

بررسی صنعت گردشگری با رویکرد جغرافیایی در کشور ایران

رضا فرمانی اردهایی

چکیده

گردشگری به عنوان بزرگترین تحرک اجتماعی که به دنبال گسترش جغرافیایی و همگانی شدن آن تمامی عرصه های زندگی بشر را تحت تأثیر قرار داده است، با پیامدهای فرهنگی، اقتصادی و فضایی متعددی همراه است. وجود امکانات خدماتی-گردشگری زمان فراغت گروه های سنی مختلف را پر می کند و با ایجاد نشاط و سلامت جسمی و روحی منجر به بروز خلاقیت ها و شکوفایی استعدادها و تجدید قوای فکری مردم می شود. محیط های جغرافیایی بستر کلیه فعالیت های انسانی از جمله فعالیت های گردشگری می باشند؛ ایران، کشوری با پیشینه تاریخی و تمدنی درخور توجه است؛ آثار به جای مانده از دوره های مختلف تاریخ باستان که بر پیکره جغرافیایی ایران نقش بسته، از مهمترین جنبه های جغرافیایی در مطالعات گردشگری است، این کشور به دلیل داشتن جاذبه های گردشگری و تحولات ناشی از اجرای طرح بهسازی اماکن گردشگری از جمله : طرح زیباسازی روستاها و ساخت هتل هایی مناسب با نیاز گردشگران، فضای محیطی و اقلیمی هر منطقه، از کشور های مقصد گردشگری جهان می باشد. نتایج تحقیق نشان می دهد که تعیین حریم در محیط های جغرافیایی با در نظر گرفتن پتانسیل های گردشگری این کشور، جذب گردشگر با برنامه ریزی صحیح و کارآمد می تواند منجر به توسعه پایدار، رشد اقتصادی و تبادل فرهنگی در سطح ملی و جهانی شود.

واژگان کلیدی: کشور ایران، محیط های جغرافیایی، پتانسیل های گردشگری و توسعه پایدار

۱. مقدمه

امروزه به دنبال گسترش جغرافیایی و همگانی شدن گردشگری تمامی عرصه های زندگی مردم جهان (اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی، فراغتی و سیاسی) از آن متأثر گردیده است (ویلیامز، ۱۹۹۸؛ ترجمه ضیایی، ۱۳۸۸). انجام فعالیت های گردشگری که مشاغل گوناگونی را هم به دنبال دارد در هر کشوری به عنوان بخشی از فعالیت های اقتصادی و در کنار بخش صنعت و کشاورزی موجب رونق و پیشرفت اجتماعی-اقتصادی می گردد. وجود امکانات خدماتی گردشگری نه تنها برای هر کشوری زمان فراغت گروه های سنی مختلف را به ویژه در فصل تعطیلات پر می کند، بلکه با ایجاد نشاط و سلامت جسمی و روحی منجر به بروز خلاقیت ها و شکوفایی استعدادها و تجدید قوای فکری مردم می شود. گردشگری به عنوان بزرگترین تحرک اجتماعی با پیامدهای فرهنگی، اقتصادی و فضایی متعددی همراه است. درک جنبه های مختلف و پیامدهای متعدد این تحرک اجتماعی به علوم مختلفی نیازمند است، در این میان دانش جغرافیا با تبیین جنبه ها و پیامدهای فضایی فعالیت گردشگری نقش بسزایی در پیشبرد مطالعات گردشگری دارد. (علی اکبری، ۱۳۹۲: ۱).



جغرافیای گردشگری روابط انسان را با محیط به هنگام اوقات فراغت مطالعه می کند. جغرافیای گردشگری مجموعه تأثیرات و روابط متقابلی است که در نتیجه حضور موقت و گذران اوقات فراغت فردی و گروهی افراد غیرمحلی «گردشگران» از یک طرف و محیط پیرامون از طرف دیگر به وجود می آید (رضوانی، ۱۳۹۲: ۱۱). کشور ایران به دلیل داشتن جاذبه های متنوع گردشگری و تغییر و تحولات ناشی از اجرای طرح بهسازی اماکن گردشگری از جمله طرح مرمت آثار باستانی، زیباسازی بافت روستاها و ایجاد هتل هایی متناسب با نیاز گردشگران و فضای محیطی در مناطق گردشگری، از کشورهای مقصد گردشگری جهان به شمار می رود (پورکریمی و نعمتی، ۱۳۹۳). از این رو، در این تحقیق ضمن آشنایی با جاذبه ها، پتانسیل های گردشگری و منطقه بندی جغرافیایی کشور ایران، به بررسی وضعیت و ابعاد صنعت گردشگری این کشور با رویکرد جغرافیایی آن خواهیم پرداخت.

