

توریسم یا گردشگری ملی

و

شکوفایی ترازمند اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی

اشاره:

بنا به نوید سخن‌ماه در شماره قبل و با توجه به اینکه بنا به اشاره، این روزها گفتگو درباره گردشگری به معنای توریسم باب روز شده است و همه و همه جا درباره آثار و پیامدهای آن در رشد و ترازمندی اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی داد سخن داده می‌شود، به درخواست برخی دوستان و علاقمندان صنعت گردش و گردشگری که در هر حال، از جمله پدیده‌های باستانی و فعالیت‌های اصیل انسانی می‌باشد و بهره‌گیری از آن در ترازمندی اقتصادی مستلزم آگاهی از جنبه‌های گوناگون آن می‌باشد، یادآور می‌شود که گردشگری در معنا و مفهوم نوین آن به معنا و مفهوم تغییر محل اقامت دائمی خود به دلایلی غیر از فعالیت‌هایی که برای آن دستمزد دریافت می‌کند یا پرداخت می‌شود، از مظاهر تمدن جدید است. از اینرو، برخی دانشمندان به ویژه اقتصاددانان گردشگری را "تمدن اوقات فراغت" نیز نامیده‌اند.

بنابراین، توجه به آنرا افزون بر آثار آن بر رشد و ترازمندی اقتصادی، در برنامه‌های رشد و بهبود اجتماعی- فرهنگی، به ویژه برنامه‌های آموزش و پرورش و تربیت بدنی و در راس آنها تنظیم برنامه‌های گذران اوقات فراغت جوانان و نوجوانان در خور اهمیت ویژه دانسته‌اند. بدینسان است که کلیه سفرهایی که به منظور تفریح و تفحص، تندرستی، استراحت، شرکت در مسابقات و ... انجام می‌شود را "گذران اوقات فراغت" نامیده‌اند.

سرزمین‌های دور دست به خود جلب می‌کرده است. علاوه بر این، در دوران باستان خاصیت شفا بخشی آب چشمه‌های معدنی نیز یونانیان و رومیان را به امید شفا و سلامت به خود جلب می‌کرده است.

در امپراتوری‌های ایران و روم وجود جاده‌های خوب و سهولت و امنیت مسافرت در پرتو قدرت امپراتوری و وجود سرویس‌های منظم ارباب و کالسکه‌رانی، مردم مرفه را به دیدار نقاط جالب با زیبایی مناظر طبیعی تشویق

می‌کرد و گروهی را نیز برای خوشگذرانی به رم و یا سایر نقاط سوق می‌داد، تا این که رفته رفته این نوع مسافرت‌های تفریحی برای خود مقام مشخص و مهمی احراز کردند.

اما در سده‌های میانی زیارت دوباره اهمیت خود را بازیافت؛ زیرا اروپای سده‌های میانی مصادف بود با توسعه مسیحیت که تشویق کننده افراد به سفر برای ادای بایستگی‌های دینی است. علاوه بر این، در خاور دور نیز بوداییان برای زیارت معابد به



شناسایی آداب و رسوم و سنن قبایل و ملل دیگر بوده است. داستان‌های نقل شده توسط گردشگران سفرنامه‌نویس که معروف‌ترین آنها "هرودت" است، گاهی تنها مدرک موجود درباره وجود تمدن‌های بزرگی است که ناپدید شده‌اند، ولی کاوش‌های باستان-شناسی وجود آنها را ثابت کرده است.

بازی‌های المپیک هم طی حدود ۱۲۰۰ سال (از سال ۷۷۶ قبل از میلاد تا ۳۹۳ بعد از میلاد مسیح) نه تنها یونانیان بلکه رومیان را نیز از سراسر امپراتوری و حتی از

به دفعات و به مناسبت‌های گوناگون اشاره داشتیم که از دوران باستان تاکنون همواره سه نوع انگیزه اصلی و اساسی محرک انسان‌ها در تغییر موقت محل اقامت داریم خود و انجام سفرهای کوتاه یا طولانی و خطرناک بوده است: انگیزه‌های دینی، تفریحی، علاقه (علاقی سیاسی و بازرگانی) و کنجکاوی.

