

دانشنامه گردشگری و تفریح

تألیف

دکتر حسین مجتبی زاده خانقاهی

(رشته هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز)

سونا شاهی پور

(دانشجوی دکتری تخصصی جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری)



تهران-۱۳۹۵

سرشناسه	مجتبی زاده خانقاهی، حسین
عنوان و نام پدیدآور	دانشنامه گردشگری و توسعه/ تألیف حسین مجتبی زاده خانقاهی؛ سونا شاهی پور
مشخصات نشر	تهران: انتشارات آکادمیک: انجمن جغرافیایی ایران، ۱۳۹۵.
مشخصات ظاهری	۲۶۱ ص: جدول، نمودار.
فروست	آکادمی گردشگری؛ ۱.
وضعیت فهرست نویسی	قیفا.
یادداشت	واژه نامه.
یادداشت	کتابنامه: ص. [۲۱۹]-۲۲۴.
شناسه افزوده	شاهی پور، سونا، ۱۳۶۵ -
رده بندی کنگره	G ۱۳۹۵۱۵۵ ۱۱م۳ /
رده بندی دیویی	۳۳۸/۴۷۹۱
شماره کتابخانه ملی	۴۵۲۸۰۰۲



عنوان: دانشنامه گردشگری و توسعه

تألیف: دکتر حسین مجتبی زاده خانقاهی، سونا شاهی پور

انتشارات: آکادمیک و انتشارات انجمن جغرافیایی ایران

شابک: ۹۷۸۶۰۰۸۴۲۳۱۵۷ - فروست ایران: آکادمی گردشگری

نوبت انتشار: اول ۱۳۹۵-تهران

تدوین و صفحه آرایی: میثم طولابی نژاد

قیمت: ۲۰۰۰۰ تومان

چاپ و تیراژ: دانشگاه خوارزمی - ۵۰۰ نسخه

آدرس انجمن جغرافیایی ایران: خیابان آزادی، خ اسکندری شمالی، چهارراه سپاهنگ، خیابان شرقی - پلاک ۸۳ واحد ۱۹ / تلفکس: ۶۶۹۱۳۹۴۶

فروشگاه مرکزی: خیابان قائم مقام، بالاتر از خ مطهری، کوچه دهم، پلاک ۱۰، واحد ۱۰-تلفن: ۸۸۵۰۰۳۶

فروشگاه شماره ۲: خیابان مفتاح جنوبی، نورسیده به خ انقلاب، دانشگاه خوارزمی-واحد انتشارات تلفن: ۸۱۵۸۰۰۱۰

پست الکترونیکی: academicpub1@gmail.com

وبسایت: www.academicpub.ir

این اثر مشمول قانون حمایت مؤلفان و مصنفان و هنرمندان مصوب ۱۳۴۸ است. هر کس تمام یا قسمتی از این اثر را بدون اجازه مؤلف (ناشر) نشر یا پخش یا عرضه کند مورد پیگرد قانونی قرار خواهد گرفت.

صفحه	عنوان
۱	پیشگفتار
	فصل اول: مفاهیم گردشگری و سازمان های مربوطه
۳	مقدمه
۳	تعاریف مفاهیم و واژه ها
۳	تعریف گردشگری
۵	ارکان صنعت گردشگری
۵	گردشگری روستایی
۶	گردشگری کشاورزی
۶	گردشگری غذایی
۶	اکوتوریسم
۷	گردشگری ماجراجویانه
۷	برخی مفاهیم مرتبط با گردشگری
۹	گردشگری مذهبی (زیارتی)
۹	گردشگری ورزشی
۱۰	گردشگری تاریخی، هنری، فرهنگی
۱۱	گردشگری تفریحی، استراحت
۱۲	گردشگری درمانی و سلامت
۱۲	گردشگری اجتماعی
۱۲	گردشگری تجاری و بازرگانی
۱۳	گردشگری سیاسی
۱۳	گردشگری سیاه
۱۴	گردشگری آموزشی
۱۴	گردشگری الکترونیک
۱۵	گردشگری اخلاقی
۱۵	گردشگری سالمندان
۱۶	سازمانهای مربوط به گردشگری (ملی، منطقه ای، بین المللی)
۱۶	سازمانهای ملی
۱۶	دفتر صنایع مسافرت و گردشگری ایالات متحده آمریکا
۱۷	اداره جلب سیاحان خارجی و تبلیغات (ایران)