۲. مواد و روش تحقیق

محدوده مورد مطالعه این پژوهش، کشور ایران است. کشور ایران یکی از کشورهای جنوب غرب قاره آسیا می باشد. این کشور که جزء کشورهای وسیع جهان است به دلیل گسترش آن در عرض جغرافیایی و دارا بودن انواع آب و هوای سرد، گرم، خشک و مرطوب در زمره کشورهای چهارفصل جهان محسوب می شود. این کشور در بخش شمالی با کشورهای ترکمنستان، آذربایجان و ارمنستان، در شرق با کشورهای افغانستان و پاکستان، در غرب نیز با کشورهای ترکیه و عراق مرز زمینی دارد. در قسمت جنوبی با کشورهای عمان، امارات، قطر، بحرین، عربستان و کویت مرز آبی مشترک دارد. از نظر مختصات جغرافیایی کشور ایران در مدار ۲۵ درجه و ۳ دقیقه تا ۳۹ درجه و ۴۷ دقیقه عرض شمالی از خط استوا و ۴۴ درجه و ۵ دقیقه تا ۶۳ درجه و ۱۸ دقیقه طول شرقی از نصف النهار گرینویچ واقع شده است. مساحت کنونی این کشور بالغ بر ۱/۶۴۸/۱۹۵ کیلومتر مربع و جمعیت آن نیز ۷۷/۴۵۰۰۰۰ و با تراکم جمعیت ۴۷ تن بر هر کیلومتر مربع در سال ۱۳۹۲ شمسی گزارش شده است (February . <https://fa.m.wikipedia.org/wiki> , ۱۲ , ۲۰۱۶). ایران کشوری وسیع است که در طول تاریخ طولانی خود از نظر تقسیمات سیاسی تغییرات بسیاری کرده است. فارغ از پیشینه تاریخی و نتایج حاصل از تغییرات در حال حاضر (آبان ۱۳۹۲) ۳۲ استان، ۳۸۷ شهرستان و ۹۶۵ بخش ناحیه بندی اداری و سیاسی ایران را تشکیل می دهد. نواحی سیاسی که شهرها و روستاها یا مراکز سکونتگاهی را در بر می گیرند، از نظر وسعت، تفاوت های اساسی باهم دارند. پهناورترین استان (سیستان و بلوچستان با ۱۸۱۷۸۵ کیلومتر مربع) حدود ۱۵/۷ برابر کوچک ترین استان کشور (قم با ۱۱۵۲۶ کیلومتر مربع) وسعت دارد (علی اکبری، ۱۳۹۲: ۲۲). از لحاظ روش شناختی، این تحقیق به صورت توصیفی تحلیلی انجام شده است و روش گردآوری اطلاعات به صورت کتابخانه ای و استفاده از طرح ها و نقشه ها بوده است.



نقشه 1-1 کشور ایران

۳. گردشگری و محیط زیست

شرایط محیط زیست طبیعی با توجه به مطالعات انجام شده نقش برجسته ای را در توسعه گردشگری ایفا می نماید و عواملی همچون آب و هوای مطلوب مناطق کوهستانی، غارهای طبیعی، تنوع ناهمواری ها و نواحی بیلاقی، سواحل دریاها، گرم، دریاچه ها و جزایر گردشگری، رودخانه های بزرگ، چشمه های آب معدنی و منابع لجن درمانی، مناطق بیابانی و کویرها، نواحی جنگلی و پارک های حفاظت شده، حیات وحش، زیبایی پوشش گیاهی و غیره از جمله عواملی هستند که در گسترش صنعت گردشگری نقش بسزایی دارند. در مقوله محیط زیست و گردشگری که با یکدیگر ارتباط دو سویه دارند، با استفاده منطقی و بهینه از جاذبه ها و چشم اندازهای پدیده های جغرافیایی طبیعی مذکور، علاوه بر جذب گردشگر و ره آوردهای اقتصادی، می تواند به توسعه اجتماعی و فرهنگ کشور مقصد گردشگری منجر شود. پاکیزگی مناطق گردشگری، حفاظت از میراث فرهنگی، تعیین حریم و ارزش گذاری پدیده های جغرافیایی و احترام به محیط زیست از جمله مواردی هستند که در احساس آرامش، آسودگی و امنیت روانی یک گردشگر جایگاه شاخص و والایی دارند. به یکن ترتیب گردشگری مانند هر جزء دیگری از یک تحول اجتماعی و فرهنگ، پیامدها و واکنش هایی را در پی دارد به این دلیل است که می بایست ضمن ایجاد ثروت و توزیع آن در جامعه حقیقتاً در تمامی ابعاد به محیط زیست و بشریت احترام گذارد. برای درک کلی منطقه یا کنش و فراهم کردن زمینه های تحقیق و تحلیل های خاص محیطی، باید ویژگی های عمومی جغرافیایی منطقه یا کشور را مورد بررسی قرار داد. درباره ارتباط کلی گردشگری و محیط زیست

