



صنعت توریسم و روابط بین‌الملل

سامان حیدری*^۱ حسن رحمتی^۲

^۱ کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه ریزی شهری دانشگاه شهید بهشتی تهران پست الکترونیک: saman_heydari2013@yahoo.com

^۲ کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه ریزی شهری دانشگاه خوارزمی تهران پست الکترونیک: rahmati.hasan11@yahoo.com

چکیده

امروزه صنعت توریسم (گردشگری) به اندازه‌ای در توسعه اقتصادی- اجتماعی کشورها اهمیت دارد که اقتصاددانان آن را صادرات نامرئی نام نهاده‌اند. این صنعت به عنوان یکی از منابع درآمد و ایجاد اشتغال در سطح بین‌المللی می‌تواند رهیافتی برای توسعه اقتصادی در قلمرو ملی باشد. گردشگری به خصوص در زمانی که سود فعالیت‌های دیگر بخش‌های اقتصادی در حال کاهش باشد، جایگزین مناسبی برای آنها و راهبردی برای توسعه است. بر این مبنا دلیل اصلی توسعه گردشگری غلبه بر پایین بودن سطح درآمد و ارائه فرصت‌های جدید شغلی و تحولات اجتماعی در جامعه است و می‌تواند امید‌هایی را برای کاهش فقر بخصوص در نواحی که به نوعی دچار رکود اقتصادی شده‌اند، فراهم آورد. گردشگری در چارچوب الگوی فضایی خاصی عمل می‌کند، یکی از این الگوهای فضایی، گردشگری بین‌المللی است. کشورهای مختلف جهان به علت آنکه جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی بسیار دارند غالباً مقاصد گردشگری مهمی محسوب می‌شوند. ملل مختلف معمولاً جاذبه‌های متنوع و بزرگی شامل موزه‌ها، بناهای یادبود، سالن‌های تئاتر، استادیوم‌های ورزشی، پارک‌ها، مراکز خرید، مناطقی با معماری تاریخی و مکان‌هایی مربوط به حوادث مهم یا افراد مشهور را دارا هستند که خود گردشگران بسیاری را جذب می‌کند، کشورها با سرمایه‌گذاری در این صنعت می‌توانند موفقیت‌های چشم‌گیری را به دست آورند از جمله: ایجاد اشتغال پایدار، افزایش درآمد ملی، محبوبیت در سطح بین‌المللی و ... را می‌توان نام برد.

واژه‌های کلیدی: توریسم، صنعت، روابط بین‌الملل، جاذبه‌های گردشگری، توریسم بین‌المللی