونگی آمارگیری از جهان گردان و برآورد ارزیابی بدست آمده از این صنعت از موضوعات مورد بحث این فصل می باشد، فصل سوم، پیشینه و جایگاه جهانگردی و همچنین انواع جاذبه های گردشگری، مشکلات و تنگناهای این صنعت در ایران را مورد بررسی قرار داده است.

فصل چهارم، که موضوع اصلی پژوهش می باشد، درباره توان های گردشگری کرمانشاه می باشد. در این فصل تاریخچه این سرزمین و جاذبه های تاریخی و فرهنگی، باستانی و طبیعی آن بررسی شده است. فصل پنجم، تجزیه و تحلیلی از فصل های گذشته می باشد، با توجه به آمارهای بدست آمده چگونگی

**جهت خرید فایل word به سایت www.kandooch.com مراجعه کنید
یا با شماره های ۰۹۳۶۶۰۲۷۴۱۷ و ۰۹۳۶۶۴۰۶۸۵۷ و ۰۶۶۴۱۲۶۰-۰۵۱۱ تماس حاصل نمایید**

نقش جهانگردی در اشتغال زایی از این صنعت گرانبها و شمار گردشگران در سالهای گذشته و حال بررسی شده است. نقاط توان و ضعف کشور و کرمانشاه نیز شناسایی و مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است.

فصل ششم، نتیجه گیری از پژوهش و در پایان پیشنهادهایی برای رونق این صنعت بسیار با ارزش و کم درد سر در سطح استان و شهر کرمانشاه ارائه شده است. امید است که در آینده با بهبود این صنعت رو برو شویم.

پیشگفتار

جهانگردی از باارزش ترین و بزرگترین جنبش های انسان دوره کنونی است که همراه با پدید آوردن دگرگونی های شگرف در سیمای زمین، اوضاع سیاسی و اقتصادی، فرهنگی، منش و روش زندگی انسان ها را دگرگون می سازد. با آنکه دگرگونی هایی بنیادی در اوضاع اقتصادی، فرهنگی و شیوه زندگی مردم پدید می آورد.

بررسی وضعیت جاها و سرزمین هایی که همه ساله و در فصل های گوناگون مورد بازدید جهانگردان قرار می گیرند نشان می دهد دگرگونی هایی که از پیامد جهانگردی در آن جاها پدید می آید بسیار چشمگیر تر و بزرگتر از دگرگونی هایی است که از پدید آمدن و گسترش دیگر جنبش های اقتصادی انسان ناشی می شود. امکانات مورد نیاز جهانگردان، مانند مهمان سراها، خوراکی سراها و جاهای گردش، که در کرانه های دریاها، جاهای کوهستانی، جنگلی و در پیرامون چشمه های آب گرم معدنی بنا شده اند، گویای پیامد جهانگردی در دگرگون ساختن چهره زمین است.

برای آشنایی با ملت ها و فرهنگ ها، شیوه زندگی مردمان یک سرزمین، زدودن خستگی و فرسودگی بدنی و روحی، پی بردن به بزرگی آفرینش و دریافتن مفاهیم زیبایی شناختی، پالایش درون و خودسازی و فراگیری چگونگی زیستن، هیچ راهی بهتر از گردش و جهانگردی نیست.

جابجایی انسانها پیامدهای فرهنگی، روحی و اقتصادی بزرگی را به دنبال دارد. جهانگردی منجر به جابجا کردن ثروت های بزرگ از جایی به جاهای دیگر جهان، به ویژه از جاهای ثروتمند به سوی جاهای فقیر یا رو به رشد می شود. آشکار است که گردش نیز مانند بسیاری از جنبش های آدمی جنبه های خوب و بد به همراه دارد. یورش گردشگران به کنار دریاها، رودخانه ها، شهرها و جاهای پذیرنده جهانگردی و به همراه آنان یورش خودروه های آلاینده زیست بوم به سوی جاهای کوهستانی و سردسیر و خوش آب و هوا، پامال شدن سبزه زارها، شکسته شدن شاخ و برگ درختان و آسیب های ژرف بوم شناختی که جاهای جهانگرد پذیر، به خاطر پدید آوردن زیر ساخت ها و آمد و شد جهانگردان پذیرا می شوند، همگی دستاورد بد جهانگردی است.

**جهت خرید فایل word به سایت www.kandoo.cn.com مراجعه کنید
یا با شماره های ۰۹۳۶۶۰۲۷۴۱۷ و ۰۹۳۶۶۴۰۶۸۵۷ و ۰۶۶۴۱۲۶۰-۰۵۱۱ تماس حاصل نمایید**

بیشتر کشورهای رو به رشد، که دوران گذرا را سپری می کنند، با از دست دادن ارزش های سنتی و اخلاقی دست به گریبان اند. از سویی بر اثر کمبود امکانات مادی و فنی و ... مردم این کشورها به ویژه جوانان دچار گره های خود کوچک بینی هستند. از این رو، سرازیر شدن جنبه های بد و رفتار و کردار جهانگردان کشورهای پیشرفته به کشورهای رو به رشد، که بدبختانه به سرعت و آسانی انجام می پذیرد، ویرانگری فرهنگی و اجتماعی به بار می آورد. (م. ش. ۱)

فصل یک: طرح پژوهش

۱- بیان مسئله:

گردشگری و جهانگردی از دیرباز به گونه های ویژه ای در دوران های گوناگون متفاوت بوده و یواش یواش راه تکاملی خود را پیموده است این پدیده بر بنیاد گردش و جابجایی استوار است و این نیز زاده نیازهای گوناگون اندیشه، فرهنگ، اجتماع و اقتصاد انسان است. گردشگری بیان کننده وابستگی انسان به شناخت تازه ها و جاهای گوناگون است. در دوره کنونی که دگرگونی دست ساخت ها و گسترش فناوری منجر شده که انسان زمان بیشتری برای گردش و سرگرمی داشته باشد رفتن به جاهای دیدنی و زیبای طبیعی و باستانی بهترین گزینه برای آرامش روان انسانها است. افزون بر این، این صنعت می تواند در بالا بردن اقتصاد و کاهش بیکاری یک منطقه بسیار سودمند باشد. همانگونه که می دانیم امروزه صنعت گردشگری می رود تا نخستین صنعت درآمدزای جهان بشود. کارهای پژوهشی در این زمینه با دادن راهکارهای مناسب و درست می تواند منجر به رونق اقتصادی و کاهش بیکاری و پی بردن به ارزش های یک منطقه بشود.

۲- بیان عنوان پایان نامه:

عنوان پایان نامه (توان های پذیرش توریسم) نمونه پژوهشی درباره شهرستان کرمانشاه می باشد. مراد از این پژوهش شناسایی جاهای با ارزش چه طبیعی و چه باستانی و نیز شناساندن آن به تمام دنیا است. در این پژوهش کوشش بر آن است که با دادن راهکارهایی برای بالا بردن پذیرش گردشگر در شهر کرمانشاه و نقش آن در کاهش بیکاری در شهر و در پایان افزایش توریسم و رونق اقتصادی این شهر گامی برداشته شود.

۳- نیازها و ارزش های پژوهش:

همه ما می دانیم که امروزه صنعت گردشگری یکی از با ارزش ترین راههای بدست آوردن در آمد با کمترین هزینه و آلودگی نسبت به دیگر بخش های در آمد ملی می باشد. رونق دادن به این بخش از چند دیدگاه با ارزش است. نخست همانگونه که اشاره شد سر چشمه ای با ارزش برای بالا بردن در آمد ملی است. دیگر اینکه از این راه کشورها می توانند فرهنگ خود را به جهانیان بشناسانند و از سوی دیگر

باساماندهی برنامه ریزی ها در بخش صنعت گردشگری خود به خود از درصد بیکاری کاسته می شود. زیرا اگر گردشگری رونق یابد، در استان کرمانشاه به ویژه شهر کرمانشاه که با درصد فراوانی از نیروی بیکار رو به رو می باشد می توان با سروسامان دادن به این بخش و برنامه ریزی هایی که منجر به رونق این صنعت شود شمار زیادی از نیروی بیکار این شهر را در این بخش پذیرفت. گفته می شود که در برابر هر گردشگر خارجی که وارد ایران می شود. ۱۰ فرصت شغلی پدید می آید. چرا ما که در این شهر با بیشترین درصد بیکاری پس از استان لرستان در کشور جایگاه دوم را، داریم این فرصت های پیشه ای را برای استان خود پدید نیاوریم؟

۴- پرسش های پژوهش:

پرسش های آغاز پایان نامه که فرضیه های آن نیز بنا به این پرسش ها طرح شده است به بیان زیر می باشند:

- ۱- آیا شهر کرمانشاه زمینه های همواری برای گسترش و رشد توریسم و پذیرش توریست دارد؟
- ۲- صنعت توریسم در شهر کرمانشاه چه زمینه هایی (زمینه های گوناگون تاریخی، باستانی، فرهنگی، طبیعی، علمی و ...) برای گسترش دارد؟
- ۳- جایگاه و کارکرد شهر کرمانشاه در توریسم کشوری چگونه است؟
- ۴- صنعت توریسم در کرمانشاه، چگونه می تواند به کاهش بیکاری در این شهر کمک کند؟

۵- فرضیه های پژوهش:

براساس پرسش هایی که درباره پژوهش بیان شد فرضیه هایی نیز مطرح شده اند که برای رد یا پذیرش این فرضیه ها، پژوهش کنونی انجام پذیرفته و این فرضیه ها به بیان زیر می باشند:

- ۱- به نظر می رسد شهر کرمانشاه از پتانسیل های توریستی مناسبی بهره مند است.
- ۲- به نظر می رسد با ساماندهی مکانها و جاهای توریستی شهر کرمانشاه و با برنامه ریزی مناسب، بخشی از بیکاری در این شهر از بین برود. (می توان به بخشی از اشتغال زایی مورد نیاز برای از بین بردن بیکاری دست یافت)

۶- روش های پژوهش:

برای انجام پژوهش روش های گوناگون به کار برده شده است، مانند روش های کتابخانه ای، میدانی، گردآوری داده ها، گفتگو و پردازش داده ها، در گردآوری بخش هایی از پژوهش که از منابع گوناگون بهره وری شده است، از روش کتابخانه ای بهره برده شده است. برای بررسی پیشینه پژوهش در کتابخانه ها و بهره وری از نوشته هایی گوناگون مانند کتاب، مجله، روزنامه بروشور، پایان نامه های دیگر و یا هر نوشته دیگری که در این زمینه کار شده یکی از روش های کار پژوهشی بوده است.

بخش دیگر از کار، بررسی میدانی بوده است. جاهایی که به گونه ای می توان از آن برای پذیرش توریسم بهره برد، مانند بافت کهن شهر، یادگارهای کهن و باستانی و آثار طبیعی و گردشگری بررسی میدانی شده است، و از آنها عکس هایی تهیه شده است. در روش دیگر نیز باز یک سری آمار و داده هایی گردآوری شده که برای این گردآوری از اداره ها و سازمانهای گوناگون بهره گرفته شده است، مانند دفتر امار ایران، سازمان مدیریت، سازمان میراث فرهنگی و گردشگری و حتی داده های بدست آمده از اینترنت.

روش دیگر کار پژوهشی گفتگو با کسانی بوده که در این زمینه آگاهی و دانش داشته اند. روش دیگر که در انجام پژوهش از آن بهره گرفته شده است پردازش داده های بدست آمده است. البته ناگفته نماند داده هایی که در زمینه این پژوهش بدست آمده است بخشی داده های بیانی و بخشی دیگر داده های آماری و شمارشی بوده است، که در پایان با پردازش این داده ها دست آورده های ارزشمندی بدست آمده است.

۷- تنگناهای پژوهش:

در انجام پژوهش تنگناها و سختی هایی در هنگام کار پدید می آیند که این پژوهش نیز باتنگناهایی رو به رو بود که به آنها اشاره می کنیم:

- همکاری نکردن شایسته سازمانها و اداره ها
- نبود منابع و پژوهش های کافی همانند در این زمینه
- پراکندگی آمار و داده ها

- نبود آمار و داده های کافی و درست در زمینه پژوهش یاد شده

- کمبود تنگناهای مالی

- کمبود زمان برای انجام پژوهش

۸- محدوده مورد بررسی پژوهش:

شهرستان کرمانشاه با ۵۶۱۵ کیلومتر مربع مساحت (م.۲- ص ۱۵) از شمال به استان کردستان از خاور به شهرستان صحنه، از باختر با شهرستان های روانسر و اسلام آباد و از جنوب با شهرستان هرسین هم مرز است. براساس سرشماری سال ۱۳۸۵ شهرستان کرمانشاه نزدیک به ۷۱۹۶ ۹۶ نفر جمعیت دارد. این شهرستان دارای چهار بخش به نام های مرکزی، فیروز آباد، کوزران و ماهیدشت و سیزده دهستان است. شهر کرمانشاه کانون استان در فاصله ۵۲۶ کیلومتری جنوب باختری تهران و در سر راه بزرگراه تهران - خسروی می باشد. بلندی آن از رویه دریا ۱۳۲۲ متر است. این شهر جاهای دیدنی بسیاری همچون، بافت کهن شهر بازار و سراهای وابسته به آن، نگاره برجسته های تاق بستان، شکارگاه خسرو پرویز تکیه معاون الملک تکیه بیگلر بیگی، مسجد عماد الدوله، مسجد حاج شهباز خان، حمام ها و دیگر جاهای دیدنی و زیبا می باشد. (م. ۳- ص ۳۹)

فصل ۲: چهارچوب نظری پژوهش

۱- بیان واژه ها و مفاهیم جهانگردی و گردشگری:

جهانگردی واژه ای است پارسی که به مفهوم «زیاد گشتن» آمده است. چنین روشن است که این واژه برگردان پارسی «سیاحت» باشد و سیاحت در عربی به معنی «گردش زیاد» است در فرهنگ «معین» جهانگردی به معنی «سراسر دنیا گشتن» است. جهانگردی بیانی است از بررسی داده ها و ستاده ها در زمینه امکانات اقامتی، پذیرایی و سرویس رسانی ها برای کسانی که بیرون از خانه به سر می برند و گروهی دیگر آن را با دید فنی نگریده و جهانگردی را اقامت (ماندن) بیرون از خانه برای یک شب، یا بیشتر با مراد گذراندن وقت بیکاری، بازدید خویشاوندان، شرکت در همایش ها و یا هر پیشه دیگر جدای از کارهایی مانند فراگیری دانش شبانه روزی و کار پاره وقت می دانند.

جهانگرد: به کسی گفته می شود که زیاد می گردد، امروزه به اشتباه چنین جاری شده که جهانگرد و گردشگر را هم معنی می دانند و نیز کسانی را که یک بار در سال یا عمر خود گردش می کنند جهانگرد می گویند. (م. ۴- ص ۵۶)

واژه فراغت برابر واژه فرانسوی loisir و انگلیسی leisure و آلمانی Freizeit است و به بیان وقت و زمانی است که پس از انجام رساندن کار و پیشه روزانه باز می ماند و از وقت آزاد و بیکاری، گردش و سرگرمی جداست. J.Piper اینگونه بیان می کند.

بیکاری سرچشمه بسیاری از کمبودها است و کمبود، نبود آرامش را در بر دارد و سرگرمی را ناممکن می سازد و آسودگی وقت می شود و انسان با خودش خلوت کرده و با خودش به سر ببرد. سرگرمی آزادی اندیشه است و نیاز به جنب و جوش ندارد و در حالیکه گردش نیازمند جنب و جوش هایی برای آماده شدن برای کارهای کنترل شده سیستماتیک می باشد. در پایان وقت فراغت بخشی از وقت آزاد است. زمانی که می تواند به از بین بردن خستگی، سرگرمی و گردش و یا جنب و جوش هایی که به رشد و شکوفایی کسی یاری می رساند اختصاص می یابد.

صنعت گردشگری به نوبه خود دارای واژگان وابسته به خود می باشد که به گونه ای آشکار برای بهره وران روشن نبوده و گاهی به جای یکدیگر به کار می روند.

گردشگری (Tourism): به تمام جنب و جوش های یک بازدید کننده (visitor) از گاهی که اراده به گردش می کند تا پایان گردش گفته می شود.

مسافر (Traveler): کسی که به بیرون از سرزمین همیشگی خود به مدت کمتر از ۱۲ ماه سفر کند و مراد آن کس انجام جنبش هایی برای بدست آوردن درآمد در جای بازدیدش نباشد. بازدید کنندگان به ۲ دسته بخش می شوند.

۱- **بازدید کننده یک روزه (someday visitor):** بازدید کنندگانی هستند که شب را در اقامتگاه های آنجا که دیدار کرده اند نمانند.

۲- **گردشگر (Tourist):** دیدار کننده ای که بیش از یک شب در مکانی بماند و یا از بازدید کنندگان روزانه نباشد. به بیان دیگر شخصی که به کشور یا شهری غیر از زیستگاه همیشگی خود برای مدتی که کمتر از ۲۴ ساعت و بیشتر از یک سال نباشد، سفر کند و مراد از سفرش گردش، استراحت، ورزش، دیدار خویشان و دوستان، کار و درآمد، مأموریت، شرکت در سمینار، کنفرانس یا گردهمایی، درمان، بررسی و پژوهش یا جشن های آیینی نباشد.

ایرانگردی: برابر واژه (Domestic Tourism) در صنعت جهانگردی را ایرانگردی می نامند. و بیشتر به گردش های درونی مردم بومی کشور گفته می شود.

اقتصاد جهانگردی: شاخه ای از دانش اقتصادی که بیشتر مجموعه نشانه ها و کاربردهای سرمایه گذاری، درآمد، هزینه و سودبخشی ناشی از جهانگردی را بررسی می کند.

بازار جهانگردی: کشورهای فرستنده جهانگردی به دیگر کشورها را بازار بیرونی و جاهای فرستنده گردشگر از درون کشور به جاهای دیگر را بازار درونی جهانگردی می نامند.

تسهیلات جهانگردی: مجموعه جنبش ها و اقداماتی است که از هنگام ورود یک گردشگر تا هنگام بیرون رفتن از کشور یا کانون بومی به وسیله تمام سازمانهای همگانی و خصوصی و رده های گوناگون مردم به مراد پدید آوردن آسایش در گردش انجام می گیرد و نیز آن بخش از جنبش ها و اقداماتی که برای جانبداری از گردشگران درونی در شهرها، راهها و کانون های جهانی انجام می شود.

زیر ساخت های جهانگردی: به مجموعه جهانگردی که برای بهره وری گردشگران درونی و بیرونی فراهم می شود، گفته می شود و در بر گیرنده امکانات اقامتی، پذیرایی و گردشگری همچون هتل ها، مهمانسراها، مسافرخانه ها، مجتمع های جهانگردی، اردوگاههای جهانگردی، رستورانها، قهوه خانه ها و تجهیزات گردشگاهی تابستانی و زمستانی، کنار دریا، کوهستانی و مانند آن است. (م. ۵- ص ۹، ۱۱، ۱۲)

توریسم واژه ای است فرانسوی از ریشه «تور» گرفته شده است. تور در زبان فرانسه به بیان زیر آمده است:

حرکت چرخشی، پیمودن، پیمودن پیرامون، گردش نمودن.

به نظر پیرلاروس، توریسم به گردش رفتن به مراد سرگرمی و بهره بردن است و توریست کسی است که برای خشنودی و شادی خود به گردش می رود.

در سال ۱۹۳۷ گروه کارشناسان آمار جهانی برای بیان «جهانگردی» گام برداشت و از دید این گروه به همه افرادی که به مراد سرگرمی و بهره بردن به مدت ۲۴ ساعت و بیشتر و کمتر از یک سال جایگاه همیشگی خود را رها می کنند جهانگرد می گویند. اما گروه یاد شده افرادی را که به مراد کار و یا پیشه ای به کشور دیگری وارد می شوند، گردشگران گذری و دانشجویان ساکن یک کشور را جهانگرد نمی شناخت. این بیان از سوی همه دولت ها و سازمانهای جهانی جهانگردی پذیرفته شد. (م. ۱- ص ۱، ۲، ۳، ۴)

۲- سیمای جهانگردی:

گردش و صنعت جهانگردی یکی از بزرگترین و گوناگون ترین صنعت ها در دنیا به شمار می آید بسیاری از کشورها این صنعت پویا را به منزله سرچشمه اصلی در آمد، کار، رشد بخش خصوصی و گسترش ساختار زیربنایی می دانند. در سراسر دنیا در کشورهای رو به رشد، در آنجا که فرم های دیگر گسترش اقتصادی مانند تولید یا استخراج منابع طبیعی، از دیدگاه اقتصادی به صرفه نیست یا نقش چندان با ارزشی در داد و ستد و بازرگانی ندارد، به گسترش صنعت گردشگری توجه زیادی می شود. جهانگردی فرصتی بزرگ برای بسیاری از کشورهای رو به رشد است که دارای چشم

اندازهای طبیعی و یادگارهای تاریخی و فرهنگی با ارزش هستند، زیرا با تکیه به این منابع می توانند مبنایی برای پیشبرد گسترش اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی فراهم آورند که در فرم های گوناگون دیده می شود. از سال ۱۹۵۰ گردش در اندازه های جهانی گسترش یافت و به صورت یک جنبش همگانی درآمد. هر سال بر شمار جهانگردان افزوده شد و نرخ این افزایش با میانگین ۷/۲٪ بوده که در سال ۱۹۹۷ به ۱۲/۳٪ افزایش یافت. در سال ۱۹۹۷ جهانگردان و کسانی که در جهان با مراد گذراندن گاه آزاد بیکاری خود و سرگرمی به گردش رفتند، بیشتر از ۶۰۰ میلیون نفر و درآمد بدست آمده از آن به بیش از ۴۴۹ میلیارد دلار رسید. سازمان جهانی جهانگردی پیش بینی نموده است که در سال ۲۰۲۰ این شمار به ۱/۶ میلیارد نفر خواهد رسید. (م. ۵ - ص ۱۳، ۱۴)

جهانگردی را می توان به دو روش بسته به طبیعت گردش دسته بندی کرد:

۱- بین جهانگردان بومی (درونی) و بین المللی (بیرونی) می توان یک جدایی گزینی پدید آورد. گرچه این جدایی گزینی در بسیاری از جاهای جهان از بین رفته است. برای نمونه در اروپا، گردشگر درونی به بیان زیر است: گردش در درون کشور خود، در این گونه گردشگری به ندرت پیامدهای ارزی، زبانی و یا ویزا دیده می شود. سنجش و ارزیابی گردشگری درونی سخت تر از گردشگری بین المللی است. پیامد آن اینکه به گردشگری درونی توجه کمتر شده است.

۲- جهانگردان از دیدگاه «بازدید» را می توان دسته بندی کرد که از سه گونه دسته بندی زیر می توان بهره برد:

الف - **گردش و سرگرمی:** در برگیرنده جهانگردی تعطیلات، ورزشی، فرهنگی و دیدار از دوستان، و خویشاوندان

ب- **مراد دیگر جهانگردی، در برگیرنده بررسی ها و پژوهش و بهداشت**

ج - **کار و پیشه:** در برگیرنده کنفرانس ها، گردهمایی ها، مأموریت، انگیزش، جهانگردی کار و بازرگانی (م. ۶ - ص ۱۰، ۱۱)

۳- پیشینه تاریخی توریسم (جهانگردی):

توریسم پدیده ای است کهن که از دیرباز در بین گروه های انسانی بوده است و کم کم در گذر زمان به یک جایگاه فنی، اقتصادی و اجتماعی کنونی خود رسیده است.

انسان از دیرباز برای رهایی از تنهایی و سختی و نیز وابستگی های بومی و زندگی یکنواخت خود دست به گردش می زده است. در میان انگیزه های گوناگون گردش، نیاز روانی بیش از همه بر انگیزاننده توده های انسانی در گردش و جابجایی است کهن ترین فرم های جهانگردی که در اروپا بسیار رایج بوده، گردش های بزرگان و شاهزادگان جوان بوده است که به مراد آشنایی با شیوه های گوناگون فرمانروایی و زندگی مردم به جاهای گوناگون انجام می شده است. چنین گردش هایی بخشی از برنامه های تاریخی، آموزشی و پرورش آنان را می ساخته که تدارک آن توسط سازمانهای ویژه ای که مأموریت راه انداختن آن را بر دوش داشتند انجام می گرفته است. هاردین امپراتور رم ما بین سالهای ۱۱۷ تا ۱۳۸ میلادی به مراد گردش و تماشای زمان بالا آمدن افتاب از فراز قله (Etna) رنج سفر را بر خود هموار کرد تا به خواسته هایش دست یابد و رومیان صاحب مال و جاه و رتبه نیز همواره به مراد اقامت و بدست آوردن درآمد و گذران وقت استراحت، خانه هایی را در آبادی های پیرامونی شهر خود خریداری کرده و مورد بهره برداری قرار می دادند.

آشکار است که در گذشته بخشی از رده های بزرگان که پیشه ای همیشگی و تولیدی نداشتند به جنب و جوش هایی که برخی از گونه های گذران اوقات استراحت امروزی را در بر می گیرد، می پرداختند برای نمونه می توان از پیکارهای المپیک که در یونان برگزار می شد یا نبردهای سرگرم کننده گلاادیاتورها و برده ها در امپراطوری رم نام برد.

در جوامع خاوری می توان نمونه های آشکارتری از فرم های بی ریخت گذران اوقات فراغت و توریسم گردش را در میان گروه های اشرافی ردیابی کرد. برای نمونه برنامه های شکار گروهی درباریان که در فرهنگ نگارگری ایران چه در سنگ نبشته های تخت جمشید یا تاق بستان و چه در هنر مینیاتور بازتاب یافته است، خود بیانی از وجود گونه ای از توریسم گردش و سرگرم کننده در بین رده های بزرگان می نمایند.

فرم دیگری از جهانگردی در دنیای کهن گردش های درویشان، قلندران، جاسوسان و گردش های ماجراجویان بود، که برای بدست آوردن دانسته ها و داده های ماجراجویی خود، انجام می گرفت اینان دست به گردش های زمینی و دریایی می زدند و با پیدا کردن سرزمین ها یا راههای تازه زمینی یا دریایی نامشان به عنوان کاشف در تاریخ ثبت شده است. مانند کریستف کلمب، ماژلان، واسکو دوگاما و بسیاری از گردشگران که هنوز برای ما ناشناخته اند. تا آنجا که داده های تاریخی نشان می دهد، گردش برای استراحت و سرگرمی از آغاز سده شانزدهم آغاز شده و مردم برای بازدید از شهرهای بزرگ و شناخته شده دنیا به گردش می رفتند. آشکار است که انگیزه نخست از گردش گردشگرانی چون مارکو پولو، ابن بطوطه، ناصر خسرو و مانند آنها را نمی توان گردش و استراحت دانست بلکه اینان گردشگران ماهری بوده اند که برای یافتن، داد و ستد، ماجراجویی، شناخت سرزمین ها و فرهنگ های دیگر و یا زیارت و مرادهایی که ناشی از استراحت و گردش نبود گام به گردش های چندین ساله می نهادند. در سده هفدهم هجوم گردشگران به فرانسه به جایی رسید که منجر شد کسی به نام سن موریس در سال ۱۶۷۲ نشریه ای به نام «راهنمای گردش به فرانسه» منتشر نماید، که برای راهنمایی گردشگرانی نوشته شده بود که برای بازدید و ستایش زیبایی های فرانسه و آموختن زبان و آشنایی با چگونگی زندگی مردم به این کشور می آمدند.

به دنبال دگرگونی هایی که در ساختار اجتماعی و اقتصادی اروپا در سده ۱۸ و ۱۹ با دگرگونی های کشاورزی و صنعتی روی داد، کم کم یک گونه گردش و سرگرمی برای بهره وری از کنار دریاها و سرگرمی و آسایش، گردشگاه های کهن - آموزشی شاهزادگان را گرفت و کسانی که بدین مراد به ویژه در فرانسه مسافرت می کردند، توریست نامیده می شدند.

از سده ۱۹ و پس از آن دگرگونی های گسترده ای انجام گرفت. راه آهن ساخته شده و بهره وری از آن برای جابجایی گردشگران آغاز گردید. راه آهن دگرگونی بزرگی را در گردش پدید آورد. زیرا از یک سو گردش را از انحصار رده پولداران بیرون آورد و از سوی دیگر نارسایی ابزارهای رفت و آمد و نارسایی راهها کاسته شد و جابجا شدن تندتر و آسان تر و مطمئن تر را فراهم ساخت. در

مجموع می توان گفت گسترش جهانگردی در گرو پیشرفت های بدست آمده از ابزارهای جابجایی کالا و گردشگر بوده است. (م. ۷ - ص ۲۷ تا ۳۱)

۳-۱ سده های نخستین

به گفته تاریخ، بشر از دیرباز بنا به نیازهای مادی و روانی و فرهنگی و به پیروی از انگیزه کنجکاوی پیوسته در پهنه خاک رفت و آمد داشته به گونه ای که جهانگردی از همان سپیده دم تاریخ زندگی بشر آغاز شده است.

شیوه مسافرت در روزگاران پیشین با امروز تفاوت بسیار داشته است. جهانگردی مانند دیگر جنبش های بشر به تمدن و آگاهی و نیازهای زندگی وی در مراحل گوناگون تاریخ بستگی دارد. برای نمونه فینیقی ها و یونانی به دلیل جایگاه جغرافیایی، ویژگی های زندگی و باورهای آیینی از روزگاران گذشته به گردش های بازرگانی یا آیینی می رفتند. کهن ترین نوشته های یونانی درباره گردش یونانیان در دو منظومه ایلیاد و اودیسه، سروده شاعر و نویسنده آن سرزمین، هومر، آمده است. ایلیاد بیان لشکرکشی یونانیان است اما اودیسه درباره دریا پیمایی فینیقی ها است و به داستانهایی درباره دیدار آنها در جزایر و سرزمین های گوناگون می پردازد.

رومیان نیز به مراد سودجویی، گردش و یا مداوا راهی شهرهای دیگر می شدند و برای بهره وری از آب های معدنی یا کنار دریاها گرم آفتابی به جزیره های پراکنده دریای مدیترانه می رفتند. مصر باستان زیارتگاه رومیان و یونانیان پول دار بود. شاهزادگان و بزرگان و نجبان یونان و روم نیز برای شرکت در جشنواره های ورزشی یا آیین ها به گردش می رفتند. شهر اسکندریه که در سال ۳۲۲ پیش از میلاد به دست اسکندر مقدونی در کرانه رود نیل بنا شد، در زمان فرمانروایی رومیان بر مصر، بزرگترین و با ارزش ترین کانون رفت و آمد سودجویان و بازرگانان رومی و یونانیان بود. اما به خاطر جنگ های همیشگی میان اشکانیان و رومیان و رقابت سخت و همیشگی میان این دو دولت، پادشاهان اشکانی کوشش کردند، تا داد و ستد ابریشم در انحصار ایرانیان باشد.

در زمان ساسانیان، بازرگانان رومی و ایرانی در دریاها و اقیانوس ها گردش می کردند و رقیب یکدیگر بودند. آب های جهان جولانگاه سودجویان بازرگانان و بزرگان و نخبگان این دو ملت بود.
(م. ۱ - ص ۵، ۶)

۳-۲ سده های میانه:

اوضاع پر آشوب اروپا و آسیای باختری در سده های میانه به خاطر جنگ های خونین مسیحیان و مسلمانان که به جنگهای صلیبی شناخته شده است همراه بالشکر کشی همیشگی اروپاییان به آسیا منجر به ناآرامی و ناامنی راهها و ویرانی جاده ها شد. به همین خاطر گردش های سرگرمی و پژوهشی رو به ایستایی نهاد. اما گردش های بازرگانی و گاهی آیینی، البته همراه با نیروهای جنگی به مراد نگهبانی کاروان، همچنان ادامه داشت.

ایتالیایی ها در این دوران، از نظر رفتن به گردش، بسیار پر جنب و جوش بودند. آنها با کشتی در دریاهای آدریاتیک و مدیترانه ای گشتند. بندرهای دریایی مدیترانه پذیرای بازرگانان ایتالیایی بود و حتی در گرما گرم جنگ های صلیبی رفت و آمد آنان به ایستایی نرسید و ادامه داشت.

داد و ستد برده از برترین انگیزه فنیقی ها و رومی ها برای سفر به مصر بود، زیرا بازرگانان بردگان را برای فروش به دیار مصر می بردند. کاروان های بازرگانان مسلمان نیز از خوارزم فرآورده های شهرهای خاوری را به کرانه های رود ولگا و شهرهای بلغار و هسترخان می بردند و در این جاها بازرگانان مسلمان و سودجویان و نیزی کالا مبادله می کردند.

