

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



دانشگاه علامه طباطبائی

دانشکده مدیریت و حسابداری

پایان نامه ارشد مدیریت جهانگردی گرایش برنامه ریزی توسعه

پیش بینی جریان مسافرت از شهر تهران به استان مازندران
توسط شبکه های عصبی مصنوعی

نگارش

الهام منتظری هدشی

استاد راهنما

دکتر محمدرضا تقوا

استاد مشاور

دکتر حمید ضرغام

استاد داور

دکتر اکبر پورفرج

تابستان

۱۳۹۰

قدردانی

در آغاز خداوند سبحان را سپاس می گویم که به من فرصت داد تا در راه شناخت او گام بردارم. بیش از ۱۱ ماه وقت و انرژی صرف گردید تا این تحقیق به ثمر برسد. در این راه، از همکاری عزیزان زیادی برخوردار شدم که با استفاده از راهنمایی و مشاوره آنها توانستم در اصلاح، ویرایش و هر چه پربارتر شدن مطالب موجود کمک بگیرم.

لازم می دانم ابتدا از پدر و مادر مهربان و دلسوزم تشکر نمایم که زمینه های لازم جهت تحصیل مرا فراهم آورده و همواره مشوق من در این راه بودند. از جناب آقای دکتر تقوا که همواره با راهنمایی های مفید و ارزنده شان سیر حرکتی این تحقیق را کنترل می کردند تشکر و سپاسگزاری می نمایم. از جناب آقای دکتر ضرغام که با قبول زحمت، مشاوره اینجانب را در انجام این تحقیق پذیرفتند، تشکر می نمایم.

از آقای مهندس حامد منتظری که با عملیات برنامه نویسی مطلب، مسبب پیاده سازی این تحقیق در پیش بینی، توسط شبکه های عصبی مصنوعی گردیدند، سپاس فراوان دارم. از کمک های آقای شریفی که با راهنمایی های مکرر خود موجب ارتقای سطح این تحقیق گردیدند نیز کمال تشکر را دارم.

از همکلاسی های خوبم که افتخار تحصیل در کنارشان را داشتم، تشکر نموده و برایشان آرزوی موفقیت و سربلندی می نمایم. از جناب آقای باقری، معاون سازمان میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی استان مازندران نیز کمال تشکر را دارم.

در نهایت از کلیه عزیزانی که به نحوی در اتمام این رساله مرا یاری نمودند، قدردانی می نمایم.

الهام منتظری هدشی

شهریور ۱۳۹۰

چکیده

موضوع مورد توجه در تحقیق حاضر، پیش بینی جریان مسافرت از تهران به مازندران با استفاده از شبکه های عصبی مصنوعی می باشد. لایه ورودی شبکه عصبی را ۷ متغیر مستقل آلودگی هوای تهران، تعداد روزهای تعطیل، متوسط دمای هوای تهران، متوسط میزان بارش مازندران، متوسط دمای هوای مازندران، جمعیت تهران و شماره ماه مورد نظر تشکیل می دهد که سعی در پیش بینی تعداد مسافران ورودی به مازندران دارد. در نهایت شبکه ای با یک لایه ورودی شامل ۷ نورون، یک لایه پنهان با ۱۳ نورون و یک لایه خروجی شامل ۱ نورون انتخاب گردید. اطلاعات مربوط به متغیرهای ۷ گانه از سال ۱۳۸۴ تا ۱۳۸۹ برای آموزش شبکه مورد استفاده قرار گرفت. متوسط خطای شبکه ۵۳.۳۷۴۵ واحد می باشد. نتایج حاکی از آن است که متغیرها در ماه های مختلف سال، اثرات مختلفی روی روند سفر داشته است. با پیش بینی جریان مسافرت توسط شبکه های عصبی مصنوعی و دانستن ظرفیت مسافرت در استان مازندران، می توان به رفع نیازمندی های مسافران پرداخته و لذت سفر را با کاهش تراکم و فراهم آوردن امکانات رفاهی به صورت کافی، دوچندان نمود.

کلمات کلیدی: شبکه های عصبی مصنوعی، جریان مسافرت، تهران، استان مازندران

فهرست مطالب:

فصل اول: توضیحاتی پیرامون موضوع تحقیق

۹	۱-۱- مقدمه
۱۰	۲-۱- بیان مساله
۱۴	۳-۱- اهمیت و ضرورت تحقیق
۱۴	۴-۱- سوالات تحقیق
۱۵	۵-۱- اهداف تحقیق
۱۵	۶-۱- روش شناسی تحقیق

