

به نام خدا

## «بررسی سیاستهای گردشگری انگلستان»

ابتهال زندی \*

بخش اول: ویژگیهای کلی کشور انگلستان:

۱-۱: موقعیت فیزیکی و جغرافیایی:



انگلستان کشوری است جزیره ای واقع در غرب اروپا و دو کشور اسکاتلند و ولز همسایگان آن هستند. در غرب آن اقیانوس اطلس، شرق آن دریای شمال و جنوب آن دریای مانش قرار گرفته است. نام انگلستان از انگل، گروهی انگلوساکسون ها که حدود ۱۵۰۰ سال قبل با کشتی در این جزایر مستقر شدند گرفته شده است. این کشور را کشتزارهای سرسبز و دشت ها و تپه های کم ارتفاع پوشانده است. آب و هوای آن، به دلیل موقعیت جغرافیایی آن مرطوب و معتدل است و دوره گرما تابستان کوتاه می باشد.

"United Kingdom" از بریتانیای کبیر و ایرلند شمالی تشکیل شده است و بریتانیای کبیر نیز متشکل از انگلیس، اسکاتلند و ولز است. انگلستان مشهورترین و بزرگترین قسمت از این ۳ قسمت سیاسی جداگانه در بریتانیای کبیر می باشد و به بازار گردشگری بین المللی و گردشگری داخلی این قسمت تسلط دارد.

- وسعت:

\* دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت گردشگری-گرایش بازاریابی

زمین  $241\,590\text{qkm}$   
 آب  $3\,230\text{qkm}$   
 وسعت کل:  $244\,820\text{qkm}$

- مرز زمینی: در کل ۳۶۰ کیلومتر با کشور ایرلند.
- خط ساحلی: ۱۲/۴۲۹ کیلومتر.
- منابع طبیعی: زغالسنگ، نفت، گاز طبیعی، سنگ معدن آهن، سرب، روی، طلا، قلع، سنگ آهک، نمک، خاک رس، گل سفید، سنگ گچ، پتاس، سیلیس، زمینهای زراعی.

### ۲-۱: جغرافیای انسانی:

(July 2006) نفر ۶۰/۶۰۹/۱۵۳ جمعیت

(2006) نرخ رشد جمعیت: ۰/۲۸٪

(2006) سال ۷۸/۵۴: امید به زندگی

- گروههای قومی: سفید (انگلیسی ۸۳/۶٪، اسکاتلندی ۸/۶٪، ولزی ۴/۹٪، ایرلند شمالی ۲/۹٪) - سیاه ۲٪، هندی ۱/۸٪، پاکستانی ۱/۳٪، مختلط ۱/۲٪، سایر ۱/۶٪ (آمار سال ۲۰۰۱).
- مذهب: مسیحی ۷۱/۶٪، مسلمان ۲/۷٪، هندو ۱٪، سایر ۱/۶٪، بی دین ۲۳/۱٪ (۲۰۰۱).
- زبان: انگلیسی، ولزی ۲۶٪ از جمعیت ساکن در ولز، ۶۰/۰۰۰ نفر اسکاتلندی.
- باسوادی: کل جمعیت ۹۹٪ (شامل افراد ۱۵ سال به بالا که ۵ سال یا بیشتر را در مدرسه گذرانده‌اند).

### ۳-۱: حکومت:

- نوع حکومت: پادشاهی مشروطه
- پایتخت: لندن
- قانون اساسی: غیرمکتوب
- حق رای: ۱۸ سال به بالا



### ۴-۱: اقتصاد:

"UK" یکی از قدرتهای تجاری و مراکز اصلی تجارت در دنیا می‌باشد و یکی از ۵ کشور تریلیون دلاری در اروپای غربی به شمار می‌رود. بیش از ۲ دهه است که دولت مالکیت عمومی را کاهش داده و برنامه‌های رفاه اجتماعی را گسترش داده است. کشاورزی متمرکز، کاملاً مکانیزه و مطابق با استانداردهای اروپایی در حدود ۶۰ درصد از غذای مورد نیاز را با کمتر از ۲ درصد نیروی کار فراهم می‌کند. این کشور دارای ذغالسنگ فراوان،

گاز طبیعی، ذخایر نفت و انرژی اولیه برای تولید ۱۰٪ GDP می‌باشد. خدمات، مخصوصاً در قسمت بانک‌داری، بیمه و خدمات تجاری بخش گسترده‌ای از GDP را به خود اختصاص داده است. نرخ تورم، بهره و بیکاری در این کشور پایین است و وضعیت اقتصادی نسبتاً خوبی که دارا می‌باشد موجب شده که نسبت به پیوستن به اتحادیه اروپا و اتحادیه پول دچار وضعیت پیچیده‌ای گردد.

GDP (2006) میلیارد دلار ۱/۹۰۳

GDP (2006) میلیارد دلار ۲/۳۴۱ (با نرخ ارز رسمی)

GDP (2006) نرخ رشد ۲/۷٪

GDP (2006) دلار ۳۱/۴۰۰ سرانه

GDP سهم بخشها در

۱٪ کشاورزی
۲۵/۶٪ صنعت
۷۳/۴٪ خدمات

(2006) میلیون نفر ۳۱/۱ نیروی کار

(2006) نرخ بیکاری ۲/۹٪

(2002) جمعیت زیر خط فقر ۱۷٪

(1999) ضریب جینی ۳۶/۸

(2006) نرخ تورم ۳٪

**تولیدات کشاورزی:** غلات، دانه‌های روغنی، سیب‌زمینی، سبزیجات، محصولات لبنی.  
**صنایع:** ابزار ماشین‌آلات، تجهیزات الکتریکی، تجهیزات راه‌آهن، ساخت کشتی، هواپیما، تجهیزات ارتباطی و الکترونیکی، فلزات، مواد شیمیایی، زغالسنگ، نفت خام، کاغذ و تولیدات کاغذی، کاشی، لباس و سایر کالای مصرفی.

صادرات: ۴۶۸/۸ میلیارد دلار F.O.B (2006).