مارکوپولو سرشناس ترین جهانگرد این دوران است. او که درونی زاده شده گردش های زیادی به خاور کرد و سالها در چین ماند و به آنجا آمد و رفت می کرد. (م - ۱ - ص ۷۸)

۳-۳ سده های نو:

در این دوران به خاطر پیدایش سرزمین های ناشناخته و شناخته شدن بسیاری از راههای دریایی، جهانگردی رونق فراوانی یافت. بازسازی های علمی و اندیشه ای یا رنسانس، انگیزه جستجو و کاوش در اوضاع جهان و مردم آن را در دل بسیاری از اروپاییان پدید آورد. چیره شدن عثمانیان بر روم خاوری و برهم خوردن داد و ستد میان شام و مصر و روم و بندرهای ایتالیا فرانسه و اسپانیا منجر

به کمیابی کالاهای خاوری شد و برخی از مردم را به اندیشه واداشت تا از راه دریا به چین و هند بروند.

مسلمانان به مراد پراکندگی آیین اسلام در بسیاری سرزمین ها، بازرگانی و همچنین زیارت بارگاه ها و جاهای مقدس به گردش می رفتند. نیاز روز افزون انگلیسی ها به مواد خام برای مصرف در کارخانه ها و بازار برای فروش فرآورده های آن ها منجر شد که برای شناخت سرزمین ها و ملت های جهان و بازرگانی روانه کشورهای گوناگون شوند.

افزایش روز افزون کوچ موقت (جهانگردی)، پولداران فرانسوی را بر آن داشت تا برای پدید آوردن مهمان سراها، آسایش گاهها و گردشگاهها در جاهای خوش آب و هوا و زیبا، سرمایه گذاری کنند. با دگرگونی قوانین کار و گارگری ناشی از بروز دگرگونی های سیاسی و اجتماعی، دادن آزادی بیشتر، مزد بیشتر و کاهش وقت کار، جهانگردی از انحصار رده و پول دار بیرون آمد و هزاران کارگر و کارمند ... توانستند در وقت بیکاری و پایان هفته یا سالیانه و یا بهره مندی از مزد و مزایا برای از بین بردن خستگی و آرایش روح و روان و اندیشه، راهی دیگر کشورها شوند.

هم اکنون در کشورهای رشد یافته، جهانگردی یکی از نیازهای زندگی دانسته می شود تا جایی که دولت ها بنابر وظیفه ای که در پاسداری از بهداشت روحی و اندیشه و تندرستی جامعه بر دوش دارند، خود بر انگیزاننده گردش و جهانگردی هستند زیرا جهانگردی گذشته از سودها و مزایای معنوی و روانی، از با ارزش ترین سرچشمه های درآمد ارزی و ملی آن کشورها است.

(م.۱- ص ۸، ۹، ۱۰)

۴- ارزش جهانگردی:

نیازهای روحی و روانی و میل زیاد انسانها به جنب و جوش و پویایی، شناخت پیرامون و همچنین دستیابی به پدیده های نو را می توان از عوامل گردش انسان در آفاق و انفس و برقراری ارتباط با دیگران دانست. دگرگونی های سریع و پیشرفت دانش ها و فن ها به ویژه پس از دگرگونی صنعتی، بیانی نو به این جنبش بخشید. تا اینکه گردش و گذراندن وقت بیکاری و راحتی، خود یکی از خواست های اصلی انسان سده بیستم گردیده. به منزله بخشی از فرهنگ گروه های انسانی امروز

جهانگردی نام صنعت را نیز به خود گرفت. امروزه جهانگردی در کنار صنعت های نفت، پتروشیمی، خودروسازی و کامپیوتر، به خاطر گزینه های زیاد سوددهی که این صنعت کشور را بهره مند می کند، از با ارزش ترین صنعت های جهان به شمار می رود. صنعت جهانگردی می رود تا دیگر صنعت ها را پشت سر بگذارد. در بررسی پیامدهای اقتصادی صنعت جهانگردی می توان به فراهم بودن دستیابی به ارزهای بیرونی، پدید آوردن درآمد برای دولت ها، پدید آوردن کار و پیشه، درآمد برای مردم، پیشرفت منطقه اشاره کرد. به این ترتیب در رفت و آمد جهانگردان دید دولت ها به زیر ساخت های اقتصادی دو چندان می شود، راهها گسترش می یابد، فرودگاهها، بندرها، پایانه ها و امکانات رفت و آمد گسترش می یابد و هتل ها و هزاران کانون سرویس رسانی دیگر پدید می آیند و رونق اقتصادی و پویایی را به ارمغان می آورد.

افزایش درآمد بدست آمده از توریسم برای کشور همانند افزایش صادرات کار می کند. ویژگی بدست آمده از توریسم در این زمینه این است که بسیاری از کالاهای غیر مبادله ای در رده بین المللی را به کالاهای قابل مبادله تبدیل می کنند. افزون بر آن به پیروی از این وابستگی گسترش های فرهنگی، اجتماعی و سیاسی در اندازه منطقه ای و جهانی انجام می گیرد. برای نمونه هم اینک گردش های بسیاری درباره ایران و یا به گونه ای وابسته با آن وجود دارد که به نقش این صنعت در معرفی هرچه بیشتر و بهتر یک کشور با فرهنگ می تواند داشته باشد اشاره می کند. در پایان اگر بخواهیم به برخی از دستاوردهای جهانگردی این «صنعت بی دود» در زمینه های گوناگون هم برای گردشگر و هم برای میزبان به گونه کوتاه اشاره کنیم. موارد زیر را در بر می گیرد:

- ۱- یک گردشگر ضمن گذراندن وقت بیکاری و استراحت خود می تواند به داد و ستد نیز پردازد.
- ۲- یک گردشگر ضمن گردش و آرامش، از آثار طبیعی، باستانی، ادبی و هنری دیگر کشورها بهره مند می شود.
- ۳- یک گردشگر ضمن بازدید از آداب و روش زندگی و رفتار ملت ها درس های رفتاری نیز می آموزد. (م. ۴ - ص ۶۱، ۶۲)

۵- آینده جهانگردی:

امروزه دیگر ارزش صنعت جهانگردی برای تمام کشورها روشن شده و رقابت و تبلیغات زیادی از سوی هر کشور برای پذیرش بیشترین جهانگرد برای سود پربار اقتصادی و فرهنگی و ... آغاز شده است. جهانگردی امروزه در کنار صنعت نفت و خودروسازی جزو صنعت های سه گانه جهان به شمار می رود و پیش بینی می شود که این صنعت در آغاز هزاره سوم میلادی از دیگر صنعت ها پیشی گرفته و به رتبه نخست دست یابد. تمدن نو در آغاز هزاره سوم تمدن وقت آزاد خواهد بود که در آن صنعت جهانگردی نقش خود را به منزله عامل بروز جلوه های این تمدن بازی خواهد کرد؛ اگر صنعت نفت نیاز به اندوخته های زیرزمینی دارد و اگر خودروسازی و دیگر صنعت ها افزون بر نیاز به مردم، به مواد اولیه نیز نیاز دارند، صنعت جهانگردی افزون بر بیشترین سوددهی مراد های با ارزش دیگری را نیز برآورده می کند که از دید فرهنگی، سیاسی، اجتماعی و غیره برای هر کشور با ارزش نگریده می شوند. بنابراین تلاش کشورهای جهان نسبت به گذشته برای این صنعت و گسترش آن در کشورشان دو چندان خواهد بود. (م. ۴ - ص ۶۲، ۶۳)

بررسی روندهای جهانگردی سال ۲۰۰۰ و پس از آن توسط سازمان جهانی جهانگردی ۱۹۹۲ ارائه دهنده نخستین نکته مفیدی است که آینده جهانگردی را مورد توجه قرار می دهد. این بررسی آشکار کننده دو گروه از عوامل است که جهانگردی را در آینده تشکیل خواهد داد:

۱- **متغیرهای برون زاد:** این متغیرها در برگیرنده روندهای اجتماعی، جمعیت شناسی، مالی و اقتصادی، روندهای سیاسی، قانون گذاری، تکنولوژی، حمل و نقل، بازرگانی و ایمنی می باشند. گذشته از این بی توجهی، در بررسی انجام شده سازمان جهانی جهانگردی (W.T.O) دیگر مسائلی همچون شرایط پیرامونی و جهانی قابل چشم پوشی نیستند.

۲- **نیروهای بازار درخواست:** این نیروها، روندهای وابسته به جهانگردی هستند که در بردارنده درخواست و پخش کالاها و سرویس رسانی های گردشگری و جهانگردی هستند.

اکنون این موضوع به اثبات رسیده که آثار زیانبار جهانگردی در برابر مزایای اقتصادی قابل ملاحظه تنظیم شده باشد. و این با افزایش زیست بوم گرایی و آگاهی پاسداری از زیست بوم از میانه ها تا

پایان دهه ۱۹۸۰ توانمندتر گردیده است. توسعه پایدار این روندها بازتاب تکامل رو به رشد جهانگرد به منزله مصرف کننده و خود صنعت جهانگردی می باشند. توسعه پایدار جهانگردی بیانی است که شعار دهه ۱۹۹۰ بود آکرو کوپر از پیدایش دیرباز و همیشگی بیان توسعه پایدار با جهانگردی گفتگو می کند. بیان گسترش توسعه پایدار دارای سرآغاز بلندی در زمینه مدیریت اندوخته ها و دارایی ها است و سرانجام در جهانگردی به واژه قابل پذیرش تبدیل می شود. به درستی، پیروزی در مبارزات رو در روی صنعت جهانگردی تنها از راه نیروی کار پر انرژی، دانشور، آموزش دیده، روشن اندیش و چند زبانه امکان پذیر می گردد. چگونگی سرچشمه های استانی در جهانگردی، شرکت ها را مجاز می سازد تا به رده ای رقابتی رسیده و ارزش افزوده خدمتشان را افزایش دهند. توانایی پیروزی و کارکرد آینده جهانگردی و جنبش های وابسته بیشتر بستگی به مهارت ها و دانش مدیرانی دارد که توانمند به پدید آوردن داد و ستد خود هستند.

(م. ۶ - ص ۴۷۲، ۴۸۲، ۴۸۷)

۶- کانون ها و جاذبه های جهانگردی:

جهانگردی الگویی پیچیده در سراسر جهان است چگونگی آن به زیست بوم های گوناگون و بافت های اجتماعی و اقتصادی وابسته می شود و پیوسته رو به گسترش است. کانون جهانگردی تمامی جنبه های جهانگردی مانند درخواست ها، حمل و نقل، داده ها و بازاریابی را در یک چارچوب مفید گرد هم می آورد. همانگونه که در خواست برای جهانگردی افزایش یافته است، فشار ناشی از رشد فزاینده شمار بازدید کنندگان (که بیشتر در فصل کوتاهی انجام می شود) منجر به ویران شدن و زیان دیدن شماری از کانون های جهانگردی شلوغ تر شده است. ما می توانیم درباره یک کانون جهانگردی اینگونه بیندیشیم «کانون امکانات و سرویس دهی های تهیه شده برای پاسخگویی به نیازهای جهانگردی».

بیشتر کانون های جهانگردی در بر گیرنده یک اصل از چهار پارامتر زیر است که با چهار AS

می شناسیم:

- جاذبه ها (Attractions):

- دسترسی (Access): حمل و نقل، پایانه های حمل و نقل
- امکانات رفاهی (Amenities): اقامت، غذاخوری و نوشیدنی، گردش و سرگرمی خرده فروشی و دیگر سرویس رسانی ها

- سرویس دهی های کناری در فرم سازمانهای بومی (Ancillary services):

البته هر یک از این عوامل و عناصر باید با هم باشند تا جهانگردی حمایت شود و روند رو به رشدی داشته باشد. آمیختن عناصر یک قانون جهانگردی به گونه های متفاوتی انجام می شود و در بیشتر بافت های گوناگون فرهنگی، اقتصادی و زیست بومی منجر به پدید آمدن طیفی از انگیزه های جهانگردی می گردد. اینها در بر گیرنده گردشگاهها کنار دریا، گردشگاه های، کوهستانی، شهرها و شهرک های تاریخی، جشنوارهها و رویدادها و ... می باشد.

گوناگونی انگیزه های جهانگردی را می توان با شناسایی ویژگی های مشترک آنها روشن کرد. این ویژگی ها به بیان زیر است:

- ۱- قانون های جهانگردی، ثروت ها و ارزش های فرهنگی هستند.
- ۲- آنها جدایی ناپذیرند؛ جهانگردی در جایی پدید می آید که همانجا مصرف شود.
- ۳- قانون های جهانگردی نه تنها توسط جهانگردها، بلکه به وسیله بسیاری از گروههای دیگر مورد بهره برداری قرار می گیرند.
- ۴- عناصر گوناگون جهانگردی باید مکمل یکدیگر باشند.

قانون های جهانگردی در برابر فشار ناشی از جهانگردی آسیب پذیر هستند. و شاید از دگرگونی رنج ببرند، و این فشار و دگرگونی با توجه به فشار بازدید کنندگان در یک فصل ویژه و جاهای شناخته شده بیشتر است. مانند دیگر سرویس رسانی ها ، قانون های جهانگردی اگر بهره برداری درست از آن ها نشود، از بین می رود. فصلی بودن مشکل بزرگ بیشتر قانون های جهانگردی است که سوددهی را کم می کند و منجر به ناکار آمدی آنان در زمینه بهره برداری از دارایی های سرمایه ای قانون جهانگردی می گردد. برای نمونه در یک بررسی موردی در بلندی های بریتانیا اینگونه آورده شده است که :

در بیشتر بلندی های بریتانیا، جهانگردی و گشت و گزار سرچشمه با ارزش درآمد هستند اما دخالت های بازدید کنندگان مزرعه داری را با رنج و دردسر رو به رو کرده است که این به دلایل زیر برای این بلندی ها یک مشکل به شمار می رود:

* کشاورزان در این بلندی ها از نظر اقتصادی و فیزیکی در تنگنا قرار دارند و برای از بین بردن ویرانی ها و زیان ها، زمان و پول کافی ندارند.

* دسترسی به بلندی ها به سختی ها و مانع هایی رو به رو نیست چون بیشتر زمین ها حصار کشی نشده است که این مشکلات ویژه ای را به دنبال دارد مانند:

۱- پدید آوردن درد سرهایی برای دام ها توسط سگ ها و سقط جنین دام ها

۲- ویران شدن و زیان دیدن دیوارها

۳- لگدمال شدن و ویرانی مزرعه ها به خاطر دسترسی بازدید کنندگان به بلندی ها

۴- پارک کردن اتومبیل از روی بی توجهی رو به روی درهای ورودی مزرعه ها

برای پاسخگویی به این مشکلات یک سرویس رسانی مدیریت برای بلندی ها در برخی جاها پدید آمده است. (م. ۶- ص ۱۳۸ تا ۱۴۲)

۷- اجزای ترکیبی جهانگردی:

۱- جاذبه های جهانگردی: این کششها یک قانون جهانگردی هستند (چه دست ساخت انسان و چه طبیعی یا رویدادهای دیگر) که انگیزه نخستین گردش را پدید می آورند.

۲- امکانات رفاهی: یک سری از امکانات رفاهی، پشتیبانی و سرویس دهی برای جهانگرد در یک قانون

جهانگردی مورد نیاز است. این بخش را می توانیم به منزله یک بخش دارای کانونمندی رده پایین از

مالکیت در نظر می گیریم. تهیه و فراهم ساختن امکانات رفاهی، ماهیت چند وجهی عرضه جهانگردی

و وابستگی بین بخش های گوناگون را نشان می دهد. برای نمونه عرضه بسیاری از امکانات و سرویس

دهی ها در یک اقامتگاه و یا گردشگاه به شمار تخت های آن بستگی دارد و این یعنی شمار

جهانگردهایی که از آن جا دیدار خواهند کرد.

۳- **اقامت، خوراک و نوشابه:** بخش های وابسته به اقامت خوراک، و نوشابه در یک قانون جهانگردی نه تنها سرپناه فیزیکی و زندگی برای جهانگردها را فراهم می سازند، بلکه احساس خوش آمدگویی و ماندگاری خوراک بومی و فرآورده های دیگر را برای گردشگران پدید می آورند.

۴- **خرده فروشی و دیگر سرویس رسانی ها:** در کنار گسترش کانونهای جهانگردی، دامنه پهناوری از امکانات و سرویس دهی ها در اختیار جهانگردها گذاشته می شود. این سرویس رسانی ها در بر گیرنده؛ خرده فروشی، سرویس رسانی امنیتی و دیگر چیزها مانند آرایشگری، بانک ها و بیمه می باشند.

۵- **دسترسی:** آشکار است که گسترش و نگه داری ارتباطات حمل و نقل کارآمد بین بازارهای پدید آورنده، برای گسترش و پیشرفت یک قانون جهانگردی اساسی و با ارزش است. نمونه هایی از کانون های جهانگردی هستند که حمل و نقل منجر به پیشرفت یا پسرفت و دستیابی صنعت جهانگردی در آن کانون شده است. فاصله بین «وست کانتری» در انگلستان و «های لند» در اسکاتلند از بازارهای مولد منجر به آسیب پذیری آنان از ایستایی اقتصادی شده است. زیرا این منطقه تنها با گردش های دراز مدت و با اتومبیل دارای دسترسی هستند. در برابر این، اسپانیا و مکزیک در جایی قرار گرفته اند که می توانند از جهانگردی بسیار خوبی بهره مند شوند.

سرویس رسانی های کناری کانون جهانگردی:

بیشتر کانونهای جهانگردی بزرگ، یک سری سرویس رسانی های کناری هم برای بازدید کنندگان و هم برای صنعت جهانگردی، از راه دفترهای جهانگردی فراهم می سازند. این سرویس دهی ها در برگیرنده بازاریابی و گسترش جنبش های هماهنگ کنندگی می باشند. بزرگترین سرویس رسانی هایی که سازمان های بومی دارند به بیان زیر می باشد:

- گسترش دادن و رونق کانون جهانگردی
- هماهنگی و در دست گرفتن گسترش جهانگردی
- دادن سرویس رسانی و رهبری کانون جهانگردی
- دادن یک سرویس آگاهی، رزرواسیون برای همگان و بخش داد و ستد

- دادن سفارش هماهنگی پیشه های بومی

- دادن سرویس رسانی ویژه (ورزش هاو ...) (م. ۶ - ص ۱۴۶ تا ۱۵۰)

۸- ویژگی جاذبه های جهانگردی:

می دانیم که جاذبه ها تنها دلیل با ارزش برای جهانگردی یک کانون می باشد. بسیاری از مؤلفه های گردش یک جهانگرد مانند حمل و نقل و اقامت درخواستی می باشند که ناشی از تمایل مصرف کننده به لذت بردن از آنچه که یک کانون در چارچوب چیزهای دیدنی و کارهای انجام دادنی ارائه می دهد می باشد بنابراین یک جاذبه جهانگردی پافشاری بر جنبش گردشگری و تا اندازه ای آموزشی است که توسط بازدید کنندگان یک روزه و چند روزه انجام می شود؛ پیش تر نیز دیدیم که سهیم شدن جهانگردان در جامعه میزبان یکی از ویژگی های بارز کشش های جهانگردی است. این شاید به نوبه خود منجر به افزایش تضادها در جاهای شناخته شده بشود.

رده بندی جاذبه ها:

نخستین گام برای رده بندی را پیترز (peters) در سال ۱۹۶۹ انجام داد که در آن کشش ها را بر اساس گونه و جدایی میان کشش های طبیعی و دست ساخت انسان رده بندی کرد.

۸-۱- جاذبه های دست ساخت انسان:

می دانیم که شمار زیادی از جاذبه های دست ساخت انسان دستاورد تاریخ و فرهنگ می باشند. شمارموزه ها و گالری های هنری در هر یک از کانون های جهانگرد خیز جهان بسیار زیاد است و ممکن است بر موضوعات ویژه متمرکز شوند گاهی که ساختمان های صنعتی کهن، بازارهای بی بهره، ایستگاههای راه آهن، بار اندازهایی در نزدیکی کانون شهری دارند، تبدیل آنها به جاهای جهانگردی که در خدمت بازدید کنندگان و بومیان باشند بسیار روشن و عادی است. افزون بر جاذبه های دست ساخت که با گذشت زمان بر جای مانده اند، بسیاری از جاذبه های دست ساخت مهندس ساز که نقش بیشتر آنها سرگرمی می باشد، وجود دارند. چنین جاذبه هایی به بازدید کننده بستگی دارند و توان سرویس دهی به هزاران بازدید کننده را در روز دارند. این کانون ها در بر گیرنده پارک های گردشگری، کانون های ورزشی، تئاتر و کانون های گردشگری چهار فصل می باشند.

براساس رده بندی پیترز عناصر دست ساخت انسان در بر گیرنده:

۱- **فرهنگی:** مکان های مذهبی، فرهنگی مدرن و موزه ها، گالری های هنری، ساختمان ها، جاهای

باستان شناسی

۲- **سنت ها و شیوه ها:** ادبیات همگانی، فرهنگ پویا، فیستوال ها

۳- **رویدادها:** ورزشی (بازی های المپیک، جام جهانی) رویدادهای فرهنگی (ازدواج های شاهزادگان)

طبیعت مانند: پارک های ملی، زیست وحش، چشم اندازها و عناصر یگانه مانند آبشار نیاگارا و

(Grand canyans) شاید روشی مناسب تر برای مدیریت یا بازاریابی جاذبه ها، روش کلاوسون

(claw son) باشد که رده بندی جاذبه ها را تا اندازه ای با بازار و بی مانند بودن آنها مرتبط کرده است.

روش کلاوسون مفید است؛ زیرا، بسیار انعطاف پذیر بوده و به عنوان روشی از اندیشه درباره جاذبه ها

بهره وری آسانی دارد. برای نمونه یک ساختمان با ارزش تاریخی یک جاذبه بر پایه منبع می باشد، اما

میتواند بازار خویش را با افزودن یک پارامتر بر پایه تصرف کننده مانند یک پارک و یا یک باغ وحش

توانمند سازد.

۸-۲- جاذبه های طبیعی:

در منابع طبیعی بیشتر، چگونگی آن منابع است که کشش ها را فراهم می آورد و از این رو جایگاه

جغرافیایی آن در رده دوم ارزش جای می گیرد. درخواست این منابع هم ملی و هم جهانی است. از این

رو، جهانگردان از سراسر دنیا برای بهره جستن از هیمالیا در نپال، Grand can yan در کلرادو،

کوههای Blue ridg در ویرجینیا و یا Ring of keiry در Eire می آیند. از زمانهای گذشته چشمه

های آبی کناره های دریا با دریاچه ها با ارزش ترین منابع جهانگردی بوده و هنوز هم می باشند. اما

بهره وری بیشتر از وقت بیکاری پیرامون شهر و چشم اندازها نیز روز افزون است در هر حال ابزارهای

گردشی طبیعی محدود به چشم اندازها نمی باشند. اما در برگیرنده آن می شوند، مانند آب و هوا، پوشش

گیاهی جنگل ها و حیات وحش.

شناخته شده ترین جنبه منابع طبیعی این است که آنان بیشتر دارای پا بر جایی می باشند و می توانند

سرویس دهی کمی را در هر دوره زمانی ارائه دهند. (م. ۶ - ص ۳۶۵، ۳۷۲)

۹- فرم های گوناگون جهانگردی:

با توجه به طول مدت گردش، بهره وری از زیرساخت های مورد نیاز فصل و چگونگی سازماندهی گردش، همچنین انگیزه های گوناگون که منجر به پیدایش یک جریان توریستی می شوند، می توان فرم های گوناگونی از جهانگردی را از یکدیگر جدا کرد. تا پیش از جنگ جهانی نخست، جدا کردن گوناگون فرم های جهانگردی با توجه به رده های اجتماعی ممکن نبود، در حالی که امروزه باید از عواملی برای این کار بهره برد، که آنها در برگیرنده زمان، مکان و انگیزه از گردش است.

(م. ۷ - ص ۱۸)

فرم هایی از توریست با توجه به پارامترهای زمان، جا و انگیزه به صورت زیر می باشند:

۱- توریسم گردشی و بهره وری از فرصت آزاد و بیکاری

۲- توریسم درمانی و بهداشتی

۳- توریسم بازرگانی و داد و ستد

۴- توریسم فرهنگی و آموزشی و هنری

۵- توریسم آیینی و زیارتی

۶- توریسم سیاسی

۷- توریسم ورزشی

۸- همایش ها (م. ۱-ص ۱۱ و ۱۲ و ۱۳) (م. ۷-ص ۱۸-۱۹-۲۰)

۱۰- آب و هواشناسی و جهانگردی:

بی شک آب و هوا مسؤل اصلی فصلی بودن پدیده جهانگردی به شمار می رود. در کشورهای باختری و برخی دیگر از کشورها، به طور تقریب تعطیلات رسمی آموزشگاه ها با مرخصی کارکنان هماهنگی دارد. برای نمونه در فرانسه در میانه سالهای ۱۹۸۰ م، بیش از ۸۰٪ جابجایی ها به سوی کانون های توریستی بین شنبه پایانی ماه ژوئن و دومین روز ماه اوت انجام پذیرفت.

شرایط کانون جهانگردی از ارزش زیادی برخوردار است در سریلانکا از نوامبر تا دسامبر ۵۰٪ تا ۶۰٪

هتل ها پر می شوند؛ یعنی دوره ای که کشورهای بزرگ با جاهای خوش آب و هوا در نیمکره

شمالی درخواست های جهانگردی کمی دارند. اما در این کشورها در سراسر ماههای می و ژوئن به دلیل بارانهای تند موسمی گردش های جهانگردی کاهش چشمگیری پیدا می کنند. بنابراین جنبش های جهانگردی با ریزش های جوی دگرگون می شوند. برای بسیاری از مردم اگر بیشتر باران بیارد، بدین معنی است که باران زیادی فرود می آید؛ و اگر به ندرت باران بیارد هوا خوب و آفتابی است. با میزان بارش کم که بسیار تند بخار می شود و حتی اگر مساله ای نیز پدید آورد در چشم جهانگردان آن ناحیه مورد پذیرش است. در کشوری مانند جمهوری ایرلند، توانایی آب و هوایی جهانگردی ارتفاعات ETP, P) – ETP به ترتیب بارندگی و تبخیر و تعرق پتانسیل هستند (برآورده می شود.

به بیان دیگر اندازه آبی که در شرایط طبیعی محیط فیزیکی به جو باز می گردد. در این رابطه بارندگی به منزله پارامتر منفی نگریسته می شود و مورد مثبت افزایش دما است که پارامتر تعیین کننده است و منجر به کاهش بهره وری از پوشاک می گردد و آفتابی بودن (که امکان برنزه شدن) و باد (که ابرها را دور می کند) را فراهم می آورد. از سوی دیگر پلاژها دارای آب و هوای بسیار ویژه ای هستند که ویژگی های با ارزش آنها بیشتر ناشناخته مانده اند. زیرا تفاوت زیاد عناصر آب و هوایی در آنجا چشمگیر است. به طور معمول باد در کناره های دریا می تواند با تندی زیادی وزش داشته باشد و برای اقامت جهانگردان همراه با سختی باشد. برای نمونه در بسیاری از کنار دریاها باد خیز مانند هلند تندی وزش باد می تواند به عنوان یک مشکل اساسی مطرح گردد. برای رویارویی با آن شیشه های بزرگی را در برابر باد گذاشته اند تا جهان گردان بی دردسر بتوانند از چشم اندازهای کنار دریا بهره مند گردند، آب و هواشناسی جهانگردی دارای اساس دانش قابل بررسی است که روش ارزیابی مدل ها، مقیاس های گوناگون و پتانسیل جهانگردی آب و هواهای بزرگ کره زمین را آشکار می سازد. (م. ۸- ص ۳۰، ۳۱، ۳۲)

۱۱- پیامد اقتصادی جهانگردی:

پیشه زایی در صنعت جهانگردی:

جهانگردی در بردارنده گوناگونی گسترده ای از بخش های صنعتی است. به این خاطر برآورد شمار کارکنان وابسته به این بخش بسیار سخت است. افزون بر ماهیت پیشه در صنعت جهانگردی همراه با گستره گوناگونی از پیوستگی میان بخش های جهانگردی و دیگر بخش های اقتصادی نیز سختی برآورد درست وابسته به ارزش جهانگردی را دو چندان کرده است.

جدول ۱-۲ اشتغال در صنعت جهانگردی کشورهای برگزیده شده سال ۱۹۸۸

کشور	نیروی کار در صنعت جهانگردی	درصد جهانگردی بین المللی	نیروی کار جهانگردی بین المللی
انگلستان	۲۰۴۹۰۰۰	۲۶/۲	۵۳۷۴۵۳
اسپانیا	۱۴۵۲۶۰۰	۶۶/۶	۹۶۷۴۳۲
ایتالیا	۱۰۶۵۰۰۰	۳۰/۵	۳۲۴۸۲۵
فرانسه	۸۷۰۸۰۰	۳۰/۶	۲۶۶۴۶۵
آلمان	۷۹۷۰۰۰	۱۳/۷	۱۰۹۴۸۹

دستاوردهای بدست آمده که در جدول بالا آمده باید به گونه ای فرضی قلمداد شوند نه واقعی، زیرا:
الف- جهانگردی به منزله صنعتی در دسته بندی صنعتی استاندارد = SIC شناخته شده است و بنابراین، در برآورد شمار نیروی به کار گرفته شده در این صنعت گوناگونی گسترده ای وجود دارد.
ب- برآورد ثبت کارفرمایان حمایت شده از راه جنبش جهانگردی بین المللی، نا پخته و نارس است

جهانگردان پول خود را هزینه خرید دامنه گسترده ای از کالاهای گوناگون و سرویس رسانی ها می نمایند. و همچنین آنها پول خود را هزینه تهیه امکانات اقامتی؛ همچون خوراکی و نوشیدنی، حمل و نقل ارتباطات، سرویس رسانی های گردشگری، سرگرمی، کالاهای بازارهای خرده فروشی و... می کنند. این پول ممکن است وارد کردن درخواست ها به کشور میزبان باشد. در هر حال ارزش

هزینه های جهانگردی نشان دهنده تنها بخشی از چهره پیامد اقتصادی در ارزیابی تمام پیامدهای اقتصادی باید جنبه های دیگر را نیز به شمار آورد که در برگیرنده موارد زیر است:

- پیامدهای غیر مستقیم و ترغیبی

- هزینه های جانسین سازی و آسایش (م. ۶- ص ۱۹۹، ۲۰۰، ۲۰۱)

تولید کالا و سرویس رسانی های جهانگردی نیازمند تضمین منابعی است که به جز بهره وری برای انگیزه های تناوبی بهره برداری دیگری نداشته باشد: برای نمونه گسترش اقامتگاه جهانگردی ممکن است کوچ کاری از یک روستا به شهر را در برداشته باشد که برای هر دو جا کاربردهای اقتصادی را همراه داشته باشد. اما نخست از دست دادن یک واحد تولید کننده و بار آور کاری و دومی شاید اندوخته فشار زیر ساخت مازاد از نظر بهداشت، آموزش و دیگر سرویس رسانی های همگانی اگر کارگر به فراوانی یافت نشود، برای برآوردن نیازهای جهانگردان ممکن است نیروی کار از یک صنعت، همچون کشاورزی یا ماهیگیری به صنعت جهانگردی جابجا شود. ضمن اینکه نیازمند به کاربرد هزینه و وقتی است که بیشتر در تخمین پیامد اقتصادی جهانگردی نادیده گرفته شود، افزون بر آن اگر کمبود کارگر ماهر وجود داشته باشد، ممکن است نیاز به وارد کردن کارگر از کشورهای دیگر وجود داشته باشد و این منجر به کمبودهای اقتصادی بیشتر می گردد. همچون درآمد بدست آمده از نیروی کار وارد شده که شاید به گونه جزئی به میهن خود برگرداند خواهد شد. (م. ۶- ص ۲۰۲)

۱۲- امکانات اقامتی و رفاهی جهانگردی:

سازمان جهانی جهانگردی اینگونه بیان می کند که جهانگرد دست کم باید یک شب را در جایی که از آن دیدن می کند بگذراند. جهانگرد ها از جای نخستین خویش که اکنون می تواند میهنشان باشد یا نباشد توسط ابزارهای گوناگون حمل و نقل وارد می شوند. در این حالت داده های امکانات اقامتی و پذیرایی هسته کانونی، جنبش های آنها را پدید می آورد. دیدار از کشش های بومی یا بهره وری از فروشگاه ها و رستوران های بومی می تواند گزینش یک جهانگرد را پدید آورد جهانگردی یا جهانگرد داد و ستدی، ممکن است بیشتر در گیر داد و ستدهای بازرگانی و بخش دولتی باشد. در

تمام مراحل جهانگرد ها ممکن است با عاملین گردشگری و گردانندگان تورها برای رزرواسیون امکانات اقامتی و دیگر سرویس رسانی ها سروکار داشته باشند. اگر این بازدید بیش از یک شب به درازا بینجامد آن گاه این امکانات اقامتی است که تبدیل به بنیان و اساس دیگر پیشه ها گشته و نیاز درخواست های وابسته به امکانات اقامتی به مراد بازدید و گردش بستگی خواهد داشت. برای نمونه جهانگردان بازرگانی ممکن است نیازمند امکانات بازرگانی همچون سرویس رسانی های منشی گری باشند. در تمام موارد امکانات اقامتی و پذیرایی بنیان جنبش ها را ساخته است و به آنها به عنوان ملک ویژه جهانگرد نگریسته می شود.