فصل دوم: مبانی نظری و پیشینه تحقیق

۱۷	۱-۲- مقدمه
۱۷	۲-۲- مبانی نظری
۱۷	۱-۲-۲- مسافرت و گردشگری
۱۹	۲-۲-۲- مسافر و گردشگر
۲۲	۳-۲-۲- نظام گردشگری
۲۳	۴-۲-۲- عوامل انگیزاننده و جذب کننده
۲۴	۵-۲-۲- پیش بینی جریان گردشگری
۲۵	۵-۲-۲- الف- روش های کمی
۲۹	۵-۲-۲- ب- روش های کیفی
۲۹	۶-۲-۲- هوش مصنوعی
۳۰	۷-۲-۲- هوش محاسباتی
۳۳	۸-۲-۲- الگوهای هوش محاسباتی
۳۴	۸-۲-۲- الف- محاسبات تکامل
۳۶	۸-۲-۲- ب- هوش جمعی
۳۸	۸-۲-۲- ج- سیستم های ایمنی مصنوعی
۳۹	۸-۲-۲- د- سیستم های فازی
۴۳	۸-۲-۲- ه- شبکه های عصبی مصنوعی
۴۹	۹-۲-۲- کاربرد شبکه های عصبی مصنوعی در گردشگری
۵۳	۳-۲- ادبیات تحقیق
۵۵	۴-۲- توضیحاتی پیرامون جغرافیا و اقلیم تهران
۵۶	۵-۲- توضیحاتی پیرامون جغرافیا و اقلیم استان مازندران

فصل سوم: روش تحقیق

۵۸	۱-۳- نوع تحقیق
۵۸	۲-۳- روش تحقیق
۵۸	۳-۳- طراحی پرسشنامه
۵۹	۴-۳- نمونه گیری

۶۰ ۳-۵- نحوه گردآوری داده ها
۶۱ ۳-۶- روش تجزیه و تحلیل داده ها
۶۱ ۳-۷- شبکه های عصبی مصنوعی
۶۱ ۳-۸- شبکه عصبی و گردگشگری
۶۷ ۳-۹- چارچوب تئوری مساله مورد تحقیق
۷۰ ۳-۱۰- متغیرهای تحقیق
۷۰ ۳-۱۰-۱- دمای هوا
۷۱ ۳-۱۰-۲- آلودگی هوا
۷۲ ۳-۱۰-۳- تعطیلات
۷۴ پیوست ۱- پرسشنامه
	فصل چهارم: نتایج تحقیق
۷۸ ۴-۱- ویژگی های نمونه
۸۲ ۴-۲- پاسخ به سوالات تحقیق
۸۲ ۴-۲-۱- پاسخ به سوال اصلی تحقیق
۸۳ ۴-۲-۱-الف- خلاصه ای از برنامه مورد استفاده در این تحقیق
۸۷ ۴-۲-۲- پاسخ به سوالات فرعی تحقیق
	فصل پنجم: نتیجه گیری و پیشنهادات
۹۹ ۵-۱- مقدمه
۹۹ ۵-۲- جمع بندی یافته های تحقیق
۹۹ ۵-۲-۱- ویژگی های جمعیت شناختی
۱۰۰ ۵-۲-۲- تاثیر متغیرها بر روند مسافرت
۱۰۸ ۵-۳- پیشنهادات
۱۰۸ ۵-۳-۱- پیشنهادات حاصل از نتایج تحقیق
۱۱۰ ۵-۳-۲- پیشنهادات برای تحقیقات آتی
۱۱۱ ۵-۴- سخن آخر
۱۱۳ منابع کلی پایان نامه

فهرست شکل ها و جدول ها

شکل ۱-۱- نرون زیستی	۱۲
شکل ۲-۱- نرون مصنوعی	۱۲
شکل ۳-۱- شبکه عصبی مصنوعی	۱۳
شکل ۱-۲- الگوهای هوش محاسباتی	۳۳
شکل ۲-۲- ساختار یک نرون طبیعی	۴۵
شکل ۳-۲- ساختار یک نرون عصبی مصنوعی	۴۶
شکل ۴-۲- ساختار شبکه عصبی گردشگری الکترونیک	۵۲
شکل ۱-۳- ساختار شبکه عصبی مورد استفاده در تحقیق	۶۸
جدول ۱-۴- نتایج متغیرهای جمعیت شناسی پرسش نامه	۷۸
جدول ۲-۴- توزیع فراوانی پاسخ دهندگان بر حسب نگرش آنان به متغیرهای تحقیق	۸۰
نمودار ۱-۴- فرایند پیش بینی شبکه عصبی مورد استفاده	۸۶
نمودار ۲-۴- تخمین قدرمطلق خطای شبکه	۸۶
جدول ۳-۴- نتایج حاصل از متغیر دما و آلودگی تهران و تعداد روزهای تعطیل در ماه و رابطه با مسافر	۸۸
نمودار ۳-۴- بررسی دمای هوای تهران در فروردین ۸۵ و ۸۸	۹۲
جدول ۴-۴- نتایج حاصل از بررسی بارش مازندران و رابطه آن با تعداد مسافر	۹۳
جدول ۵-۴- نتایج حاصل از بررسی دمای مازندران و رابطه آن با تعداد مسافر	۹۵