۱۷	شورای جهانگردی
۱۸	اداره امور جهانگردی
۱۸	سازمان جلب سیاحان
۱۹	وزارت اطلاعات و جهانگردی
۱۹	معاونت امور سیاحتی و زیارتی وزارت ارشاد اسلامی
۱۹	سازمان ایرانگردی و جهانگردی
۳۰	سازمان میراث فرهنگی و گردشگری
۳۰	سازمان میراث فرهنگی، صنایعدستی و گردشگری
۳۱	سازمانهای منطقه ای
۳۱	انجمن مسافرت آسیا - اقیانوسیه
۳۲	کمسیون مسافرت اروپا
۳۲	سازمانهای بین المللی
۳۲	سازمان جهانی گردشگری
۳۴	شورای جهانی مسافرت و گردشگری (WTTC)
۳۵	سازمان بین المللی اسکان (SKA)
۳۶	انجمن بین المللی مسافرت هوانا (IATA)
۳۷	سازمان بین المللی هواپیمایی کشوری (ICAO)

فصل دوم: اقتصاد گردشگری

۳۹	مقدمه
۳۱	اقتصاد گردشگری
۳۱	عوامل موثر بر مقدار تقاضا برای یک محصول گردشگری
۳۳	انواع بازار
۳۴	رقابت کامل
۳۴	انحصار کامل
۳۵	رقابت انحصاری
۳۶	انحصار چندجانبه
۳۶	ساختار بازار محصولات بنگاه های گردشگری
۳۷	اقامتگاه ها
۳۸	بنگاه های عرضه کننده جاذبه ها، خدمات پشتیبانی
۳۸	آژانس های مسافرتی گردشگری
۳۹	عوامل موثر بر عرضه محصولات گردشگری
۳۹	قیمت محصول گردشگری

۴۰	هزینه های تولید بنگاه گردشگری
۴۰	انتظارات بنگاه گردشگری
۴۱	آثار اقتصادی گردشگری
۴۴	ویژگیهای اقتصادی صنعت گردشگری
۴۷	انواع اقتصاد
۴۷	اقتصاد و حرفه
۴۷	اقتصاد کلان
۴۷	رابطه گردشگری و اقتصاد
۴۸	گردشگری و اشتغال
۴۸	تأثیر درآمدی گردشگری
۴۸	جهانگردی و داندازی
۴۹	گردشگری عرفی و تقاضا

فصل سوم: جایگاه گردشگری و توسعه آن در کشورهای جهان سوم

۴۹	مقدمه
۵۳	بحث کلی مربوط به گردشگری توسعه آن
۵۳	توسعه پایدار از مبانی تا اجرا
۵۴	توسعه گردشگری پایدار چیست؟
۵۶	توسعه گردشگری پایدار: ضعفها و چالش ها
۵۷	توسعه گردشگری پایدار در عمل
۵۸	رهنمودهای توسعه گردشگری پایدار
۵۹	طرحهای صدور گواهی
۶۰	کدهای اخلاق
۶۰	درآمد ارزی
۶۱	افزایش تولید ناخالص ملی
۶۱	یک منبع درآمدی برای دولت
۶۱	بهبود خدمات اجتماعی
۶۲	تراز پرداخت ها
۶۳	اشتغال
۶۳	فعالیت کارآفرینی
۶۴	هزینه های فرصت
۶۴	وابستگی بیش از حد به گردشگری
۶۵	تورم

۶۵	ظرفیت، نرخ اشتغال و ضریب بارگیری
۶۷	مشخصه های خاص خدمات در صنعت گردشگری
۶۷	هزینه بالا
۶۸	فصلی بودن
۶۹	سهولت ورود و خروج
۶۹	وابستگی متقابل
۷۲	تأثیر گردشگری در جامعه
۷۴	تأثیر خدمات خارجی
۷۴	گردشگری و توسعه ملی

فصل چهارم: گردشگری مذهبی

۷۳	مقدمه
۷۷	مفهوم توریسم مذهبی
۷۹	تفاوت زائر با گردشگر مذهبی
۸۰	عواملی که باعث قداست مکان می شود
۸۱	وقایع و مناسبت مذهبی
۸۱	مفهوم قطب و محور در گردشگری مذهبی
۸۲	تأثیرات اقتصادی گردشگری مذهبی در مقیاس محلی
۸۲	تأثیرات گردشگری مذهبی بر تولید
۸۲	تأثیرات گردشگری مذهبی بر خدمات
۸۳	انواع سفرهای مذهبی
۸۴	محبوبترین مکانهای زیارتی در دنیا
۸۷	برنامهریزی برای جذب زائران خارجی
۹۲	اثربخشی کارآمد و انتخاب گزینه های راهبردی در توریسم مذهبی
۹۳	آثار مثبت و منفی اجتماعی توریسم مذهبی
۹۳	آثار اجتماعی مثبت گردشگری مذهبی
۹۴	آثار اجتماعی منفی گردشگری مذهبی