نقش اساسی امکانات اقامتی و پذیرایی به داده ها و ارائه یک بنیان روانی برای جهانگرد محدود نمی گردد. بلکه بخش بزرگ کار، درآمدهای بدست آمده از جهانگرد ها رامی سازد. داده های سال ۱۹۹۰ در انگلستان این مسئله را آشکارا به نمایش می گذارند. از آنجایی که داده های امکانات

اقامتی و پذیرایی به تنهایی در بر گیرنده ۱/۳ تمام هزینه های جهانگردهای بومی و بیرونی می گردد.

(م. ۶ - ص ۲۸۳، ۲۸۴)

۱۲-۱ انواع امکانات اقامتی در اروپا:

انواع امکانات اقامتی باتوان عرضه در هر کشور متفاوت است اگر تنها به قاره اروپا نگاهی بیندازیم می توانیم نام ها و گونه های متفاوت اقامتی را شناسایی نماییم.

فرانسه: به عنوان یک کانون بزرگ جهانگردی شمار گوناگونی از امکانات اقامتی را عرضه می نماید که می توان آنها را به سه جزء بخش نمود:

۱- هتل هایی که از یک تا چهار ستاره لوکس درجه بندی شده اند. افزون بر گروه هتل ها یک

کلکسیون بزرگ از هتل های خصوصی چون (لاژه دو فرانس Logis de france) یا (Relais chateaux) وجود دارند.

۲- جاهای کمپینگ و کاروان یا چهار درجه از یک تا چهار ستاره.

۳- امکانات اقامتی؛ (ژی دو فرانس Gites de france) نام دارد که در بر گیرنده امکانات اقامتی

خود پذیرایی ارزان بها در دورن یا نزدیکی دهکده های پیرامون شهرها می باشد خودرزی

می تواند یک کلبه کوچک، یک خانه آبادی یا یک سویت در درون باغ یا بخشی از مزرعه باشد.

سوئیس: کشور سوئیس با پیشینه سنتی زیادی در زمینه میهمان نوازی بازرگانی، عرضه کننده امکانات اقامتی در ۲۶۰۰ هتل و پانسیون (تمام آنها اعضای یک انجمن می باشند) آپارتمان های زیاد، ۴۵۰ جای استقرار کمپ و کاروان و هتل های جوانان که ویژه جوانان زیر ۲۵ سال سن طراحی شده اند می باشند. افزون بر آن کشور سوئیس توانمند به عرضه خدمات انواع بیشماری از چشمه های آب معدنی بهداشتی و درمانی، کلینک، جاهای خوش آب و هوا و هتل های کوهستانی می باشد.

هلند: تمام هتل ها در هلند براساس استاندارد هتل ها بنلوکس درجه و رتبه بندی می شوند و بنا بر امکانات، توانمند به عرضه خود به فرم هتل های یک تا چهار ستاره رتبه بندی می گردند. این امکانات و سرویس رسانی ها در برگیرنده موارد زیر می باشد:

- هتل - کافه - رستوران (HCR): امکانات اقامتی در برگیرنده هتل، یک کافه و یک رستوران در دورن آن
- هتل (M): مجموعه ای از یک هتل، کافه و رستوران در یک جاده اتومبیل رو برای عرضه سرویس دهی به رانندگان

- هتل رستوران (HR): امکانات اقامتی افزون بر یک رستوران در درون آن
- هتل گارنی (HG): امکانات اقامتی در برگیرنده تخت و صبحانه
- هتل آپارتمان (AH): امکانات اقامتی با داشتن آپارتمان، سویت کوچک، استودیو و ... که روزانه کرایه داده می شود.

شمار شب ها نسبت به هر گردشگر:

بنابر بیانات سازمان جهانگردی انگلستان، داده ها و آمار سال ۱۹۹۱، گفته شده میانگین گردشگری در انگلستان تنها چهار شب بوده است. عدد کمتر از یک، نمایانگر ماندن کمتر از نرخ میانگین است در حالی که عددی بیش از یک نمایانگر ماندن بیشتر از میانگین است به غیر از جهانگردی های ترانزیتی

پایین ترین نرخ تبدیل برای هتل ها، متل ها و مهمان پذیرها برابر ۸۲٪ یا تنها بیش از سه شب در هر مسافرت می باشد.

بیشترین و بالاترین عدد وابسته به فلت ها و آپارتمان های خود پذیرایی می باشد، یعنی دو یا چیزی بیش از ۸ شب برای هر گردش.

به طور کلی، در ازای ماندن بخش امکانات اقامتی بازرگانی و داد و ستد بیش از بخش امکانات اقامتی غیربازرگانی است. در عوض در بخش بازرگانی اقامت در درون امکانات اقامتی یا سرویس رسانی های بسیار کوتاهتر از امکانات اقامتی بدون سرویس رسانی یا خود سرویس رسانی می باشد.
(م. ۶- ص ۲۸۹، ۲۹۰)

۱۳- تبلیغات و بازاریابی در جهانگردی:

تبلیغات در جهانگردی یکی از با ارزش ترین وظایف هر سازمان توریستی است. شیوه تبلیغات و اندازه آن نموداری از جنبش های این سازمان ها بوده و در این مورد باید به این نکته توجه گردد که هر گونه تبلیغات جهانگردی با در نظر گرفتن توانایی های پذیرایی از توریست ها انجام پذیرد و چنانچه تبلیغاتی به کار می آید اما ابزارها و تسهیلات مورد نیاز برای جهانگردان موجود نباشد، این امر پیامدهای منفی به بار خواهد آورد. به طور کلی در تبلیغات باید چند نکته مد نظر قرار گیرد. که از آن جمله مسائل وابسته به روان و اندیشه های همگانی، مسائل اجتماعی و سیاسی و سرانجام مسائل اقتصادی کشورهایی که تبلیغات مورد نظر برای پذیرش توریست، برای آنان به کار می آید. به این معنی که کشورهایی که در آنها اقدام به تبلیغ می گردد شیوه تبلیغات باید بر پایه ای باشد که تولید بازتاب ناپسند ننموده و از سویی توجه به این نکته نیز بسیار ضروری است که تبلیغ کننده نباید داده های ناتمام و یا اغراق آمیز در اختیار توریست ها بگذارد، زیرا در صورتی که بر اثر تبلیغات زیرکانه یورش توریست ها به کشوری سرازیر شود، آنچه که در گوناگونی ابزارهای تبلیغاتی مانند بروشورها، برگه های داده ای و مانند آن به توریست ها داده شده با آمار درست هماهنگ نباشد پس از بازگشت از کشور میزبان تبلیغات سویی را برای آن کشور از راههای گوناگونی خواهند نمود. (م. ۷- ص ۱۱۹، ۱۲۰)

۱۳-۱ ویژگی های بازاریابی در جهانگردی:

سرویس رسانی جهانگردی در رده بومی، منطقه ای یا ملی عرضه می شود اما چگونگی تبلیغات و بازاریابی سازمانها بر یک پایه استوار است.

مهمترین مراد از تبلیغات و بازاریابی در صنعت جهانگردی، پذیرش هر چه بیشتر جهانگردان برای دیدن کشور، منطقه یا جای ویژه ای است. به همین دلیل، برای پخش داده های وابسته به گوناگونی جاذبه ها و امکانات، بهره وری از آنها کوشش فراوانی انجام می شود. وانگهی هر سازمانی می کوشد چهره ای آشکار و روشنی از گوناگونی امکانات گردش و سرگرم کننده، ابزار حمل و نقل و ... ارائه دهد و گوناگونی کشش ها و امکانات موجود در یک کشور را در یک چارچوب نگاری وابسته و بی همتا در آورد.

هریک از ارائه دهندگان خدمات جهانگردی با مبارزه تبلیغاتی می تواند آن بخش از تمام دستاورد جهانگردی را که تهیه کرده است، به بازار عرضه کند. بدین ترتیب هنگامی که سازمانهای رسمی جهانگردی موجبات شناسایی کشور را در بازار خریداران بالقوه فرآورده های جهانگردی پدید آوردند، شرکت های هواپیمایی دیگر ارائه دهندگان ابزارهای گردش، صاحبان و دایرکنندگان جاهای پذیرایی و اقامتی و همچنین ترتیب دهندگان تورها و گشت های جهانگردی، امکانات خود را به خریداران می شناسانند.

یکی از با ارزش ترین وظایف سازمانهای جهانگردی دولتی بازاریابی کالاهای جهانگردی جاهای گوناگون است. پدید آوردن دفترهایی که داده های کافی در مورد فرآورده های جهانگردی در رده های گوناگون (کشور، منطقه، و بومی) در اختیار جهانگردان بگذارند، از نخستین کوشش های بازاریابی این سازمان است. (م. ۱- ص ۲۵۷ - ۲۵۸)

۱۳-۲ شیوه های بازاریابی:

در بازاریابی بیشتر از چند شیوه بهره برده می شود که به بیان زیر می باشد:

تبلیغات، گسترش عوامل فروش و بهره وری از وابستگی های همگانی، پژوهش های بازاریابی و بدست آوردن داده های وابسته به بازار از ابزارهای تبلیغاتی می توان به روزنامه ها، کتابچه ها، پوسترها، فیلم و آگهی های سینمایی و دیگر ابزارهای تبلیغاتی اشاره کرد. (م. ۱ ص - ۲۵۸، ۲۶۲، ۲۶۳، ۲۶۴)

توجه به بازاریابی جهانگردی پس از جنگ جهانی دوم آغاز گردید بازاریابی و پژوهش های وابسته به آن در گسترش جهانگردی از امور بسیار با ارزش و ضروری به شمار می رود. در اجرای این امر لازم است که آمار جهانگردان به درستی مورد بررسی قرار گرفته و اثرات اقتصادی و مالی آن تجزیه و تحلیل گردیده و با توجه به دستاوردهای بدست آمده، طرح ها و برنامه های مورد نیاز برای گسترش و تکامل جهانگردی پی ریزی شود. در مسائل وابسته به بازاریابی باید با تمام مسائل اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و اقتصادی کشورهای مورد نظر و بازارهای فرستنده جهانگرد به درستی مورد توجه و بررسی قرار گیرند تا بتوان براساس آنچه به دست آمده است، برنامه های مورد نیاز را پی ریزی نمود. (م. ۷- ص ۱۱۹)

۱۴- پیامدهای در آمدی و پیشه زایی جهانگردی و ایرانگردی:

انجام گردش های درونی و بیرونی در کنار آن پدید آوردن جنبش های وابسته با آن در چارچوب جنبش های توریستی و توریسم، پیامدهای فراوانی را از دیدگاه اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی برای ملت ها در درون هر کشور و به ویژه در پهنه بین المللی پدید آمده است.

با ارزش ترین پیامد مستقیم ورود توریسم بین المللی روی اقتصاد ملی از راه وارد کردن پول و درخواست از منابع کشورهای دیگر است. این افزایش توریسم و افزایش درآمد بدست آمده از توریسم همانند افزایش صادرات کار می کند. ویژگی توریسم در این رابطه این است که بسیاری از کالاهای غیر قابل مبادله را در رده بین المللی به کالاهای قابل مبادله تبدیل می کند.

به طور کلی سه پیامد مستقیم توریسم روی اقتصاد ملی بیشتر قابل شناسایی است:

۱- افزایش بهای درونی

۲- افزایش میزان عرضه کالا و سرویس رسانی ها

۳- بهبود تراز پرداخت ها

با ورود توریست به یک منطقه یا کشور، درخواست برای کالاها در این منطقه یا کشور افزایش یافته و در کوتاه مدت تراز بهای بدست آمده از این افزایش، درخواست ها نیز، افزایش می یابد. این پیامد به ویژه هنگامی بارزتر است که منطقه یا کشور فرستنده دارای تراز درآمدی بالاتری نسبت به کشور پذیرنده باشد.

هزینه های توریست درونی و ورود توریست بیرونی در مجموع منجر به افزایش درآمد ملی می گردد و هزینه های توریست های درونی به بیرون از کشور به عنوان نشت از درآمد ملی می باشد. دستاوردهای بدست آمده از درآمد توریست به پیشه وری و درآمد نخستین آن محدود نمی گردد.

برای نمونه هزار ریال درآمد ناشی از هزینه گردشگری (درونی و بیرونی) بسته به این که این هزار ریال چگونه بدست آمده باشد میان دستمزد، اجاره سود سرمایه و مالیات پخش می گردد. اما این پایان کار نیست بلکه این درآمد می تواند تا از راه یک پیامد فزاینده که در اقتصاد به «ضریب افزایش» شناخته شده است، درآمد و پیشه وری پدید آورد. درآمد بدست آمده از توریسم به نوبه خود منجر به افزایش پیشه عوامل تولید از جمله کار، سرمایه، زمین و مدیریت میگردد: این که سهم هریک از این عوامل در درآمد بدست آمده چه اندازه است، بستگی به تکنولوژی صنعت توریستی کشور دارد. هرچه صنعت توریستی کشور درجه کاربری بالاتری داشته باشد، درآمد بدست آمده بیشتر خواهد بود. هر واحد افزایش در درآمد ملی ناشی از توریسم سهم پیشه وری نیروکار را بیش از دیگر عوامل افزایش می دهد.

در مجموع سه گونه پیشه نیروی انسانی (نیروی کار و مدیریت) در مورد صنعت توریسم قابل جدا شدن است:

۱- **پیشه وری نخستین:** این گونه پیشه وری بیشتر در جنبش هایی است که برای فراهم آوردن زمینه ها و پیش از انجام گردش و یا در هنگام گردش به مراد آگاهی بیشتر از پتانسیل های مورد استفاده قرار دارد. جنبش های موسسات توریستی و داده رسانی از این گونه می باشد.

۲- **پیشه وری در برآوردن نیازها:** این گونه پیشه وری که سهم زیادی از پیشه در صنعت توریسم را در بر می گیرد، در جنبش هایی می باشد که به گونه ای مستقیم نیازهای روزمره

توریست را تا زمانی که در کانون گردشگری است بالا می برد. این گونه پیشه وری دامنه گسترده ای از جنبش ها در حمل و نقل، هتل داری، رستورانها و سرویس رسانی های گردشگری و ورزشی را در بر می گیرد.

۳- **پیشه وری غیر مستقیم:** این گونه پیشه وری که بیشتر با جنبش هایی در بنای هتل ها همزمان با سرمایه گذاری در صنعت توریسم فراهم می آید. جنبش در بنای هتل ها و تمام جنبش های پیش از آن، تولید ابزارهای حمل و نقل و نیز سهم توریسم در پدید آوردن ساختارهای زیربنایی در رده این گونه پیشه وری است. (م. ۸- ص ۱۴۵، ۱۵۱، ۱۵۳، ۱۵۷، ۱۵۸)

صنعت توریسم پیشه های گوناگونی را پدید می آورد که هر چند برآورد آن به سادگی ممکن نیست، اما شمار آن در کشورهای پیشرفته با اقتصاد باز مانند کشورهای اروپایی به صدها هزار پیشه می رسد. با گسترش جنبش های وابسته به توریسم فرصت های مستقیمی برای پیشه وری در هتل ها و دیگر گونه های سرویس رسانی درجه دو آن مانند کارهای ساختمانی و صنعت های مکانیکی و دیگر صنعت ها مانند، ساخت کشتی های گردشگری و ساخت کاروان سراها و ابزارهای ویژه کمپینگ، جنبش وابسته به آژانس های گردشگری و دفترهای سرویس رسانی و تهیه بلیط راهنمایان جهانگردی، کارهای وابسته به صدور گذرنامه های توریستی، ویزا، گمرک، تهیه بروشورها و نقشه های توریستی و مانند آنها. به گونه ای غیر مستقیم نیز فرصت های پیشه ای دیگری در صنعت توریسم وجود دارند که در بر گیرنده پیشه وری در بخش کشاورزی و تولید فرآورده های خوراکی، تولید صنایع دستی و فروشگاههای عرضه کننده آن و دیگر پیشه های زیادی که نام آنها بحث جداگانه ای را می خواهد.

از جنبه های با ارزش دیگر و پیشرفت جهانگردی پدید آوردن جنبش ها و تولید کار و بهره وری از اندوخته های انسانی متخصص می باشد که در صورت بودن شرایط آن گسترش جهانگردی را با پیروزی همراه خواهد ساخت. به بیان دیگر صنعت جهانگردی همواره به صورت صنعتی نگریسته شده است که بیشتر از عوامل دیگر کار، بهره وری به بار می آورد. با پژوهش هایی که در این زمینه انجام شده است، این موضوع به اثبات رسیده است. برای نمونه در هنگام بررسی انجام شده در جزیره پورتوریکو این

دستاورد بدست آمده که اندازه سرمایه موردنیاز برای پدید آوردن واحد کار در صنعت هتل داری برابر با اندازه سرمایه مورد نیاز برای پدید آوردن یک واحد کار در صنایع سبک است.

جدول شماره ۲-۲ افراد پیشه ور در بخش جهانگردی در سال ۱۹۷۰

شماره	نام کشور	شماره برآورد پیشه ای که مستقیم پدیده آمده است
۱	یوگسلاوی	۱۲۶۳۹۲
۲	اسپانیا	۱۰۴۶۱۲
۳	کنیا	۱۲۰۰۰
۴	تونس	۱۱۸۹۱۹
۵	مراکش (مغرب)	۶۳۹۳
۶	تانزانیا	۲۴۰۰

در کشورهای رو به رشد و جهان سوم که بالقوه دارای کشش های توریستی و جاهای دیدنی زیادی هستند، پیشه وری در بخش توریسم نه تنها از سختی های نیروی انسانی آماده به کار کم می کند، بلکه به لحاظ نبود مسافرت توریست ها به این گونه کشورها، با جریان یافتن جهانگردی توجه آنان را به سوی اینگونه کشورها جلب می نمایند. (م. ۷- ص ۶۲، ۶۳، ۶۴)

۱۵- آمار در جهانگردی:

با پیشرفت های دانش، ارزش آمار تمامی پژوهش های اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و فرهنگی امروز روشن شده است، با اینکه جهانگردی نوین زاده دوران پس از انقلاب صنعتی است، اندازه گیری منظم علمی تمام جنبش های جهانگردی از سده بیستم آغاز شد. همراه با افزایش جهانگردی در سال های پس از جنگ جهانی اول نیاز به اندازه گیری درست و علمی آن احساس شد.

تا آغاز جنگ جهانی اول، آمارگیری در جهان تنها به وسیله دولت ها انجام می شد که تنها جنبه سیاسی داشت. بدین معنی که انجام این کار برای نظارت بر درآمد جاهای پذیرایی و اقامتی و رفت و آمد بیگانگان و مهار مرزها و مسائل مالیاتی، بهترین انگیزه های اقدام به آمارگیری در جهانگردی بود. اما آگاهی از مسائل بهداشتی و بیماری های واگیر نیز انگیزه ای برای این کار به شمار می آمد. با افزایش روز افزون نقش جهانگردی در اقتصاد و افزایش درآمد و جابجایی سرمایه، داشتن داده های آماری

وابسته به جابجایی های جهانگردی اندازه هزینه های جهانگردان و درآمدهای سازمان ها، موسسات و دولت ها از صنعت جهانگردی، مبنای برنامه ریزی برای گسترش جهانگردی و گسترش اقتصادی به شمار می آید. وانگهی برای سرمایه گذاری در هر بخشی از جنبش های اقتصادی و از جمله جهانگردی، باید اندازه سوددهی و عوامل آن را در نظر گرفت. از این رو برای سنجش شمار جهانگردان در کانون های گردش، خواسته ها، گرایش های آنان و آگاهی از اندازه پولی که جهانگردان در جاهای گوناگون هزینه می کنند، نیاز به آمارگیری علمی از همه روندهای چگونگی جهانگردی احساس می شود. همچنین دانستن این نکته موردنیاز است که گسترش و بازاریابی در جهانگردی نیازمند بهره مندی از آمار در مورد اندازه و گونه تجهیزات، کشتش ها، امکانات، ارزش سرویس رسانی که در زمینه جهانگردی ارائه می شود و ... است. (م. ۱- ص ۱۹۵، ۱۹۶، ۱۹۷)

۱-۱۵ هدف از آمارگیری در جهانگردی:

با توجه به گفته های پیشین می توان مراد از آمارگیری یا به بیان دیگر، کار برآورد در جهانگردی را در موارد زیر خلاصه نمود:

- ۱- ارزیابی پیامدهای جنبش های جهانگردی در اوضاع اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی ساکنان یک کانون جهانگردی (محل، شهر، منطقه، کشور)
- ۲- برنامه ریزی و سرمایه گذاری در امور زیربنایی و پدید آوردن تسهیلات اقامتی و رفاهی و امکانات گردش با توجه به شمار گردشگرانی که به یک کشور با یک محل و منطقه می آیند و اندازه پولی که هزینه می کنند و همچنین با در نظر گرفتن ویژگی های روانی، پیشه ای، فرهنگی، می توان به پدید آوردن فرودگاهها، شرکت های حمل و نقل، تعمیرگاه، خوراکی سرا، میمهان سرا، جاهای گردشگری و ... اقدام کرد یا امکانات موجود را گسترش داد.
- ۳- سرانجام بدست آوردن آمار و داده ها برای بررسی بازارهای جهانگردی و رشد و گسترش آن ضرورت دارد، زیرا هنگامی گسترش هر جنبش اقتصادی - اجتماعی امکان پذیر است که داده های آماری درست از بازارهای بالقوه و بالفعل و ویژگی های آن بازارها وجود داشته باشد.

(م. ۱- ص ۱۹۷)

۱۵-۲- گوناگونی آمار در جهانگردی:

می توان آمار در جهانگردی را به سه دسته بخش کرد که هر کدام از آنها کاربردی ویژه دارد:

الف - آمار وابسته به اندازه: آمارگیری از اندازه جهانگردی در فاصله زمانی معینی (برای نمونه در طول یک سال) است، اما از آنجا که ممکن است در این مدت، جهانگردانی بیش از یک بار در سال از جایی دیدن کنند، این گونه آمار باید بازتاب شمار بارهایی باشد که جهانگردان از کشور یا جایی دیدن می کنند. از این رو، این آمار نمی تواند نشان دهنده شمار جهانگردانی که به آن جا یا کشور می روند باشد. یعنی ممکن است شمار جهانگردان از شمار بیان شده در سراسر یک سال کمتر باشد و برخی از جهانگردان، در سراسر سال سه بار به کشوری رفته باشند. شیوه دیگر آمارگیری از شمار گردشگران بر پایه مدت ماندن (شب یا روز) آنان در کانون گردشگری است، که بیشتر میانگین مدت ماندن را در نظر می گیرند. برای نمونه میانگین مدت ماندن جهانگردان در سال ۱۹۷۸ در انگلیس ۱۱/۴۵ روز بوده است.

ب - آمار وابسته به ویژگی جهانگرد: با آگاهی از نوع پیشه، سن، جنس، اندازه دانش، دلبستگی و خواسته های گردشگران و چشم داشت هایی که آنان از گردش به کانون جهانگردی دارند، و یا پی بردن به دلیل این که گروهی از مردم در روزهای تعطیل ماندن در خانه رابر گردش بر می گزینند، طراحان و برنامه ریزان می توانند طرح ها و برنامه هایی در رده های بومی، منطقه ای و ملی ارائه دهند و بدین سان بازار جهانگردی را گسترش دهند.

ج - آمار هزینه ها: با آگاهی از اندازه پولی که گردشگران در یک شهر یا کشور هزینه می کنند، می توان به پیامد و ارزش جهانگردی در اقتصاد منطقه و برآورد کردن درآمد اهالی پی برد. پولی که جهانگردان خارجی در یک کشور برای رفت و آمدهای داخلی، اقامت، خورد و خوراک، خرید و ... هزینه می کنند، به منزله درآمدهای کشور بازدید شونده. به شمار می آید اما پولی که بابت بلیط رفت و برگشت از آغاز تا کانون گردشگری به شرکت های حمل و نقل بیرونی می پردازند به منزله درآمد کشور کانون به شمار نمی آید. (البته اگر جهانگردان خارجی با شرکت

حمل و نقل کشور مورد بازدید مسافرت کنند این پرداخت نیز از درآمدهای کشور مورد بازدید به
شمار می آید)

شیوه سنتی بر آورد هزینه بازدید کنندگان خارجی بر مهار ارزیابی بیرونی و دفترهای بانکی استوار
است. مفید بودن این روش به عادت جهانگردان و شیوه رفت و آمد آنان، همچنین مهار درست
سیستم ارزی بستگی دارد. اگر بخواهیم میانگین هزینه ها را در هر دیدار یا در هر شب ماندن بدانیم
باید اندازه درآمد زیر ساخت های جهانگردی یا جاهایی را که به هر حال با جنبش های جهانگردی
وابسته اند، بر تعداد کسانی که به آن جا وارد شده اند یا تعداد شب و روز بخش کنیم اعداد بدست
آمده مربوط به میانگین هزینه ها در هر دیدار یا هزینه های روزانه و شبانه، معیاری برای شناخت گونه
و چگونگی گردش جهانگردان و اندازه هزینه های آنها در هر کانون جهانگردی است.
(م. ۱- ص ۱۹۷، ۱۹۸، ۱۹۹، ۲۰۰)

۱۵-۳- روش های بزرگ آمارگیری:

الف - آمارگیری مستقیم با شمارش در جاهای ورود یا خروج:

براساس این روش افزون بر این که شمار جهانگردان، هنگام وارد شدن به کانون جهانگردی یا بیرون
رفتن از آن یادداشت می شود، با گفتگو و پرسش از آنها می توان به داده های درستی دست یافت
البته در مورد آمار جهانگردی بین المللی به شرطی این روش می تواند کارساز باشد دستاورد
پسندیده ای را بدست دهد که بر مرزهای کشور بازدید شونده مهار زیاد حاکم باشد. این روش نیز
هم برای تعیین شمار جهانگردان خارجی در یک کشور و هم برای شمارش جهانگردان در محل یا
کانون جهانگردی ممکن است کارآمد باشد. با این روش می توان درباره زمان ورود و خروج از
کشور یا کانون جهانگردی و در کانون بعدی یا مدت ماندن و از جهانگرد پرسش نمود.

ب- آمارگیری از راه پرسش از خانه ها و خانواده ها:

بر این اساس شمار مشخصی از خانواده های شهر یا کانون جهانگردی را در نظر میگیرند و بین آنان
پرسش نامه پخش می کنند. بیشتر در این پرسش نامه ها درباره جنس، سن، پیشه، جای تولد، اندازه
درآمد، اندازه سواد، شمار افراد خانواده، دلیل رفتن یا نرفتن به گردش پرسش می شود.

پخش پرسش نامه ها بین خانواده هایی که به گردش نرفته اند نیز برای این ارزش دارد که نخست آگاهی های کلی درباره چگونگی گذران وقت آزاد اهالی یک ناحیه یا یک کشور به دست می آید. و دوم اینکه از این راه می توان به علت نداشتن انگیزه به گردش بخشی از مردم پی برد.

ج - آمارگیری غیر مستقیم با شمارش در جای اقامت:

در این شیوه که بسیار رایج است، پرسش نامه های ویژه ای از سوی سازمان یا وزارت جهانگردی در اختیار مسئولان اقامت گاههای جهانگردی قرار می گیرد. کارمندان جاهای یاد شده این پرسش نامه ها راهنگام ورود گردشگر به او می دهند و از او می خواهند آن را پر کند و به دفتر جهانگردی جای اقامت خود بفرستد.

این پرسش نامه ها در فاصله های زمانی روشنی، به دفتر کانونی سرپرست آمار جهانگردی فرستاده می شود با این روش آمارگیری نه تنها می توان از شمار گردشگران و مدت ماندن آنها آگاه شد بلکه می توان از ویژگی های فردی گردشگران آگاه شد و جهانگردان را از نظر ذوق و وابستگی ها و تسهیلاتی که در جای اقامت مورد بهره برداری قرار می دهند رده بندی کرد.

۱۵-۴- تنگناها و سختی های آمارگیری:

به خاطر پیچیدگی و ویژگی ماهیت جهانگردی، تهیه آماری درست درباره جهانگردی بسیار دشوار است. با ارزش ترین مسئله آمارگیری و تهیه اندازه های عددی درباره جهانگردی شناختن جهانگردان از دیگر گردشگران و مردمان بومی است.

دستیابی و پیروزی در گردآوری آمار جهانگردی به دو موضوع بستگی دارد: یکی اینکه به چگونگی اندیشه هایی که سردمداران دولتی برای نظارت در کوچ یا در مبادلات ارزی با انگیزه های ویژه به کار می برند. دوم اینکه به اندازه همکاری خود جهانگردان با زیرساخت های آمارگیری، با توجه به این سختی ها و نیاز دولت ها به داده ها و آمار در زمینه مبادلات بین المللی و کوچ، جای شگفتی نیست که در بسیاری از کشورها در حالی که درباره جهانگردی بیرونی داده های درستی در دست نیست، درباره گردش های ملی، داده ها بسیار اندک و ناتمام است.

(م. ۱ - ص ۲۰۱، ۲۰۲، ۲۰۳، ۲۰۴)

۱۵-۵- آمار جهانگردی بومی:

گردش هایی که در گستره جغرافیایی یک کشور انجام می گیرد جهانگردی درونی نامیده می شود
آمارگیری از گردش های بومی به دو لحاظ ارزش دارد:

نخست آگاهی از اندازه، ارزش، ویژگی ها و وابستگی ها به جهانگردی نزد مردم؛ دوم بدست آوردن داده ها درباره یک نقطه ویژه واقع در قلمرو یک کشور، دفترهای یادداشت نام گردشگران در مهمانسراها و جاهای پذیرایی معمول ترین و کهن ترین منبع بدست آوردن داده ها درباره گردشگران بومی است. در هر موردی که داده های وابسته به یک کانون ویژه مورد نظر باشد، داده های موجود در یک مهمانسرا یا موسسه همانند در همان جا را می توان گردآوری نمود. نمی توان به این دفاتر چندان اعتماد کرد، زیرا هر کدام از آنها دارای تسهیلات و امکانات ویژه ای هستند و هیچ کدام از مهمان سراها، کاروان ها و اردوگاه های گردشگری از نظر ابزارها و تسهیلات جهانگردی، یکسان نیستند. وانگهی آگاهی آنها درباره جریان جهانگردی و وابستگی ها و رفتار جهانگردان چندان کافی نیست برای آمارگیری در جهانگردی بومی از دو شیوه اصلی بهره وری می شود:

۱- بررسی بیکاری های ملی کشور:

بررسی بیکاری های ملی از لحاظ جهانگردی بومی کشور در وهله نخست، داده های وابسته به اندازه بیکاری ها و هزینه و ویژگی های بازار تعطیلات را روشن می سازد. در بررسی های به بار آمده، دست کم مدت گردش برای به شمار آوردن بیکاری های زیاد، چهار شب در نظر گرفته شده است. تعیین این اندازه به این دلیل است که بیکاری های سالیانه از بیکاری های کوتاه مدت به ویژه از بیکاری آخر هفته جدا شود.