فصل اول

توضیحاتی پیرامون موضوع تحقیق

فصل اول

توضیحاتی پیرامون موضوع تحقیق

۱-۱- مقدمه:

همه ما در زندگی برای گذران اوقات فراغت و یا فرار از مشغله های روزمره زندگی یا شرایط نامساعد مکان زندگی، مبدا خویش را برای مدت کوتاهی ترک نموده و به مسافرت پرداخته ایم. فرایند مسافرت پدیده ای به ظاهر ساده اما متشکل از اجزای متعددی است که عدم کیفیت خدمات ارائه شده در هر جزء منجر به عدم نارضایتی مسافر می گردد.

طبق مدل لایپیر (۱۹۹۵) گردشگری شامل سه عامل جغرافیایی مبدا، مسیر ترانزیت و مقصد می باشد که هر عامل خود دارای زیر بخش ها و جزییات فراوان است. عوامل جذب کننده^۱ گردشگر در مقصد گردشگری، گردشگران را به یک مقصد خاص جلب می کنند و عوامل انگیزشی^۲ در مبدا موتور محرکه صنعت گردشگری می باشند که باعث حرکت مردم به قصد سفر به مکانی دیگر می گردند. در واقع گردشگری هم از سوی تقاضا و منطقه مبدا و هم از سوی عرضه و منطقه مقصد هدایت می شود. در این راستا نباید مسیر حرکت گردشگران از مبدا به مقصد یا همان منطقه ترانزیت مورد اهمال قرار گیرد.

به علت فصلی بودن تقاضای گردشگری و تمرکز عوامل محرکه آن در دوره زمانی خاص برای یک مقصد از جمله استان مازندران مدیریت دوره های اوج مسافرت ضروری است. در صورت عدم مدیریت صحیح گردشگران و توزیع متعادل آنان که مستلزم پیش بینی جریان گردشگری در راستای ایجاد فرصتی مناسب برای برنامه ریزی و مدیریت می باشد، پدیده گردشگری در یک منطقه با مشکلاتی چون ازدحام، افت کیفیت، ترافیک و تراکم جاده ای روبرو شده و این موضوع در نهایت منجر به افت کیفیت تجربه گردشگری و عدم رضایتمندی گردشگران می شود. گردشگری با وجود چنین مشکلاتی با توسعه پایدار در تعارض بوده و در این صورت عدم تکرار

^۱ pull factors
^۲ push factors

سفر به منطقه مورد نظر و عدم توصیه به دیگران در طول زمان نمایان می شود. لذا جایگاه مقصد به تدریج دارای روند نزولی می گردد که خود در امر گردشگری تاثیر منفی دارد.

(Jaffari, ۲۰۰۰, p ۵۳)

۱-۲- بیان مساله:

مساله مورد توجه در تحقیق حاضر جریان انبوه گردشگران از قطب فرستنده گردشگر یعنی استان تهران به گردشگر پذیر ترین قطب کشور یعنی استان مازندران می باشد. طبق گزارش سازمان میراث فرهنگی استان مازندران حدود ۸۶٪ از گردشگران ورودی به مازندران از ساکنان استان تهران می باشند.

تحقیقی در راستای تخمین رضایت گردشگران مازندران در مورد ارزیابی میزان رضایت از خدمات ارائه شده در مسیر و مقصد (در ایام نوروزی) نشان می دهد حدود ۳۰٪ از کل گردشگران از کیفیت سفر خود رضایت کافی نداشته اند. (ضرغام و شجاعی، ۱۳۸۷، ص ۷۷)

مشکلات و کمبودهای گردشگران در دریافت خدمات گردشگری و ارضای ناقص نیازهای آنان ، ۵۶ درصد بالابودن قیمت ها، ۴۹ درصد کیفیت نامناسب جاده ها، ۴۱/۶ درصد وجود زباله و عدم نظافت ارزیابی شده است. درصدهای فوق مربوط به مسافران نوروزی استان مازندران در سال ۱۳۸۶ می باشد که می توان آنها را به سال های اخیر هم نسبت داد. (شجاعی، ۱۳۸۷)

شناسایی مشکلات، علاوه بر شناخت ویژگی ها و خواسته های اساسی گردشگران می تواند به درک و شناخت هر چه بیشتر مدیران و برنامه ریزان گردشگری از مشتریانشان کمک کند تا مطابق نیاز ها به توسعه و تخصیص منابع و امکانات همت گمارند.

آگاهی از عوامل و مکانیزم های تاثیر گذار بر زمان و مکان گردشگری به ما در شناخت الگوی سفر و همچنین جریان و روند گردشگری در آینده کمک می نماید.