فصل پنجم: گردشگری روستایی و شهری

۹۳	مقدمه
۹۷	تعریف روستا و چشم انداز روستایی
۱۰۱	گردشگری روستایی
۱۰۲	گردشگری کشاورزی

۱۰۳	گردشگری غذایی
۱۰۴	اصول کلی گردشگری در روستا
۱۰۵	گردشگری دهکده ای
۱۰۵	توسعه روستایی
۱۰۶	جایگاه توریسم در توسعه روستایی
۱۰۸	توسعه گردشگری در نواحی روستایی
۱۱۰	توسعه پایدار گردشگری
۱۱۰	گردشگری روستایی ابزاری برای توسعه پایدار و حفاظت از منابع طبیعی
۱۱۱	استراتژی توسعه روستا شهری
۱۱۲	فرصت‌ها و چالش‌های گردشگری و توسعه روستایی
۱۱۴	درک فرهنگ و گردشگری
۱۱۴	گردشگری به عنوان عامل اصالت بخش
۱۱۶	جوامع روستایی و پایدار
۱۱۷	ظرفیت اجتماعی محل و پایداری روستایی
۱۱۸	گردشگری شهری
۱۲۱	شهرهای جهانی
۱۲۲	پایتخت‌ها
۱۲۲	پایتخت‌های فرهنگی
۱۲۲	شهرهای میراث
۱۲۳	شهرهای هنری
۱۲۳	شهرهای خلاق
۱۲۳	شهرهای صنعتی
۱۲۴	شهرهای ورزشی
۱۲۴	شهرهای جشنواره‌ای
۱۲۴	شهرهای فوق مدرن

فصل ششم: اکوتوریسم (طبیعت گردی)

۱۲۳	مقدمه
۱۲۹	تعاریف اکوتوریسم
۱۳۲	قلمرو اکوتوریسم
۱۳۴	محصول اکوتوریسم
۱۳۷	بازار تقاضای اکوتوریسم
۱۴۱	تئپولوژی اکوتوریسم

۱۴۴	گونه های مختلف فعالیت های اکوتوریستی
۱۴۷	برنامه ریزی اکوتوریسم

فصل هفتم: اثرات و پیامدهای گردشگری

۱۴۵	مقدمه
۱۵۳	متغیرهای مهم در بررسی اثرات گردشگری
۱۵۵	اثرات اقتصادی گردشگری
۱۵۷	منافع حاصل از گردشگری برای تجارت محلی و بهبود استانداردهای زندگی
۱۵۸	اثرات اجتماعی و فرهنگی گردشگری
۱۶۶	گردشگری و جرائم
۱۶۹	گردشگری و سلامت
۱۷۱	مروری بر مهم ترین نتایج سایر تحقیقات مرتبط بر اثرات اجتماعی و فرهنگی گردشگری
۱۷۵	اثرات سیاسی گردشگری
۱۷۶	اثرات جامعه محلی بر گردشگری
۱۷۷	اثرات محیطی گردشگری
۱۸۶	اثرات گردشگری بر ائینه تاریخی
۱۸۷	اثرات زیست محیطی گردشگری در کشورهای در حال توسعه

فصل هشتم: چکیده ای از جغرافیای جهانگردی ایران

۱۸۵	مقدمه
۱۹۵	موقعیت جغرافیایی ایران
۱۹۸	پدیده ها و منابع طبیعی جغرافیایی ایران و توسعه جهانگردی
۱۹۸	ناهمواری های ایران
۱۹۹	مناطق کوهستانی ایران
۲۰۰	مناطق ساحلی
۲۰۰	مناطق بیابانی
۲۰۱	نقش آب و هوا در جهانگردی
۲۰۲	منابع آبی و گردشگری مبتنی بر آب
۲۰۲	پوشش گیاهی
۲۰۳	عوامل تأثیرگذار در تنوع فرهنگی ایران
۲۰۴	عناصر جغرافیایی فرهنگی و جهانگردی
۲۰۸	پیش از ورود آریایی ها
۲۰۸	ورود اسلام به ایران
۲۰۹	تقاضای گردشگری در ایران