به جرات می‌توان مدعی شد که در دوران باستان اولین و اساسی‌ترین انگیزه سفر

احساسات دینی بوده است و مردم برای دیدن اماکن مقدسه به سفرهای طولانی دست می‌زدند. همین انگیزه، چینی‌های پیرو "بودا" را برای سفر به هندوستان و پیمودن هزاران فرسنگ راه بر می‌انگیخته است. یونانیان و رومیان هم در دسته‌ها و گروه‌های بزرگ به معبد "دلفی" سفر می‌کردند تا به پیشگویی‌های "آراکلس" گوش فرا دهند.

حس کنجکاوی نیز از جمله انگیزه‌های سفر است که همواره از دوران باستان وجود داشته و انگیزه سفرهای طولانی برای

سفرهای خود ادامه می‌دادند و در سده هشتم میلادی مکه نیز به صورت یکی از عمده‌ترین مراکز جلب زائرین کشورهای اسلامی مطرح شد.

در دوران باستان به منظور ایجاد شرایط و امکانات لازم برای همزیستی مسالمت‌آمیز بین قبایل و دولت‌های مختلف ضرورت ایجاد می‌کرد که نمایندگان دولت‌های همسایه و یا دور از یکدیگر همواره در سفر باشند و افزون بر آن، جاذبه و تصور کسب

هر حال نقل و انتقال افراد و مبادله نمایندگان سیاسی بین ملل مختلف متوقف نشد.

در این دوره، سفر تجار و بازرگانان بخش عمده سفرها را تشکیل می‌داد. هزاران بازرگان برای شرکت در بازار مکاره "سنت دنیس" و "شامپانی" و "آخن" در حرکت بودند. بازرگانان اروپایی، ایرانی، ارمنی، بلغاری، مصری، روسی و عرب شهر قسطنطنیه را به عنوان محل ملاقات و مبادله کالاهای تجاری خود انتخاب کرده و مدام به سوی این قرارگاه در سفر بودند.

حایز اهمیت این که در این دوره بازرگانان فقط تجار ساده نبودند، بلکه در میان آنها روشنفکرانی مانند "مارکوپولو" تاجر ونیزی و یا "ابراهیم یعقوب" تاجر عرب و نویسنده "تاریخ یعقوبی" هم وجود داشتند که با اطلاعات جدیدی به کشور خود باز می‌گشتند و سفرنامه‌های جالبی نیز از خود به جای گذاشته‌اند.

در سده‌های میانی گروه زیادی از مسافران را دانشجویانی تشکیل می‌دادند که وضعیت آنها از لحاظ کم و کیف حایز اهمیت فراوان است. این دانشجویان برای آموختن و استفاده از تعالیم استادان و دانشمندان معروف رهسپار شهرهایی مانند رم، پاریس، نجف و قاهره می‌شدند. در واقع، در سده‌های میانی سفر از انحصار بزرگان و اشراف‌زادگان خارج شد و به برکت امکانات مذهبی و استحفاظی انجام سفر برای افراد عادی نیز مقدور گردید. البته باید توجه داشت که این گونه سفرها در سده‌های میانی بیشتر به صورت پیاده یا با استفاده از الاغ و اسب و شتر و گاهی نیز با ارابه صورت می‌گرفت.

سده شانزدهم یا آغاز دوران جدید، با اکتشافاتی عظیم مصادف بود که به ظهور امپراتوری‌های بزرگ از یک سو و سقوط جمهوری بازرگانی دریای مدیترانه از سوی دیگر منجر شد. این اکتشافات علاوه بر ایجاد تغییرات اساسی در امر مسافرت و بازرگانی سبب شد مسیرهای بازرگانی گذشته رها شوند و نوع، نحوه و شکل

تجارت نیز دستخوش تغییرات اساسی گردد. با تجدید حیات علمی و ادبی اروپا (رنسانس) جامعه جدیدی از مسافران، متشکل از افراد مشتاق دیدار اماکن تاریخی و معروف، افراد خواهان تفریح و گشت و گذار و بالاخره افراد کنجکاو و محقق که برای آموختن دست به سفر می‌زدند، به وجود آمد و شهرهای مانند پاریس، رم و وین مردم ممالک مختلف را به خود جلب می‌کردند. از اواسط سده نوزدهم با نوآوری پدید