لذا با شناخت دقیق مشکلات و نیاز ها و عوامل محرک سفر چه در مبدا مانند دمای هوا ، میزان آلودگی هوا ، تعداد روزهای تعطیل در استان تهران ، درآمد در دسترس ، قیمت بنزین و ... و چه

در مقصد مانند جشنواره های گردشگری ، قیمت خدمات در مازندران و عوامل بازدارنده مانند بالا بودن دمای هوای استان مازندران یا میزان بارندگی می توان مدیریت صحیح جریان گردشگری به خصوص در روزهای اوج سفر را پیاده نمود.

در این راستا پیش بینی عواملی که داده های آن در دسترس می باشند توسط ابزارهای مختلف آماری می تواند ما را در مدیریت به هنگام مسافرت یاری کند . در تحقیق حاضر عواملی همچون دمای هوای تهران ، متوسط میزان بارش شهرستان های مازندران و میزان الودگی هوای تهران به عنوان متغیر های مستقل و ورودی گردشگر به مازندران را به عنوان متغیر وابسته مورد سنجش قرار می دهیم.

فرایند پیش بینی امروزه به دلیل پیچیدگی تکنیک ها و متدولوژی های مورد استفاده، خود به یک هدف تبدیل شده است و این در حالی است که فرایند پیش بینی وسیله ای در راستای کمک به تصمیم گیری مدیریت است. (Frechtling, ۲۰۰۱, p ۳)

از دید دهخدا پیش بینی کردن همان مال اندیشی ، عاقبت اندیشی، به کار بردن احتیاط و آخر بینی به معنای در نظر گرفتن نتایج یک امر است. (دهخدا، ۱۳۲۴)

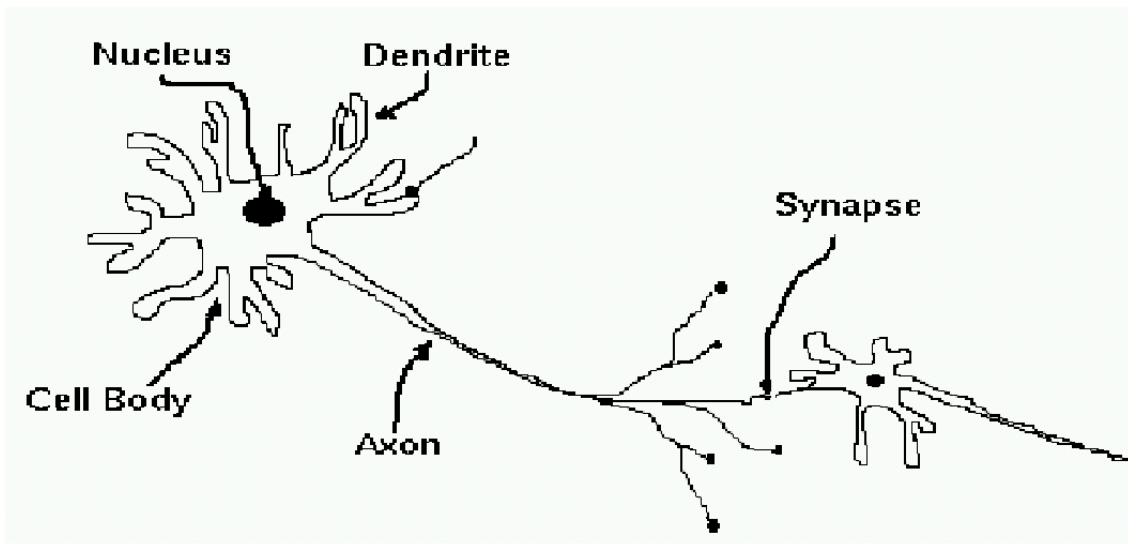
طبق تعریف دیکشنری انگلیسی آکسفورد فرایند پیش بینی عبارت است از فرایند سازماندهی اطلاعات گذشته یک پدیده جهت پیش بینی آینده آن. (Frechtling, ۲۰۰۱, p ۸)

شبکه های عصبی مصنوعی ابزاری معتبر در دست است که در روش های کمی و سری های زمانی جای می گیرد و دارای صحت و دقت فراوانی در نتایج می باشد.