**اجناس صادراتی:** کالاهای کارخانه‌ای، سوخت، مواد شیمیایی، غذا، مشروب، تنباکو.

**صادرات به کشورها:** آمریکا ۱۵/۱ درصد، آلمان ۱۰/۵ درصد، فرانسه ۸/۹ درصد، ایرلند ۷/۳ درصد، هلند ۵/۵ درصد، بلژیک ۵ درصد، اسپانیا ۴/۴ درصد (۲۰۰۵).

واردات: ۶۰۳ میلیارد دلار F.O.B (2006).

**اجناس وارداتی:** کالاهای کارخانه‌ای، ماشین‌آلات، سوخت، مواد غذایی.

**واردات از کشورها:** آلمان ۱۲/۸ درصد، آمریکا ۸/۷ درصد، فرانسه ۷/۱ درصد، هلند ۶/۶ درصد، چین ۵ درصد، نروژ ۴/۷ درصد، بلژیک ۴/۶ درصد، ایتالیا ۴ درصد (۲۰۰۵).

ارز: پوند بریتانیا (GBP).

## ۵-۱ حمل و نقل:

فرودگاه: ۴۷۱ (2006) - (۱۰ فرودگاه بین المللی).

فرودگاه هلی کوپتر: ۱۱ (2006)

راه آهن: ۱۷/۱۵۶ کیلومتر

راه های جاده ای: ۳۸۸/۰۰۸ کیلومتر

راه های آبی: ۳/۲۰۰ کیلومتر

بنادر و ترمینالها: Liverpool, Milford Haven, Immingham , Hound Point Teesport , Sullom Voe , Southampton , London

## بخش دوم: ویژگی های گردشگری انگلستان:

### ۱-۲ جاذبه های گردشگری انگلستان:

تقریباً غیرممکن است که کلیه جاذبه های UK را در این مجال مورد بررسی قرار دهیم. تقریباً در همه ایالت ها (Shire)، روستاها و خارج شهرها جاذبه های دیدنی و دیدنی های جذاب وجود دارد. بسیاری از قلعه ها، عمارت ها و بعضی از روستاها، توسط Trusts اتحادیه ملی بریتانیا یا اسکاتلند قرق شده اند و به صورت جاذبه تاریخی معرفی می شوند. اتحادیه ملی صاحب ۲۰۰ ساختمان تاریخی است و از آنها نگهداری می کند که حدود ۴۰۰ مایل از خطه ی ساحلی و بیش از نیم میلیون اکر زمین ( $400 m^2$ ) را شامل می شود؛ که شامل ۳۰ روستای کامل، راه های آبی، ذخایر طبیعی، آسیاب های بادی و آبی، مزارع، راه های آبی ساحلی، کمپ های حفظ منابع طبیعی، فروشگاه های سوغاتی و رستورانها می باشد.

UK همچنین به خاطر چندین هزارخانه اشرافی که دارد مشهور می باشد. بسیاری از آنها برای بازدید عموم یا برای استفاده های خصوصی و مستقل و یا حتی برای اتحادیه های ملی، هنوز مورد استفاده قرار می گیرند. مناطق اصلی گردشگری UK عبارتند از:

- لندن و حومه آن
- منطقه مسطح جنوب و Salisbury.
- منطقه جنوب غربی (The Southwest Country).
- انگلستان شمالی (North England).
- پیل موت
- کمبریج
- ۵ مقصد اصلی برای گردشگری در بریتانیا که به طور نمونه می توان مثال زد عبارتند از: ۱- یک محل تفریحی برای گذران تعطیلات و یا منطقه ساحلی مانند اسکار بروف (Scarborough) ۲- یک شهر یا منطقه تاریخی و فرهنگی مانند باث (Bath) ۳- یک نماد ملی مانند بخش خاصی از کشور مثل Land's

End ۴- یک جاذبه اصلی جهانگردی مانند قلعه ویندسر (Windsor Castle)، ۵- یک تسهیلات تجاری مانند المپیا olympia، لندن London، نک NEC، بیرمنگهام Birmingham.

نمودار ۱-۲ انواع جاذبه ها در انگلستان:

جاذبه های ساخت دست بشر	
نوع	مثال
کلیسا و کلیسای جامع	کلیسای وست مینستر <i>west minister Abbey</i>
قصرهای تاریخی و قلعه ها	قصر بلن هیم <i>Blen heim palace</i>
بناهای تاریخی	استون هنج <i>Stone henge</i>
موزه ها و گالری ها	موزه بریتانیا <i>British Museum</i>
تسهیلات ورزشی	ومبلی <i>Wembly</i>
باغ ها	باغ استیب لی واتر <i>Stapeley Water</i>
حیات وحش	پارک نوزلی سفری <i>knowsley Safary</i> باغ وحش چستر <i>Chester zoo</i>
پارکها	برج های آلتون <i>Alton Towers</i>
مراکز خرید	بازار <i>Bazaar</i>
سرگرمی	پاپ ، کلوپ ، دیسکو ، نمایش ، سینما
تجارت	المپیا <i>NEC , Olympia</i>
جاذبه های طبیعی	

<i>Newquay</i> نیوکوی	ساحل
<i>Winder mere</i> ویندرمیر	دریاچه
<i>Thames</i> تامس	رودخانه
<i>Snowdonia</i> اسنودونیا	پارک ملی
<i>Cairngorms</i> کارنگورم	پیست اسکی
<i>New Forest</i> نیوفورست	جنگل
<i>Cotswolds</i> کاتس ولدز	تپه

## ۲-۲- سهم انگلستان از درآمد و پذیرش گردشگر در دنیا:

در سال ۲۰۰۵، انگلستان با پذیرش ۳۰ میلیون گردشگر، جایگاه ششم را در دنیا به خود اختصاص داد، این رقم نسبت به سال قبل یعنی ۲۰۰۴، با رقم ۲۷/۸ میلیون گردشگر، رشدی معادل ۸ درصد را شاهد بوده است. از نظر درآمدی نیز در سال ۲۰۰۵ این کشور در مقام پنجم دنیا قرار گرفت با درآمد ۳۰/۷ میلیارد دلار در این سال و یا نرخ معادل ۹/۵ درصد رشد نسبت به سال ۲۰۰۴ (۲۸/۲ میلیارد دلار درآمد در سال ۲۰۰۴). (UNWTO 2006).