۳ جنبه متفاوت وجود دارد: (۱) بسیاری از اشکال فیزیکی موجود در محیط زیست به عنوان جاذبه گردشگری حائز اهمیت اند. (۲) تسهیلات و زیر ساخت های گردشگری به عنوان محیط زیست انسان ساخت شناخته می شود. (۳) توسعه گردشگری و استفاده گردشگران از محیط زیست اثرات مختلفی را برای مناطق و نواحی گردشگری به همراه خواهد داشت. (Innskeep, Edward, ۱۹۹۴)

۴. گونه شناسی گردشگری بر مبنای محیط جغرافیایی

محیط جغرافیایی بستر کلیه فعالیت های انسانی از جمله فعالیت های گردشگری است. بسته به اینکه گردشگری در چه مکانی و مبتنی بر کدام یک از منابع جغرافیایی باشد، می توان از گردشگری شهری، روستایی، عشایری و یا گردشگری ساحل، بیابان، کوهستان و جنگل نام برد. گردشگری فضایی، صنعتی و گردشگری مجازی از دیگر انواع تقسیمات براساس محیط تحقق فعالیت های گردشگری است (ضیایی، ۱۳۹۲: ۳۰-۳۱) . در ادامه به برخی از مهمترین تعاریف این گونه شناسی اشاره می شود.

۱،۱،۴. **گردشگری روستایی (Rural tourism):** کنفرانس جهانی گردشگری روستایی؛ گردشگری روستایی را شامل انواع گردشگری با برخورداری از تسهیلات و خدمات رفاهی در نواحی روستایی می داند که امکان بهره مندی از منابع و جاذبه های طبیعت را همراه با شرکت در زندگی روستایی فراهم می آورد.

۲،۱،۴. **گردشگری شهری (Urban tourism):** گردشگری شهری فعالیت های گردشگری در محیط های شهری است. برخی این نوع گردشگری را مسافرت به شهر با انگیزه های مختلف بر اساس جاذبه های گوناگون امکانات و تسهیلات شهری که در شخص ایجاد جذابیت و انگیزه می کند، می دانند. با توجه به تنوع شهرها، جاذبه های طبیعی هم می توانند در برخی از شهرها در محدوده گردشگری قرار گیرند.

۳،۱،۴. **گردشگری قومی و عشایری (Ethnic tourism):** این نوع گردشگری به مشاهده سبک زندگی افراد بومی و اقوام انجام می شود. هدف گردشگری قومی، شناخت اقوام مختلف و شرکت در تجارب آنها است.

۳،۱،۴. **گردشگری مجازی (Visual tourism):** گردشگری مجازی روش یا ابزاری است که توسط آن یک علاقمند به گردشگری می تواند در زمانی کوتاه و با کمترین امکانات، هزینه و حتی با دانشی اندک، ظرفیت های گردشگری یک کشور را با استفاده از اینترنت، تصاویر سه بعدی و... شناسایی کند.



۱.۴. گردشگری مجازی (Visual tourism): گردشگری مجازی روش یا ابزاری است که توسط آن یک علاقمند به گردشگری می تواند در زمانی کوتاه و با کمترین امکانات، هزینه و حتی با دانشی اندک، ظرفیت های گردشگری یک کشور را با استفاده از اینترنت، تصاویر سه بعدی و... شناسایی کند.

۵. وضعیت گردشگری کشور ایران

گردشگری از دهه ۱۹۷۰ میلادی به عنوان ابزاری برای رشد و توسعه مطرح شده است. قرن بیست و یکم، سده بهره گیری از فرصت های تجاری ارزشمند در بخش های خدماتی به ویژه گردشگری است. برطبق گزارش های سازمان جهانی گردشگری رشد و روند گردش مالی و اقتصادی گردشگری در این سده از گردش مالی بخش صنعت فراتر خواهد رفت؛ در این فرایند برای اقتصادهایی نظیر اقتصاد کشور ایران می تواند تمامی فعالیت های اقتصادی را تحت تأثیر قرار دهد با این وجود برای دستیابی به چنین اقتصادی می بایست برنامه ریزی جامعی صورت گرفته و سرمایه گذاری های مناسبی در این بخش صورت پذیرد. بررسی مقایسه ای گردشگران داخلی و خارجی در این بخش بیانگر اهمیت آن در توسعه اقتصاد داخلی کشورها است به گونه ای که بر اساس آمار منتشره از سوی سازمان جهانی، نسبت گردشگران داخلی به خارجی نسبت ده به یک را نشان می دهد. با وجود اهمیت بی بدیل صنعت گردشگری در توسعه و شکوفایی اقتصادی، سیاست گذاری های مناسبی در خصوص ارتقاء آن در ایران صورت نپذیرفته و عمده تلاش های مربوط به توسعه صنعت گردشگری در دهه های اخیر، معطوف به رهیافت های تشویقی و یا به عبارتی تقاضا محور بوده اند. در این راستا بیشتر هدف گذاری ها و وضع دستورالعمل های اجرایی معطوف به خصوصی سازی واحدهای اقامتی، تبلیغات گردشگری، آموزش نیروی انسانی، سیاست های تشویقی، ساخت تأسیسات ایرانگردی و جهانگردی، تخفیف های مالیاتی و غیره بوده که بیشتر جذب تقاضا را مد نظر قرار داده است (نوبخت