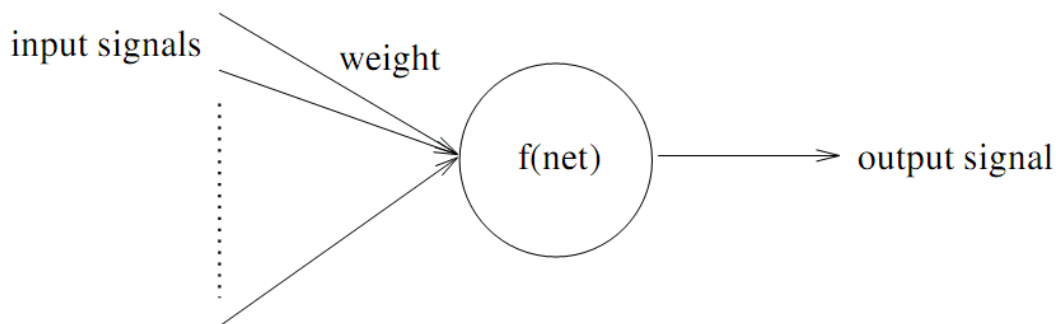
حال به توضیح مختصری درباره شبکه های عصبی مصنوعی می پردازیم:

مغز انسان ابزاری پیچیده و قادر به واکنش و پاسخگویی در چند هزارم ثانیه می باشد و ابزاری کامپیوتری مانند شبکه عصبی مصنوعی با الهام از مغز انسان طراحی شده است.

در شکل ۱-۱ ساختار یک نرون طبیعی مغز و در شکل ۱-۲ ساختار یک نرون در شبکه عصبی مصنوعی نمایش داده شده است.



شکل ۱-۱- نرون زیستی



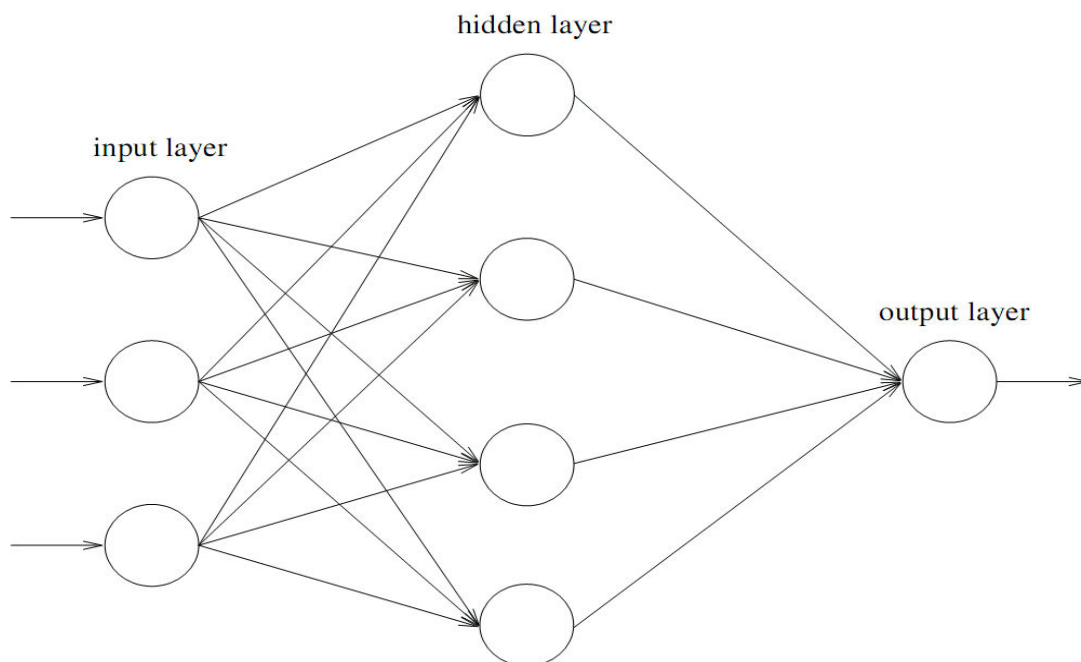
شکل ۲-۱ - نرون مصنوعی

شبکه عصبی یک شبکه لایه ای از نرون های مصنوعی است. یک شبکه عصبی مصنوعی می تواند پیام هایی را از محیط دریافت کرده و از آنها به عنوان ورودی استفاده نماید. با دریافت این سیگنال ها و دادن وزن به هر ورودی و قرار دادن آن در یک تابع، این شبکه قادر به دریافت خروجی می باشد. همان گونه که در ساختار شبکه عصبی مصنوعی ملاحظه می کنید متغیرهای

مورد نظر وارد شبکه می شوند. شبکه برحسب درجه اهمیت به هر یک وزنی اختصاص می دهد و با استفاده از توابع مربوط خروجی را که در اینجا تعداد گردشگران ورودی به خطه شمال کشور است ارائه می دهد. گاهی نیز استفاده از لایه های پنهان در طول فرایند ضروری می باشد. در شبکه عصبی هر لایه با لایه قبل مرتبط بوده و امکان برگشت بازخور به لایه قبل وجود دارد. ساختار قرارگیری لایه ها در شکل ۱-۳ آمده است. (Engelbrecht, ۲۰۰۷, p ۷)