## جدول ۲-۱: جایگاه UK از نظر گردشگر ورودی و درآمد در جهان:

Rank	Series <sup>1</sup>	Million		Change (%)		Rank	US\$		Local currencies					
		2004	2005*	04/03	05*/04		Billion		Change (%)					
							2004	2005*	04/03	05*/04	04/03	05*/04		
1	France	TF	75.1	76.0	0.1	1.2	1	United States	74.5	81.7	15.8	9.6	15.8	9.6
2	Spain	TF	52.4	55.6	3.1	6.0	2	Spain	45.2	47.9	14.1	5.8	3.8	5.8
3	United States	TF	46.1	49.4	11.8	7.2	3	France	40.8	42.3	11.6	3.5	1.5	3.5
4	China	TF	41.8	46.8	26.7	12.1	4	Italy	35.7	35.4	14.1	-0.7	3.8	-0.7
5	Italy	TF	37.1	36.5	-6.4	-1.5	5	United Kingdom	28.2	30.7	24.6	8.7	11.1	9.5
6	United Kingdom	VF	27.8	30.0	12.3	8.0	6	China	25.7	29.3	47.9	13.8	47.9	12.7
7	Mexico	TF	20.6	21.9	10.5	6.3	7	Germany	27.7	29.2	19.7	5.6	8.9	5.5
8	Germany	TCE	20.1	21.5	9.4	6.8	8	Turkey	15.9	18.2	20.3	14.2	14.7	7.8
9	Turkey	TF	16.8	20.3	26.1	20.5	9	Austria	15.3	15.5	9.9	0.9	-0.1	0.9
10	Austria	TCE	19.4	20.0	1.5	3.0	10	Australia	13.6	15.0	21.7	9.6	7.7	5.8

Source: World Tourism Organization (UNWTO) © (Data as collected by UNWTO 2006)

بیشترین گردشگران به مقصد این کشور در درجه اول از کشور آمریکا و در جایگاههای بعدی به ترتیب فرانسه و آلمان و ایرلند می باشند. (۲۰۰۷).

جدول ۲-۲: ۵ بازار بین المللی اصلی UK در سال ۲۰۰۷:

Top Ten Markets by Volume (2007)

	Visits (000s)	% total
USA	3,551	10.8
France	3,404	10.4
Germany	3,376	10.3
Irish Republic	2,970	9.1
Spain	2,227	6.8
Netherlands	1,823	5.6
Italy	1,615	4.9
Poland	1,294	3.9
Belgium	995	3.0
Australia	941	2.9

Top Ten Markets by Value (2007)

	Spend (£m)	% total
USA	2,537	15.9
Germany	1,206	7.6
Irish Republic	968	6.1
France	886	5.6
Spain	868	5.4
Italy	683	4.3
Australia	668	4.2
Canada	537	3.4
Netherlands	537	3.4
Poland	392	2.5

Source: Tourism Facts and Figures/www.visitbritain.com/research

۳-۲: مقاصد عمده گردشگران انگلیسی:

به جز اروپا که مقصد اصلی گردشگران انگلیسی می باشد و ۵۰ درصد گردشگران انگلیسی در این قاره به گردشگری می پردازند، بر طبق آمار سال ۱۹۹۶ به ترتیب آمریکا در مقام اول، کانادا در مقام دوم، سنگاپور، هنگ کنگ، استرالیا، هند، مصر، آفریقای جنوبی و نیوزلند در مکانهای بعدی قرار گرفته اند.

۴-۲: آمار فرصتهای شغلی در گردشگری انگلستان:

بیش از ۲ میلیون فرصت شغلی به طور مستقیم و غیر مستقیم در UK وجود دارد که طبق تخمین صورت پذیرفته ۱.۴ میلیون شغل به طور مستقیم درگیر می باشند؛ در حدود ۵٪ از افراد شاغل در این کشور در این صنعت مشغول به کار می باشند.

جدول ۳-۲: استخدام در صنعت گردشگری:

	Total (millions)	Tourism-related (millions)
Total employment	28.4	1.42
Employee jobs	24.6	1.29
Self-employment	3.6	0.13

Source: Labour Market Trends: April 2005

## ۵-۲- تأثیر حوادث ۱۱ سپتامبر، شیوع تب برفکی و بمب گذاری ۲۰۰۵ لندن بر صنعت توریسم انگلستان:

حوادث ۱۱ سپتامبر ۲۰۰۱ و شیوع تب برفکی در همین سال، هر دو باعث کاهش ۲ میلیارد پوندی در درآمد حاصل از گردشگری بین‌المللی و کاهشی ۹ درصدی در تعداد گردشگر ورودی به این کشور گردید. دولت در راستای این پیشامد، ۲۰ میلیون پوند بودجه را جهت برطرف کردن پیامدهای منفی این حادثه در فراسوی مرزهایش اختصاص داد.

بمب گذاری جولای ۲۰۰۵ لندن نیز به نوبه خود کاهش محسوسی را در گردشگری ورودی و میزان درآمد حاصله درکوارتر سوم این سال بر جای گذاشت (۹٪ کاهش تعداد بازدیدکننده نسبت به کوارتر اول سال) که این روند تا پایان ۲۰۰۶ تا حدودی تعدیل گردید.

## ۶-۲- ویژگیهای گردشگری داخلی انگلستان:

۸۳ درصد همه تعطیلات داخلی و حدود ۹۰٪ مسافرت‌های ورودی از خارج «یونایتد کینگ‌دام» به مقصد انگلیس صورت می‌پذیرد. ساکنین یونایتد کینگ‌دام برای تعطیلات و مسافرت اشتیاق خاصی دارد. یکی از ویژگیهای مهم مسافرت‌های بین‌المللی بریتانیایی‌ها بزرگی پکیج‌های مسافرتی و تورهایشان می‌باشد. کمپانی‌هایی مثل Thompson، متخصص بسته‌بندی و ساختن Package‌های تور برای بازار انبوه می‌باشد. این package‌ها معمولاً برای مسافرت‌های یک هفته‌ای به جاهایی مانند یونان، اسپانیا و دیگر مقصدهای اصلی می‌باشند و قیمت‌گذاری شده و فروخته می‌شوند بطوری که مجموعه هزینه‌های مسکن، غذا و بلیط‌های مسافرتی با هم یکجا حساب شده و در این حالت قیمت بلیط‌ها از قیمت‌های معمولی‌شان در برنامه ایرلاین‌ها ارزانتر حساب می‌شود.