و پیروز، ۱۳۸۷: ۸-۷). در کشور ایران از صنعت گردشگری به عنوان مهره سوخته اقتصاد ایران، یاد می شود. این صنعت در ایران از ظرفیت های بسیار بالایی برای رشد و توسعه برخوردار است. بر اساس گزارش سازمان جهانی ایران رتبه دهم جاذبه های باستانی و تاریخی و رتبه پنجم جاذبه های طبیعی را در جهان داراست. موضوعات مورد علاقه گردشگران در ایران به وفور یافت می شود که از جمله: طبیعت زیبا با خصوصیات اقلیمی و محیطی ویژه مناطق جغرافیایی، مردمی با فرهنگ و تمدن کهن، آداب و رسوم باستانی و اسلامی اقوام مختلف، اماکن گردشگری بسیار قدیمی با سبک معماری بی نظیر به ویژه در شمال ایران و در منطقه تالش نشین و روستای تاریخی ماسوله وجود دارد. امروزه جذب گردشگران خارجی به رقابتی فزاینده در بین نهادهای درگیر این بخش تبدیل شده است، زیرا این صنعت نه تنها در پیشبرد اقتصاد ملی و درآمدهای ارزی نقش دارد بلکه صنعتی است پاکیزه و عاری از آلودگی و در عین حال ایجاد کننده مشاغل جدید به حساب می آید. شکوفایی این بخش موجب غنی شدن فرهنگ و حفظ محیط زیست به دلیل آگاهی مردم نسبت به ارزش میراث طبیعی کشور و افزایش اطلاعات عمومی و دانش اجتماعی نیز شده است.

۶. زمینه های جغرافیایی گردشگری

زمینه های جغرافیایی به طور مستقیم و غیرمستقیم با فعالیت های گردشگری ارتباط دارند و لزوم شناخت آن در مطالعات گردشگری نیز از همین موضوع ناشی می شود. به همین دلیل شناخت و درک جغرافیایی از محیط به عنوان یک شناخت پایه ای در بسیاری از مطالعات علمی ضروری است (علی اکبری، ۱۳۹۲: ۶). زمینه های جغرافیایی در قالب ۲ مقوله طبیعی و انسان ساخت بررسی می شوند. پهنه جغرافیایی ایران از نظر تقسیمات طبیعی، به ۳ تیپ ناهمواری و ۵ واحد اصلی تقسیم شده است. اراضی کوهستانی، اراضی ایران مرکزی و اراضی ساحلی؛ ۳ تیپ اصلی ناهمواری و ارتفاعات البرز، ارتفاعات زاگرس، ایران مرکزی، ساحل شمالی و سواحل جنوبی ۵ واحد اصلی تشکیل دهنده پیکره جغرافیایی ایران هستند. این واحدها همان گونه که طبیعت متفاوتی دارند؛ هر یک خصوصیات اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی خاص خود را نیز دارا هستند. ایران کشوری گسترده، مرتفع و کوهستانی، خشک و نیمه خشک است (علی اکبری، ۱۳۹۲: ۲۷). برآیند الزامات ناشی از این خصلت ها تنوع چشم اندازهای طبیعی، کمبود منابع آب و محدودیت های عرصه های قابل زیست است.