۲- بررسی آمار در کانون جهانگردی:

در این بررسی، مراد تعیین اندازه پول های هزینه شده و ویژگی جهانگردانی است که در درون کشور به یک جا و کانون معین گردش می کنند. وضع کانون از دو دیدگاه بررسی می شود: بررسی مهمان سراها و دیگر جاهای همانند آن و بررسی وضع جهانگردان (درباره چگونگی هر دو بررسی،

پیش تر در بحث روش آمارگیری بیاناتی گفته شد) مراد از بررسی وضع بازدید کنندگان، بدست آوردن داده هایی درباره خود آنان و مدت ماند نشان در کانون است. (م. ۱- ص ۲۰۴ الی ۲۱۱)

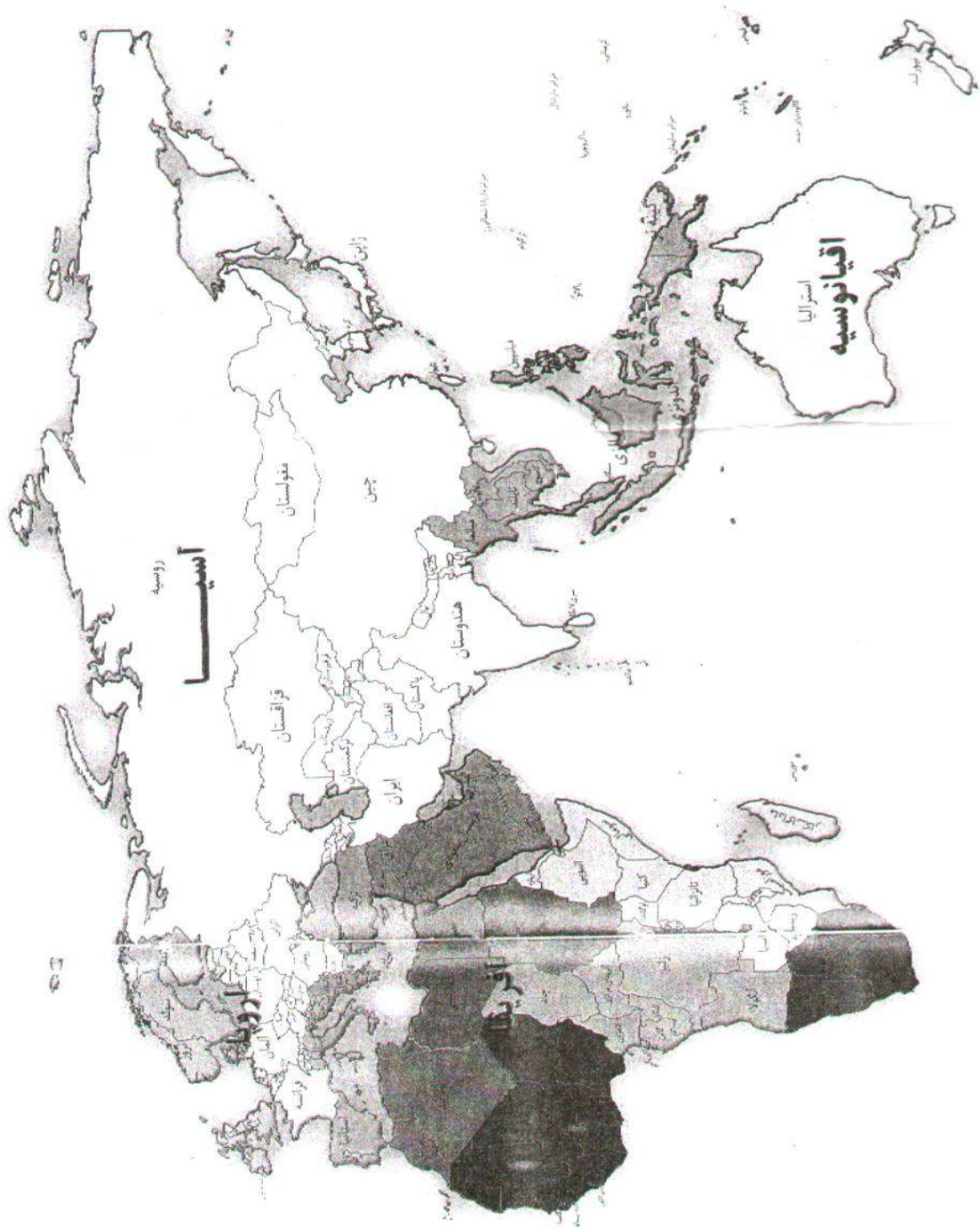
۱۵-۶ آمار جهانگردی بین المللی:

در دهه ۱۹۳۰، با روشن شدن ارزش رو به افزایش جهانگردی از دید اقتصادی، تلاش های همه جانبه ای برای ارزیابی گردش ها و هزینه های جهانگردی بین المللی به بار آمد. در سال ۱۹۶۰، صندوق بین المللی پول درباره شیوه یادداشت دریافت ها و پرداخت های گردشگری در ترازنامه پیشنهادهایی کرد که چکیده آن به بیان زیر است:

هنگام گردآوری گزارش درباره شمار گردشگران و اندازه هزینه های آنان باید پول هایی را که گردشگران بیرونی در کشور مورد بازدید هزینه می کنند در ستون بستانکار و پول هایی را که اهالی همان کشور در کشورهای دیگر مورد بازدید خود هزینه می کنند، در ستون بدهکار منظور کرد.

(م. ۱- ص ۲۱۳)

ه. ۱-۲ طبقه بندی کشورها براساس
زه بندی سازمان ملل که مورد استفاده
می چهارگونی قرار می گیرد.



ماخذ: اطلس گردشگری ایران سازمان میراث فرهنگی و گردشگری کرمانشاه

فصل ۳: گردشگری در ایران

۱- پیشگفتار:

در ایران توریسم و جهانگردی تاکنون جایگاه واقعی خود را نیافته است و با وجود جایگاه مناسب و هموار جغرافیایی بین دنیای خاور و باختر و بودن بسیاری از بخش های طبیعی، فرهنگی و گوناگونی جاذبه ها باتوان عرضه به بازارهای توریستی جهانی، درآمد ارزی ایران از این بابت بسیار ناچیز بوده و می باشد. نگاهی گذرا به جنبش های توریستی ایران در گذشته، نشان دهنده آن است که سیاست های استعماری در جریان جهانگردی کشور نیز همانند دیگر جنبش های اقتصادی کارآمد بوده و مانع از شکل گیری آن می شد. (م. ۷- ص ۱۸۸)

بسیاری از جهانگردان به دلیل تبلیغات دروغین از آمدن به ایران بیم دارند. مردم بسیاری از کشورهای جهان و به ویژه نسل های جوان آنها از کشش های کشورمان آگاهی چندانی ندارند. در این میان تهیه و ارائه فیلم هایی در زمینه کشش های جهانگردی ایران به مراد پدید آوردن انگیزه برای گردش به ایران بسیار مورد نیاز به نظر می رسد.

امروزه جهانگردی در بسیاری از کشورها سرچشمه با ارزش ارزی و یا افزایش درآمد ارزی می باشد، و جهانگردان رونق بخش اقتصادی بسیاری از کشورها شده اند. برای گسترش جهانگردی کشورمان نیاز به برنامه ریزی های درست داریم. این در حالی است که در این زمینه از بسیاری از کشورهای خاورمیانه جا مانده ایم. (م. ۸- ص ۳۰)

۲- پیشینه گردشگری در ایران:

از روی همانند های میان یادگارهای بدست آمده در «سیلک» و برخی دیگر از جاهای باستانی ایران می توان این گونه برداشت کرد که از دیر باز رفت و آمد میان قبیله های پیش از تاریخ ساکن این فلات برقرار بوده و بی تردید در اثر این وابستگی و ویژگی هایی از یک تمدن به تمدن دیگر جابجا می شده است. در دوران مادها نیز از راه مسافرت از ری به قزوین و زنجان و از همدان به اراک و قم و از راه قم به ساوه و همدان و از راه همدان به ابهر و فرقان بخش خاوری میانی کوهستانی زاگرس و مناطقی که پس از آن به عراق عجم موسوم گشت را اشغال کردند. در دوران هخامنشی راه های ارتباطی دوره ماد به

علت بدست آوردن سرزمین های دیگر گسترش یافت و برای بهبود راههای کهن و ساخت راه های نو اقدامات مفیدی آغاز شد. زیرا پادشاهان هخامنشی برای سازمان دادن به سرزمین پهناور خود و رساندن خبر در کوتاهترین زمان به راه های خوب و مناسب نیازمند بودند و با آمدن اسلام به ایران در آغاز رونق راهسازی و گسترش شبکه ارتباطی کشور به خاموشی گرایید. اما پس از پشت سر گذاشتن دورانهای سخت فرمانروایی که بر ایران حکومت کردند کم و بیش به ارزش راهها توجه ویژه نمودند. در دوره صفوی که باید آن را دوران طلایی گردشگری در ایران نامید. گردشگرانی با انگیزه های داد و ستد و گردشگری و سیاسی از کشورهای اروپایی به ایران آمدند. از جمله کنستانتین لاسکاری لو (C. lascary) لوتیجی رانچینیتو (l. ranchinitto) گردشگران و نیزی و دیگران تا سالهای نخست سده چهاردهم خورشیدی دگرگونی بزرگی در تسهیلات و امکانات گردش در ایران پدید نیامد. از آغاز سده چهاردهم آرام آرام راه های کاروان رو به جاده های شوسه تبدیل شد و در پی آن ورود اتومبیل به ایران فزونی یافت و پس از آن راه آهن و هواپیما در بهبود پیشرفت اقتصادی جهانگردی کشور کارآمد واقع شد. (م. ۴ - ص ۵۵، ۵۶)

در زمان سلوکیان جاده های بزرگ سه قاره آسیا، آفریقا و اروپا از راه ایران به هم پیوند می خوردند. در دوره اشکانیان جاده ها و ابزارهای حمل و نقل سامان یافت، به گونه ای که با ارزش ترین شاهراه بازرگانی کهن، یعنی جاده ابریشم در این زمان پدید آمد. در این دوره تسهیلاتی در اختیار گردشگران قرار می گرفت و کاروانیان را با نقشه راهنما از راهها آگاه می ساختند. در زمان ساسانیان هم امنیت بر راههای کاروان رو حاکم بود. پس از ورود اعراب به ایران دوره بی توجهی آنها به راهها کوتاه بود. دوره سلجوقیان راههای نو کاروانی ساخته شد. پس از فروکش کردن یورش های مغول و جانشینان آنها و با باز شدن جاده های بازرگانی آسیا، گردشگران و زائران و کاروانها به جنبش در آمدند.

در دوران قاجار به خاطر وابستگی بیشتر با کشورهای باختری، گردشگران بیرونی، راه ایران را در پیش گرفتند. از اقدامات انجام شده در این دوره طرح های آبادانی و ساخت چاپارخانه را می توان نام برد که به کوشش امیر کبیر انجام پذیرفت.

در سال ۱۳۱۴ خورشیدی برای نخستین بار در کابینه کشور اداره ای به نام «اداره پذیرش گردشگران خارجی و تبلیغات» تاسیس گردید و انجام کارهای وابسته به جهانگردی کشور بر دوش آن اداره واگذار گردید.

از سال ۱۳۱۵ خورشیدی موسسه مهمان خانه ها با بهره برداری از چند مهمانخانه (مهمان خانه در بند، مهمان خانه گچسار، مهمان خانه چالوس و ...) جنبش هتل داری خود را آغاز نمود. در سال ۱۳۱۹ خورشیدی نخستین آژانس جهانگردی ایران در تهران بنا شد. در سال ۱۳۲۰ خورشیدی «اداره پذیرش گردشگران بیرونی و تبلیغات» جای خود را به شورای عالی جهانگردی داد. در سال ۱۳۲۰ خورشیدی بار دیگر ارزش پذیرش گردشگران و گردشگری با توجه به جنبه های اقتصادی و پا برجایی مبانی حسن تفاهم میان انسانها، کشورهای گوناگون مورد توجه دولت واقع شد و اداره امور جهانگردی کابینه کشور متمرکز گردید. در سال ۱۳۴۰ خورشیدی شورای عالی جهانگردی، در بر گیرنده ۱۲ نفر از نمایندگان کابینه ها و موسسات دولتی، سه نفر از افراد آگاه و دانا در جهانگردی به خاطر تصویب نامه هیئت اجرایی اداره امور جهانگردی کابینه کشور بود و بر امور وابسته به جهانگردی کشور در رده عالی نظارت داشت. در سوم تیر ماه ۱۳۵۳ خورشیدی با توجه به گسترش و نیز به مراد هماهنگ شدن سیاست جهانگردی و اطلاعاتی کشور در درون و بیرون از مرزهای ایران به خاطر قانون سازمان پذیرش گردشگران و وزارت اطلاعات در یکدیگر در هم آمیختند و وزارت نوری به نام وزارت اطلاعات و جهانگردی پدید آمد. وزارت اطلاعات و جهانگردی در سال ۱۳۵۷ خورشیدی پس از انقلاب به وزارت ارشاد ملی و سپس وزارت ارشاد اسلامی نام گرفت و حوزه معاونت جهانگردی این کابینه سرپرستی امور جهانگردی کشور را بر دوش گرفت.

در اجرای سیاست های دولت ایران به مراد گسترش جنبش های اقتصادی، کسب و درآمدهای ارزی از منابع غیر نفتی با توجه به توان بالای کشور در پذیرش جهانگردان بیرونی با بازنگری در مراد وظایف حوزه معاونت امور سیاسی و زیارتی و سازمان کانونهای ایران گردی و جهانگردی این دو بخش در سال ۱۳۷۶ در یکدیگر آمیخته شد و جنبش خود را به منزله سازمان ایران گردی و جهانگردی ادامه داد تا اینکه در سال ۱۳۸۳ لایحه ای که به پیشنهاد ریاست سازمان یاد شده و اداره میراث فرهنگی تمام کشور

به مجلس برده شد تصویب و هم اکنون سازمانی به نام سازمان میراث فرهنگی و گردشگری تاسیس شده که یکی از معاونت های ریاست جمهوری به شمار می آید و با وجود انجام طرح آمیختگی هنوز مورد اعتراض نمایندگان مجلس و گروه ها قرار دارد و پیوستگی این طرح زیر بررسی و بازنگری است.

(م. ۵ - ص ۱۵۰، ۱۶، ۱۷)

ایران به خاطر موقعیت جغرافیایی، بازرگانی و دانشی اش و با داشتن مردمانی مهمان دوست و مهربان و میراث های گران بهای فرهنگی و هنری از دیر باز برای گردشگران و جهانگردان سراسر دنیا کششی ویژه داشته است بر مبنای نوشته های گزنفون و هر دوت، بازرگانان یونانی و رومی برای داد و ستد و گردش به ایران رفت و آمد داشتند.

ایران را گردشگرانی مانند ابن حوقل، یاقوت حموی و ابن بطوطه از جهان عرب بازدید کردند که بیان دیدنی های خود را از طبیعت و اوضاع مردم ایران در نوشته هایی مانند صوره الارض، معجم البلدان و ... آورده اند. سرشناس ترین گردشگران اروپایی که به ایران آمده اند و در مورد ایران و مردمش سفرنامه نوشته اند ژان شاردن فرانسوی، پیترو دلاوله ایتالیایی، مارکوپولوی ونیزی، تاورنیه فرانسوی و بنیامین تودلای هستند.

تودلای اهل اسپانیا است و گویا نخستین کسی است که پس از اسلام از ایران دیدن نمود و سفرنامه ای درباره گردشش به ایران و شهرهایش نوشته است. (م. ۱ - ص ۲۷۹، ۲۸۰)

۳- وضعیت جهانگردی در ایران:

توریسم به عنوان منبع درآمد ملی از سال ۱۳۱۴ مورد توجه قرار گرفت و سازمان هایی چون اداره امور جهانگردی و شورای عالی جهانگردی زیر نظر وزارت کشور و پس از آن سازمان پذیرش گردشگران رسیدگی به امور جهانگردی را بر دوش گرفتند. به طور کلی جهت گیری گسترش توریسم در سالهای پیش از انقلاب، گسترش توریسم بیرونی و بدست آوردن درآمد ارزی بیشتر بود. برای نمونه در برنامه چهارم عمرانی (۵۱-۱۳۴۷) مراد اصلی گسترش توریسم، افزایش جهانگردان از ۲۸۹ هزار نفر به ۵۲۰ هزار نفر در سال ۵۱ و طولانی کردن میانگین اقامت آنها به میزان دست کم ۸ روز بود. اما پس از انقلاب ایران در کنار بدست آوردن درآمد ارزی به زمینه های فرهنگی و اجتماعی توریسم هم توجه شده است و مراد

از گسترش توریسم جدا از منابع اقتصادی، شناساندن فرهنگ، تمدن ایران به جهانیان، پدید آوردن زمینه های مناسب برای شناسایی جاهای طبیعی و دیدنی در سراسر کشور و برانگیختن مردم به بازدید از این جام در وقت های فراغت به مراد آشنایی با یکدیگر و پا برجایی یگانگی بین مردم و دیگر موارد فرهنگی بوده است. (م. ۴- ص ۶۳)

در سال ۲۰۰۰ نزدیک به ۱/۴۳ میلیون گردشگر بین المللی وارد ایران شدند تمام درآمد بدست آمده از این گردشگران بیشتر از ۶۷ میلیون دلار بود. هم اکنون شمار جهانگردان بیشتر از دو میلیون نفر در سال می باشد. اما آمارها و نمودارها نشان دهنده آن است که توان های صنعت گردشگری ایران در بیرون بردن ارز بسیار بیشتر از برگشتی کنونی است. به بیانی دیگر اندازه تورهای بیرون رفته بیشتر از تورهای ورودی بوده و رشد منفی اقتصادی در بخش صنعت گردشگری را داریم.

صنعت گردشگری در ایران با تفاوتی زیاد با سینما از جنبه ارزش و پتانسیل اقتصادی آن، هنوز روند کاهشی خود را سپری نکرده و همچنان به منزله صنعتی حرام در بند گمان های بومی سازی و قید و بندهای اخلاقی، باورها و حتی سلیقه ای سیاستگذاران کلان و مدیران مالی سیستم دولتی گرفتار است. با وجود مخالفت های همه جانبه کارشناسان و دست اندرکاران امور گردشگری با آمیختن گردشگری با میراث فرهنگی که خود سازمانی آشفته و درگیر مشکلات مالی و مدیریتی بود، این اشتباه صورت گرفت و هم اینک شاهد ناتوانی و کاهش بیشتر این صنعت در ایران هستیم. مشکلات گردشگری و نیز کمبود زمینه ذهنی مثبت از جهانگردان و بی اعتمادی به آنها، بی ثباتی درونی دارد. (م. ۹)

۴- جاذبه های جهانگردی ایران:

ایران یکی از کشورهای با ارزش جهان است که به دلیل جایگاه ویژه سیاسی، اجتماعی و جغرافیایی همواره در کانون توجه جهانیان بوده است. کشور ایران به دلیل برخورداری از فرهنگ و تمدن باستانی همواره یکی از با ارزش ترین پایگاه های تمدن بشری بوده است. و به دلیل وجود ریشه های ژرف تاریخی و فرهنگی در این کشور و تاثیرگذاری آن بر جهان پیرامون خود در شمار ۱۰ کشور نخست جهان از لحاظ برخورداری از کشش های گردشگری قرار دارد. از سوی دیگر گوناگونی در طبیعت در جای جای این کشور بر زیبایی ها و جلوه های طبیعی آن افزوده است.

ایران را باید کشوری چهار فصل نامید چرا که در یک زمان امکان دیدن جلوه هایی از هر فصل وجود دارد بنابراین کشور پهناور ما با این آب و هوای گوناگون و کشش های توریستی فراوان یکی از جاهایی است که فرهنگ ها، شیوه زندگی و بناهای تاریخی، آن را به یکی از جاهای با ارزش توریستی جهان تبدیل کرده است. (م. ۴ - ص ۶۴، ۶۵)

قرار گرفتن ایران در یکی از حساس ترین و با ارزش ترین جاهای جهان همچون پلی از سپیده دمان تاریخ بشر، کانون های با ارزش فرهنگی، سیاسی، اقتصادی، تمدن های گوناگون جهان را به هم پیوند می دهد. به خاطر پهناوری سرزمین و گوناگونی ساختار طبیعی که پدید آورنده گوناگونی آب و هوا و چشم اندازهای چشم نواز طبیعی است، ایران را کشوری پربار، زیبا، بهره مند از جنگل های سرسبز، کوه های باشکوه دشت ها و بیابانهای بی کران و کویرهای شگفت انگیز کرده است. به طور کلی می توان جاذبه های جهانگردی ایران را به سه گروه طبیعی، انسانی، فرهنگی و آیینی بخش کرد:

۱- جاذبه های طبیعی: کوه های بلند و زیبای زاگرس، البرز، سبلان، شیرکوه و قله های بلند آنها مانند دماوند، الوند و دنا که حتی بهترین جا برای مشتاقان کوه نوردی و اسکی است، چشم اندازهای بسیار زیاد و گوناگون ایران جاذبه هایی بسیار زیبا را پدید آورده اند.

۲- جاذبه های انسانی - فرهنگی: هم چنان که گفته اند، ایران به خاطر بهره مندی از تمدن و فرهنگ پربار و قرار گرفتن در راه جاده ابریشم که خاور و باختر جهان را در گذشته به هم پیوند می داد، و چون در سراسر تاریخ کهن خودش فرمانروایی های جهاندار و امپراتورهای دادگر دوران پرفرو شکوهی را به خود دیده است، سرشار از یادمان و یادگارهای تاریخی، شیوه زندگی و یادمان های هنری صنعت های دستی رنگارنگ است.

۳- جاذبه های آیینی: یورش تازیان مسلمان به ایران، آیین اسلام که نوید دهنده برابری و آزادی است، به میان مردم راست جوی این مرز و بوم راه یافت. بسیاری از امام زادگان از خشونت و درنده خویی حاکم بر سرزمین های عرب گریختند و به آغوش ایرانیان پنا بردند. از آن پس ایران کم کم مدفن امام زادگان شد و به جاهای زیارتی و پرستش گاهی مردم تبدیل گردید. افزون بر زیارتگاه ها، مسجدهای ایران نیز از دیدگاه زیبایی و شکوه و ساختار ایرانی در سراسر جهان شهرتی پر آوازه دارند.

وانگهی سبک بنا و ساخت و آراستگی مسجدهای ایران با مسجدهای دیگر کشورهای اسلامی بسیار متفاوت است. همین امر می تواند در پذیرش گردشگران بیرونی پیامدی بزرگ و با ارزش داشته باشد.

افزون بر زیارتگاه ها و مسجدها، ایران دارای کلیساها، آتش کده ها و کنیسه هایی است که از نظر کهنگی، شکوه و زیبایی مورد توجه بسیاری از پیروان دیگر آیین ها در سراسر گیتی است و برای جهانگردان و زائران ایرانی و دیگر کشورها جاذبه بسیار دارد. (م. ۱ - ص ۲۷۷، ۲۸۷)

۵- رویارویی صنعت توریسم و صنایع دستی و پیامد آن در ایران:

صنایع دستی گزارشگر صنعت و هنر نیاکان و بیانگر هنر و ذوق مردم هرکشور است و می توان آن را جلوه گاه آفرینش هنری مردم یک مرز وبوم و ذوق و سلیقه دوران خود دانست. صنعت دستی گزارشی از هویت افراد و در مجموع آنها هویت مجموعه یک قوم و قبیله در پایان یک ملت است. در ضمن اینکه توریست ها با گرفتن عکس از جاهایی که دیدن کرده اند خاطرات خود را به ثبت می رسانند با خرید کالاهای وابسته به آن بوم، یادگار دیگری برای یادآوری خاطرات خود تهیه می کنند. تا همواری هایی که در زمینه صنایع دستی وجود دارد. این است که در بسیاری از کشورها مگر کشورهای اندکی مانند آلمان، ایران را به منزله تولید کننده صنایع دستی نمی شناسند به دلایل زیر: نبود تبلیغات (نبودن نوشته، کتاب، فیلم و ...) نبود بازاریابی، نبود تطابق صنایع دستی ایرانی با نیازهای خریداران، نبود شناخت سلیقه های خریداران، نبود بانک اطلاعاتی، نبود بسته بندی درست، نبود برنامه ریزی تولید و فروش و پایین بودن کیفیت برخی کالاها، نبود هماهنگی بین تولید کنندگان و صادر کنندگان، موارد گمرکی بیمه و حمل و نقل.

برای از بین بردن این ناهمواری ها کارهایی را که می توانیم انجام دهیم به بیان زیر است:

۱- شناساندن صنایع دستی ایران به توریست های وارد شده، توسط کاتالوگ، بروشور و ارائه آنها

در سفارتخانه ها، دفترهای فروش AID و IRAN، ورودی های کشور، هتل و تورها.

۲- بر پایی تورهایی برای بازدید توریست ها از کارگاه های تولید کننده صنایع دستی

۳- پدید آوردن سمینارها و نمایشگاه های فروش صنایع دستی و فرش.

(م. ۸، ص ۶۲، ۶۳، ۶۸، ۶۹، ۷۰، ۷۲)

۶- سهم ایران در بازار جهانگردی:

با وجود جاذبه های بسیار در ایران از نظر جهانگردی جایگاه ایران از نظر شمار جهانگردان وارد شده به کشور و بدست آوردن درآمدهای ارزی بسیار ناچیز بوده است. بنا به بیانات برخی از مسئولین، ایران که از نظر برخورداری از امکانات میراث فرهنگی و جهانگردی در رده چند کشور با ارزش جهان قرار دارد سهمی برابر ۰/۰۰۱ از درآمد جهانی را به طور میانگین در چند سال پایانی داشته است. در کنار این نیز امکانات موجود میراث فرهنگی نسبت به نیازهای آن ۰/۰۱ است. بخش بازار جهانگردی نشان می دهد که به طور میانگین ۷۸/۵٪ از بازار جهانگردی به کشورهای اروپایی و امریکایی وابسته است. در این میان سهم ناچیز ایران و با وجود برخورداری از کشش ها و سرچشمه های عرضه بسیار در خور توجه ژرف نگری است. برای نمونه به رغم سفارش ها و پیش بینی های برنامه یکم گسترش (۷۲-۱۳۶۸) نزدیک به ۴/۵ میلیارد دلار تراز منفی در بخش جهانگردی داشته است. کشوری که براساس ضوابط یونسکو جزو ۱۰ کشور برجسته باستانی و تاریخی جهان به شمار می آید و یکی از پیشینه دارترین پهنه های تاریخ تمدن بشری را در قلمرو جغرافیایی سیاسی برخوردار است از پویایی اجتماعی، فرهنگی و سیاسی در مقیاس جهانی برخوردار است، از حاشیه نشینان و تماشاگران اندوه خور این بازار بزرگ جهانی شده است.

اگر به آمار و ارقام سالهای گذشته نگاه کنیم به ناچیز بودن سهم ایران در بازار جهانگردی بیشتر پی خواهیم برد. برای نمونه در سال ۱۳۷۵ ایران از نظر در آمد جهانگردی در پخش با کل جهان رتبه ۸۹ را بین ۲۰۰ کشور، رتبه سوم را بین ۹ کشور جنوب آسیا، رتبه ۱۵ را بین ۵۵ کشور عضو کنفرانس اسلامی و رتبه ۹ را بین ۱۹ کشور راه ابریشم داشت. در آمد جهانگردی کشور مصر، هندوستان، یونان و ترکیه در همین سال به ترتیب ۱۳، ۱۲، ۱۵، ۲۴ برابر ایران در آمد کشورهای صنعتی مانند امریکا، انگلستان، فرانسه و اسپانیا به ترتیب ۲۸۶، ۷۹، ۱۱۶، ۱۱۳ برابر ایران بود. (م. ۴۰ - ص ۶۴، ۶۵)

۷- ناهمواری ها و تنگناهای جهانگردی در ایران:

صنعت جهانگردی یکی از نوپاترین صنایع پر جنب و جوش در کشور می باشد که با وجود پتانسیل های بالا در پذیرش گردشگر و جنبش در پهنه بازارهای بین المللی، هنوز جایگاه مناسب خویش را نیافته است

رویدادهای هنگام انقلاب ایران، جنگ ۸ ساله، اندیشه های برگرفته از گذشته، ناتوانی در درک درست و دانشی موضوع محافظه کاری سیاسی و حتی بیانی در اندازه یک کار حرام از جهانگردی در برخی دیدگاهها، مسئولین اجرایی را از مطرح کردن آن باز می داشت. با پایان جنگ و آغاز دوران بازسازی و پیشرفت کشور کم کم جهانگردی به منزله عاملی با ارزش در بدست آوردن درآمد ارزی و نیز رسیدن به مرادهای دیگر در خور توجه قرار گرفت و این عوامل صنعت گردشگری را با ۱۰/۸ برابر افزایش در مدت ۱۰ سال رو به رو ساخت. اما این اندازه ورود جهانگردان هیچگاه در خور نام ایران از دیدگاه جاذبه های جهانگردی نیست. اکنون باید پرسیم دلایل بی توجهی به مساله گردشگری در ایران چه در گذشته و چه کنون چه بوده است؟

یکی از بزرگترین مشکلات صنعت گردشگری در کشورمان تنگنا فرهنگی است. جامعه باید از این صنعت شناخت نوی بدست آورد. تمام مردم باید آموزش های مورد نیاز را درباره آن فرا گیرند. مشکل دیگر کمبود امکانات زیربنای مانند ابزارهای حمل و نقل، جاهای سکونت و .. می باشد. ما باید به این نکته توجه کنیم که یک گردشگر در هر حال نیاز به آرامش و آسایش دارد حتی اسلام هم برای گردشگر شرایط ویژه ای را مانند نگرستن روزه و خواندن نماز شکسته در نظر گرفته است. مشکل دیگر دیدگاهی است که به گردشگری می نگرد، در گذشته گردشگری را به صورت یک شیوه دیرینه نگاه می کردیم نه یک صنعت در حالیکه گردشگری یک صنعت است. یعنی همانگونه ای که یک صنعت نیاز به دقت نظم و حساب و کتاب دارد گردشگری نیز نیازمند داده ها و آگاهی های کافی و درست در زمینه های گوناگون است و نیاز به سازمان پا برجا برای تصمیم گیری، برنامه ریزی، امکانات، کنترل و ارزشیابی دارد. ناهمواری های کلی صنعت گردشگری در کشور به بیان زیر است:

- ۱- نبود یک تعریف درست از گردشگری در اندیشه بسیاری از مردم و برخی مسئولین.
- ۲- نبود تبلیغات درست درباره پیامدهای فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی گردشگری.
- ۳- نبود قوانین استوار و آیین نامه های اجرایی گردشگری در کشور.
- ۴- ناهماهنگی قوانین گمرکی با صنعت گردشگری.
- ۵- نبود دانشگاه های تخصصی برای این صنعت، و در نتیجه نبود نیروی کار آزموده برای آن.

- ۶- تصرف شماری از ساختمان ها و زیر ساخت های جهانگردی توسط نهادهای کشور.
- ۷- کمبود شدید ابزارهای حمل و نقل بین شهری و هوایی کشور.
- ۸- کمبود هتل و اتاق و تخت.
- ۹- کمبود جای پذیرایی بین شهری مناسب و استاندارد و نبود بازیینی درست بر کارکرد آنها
- ۱۰- نبود همکاری بین سازمانها و اداره های وابسته به صنعت گردشگری.
- ۱۱- یورش تبلیغاتی زورگویان جهانی برای تضعیف ایران و پدید آوردن تنگناهای سیاسی و اجتماعی در رده بین المللی به مراد از بین بردن جمهوری اسلامی ایران.
- ۱۲- نبودن دید کلان و برنامه ریزی های اصولی در توریسم کشور.
- ۱۳- کار بسیار کم تبلیغاتی و توجیهی در زمینه پذیرش توریسم.
- ۱۴- کمبود امکانات مالی برای گسترش زیر ساخت های موردنیاز صنعت جهانگردی در کشور.
- ۱۵- افزایش نرخ بیمه، مالیات و دیگر عوارض وابسته به این زمینه، و در بر نگرفتن یارانه آب و برق و گاز طبیعی برای زیر ساخت های جهانگردی.
- ۱۶- ناآگاهی و بی تجربگی کار در پیشه های جهانگردی مانند خدمتگزاران هتل ها، کارکنان، آژانس ها و راهنمایان جهانگردی،
- ۱۷- تمایل اندک بخش خصوصی به سرمایه گذاری در بخش توریسم
- ۱۸- نبود تسهیلات مورد نیاز برای وارد کردن تجهیزات و زیر ساخت های مورد نیاز صنعت توریسم
برای تجهیزاتی که امکان ساخت آن در کشور وجود ندارد. (م. ۱ - ص ۲، ۳، ۴)

۸- پیشنهاد هایی برای بالا بردن رو به جهانگردی و ایرانگردی:

جهانگردی به خاطر ماهیتش با دیگر جنبش های اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و آبادانی کشور در وابستگی است، و به شدت به زیر ساخت های زیربنایی گوناگون و عوامل حمایت کننده از آن بستگی دارد. زمانی که مجموعه زیر ساخت های یک کشور دچار بیماری است جهانگردی و ایرانگردی که به گفته ای صنعتی بسیار ظریف و حساس و بسیار وابسته به کارکرد دستگاه های سیاسی، فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی است نمی تواند پیروز باشد. بنابراین باید به مراد تحرک

بخشیدن به این امر که پیامد آن فقرزدایی، پدید آوردن یکسانی اقتصادی و ارزش آوری بر کسی پوشیده نیست، نخست زمینه مهیا و بارور شود و برای این کار باید میان وزارت خانه ها، سازمانها، اداره ها و به طور کلی نهادهایی که دست اندکار امور عمرانی و گسترش همه جانبه کشورند هماهنگی های لازم پدید آید.