شرکت‌های بریتانیایی قراردادهای چارتر (کرایه کل هواپیما) و کرایه کل هتل در مقصد را انجام داده و به همین وسیله قیمت‌های تمام شده در کل، کمتر از قیمت معمولی بلیط‌ها می‌شود. حتی بعضی هتل‌های مقصد، ساکنین بریتانیایی را که مایل به کار و زندگی ارزان چندماهه در کشورهای خارجی (exotic) هستند را استخدام می‌کنند. Package‌های ارزان قیمت برای کشورهای خوش آب و هوا و هوای بسیار بد در سواحل و گردشگاه‌های بریتانیا دو عاملی هستند که سبب کاهش مسافرت‌های داخلی در تعطیلات بریتانیایی‌ها شده است. گردشگری داخلی همیشه به طور محسوسی فصلی بوده است. نقطه اوج آن در جولای و آگوست می‌باشد، اگر چون و سپتامبر را هم به جولای و آگوست اضافه کنیم، ۵۳ درصد کل مسافرت‌ها در طول تابستان صورت می‌گیرد که بیشتر به علت سفر به مناطق خوش آب و هوا و دیدن آثار تاریخی می‌باشد.

کوتاهی فصل تابستان در انگلستان، پایان سال تحصیلی در پایان جولای، تعطیلات بانک در آگوست و تعطیلات سنتی کارخانجات در هفته اول آگوست مهمترین عوامل فصلی بودن شدید گردشگری داخلی در انگلستان می‌باشد. بیشترین مدت زمان اقامت گردشگران در انگلستان به طور متوسط ۱۱ روز می‌باشد که در اروپای غربی بیشترین آمار را دارد. بازدیدکنندگانی که از ایالات متحده می‌آیند به دلیل زبان مشترک و ارتباط فرهنگی بسیار قوی، در این کشور بسیار راحت هستند.



محلّی که بیشترین بازدیدکننده بین‌المللی را دریافت می‌کند، لندن می‌باشد که ۷۰ درصد کل بازدیدکنندگان به آنجا می‌روند. دومین منطقه مورد بازدید، جنوب‌شرقی انگلیس می‌باشد که ۱۴ درصد گردشگران به آنجا می‌روند.

UK چهارراهی برای مسافرت‌های بین‌المللی می‌باشد و به وسیله راه‌های هوایی و زمینی (قطار و اتوبوس)، به آسانی به قاره اروپا دسترسی دارد. یک سیستم کشتیرانی مردم را بین مناطق اروپایی جابجا می‌کند. حمل‌ونقل در UK به وسیله قطار، اتوبوس و اتومبیل بسیار راحت و عالی می‌باشد.

از نظر وضعیت اقامتگاهها در سال ۲۰۰۳ درآمد حاصل از صنعت هتل داری در این کشور ۱۰.۹ میلیارد پوند بود که نسبت به سال ۲۰۰۲ ۴٪ کاهش داشت. در سال ۲۰۰۵ متوسط ضریب اشغال کلیه اقامتگاههای سرویس دهنده در سراسر UK ۵۹٪ بود که نسبت به سال ۲۰۰۴ ۲٪ کاهش داشت. متوسط ضریب اشغال تخت ۴۴٪ بود که ۱٪ نسبت به ۲۰۰۴ کاهش داشت.

### **بخش سوم: بررسی روند تاریخی صنعت مسافرت و گردشگری در بریتانیا و توسعه آن:**

#### **۱-۳: توسعه گردشگری بریتانیا از گراند تور در قرن‌های شانزدهم و هفدهم تا توسعه قانون گردشگری سال ۱۹۶۹:**

گراند تور در واقع ثمره آزادی اشراف‌زادگان و نجبا و تمایل آنها به مسافرت به اروپا برای کسب علم و دانش بود. تور تمام مراکز فرهنگی و علمی اروپا از جمله پاریس، روم، برلین و استراسبورگ را مدنظر گرفته بود. این نوع مسافرت بعدها سرمشق تجار و بازرگانان گردید و به عنوان تحصیلات برای اشراف‌زادگان مطرح بود. در قرن هجدهم مسافرت برای کسب سلامتی رواج یافت و در پی آن نیز نظر مردم بار دیگر به سوی شهرهایی جلب شد که در آنها چشمه‌های آب معدنی یافت می‌شد. پس از آن نیز در عصر ویکتوریایی با اختراع و تکمیل ماشین بخار - آغاز بکار سفرهای سازمان یافته به پیشگامی توماس کوک در سال ۱۸۴۱ و تأثیر مناطق ساحلی در جذب گردشگر در دهه ۱۸۷۰، این روند رشدی روزافزون یافت. در سالهای وقوع دو جنگ جهانی، روند گردشگری در این کشور با رکود مواجه گردید. اما پس از جنگ برخی از سرمایه‌گذاران نظیر فردی لاکر (Freddie Laker) از هواپیماهای جنگی مستعمل برای ترویج مسافرت هوایی در بین مردم عادی، استفاده نمودند. در سال ۱۹۵۰ هواپیماهای گول‌پیکر بوئینگ ۷۰۷ اختراع شد و با این اختراع حمل و نقل خارجی و مسافرت به سایر قاره‌ها بسیار آسان‌تر گردید. مردم با این وسیله می‌توانستند مسافت‌های طولانی را ظرف مدت زمان اندکی طی کنند. بازرگانان و کسانی که از نظر زمانی در تنگنا بودند، در پروازهای مختلف جا رزرو می‌کردند. البته کرایه هواپیما بسیار بالا بود و تمام مردم از عهده پرداخت آن برنمی‌آمدند. از این‌رو شرکت‌های خصوصی اقدام به اجاره هواپیمای دربستی نمودند و تعداد صندلی‌ها را افزایش دادند. این امر بعدها پدیده جدیدی را به جهانیان معرفی نمود که تعطیلات پکیج نام گرفت.