بنیان های جغرافیایی ایران به شدت ناهمگون است و توان ها و امکانات طبیعی در پیکره جغرافیایی کشور، یکسان توزیع نشده است. از شرق به غرب و از جنوب به شمال متناسب با افزایش ارتفاع، تعدیل اقلیمی، غنای منابع آب و قابلیت های رویشی، مساعدت های طبیعی و جاذبه های زیستی محیط جغرافیایی نیز افزایش می یابد. از شرق به غرب عامل ارتفاع، ولی از جنوب به شمال عوامل ارتفاع و عرض جغرافیایی مؤلفه های اصلی اثرگذار در تغییر شرایط جغرافیایی هستند. در کنار تنوع چشم اندازهای طبیعی؛ گوناگونی صورت بندی های انسانی و اجتماعی یکی دیگر از ویژگی های جغرافیایی ایران است که حاصل همزیستی گروه های قومی و فرهنگی متعدد در محدوده جغرافیایی کشور است. تنوع و پیچیدگی جغرافیای طبیعی با تنوع و پیچیدگی های جغرافیای انسانی و مناسبات اجتماعی همراه است. بنابراین ایران کشور تنوعات، گوناگونی ها و تضاد هاست. درک این گوناگونی و ظرفیت های گردشگری ناشی از آن از نظر جغرافیای گردشگری بسیار اهمیت دارد. ایران کشوری با پیشینه تاریخی و تمدنی در خور توجه است؛ آثار و نمادهای به جای مانده از پیشینه تاریخی که بر پیکره جغرافیایی ایران نقش بسته، یکی از مهمترین جنبه های جغرافیایی در مطالعات گردشگری است. وجود هزاران جاذبه و پدیده های جغرافیایی گردشگری در ایران همراه با نظام توزیع فضایی متأثر از ویژگی های جغرافیایی کشور و پراکندگی آنها در سرزمین پهناور ایران، قدمت و پیشینه تاریخی از یک طرف و فقدان منابع و مستندات موجود در این زمینه از طرف دیگر شناخت آثار و ارزش های تاریخی، فرهنگی و معماری موجود در آن ها را مشکل نموده است. در حال حاضر اطلاعات مدونی از این آثار در دسترس نیست و چنانچه برخی از آن ها شناسایی شده باشند، برنامه یا سیاست هدفمند و مشخصی برای مطالعه، حفاظت و احیاء آنها وجود ندارد به طوری که به نظر می رسد تبیین قوانین و دستورالعمل برای حفاظت از آنها مورد غفلت یا با مشکل همراه است (سرتیپی پور، ۱۳۸۸: ۳-۲). از این رو، انجام اقدامات مناسب در زمینه های جغرافیایی مختلف برای بهسازی و حفظ ذخایر کالبدی و ثروت های فرهنگی موجود در آنها ضرورت می یابد. اقداماتی که زمینه ساز احراز هویت و حافظ اصالت فرهنگی، ابقاء و بهبود کالبد و فضای بافت و به روز کردن سازمان فضایی و کالبدی بافت آنها مطابق با نیازهای امروزی باشد (جام کسروی، ۱۳۸۹: ۶۱). امروزه آگاهی از امکانات و تنگناهای نواحی گردشگری و تحلیل آنها در فرایند برنامه ریزی و توسعه صنعت گردشگری اهمیت بسزایی دارد و نوعی ضرورت جهت ارائه طرح ها و برنامه های توسعه محسوب می شود.