**رشد و توسعه گردشگری
بین‌المللی طی هشتاد سال اخیر
نتیجه عوامل چندگانه‌ای بوده
است که اهم آنها عبارتند از:
افزایش سطح درآمد، افزایش
طول اوقات فراغت از کار،
پیشرفت و توسعه وسایل
حمل و نقل، و بالاخره
طول مدت اقامت در منطقه یا
کشور پذیرای گردشگر.**

راه‌آهن گردشگری با انقلابی عظیم مواجه شد زیرا بخار دارای سه اثر اساسی (سرعت، افزایش ظرفیت حمل و نقل و بالاخره کاهش هزینه) بود که در نتیجه موجب افزایش تعداد افرادی شد که دست به سفر می‌زدند. با این حال، باید اذعان کرد که گردشگری در سده نوزدهم هنوز موفق به شکل‌گیری نشده بود زیرا توسعه گردشگری مستلزم برقرار بودن دو شرط اساسی "سرمایه" و "اوقات فراغت" زیاد است که در آن زمان هنوز در اختیار توده‌های وسیع جامعه‌های انسانی - به ویژه کارمندان و کارگران و بالاخره مزدبگیران - قرار نداشت. اما در سده بیستم با وضع قوانین اجتماعی خاص و فراهم شدن امکانات لازم برای

**در امپراتوری‌های ایران و روم
وجود جاده‌های خوب
و سهولت و امنیت
مسافرت در پرتو قدرت
امپراتوری و وجود سرویس‌های
منظم ارابه و کالسکه‌رانی،
مردم مرفه را به دیدار
نقاط جالب با زیبایی
مناظر طبیعی
تشویق می‌کرد.**

سوده‌های کلان از طریق دستیابی به کالاهای کمیاب نیز بازرگانان را بر آن می‌داشت تا در جستجوی کالاهای مناسب به نقاط دور دست سفر کنند. به عنوان مثال، یونانیان مستعمراتی در سواحل دریای سیاه، دریای مدیترانه تا "مارسی" ایجاد کردند و با اهالی اطراف به تجارت پرداختند. تجار رومی نیز در جستجوی کهربا به سواحل بالتیک و به دنبال فولاد به "ویستولا" و برای یافتن روی به جزایر بریتانیا رخنه کردند و بهره‌گیری از مبادلات بازرگانی در همه زمینه‌ها انجام می‌پذیرفت. در سده میانی بی‌فاصله پس از سقوط حکومت رم و هرج و مرج ناشی از آن و در نتیجه، هجوم اعراب و ترکان عثمانی و بالاخره مجارها برای مدتی سفرهای بازرگانی در اروپا محدود شد، اما در

گسترش گردشگری، این صنعت به صورت پدیده‌ای اجتماعی در سطح وسیعی از کشورهای پیشرفته و متمدن پا به عرصه وجود نهاد.

رشد و توسعه گردشگری بین‌المللی طی هشتاد سال اخیر نتیجه عوامل چندگانه‌ای بوده است که اهم آنها عبارتند از: افزایش سطح درآمد، افزایش طول اوقات فراغت از کار، پیشرفت و توسعه وسایل حمل و نقل، کاوش‌های عظیم و پر ارزش جغرافیایی و بالاخره طول مدت اقامت در منطقه یا کشور

با بررسی اجمالی فعالیت‌هایی که برای توسعه گردشگری ملی ایران طی دوران گذشته به عمل آمده، ملاحظه می‌شود که فعالیت جدی در خصوص رشد و توسعه گردشگری ملی از دوران برنامه عمرانی سوم با تشکیل "سازمان جلب سیاحان" آغاز شد.