#### **تعطیلات پکیج Packaged Holidays**

اولین بار در سال ۱۹۵۰ تعطیلات پکیج به صورت کنونی توسط و لادیمر رایتز از تعطیلات هاریزون Horizon Holidays معرفی گردید. وی یک هواپیمای DC3 را کرایه نمود که ظرفیت حمل ۳۲ مسافر را داشت. وی از تمام فضای هواپیما برای انتقال مسافران استفاده نمود و بدین ترتیب هزینه سفر هوایی را بسیار کاهش داد. کاهش هزینه حمل و نقل موجب گردید تا هزینه سفر در مجموع کاهش یابد.

بسیاری از تورگردان‌ها از این روش پیروی کردند. به طوری که در اوایل دهه ۱۹۶۰ مسافرت به اروپا به ویژه اسپانیا بسیار آسان و ارزان قیمت بود. در سال ۱۹۷۰ حدود ۶ میلیون بریتانیایی از این روش استفاده کردند و به سایر کشورهای اروپا مسافرت نمودند. رقابت بین شرکت‌های مختلف تشدید یافت و قیمت‌ها به سرعت کاهش پیدا کرد. این امر سبب شد تا میزان مسافرت‌های خارجی بیش از پیش افزایش یابد. گسترش روزافزون تعطیلات پکیج موجب گردید تا توازن مسافرت‌های مردم بریتانیا به اروپا با میزان سفرهای سایر ملیت‌ها به بریتانیا برهم خورد. دولت بریتانیا با مشکل کمبود ارز مواجه گردید و تلاش نمود تا مردم را به اقامت در کشور و استفاده از تفریحات داخلی تشویق کند. دولت با تصویب قانون توسعه گردشگری رسماً وارد عمل شد.

### **توسعه قانون گردشگری سال ۱۹۶۹**

توسعه قانون گردشگری که از آن به عنوان «امتیاز گردشگری» نیز یاد می‌شود، موجب گردید تا دولت نسبت به گردشگری خطومشی جدیدی اتخاذ نماید. بر طبق این قانون چهارچوب جدیدی برای گردشگری در بخش دولتی ترسیم شد که در آن اهمیت صنعت گردشگری در اقتصاد این کشور کاملاً تبیین گردید.

قانون گردشگری در جستجوی موارد زیر بود:

- دفتر گردشگری بریتانیا (BTA) و کمیته ملی گردشگری در بریتانیای کبیر.
- طرح توسعه هتل‌ها و برنامه‌های محرک
- ثبت اسامی تمام اقامتگاه‌های گردشگری
- **سازمان‌های ملی گردشگری (NTOs)** – با تصویب این قانون سازمان‌های ملی گردشگری زیر به وجود آمدند.

• دفتر گردشگری بریتانیا British Tourist Authority (BTA) که هدف از تأسیس آن تشویق بازدیدکنندگان و گردشگران داخلی است.

### **• چهار دفتر گردشگری بریتانیا:**

ETB دفتر گردشگری انگلستان

STB دفتر گردشگری اسکاتلند

WTB دفتر گردشگری ولز

NITB دفتر گردشگری ایرلند شمالی (که در سال ۱۹۷۴ تشکیل گردید).

• کمیته‌های گردشگری استان‌های جرسی Jersey، گورنسی Guernsey و ایزل آوین Isle of Man.

• **طرح توسعه هتل‌ها و برنامه‌های محرک** – این طرح به منظور بهبود کیفیت هتل‌ها و افزایش تعداد آنها در کوتاه‌مدت انجام گرفت تا مناطقی مانند لندن که تعداد اقامتگاه‌های آن جوابگوی نیاز گردشگران در آن زمان نبود، سروسامان بگیرد. سازمان‌های گردشگری با اعطای کمک‌های بلاعوض و وام‌های بلندمدت به بخش

خصوصی آنها را به کار در این زمینه علاقمند ساختند. این طرح در لندن بسیار موفق بود، اما در سایر شهرها توفیق چندانی به دست نیاورد.

• **ثبت اسامی اقامتگاه‌های گردشگری** - به موجب این بخش از قانون دولت می‌توانست مانند سایر کشورهای اروپایی برای بازرسی کیفیت هتل‌ها و اقامتگاه‌ها اقدام به اعزام مأمور و بازرس نماید. البته متأسفانه این بخش از قانون هرگز به طور کامل رعایت و اجراء نگردید و مسؤولین امر تنها به درجه‌بندی و ثبت‌نام اقامتگاه‌های مختلف بسنده نمودند. در ادامه، توضیحات بیشتری در این زمینه ملاحظه خواهید فرمود.

### نمودار ۱-۳: گام‌های اساسی در پیشرفت و توسعه صنعت مسافرت و گردشگری بریتانیا

شروع کار گراندتور Grand Tour	۱۶۷۰
اولین سرویس حمل مسافر و اتومبیل با کشتی بین دو طرف کانال در داور Dover و کالیس Calais.	۱۸۲۱
شروع احداث راه آهن	۱۸۳۰
شروع ساخت هتل‌های راه آهن در ایستگاه‌های مختلف.	۱۸۳۷
کونارد Cunard سفرهای تفریحی - گردش به آمریکای شمالی را معرفی نمود.	۱۸۴۰
توماس کوک پدیده سفرهای سازمان یافته را ابداع نمود.	۱۸۴۱
توماس کوک اولین تور پکیج به پاریس را سازماندهی نمود.	۱۸۵۵
قانون تعطیلات بانکی تصویب شد. چهار تعطیلات رسمی در هر سال.	۱۸۷۱
توسعه و احداث هتل‌ها در لندن برای پذیرایی از مسافران و جهانگردان ثروتمند اروپایی و بریتانیایی.	دهه ۱۸۹۰
قانون کارخانه‌ها به تصویب رسید و طی آن زنان و کارگران جوان می‌توانستند سالانه از ۶ تعطیلی رسمی استفاده کنند.	۱۹۰۱
سالهای جنگ موجب گردید تا تکنولوژی هواپیماسازی کاملاً پیشرفت نماید. مردم با سایر کشورها آشنا شدند و هنگامی که قادر به تهیه اتومبیل شخصی گردیدند، آزادانه به کشورهای دیگر مسافرت کردند.	۱۹۱۳
اولین کمپ تعطیلات بریتانیا در سکیگنس Skegness افتتاح گردید.	
قانون تعطیلات با حقوق.	۱۹۳۶
ولادیمیر رایتز اولین تعطیلی پکیج را معرفی نمود.	۱۹۳۸
برای اولین بار تعداد مسافرت‌های خارجی از طریق هوا بیشتر از تعداد مسافرت‌های دریایی بود.	۱۹۵۰
اختراع هواپیمای مدرن و پیشرفته بوئینگ ۷۰۷.	۱۹۵۷
تکمیل قانون جهانگردی و افتتاح BTA، دفتر جهانگردی ملی در بریتانیای کبیر.	۱۹۵۸
بیش از ۷۵٪ کارگران بریتانیایی لاقلاً هر سال ۴ تا ۵ هفته تعطیلات داشتند.	۱۹۶۹
اداره میراث ملی افتتاح گردید.	۱۹۸۳
بیش از یک میلیون جهانگرد خارجی از بریتانیا بازدید نمود.	۱۹۹۲
	۱۹۹۴