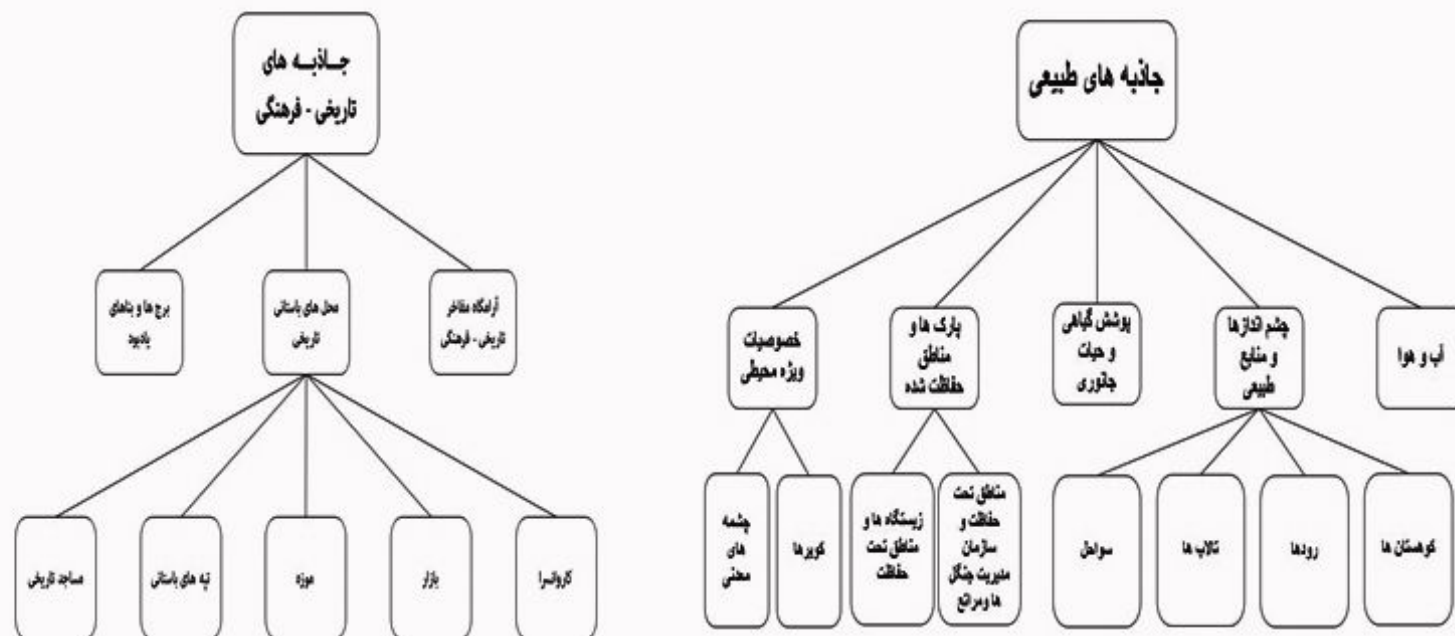
۷. جاذبه های گردشگری

کشور ایران به دلیل قدمت تاریخی و تکاپوی مستمر اجتماعی و فرهنگی خود جاذبه های متنوعی را داراست که می توانند طیف وسیعی از توقعات و نظرات گردشگران را تأمین نمایند. هر گردشگری با هر انگیزه ای که به ایرانگردی می پردازد، می تواند مطابق اهداف، ذوق و برنامه خود در ایران از جاذبه های مورد نظر دیدن کند (رضوانی، ۱۳۹۲: ۲۱۶). با توجه به انگیزه های مختلفی که ایرانگردی می تواند داشته باشد، می توان جاذبه های گردشگری ایران را به ۳ بخش عمده تقسیم کرد:

جاذبه های طبیعی: تبیین موقعیت طبیعی ایران بیانگر نکات بسیاری در شناخت و تحلیل جغرافیایی این سرزمین است. سیمای جغرافیای طبیعی فلات ایران ۲ ویژگی مهم و اساسی دارد که بر چشم اندازهای طبیعی و مناظر زیستی و معیشتی کشور آثار چشمگیری بر جای گذاشته است: نخست موقعیت ایران به عنوان یک سرزمین کوهستانی و مرتفع است و دوم قرارگیری ایران در مرکز کمربند خشک و بزرگ دنیا است که همراه با عوامل دیگر به طرز چشمگیری بر خصوصیات اقلیمی و پیامدهای طبیعی آن در تأثیر گذاشته است (علی اکبری، ۱۳۹۲).

جاذبه های تاریخی و فرهنگی: تاریخ بسیار کهن ایران و قرار گرفتن این کشور در مسیر جاده ابریشم و راه ارتباط بین دنیای شرق و غرب، باعث گردیده تا ایران به عنوان یکی از کشورهای قطب تمدن بشری در جهان مطرح شود (رضوانی، ۱۳۹۲: ۲۱۷).





نمودار ۱-۱ جاذبه های گردشگری طبیعی (علی اکبری، ۱۳۹۲: ۳۲)

نمودار ۲-۱ جاذبه های گردشگری تاریخی-فرهنگی (تدوین: نگارنده)

جاذبه های مذهبی و مراکز زیارتی: با گسترش اسلام در ایران مدفن پیشوایان دینی به تدریج به مراکز زیارتی مردم تبدیل شدند. به دنبال این روند، مرقد‌های آنان با ساختن بارگاه های متناسب، بنای شاخص و برجسته به وجود آوردند (رضوانی ۱۳۹۲: ۲۱۸).