پذیرای گردشگر. این عوامل کلاً و توأم سبب شده‌اند که گردشگری بین‌المللی در سطح جهانی و گشت و گذار داخلی در سطح کشورها توسعه یابد و برای نخستین بار در سال ۱۹۳۷ در "کمیسیون اقتصادی جامعه ملل" مورد توجه قرار گیرد و برای آن تعریفی ارائه شود. در سال ۱۹۵۰ هم "اتحادیه بین‌المللی آژانس‌های رسمی مسافرتی" به ارائه تعریف جدیدی از (توریسم) پرداخت؛ اما در حال حاضر تعریف مورد قبول کلیه اعضای سازمان ملل، تعریفی است که در سال ۱۹۵۴ از سوی این سازمان مطرح شده و به شرح زیر مورد تأیید قرار گرفته است:

"توریست (گردشگر) شخصی است که به

دلایل قانونی - غیر از مهاجرت - به کشور وارد می‌شود و در آنجا دست کم بیش از ۲۴ ساعت و حداکثر یک سال اقامت می‌کند." روشن است که این تعریف درباره توریسم داخلی هر کشوری نیز صادق است. در اینجا باید یادآور شویم که در مبحث گردشگری یا توریسم، به سفری "سفر توریستی" اطلاق می‌شود که اولاً موقتی باشد، ثانیاً اختیاری و در ثالث به قصد تحصیل دستمزد صورت نگیرد. دکتر "پل برن-اکر - Paul Bernecker" اقتصادشناس و عضو "موسسه تحقیقات گردشگری وین" در توصیف توریسم و فعالیت‌های توریستی می‌نویسد: "هنگامی که گروهی از افراد یک کشور به طور موقت و به منظور گذران اوقات فراغت و تعطیلات خود، برای دیدن آثار باستانی، تاریخی، شرکت در مسابقات و مجامع، زیارت، تفریح و یا دیدن فامیل و دوستان و یا هر قصد دیگری محل اقامت عادی خود را ترک گویند و به نقطه دیگری سفر کنند، فعالیت‌های توریستی آغاز می‌شود."

در بررسی اقتصاد ملی ممالک همواره با نوعی فعالیت برخورد می‌کنیم که اصطلاحاً توریسم یا گردشگری ملی عنوان می‌شود و متشکل است از گشت و گذارهای داخلی با هدف‌های توریستی به اضافه سهم کشور از جریان گردشگری بین‌المللی، به عبارت دیگر، گردشگران یا مسافرانی که در قالب تعاریف مورد قبول درباره توریسم به کشور وارد می‌شوند، از یک سو و مسافرت‌هایی که از طرف افراد کشور با هدف‌های توریستی به خارج از کشور انجام می‌پذیرد، از سوی دیگر. از آنجا که مسافرت اتباع کشور به خارج و هزینه‌های مربوطه تنها در انجام محاسبات ملی می‌تواند دارای اثر و قابل بررسی باشد، لذا وقتی از صنعت گردشگری ملی یک کشور گفتگو می‌شود، مراد همان مجموعه مسافرت‌هایی است که در داخل کشور انجام می‌پذیرد و اصطلاحاً می‌توان آنرا ایرانگردی^(۱) نامید که اعم است از سفرهایی که توسط ایرانیان و افراد مقیم کشور در

داخل کشور با هدف‌های توریستی انجام می‌پذیرد و سفرهای مسافران خارجی به داخل کشور.

به هر حال، مجموع فعالیت‌های صنعت گردشگری کشور دارای ارکانی دوگانه است. این ارکان به عامل و معلول گردشگری یا Object و Subject گردشگری معروفند. "عامل" رکن اساسی گردشگری است و به شخص یا اشخاصی اطلاق می‌شود که عمل گردشگری از وی سر می‌زند. بنابراین، عامل گردشگری "انسان" است. انسانی که

در سده‌های میانی گروه زیادی از مسافرین را دانشجویانی تشکیل می‌دادند که وضعیت آنها از لحاظ کم و کیف حایز اهمیت فراوان است. این دانشجویان برای آموختن و استفاده از تعالیم استادان و دانشمندان معروف رهسپار شهرهایی مانند رم، پاریس، نجف و قاهره می‌شدند.