### بخش چهارم: بررسی ساختار پایه صنعت جهانگردی و سفر در بریتانیا:

#### ۱-۴- نقش بخش دولتی در فراغت و گردشگری

بخش دولتی که شامل سازمان‌های دولتی مرکزی و محلی می‌باشد، فعالیت‌های تفریحی و تسهیلات در بخش عمومی را تهیه می‌کند. تسهیلاتی که آنان فراهم می‌کنند برای پشتیبانی جامعه است و این فعالیت‌ها و تسهیلات به عنوان مثال شامل موارد زیر است:

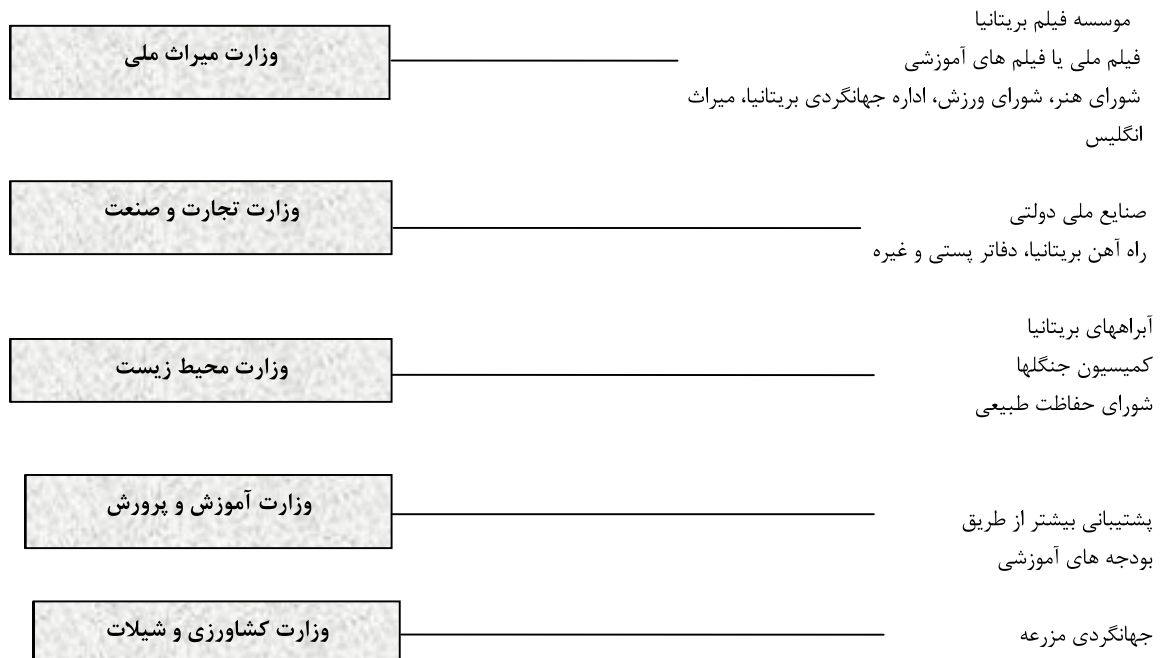
- کتابخانه‌ها و موزه‌ها
- مراکز میراث فرهنگی و گالری‌ها
- پارک‌ها، شهرسازی کودکان و زمین‌های ورزش
- مراکز ورزشی محلی
- استخرهای شنای شهرداری
- جاذبه‌های دیدنی
- مراکز اطلاعات جهانگردی
- جشنواره‌های موسیقی

#### ۱-۱-۴: دولت مرکزی

دولت مرکزی به‌ندرت به صورت مستقیم درگیر فراهم نمودن فعالیت‌های تفریحی و گردشگری در بریتانیا می‌شود. البته دولت مرکزی از طریق سازمان‌های مربوطه، قانون و کمک به مسئولین محلی و سازمان‌های ذیربط، جهانگردی و اوقات فراغت را پشتیبانی می‌کند.

قبل از دهه ۱۹۹۰ بیش از ۲۰ اداره دولتی مختلف برای نظارت مستقیم و غیرمستقیم صنعت گردشگری وجود داشت، امروزه فقط ۵ بخش وجود دارد که در نمودار زیر نشان داده شده است.

#### نمودار ۱-۴: بخشهای دولتی مرتبط با گردشگری و اوقات فراغت:



بسیاری از کارکنان دیگر وزارتخانه‌ها در آوریل ۱۹۹۲ به وزارتخانه جدیدی منتقل شده تا هماهنگی لازم برای فعالیت‌های مرتبط با صنعت گردشگری و فراغت در انگلستان را انجام دهند. نام این وزارتخانه که در صدر

وزارتخانه‌های دولتی می‌باشد، وزارت میراث ملی است. فعالیت‌های متنوعی از صدا و سیما، ورزش، گردشگری و هنر تا میراث ملی و صنعت فیلم در آن قرار می‌گیرد.<sup>۱</sup>

دولت همچنین صاحب بسیاری از صنایع ملی است و نظارت بر آنها را برعهده دارد که در فراغت و گردشگری دارای اهمیت هستند مانند راه‌آهن بریتانیا **British Rail**، بی‌بی‌سی و دفتر پست. به عنوان مثال راه‌آهن بریتانیا از طریق ایجاد امکان دسترسی به مقاصد مختلف که می‌تواند بخشی از یک سفر تجاری یا تعطیلات باشد، از صنعت فراغت و گردشگری حمایت می‌کند.