در همه کشورهای جهان کوشش بر این است که نخست زمینه های فعال شدن گردش های درونی را فراهم سازند و همین خود منجر به تمایل دیگران از بیرون به گردش در کشورها است. بنابراین عوامل موثر و گسترش گردش به عوامل فرهنگی، اجتماعی، آموزشی، اقتصادی، سیاسی، ساختاری بخش می شوند.

* عوامل فرهنگی - اجتماعی - آموزشی:

گسترش شهرنشینی، کاهش ساعت های کاری و افزایش بیکاری های سالانه منجر به پیدایش انگیزه های گردش شده است. اما پخش مقاله ها و کتابها درباره سود گردشگری و پیامد آن که به بالا بردن بینش و گردش جهان بینی افراد دارد می تواند در زیاد شدن و گسترش گردش بسیار کارساز باشد. باید کارکنان بنگاه های گردشگری، مسافرخانه ها، مهمان سراها، خوراکی سراها، و قهوه خانه ها، را به رعایت اصول ادب و فروتنی در رویارویی با گردشگران و رعایت پاکي و بهداشت، پوشیدن پوشاک تمیز، پاک نگه داشتن آبریزگاهها، سالن های پذیرایی و محوطه بنگاههای گردشگری تشویق نمود.

* عوامل اقتصادی:

یکی از بزرگترین موانع گردش، مشکلات اقتصادی جامعه است، از آنجا که رده های میانه و پایین جامعه، بیشتر افراد جامعه را می سازند از سویی، جمعیت ایران، جمعیتی جوان است. دانش آموزان، دانشجویان، کارمندان و استادان بزرگترین گروه پیشه و سنی بازار بالقوه گردش را در این کشور می سازند و از سویی دیگر هزینه گردش در ایران نسبت به درآمد بسیار بالا است. متأسفانه در این کشور برخلاف بسیاری از کشورهای جهان، برای بهره وری از امکانات و زیرساخت های گردشگری برای دانشجویان و جوانان، استادان و آموزگاران هیچ گونه تخفیفی در نظر نمی گیرند. و

آشکار است که به رغم تمایلات این گروه به گردش به خاطر کمی درآمد نمی توانند به گردش اقدام کنند. باید برای افزایش درآمد سرانه که منجر به افزایش درخواست های گردش می شود کوشید. برخی از پیشنهادهایی که منجر به بالا بردن صنعت جهانگردی و ویرانگردی می شود به بیان زیر است:

- ۱- پدید آوردن تعمیرگاه های سیار خودرو به وسیله وزارت راه و ترابری با بخش خصوصی.
- ۲- کاهش گيروبندهای وابسته به روادید و گمرک در حوزه ها.
- ۳- برپایی نمایشگاه هایی از کشش های گردشگری گوناگون ایران، در کانون های استانها و در تهران.
- ۴- آمایش، بازسازی و زیباسازی گردش گاه ها و جاهای تاریخی و پدید آوردن کانونهای گردشگری و سرویس رسانی های رفاهی در کانون های پذیرش گردشگر، استقرار گروههای هنری و دستی.

- ۵- پدید آوردن استراحت گاه های مجهز به امکانات رفاهی در مرزها، خوراکی سراها و قهوه خانه ها
- ۶- پیشنهاد می شود با بهره گیری از معماری غنی ایران بسیاری از جاهای پذیرایی و اقامتی را به سبک همین معماری بنا کنند.
- ۷- جمع آوری معنادران، گدایان و فروشندگان دوره گردی که خوراکی غیر بهداشتی ارائه می دهند. (م. ۱ - ص ۳۰۲، ۳۰۳، ۳۰۴، ۳۰۵)

جهت خرید فایل word به سایت www.kandoocn.com مراجعه کنید
یا با شماره های ۰۹۳۶۶۰۲۷۴۱۷ و ۰۹۳۶۶۴۰۶۸۵۷ و ۰۶۶۴۱۲۶۰-۰۵۱۱ تماس حاصل نمایید



نقشه شماره ۱-۳

ماخذ: سال نامه آماری استان کرمانشاه سال ۸۴ سازمان مدیریت و برنامه ریزی

فصل ۴: توان های گردشگری شهر کرمانشاه

۱- پیشینه تاریخی استان کرمانشاه:

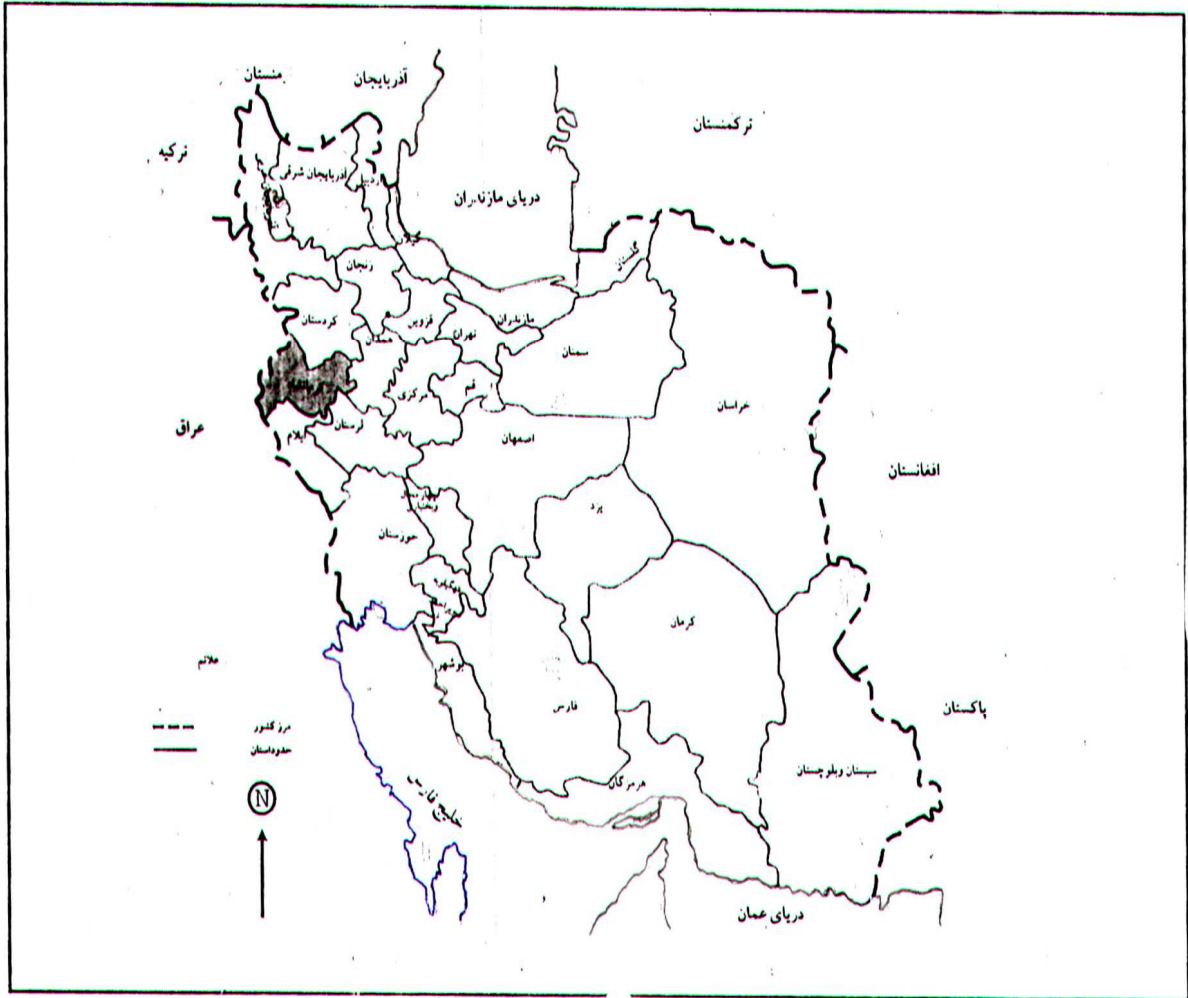
می توان کرمانشاه را یکی از نخستین زیستگاههای بشری به شمار آورد و همچنین می توان این زیستگاه را موزه گذر پیشینه تمدن بشری نامیده. چرا که در این نشستگاه، زندگی انسانها از زمان پارینه سنگی (پیدایش بشر) تاکنون پیوسته ادامه دارد. نشانه های به جا مانده بسیاری بیانگر این می باشد که نخستین آنها غار شکارچیان می باشد و به دوران پارینه سنگی بر می گردد. این جایگاه زیستی همچنین یکی از نخستین زیستگاه ها بوده که در آن انسانها از غار نشینی به سوی یکجانشینی روی آورده اند و منجر به پیدایش نخستین آبادی ها گردیده است که نزدیک به ۷ هزار سال پیش از میلاد رخ داده است.

از روستاهای پدید آمده می توان گنج دره و گاکیه و تپه سراب اشاره کرد. در همان دوران بوده که ساخت نخستین سفالینه های ایران زمین در زیستگاه گنج دره آغاز شده است. این روند پیشرفت و تمدن همچنان در این زیستگاه پیوستگی داشته است. به گونه ای که در هزاره چهارم پیش از میلاد، کرمانشاه یکی از کانونهای با ارزش داد و ستد و بازرگانی به شمار می آمده است، پدید آمدن و بودن نشانه های تاریخی بسیاری همچون سنگ نبشته های بابلی و آشوری، کنده کاری ها و نگاره ها برجسته های روی سنگ های در این دوران (که از نخستین کنده کاری های خاورمیانه به شمار می آیند). و... بیانگر ارزش این زیستگاه در آن دوران می باشد که این ارزش منجر به لشکر کشی ها و یورش های فراوانی بین فرمانروایی های گوناگون شد. در دوره های مادی، هخامنشی، سلوکی و اشکانی نیز کرمانشاه یکی از کانون های با ارزش به شمار می رفته، و برخی جاهای آن همچون بیستون، دینور، گودین و... از ارزش فراوانی برخوردار بوده است. در دوره ساسانی نیز کرمانشاه دوران طلایی خود را سپری کرد و از رونق بیشتری برخوردار گردید. چون این زیستگاه با پایتخت آن دوران (تیسفون) نزدیک بود. شاهان ساسانی در تابستان ها گاهی از زندگی خود را در کاخ های بیلاقی خود که بیشتر در پیرامون تاق بستان بنا شده بودند سپری می کردند. در دوره های گوناگون اسلام نیز کرمانشاه مورد توجه ویژه ای بود و روند رشد و شکوفایی خود را همچنان نگه داشت و نشانه هایی را بر جای گذاشت. از نخستین آنها مسجد

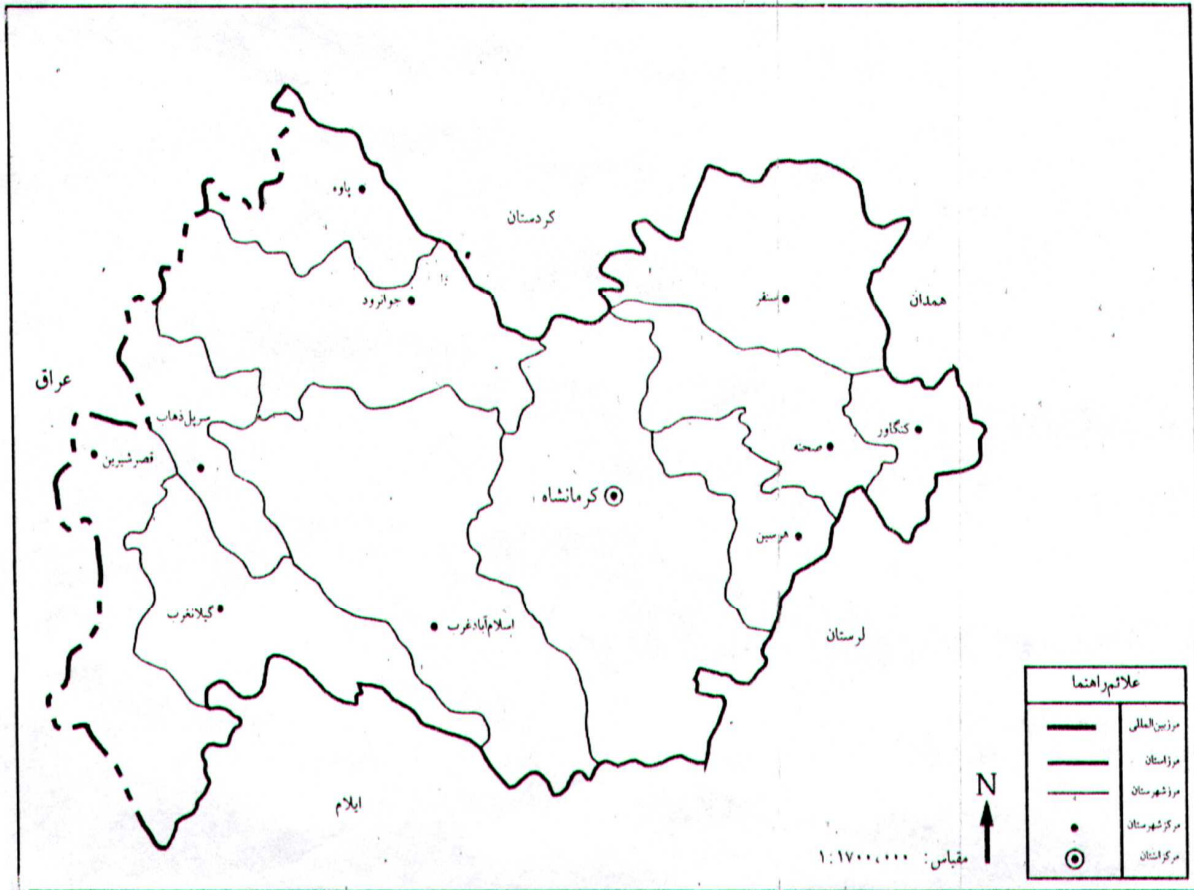
عبداله بن عمر می باشد. که از نخستین مسجدهای بنا شده در ایران می باشد. اکنون استان کرمانشاه یکی

از استانهای بسیار با ارزش در بخش باختری ایران به شمار می آید. (م. ۱۱ - ص ۵)

نقشه شماره ۴-۱ تقسیمات کشوری استانها



نقشه شماره ۴-۲ تقسیمات کشوری استان کرمانشاه



۲- جغرافیای تاریخی و فرهنگی کرمانشاه

جغرافی دانان دوره باستان، سرزمین ماد را به دو بخش ماد بزرگ و ماد کوچک بخش کرده اند که کرمانشاهان را بخشی از ماد بزرگ به شمار می آوردند. در سنگ نبشته آشوری (نیشایی NISHAYI) به کرمانشاهان و ماهیدشت کنونی گفته می شده است. براساس یادداشت های تاریخ نگاری نیشایی جایگاه پرورش سواره نظام ماد بوده که نابودی دولت آشور به دست آنها رخ داده است. براساس همین حکیم طوس آورده است:

قوی پهلوان جهان کد خدای
به فرمان تو دُنبر و مرغ و مای
یکی چند هندی به سر بر به پای
بسی مردم از دُنبر و مرغ و مای

در شاهنامه در چندین جا دُنبر به فرم (دنور - دنیور) آمده که همان دینور می باشد که یکی از بخش های شمال خاوری کرمانشاه می باشد. مای به زبان پهلوی نام بخش باختری ایران است. در سده های نخستین اسلام این بخش را که یک ناحیه کوهستانی بود از باختر جلگه های بین النهرین، از خاور کویر بزرگ ایران آن را در بر می گیرد که یونانیان (مدیا) و جغرافی نویسان عرب آن را ایالت جبال نام نهادند و در زمان سلجوقیان به اشتباه آن را عراق عجم نامیدند.

حمدا... مستوفی که در سده هشتم می زیسته کرمانشاهان را یکی از ایالت های ۱۶ گانه کردستان آورده است و در کتاب نزهته القلوب می نویسد: اکنون دیهی است وصفه شبذیز در آن حدود است خسروپرویز ساخته و در دشت آن باغ اندوخته دو فرسنگ در دو فرسنگ.

ابن فضلان جهانگرد سرشناس در سال ۳۰۹ ه. ق و ابودلف مسعر بن المهلهل الخروجی الینبوعی که او هم از جهانگردان سرشناس عرب می باشد، در سده چهارم از کرمانشاه یاد کرده و می نویسد: قرمیسین (کرمانشاه) و آن شهر شگفت آور و زیبایی است. نادرشاه افشار به خاطر ارزش استراتژیکی این شهر و یورش های پی در پی عثمانی ها از بخش باختری، باروی کهنه شهر را ویران و با روی به شهرتی نادری را بنا نهاد که از باروهای با ارزش ایران آن روزگار به شمار می رفت. اهالی باروی کرمانشاهان در دوره زندیه دیرگاهی در برابر یورش ایل های زند پایداری کردند و در دوران فرمانروایی آنها این شهر بارها دچار آشوب گردید تا با روی یاد شده را با خاک یکسان کردند و شهر رو به ویرانی دوباره نهاد، زیرا پادشاهان زند به کرمانشاه توجهی نداشتند. در دوران فرمانروایی فتح علیشاه قاجار مرز داری عراقین را به فرزند بزرگ خود محمد علی میرزا دولتشاه (۱۲۲۱ - ۱۲۳۷ ه. ق) سپرده و کرمانشاهان را

کرسی ایالت او نهاد بود که کرمانشاهان کنونی با زمانده و چهره پایدار یافته فرمانروایی دولتشاه است و براساس نوشته عارف شیروانی پس از فوت دولتشاه شهر رو به ویرانی نهاد و در سال ۱۲۳۷ ه. ق نزدیک به $\frac{1}{5}$ آبادی آنجا را سیلاب ویران و گروه زیادی از اهالی را هلاک کرد و پس از آن بیماری طاعون بر اهالی آن چیره شد و چندین هزار نفر را کشت. در آغاز دوران ناصری و پایان فرمانروایی محمدشاه از خشونت، سختی، بیماری، تنگی، کمبود خوراک و زورگویی فرمانروایی آن زمان، اهالی این سامان بر

فرمانروایی آن هنگام شوریدند تا اینکه امام قلی میرزای عماد الدوله فرزند دولتشاه به فرمانروایی کرمانشاهان برگزیده شد.

ناصرالدین شاه در سال ۱۲۸۷ ه. ق. در راه رفتن به زیارت کربلا این شهر را دیده و چنین توصیف کرده است: کرمانشاهان نزدیک به ۷ هزار خانه و افزون بر ۳۰ حمام همگانی و کاروانسرای تاجر نشین دارد و اهالی این شهر آمیخته ای از کلهر و زنگنه و گوران و دیگر ایل ها که افزون بر ۷۰ هزار نفر است دارای مسجد جامع، مدرسه و وقت شمار بزرگی است تا شهروندان از گاه شبانه روز آگاهی یابند.

در سال ۱۳۰۸ ه. ق محمد علی میرزا پسر فتح علیشاه توپخانه و کارخانه اسلحه سازی در کرمانشاهان ساخته است و بیشترین گسترش شهر در دوره قاجاریه بود و بازار شهر نیز از یادگار های همان دوران است. نام تاریخ نگاران، گردشگران و دیگران که از پیش تر از کرمانشاه یاد کرده اند به بیان زیر است:

۱- حکیم ابوالقاسم فردوسی: نویسنده شاهنامه

۲- یاقوت حموی: تاریخ نگار

۳- حمد... مستوفی: نویسنده نزهته القلوب

۴- ابن فضلان: جهانگرد سرشناس عرب

۵- ابودلف مسعر بن المهلهل الخروجی الینوعی: جهانگرد سرشناس عرب

۶- ابو حوقل: تاریخ نگار

۷- مقدسی: تاریخ نگار

۸- قزوینی: تاریخ نگار

۹- تاورنیه: گردشگر و بازرگان سرشناس فرانسوی

۱۰- ژان اُتر: فرستاده ویژه دربار لویی پانزدهم فرانسه

۱۱- عارف شیروانی

۱۲- اوژن فلاندن: گردشگر

۳- چگونگی پیدایش نام کرمانشاه

آورده اند که بنای این شهر به بهرام چهارم ملقب به کرمانشاه می باشد که از سال ۳۹۹ - ۳۸۸ میلادی بر امپراتوری پهناور ساسانیان فرمانروایی کرده است. چون بهرام در روزگار پدر در فرمانروایی ایالت کرمان روزگار می گذاشت بدین گونه به کرمانشاه شهرت یافت.

دکتر محمد مکرری آورده است: کرماشان بیان درست و دیرینه و بومی کرمانشاه یا کرمانشاهان بیان دولتمردان مستوفیان و خودنویسان سده های پایانی و مردم غیر بومی است که به نادرست به این شهر پیرامون آن گفته شده است نام این شهر هرگز (کرماچان یا گرماچان) به مفهوم شهر رعیت ها نبوده است. در آغاز اسلام تاریخ نگاران مسلمان آن را قرماسین و قرمیسین نوشته اند. پس از پیروزی انقلاب سال ۱۳۵۷ نام کرمانشاه را باختران کردند. علت آن این است که این استان در بخش باختری ایران است در سال ۱۳۷۳ باردیگر نام باختران بر کرمانشاه برگردانده شد.

۴- زبان و گویش اهالی کرمانشاه

زبان اهالی کرمانشاهان پارسی با گویش کردی می باشد و خود گویش کردی با گویش های متفاوت و با ارزشی در نقاط گوناگون آن جاری است. زبان کردی خویشاوند پشت به پشت زبان پارسی است زیرا اشتراک نکته های دستوری و اندوخته واژه ای زبانهای ایرانی دستاورد خویشاوندی آنها است از گویشهای با ارزش کردی: کلهری، اورامی، سورانی و لکی می توان نام برد.

۵- نژاد و ویژگی های کلی کرمانشاه:

کردهای منطقه کرمانشاه همچون کردهای کردستان، آریایی تبار و از ساکنین دیرینه ایران زمین هستند. مردمانی میان اندام با شانه های پهن، سینه های بستر سرتا اندازه ای کوچک، پیشانی بلند بینی عقابی، چشمان درشت و سیاه هستند. تفاوت بیشتر کردهای کرمانشاه با کردستان در آیین آنها است که کرمانشاهی ها بیشتر شیعه اما کردستانی ها سنی هستند.

ایل های سنجابی، گورانی، باباجانی، فتحعلی بیگی، جوانرود، سنقر کلیایی، احمدوند و کلهر در این استان زندگی می کند زندگی بیشتر آنها دامداری و کشاورزی است. (م. ۱۲- ص ۱۱۳ تا ۱۱۸)

شهرستان کرمانشاه از شمال به استان کردستان از خاور با شهرستان صحنه از باختر با شهرستان روانسر و اسلام آباد و از جنوب با شهرستان هرسین هم مرز است. براساس سرشماری سال ۱۳۸۵ شهرستان کرمانشاه نزدیک به ۹۶۷۱۹۶ نفر جمعیت دارد که از این اندازه جمعیت ۷۹۴۸۶۳ نفر آن در خود شهر کرمانشاه ساکن می باشند این شهرستان دارای چهار بخش به نام های مرکزی، فیروز آباد، کوزران و ماهیدشت و سیزده دهستان است. شهر کرمانشاه، کانون استان در فاصله ۵۲۶ کیلومتری جنوب باختری تهران و در سر راه بزرگراه تهران - خسروی قرار دارد و بلندی آن از رویه دریا ۱۳۲۲ متر است. جاهای دیدنی آن: بافت کهنه شهر کرمانشاه بازار و سراهای وابسته به آن، نگاره برجسته های تاق بستان، شکارگاه خسرو پرویز، تکیه معاون الملک، تکیه بیگلربیگی، مسجد عماد الدوله، مسجد حاج شهباز خان، حمام ها و غیره می باشد. (م. ۱۳ - ص ۳۹)

در بروشوری که از سازمان میراث فرهنگی و گردشگری استان کرمانشاه به نام جاذبه های تاریخی و گردشگری استان کرمانشاه تهیه شده است اینگونه درباره شهرستان کرمانشاه نوشته که بلندی آن از رویه دریا ۱۴۱۰ متر است. افزون بر یادگارها و جاهای تاریخی و گردشگری نامبرده در بالا به کوردخمه سان رستم، کاروانسرا و پل ماهیدشت، سراب نیلوفر، سراب یآوری، تالاب هشیلان نیز اشاره کرده است. در جایی دیگر اینگونه از کرمانشاه یاد شده است:

شهر کرمانشاه بزرگترین شهر کردنشین جهان به شمار می آید. کرمانشاه بردشتی پهناور بنا شده که دو سوی آن را کوه هایی فرا گرفته است. به گونه ای که کوه های سفید کوه از سوی جنوب و کوه پراو و تاق بستان از سوی شمال با آن بلندی های برفگیر و زیبایشان چشم اندازی بسیار دیدنی و وصف ناپذیر را از در هم آمیختن طبیعتی زیبا و تمدن بشری پدید می آورند، و همچنین این کوه سرچشمه های خوبی برای رودخانه ها، سربها و زمین های پر بار پیرامون می باشند. طبیعت سرسبز و زیبای این شهر، آب و هوای پسندیده و شادی بخش، پارک های زیبا با درختانی انبوه سراب های فراوان و چشمه های آب گوارا، فرهنگ و شیوه های دیرینه و باورهای آیینی، زیبایی ها و ظرافت های موسیقی بومی که آمیخته با زندگی مردم این دیار است. داستانهایی از نبردهای ایل های کرد، پژوهش سرشناسان و دانش وران و فرهیختگان و نویسندگان و سروده سرایان و هنرمندان و دانشمندان بسیار، مردمانی خوب و مهمان نواز و

شاد، بودن یادگارها و نشانه های باستانی و دیرینه با آن همه شکوه و زیبایی و نگاره های برجسته و بناهایی که از پیشینیان به یادگار مانده اند، و ... همه و همه نشان از شهری دیدنی و باشکوه دارد که از دیرباز مورد توجه فرمانروایان و شاهان بوده و هم اکنون نیز در رده یکی از جایگاه های با ارزش توریستی ایران زمین به شمار می آید.

چون در گذشته بارش برف در زمستان سنگین بوده بافت این شهر به گونه ای بوده است که تمام خانه های آن دارای بام شیروانی بوده و به شهر شیروانی ها شهرت یافته است و هم اکنون نیز محله های کهن با همان، بافت وجود دارند و چشم اندازی نو و زیبا پدید آورده اند.

شهر کرمانشاه از دیر باز نیز شهری آباد بوده و با آب و هوایی پسندیده و خوب و زمینی کشت خیز و با قرار گرفتن در سر راه کربلا همیشه مسافران و کوچ کنندگان بسیاری را در خود پذیرفته است که بودن بازارهای زیاد، حمام های بسیار، مسجدهای باشکوه کاروانسراهای فراوان و ... در این شهر بیان کننده گفته ها و نوشته های یاد شده است. (م. ۱۱ - ص ۲۹ تا ۳۲)

در مطالعات طرح ملی توسعه گردشگری کشور که در سال ۱۳۸۱ توسط سازمان ایران گردی و جهانگردی تهیه شده استان کرمانشاه کانون منطقه سوم از ده منطقه گردشگری کشور پیشنهاد شد. منطقه ۳ در بر گیرنده استانهای لرستان، همدان، کرمانشاه، ایلام و کردستان و آذربایجان غربی می باشد. در طرح آمایش سرزمین نیز استان کرمانشاه مرکز منطقه ای بخش باختری کشور شناخته شده و در سالهای پایانی نیز طرح منطقه زاگرس که توسط دفتر بررسی های وزارت مسکن و شهرسازی به دنبال مطالعات کالبدی ملی انجام گرفته است، کرمانشاه دارای توان های ویژه مرکزیت منطقه غرب کشور معرفی شده است. واقعیت آن است که مجموع توانمندی هایی که باید یک کانون کلان منطقه ای را تشکیل دهد در کرمانشاه فراهم آمده است از جمله:

۱- راه های ارتباطی ممتازی که از استان و شهر کرمانشاه می گذرد و گذر بزرگراه کربلا که تهران را به بغداد پیوند می دهد از خاور به باختر و بریدگی این بزرگراه با جاده اصلی ترانزیت شمال باختری به جنوب باختری کشور که افزون بر ارتباط سه قطب گسترش آذربایجان، کرمانشاه و

خوزستان، ترانزیت اروپا، ترکیه، روسیه، اکراین و دیگر کشورهای تازه جدا شده را به خلیج پارس و کشورهای عربی پیوند می دهد.

۲- شهر کرمانشاه با جمعیتی نزدیک به یک میلیون نفر بزرگترین شهر از استانهای باختری کشور است. راه کنگاور - خسروی که از شهرهای کنگاور، صحنه، بیستون، کرمانشاه ماهیدشت، اسلام آباد، کرد، سرپل ذهاب، قصر شیرین و خسروی در مرز عراق می گذرد، تمام این نقاط در فاصله ۳۰ کیلومتری از یکدیگر واقع شده اند و دارای سراب و رودخانه و سرچشمه، آثار و نشانه های تاریخی، جاذبه های محیطی و جلوه های مردم شناسی هستند.

۳- شهر کرمانشاه از دیرباز مرکز منطقه غرب بوده و استانهای ایلام، کردستان، همدان و لرستان از توابع کرمانشاه بوده که از آن جدا شده اند کرمانشاه در مرکز دایره ای است که شهرهای همدان، سنندج، ایلام، و خرم آباد در محیط آن قرار گرفته اند و همه این نقاط در فاصله زمانی یکسانی به کرمانشاه دسترسی دارند.

۴- بغداد در ۴۰۰ کیلومتری کرمانشاه، قرار دارد و راه تمام شهرهای زیارتی از کرمانشاه می گذرد.
۵- بازار کرمانشاه از کهن ترین و بزرگترین بازارهای ایران است و تا ۴۰ سال پیش کانون بازرگانی بخش باختری ایران و داد و ستد با عراق، مصر، سوریه، و اردن بود. با دگرگونی فرمانروایی عراق این بازار و شهر کرمانشاه می رود که نقش تجاری و بازرگانی بین المللی گذشته خود را بدست آورد. در کنار بافت با ارزش بازار کرمانشاه ده ها بنای دارای ارزش میراث فرهنگی وجود دارد که مجموعه ای پر از فضاهای کهن و دیدنی و پرجاذبه را پدید آورده است.

۶- آثار تاریخی معتبر و با ارزش استان کرمانشاه بسیار زیاد هستند. در فاصله کوتاهی می توان از جاذبه های آنها بهره فراوان برد. مجموعه ساسانی تاق بستان اعتبار بین المللی دارد. پرستشگاه آناهیتا در کنگاور، گور دخمه های دوره ماد و در سراب صحنه، آثار تاریخی سراب هرسین، گنج دره و چقا خزینه که نخستین زیستگاه بشر در این سرزمین است، در هرسین، بقعه مالک و امام زاده عبدالله در سنقر، آثار پیش از تاریخ تا دوره اسلامی در بیستون، تاق بستان و بازار تکیه های کرمانشاه، پل شاه عباسی ماهی دشت، تپه هارونای اسلام آباد، قصر یزدگرد و دکان داود و

نقش آنوبانی نی و شهر حلوان در سرپل ذهاب، شهر و بازار ساسانی قصر شیرین و بسیاری از آثار دیگر که شمار آنها بیشتر از ۷۰۰ جا و همین شمار تپه تاریخی است، پس از فارس کرمانشاه دومین حوزه میراث تاریخی ایران را پدید آورده است.