از آنجا که شبکه عصبی مصنوعی یک سیستم یادگیرنده است، با ورود اطلاعات موجود پیرامون عوامل موثر در تعداد گردشگران، حاصل شده از جمع آوری پرسش نامه و جمع آوری داده های سال های پیش از آمار موجود در سازمان ها و همچنین دادن خروجی یعنی تعداد گردشگران می توان این نرم افزار را برای پیش گویی آماده سازی نمود. پس از پیش گویی و فهم تراکم مسافران و همچنین دانستن توان استان های شمالی از تعداد مشخصی از مسافران می توان روزهای تراکم گردشگران را پیش بینی نمود و به ارائه مدلی در این خصوص اقدام کرد. پس از دانستن روزهای تراکم گردشگران باید در پی برنامه ریزی و کاهش تراکم برآمد.

شکل ۱-۳ نمایی از شبکه عصبی مصنوعی می باشد:



شکل ۱-۳- شبکه عصبی مصنوعی

۳-۱- اهمیت و ضرورت تحقیق:

در پیشرفت نظام مند گردشگری به مدل سازی جریان گردشگران در راستای تامین نیازمندی های آنان احتیاج می باشد. با درک بهینه تعداد گردشگران با توجه به عوامل موثر بر تراکم یا کمبود گردشگر که مستلزم فهم مدل گردشگری است می توان بر اساس منابع کمیاب و میزان نیاز به این منابع از منابع در دسترس استفاده بهینه را نمود و این به معنای واقعی مدیریت گردشگری است.

۴-۱- سوالات تحقیق:

سوال اصلی تحقیق:

✓ چه مدلی می تواند جریان کنونی مسافرت از شهر تهران به مقصد استان مازندران را به خوبی پیش بینی کند؟

سوالات فرعی تحقیق:

✓ آیا می توان روزهای اوج سفر شهروندان تهرانی به استان مازندران را با استفاده از شبکه های عصبی مصنوعی پیش بینی نمود؟

✓ آیا دمای هوای تهران، آلودگی هوای تهران و تعداد روزهای تعطیل با سفر به مازندران رابطه ای مستقیم دارند؟

✓ آیا متوسط میزان بارش در مازندران با سفر تهرانی ها به مازندران رابطه ای عکس دارد؟

✓ آیا دمای هوای نوشهر به عنوان یک شهر ساحلی مازندران که معرف دمای هوای شمال کشور است با سفر شهروندان تهرانی به مازندران رابطه ای دارد؟

✓ آیا جمعیت تهران در سفر شهروندان تهرانی به استان مازندران دخیل است؟

✓ چه راهکارهای مدیریتی در مواقع اوج سفر شهروندان تهرانی به مازندران وجود دارد؟

۱-۵- اهداف تحقیق:

اهداف تحقیق شامل اهداف علمی از جمله توسعه دانش نظری و ادبیات مرتبط با کاربرد شبکه های عصبی مصنوعی در مدیریت گردشگری و اهداف کاربردی شامل شناسایی عوامل موثر در اوج سفر مسافران تهرانی به استان مازندران، پیش بینی روزهای اوج سفر به استان مازندران و ارائه راه کارهایی جهت برقراری تعادل هنگام اوج سفر به استان مازندران می باشد.

۱-۶- روش شناسی:

نوع روش تحقیق، توصیفی تاریخی می باشد. این تحقیق از آن جهت توصیفی است که جریان مسافرت کنونی را بدون هیچ گونه دخالتی گزارش داده و تاریخی است زیرا بر موضوع سفر شهروندان تهرانی در ۶ سال گذشته تکیه داشته و بر اساس این اطلاعات و کاربرد آن در شبکه های عصبی مصنوعی به پیش بینی روند مسافرت می پردازد.

(نادری و سیف نراقی، ۱۳۸۸، ص ۳۶)

سفر همواره از عوامل مختلفی تاثیر پذیرفته است و با نوسان هایی رو به رو بوده است. هدف از تحقیق حاضر شناسایی این عوامل از دید مردم با توزیع پرسشنامه و جمع آوری اطلاعات پیرامون این عوامل است. برای استفاده از این نقاط داده در شبکه عصبی، به تعداد کافی داده نیاز است. با کاربرد ترکیب این داده ها در شبکه عصبی می توان آینده جریان گردشگری را با سطح بالایی از اطمینان پیش بینی نمود.

فصل دوم
مبانی نظری و پیشینه تحقیق

فصل دوم

مبانی نظری و پیشینه تحقیق

۲-۱- مقدمه:

در این فصل مبانی نظری و پیشینه تحقیق ارائه می‌گردد. ابتدا اشاره ای به مبحث مسافرت و گردشگری داشته و در ادامه پیش بینی جریان گردشگری و روش های آن ذکر می‌گردد. پس از آن به شرح مدل های موجود پیش بینی پرداخته شده و هوش محاسباتی به عنوان مدلی از پیش بینی، بیان می‌گردد. انواع مدل های هوش محاسباتی به اختصار بیان شده و در نهایت شبکه های عصبی مصنوعی و کاربرد آن در گردشگری شرح داده خواهد شد.