همچنین راه‌آهن بریتانیا، به عنوان یک زمیندار بزرگ، به مسائل زیست‌محیطی و حفاظت از حیات‌وحش بسیار علاقه‌مند است، زیرا اینگونه امور بر فعالیت‌های گردشگران تأثیر می‌گذارد، فعالیت‌هایی نظیر تماشای پرندگان و قدم زدن.

بی‌بی‌سی یکی از تبلیغ‌کنندگان گردشگری و فراغت برای مردم انگلستان است و برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی را براساس محتوا تقسیم‌بندی می‌کند مانند برنامه‌های ورزشی، فرهنگی، طبیعی، تاریخی و تعطیلات.

#### **۲-۱-۴: دولت محلی**

بزرگترین بخش تدارکاتی دولت در فراغت و جهانگردی، خدمات فراغتی است که توسط مسؤولین محلی عرضه می‌شود. تسهیلات و خدماتی که توسط دولت محلی فراهم می‌شود عبارت است از:

۱- خدمات و تسهیلاتی که به منظور تفریح و سرگرمی عموم فراهم می‌آید و به دلیل هزینه‌ی گران و سود اندک آن معمولاً بخش‌های داوطلب و خصوصی از سرمایه‌گذاری در آن امتناع می‌کنند.

۲- خدمات و تسهیلاتی که تهیه‌ی آنها یک وظیفه‌ی قانونی است، مانند آموزش و پرورش و کتابخانه‌ها. اداره‌ی امور دولت محلی در سه سطح می‌باشد:

• شورای استانی county council

• شورای ناحیه‌ای District council

• شورای روستایی Parish council

#### **۳-۱-۴: منابع مالی فراغت و جهانگردی در بخش دولتی**

##### **۱-۳-۱-۴: منابع مالی از سوی دولت مرکزی**

بخش دولتی، منابع مالی (یعنی پول) را از طریق وضع مالیات بر افراد و تجارت‌ها افزایش می‌دهد تا تسهیلات و خدمات بیشتری برای عموم فراهم کند. دو نوع مالیات وجود دارد:

• **مالیات مستقیم** - این مالیات براساس درآمد و سرمایه می‌باشد که توسط **In Land Revenue** جمع‌آوری می‌شود و شامل مواردی مانند مالیات درآمد فردی، مالیات شرکت، مالیات درآمد سرمایه، مالیات انتقال و عوارض تمبر می‌باشد.

• **مالیات غیرمستقیم** - این مالیات توسط گمرک **Custom sand Excise** جمع‌آوری می‌شود و شامل مواردی مانند عوارض تنباکو، الکل، نفت و شرط‌بندی است. ارزش افزوده‌ی مالیات نیز مالیات غیرمستقیم تلقی می‌شود.

<sup>۱</sup> در حال حاضر وزارت میراث ملی به وزارت فرهنگ، رسانه و ورزش تغییر نام داده است.

## ۲-۳-۱-۴: منابع مالی دولت محلی

مسئولین محلی از راه‌های متعدد منابع مالی خود را افزایش می‌دهند:

- کمک دولت مرکزی
- مالیات شورا
- نرخ تجاری یکسان
- کار شهرداری
- منابع مالی اتحادیه اروپا
- **کمک دولت مرکزی** - تمام نمایندگی‌های محلی به دلیل تأمین بودجه تا حد بسیار زیادی وابسته به دولت مرکزی هستند. بیش از ۶۰٪ از منابع مالی دفاتر محلی از این طریق تأمین می‌شود. البته کمک‌های دولت مرکزی در سال‌های اخیر به ۴۰٪ کاهش یافته است. بنابراین مسئولین محلی برای حفظ تدارکات فراغت و گردشگری باید به فکر تأمین بودجه از جای دیگر باشند.
- **مالیات شورا** - مالیات شورا (نام سابق آن مالیات عوارض بوده است) بر هر نوع دارایی در حوزه مسئولین محلی وضع شود. مالیات شورا با توجه به هزینه‌های هر منطقه، متفاوت است.
- **نرخ تجاری یکسان** - سازمان‌های تجاری در سطح محلی مانند فروشگاه‌ها، سینماها، تئاترها، کافه تریاها و مشروب‌فروشی‌ها موظف هستند نرخ تجاری یکسان یا مالیات یکسانی را پرداخت نمایند. بدیهی است در هر منطقه میزان این مالیات متفاوت است.
- **کار شهرداری** - بسیاری از نمایندگی‌های محلی برای خدماتی که عرضه می‌کنند پول دریافت می‌نمایند مانند پارکینگ‌های اتومبیل، استخرهای شنا، مراکز تفریحی، کتابخانه‌ها و غیره. در سال‌های اخیر تأکید بر دریافت بیشتر برای ورودی و استفاده از خدمات است.
- **اتحادیه اروپا** - برخی از نمایندگی‌های محلی و تشکیلات عمومی مانند دانشکده‌ها و دانشگاه‌ها از منابع مالی اتحادیه اروپا برای طرح‌های خاص استفاده می‌کنند که اغلب گردشگری و فراغت را به دلیل منابع اقتصادی و اجتماعی جامعه شامل می‌شود.

## ۲-۴- نقش بخش خصوصی در فراغت و جهانگردی

بخش خصوصی شامل همه تجارت‌های بزرگ و کوچکی است که کالا و خدمات تفریحی عرضه می‌کنند. این بخش یکی از بخش‌های حاکم در عرضه امکانات فراغتی و گردشگری است، زیرا بیشتر درآمدها از بخش تجاری به دست می‌آید. این بخش همچنین تدارکات لازم برای گردشگری و فراغت را فراهم می‌کند، زیرا بقاء آنها به توانایی برای رقابت در جلب و حفظ مشتریان از طریق سازگاری با روندهای متغیر بستگی دارد.