۷- راه شاهی (شاهراه باستانی) و آثار بازمانده از آن تقریباً محور اتصال کانون گنجینه های تاریخی استان در محور خاور به باختر می باشد. بازمانده های کاروانسراهای بیستون، ماهی دشت، قصر شیرین، پل های بیستون و ماهیدشت، تاق گرا در پاتاق در کناره های این راه هستند. سنگ چین های راه شاهی در بسیاری از نقاط دست نخورده بازمانده اند. بازسازی جاده ابریشم از نهادی ترین پروژه های گردشگری باختر ایران زمین است.

۸- در کرمانشاه مجموعه تاق بستان غنای تاریخی و گردشگری شهر را افزوده است. مجسمه های تاق بستان و نقش برجسته های آن هریک نگاری از یک استان برجسته تاریخی در دوره ساسانی در سینه کوه است که همگی در حمایت میترا و اهورا مزدا است و احساساتی آمیخته از شگفتن، ستایش، احترام، سربلندی و معنویت را در بیننده زنده می سازد. کوه های زیبای تاق بستان و پراو، چشمه های تاق بستان و درختان کهنه پیرامون آنها جاذبه ای استثنایی و شگرف آفریده است. اما ارزش دو چندان که در این آثار وجود دارد، هنر سنگ تراشی و مجسمه سازی کلاسیک ایرانی است که به روش خارق العاده ای روحیه ایرانی و اساطیری دارد. به ویژه مجسمه خسرو سوار بر اسب شبدیز و شکارگاه ساسانی پیرامون آن در تاق بزرگ که تماماً با هم در دل کوه تراشیده شده بسیار شگفت آور است. تاق بستان صرف نظر از ارزش والای تاریخی آن از نظر زیبایی شناسی بی تردید نگین آثار باستانی ایران زمین به شمار می آید.

۹- شهر کرمانشاه اکنون دارای موزه تاریخ طبیعی، موزه مردم شناسی، موزه لباس و آثار جنگ است موزه جامع کرمانشاه در دست احداث است و تشکیل موزه های نو تعزیه، کتابت و کتابهای خطی، اسلحه، طب، نقاشی، محیط زیست و موزه کار به تصویب کار گروه میراث فرهنگی و گردشگری رسیده است.

۱۰- شهر کرمانشاه افزون بر امکانات ارتباطی ارزنده ای که اشاره شده، دارای فرودگاه بین المللی با امکانات پرواز پیشرفته برای فرود هواپیماهای بزرگ می باشد. راه آهن کرمانشاه نیز در دست احداث و

ترمینال اصلی آن نیز نزدیک فرودگاه و ترمینال مسافری شهر قرار دارد. کرمانشاه دارای هتل های چهار ستاره، سه ستاره و دو ستاره است و امکانات اقامتی آن رو به گسترش است تنها در قصر شیرین و خسروی ۲۰ هتل و زائر سرای دایر وجود دارد.

۱۱- در پیرامون شهر کرمانشاه افزون بر آثار تاریخی، کانون های گردشگری قابل توجهی چون سراب نیلوفر، باغ ها و سراب کرمانشاه، خضریالیاس، کوه های تاق بستان و قله فرخ شاد وجود دارد. تاق بستان خود یک قطب گردشگری است و اکنون بیشتر از ۱۰۰ هکتار پارک و فضای سبز دارد. سراب نیلوفر در ۲۰ کیلومتری باختر کرمانشاه یک قطب گردشگری است. منطقه تاریخی طبیعی بیستون واقع در شهرستان هرسین بزرگترین و با ارزش ترین جاذبه های گردشگری استان را در دل خود جای داده است.

(م. ۵- ص ۲۹، ۳۰، ۳۱)

با بودن این همه توان ها و یادگارها و آنچه که در بالا به آنها اشاره شد، گردشگری و ورود گردشگران و جهانگردان به کرمانشاه در جایگاه مناسبی نمی باشد باید علت های ناتوانی آن و راهکارهای مناسب در پیشبرد این صنعت با ارزش و درآمدزا را پیدا کنیم.

۶- آثار تاریخی و فرهنگی کرمانشاه

اکنون به هریک از جاهای دیدنی و گردشگری در شهرستان کرمانشاه جداگانه اشاره ای کوتاه می کنیم:

۶-۱- تاق بستان:

در شمال شهر کرمانشاه و در جای بسیار خوش آب و هوا که چشم اندازی از چشمه های پر آب و درختانی انبوه دارد، مجموعه تاریخی تاق بستان دیده می شود. این مجموعه از سنگ نبشته ها و مجسمه هایی در دل کوه درست شده است. طبیعت پیرامون آن نیز بیشه زاری مناسب برای شکارگاه فرمانروایان به شمار می آمده است. هم اکنون نیز بازمانده هایی از دیوارهای شکارگاه شاهی (به نام شکارگاه خسرو پرویز) در جنوب مجموعه تاق بستان به خوبی دیده می شود. در محوطه تاق بستان افزون بر شاهکارهای سنگ کاری، می توان از مجسمه ها، ستون ها و سر ستون های بسیار زیبا که از کاخ های باشکوه بر جای مانده اند و همچنین کوزه های سفالین و ... دیدن کرد. کنده کاری های سنگی تاق بستان (که زیبایی بی همتاست) در بر گیرنده بخش هایی است که در دوران های گوناگون پدید آمده اند به بیان زیر می باشند.

صحنه تاجگذاری اردشیر دوم، تاق کوچک، تاق بزرگ، نخجیرگاه، نگاره محمدعلی میرزا دولتشاه.

۶-۲- تکیه معاون الملک:

تاریخ بنای تکیه معاون الملک کرمانشاه به سال ۱۳۲۰ ه. ق باز می گردد زنده یاد حسین خان معین الرعایا پدر بزرگ معینی کرمانشاهی (سروده سرا) با به کار گرفتن استادان چیره دست، تکیه معاون الملک را با آئینه کاری و گچبری های زیبا برای بر پایی یاد بودهای آئینی بر پا نهاد. تکیه دارای یک گنبد بی مناره می باشد. و بیشتر دیوارهای درونی بنا کاشیکاری شده است و با نگارهایی از پادشاهان، سرداران و بزرگان آراسته شده است. بنا از سه بخش جداگانه درست شده است. که در برگیرنده؛ حسینیه، زینبیه و عباسیه است.

۶-۳- مجموعه بازار:

استان کرمانشاه از دیر باز در زندگی اقتصادی و اجتماعی مردمان بخش باختری کشور از ارزش ویژه ای برخوردار بوده است و از گذشته های دور جایگاه با ارزش داد و ستد در سر راه شبکه بازرگانی به شمار می رفته و کالاهای کشورهای چین و آسیای جنوب خاوری از راه کرمانشاه به بازارهای خاورمیانه فرستاده می شده است که همین خود به تنهایی نیاز آشکار کرمانشاه را به داشتن یک بازار بزرگ و باشکوه نشان می دهد و این در زمان قاجاریه هم زمان با رشد و گسترش شهر کرمانشاه رخ داد. در آن دوره هنگامی که پسر بزرگ فتح علیشاه یعنی محمدعلی میرزای دولتشاه فرمانروای این مناطق شد، دستور به ساختن جاهای با ارزش داده که از آنها می توان به ساختمان باشکوه دیوانخانه، ساختمان میدان توپخانه، سربازخانه شهری و بازار اشاره داشت. بازار کرمانشاه نیز همچون دیگر بازارهای با ارزش دارای بازارها و راسته طلا فروشان یا بازار زرگرا، بازار مسگرا، بزازخانه و .. که در هریک از این راسته ها و بازارها می توان افزون بر دیدن بازار که در زمره آثار برجسته ساختمان سازی به شمار می آید، بناهای نو و جاودانی را دید. بناهایی که هریک به تنهایی یک شاهکار به شمار می آیند. شما می توانید در هنگام گذر و بازدید از بازار که به راستی می توان آن را موزه زنده و پویای مردم شناسی نامید، انواعی از پیشه ها و کارهایی را که امروزه کم کم به دست فراموشی سپرده می شوند، ببینید. همچنین از سوغاتی هایی همچون نان برنجی، نان شکری، گیوه کرمانشاهی، لباس های محلی و ... تهیه نمایید.

۶-۴- حمام ها:

اندیشه ای که امروزه از حمام داریم با حمام های گذشته متفاوت است. در گذشته، هر خانه دارای حمام جداگانه نبوده و حمام ها به گونه ای همگانی در محله های گوناگون وجود داشته اند. ارزش آنها در گذشته به گونه ای بوده که مردم به خوبی می توانستند با توجه به ارزش و چگونگی حمام ها به بزرگی و گستردگی یک شهر پی ببرند و کرمانشاه نیز از این لحاظ به خاطر بزرگی و ارزش شهر جایگاه بسیار خوبی داشته است. چرا که شمار فراوان حمام ها و چگونگی ساخت آنها بیانگر این گفته هاست. از حمام های با ارزش و دارای ویژگی های بالای ساختاری که در اینجا می توان به آنها اشاره داشت حمام حاج شهباز خان، حمام گنجعلی خان، حمام حاج اصغر، حمام حسن خان، حمام بزرگ، حمام پاچمن و ... می باشند.

۶-۵- مسجدها و آرامگاه ها:

به دلیل باورهای ویژه ما مسلمانان، مسجدها از ارزش ویژه ای برخوردار هستند. به گونه ای که بیشتر بناها و ساختمان های بسیار باشکوه و بزرگ شهرها را مسجدهای آن شهر در بر می گیرند. و در ساخت و ساز آنها بیشترین دقت و ریزه کاری به کار برده می شود. در کرمانشاه نیز همین گونه است. مسجدهای باشکوه و بزرگ با کاشی کاری ها و آجر کاری های زیبا نشان از مردمی آیین دار و با ایمان دارد. ساخت مسجدها در این شهر دارای ویژگی هایی است و این ویژگی آن است که بیشتر مسجدها دارای یک گلدسته می باشند و از آجر تراشی در آنها به زیبایی هر چه تمامتر بهره گرفته شده است. از مسجدهای باشکوه می توان به مسجد جامع کرمانشاه، مسجد عماد الدوله، مسجد حاج شهباز خان، مسجد دولتشاه، مسجد فیض آباد، مسجد آقا شیخ هادی، مسجد شاهزاده و ... اشاره داشت، که ساخت بیشتر آنها به دوره های زندیه و قاجاریه باز می گردد. در کرمانشاه افزون بر مسجدها، بقعه های زیادی وجود دارد که بسیاری از آنها افزون بر ارزش آیینی و تاریخی، از لحاظ ساخت نیز در خور توجه می باشند. که از این دست می توان بقعه سیده فاطمه، آرامگاه فاضل تونی، سرقبر آقا، آرامگاه مظفر علی شاه، آرامگاه ملا عباس علی، و زیارتگاه ویس القرن را نام برد.

۶-۶ تکیه بیگلربیگی:

این تکیه در دوره مظفرالدین شاه قاجار به دست یک نفر به نام عبدالله خان ملقب به بیگلربیگی بنا شد. این بنا در یکی از محله های کهنه شهر کرمانشاه به نام فیض آباد ساخته شده است در گرداگرد حیات آن تالارها و اتاق های آن ساخته شده است که تالار آینه کاری شده این بنا از ارزش ویژه ای برخوردار است. نوشته ها، آراستگی ها و آجرکاری های بسیار زیبایی نیز در این بنا پدید آمده است و نمایی چشم نواز را پدید آورده است. به تازگی هم با گردآوری مدارک و مستندات تاریخی، موزه ای از خط و نوشته ها در این مجموعه گشایش یافته است و بازدید کنندگان بزرگوار می توانند افزون بر دیدن این بنای باشکوه و زیبا از این موزه نیز بازدید نمایند.

۶-۷- کلیساها:

چون در کرمانشاه پیروان مسیحی هم در گذشته بوده و هم اکنون نیز زندگی می کنند به ساخت و بنای کلیساهایی نیاز داشته اند که این در دوران قاجاریه و پس از آن رخ داده و منجر به پدید آوردن سه کلیسا به نام های کلیسای قلب مقدس مسیح، کلیسای پنتی کاستی و نمازخانه مسیحیان در این شهر گردید. این بناها دارای آجر کاری های زیبایی می باشند و تاق ها و کمان های به کار رفته در آراستگی های بناها، انسان را به یاد کلیساهای باشکوهی از فرمانروایی های مسیحی می اندازد.

۶-۸- خانه های تاریخی:

خانه های تاریخی نیز از دیگر چشم اندازهای زیبای شهر کرمانشاه می باشند که در بیشتر محله های کهنه شهر یافت می شوند و بافت بسیار زیبایی را پدید آورده اند. نمای بیشتر این خانه ها با اجرکاری آراسته شده است که به دست استادان چیره دست آجر تراش پدید آمده اند. از دیگر ویژگی های بناهای کرمانشاه در گذشته می توان به بهره وری از شیروانی در بام بناها اشاره کرد. این خانه ها بیشتر به نام بانیان آنها نامیده می شوند که از جمله با ارزش ترین آنها می توان از خانه معین الکتاب، خانه خواجه با روخ (رنده کش)، خانه صمدی، خانه خدیوی و ... یاد کرد.

۶-۹- موزه ها:

۱- **موزه سنگ:** این موزه در مجموعه تاریخی و فرهنگی تاق بستان قرار گرفته است. در این موزه سرستون های نگاره دار دوره ساسانی برای نمایش و دید همگان گذاشته شده است و افزون بر سرستونها، ساق ستونها و سرستونهایی نیز از دوره های گوناگون نگه داری می شود.

۳- **موزه خط و نوشته:** این موزه در سال ۱۳۸۳ برای بزرگداشت هفته میراث فرهنگی در تکیه بیگلربیگی گشایش یافت. در این تکیه اسناد و مدارک تاریخی و نوشته های خطی نگه داری می گردد. کم کم با گسترش هرچه بیشتر این موزه کتابهای خطی و یادگارهای بزرگان سرشناس خوشنویسی گردآوری و به این موزه افزوده می گردد.

۳- **موزه مردم شناسی:** این موزه در ۲۸ اردیبهشت سال ۱۳۶۹ برابر با روز جهانی موزه در جایگاه تکیه معاون الملک گشایش یافت. این موزه در بخش جنوبی عباسیه این تکیه است و در برگیرنده ۳۰ غرفه است در این غرفه ابزارهای گوناگون مردم شناسی در برگیرنده ابزارهای کشاورزی، دام پروری، شکار، بافت گیوه، ابزارهای موسیقی، ابزارهای، روشنایی و نمونه هایی از پوشاک و نساجی بومی برای نمایش گذاشته شده است.

۴- **موزه تاریخ طبیعی:** این موزه در دانشکده کشاورزی دانشگاه رازی کرمانشاه می باشد و دارای ۲ تالار و ۸ غرفه است که در این غرفه ها می توانید نمونه های بسیاری از گونه های گیاهی و جانوری مانند گونه های پرندگان تاکسیدرمی شده پستانداران و سنگواره ها و ... را ببینید. موزه هایی دیگر مانند موزه و نمایشگاه تمبر و اسناد رسمی، موزه شهیدان، موزه جنگ در شهر کرمانشاه پدید آمده اند و دوستداران این موزه ها می توانند از یادگارهای دیدنی در این موزه ها دیدن فرمایند.

۶-۱۰ پارک ها:

در شمال شهر کرمانشاه و پای کوه آنجا که تاق بستان استوار ایستاده است. پارکی گردش پذیر پدید آمده است. این پارک که پارک کوهستان نام دارد و پیوند دهنده کوه با شهر می باشد. بسیار دیدنی و زیباست و از فراز آن می توان شهر کرمانشاه را دید. کمی پایین تر از پارک کوهستان به پارکهای خاوری و باختری تاق بستان می رسیم. این پارک های بسیار زیبا و بزرگ مانند یک کمربندی سبز تمامی شمال

شهر را پوشانده است و جایگاهی زیبا را برای گردش و شادی مردم پدید آورده است. کامل کننده این گروه از پارک ها، پارک شادی می باشد که جای بسیار شاد برای کودکان و سرپرستان آنها است و با سرویس دهی خوبی پدید آمده است. و از دیگر پارکهای کرمانشاه می توان به شهر بازی اشاره داشت که در جزیره ای در میان یک حوضی بزرگ دست ساخت انسان بنا شده و دارای ابزارهای بازی کودکان می باشد. یکی دیگر از پارکهای بی مانند کرمانشاه را می توان پارک شیرین نامید. این پارک در میان شهر روی تپه ای بنا شده است. از فراز آن می توان شهر را در زیر پای خود دید از دیگر پارک های شهر نیز می توان به پارک شاهد، پارک ولی عصر، پارک آزادگان، پارک معلم، پارک لاله، پارک فدک و ... اشاره داشت.

۱۱-۶ سراب نیلوفر:

ایران سراب در ۲۱ کیلومتری بخش باختری شهر کرمانشاه می باشد و گل‌های نیلوفر روی آب این سراب را به گونه ای بسیار زیبا پوشانده است. گل نیلوفر به دلیل پاکی که داشته (ریشه این، دریاورهای مردم این سرزمین بوده) جایگاه ویژه ای در آیین ها و نگارها و سازه های ایران باستان به دست آورده است. این سراب که مانند یک حوض بسیار بزرگ است برای ورزش هایی آبی مانند قایق سواری و شنا بسیار مورد پسند است. سراب نیلوفر به زیبایی های چشم نواز خود اوج آرامش را به جان می بخشد و آب این سراب، پاک و روشن می باشد به گونه ای که ساقه گل های نیلوفر از زیر آن نمایان می باشند و با ورزش نسیم و جابجایی آب، این گل ها به جنبش در می آیند. افزون بر سراب نیلوفر در پیرامون کرمانشاه سراب های زیادی هستند که می توان به سراب های قبر، تاق بستان، خضر زنده، یآوری، تالاب هشیلان، اشاره داشت که هر کدام به نوبه خود دارای ویژگی هایی بی مانند می باشند.

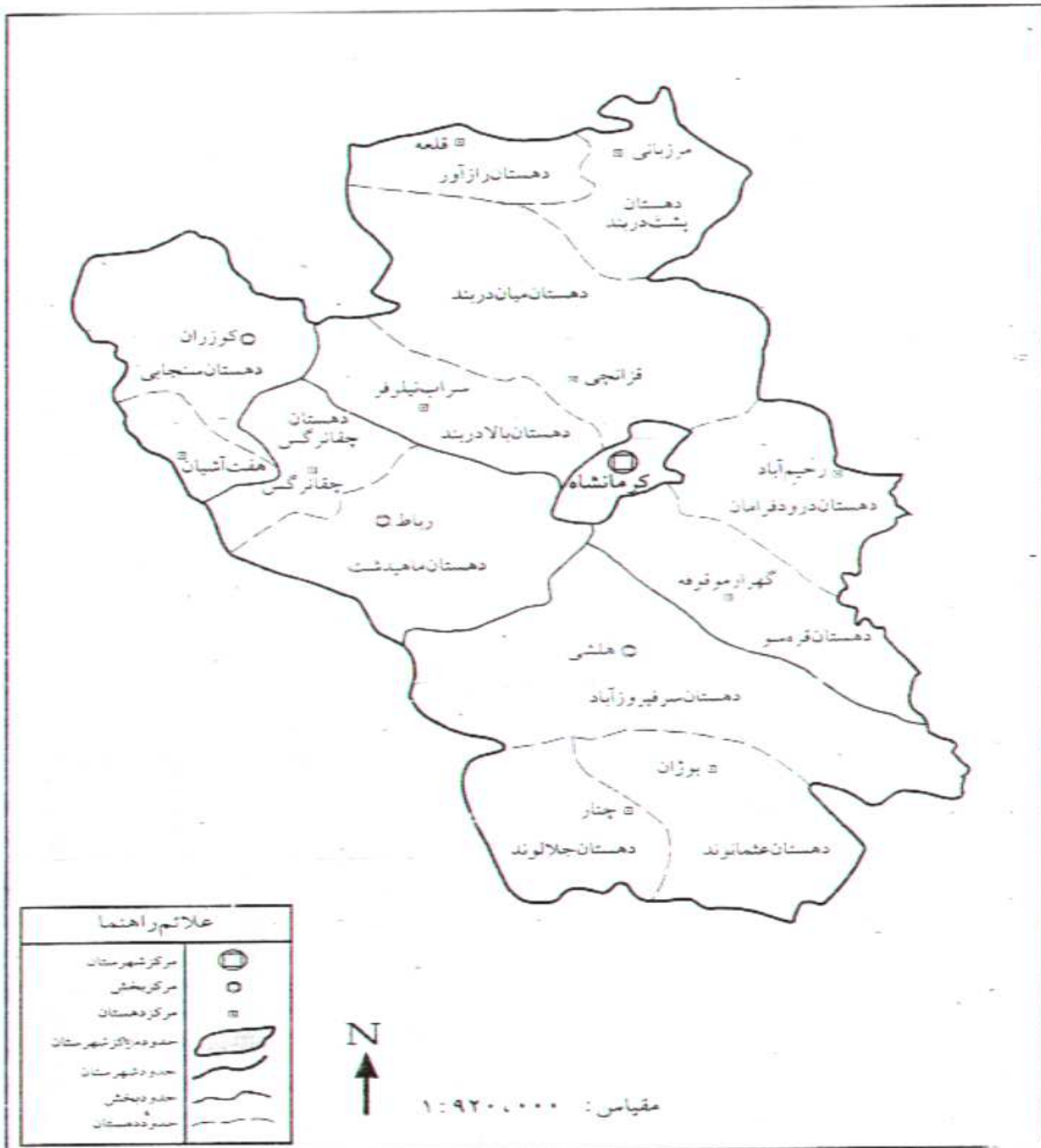
۱۲-۶ دیگر یادگارها و جاهای دیدنی:

از دیگر یادگارهایی که در کرمانشاه پدید آمده اند می توان به کاروانسرای ماهیدشت اشاره داشت و این کاروان سرا که ساخته شده در دوره صفویه می باشد، در جنوب باختری شهر کرمانشاه و در منطقه ماهیدشت می باشد و در سر راه بین کرمانشاه به کربلا ساخته شده است و در زمان خود کاروانسرای پر ارزش و پر جنب و جوش در این منطقه بوده است. یکی دیگر از یادگارهای ماندگار، پلی در بخش

**جهت خرید فایل word به سایت www.kandoo.cn.com مراجعه کنید
یا با شماره های ۰۹۳۶۶۰۲۷۴۱۷ و ۰۹۳۶۶۴۰۶۸۵۷ و ۰۶۶۴۱۲۶۰-۰۵۱۱ تماس حاصل نمایید**

خاوری شهر کرمانشاه می باشد که به پل کهنه شهرت دارد. این پل که در دوره صفویه ساخته شده است، همچون دیگر یادگارهای آن دوره دارای استواری و زیبایی ویژه ای است، به گونه ای که هم اکنون نیز مورد بهره برداری قرار می گیرد. بافت کهنه شهر نیز دارای کشش ها و زیبایی های بسیار می باشد. ساختمان ها و بناهای باشکوه همچون نگینی در هر گوشه از بافت کهنه شهر می درخشند. و ناخودآگاه سالها و سده های پیش را بر ایمان زنده می کنند. (م. ۱۱- ص ۳۳ تا ۶۲)

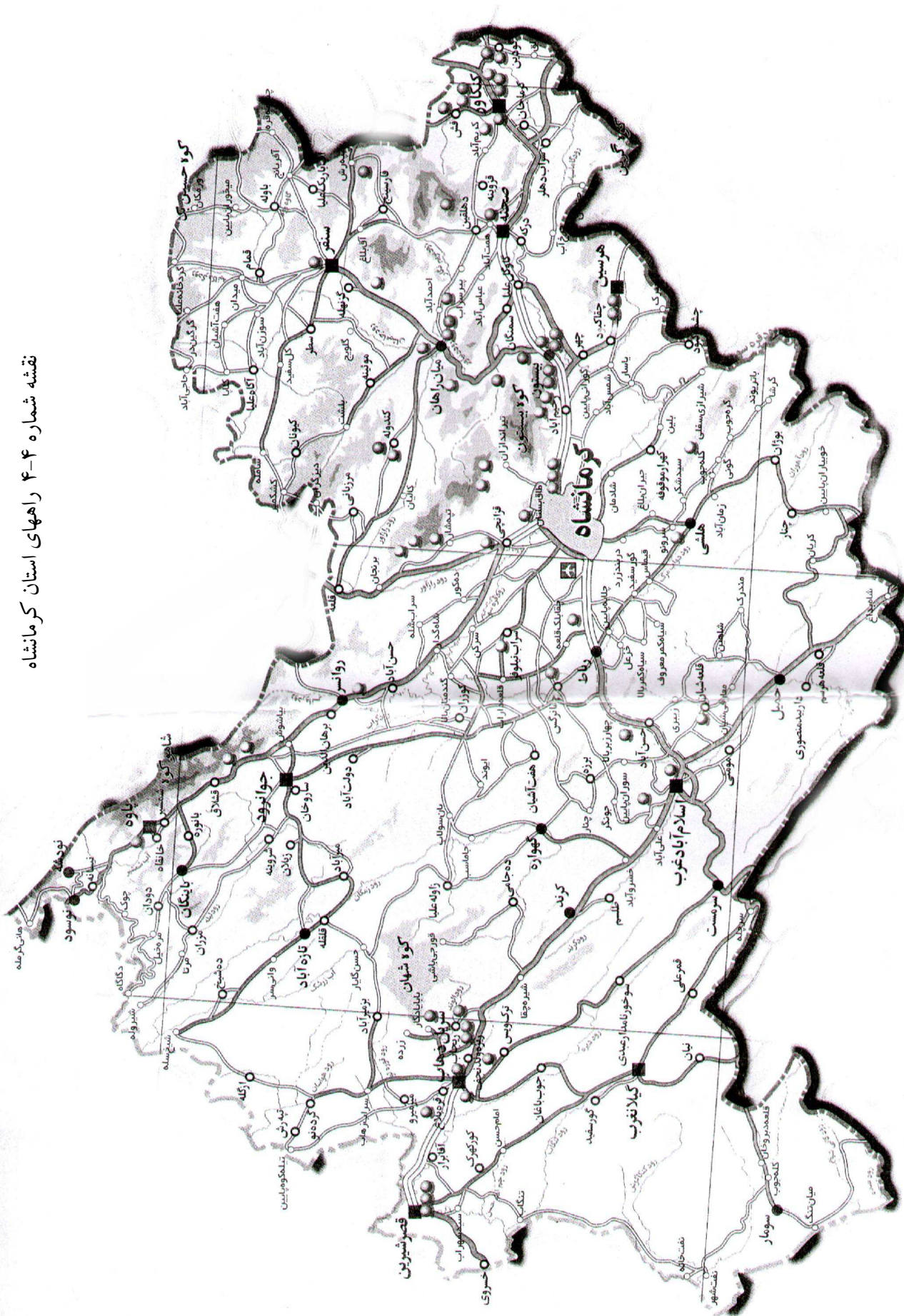
نقشه شماره ۳-۴ تقسیمات کشوری شهرستان کرمانشاه



ماخذ: فرهنگ جغرافیایی شهرستان کرمانشاه، سازمان میراث فرهنگی

جهت خرید فایل word به سایت www.kandoo.cn.com مراجعه کنید
یا با شماره های ۰۹۳۶۶۰۲۷۴۱۷ و ۰۹۳۶۶۴۰۶۸۵۷ و ۰۶۶۴۱۲۶۰-۰۵۱۱ تماس حاصل نمایید

نقشه شماره ۴-۴ راههای استان کرمانشاه



خذ: اطلس گردشگری سازمان مدیریت و برنامه ریزی استان کرمانشاه

مقیاس: ۱:۱,۰۰۰,۰۰۰

فصل ۵: تجزیه و تحلیل

۱- پیشگفتار

نیاز به یادآوری است که گذشته استان کرمانشاه، فرهنگ و آثار تاریخی به جا مانده از گذشتگان باشکوه بوده و هست. و منطقه هرسین از نخستین زیستگاه های انسانی است و زندگی در این منطقه از دوران پارینه سنگی تا کنون به صورت یکجانشینی پیوستگی داشته و آثار بسیار با ارزش از دورانهای گوناگون (از دوران پارینه سنگی تا سده های پایانی) در این منطقه بدست آمده است. فرمانروایان بسیاری در کرمانشاه کاخ بنا کرده و خوش گذرانده اند.

استان کرمانشاه با تمدنی دیرینه و فرهنگی پر بار می تواند به عنوان موزه ای فرهنگی - باستانی در کشور بدرخشد. آثاری همچون کتیبه بیستون تاق بستان، تاق گرا و ... صنایع دستی غنی، نه تنها در کشور بلکه در تمام دنیا بی مانند است. از نظر جغرافیایی و طبیعی جای دارد که بدانیم آب و هوای این استان به گونه ای است که در بیشتر ماه های سال به طور همزمان از نوع آب و هوای کوهستانی، گرم و یا معتدل در جاهای گوناگون آن وجود دارد. چشم اندازهای بسیار زیبا و دیدنی در جای جای این استان مانند مرواریدی گرانها چشم هر بیننده ای را به خود خیره می کند.

اگر استان کرمانشاه را از نظر توان های توریستی چه تاریخی و فرهنگی و چه طبیعی در رده ملی نسبت به استانهای دیگر بسنجیم، استان کرمانشاه پس از استان فارس در جایگاه دوم قرار دارد. اما متأسفانه از نظر پذیرش و ورودی گردشگران داخلی و خارجی رده های پایین و چه بسا در رده های آخر کشور قرار گرفته باشد.

یکی از مشکلات بزرگ که دامنگیر هر جامعه ای می شود بیکاری و پیامدهای ناشی از آن است. بیکاری افزون بر به همراه داشتن ضعف اقتصادی و سطح زندگی پایین پیامدهای ناگوری مانند فقر فرهنگی، افزایش بزهکاری و ناهمواری های اجتماعی، افزایش ترافیک و رفت و آمد های غیر ضروری را به همراه دارد. همه اینها می تواند به هرج و مرج شهری بیفزاید که در پایان چهره ای ناخوشایند از شهر را به ویژه از دید گردشگران نمایان می سازد.

براساس سرشماری سال ۱۳۷۵ بیشترین درصد بیکاری در استانهای غربی کشور بوده است. شاید پیامدهای جنگ ایران و عراق، نبود سرمایه گذاری های زیربنایی پس از انقلاب و ... منجر به این افزایش بیکاری شده است. در میان این استانها لرستان با بیشترین درصد بیکاری ۱۸/۵٪ نخستین استان و پس از آن استان کرمانشاه با ۱۸/۴٪ بیکاری در رده دوم کشور می باشد. (م. ۱۴ - ص ۲۷۰)

آنچه که امروزه شاهد آن هستیم یورش بیش از اندازه افراد از روستاها و شهرهای کوچک استان به شهر کرمانشاه می باشد که به امید یافتن کار کوچ می کنند، که روز به روز به شمار بیکاران شهر کرمانشاه می افزاید و این شهر را دامنگیر پیامدهای ناشی از این مشکل بزرگ کرده است. اگر گذر هر بیننده و گردشگری به این شهر بیفتد چهره ای ناخوشایند از شهر و مشکلات آن را خواهد دید. البته ناگفته نماند. در بین افراد بیکار موجود در سطح شهر، هم افراد تحصیل کرده و دارای مدارک دانشگاهی و هم افراد بی سواد و غیر متخصص یافت میشود.

یکی از نکات بسیار با ارزش در بالا بردن شمار گردشگران و رونق صنعت گردشگری و جهانگردی در هر منطقه ای بودن فرهنگ غنی و به جا آوردن ادب و برخورد مناسب با گردشگر و جهانگرد می باشد. همچنانکه پیش تر گفته شد کرمانشاه دارای فرهنگ غنی به جا مانده از گذشتگان می باشد اما اکنون دچار فقر فرهنگی شده است که به جرات می توان گفت ریشه بزرگ آن نیز در میزان بالای بیکاری موجود در شهر است. هرچند واقعیت تلخ است اما در سطح شهر کرمانشاه از دیدگاههای، رفتار و برخورد چه با بومیان و چه با گردشگران و جهانگردان خوشایند و برازنده نام این شهر نیست.