۳۰۹	تقاضای گردشگری خروجی
۳۱۰	تقاضای گردشگری ورودی
۳۱۰	الگوی جهانگردی گردشگری در ایران
۳۱۴	الگوی فضایی جریان گردشگری داخلی
۳۱۵	الگوهای جریان گردشگری زیارتی
۳۱۷	مقصدهای جهانگردی ایران
۳۱۹	منابع و مأخذ
۳۱۹	الف) منابع لاتین
۳۲۳	ب) منابع فارسی
۳۲۵	ضمائم

پیشگفتار

گردشگری یکی از مهمترین بخش‌های اقتصادی در سراسر جهان است و یکی از زمینه‌های حرکت از اقتصاد متکی به نفت به اقتصاد غیرنفتی، تغییر ساختار اقتصادی کشور است و برای چنین تغییری، نگرش یکپارچه در ابعاد اقتصادی، اجتماعی، حقوقی و مدیریتی ضروری به نظر می‌رسد تا با شناخت عمیق امکانات و تنگناهای کشور از یک‌سو و شناخت تجربیات جهان در مورد شیوه‌های تنوع‌بخشی اقتصادی و روابط بین‌الملل بتواند به تصمیم‌گیری‌های خردمندانه در چارچوب قانون اساسی باعث توسعه و پیشرفت کشور گردد.

گردشگری به عنوان یکی از فرصت‌های توسعه، بخشی از شاخص‌های رشد کشورها محسوب می‌شود. بنابراین کشورهای که در این زمینه از برنامه‌ریزی مدرن و آموزش‌های عالی مناسب در راستاء اهداف تعیین‌شده خود، بهره می‌جویند از رشد فزاینده‌ای برخوردار خواهند بود و در اغلب کشورهای جهان به‌ویژه جهان سوم، کلید اقتصاد به شمار می‌رود تا جایی که در این کشورها گردشگری بیش از سایر برنامه‌های توسعه در اولویت قرار گرفته است و به عنوان عاملی مهم در بسیاری از کشورهای دارای منابع و یا حتی فاقد آن، همواره به عنوان استراتژی موثر نسبت به سایر صنایع مورد توجه تصمیم گیران و متخصصان بوده است. در توصیف این فعالیتهای اقتصادی - اجتماعی مقالات و کتب زیادی به انتشار رسیده است که قصد ادامه تأکید بر آن را در این گفتار نیست، چراکه اهمیت استراتژیک گردشگری در زمینه‌های توسعه اقتصادی، اجتماعی و حتی سیاسی به بسیاری از محققان مربوطه روشن است. اما نکته‌ای که حائز اهمیت است درک واقع‌بینانه نقش فعالیت گردشگری در تغییرات جامعه و منطقه میزبان و چگونگی بهینه‌سازی این نقش در راستای توسعه‌ای درخور و پایدار است. توسعه‌ای که با کمترین اثر منفی، منافع میزبان را در بلندمدت تضمین کند، تجربه‌ای غنی برای گردشگر به همراه داشته باشد و نسبت به منابع طبیعی و انسانی مقصد مسئولانه رفتار نماید. برای به کارگیری همه پتانسیل‌های موجود در این بخش با اتکا به منابع مالی، انسانی، محیطی و زمان، ضروری است مدیران، متولیان و دانشجویان مستعد تحت آموزش‌های لازم قرار گیرند.

این کتاب در ۸ فصل تدوین شده است. فصل اول مفاهیم گردشگری و سازمان‌های مربوطه است که به بررسی انواع تعاریف و سازمان‌های ملی و بین‌المللی گردشگری می‌پردازد. فصل دوم اقتصاد گردشگری نام دارد که به انواع بازار و بنگاه‌های گردشگری می‌پردازد. فصل سوم جایگاه گردشگری و توسعه آن در کشورهای جهان سوم است که به اهمیت ویژه این صنعت در کشورهای در حال توسعه بیشتر می‌نگرد. فصل چهارم گردشگری مذهبی نام دارد که به اهمیت مذهب در جذب گردشگر اشاره دارد و فصل پنجم به گردشگری روستایی و شهری و اهمیت آن در اشتغال‌زایی می‌پردازد. فصل ششم به طبیعت‌گردی و گونه‌های مختلف آن اشاره دارد و فصل هفتم اثرات و پیامدهای گردشگری را مورد توجه قرار داده و نهایتاً در فصل هشتم به چکیده‌ای از جغرافیای جهانگردی این کتاب پرداخته و مورد بررسی قرار داده‌ایم و در ضمن این کتاب دارای ضمائم نیز است.

دکتر حسین محبی زاده خاتابی - سوناشی پور

زمنستان - ۱۳۹۵