۸. منطقه بندی گردشگری با رویکرد جغرافیایی در ایران

جغرافیا علم شناخت و تبیین سازمان فضایی است. در تبیین سازمان فضایی نه تنها عناصر فضایی بلکه روابط متقابل میان عناصر نیز مورد توجه است. این چنین سازمانی دارای ویژگی های فضایی است که بر تعیین مناطق و نظام منطقه بندی به طور اعم و منطقه بندی گردشگری به طور اخص آثار مشخصی دارد. بدین ترتیب، درک این ویژگی ها برای بیان و درک منطقه بندی گردشگری با رویکرد جغرافیایی بسیار اهمیت دارد: نخست این که هر سازمان فضایی دارای عناصر و اجزاء فضایی است که در روابط متقابل یا کنش و واکنش متقابل باهم قرار دارند؛ سازمان فضایی در هر کشور، منطقه یا ناحیه محصول تعامل فضایی میان عناصر فضایی است. ثانیاً تعامل موجود در سازمان فضایی به تدریج به پیدایش کانون های فضایی منجر می شود که ضمن تأثیر بر حوزه پیرامونی؛ بسیاری از ارتباطات فضایی در سطح منطقه را کنترل می کند. مرزها و محدوده جغرافیایی مناطق نظام های منطقه بندی فضایی، دائم در حال تغییر و دگرگونی است. به همین دلیل نظام های منطقه بندی و مرزهای منطقه ای نمی توانند ثابت و تغییرناپذیر باشند. درک این ویژگی در نظام منطقه بندی کشور بسیار اهمیت دارد؛ چرا که جریان های گردشگری به دلایل مختلف از جمله: ویژگی های حاکم بر تقاضای گردشگری دائم الگوهای فضایی خود را تغییر می دهند، چنان که نواحی مرزی و حاشیه ای غرب ایران در گذشته اصلاً مورد توجه جریان های گردشگری نبوده ولی امروزه با تغییرات ایجاد شده در مناسبات کشورهای ایران و عراق سفرهای گردشگری متعددی به قصد زیارت یا خرید از بازارهای مرزی شکل گرفته است که بازتاب فضایی آن را می توان در شکل گیری بازارهای مرزی در شهرهای بانه، پاوه و میوان یا مسیرهای گردشگری زیارتی ایلام و کرمانشاه به سوی عتبات و عالیات در کشور عراق، مشاهده کرد که امروزه از کانون ها و مسیرهای گردشگری فعالی محسوب می شوند. از همین روست که برای پهنه بندی یا منطقه بندی گردشگری یک کشور، علاوه بر معیارهای آشکار و اجرایی چون همگنی جغرافیایی، مرزبندی های اداری و سیاسی، همجواری فضایی یا پیوستگی فیزیکی مناطق و ماهیت زیرساخت ها و جاذبه های گردشگری باید ویژگی های بنیادی و ماهوی سازمان فضایی مناطق چون نقش و حوزه نفوذ کانون های منطقه ای، تعاملات متقابل منطقه ای، ماهیت و مقیاس کارکردی با تأکید بر اصل تغییرپذیری نظام های منطق بندی مورد توجه قرار گیرد. (علی اکبری، ۱۳۹۲: ف ۵)

جدول 1-1 تقسیمات مناطق گردشگری بر اساس برنامه ملی منطقه بندی گردشگری کشور		
نام منطقه	استان های منطقه	مرکز منطقه
منطقه یک البرز	مازندران-گلستان-تهران-قم-سمنان-قزوین و مرکزی	تهران
منطقه دو سبلان	آذربایجان شرقی- اردبیل- گیلان و زنجان	تبریز
منطقه سه زاگرس	آذربایجان غربی- همدان- کرهستان- کرمانشاه- ایلام و لرستان	کرمانشاه
منطقه چهار پایتخت باستانی	خوزستان و چهارمحال و بختیاری	اهواز
منطقه پنج قلب ایران (پرهیا)	اصفهان- فارس- کهگیلویه و بویراحمد و بوشهر	هیراز
منطقه شش کاروانروی جنوبی	یزد- کرمان و مرزگان	کرمان
منطقه هفت مرزهای (منطقه بزرگ زیارتی)	خراسان شمالی- خراسان رضوی- خراسان جنوبی و سیستان و مشهد	مشهد

مأخذ : سازمان ایران‌گرده و جهان‌گرده، 1381 مناطق گردشگری کشور ایران (برنامه ملی منطقه‌بندی کشور)

۹. پیشنهادات

- ایجاد برند و لوگوهای گردشگری برای گردشگری استان ها بر اساس محصول گردشگری مناطق
- تأکید بر گردشگری فرهنگی و زیارتی به خاطر غنای تاریخی و جغرافیایی کشور
- طراحی و ایجاد مناطق گردشگری جدید از سوی سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری
- برنامه ریزی در راستای پیشبرد گردشگری مناطق روستایی و کمتر توسعه یافته
- حفاظت از چشم اندازهای محیطی و ارزش های اقتصادی به مثابه کلیت های نظام وار مکانی- فضایی پدیده های جغرافیایی
- ممانعت از آلودگی های ناشی از احداث کارخانه ها در درون یا نزدیک اماکن گردشگری و جاذبه های طبیعی
- برگزاری نمایشگاه ها و همایش های اختصاصی در سطح بین المللی جهت شناساندن ظرفیت های گردشگری کشور و شرکت فعال در نمایشگاه های بین المللی خارج از کشور

۱۰. نتیجه گیری

بر اساس نتایج تحقیق، وجود امکانات خدماتی- گردشگری نه تنها برای هرکشوری زمان فراغت گروه های سنی مختلف را به ویژه در فصل تعطیلات پر می کند، بلکه با ایجاد نشاط و سلامت جسمی و روحی منجر به بروز خلاقیت ها و شکوفایی استعدادها و تجدید قوای فکری مردم می شود. گردشگری به عنوان بزرگترین محرک اجتماعی، با پیامدهای فرهنگی، اقتصادی و فضایی متعددی همراه است از این رو دانش جغرافیا با تبیین جنبه ها و پیامدهای فضایی فعالیت گردشگری نقش بسزایی در پیشبرد مطالعات گردشگری دارد (علی اکبری، ۱۳۹۲: ۱).