براساس پژوهش های انجام شده و آمارهای گوناگون می گویند: اگر یک گردشگر نگرش مثبت نسبت به یک منطقه داشته باشد، می تواند ۱۰ نفر گردشگر را به آن منطقه بیفزاید، اما اگر نگرشی منفی پیدا کند. می تواند ۲۷ نفر از میزان گردشگرانی را که قصد سفر به آن منطقه را دارند منصرف کند. در شهر کرمانشاه شاید هر کدام از ما بارها در رفت و آمدهای روزانه خود در سطح شهر، در بازار، ترمینال و یا هر جای دیگر شهر دیده ایم که چگونه مردم با همدیگر به ویژه با گردشگران خارجی برخوردهای ناشایستی داشته اند البته مراد من این نیست که شهر را بد جلوه بدهم و همه را محکوم کنم اما در نظر

داشته باشیم که یک برخورد نادرست و اشتباه چه قدر به زیان شهرمان تمام خواهد شد، به گونه ای که منجر خواهد شد که نه تنها خود آن گردشگر بلکه هموطنان او هم هیچ گاه به این شهر گذر نکنند.

با توجه به اینکه استان کرمانشاه از لحاظ صنعتی از دیگر استانهای کشور جامانده است اما از نظر کشاورزی و توان های توریستی یکی از قطب های برتر کشور می باشد. گسترش بخش کشاورزی و پذیرش نیروی بیکار در این بخش خود جای بحث و گفتگوی بسیار دارد که بیرون از موضوع این پژوهش است. اما با گسترش برنامه ریزی، و مدیریتی توانمند و مناسب می توان درصد بسیاری از نیروهای بیکار را در بخش صنعت گردشگری که بحث اصلی این پژوهش است به گونه های متفاوت وارد بازار کار کرد.

برای نمونه می توان پایگاه های گردشگری را در مکان های توریست پذیر دایر کرد. و با برگزار کردن دوره های آموزشی و تربیت افرادی برای راهنمای گردشگران، مترجمان و بسیاری شغل های وابسته به صنعت گردشگری نیروی بیکار را روانه بازار کار کرد.

۲- بررسی میزان ورود گردشگران خارجی و پیامد آن در اشتغال زایی

براساس آمارهای بیان شده از سوی سازمان جهانی جهانگردی (WTO) در سال ۲۰۰۰ میزان سرمایه گذاری در این صنعت ۷۰۱ میلیارد دلار یعنی برابر با ۴/۹٪ تمام سرمایه گذاری های جهان بوده است و براساس پیش بینی های انجام شده تا سال ۲۰۱۰ به بیش از ۱۴۰۰ میلیارد دلار افزایش خواهد یافت و به ۶/۱٪ تمام سرمایه گذاری ها خواهد رسید. آمار و گزارش های WTO اینگونه بیان می کند که تا سال ۲۰۱۰ در رده جهانی، شمار گردشگران و توریسم به یک میلیارد نفر خواهد رسید. (م. ۲۱)

جدول شماره ۵-۱ شماره ورود گردشگران خارجی به ایران را بین سالهای ۱۳۵۰ تا ۱۳۷۲ که از مرکز آمار و اطلاعات سازمان مدیریت و برنامه ریزی بدست آمده نشان میدهد در تمام این سالها نوسانهایی ر ورود جهانگردان به کشور ایران وجود داشته است. همچنانکه مشاهده می فرمایید. از سال ۱۳۵۸ با کاهش بسیار زیاد ورود جهانگردان به ایران رو به رو می شویم. دلایل زیادی منجر به این کاهش شده است. از جمله آنها می توان نا امنی های اوایل انقلاب، تغییر نظام و سیاست های حکومتی، نوع دیدگاه مسئولین نسبت به جهانگردی، تغییر فرهنگ جامعه در برخورد با جهانگردان و ... را نام برد. در سالهای پایانی

دوباره با رشد اندک ورود جهانگردان به کشور روبه رو شده ایم. البته این افزایش را اگر نسبت به کشورهای دیگری که در این زمینه تبلیغات بسیار و کارهای زیرساختی کرده اند و درآمدهای کلانی را از این صنعت بدست می آورند و نیز اگر پدیده رشد جمعیت و افزایش تورم را هم در نظر بگیریم، این صنعت رشدی بسیار ناچیز در کشور داشته است.

بنا به بیان سازمان جهانی جهانگردی (WTO) از نظر توان های پذیرش توریسم (چه فرهنگی و باستانی و چه طبیعی) ایران در رده ۱۰ کشور برتر دنیا قرار دارد. اما از نظر میزان بازدید کننده جهانگرد و درآمدهای بدست آمده از صنعت توریسم چنین نیست و بسیار جامانده است. در آمارهای بیان شده از این سازمان ایران در رده هفتاد و پنجم و به بیانی دیگر در رده هشتاد و پنجم دنیا قرار دارد. در صورتی که می بینیم که دهها کشور به ویژه امیرنشین های همسایه ما با تاریخ و فرهنگی کمتر از یک سده و با وسعتی کمتر از یک شهرستان یا استان در رده های بالاتر از کشور ما در صنعت توریسم جای دارند و این جای اندوه و اندیشیدن بسیار دارد. با این وصف در می یابیم که کشور ما چقدر سهم ناچیزی از این صنعت جهانی دارد. و چقدر جامانده است. با بررسی و آگاهی بیشتر متوجه می شویم که استان کرمانشاه بیشتر و بیشتر از این صنعت بی بهره شده است. استانی که می تواند از لحاظ جذب توریسم در جایگاه دوم کشوری قرار می گیرد.

جدول ۵-۱ امار ورود جهانگردان به ایران (۱۳۷۲ - ۱۳۵۰) مرکز آمار و اطلاعات سازمان مدیریت و

برنامه ریزی (مسکن و جمعیت)

سال	تعداد ورودی	درصد افزایش یا کاهش
۱۳۵۰	۳۵۰۱۳۵	+۸/۵
۱۳۵۱	۴۱۱۵۰۶	+۱۷/۵
۱۳۵۲	۳۶۰۵۱۴	-۱۲/۴
۱۳۵۳	۴۱۲۷۰۲	-۱۴/۵
۱۳۵۴	۵۸۸۷۶۸	+۴۲/۷
۱۳۵۵	۵۶۷۹۳۰	+۱۱/۷
۱۳۵۶	۶۷۸۱۵۷	+۳/۱
۱۳۵۷	۵۰۲۲۷۸	-۲۵/۹
۱۳۵۸	۱۴۷۵۳۲	-۷۵/۶
۱۳۵۹	۱۵۳۶۱۲	-۴/۱
۱۳۶۰	۱۶۷۴۷۳	+۹
۱۳۶۱	۶۸۵۹۵	-۵۹
۱۳۶۲	۱۰۷۴۷۲	+۵۶/۷
۱۳۶۳	۱۳۱۳۰۸	+۲۲/۲
۱۳۶۴	۸۹۴۲۵	-۳۲
۱۳۶۵	۸۵۸۰۱	-۴
۱۳۶۶	۶۸۴۲۶	-۲۰/۳
۱۳۶۷	۷۰۷۴۰	+۳/۴
۱۳۶۸	۹۳۹۵۳	+۳۲/۸
۱۳۶۹	۱۶۱۹۵۴	+۷۲/۴
۱۳۷۰	۲۴۹۱۰۳	+۵۳/۸
۱۳۷۱	۲۷۵۶۷۲	+۱۰/۷
۱۳۷۲	۳۱۱۲۴۳	+۴۰

استان کرمانشاه با توجه به موقعیت جغرافیایی و تنوع آب و هوای و قرار گرفتن در مسیر راه کربلا دارای شرایط ویژه در مقایسه با دیگر مناطق کشور است. علی رغم اختلافات سیاسی و مرزی ایران و عراق در ۳۰ سال گذشته، این استان تا قبل از سال ۱۳۵۱ یکی از استانهای توریستی کشور بوده و حتی در سالهای پس از انقلاب تا پیش از ۱۳۷۵ شمار مسافران وارد شده به استان قابل توجه و چشمگیر بوده است.

گردشگری به عنوان یک صنعت نقش مهمی در ایجاد اشتغال و کسب درآمد در بخش های بازرگانی و خدمات دارد. در بسیاری از کشورها صنعت گردشگری به عنوان بزرگترین سازمان و نهادی که نیروی انسانی را به کار می گیرد، مطرح است در ارتباط با اشتغال نیروی انسانی در این بخش شاخص هایی را به بیان زیر تعریف کرده اند:

- هر تخت هتل برابر به کارگیری ۰/۵ نفر
- هر آژانس برابر به کارگیری ۱۰ نفر
- هر واحد بین راهی برابر به کارگیری ۱۰ نفر

به طور غیر مستقیم در برابر هر ۱۵ نفر گردشگر ۳/۷۵ نفر نیروی انسانی به کار گرفته می شود. آنچه نقش اساسی گردشگری و ارزش آن را در اقتصاد استان کرمانشاه روشن می سازد. مقایسه ارقام مربوط به درآمد بدست آمده از ورود گردشگران وارد شده به استان است این رقم در سال ۱۳۵۵ برابر با ۲۹۱۰ هزار دلار و در سال ۱۳۶۵ برابر با ۳۴۶۵ هزار دلار و در سال ۱۳۷۲ به ۷۷۲ هزار دلار کاهش یافته است. (م. ۱۷ - ص ۱۰۲)

از سویی دیگر بنا به پژوهش ها و گزارش های بیان شده اینگونه بیان کرده اند که در برابر هر تخت اشغال شده در هتل ها و مراکز اقامتی ۸ شغل پدید می آید و در برابر هر گردشگر خارجی که وارد کشور می شود به طور مستقیم و غیر مستقیم ۱۰ شغل پدید می آید. حال اگر ترکیبی از این اعداد یعنی در برابر هر تخت ۰/۵ نفر و یا در برابر هر ۱۵ گردشگر ۳/۷۵ و در پایان نیز در برابر هر گردشگر ۱۰ شغل را در نظر بگیریم. به رقمی می رسیم که من در پژوهش خود اینگونه فرض کرده ام که به ازای ورود هر گردشگر خارجی «یک» شغل پدید می آید. در ضمن باید بسیاری از جنبه ها و پارامترها را در نظر بگیریم تا بتوانیم به تحلیل مسئله ایجاد اشتغال در بخش توریسم پردازیم. برای نمونه باید مدت زمان اقامت و روزهای اشغال هر تخت، مقدار پولی که هر گردشگر هزینه می کند و غیره را در نظر داشته باشیم.

البته پیش از تحلیل مسئله به این نکته اشاره کنم که به مجموع افراد شاغل، بیکار و در جستجوی کار در زمان معین، جمعیت فعال می گویند. (بنابراین کودکان، دانشجویان، دانش آموزان، باز نشستگان، سپاهیان و وظیفه، اجاره بگیران، سود بران و کسانی که تأمین معیشتشان یکسره به عهده دیگری است. زندانیان و

بیمارانی که توانایی کار کردن را ندارند... از شمار جمعیت فعال بیروند و براساس تعریف قانون کار در بسیاری از کشورها افراد از ۱۵ تا پایان ۶۴ سالگی جزو نیروی کار به شمار می آیند.

(م. ش ۱۴ ص ۲۰۳)

جدول (۱-۵) همچنانکه ملاحظه می فرمایید آمار شمار جهانگردان ورودی را بین سالهای ۱۳۵۰ تا ۱۳۷۲ به کشور ایران نشان می دهد. آن چنانکه از آمار پیداست، در سالهای ۱۳۵۴ تا ۱۳۵۶ بیشترین ورودی جهانگردی را به کشور داشته ایم که در پی آن درآمدهای سرانه ارزی ملی در کشور نیز بالا رفته است. برای سنجش ورودی جهانگردان و تاثیر آن در ایجاد اشتغال و بررسی آن در سالهای گوناگون در کشور و استان کرمانشاه از جدول های (۲-۵) و (۴-۵) استفاده می کنیم.

نمونه های موردی را براساس سرشماری های عمومی نفوس و مسکن و نیز آمارهای ورودی جهانگردی از سوی سازمان جهانگردی در سالهای ۱۳۶۵، ۱۳۵۵، ۱۳۷۵، ۱۳۸۵ در سطح کشور و پس از آن در سطح شهرستان و شهر کرمانشاه بررسی کرده و سپس تحلیل کرده ایم.

در سال ۱۳۵۵ جمعیت ایران ۳۳۷۰۸۷۴۴ نفر بوده است در این سال جمعیت فعال ۱۵ تا ۶۴ سال نیز ۹۷۹۶۰۰۰ نفر بوده که از این شمار جمعیت فعال ۹۹۷۰۰۰ نفر بیکار و ۸۷۹۹۰۰۰ شاغل بوده اند. براساس آمارهای موجود شمار گردشگران خارجی وارد شده در سال ۱۳۵۵ به کشور ایران ۵۶۷۹۳۰ نفر بوده است. یعنی به ازای هر گردشگر یک شغل را در نظر بگیریم به همین میزان شغل در بخش صنعت توریسم در کشور ایجاد شده است. یعنی سهم صنعت توریسم در اشتغال کشور در سال ۱۳۵۵ برابر با ۶/۴۵٪ بوده است.

به همین گونه در سالهای ۱۳۸۵، ۱۳۷۵، ۱۳۶۵ شغل های پدید آمده از صنعت توریسم به ترتیب برابر با ۸۵۸۰۱، ۵۷۳۴۴۹، ۲۵۰۰۰۰۰ شغل بوده است که سهم جهانگردی در کل نیروی شاغل در همین سالها به ترتیب برابر با ۰/۷۶، ۳/۹۹، ۱/۲۲ درصد بوده است. البته در تمام این سالها باید پدیده رشد جمعیت و تورم را که دو عامل اصلی در روند اقتصادی و زندگی هر جامعه می باشند، در نظر داشته باشیم. با توجه به اعداد و درصدهای بدست آمده در می یابیم که سهم جهانگردی در بازار کار ایران رو به رکود است

که نبود سرمایه گذاری های مورد نیاز و نبود تبلیغات کافی و دلایل بسیار دیگری منجر به این کاهش شده است.

اکنون اگر فرض کنیم که در سال ۱۳۸۵ با توجه به شمار بیکاران کشور در این سال بتوانیم ۱ میلیون نفر به شمار جهانگردان ورودی به کشور بیفزاییم چه تاثیری در میزان بیکاری کشور خواهد داشت؟
پیش از هر چیز در تحلیل و بررسی این پرسش باید جنبه های گوناگونی را که پیش تر به آنها اشاره شد در نظر بگیریم که مهمترین آنها مدت اقامت جهانگرد در کشور است فرض می کنیم که هر جهانگرد ۱۰ روز در کشور اقامت دارد. حال برای اینکه تعداد شغل های ثابت در طول یک سال را بدست بیاوریم باید ۱ میلیون نفر را در عدد ۱۰ ضرب کرده و سپس بر تعداد روزهای سال تقسیم کنیم.

$$\frac{1000000 \times 10}{365} = 27396$$

پس در طول یک سال با ورود ۱ میلیون جهانگرد و با اقامت ۱۰ روز ۲۷۳۹۶ شغل ایجاد می شود اگر این تعداد شغل را با توجه به جمعیت بیکار سال ۸۵ بررسی کنیم به این نتیجه می رسیم که هر ۱ میلیون گردشگر وارد شده خارجی نزدیک به ۱ درصد از نرخ بیکاری را کاهش خواهد داد.

جدول شماره ۵-۲ شاخص های جمعیتی و ورودی جهانگردی کشور در سالهای ۵۵، ۶۵، ۷۵، ۸۵

				سال	شاخص
۱۳۸۵	۱۳۷۵	۱۳۶۵	۱۳۵۵		
۷۰۴۷۲۸۴۶	۶۰۰۰۵۵۰۰۰	۴۹۴۴۰۱۰	۳۳۷۰۸۷۴۴	جمعیت کل کشور	
۲۳۴۶۶۰۰۰	۱۶۰۲۷۰۰۰	۱۲۸۲۰۰۰۰	۹۷۹۶۰۰۰	جمعیت فعال	
۲۰۴۷۴۱۱۰	۱۴۳۷۱۰۰۰	۱۱۲۰۱۰۰۰	۸۷۹۹۰۰۰	جمعیت شاغل	
۲۹۹۱۸۹۰	۱۶۵۶۰۰۰	۱۶۱۹۰۰۰	۹۹۷۰۰۰	تعداد	بیکاری
۱۲/۷۵	۱۰/۲۳	۱۲/۶۲	۱۰/۱۷	درصد	
۲۵۰۰۰۰۰	۵۷۳۴۴۹	۸۵۸۰۱	۵۶۷۹۳۰	جهانگردان ورودی به ایران	
۱/۲۲	۳/۹۹	۰/۷۶	۶/۴۵	نرخ سهم جهانگردی در اشتغال کشور٪	

ماخذ: سرشماری و آمار نامه سالهای گوناگون از سازمان مدیریت و برنامه ریزی استان کرمانشاه

روند بررسی هایی را که تاکنون درباره کشور انجام داده ایم ، به همان صورت در مورد استان و شهر کرمانشاه نیز پیش می بریم، البته در این بررسی ما تنها به شهر کرمانشاه بسنده می کنیم.

جدول (۴-۵) جمعیت، میزان نیروی فعال، شاغل، بیکار و شمار ورود جهانگردان خارجی را در سالهای ۵۵، ۶۵، ۷۵، ۸۵ بیان می کند. با توجه به میزان جمعیت شاغل و بیکار شهر کرمانشاه در جدول (۳-۵) در سال ۱۳۵۵ میزان بیکاری ۹/۳۲ درصد بوده است اما این میزان برای سال ۱۳۸۵ به ۲۲ درصد رسیده است. بر اساس ورودی جهانگردی به این شهر در می یابیم که سهم صنعت جهانگردی در اشتغال شهر کرمانشاه برای سال ۱۳۵۵ حدود ۶/۲ درصد و برای سال ۸۵ به ۰/۹ درصد کاهش یافته است. یعنی عملاً جهانگردی در استان و شهر کرمانشاه رو به نابودی است و اگر هرچه زودتر چاره ای در این باره اندیشیده نشود، با استفاده از این صنعت و نقشی که در رونق اقتصادی و کاهش بیکاری دارد، نمی توانیم درد بیکاری و پیامدهای ناشی از آن که از این دامن جامعه و شهر را خواهد گرفت چاره کنیم.

جدول (۳-۵) شاخص های جمعیتی و ورودی جهانگردی استان و شهر کرمانشاه در سالهای ۱۳۵۵،

۱۳۶۵، ۱۳۷۵، ۱۳۸۵

۱۳۸۵	۱۳۷۵	۱۳۶۵	۱۳۵۵	سال شاخص
۱۸۱۳۸۵	۱۷۷۸۵۹۶	۱۴۶۲۹۶۵	۱۰۳۰۷۱۴	جمعیت کل استان
۱۶۱۳۶۴۹	۱۰۲۴۴۰۴	۷۰۶۶۶۰	۵۱۳۵۳۸	جمعیت فعال استان ۱۰ سال به بالا
۶۱۵۰۶۶	۴۱۷۱۵۳	۶۴۴۴۱۵	۴۹۱۷۰۰	جمعیت شاغل استان
۱۴۲۹۹۹	۷۷۲۵۱	۶۲۲۴۵	۲۱۸۳۷	جمعیت بیکاری استان
۲۳/۲	۱۸/۴	۸/۳	۷/۲	درصد
۲۳۷۱	۱۴۶۵	۲۱۰۰	۶۷۳۰	جهانگردان ورودی به استان
۰/۵	۰/۳۷	۰/۸	۲/۳	نرخ سهم جهانگردی در اشتغال استان
۷۹۴۸۶۳	۶۹۲۹۸۶	۵۶۰۵۱۴	۲۹۷۳۱۵	جمعیت شهر کرمانشاه
۶۷۳۷۱۷	۵۵۱۰۲۸	۴۰۲۷۴۲	۱۷۹۸۷۷	جمعیت فعال کرمانشاه ۱۰ سال به بالا
۲۵۶۵۱۷	۱۹۸۷۴۰	۱۶۵۲۴۷	۱۰۸۸۲۰	جمعیت شاغل کرمانشاه
۵۵۵۰۵	۳۴۵۸۰	۲۱۶۴۱	۱۰۱۴۸	تعداد
۲۲	۱۷/۴	۱۳/۱	۹/۳۲	درصد
۲۳۷۱	۱۴۶۵	۳۱۰۰	۶۷۳۰	جهانگردان ورودی به کرمانشاه
۰/۹	۰/۷	۱/۹	۶/۲	نرخ سهم جهانگردی در اشتغال شهر کرمانشاه

ماخذ: سرشماری و آمار نامه های سالهای متفاوت سازمان مدیریت و برنامه ریزی استان کرمانشاه

جدول (۴-۵) آمار بازدید کنندگان داخلی و جدول (۵-۵) آمار بازدید کنندگان خارجی را به تفکیک ماههای سال در ۶ ماهه نخست سال ۱۳۸۵ نشان می دهد. یادآوری این نکته ضروری است که در این پژوهش و بررسی و تحلیل مسئله روی بازدید کننده خارجی تاکید شده است. جدول (۶-۵) نمایان

می کند که در سه ماهه نخست سال ۸۵ یعنی فصل بهار شمار بازدید کنندگان تا اندازه ای از ماههای بعدی و فصل های دیگر بیشتر است.

براساس آمار سالهای پیشین، بازدید کنندگان خارجی در فصل های پاییز و زمستان بسیار کمتر از شش ماه نخست بوده و گاهی در برخی ماهها شمار در آنها به صفر می رسد. نکته دیگر اینکه در بررسی آمار ورودی جهانگردان خارجی چون آمار موجود تنها مربوط به دو مکان تاق بستان و تکیه معاون الملک است، فرض را بر این بنا می کنیم که تقریباً همه گردشگران خارجی از این دو مکان بازدید می کنند. و آمار مربوط به تاق بستان برای بررسی و تحلیل موضوع کافی می باشد.

در شش ماهه نخست سال ۱۳۸۵ حدود ۱۴۹۹ نفر از تاق بستان بازدید کرده اند که اگر به ازای هر نفر ایجاد یک شغل را در نظر بگیریم، پس ۱۴۹۹ شغل ایجاد شده است که میانگین ماهانه آن $\frac{1499}{6}$ برابر با ۲۵۱ شغل بوده است یعنی سهم جهانگردی در اشتغال ۶ ماهه نخست سال ۸۵ در شهر کرمانشاه برابر با ۰/۱۲ درصد بوده است.

حال اگر فرض کنیم که هر ماه ۲ هزار نفر به گردشگران خارجی این شهر اضافه بشود، در صورتی که میزان افراد شاغل و بیکار را ثابت در نظر بگیریم این تعداد گردشگر با میزان شغلی که پدید می آورند به میزان ۱ درصد از نرخ بیکاری را کاهش خواهد داد. با این تحلیل و بررسی به نقش صنعت جهانگردی در کاهش بیکاری و رونق صنعت جهانگردی پی می بریم و همه ما می دانیم که کاهش بیکاری چه پیامدهای مثبتی در کاهش ناهنجاری های اجتماعی شهرمان خواهد داشت. تمام این روندها فراهم نخواهد شد. مگر اینکه در زمینه فرهنگی، تبلیغات گسترده ملی و جهانی و ایجاد زیرساخت ها انقلابی رخ بدهد، این انقلاب نیز به کمک ها و سرمایه گذاری های دولتی و مدیریتی توانمند و کوشش های همگانی نیازمند است.

اکنون دو استان فارس و کرمانشاه را که از لحاظ توان های پذیرش توریسم در کشور در رده های اول و دوم کشور قرار دارند با هم می سنجم. در سال ۱۳۵۵ دو استان یاد شده به ترتیب ۷ و ۸/۳ (هزار نفر / درصد) بیکاری داشته اند. که تقریباً برابر و نزدیک هم بوده است. اما در سال ۱۳۷۵ سهم این دو استان از

بیکاری کل کشور به ترتیب ۰/۱ و ۱۸/۴ (هزار نفر / درصد) بوده است که تفاوت بسیار زیادی بین این دو استان پدید آمده است.

قطعاً استان فارسی در زمینه های گوناگون به ویژه در صنعت گردشگری و پذیرش توریسم و زیر ساخت های وابسته به این صنعت سرمایه گذاری ها و تبلیغات گسترده ای داشته که بسیار هم در کاهش بیکاری این استان موثر بوده است. اما استان کرمانشاه نه تنها روندی رو به رشد نداشته بلکه بسیار هم پس رفت کرده است.

جدول (۴-۵) آمار بازدید کنندگان داخلی از مکانهای دیدنی کرمانشاه در سال ۱۳۸۵

جمع	تکیه معاون الملک	تاق بستان	سال ۸۵ مکان
۹۳۲۷۷	۴۲۱۲	۹۸۰۶۵	فروردین
۳۶۴۹۲	۱۴۹۲	۳۵۰۰۰	اردیبهشت
۱۴۵۶۶	۷۶۶	۱۳۸۰۰۰	خرداد
۱۷۸۹۲	۱۳۹۲	۱۶۵۰۰	تیر
۳۲۸۹۰	۱۴۴۰	۳۱۴۵۰	مرداد
۴۳۴۳۶	۱۶۸۶	۴۱۷۵۰	شهریور
۲۳۸۵۵۳	۱۰۹۸۸	۲۲۷۵۶۵	جمع

ماخذ: سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان کرمانشاه

جدول (۵-۵) آمار بازدید کنندگان خارجی از مکانهای دیدنی کرمانشاه در سال ۱۳۸۵

جمع	تکیه معاون الملک	تاق بستان	سال ۸۵ مکان
۵۳۰	۱۲۳	۴۰۷	فروردین
۴۶۳	۶۱	۴۱۲	اردیبهشت
۳۵۳	۳۵	۳۱۸	خرداد
۲۱۱	۱۲۲	۸۹	تیر
۱۵۴	۳۷	۱۱۷	مرداد
۲۰۰	۴۴	۱۵۶	شهریور
۱۹۱۱	۴۲۲	۱۴۹۹	جمع

ماخذ: سازمان میراث فرهنگی و صنایع دستی و گردشگری استان کرمانشاه

جدول (۶-۵) شمار ورود جهانگردان را به کشور و جدول (۷-۵) گردشگران خارجی را به استان

کرمانشاه بین سالهای ۱۳۷۸ تا ۱۳۸۲ بیان می کند.

در مقایسه بین این دو جدول در می یابیم که سهم استان کرمانشاه از جهانگردان خارجی وارد شده به

کشور بسیار ناچیز است. برای مثال در سال ۱۳۸۲ که ۳۲۰۰۰۰۰ جهانگرد به ایران وارد شده اند. تنها

۲۵۰۵ نفر از آنها وارد استان کرمانشاه شده اند. یعنی چیزی در حدود ۰/۰۷ درصد سهم استان کرمانشاه

بوده است. در طول سالهای یاد شده رشد سالانه جهانگردان ورودی به کشور (۲۴/۲۵)+ درصد بوده است

اما در استان کرمانشاه با رشدی منفی رو به رو بوده ایم و این رشد برابر با (۱۵)- درصد بوده است.

جدول (۵-۶) آمار ورود جهانگردان به ایران از سال ۱۳۷۸ تا ۱۳۸۳

سال پایه	جهانگرد ورودی
۱۳۷۸	۱۳۰۰۰۰۰
۱۳۷۹	۱۷۰۰۰۰۰
۱۳۸۰	۲۱۰۰۰۰۰
۱۳۸۱	۲۶۰۰۰۰۰
۱۳۸۲	۳۲۰۰۰۰۰
نرخ رشد سالیانه	(+۲۴/۲۵٪)

جدول (۵-۷) آمار ورود گردشگران خارجی به استان کرمانشاه از سال ۱۳۷۸ تا ۱۳۸۲

سال پایه	جهانگرد ورودی
۱۳۷۸	۶۹۷۴
۱۳۷۹	۵۹۹۱
۱۳۸۰	۴۴۰۴
۱۳۸۱	۱۷۴۵
۱۳۸۲	۲۵۰۵
نرخ رشد سالیانه	(-۱۵٪)

ماخذ: سازمان میراث فرهنگی و گردشگری استان کرمانشاه

۳- بررسی درآمد ارزی تخمینی حاصل از گردشگری و زیرساخت های وابسته به آن

جدول (۵-۹) میزان تخمینی درآمد بدست آمده از بخش صنعت گردشگری را بین سالهای ۱۳۴۸ تا ۱۳۷۸ در کشور ایران نشان می دهد.

اگر سنجش بین دو جدول (۵-۲) و (۵-۸) انجام دهیم و انی سنجش را تحلیل و بررسی کنیم به دستاوردهایی می رسیم که قابل اندیشیدن است. برای نمونه دو سال متفاوت را در این جدول ها بر می گزینیم. سالهای ۱۳۵۶ و ۱۳۷۵ که یکی پیش از انقلاب و دیگری سالها پس از جنگ ایران و عراق می باشد را به صورت نمونه موردی بررسی می کنیم. در جدول (۵-۲) جمعیت ایران در سال ۵۶ تقریباً برابر با ۳۳۷۰۸۷۴۴ نفر بوده است و در همان سال شمار گردشگران ورودی به کشور ۵۶۷۹۳۰ نفر بوده که تقریباً ۱۷۶۲۱۸۳۴۷ دلار درآمد ارزی برای کشور به همراه داشته است. یعنی سرانه ارزی بدست آمده در بخش صنعت گردشگری برای هر نفر ایرانی ۷/۶ دلار بوده است در صورتی که در سال ۱۳۷۵ که جمعیت ایران که به ۶۰۰۵۵۰۰۰ نفر رسیده بود و شمار گردشگران ورودی نیز ۵۷۳۴۴۹ نفر بوده تقریباً ۲۶۱۲۲۸۴۷۵ دلار درآمد ارزی به همراه داشته که سرانه ارزی به ۴/۳ دلار کاهش یافته است.

به این نکته اشاره کنیم: با توجه به کاهش ورود جهانگردان در سال ۷۵ نسبت به سال ۵۵ میزان درآمد ارزی سال ۷۵ نسبت به ۵۵ بیشتر شده است که شاید دلیل اصلی این افزایش عامل تورم و افزایش هزینه ها نسبت به گذشته بوده است. یعنی با گذشت زمان دو عامل تورم و جمعیت در حال افزایش می باشد. از طرفی نسبت به افزایش این دو، میزان ورودی گردشگران خارجی افزایشی نداشته است. و همین منجر به کاهش سرانه ارزی در این بخش شده است. اگر این روند پیش برود و هیچ تلاشی برای بهبود این صنعت انجام نشود، سال به سال از نقش آن در وضع اقتصادی و یا کاهش بیکاری نیز کاسته خواهد شد.