در کانون رویدادهای گردشگری قرار دارد و تامین نیازها و تحقق انتظارات و تصورات او نمایشگر کلیه رویدادهای اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی است که پدیده جهانگردی را به دنبال دارد. به هر حال "عامل گردشگری" می‌تواند به عنوان "تقاضا"ی بازار گردشگری تلقی شود و بررسی جغرافیایی "تقاضا" بستگی کامل با کم و کیف این عامل خواهد داشت زیرا "تقاضا" از لحاظ وسعت عمل دارای انواع محلی، منطقه‌ای داخلی و بین‌المللی است. ناگفته نماند که "عامل گردشگری" در گردشگری ملی هر کشور از دو گروه تشکیل می‌شود: عامل داخلی و عامل خارجی که به تقاضای داخلی و خارجی

نیز معروفند و توجه به آنها در برنامه‌ریزی‌های توسعه گردشگری حایز اهمیت فراوان است.

اما "معلول گردشگری" به کشور پذیرای گردشگر یا اصولاً به هر جاذبه‌ای که بتواند برای تغییر موقت محل اقامت دائمی و عادی اشخاص ایجاد انگیزه کند، اطلاق می‌شود. بنابراین، اگر "عامل گردشگری" تقاضای بازار گردشگری باشد، معلول گردشگری "عرضه" این بازار خواهد بود. باید توجه داشت که "معلول گردشگری" دارای انواع گوناگون است و می‌تواند به صورت واحد یا دسته‌جمعی مورد توجه باشد. مانند: جاذبه‌های گردشگری وسایل حمل و نقل، موسسات خدمات گردشگری و بالاخره مسیرهای گردشگری که بحث درباره آنها در این مختصر نمی‌گنجد. اما آنچه نباید از نظر دور بماند این است که در صنعت گردشگری، سرمایه ملی گردشگری هر کشور همانا جاذبه‌های گردشگری آن کشور است، یعنی جاذبه‌های فرهنگی (مانند: محل‌ها و نواحی جالب باستانشناسی، آثار و ابنیه تاریخی، موزه‌ها، مظاهر فرهنگ جدید، موسسات سیاسی و فرهنگی، مکان‌های دینی و ...) سنت‌ها (مانند: جشنواره‌های ملی، هنر و صنایع دستی، موسیقی، فرهنگ عامه، آداب و رسوم بومی و ...) مناظر زیبا (مانند: دورنماهای چشمگیر و نواحی زیبای طبیعی، پارک‌های ملی، حیات وحش، حیوانات و پرندگان، سواحل دریا، مراکز کوهستانی و ...) پذیرایی و تفریحات (مانند: مشارکت در ورزش و تماشا، پارک‌های سرگرمی و تفریح، باغ وحش و آکواریوم‌ها، سینما و تاتر، زندگی شبانه، طبخ و وسایل اقامت و ...) سایر جاذبه‌ها (مانند: آب و هوا، مراکز درمانی چون چشمه‌های آب معدنی، جاذبه‌های خرید و اختصاصی و ارزانی و ...)

این جاذبه‌ها یا به صورت مهیا وجود دارند و یا اینکه مهیا نیستند و عرضه آنها مستلزم سرمایه‌گذاری است و هر کشور با توجه به موقعیت جغرافیایی، سیاسی، اجتماعی و اقتصادی می‌تواند از جاذبه‌های گردشگری

مهیا و نامیهایی خود در هر یک از دو رشته "توریسم ملی" یا "گردشگری ملی" بهره‌مند شود.

توریسم داخلی به تحقیق موثرترین عامل جذب و حرکت سرمایه‌های داخلی - به ویژه سرمایه‌های سرگردان و فعال در زمینه‌های غیرتولیدی و زیان‌بخش - در سطح کشور است که علاوه بر رونق بخشیدن به کار و پیشه و فراهم‌سازی زمینه‌های لازم برای سرمایه‌گذاری‌های مکمل در کلیه بخش‌ها - به ویژه بخش کشاورزی، ورزش، مسکن روستایی، میان راهی و کوهستانی - قویترین

**باید توجه داشت که شکوفایی
گردشگری خارجی تا حدودی
مستلزم شرایط و امکاناتی است
که در حال حاضر تامین آنها
غیرمقدور به نظر می‌رسد،
بنابراین لازم است از هم اکنون
برای رشد و توسعه گردشگری
ملی خود به اقدامی همه جانبه
بپردازیم .**

عامل در توسعه متعادل اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی است و نهایتاً تعدیل نسبی درآمدها را نیز در پی دارد.