محیط های جغرافیایی بستر کلیه فعالیت های گردشگری است، بنابراین زمینه های جغرافیایی به طور مستقیم و غیرمستقیم با فعالیت های گردشگری ارتباط دارند و لزوم شناخت آن در مطالعات گردشگری و درک جغرافیایی از محیط به عنوان یک شناخت پایه ای در بسیاری از مطالعات علمی ضروری است. مرزها و محدوده جغرافیایی مناطق و نظام های منطقه بندی فضایی، دائم در حال تغییر و دگرگونی است به همین دلیل نظام های منطقه بندی، مرزهای منطقه ای نمی توانند ثابت و تغییرناپذیر باشند. ایران کشوری با پیشینه تاریخی و تمدنی درخور توجه است؛ آثار و نمادهای به جای مانده از دوره های مختلف تاریخ باستان که بر پیکره جغرافیایی ایران نقش بسته، یکی از مهمترین جنبه های جغرافیایی در مطالعات گردشگری می باشد، همچنین به دلیل داشتن جاذبه های مختلف گردشگری، تغییر و تحولات ناشی از اجرای طرح بهسازی اماکن گردشگری از جمله: طرح زیباسازی روستاها، مرمت آثار باستانی و ایجاد هتل های متناسب با نیاز گردشگران، فضای محیطی و اقلیمی هر منطقه، از کشورهای مقصد گردشگری جهان به شمار می رود (پورکریمی و نعمتی، ۱۳۹۳).

امروزه جذب گردشگران خارجی به رقابتی فزاینده در بین نهادهای دیگر در صنعت گردشگری تبدیل شده است، زیرا این صنعت نه تنها در پیشبرد اقتصاد ملی و درآمدهای ارزی نقش قابل توجهی دارد بلکه صنعتی پاکیزه و عاری از آلودگی می باشد که می تواند به عنوان یک رهیافت مهم اقتصادی بکار گرفته شود. حفاظت از بناها و احیاء بافت های با ارزش اماکن گردشگری در ارتباط با صنعت گردشگری، تابع تعیین حریم و ارزش گذاری است. در تعیین حریم و ارزش گذاری توجه به نیازمندی ها و توانمندی های موجود در محیط زیست جغرافیایی با نگاهی به ظرفیت ها و پتانسیل های گردشگری کشور ایران، جذب گردشگر با برنامه ریزی صحیح و کارآمد می تواند منجر به توسعه پایدار، رشد اقتصادی و تبادل فرهنگی در سطح ملی و جهانی شود.

۱۱. منابع و مراجع

- پورکریمی و نعمتی (۱۳۹۳) تأثیر گردشگری روستایی در بهسازی و حفاظت بافت با ارزش روستایی، همایش ملی گردشگری، جغرافیا و محیط زیست پایدار، همدان، دوره دوم، ۲۲ آبان ۱۳۹۳
- جام کسروی، محمد (۱۳۸۹) بهسازی بافت های با ارزش روستایی (فرایندی از ذهنیت تا عینیت)، فصلنامه مسکن و محیط روستا، تهران، شماره ۱۳۱
- رضوانی، علی اصغر (۱۳۹۲) جغرافیا و صنعت توریسم، چاپ سیزدهم، تهران، انتشارات دانشگاه پیام نور
- سرتیپی پور، محسن (۱۳۸۸) آسیب شناسی معماری روستایی، دانشگاه شهید بهشتی، بنیاد مسکن انقلاب اسلامی، تهران، انتشارات شهیدی.
- ضیایی، محمود (۱۳۹۲)، شناخت صنعت گردشگری با رویکرد سیستمی. چاپ دوم، تهران، نشر علوم اجتماعی
- علی اکبری، اسماعیل (۱۳۹۲)، جغرافیای گردشگری ایران. چاپ دوم، تهران، انتشارات سمت
- نوبخت، محمدباقر و پیروز، الهام (۱۳۸۷)، توسعه صنعت گردشگری در ایران. تهران، انتشارات معاونت پژوهشی دانشگاه آزاد اسلامی
- ویلیامز، استیفن (۱۹۹۸)، جغرافیای گردشگری. ترجمه ضیایی (۱۳۸۸)، چاپ اول، تهران، انتشارات دانشگاه پیام نور،