جدول (۵-۸) تخمین درآمد ارزی حاصل از ورود جهانگردان به ایران (۱۳۷۸ - ۱۳۴۸) مرکز آمار و

اطلاعات سازمان مدیریت و برنامه ریزی (مسکن و جمعیت)

شاخص تغییرات	درصد افزایش یا کاهش نسبت به سال قبل	میزان تغییرات نسبت به سال قبل	درآمد ارزی (\$)	سال
۱۰۰			۴۲۸۸۲۷۴۲	۱۳۴۸
۱۲۲	۲۲۰	۹۴۱۶۹۹۴	۵۲۲۹۹۷۳۶	۱۳۴۹
۱۳۴	۹۹	۵۱۷۵۷۴۳	۵۷۴۷۵۴۷۹	۱۳۵۰
۱۵۴	۱۴۹	۸۵۵۲۸۴۰	۶۶۰۲۸۳۱۹	۱۳۵۱
۱۲۷	-۱۷/۵	-۱۱۵۷۹۶۱۷	۵۴۴۴۸۷۰۲	۱۳۵۲
۱۹۰	۴۹/۳	۲۶۸۵۹۳۹۷	۸۱۳۰۸۰۹۹	۱۳۵۳
۳۶۷	۹۳/۶	۷۶۱۲۴۵۶۷	۱۵۷۴۳۲۶۶۶	۱۳۵۴
۴۰۳	۹/۹	۱۵۵۰۸۵۱۴	۱۷۲۹۴۱۱۸۰	۱۳۵۵
۴۱۱	۱/۹	۳۲۷۷۱۶۷	۱۷۶۲۱۸۳۴۷	۱۳۵۶
۵۴۸	۳۳/۵	۵۸۹۵۷۵۳۸	۲۳۵۱۷۵۸۸۵	۱۳۵۷
۱۴۸	-۷۳/۰	-۱۷۱۵۷۷۱۳۷	۶۳۵۹۸۷۴۸	۱۳۵۸
۱۴۴	-۳/۲	-۲۰۲۲۴۷۷	۶۱۵۷۶۲۷۱	۱۳۵۹
۱۶۷	۱۶/۴	۱۰۱۲۵۸۲۵	۷۱۷۰۲۰۹۶	۱۳۶۰
۶۲	-۶۲/۹	-۴۵۰۹۳۲۲۴	۲۶۰۱۸۸۷۲	۱۳۶۱
۹۸	۵۷/۷	۱۵۳۴۳۲۲۱	۴۱۹۵۲۰۹۳	۱۳۶۲
۸۱	-۱۷/۶	-۷۳۸۹۳۵۹	۳۴۵۶۲۷۳۴	۱۳۶۳
۷۴	-۸/۰	-۲۷۶۴۳۷۴	۳۱۷۹۸۳۶۰	۱۳۶۴
۶۸	-۸/۰	-۲۵۳۵۰۲۴	۲۹۲۶۳۳۳۶	۱۳۶۵
۶۵	-۴/۷	-۱۳۷۸۹۶۰	۲۷۸۸۴۳۷۶	۱۳۶۶
۶۹	۵/۶	۱۵۵۳۳۴۴	۲۹۴۳۷۷۲۰	۱۳۶۷
۹۰	۳/۵	۸۹۸۰۸۸۸	۳۸۴۱۸۶۰۸	۱۳۶۸
۱۵۲	۶۹/۷	۲۶۷۷۲۲۶۰	۶۵۱۹۰۸۶۸	۱۳۶۹
۲۴۵	۶۱/۱	۳۹۸۶۲۵۰۰	۱۰۵۰۵۳۳۶۸	۱۳۷۰
۲۸۱	۱۴/۷	۱۵۴۳۵۶۳۸	۱۲۰۴۸۹۰۰۶	۱۳۷۱
۳۰۶	۸/۸	۱۰۶۴۴۶۰۸	۱۳۱۱۳۳۶۱۳	۱۳۷۲
۳۶۱	۱۷/۹	۲۳۴۹۳۶۷۵	۱۵۴۶۲۷۲۸۹	۱۳۷۳
۴۷۸	۳۲/۷	۵۰۴۹۷۰۶۱	۲۰۵۱۲۳۳۵۰	۱۳۷۴
۶۰۹	۲۷/۴	۵۶۱۰۴۱۲۵	۲۶۱۲۲۸۴۷۵	۱۳۷۵
۸۲۰	۳۴/۶	۹۰۵۰۱۱۰۰	۳۵۱۷۲۹۵۷۵	۱۳۷۶
۸۸۷	۳۱/۹	۱۱۲۳۲۲۸۱۵	۶۴۶۰۵۲۳۹۰	۱۳۷۷
۱۳۶۶	۲۶/۲	۱۲۱۶۳۹۸۴۰	۵۸۵۶۹۲۲۳۰	۱۳۷۸

مشاهده جدول (۵-۹) برای ما آشکار می کند که زیر ساخت هایی مانند هتلداری و خدمات رسانی در شهر کرمانشاه در سطح پایینی قرار دارد. ضعف در این بخش می تواند یکی از دلایل باشد که جهانگردان کمتر به شهر و استان ما بیایند زیرا یکی از دغدغه های هر جهانگرد برخوردار بودن از اقامتگاه و خوراک سالم می باشد و در این زمینه امنیت حرف نخست را می زند. همچنانکه از جدول پیداست هتل ها و مهمانپذیرهایی که در سطح شهر کرمانشاه وجود دارند هم اتاق کافی و هم از کیفیت و خدمات رسانی مناسب که در شان شهر کرمانشاه و مناسب برای خدمات رسانی به یک گردشگر خارجی باشد، برخوردار نیستند.

بیشتر هتل ها و مهمانسراها از نظر رتبه بندی در حد هتل ها و مهمانسراهای ۲ تا ۳ ستاره هستند، در صورتی که در بیشتر جاها و کانون های توریست پذیر جهان هتل های ۶ و ۷ ستاره با خدمات رسانی بسیار بالا وجود دارند.

جدول (۵-۹) لیست مکانهای اقامتی (هتل ها و مهمانسراها) شهرستان کرمانشاه ۱۳۸۴

ردیف	نام مکان	درجه (ستاره)	تعداد اتاق
۱	هتل آزادگان	۴	۱۰۸
۲	هتل رسالت	۲	۵۶
۳	هتل داریوش	۲	۲۸
۴	هتل بیستون	۲	۱۹
۵	هتل راه کر بلا	۲	۲۶
۶	هتل ازادی	۱	۲۴
۷	هتل معراج	۱	۲۴
۸	مهمانپذیر استقلال	۳	۲۲
۹	مهمانپذیر بعثت	۲	۱۸
۱۰	مهمانپذیر توحید	۳	۱۶
۱۱	مهمانپذیر اسلامیة	۳	۲۴
۱۲	مهمانپذیر رضوان	۲	۳۵
۱۳	مهمانپذیر طریق القدس	۳	۱۳
۱۴	مهمانپذیر عصر جدید	۲	۴۳
۱۵	مهمانپذیر نبوت	۳	۱۹
۱۶	مهمانپذیر فتح بستان	۱	۷
۱۷	مهمانپذیر کارون	۱	۳۰
۱۸	مهمانپذیر صالحین	۱	۱۳
۱۹	مهمانپذیر هجرت	۱	۱۲
۲۰	مهمانپذیر ۲۲ بهمن	۱	۱۰
۲۱	مهمانپذیر انصار	۱	۱۱
۲۲	مهمانپذیر مهدی موعود	۱	۳۵
۲۳	مهمانپذیر مهاجر	۱	۹
۲۴	مهمانپذیر بیستون نو	۱	۱۳

ماخذ: گزارش اقتصادی - اجتماعی استان کرمانشاه سازمان مدیریت و برنامه ریزی شهرستان کرمانشاه

فصل ۶: نتیجه گیری و پیشنهاد

۱- پیشگفتار:

معمولاً در هر زمینه ای که انسان با آن سروکار دارد چه علمی، اقتصادی و غیره برای پیشرفت خود در آن زمینه نیازمند این است توان ها و ضعف ها را در آن زمینه بسنجد و سپس با برطرف کردن ضعف ها و بیان راهکارها و پیشنهادهایی زمینه را برای این پیشرفت فراهم آورد.

دیدگاههای متفاوتی در زمینه صنعت گردشگری وجود دارد. برخی گردشگری را به عنوان منبعی پر درآمد می نگرند. اما از طرفی تاثیرات منفی فرهنگی و ویرانگری آن در طبیعت و محیط زیست را نادیده می گیرند. برخی نیز آن را به عنوان عاملی ویرانگر و فرساینده در امر فرهنگ های بومی و ... می دانند. تفاوت این دو اندیشه هرچه هست اما شباهتشان در تلاش و تدبیر برای پیشبرد کشور و بهبود وضعیت موجود می باشد. در واقع این دونگرش گزینه های مورد پذیرش نخواهند بود چرا که در هر صورت به اهداف مورد نظر دسترسی نخواهیم یافت. از سویی برخی آزادی بی حد و اندازه را پیشنهاد می کنند. اگر هم این شرایط فراهم شود باز هم مشکل اصلی این صنعت حل نخواهد شد. و این را بدانیم که گردشگر تنها برای دیدن مناظر طبیعی به کشور ما نمی آیند، زیرا اگر اینگونه باشد کشورهایی وجود دارند که هم از آزادی بی حد و اندازه و هم از مناظر طبیعی زیبا برخوردارند راه حل منطقی که بتواند بیشترین راندمان و بالاترین رضایت و کمترین هزینه را شامل شود، راهی است که باید برآیند تمام خواسته های مطرح شده بوده باشد.

اگر صنعت توریسم را به صورت وارداتی و مشابه نسخه کشورهای بی که فرهنگی متفاوت با ما دارند اجرا کنیم حتی در زمینه اقتصادی سود آنچنان زیادی دستگیر ما نخواهد کرد. امروزه از نظر علم جغرافیا این نکته بسیار با ارزش این است که در پدیده های انسانی باید تفاوت های مکانی (فرهنگ، آب و هوا و ...) چه در انجام طرح ها و چه در ارائه راهکارها در نظر گرفته شود.

با توجه به آنچه که در بالا به آن اشاره شد به این نکته می رسیم که باید در کشور ایران گردشگری را انسان محور و فرهنگ محور کنیم. زیرا بهترین گزینه ای که در ایران می توان روی آن برنامه ریزی کرد،

فرهنگ و تمدن دیرینه و آثار باستانی می باشد. زیرا در گردشگری طبیعی و اقلیمی ایران دارای رقبای فراوانی بوده و در مدت زمان کمی حرفی برای گفتن نخواهد داشت.

۲- نتیجه گیری:

آنچه که از این پژوهش، دستگیر ما شده، این است که گردشگری هم اکنون در جهان به عنوان صنعتی کارآفرین و درآمد زا جای خود را باز کرده و در برخی از کشورها که از مواهب طبیعی و آثار باستانی و فرهنگ و تمدنی دیرینه برخوردارند به عنوان یکی از اصلی ترین منبع درآمد آن کشورها مورد توجه قرار گرفته و مهمترین و در دست رس ترین عامل تولید فرصت های شغلی به شمار می رود. خوشبختانه کشور ما و استان کرمانشاه هم از طبیعت و مناظر زیبا و هم از فرهنگ و تمدنی دیرینه و آثار بی مانند و با شکوهی که از پیشینیان به جا مانده است، برخوردار است و می تواند یکی از قطب های برتر ایران و حتی دنیا در این زمینه باشد.

در ایران به ویژه کرمانشاه، چگونگی و ماهیت گردشگری از جمله کلیدی ترین مسائلی است که به نظر می رسد هنوز بسیاری از مسئولان مربوطه درک درستی از آن پیدا نکرده و لذا گردشگری در ایران را در بن بست می انگارند و شرایط را برای گسترش واقعی آن هموار نمی دانند این که گره های گردشگری در کشور ما چیست و چگونه می توان آن را برطرف نمود دغدغه مشترک همه دل سوزان و مسئولان مربوطه است اگرچه ممکن است همه آنها تحلیل و راهکار یکسانی نداشته باشند.

کرمانشاه دارای توان های متفاوت و گوناگونی در امر گردشگری بوده و با توجه به شرایط تاریخی، آب و هوایی و جغرافیایی ویژه و چهار فصل خود ظرفیت بالایی در انواع گردشگری دارد. برای نمونه می توان به گردشگری فرهنگی و مذهبی، جغرافیایی، طبیعی و طبیعت گردی، قومی و منطقه ای و ... اشاره کرد.

۳- پیشنهاد:

یکی از راهکارها برای پیشرفت صنعت توریسم در کشور ایران هرچند تکراری می باشد، این است که ما نیاز به تبلیغات گسترده ای در سراسر دنیا داریم و این کار مدیریتی بسیار توانمند و کارآمد را برای هماهنگی ارگانها و سازمانهای وابسته به صنعت توریسم می خواهد. برای مثال توریست امکانات اقامتی، خوراک، آسایش و امنیت می خواهد و این نیز نیازمند همکاری سازمانهای گوناگون است.

به نظر من در رده منطقه ای و یا بخشی از یک منطقه کار سخت تر از رده ملی است، زیرا برای گسترش توریسم یک منطقه به دو گونه برنامه ریزی گسترده و به هماهنگی های بیشتر نیاز داریم. نخست مدیریت و تبلیغات در رده ملی و برای پذیرش گردشگران داخلی و دیگری مدیریت و تبلیغات در رده فراملی برای پذیرش گردشگران خارجی اگر هر منطقه ای در این دو مورد سربلند بیرون بیاید، مطمئناً پیامدهای بسیار خوبی را به ویژه در بهبود اقتصاد آن منطقه در پی خواهد داشت. البته ناگفته نماند پیامدهای منفی صنعت توریسم را نباید نادیده گرفت و همگام با در نظر گرفتن پیشرفت این صنعت باید مدیریتی کارآمد برای کاهش پیامدهای منفی آن نیز در نظر گرفته شود.

یکی از گزینه های بسیار با ارزش برای پیشرفت در هر بخشی توجه به زیرساخت ها در آن بخش است. در بحث گردشگری نیز چنین است زیر ساخت هایی که در بخش گردشگری می توان به آنها اشاره کرد. مهمترین آنها زیر ساخت های فرهنگی، خدماتی و حمل و نقل می باشند. همه ما می دانیم که در زمینه های گوناگون به ویژه از لحاظ فرهنگی، چگونگی برخورد با گردشگر چه داخلی و چه خارجی در جایی که ما در آن بزرگ شده ایم و زندگی می کنیم، (کرمانشاه) کار اندکی شده است. اگر از نخستین مکان ورود یک گردشگر به شهر یعنی پایانه مسافری و مدت زمانی که اقامت می کند و تازمانی که بر می گردد سخن به میان بیاوریم، دردها بسیار است. بارها به گونه ای گذر ما به پایانه شهر افتاده است و اگر خوب توجه کرده باشیم برخورد رانندگان تاکسی با مسافران و یا برخورد کارکنان مکانهای اقامتی و رستورانها را دیده ایم، نه ادب برخورد را به جای می آورند و نه بهداشت لازم را رعایت می کنند. البته گفته من این است که نه همه ی آنها بلکه بیشتر آنها ادب و بهداشت را رعایت نمی کنند. و این می تواند شهرمان را از دید یک گردشگر داخلی و یا خارجی بد جلوه دهد پس یکی از راهکارها این است که

در زمینه فرهنگی باید کارهای ساختاری و زیربنایی انجام شود. اما از نظر خدماتی مانند مکانهای اقامتی و راهها و سیستم حمل و نقل که از زیر ساخت های اصلی به شمار می آیند. کرمانشاه دارای ضعف بسیاری است. هرچه خدمات دهی بیشتر باشد می تواند بر طول مدت ماندن یک گردشگر بیفزاید و رضایت یک گردشگر می تواند تبلیغات مثبتی برای جذب بیشتر گردشگران دیگر باشد.

هرچند که کرمانشاه از مکانهای اقامتی مناسبی برخوردار نیست اما خدمات تنها وجود یک هتل و یا سالن غذاخوری نیست بلکه می تواند مکانهایی برای تفریح و سرگرمی، جاهای خوش گذرانی (البته نه مکانهای نامناسب با فرهنگ ما) و غیره باشد. به عنوان مثال می توان به کشور قطر که در مدار استوایی و منطقه ای گرم واقع شده است اشاره کرد که تلاش بسیاری برای فراهم آوردن خدمات جنبی و سرگرمی های بسیار برای جذب هرچه بیشتر توریست داشته است. دبی با آنکه آب و هوایی گرم دارد و هیچ گاه در آنجا به طور طبیعی بارش برق ندارد اما مسئولان این وجود یک پیست اسکی برای تفریح. سرگرمی توریست ها دایر کرده اند.

در اینجا به دو مقاله کوتاه اشاره می کنیم که در مورد آنها تحقیق و بررسی شده است این دو مقاله یکی در مورد تاثیر گردشگری بر اشتغال و دیگری درباره مکانهای تاریخی - طبیعی می باشد. هر دو می توانند به عنوان پیشنهادهایی مناسب مورد استفاده قرار گیرند.

۱- (بررسی اقتصادی طرح نوسازی و بازسازی بافت فرسوده اطراف حرم مطهر در شهر مشهد: دکتر بهروز هادی):

در ساختار اشتغال شهر مشهد فعالیت های خدمات عمومی با سهمی برابر ۳۶٪ نقش کلیدی دارند. در محدوده پیرامون حرم مطهر، سهم اشتغال در گروه های گوناگون با چند تفاوت، با خود شهر مشهد بسیار همانند است. سهم فعالیت بازرگانی (عمده فروشی، خرده فروشی، رستوران و هتل داری) در اشتغال محدوده اطراف حرم، ۲۶٪ است. در حالی که این نسبت برای شهر مشهد ۱۴/۳٪ است. پس از خدمات عمومی که ۳۳٪ اشتغال را به خود اختصاص می دهد، بخش عمده فروشی، خرده فروشی، رستوران و هتل داری فعالیت کلیدی این منطقه به شمار می آید. عامل اصلی این پدیده را باید در جاذبه گردشگری و مذهبی حرم مطهر دانست. (م. ۱۸ - ص ۴۲)

۲- (محیط های تاریخی - طبیعی حوزه ای جدید در گردشگری و مرمت: مهندس فرامرز پارسی):

امروزه در کشورما (به ویژه استان کرمانشاه) و با دیدی گسترده تر در همه جهان، ابنیه ها، راه ها، پل ها، باروها و بسیاری از دست ساخته های بشر یافت می شوند که بر اثر بیرون شدن از پهنه ارتباطات نو و حوزه های مدنی به صورتی متروک در دل طبیعت به زیست خود ادامه می دهند. این بناها به دلیل ویژگی های بسیار مهمی که ساخت و ساز در دنیای کهن داشته است، یعنی بهره وری از مصالح بومی و هماهنگی با پیرامون، از لحاظ کارکرد و زمین و مانند این ها، و از نظر فرم، از توانایی های فراوانی برخوردار بوده اند که پس از متروک شدن، به عنوان جزیی از طبیعت نقشی نو بر عهده می گیرند.

این بناها پس از رها شدن به سرعت به زیستگاه و مکان رشد گیاهان و جانوران تبدیل شده اند که فرم هایی نو از زیبایی های طبیعی را آفریده اند. این گونه جاها از دو ویژگی چشمگیر برخوردارند. نخست اینکه تاریخی بودنشان به معنی وجه انسانی و اینکه این محیط ها نمایانگر تحقق اندیشه انسانی اند، دوم اینکه بودنشان به این معنی که در طول سالیان دراز متروک مانده اند. و بین آنها و طبیعت رابطه محدودی برقرار شده و به منزله اکوسیستم در آمده اند.

تمام باستان شناسان، مرمت کنندگان و نیز مسئولان و کارشناسان حوزه گردشگری باید به اصول نظری محیط های تاریخی - طبیعی توجه کنند و در این زمینه از هر گونه برخورد ساده انگارانه و تکراری، مانند آن چه که در مورد بناهای تاریخی شهر و حوزه های مدنی اعمال شده است، پرهیزند. می توان با اطمینان گفت که در آینده نزدیک این زاویه دید و نگرش به مکانهای یاد شده توجه جهانیان و به ویژه گردشگران و طبیعت گردان را فرا خواهد خواند، در حالی که کشور ما از ذخیره هایی بی مانند محیط

های تاریخی - طبیعی فراوانی برخوردار است. (م. ۱۹ - ص ۷۸ - ۷۹ - ۸۰)

در استان و شهر کرمانشاه نیز مکانهای تاریخی - طبیعی فراوانی وجود دارد که البته غیر از افراد آگاه در این زمینه، دولت و سازمانهای گوناگون باید در حفظ این مکانها تلاش کنند و هم چنین در اطراف این مکانها با رعایت استانداردها بتوانند امکانات دیگری برای جذب توریست ها فراهم آورند.

هرچند وقت یک بار کنگره هایی در نقاط گوناگون دنیا برای پیشبرد و رونق صنعت گردشگری از سوی سازمان جهانی گردشگری برگزار می شود، که شرکت کنندگانی از سراسر دنیا در این گردهمایی ها حضور پیدا می کنند. قطعاً در این گردهمایی ها پیشنهادهای برای بهبود این صنعت از سوی کارشناسان آگاه ارائه می شود. که ترجمه ی یکی از این مقاله ها را به همراه اصل مقاله، نیاز دانستم در بخش پیشنهادات این پژوهش آورده شود، زیرا نکات جالب و پیشنهادهای درباره ی توریسم شهری در آن وجود دارد.

مدیریت و بازاریابی گردشگری شهری: رشد سریع بخش صنعت (ترجمه از مظفر بهمن اورامانی):

یک برنامه متنوع و غنی (صرف نظر از موقعیت یا محل دقیق جغرافیایی) پی ریزی شده است تا بیش از ۲۰۰ شرکت کننده را از ۴۲ کشور سراسر دنیا، به منظور حضور در گردهمایی سازمان جهانی گردشگری با موضوع الگوهای جدید برای مدیریت گردشگری شهری، به سمت استانبول جذب کند. این گردهمایی که با همکاری وزارت فرهنگ و گردشگری ترکیه و با توجه به برنامه ریزی سازمان جهانی گردشگری برای مدیریت مقصد سازمان دهی شده، از تاریخ یکم تا سوم ژوئن در مرکز اجلاس هتل هیلتون واقع در استانبول برگزار شد.

این برنامه فشرده سه روزه که در مجموع ۳۰ سخنران و مدیر از ۱۳ کشور گوناگون در آن حضور داشتند، دامنه وسیعی از موضوعات مرتبط با گردشگری شهری را در بر داشت. رولف فریناگ (رئیس و مدیر عامل بین المللی IPK) با مد نظر قرار دادن گرایش های اصلی بازار که از دستگاه کنترل (IPK) وابسته به مسافرت اروپایی ها بدست آمده، گزارش کرد: براساس دستگاه کنترل مسافرت اروپایی ها، از سال ۲۰۰۰ تا ۲۰۰۴ گردشگری شهری از لحاظ حجم مسافرتی رشدی زیاد به اندازه ۱۰۸ درصد داشته است و این افزایش هم اکنون دلیل ۳۸ درصد از مجموع مسافرت های خارج مرزی است دیگر سخنران ها، بخش های گوناگون بازار را که شامل مسافرهای جوان و بازرگانان (MICE) بودند بررسی می کردند. اما گردشگری شهری چیست و چه چیزی موفقیت یک شهر را در مقابل دیگری تعیین می کند؟

چندین سخنران به رهبری ایلوگیو بورداس (Eulogio bordas) سرپرست گروه مشورتی ایستگاه بارسلونا (THR) ایده هایشان را در مورد چگونگی برپایی یک مدل تجارتي موفق و همچنین اهمیت فراهم کردن ارزشی برای افزایش رقابت بیان کردند.

بین پیشنهادهای داده شده به وسیله سخنرانان گوناگون، نیاز به تربیت مردم محلی با توجه به منافع گردشگری برای همه افراد ذینفع (سهام داران) و سازماندهی همه تجارب بازدید کننده از برنامه ریزی و رزرو مکان گرفته تا رها سازی تجارب (آرامش) پس از مسافرت مشاهده می شد.

این نمایش های فنی که در مورد موضوعاتی چون سلامت و امنیت و ویژگی های شهری، شاخص های زندگی نیز بودند، همه به وسیله ی مجموعه ای از مطالعات بر روی شهرهای اطراف دنیا (از بارسلونا به بوینس آیرس، دابرونيک به آتن و استانبول و از تورين به مونترال) غنی شده اند. پیام هر کدام روشن بود. همکاری عام و خاص کلیدی برای موفقیت شهر است و همه سهامداران (متشکل از ساکنان محلی) در فراهم کردن ارزش (یا تحقق رویای بازدید کننده) که در برابر درخواست گسترده شهر مهم است نقش دارند.

یقیناً هیچ کنفرانسی با موضوع گردشگری شهری نمی تواند تاثیر خطوط هواپیمایی بدون تجمل مورد نیاز را برای تعطیلی های شهری نادیده بگیرد. و گردهمایی سازمان جهانی گردشگری از این قاعده مستثنی نبود. جان استریلکند (John strick lank) مدیر مشورتی JLS، شرح حالی از مسافران امروزی با هزینه مسافرتی کم فراهم کرده عادت های مسافرتی و اولویت های آنها را از لحاظ جا و وسایل راحتی و فعالیت ها در مقصد شان روشن ساخته است.

آخرین اما اصلی ترین مورد (نه جزیی ترین)، دکتر روگر کارتر (Dr Roger carter) بحث را به سمت اثر رسانه نو در مدیریت گردشگری شهری و بازاریابی پیش برد. دکتر روگر کارتر گفت: کاربرد افزایشی اینترنت میان مسافران، جدی گرفتن رسانه نو را برای سازمانهای مدیریت مقصد ضروری ساخته است. همچنین، ماهیت فعال آن را تشخیص داد.

میان ابزاری که او نام برد بسته بندی فعال و ایمیل ویروسی به چشم می خورد. علیرغم آشفتنگی مکانهای پرآوازه جهانی استانبول و هوای آفتابی، کنگره سازمان جهانی گردشگری همه شرکت کننده ها را در

**جهت خرید فایل word به سایت www.kandoocn.com مراجعه کنید
یا با شماره های ۰۹۳۶۶۰۲۷۴۱۷ و ۰۹۳۶۶۴۰۶۸۵۷ و ۰۶۶۴۱۲۶۰-۰۵۱۱ تماس حاصل نمایید**

طول دو روز و نیم از نشست های کاری، به صندلی هایشان میخکوب کرد، در حالی که تضمین می کرد که این کنگره گنجینه ای از افکار و عقاید را برای حوادث آینده و مانند آن فراهم می کند. صرف نظر از رابطه موجود میان مدیریت گردشگری و شهری بیشترین کانون توجه بر روی بخش های خصوصی بازار تقاضا بود. اما بدون شک موضوع بیشترین علاقه محلی و نگرانی، چگونگی تضمین یک بهره وری خوب از سرمایه گذاری برای مهمانپذیری شهرها با توجه به مهمانپذیری و رویدادهای اصلی است. اخیراً تجارب همه گیر نشان میدهد که این یک مبارزه کلی است و فقط مختص شهرها نیست.

Managing and Marketing City Tourism – the Industry's Fastest Growth Sector

A rich and varied programme, not to mention the perfect geographic setting, combined to attract more than 200 participants from 42 countries around the world to Istanbul for WTO' s forum on new paradigms for city tourism management.

Organised in relation with the WTO programme for" Destination management" , in cooperation with the ministry of culture and Tourism of turkey, the forum was held from 1-3 june in the convention centre of the Hilton hotel, Istanbul. The packed three – day programme, which featured totally 30 speakers and moderators from 13 different countries, covered a wide range of topics relating to urban tourism.

Rolf Freitag, president & CEO of ipk international, set the scene, highlighting key market trends identified from ipk's European travel monitor (ETM) From 2000 to 2004, city tourism grew by as much as 108% in terms of trip volume, according to the ETM, and it now accounts for some 38% of total outbound trips. Other speakers looked at different sectors of the market, including youth travel and the MICE business.

But what exactly is city tourism and what determines the success of one city against another? Several speakers, led by eulogio bordas, president of the Barcelona based consulting group, THR, contributed their concepts of what constitutes a well managed business model, as well as the importance of providing value to enhance competitiveness.

Among the recommendations made by different speakers was the need to educate local people as to the benefits of tourism for all stakeholders, and to manage the total visitor experience – from planning and booking to reliving the experience after the trip

Technical presentations, which also focused on issues such as safety and security, and urban quality of life indicators, were enriched by a series of case studies on cities around the world – from Barcelona to Buenos aires, Dubrovnik to Athens and Istanbul, and from turin to montreal. The message from each was clear. Public private partnership is key to a city's success, and all stakeholders, including local inhabitants, play a part in providing the value – or fulfilling the visitor's dream – critical to a city's wide appeal.

Clearly, no conference on urban tourism can ignore the impact of no – frills airlines on demand for city breaks, and the WTO forum was no exception. John Strickland, director of jls consulting, provided a profile of today's low – fare travelers, highlighting their travel habits and preferences in terms of accommodation and activities at their destinations.

Last but by no means least, dr roger carter led the discussions on the impact of new media for city tourism management and marketing. Increased internet usage among travellers makes it essential for destination management organisations to take new media seriously, said dr carter, as well as recognise its dynamic nature, among the tools he presented were dynamic packaging and viral emailing.

Despite the distractions of istanbul's world – renowned sites and sunny weather, the wto forum kept participants glued to their seats throughout the two – and – a – half day of working sessions, ensuring that the conference provided a wealth of ideas for future events of this kind.

A greater focus on individual sectors of the market was a popular request, not to mention the relationship between urban and tourism management. But the subject greatest topical interest and concern is undoubtedly how to guarantee a good return on investment for cities hosting, or considering hosting, major events recent, well publicised experiences show that this is a major challenge, and not just for cities.

منابع:

- ۱- محلاتی، صلاح الدین (۱۳۸۰) درآمدی بر جهانگردی، انتشارات دانشگاه شهید بهشتی، تهران، چاپ اول
- ۲- سازمان مدیریت و برنامه ریزی استان کرمانشاه (پاییز ۱۳۸۳)، سالنامه آماری استان
- ۳- مرادی، یوسف (تابستان ۱۳۸۲)، سیمای میراث فرهنگی استان کرمانشاه، انتشارات اداره کل آموزشی و تولیدات فرهنگی
- ۴- قادریگ زاده، رضا (تابستان ۱۳۸۲) طراحی محوطه گردشگری زیویه سقر، پایان نامه کارشناسی ارشد گروه جغرافیا، دانشگاه بین المللی امام خمینی
- ۵- مهدی آبادی، شکوفه (تابستان ۱۳۸۴) ارزیابی طرح های توسعه توریسم سایت تاریخی - طبیعی بیستون و ارائه راهکارهای آن، پایان نامه کارشناسی ارشد گروه جغرافیا، دانشگاه آزاد ملایر
- ۶- کوپر، کریس - فلچر، جان - گیلبرت، دیوید - ون هیل، استفان (اردیبهشت ۱۳۸۰)، اصول و مبانی جهانگردی، ترجمه: اکبر غمخوار، انتشارات فرآباد، چاپ اول
- ۷- رضوانی، علی اصغر (اردیبهشت ۱۳۸۵)، جغرافیا و صنعت توریسم، انتشارات پیام نور، چاپ ششم
- ۸- مرکز پژوهش و مطالعات سیاحتی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، معاونت امور سیاحتی و زیارتی، جهانگردی و توسعه
- ۹- مقاله اینترنتی، گردشگری ایران، تقابل بین جهانی سازی
- ۱۰- منشی زاده، رحمت ا... (۱۳۷۶)، جهانگردی، انتشارات مسعی - چاپ اول
- ۱۱- اختر، مژگان (۱۳۸۳)، کرمانشاه، سرزمین سنگ و آب، تهیه شده در شرکت طراحان آرادنگار، چاپ اول
- ۱۲- سازمان جغرافیایی نیروهای مسلح (۱۳۸۰)، فرهنگ جغرافیایی شهرستان های کشور (شهرستان کرمانشاه)، چاپ اول

۱۳- جوان، جعفر (زمستان ۱۳۸۳)، جغرافیای جمعیت ایران، انتشارات جهاد دانشگاهی مشهد، چاپ

دوم

۱۴- سازمان مدیریت برنامه ریزی استان کرمانشاه، معاونت آمار و اطلاعات (۱۳۸۴)، سالنامه آماری

استان کرمانشاه، چاپ ۱۳۸۵

۱۵- سازمان مدیریت و برنامه ریزی استان کرمانشاه، سرشماری نفوس و مسکن (۱۳۵۵، ۱۳۶۵،

۱۳۷۵، ۱۳۸۵)

۱۶- بهرامی، فریده (۱۳۸۱)، مطالعات توسعه اقتصادی - اجتماعی و فرهنگی استان کرمانشاه

انتشارات سازمان مدیریت و برنامه ریزی گزارش پانزدهم (جهانگردی و میراث فرهنگی)

۱۷- فصلنامه عمران و بهسازی شهری (زمستان ۱۳۸۲)، هفت شهر، سال چهارم، شماره چهاردهم

۱۸- فصل نامه عمران و بهسازی و شهرسازی (زمستان و پاییز ۱۳۸۲) هفت شهر، سال چهارم، شماره

دوازدهم و سیزدهم

۱۹- سازمان مدیریت و برنامه ریزی استان کرمانشاه (۱۳۸۳)، گزارش اقتصادی - اجتماعی استان

کرمانشاه، چاپ بهمن ۱۳۸۴

۲۰- مقاله اینترنتی، مشکل گردشگری کجاست؟ (۱۳۸۶)، سایت گردشگری ایران

۲۱- سازمان نقشه برداری کشور (۱۳۸۱)، اطلس گردشگری ایران، انتشارات سازمان مدیریت و برنامه

ریزی کشور، چاپ اول

۲۲- آدرانوویچ. گک. د و ریپوسا. گک (۱۳۸۰)، روش های پژوهش شهری، ترجمه: سید محمود نجاتی

حسینی، انتشارات سازمان شهرداری های کشور

۲۳- حافظ نیا، محمدرضا (۱۳۸۲)، مقدمه ای بر روش تحقیق در علوم انسانی انتشارات سمت، چاپ

نهم

۲۴- Managing and Marketing City Tourism – the Industry's Fastest Growth Sector

مقاله اینترنتی (۱۳۸۶)، ترجمه: مظفر بهمن اورامانی