با بررسی اجمالی فعالیت‌هایی که برای توسعه گردشگری ملی ایران طی دوران گذشته به عمل آمده، ملاحظه می‌شود که فعالیت جدی در خصوص رشد و توسعه گردشگری ملی از دوران برنامه عمرانی سوم با تشکیل "سازمان جلب سیاحان" آغاز شد. با اقداماتی از قبیل: احداث یک رشته مهمانسرا در شهرهای فاقد تاسیسات لازم، احداث اردوگاه‌های گردشگری و فراهم آوردن پاره‌ای تسهیلات گردشگری، آموزش خدمات گردشگری و ... در همین دوره با توجه به اهمیت توسعه گردشگری اقداماتی

به عمل آمد و طرح‌های جامع گردشگری کشور، طرح جامع توسعه کرانه‌های جنوبی دریای خزر، مراکز گردشگری استراحتی و بهداشتی (مانند مراکز گردشگری آب‌های معدنی آب اسک لاریجان، سرعین اردبیل، محلات و همچنین مراکز گردشگری کلاردشت، دشت نطنز، کوند، مراکز کوهستانی و ساحلی) تهیه شد که متأسفانه هیچکدام به موقع اجرا درنیامد. با این حال، ملاحظه می‌شود که تعداد گردشگران خارجی وارده به ایران در سال ۱۳۵۶ به ۷۰۰ هزار نفر با متوسط اقامت ۱۸ شب رسید که طبق محاسبه‌ای سرانگشتی درآمد ارزی حاصل از ورود این تعداد گردشگر به ایران بالغ بر ۶۳۰ میلیون دلار می‌شود.

به هر حال، توریسم به عنوان یکی از شاخه‌های بازرگانی، نقش و اهمیت بسزایی در رشد و توسعه اقتصادی کشورها - به ویژه ممالک در حال توسعه - دارد و با توجه به اینکه ممالک در حال توسعه برای رشد و توسعه اقتصادی به صنایع و صنعتی شدن توجه داشته و پیشرفت را مترادف با صنعتی شدن می‌دانستند، لذا توریسم از سوی سازمان ملل متحد به عنوان "صنعت" شناخته و اعلام شد تا در ممالک جهان سوم - یا در حال توسعه و عقب افتاده - از مزایایی که برای صنعت قایلند، برخوردار شود. به علاوه، در بازرگانی بطور اعم و بازرگانی بین‌المللی بطور اخص، "مبادلات توریستی" تنها رشته بازرگانی است که سود حاصل از آن به کیسه کشور کم درآمدتر سرازیر می‌شود و این بدان جهت است که در مبادله توریستی بین یک کشور غنی با درآمد سرانه بالا و یک کشور کم درآمدتر، نخست درآمد بیشتر متوجه کشور کم درآمدتر است و به همین دلیل است که متخصصان عمران ناحیه‌ای به ویژه اقتصادشناسان اروپایی عمده‌ترین عامل توسعه متعادل منطقه‌ای یا ناحیه‌ای را در توسعه توریسم ملی (و گاهی به لحاظ محدودیت‌های توریسم خارجی در توسعه توریسم داخلی) دانسته و ضریب تکاثر سرمایه‌گذاری در این بخش را در کشورهای

مشابه ایران رقمی بین ۷ تا ۱۰ می‌دانند که رقمی بسیار بالاست و بدین لحاظ پیوسته کوشش می‌شود تا مبادلات توریستی با کشورهای غنی و با درآمد سرانه بالا برقرار گردد.

بنابراین، با توجه به نقش و کاربرد صنعت گردشگری در توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشور و به ویژه نقش تعدیلی آن در رشد و توسعه اقتصادی مناطق مختلف و تحصیل درآمد ارزی و ایجاد زمینه برای سرمایه‌گذاری‌های مکمل در رشته‌های گوناگون و نهایتاً تأثیر آن در کمک به افزایش نرخ رشد اشتغال، ذکر چند نکته دیگر لازم به نظر می‌رسد که در زیر به آن خواهیم پرداخت:

* کشور ایران علاوه بر موقعیت مناسب جغرافیایی، از انواع جاذبه‌های گردشگری طبیعی و اکتسابی (که هر کدام به تنهایی می‌تواند یک کشور را به عنوان بازاری قابل عرضه به جریان گردشگری بین‌المللی تبدیل کند) برخوردار است. متوسط اقامت گردشگران داخلی و خارجی در ایران نیز به لحاظ وسعت سرزمین، تنوع آب و هوا، پراکندگی آثار باستانی و تاریخی، مراکز زیارتی و ... به عنوان یکی از عمده‌ترین عوامل رشد و توسعه گردشگری در سطح بالایی قرار دارد. کما اینکه در سال ۱۳۵۵

متوسط اقامت گردشگران خارجی در ایران ۱۸/۵ شب محاسبه شده که در مقایسه با متوسط اقامت گردشگران در سایر ممالک رقم فوق‌العاده بالایی است.

باید توجه داشت که شکوفایی گردشگری خارجی تا حدودی مستلزم شرایط و امکاناتی است که در حال حاضر تامین آنها غیرمقدور به نظر می‌رسد. بنابراین لازم است از هم اکنون برای رشد و توسعه گردشگری ملی خود به اقدامی همه‌جانبه بپردازیم و به گونه‌ای صحیح و منطبق با اصول و موازین برنامه‌ریزی گردشگری با اولویت دادن به گشت و گذارهای داخلی و با توجه به تنظیم اوقات فراغت مردم- خصوصاً جوانان- دست به کار شویم. تکیه بر گروه جوانان از آن جهت حایز اهمیت است که در هر گونه برنامه‌ریزی اجتماعی و فرهنگی تنظیم اوقات فراغت جوانان به عنوان سازندگان آینده همواره مورد تأکید می‌باشد.

* برنامه‌ریزی گردشگری جز در موارد خاص سیاستگذاری ملی، تبلیغات ملی و هماهنگی آن (که باید در دست دولت و متمرکز باشد) نمی‌تواند در برنامه‌ریزی کلی ملی مورد عمل قرار گیرد؛ زیرا گردشگری از نقطه نظر برنامه‌ریزان- خاصه برنامه‌ریزان عمران ناحیه‌ای و اصولاً دست اندرکاران برنامه‌ریزی گردشگری- تنها در سطح

مناطق می‌تواند نتایج مطلوب عاید کند. * اصولاً برنامه‌ریزی گردشگری به لحاظ ارتباط مستقیم با سایر فعالیت‌ها، فوق‌العاده پیچیده بوده و جز به دست کارشناسان متبحر مسایل جهانگردی عملی نیست؛ به ویژه ریسک گردشگری نفساً از جمله مهمترین عوامل آبادانی منطقه‌ای به شمار می‌رود که خود فعالیتی است ارزآور، ترازمند توسعه اقتصادی و اجتماعی در سطح مناطق و برقرار کننده توزیع عادلانه درآمد و همچنین برخوردار از نقشی اساسی در ایجاد مشاغل و منابع تکمیلی، مستقیم و ثانوی درآمد، تعدیل ثروت، دگرگون ساختن فعالیت‌های اقتصادی، سوق دادن درآمد از مناطق شهری به روستاها و بالاخره جلوگیری از برون‌کوچی روستاییان و بهزیستی در سطح مناطق.

زیرنویس:

(۱) این اصطلاح از سوی فرهنگستان ایران به عنوان سیاحت یا گشت و گذارهای داخلی پذیرفته و اعلام شده است که صحیح نیست، بلکه معنای آن وسیعتر و حاکم بر کل جریان گردشگری کشور (اعم از مسافرت خارجیان در داخل کشور و مسافرت ایرانیان و سایر افراد مقیم کشور در داخل کشور) است.



تسلیت

جناب آقای دکتر امیر هوشنگ امینی

مشاور عالی اقتصادی و ریاست محترم مرکز تحقیقات و بررسی‌های اقتصادی اتاق ایران

با نهایت تأسف و تأثر ضایعه درگذشت آن مرحومه را به جنابعالی و خانواده‌های وابسته تسلیت عرض نموده، از درگاه ایزد منان برای آن درگذشته علو درجات و برای جنابعالی و سایر بازماندگان صبر جزیل و سلامتی آرزو نمودیم.

روابط عمومی و انتشارات اتاق ایران