۲-۲- مبانی نظری

۲-۲-۱- مسافرت^۳ و گردشگری^۴:

مسافرت در واقع حرکت از جایی به جای دیگر است. مسافرت پایه گردشگری است و بدون آن هیچ جریان گردشگری وجود ندارد. بهبود در سهولت سفر حیطة عمل گردشگری را وسعت بخشیده و بر اشکال مختلف گردشگری تاثیر گذاشته است. در واقع بسیاری از اشکال مسافرت مانند پیاده روی، قایق رانی، کلک سواری^۵، اسب سواری، اسکی بازی، رانندگی جهت تفریح و رانندگی اتومبیل مخصوص روی برف از فعالیت های گردشگری هستند. گرچه بعضی اوقات گردشگری و مسافرت مترادف هم بکار برده می‌شوند اما مسافرت مفهومی گسترده تر از گردشگری دارد. مهاجران و دانشجویان انتقالی می‌توانند مسافر به حساب بیایند. بسیاری از مسافران لزوماً گردشگر نیستند. هر دو امر مسافرت و گردشگری مستلزم تردد افراد از مبدا به مقصد، از طریق مسیرهای متصل کننده می‌باشد. اگرچه بسته به فاصله طی شده، عبور از مرز، طول مدت اقامت و انگیزه، مسافران می‌توانند گردشگر به حساب بیایند یا فقط در زمره گروه

^۳ travel
^۴ tourism
^۵ rafting

بزرگتر مسافر باقی بمانند. کاربرد چنین شاخص هایی از موقعیتی به موقعیت دیگر متفاوت است. به این دلیل تشخیص مسافر از گردشگر غیر دقیق بوده و انسان را دچار سردرگمی می نماید. همچنین تفاوت های زمانی و کیفی نیز به مسافرت و گردشگری نسبت داده می شود.

(Jaffari, ۲۰۰۰, p ۶۰۰)

گردشگری صنعتی چندبخشی است و دارای زمینه ای میان رشته ای می باشد. برای درک ابعاد آشکار و پنهان آن، مطالعات بسیاری انجام گرفته است. مطالعات در دهه ۱۹۶۰ بر اثرات اقتصادی و تلاش های حاضر برای تعریف آن به عنوان صنعت، متمرکز بوده اند. برای تنظیم چنین تمرکز جامعی، در طول سال های اخیر برخورد کلی با گردشگری مورد مقبولیت عام قرار گرفته است. به عنوان مثال گردشگری مطالعه فردی است که دور از مکان معمول زندگی است و این مطالعه وسایل لازم و صنعت پاسخگوی نیازهای متنوع وی و دنیای عادی (مکانی که گردشگر از آنجا می آید) و دنیای غیرمعمول (مکانی که گردشگر به آنجا می رود) و روابط منطقی بین آنها را شامل می شود. اگر بخواهیم تعریفی نظام مند از گردشگری ارائه دهیم می توان چنین بیان نمود که گردشگری مطالعه همه اجزاء، ساختارهای اتصال بین اجزا و عملکرد آنها، همچنین راه های تاثیرگذاری و تاثیر پذیری دیگر اشکال و نیروهای مربوط به این نظام است. (Jaffari, ۲۰۰۰, p ۵۸۵) در تعریفی دیگر از کمیسیون آمار ملل متحد در مارس ۱۹۹۳، گردشگری به مجموعه فعالیت های افراد اطلاق می شود که به مکان هایی خارج از محل زندگی و کار خود به قصد تفریح و استراحت و انجام امور دیگر رفته و بیش از یک سال متوالی در آن مکان ها سپری نمی کنند. (داس ویل، ۱۹۹۹، ترجمه اعرابی و ایزدی، ۱۳۷۸، ص ۱۹)

طبق تعریف سازمان جهانی گردشگری^۶ که در سال ۱۹۹۱ با همکاری دولت کانادا تشکیل شد و اکنون بسیاری از دولت ها در آن عضویت دارند، گردشگری به عمل فردی که به مسافرت می رود و در آن زمان که خارج از محیط زندگی وی است برای مدتی کمتر از یک سال جهت تفریح،

^۶ World Tourism Organisation (WTO)

تجارت و دیگر هدف ها اقامت نماید، اطلاق می گردد. (چاک. وای. گی، ۱۹۳۳، ترجمه پارسائیان و اعرابی، ۱۳۸۲، ص ۲۲)

طبق الگوی توصیه شده توسط سازمان جهانی گردشگری، گردشگری به سه شکل صورت می گیرد:

گردشگری داخلی^۷ شامل ساکنان یک کشور است که فقط داخل آن کشور مسافرت می کنند.

گردشگری خارجی^۸ شامل افرادی است که ساکن یک کشور نیستند و به کشوری خاص مسافرت می کنند.

گردشگری خارجی^۹ شامل افرادی است که ساکن یک کشورند و به خارج از آن کشور مسافرت می کنند.

بنابر تعاریف فوق، گردشگری داخلی شامل گردشگری داخلی و گردشگری خارجی ها می شود. گردشگری ملی شامل گردشگری داخلی و گردشگری خارجی است و گردشگری بین المللی شامل گردشگری داخلی و گردشگری خارجی ها می شود. (داس ویل، ۱۹۹۹، ترجمه اعرابی و ایزدی، ۱۳۷۸، ص ۲۳)

۲-۲-۲- مسافر^{۱۰} و گردشگر^{۱۱}:

مسافر به شخصی اطلاق می گردد که در سفر بین دو یا بیشتر از دو کشور یا بین دو یا بیش از دو مکان خاص در کشور خود باشد. یک تمایز برای اهداف آماری بین دو نوع مسافر تشخیص بازدید کننده از دیگر مسافران است. همه انواع مسافران که در گردشگری مورد بحث قرار می گیرند تحت عنوان بازدیدکننده از آنها یاد می شود. پس اصطلاح بازدید کننده نشانگر مفهومی پایه ای برای تمام سیستم آماری گردشگری است. (Medlik, ۱۹۹۳, p ۱۷۲)

واژه گردشگر یا توریست از کلمه تور که گشتی تفریحی است نشات می گیرد.

^۷ Domestic tourism

^۸ Inbound tourism

^۹ Outbound tourism

^{۱۰} traveller

^{۱۱} tourist

اولین نشانه معنای جدید گردشگر در کتابی از دانیل دفو به نام یک تور در سراسر جزیره بریتانیای کبیر^{۱۲} (۱۷۲۶) ظهور کرد. این کتاب در ارتقای این معنا کمک بسیاری نمود. پیشتر انگیزه های مسافر شامل گرایش های مبهم جهت تحقیق، اکتشاف، سیاست، تجارت و دلایل مذهبی بوده است. دفو^{۱۳} در سال ۱۷۲۶ یعنی ۲۷۰ سال پیش فراغت را با انگیزه های ذکر شده در می آمیزد. در ژاپن باشو^{۱۴} یک پیشگام دیگر در زمینه فراغت بود. وی در سال ۱۶۹۲ کتابی تحت عنوان مسیری باریک به عمق امریکا^{۱۵} را نگارش نمود. ظهور تورهای مجلل و بزرگ^{۱۶} در اروپا در ۱۷۴۵ که به اهداف فرهنگی انجام می شد، نشانگر رشد بحث فراغت در گردشگری است.

یک قرن بعد در دهه ۱۷۷۰ آدام اسمیت^{۱۷} ایده ای جدید را شکل داد. از نظر وی آرمان های فرهنگی با ترجیحات فراغتی به قدر کفایت برای توجیه کلمه جدید توریست تا آن زمان استفاده شده بودند. پیشنهاد نوگرایانه وی این است که توریست به معنای شخصی است که دیداری سریع از یک مکان فرهنگی داشته اما بیشتر وقت خود را در جستجوی تفریح است. امروزه معانی متفاوتی در اشکال، شیوه، درجه، استاندارد، قیمت، وابستگی و غیره در میان کسانی که از مسافرت استفاده می کنند می باشد. اخیراً به صورت رایج سه بخش از معنی کلمه توریست می تواند معرفی شود. این سه بخش عبارتند از معانی توده پسند، تعاریف تکنیکی و معانی ابتکاری. قصور در مشخص کردن حد و مرز روشن بین این سه بخش به سردرگمی منجر می شود. لغت نامه ها معانی معمول توده پسند را گزارش داده اند اما نتوانسته اند همه این سه بخش را در گزارش خود جای دهند. افراد متفاوت از مفاهیم و منظرهای گوناگون در تشخیص معنی کلمه گردشگر استفاده کرده اند. بنابراین مرز مشخصی بین گردشگران و غیر گردشگران به یک شیوه دقیق برای همه افراد قابل تعیین نیست. تعاریف تکنیکی برای اطلاعات آماری مورد استفاده قرار می گیرد. یک عبارت غیر مبهم اجازه جمع آوری، پردازش و استفاده از اطلاعات خام را برای فهم

^{۱۲} A tour through the whole island of great Britain

^{۱۳} Defoe

^{۱۴} Basho

^{۱۵} Narrow Road to the Deep North

^{۱۶} Grand tour

^{۱۷} Adam Smith