## ۱-۲-۴: انواع تجارت بخش خصوصی در صنعت گردشگری و اوقات فراغت

تجارت‌های بخش خصوصی در صنعت جهانگردی و اوقات فراغت را می‌توان براساس پایگاه قانونی آن با عناوین ذیل طبقه‌بندی کرد:

- تاجر
- شرکا
- شرکت سهامی خاص «محدود»
- شرکت سهامی عام «محدود»
- تعاونی

#### ۲-۴: منابع مالی گردشگری و فراغت در بخش خصوصی

منابع مالی برای سازمان‌های گردشگری و فراغت در بخش خصوصی شامل:

- منابع مالی مالکین تجارت می‌باشد که سرمایه نامیده می‌شود.
- بودجه‌هایی که از منابع خارج از سازمان به صورت قرض، تأمین می‌شود که دیون نامیده می‌شود.
- منابع مالی که از طریق سود عاید می‌شود.
- حمایت مالی
- وام یا کمک‌های مالی بخش دولتی

#### ۳-۲-۴: کمک‌ها و وام‌های بخش دولتی

سازمان‌های گردشگری و فراغت بخش خصوصی می‌توانند متقاضی کمک یا وام از تشکیلات بخش دولتی باشند. سازمان‌های دولتی اغلب کمک‌هایی برای بهبود و توسعه تسهیلات فراهم می‌آورند. این مؤسسات عبارتند از:

- شورای هنر
- شورای ورزش
- کمیسیون حومه شهر
- میراث انگلستان
- کمیسیون جنگل
- طبیعت انگلستان
- دفتر گردشگری ملی

مسئولین محلی اغلب با سازمان‌های بخش خصوصی، همکاری نزدیکی دارند و از طریق تأمین منابع مالی برای فراهم کردن تسهیلات گردشگری و فراغتی که به نفع خانه محلی است، حمایت می‌کنند.

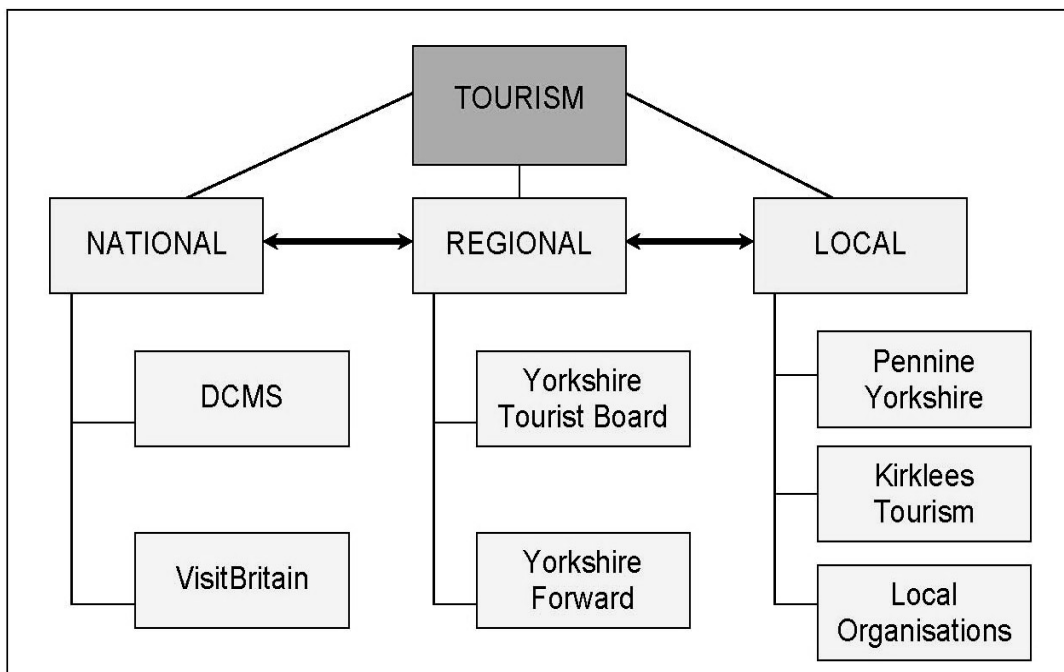
**بخش پنجم: بررسی ساختار و سیاست‌گذاری فعلی گردشگری در بریتانیا:**

**۱-۶: (Department for Culture, Media and Sport) DCMS**



در حال حاضر DCMS مسئول سیاست‌های دولت در زمینه هنر، ورزش، لاتاری ملی، گردشگری، کتابخانه‌ها، موزه‌ها و گالری‌ها، رسانه‌ها، صنایع آفرینشی و کلیه آئین‌نامه‌ها و امور مربوط به مطبوعات می‌باشد.

**نمودار ۱-۵: جایگاه DCMS در صنعت گردشگری UK:**

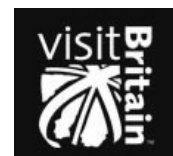


**۱-۵: سیاست‌های گردشگری DCMS**

DCMS مسئول حمایت از صنعت گردشگری در سطح ملی و حمایت محلی از این صنعت در یک محتوای استراتژیک می‌باشد. در این راستا مدیران DCMS دامنه وسیعی از برنامه‌های اصلاحی در زمینه گردشگری را در سال ۲۰۰۲ به جریان انداختند که در تقابلی شدید با سایر شرکاء در سطح عمومی و در بخش‌های خصوصی بوده و درصدد ارتقاء دادن جریان عرضه این صنعت در مناطق کلیدی می‌باشد.

**- رؤس اصلی برنامه‌ها عبارتند از:**

- Visit Britain که به عنوان یک بدنه استراتژیک و متمرکز در زمینه بازاریابی در آوریل ۲۰۰۳ پایه‌گذاری شد، که از ادغام شورای اسبق گردشگری انگلیس (English Tourism council) و دفتر گردشگری بریتانیا (British Tourist Authority)، بوجود آمد.
- آژانس‌های توسعه منطقه‌ای که هم اکنون مسئولیت استراتژیکی را در رابطه با گردشگری در مناطق





خود دارا می‌باشند.

- بازرگاری‌های گسترده بر روی کیفیت اقامتگاهها، بر مبنای اطلاعات تجاری که در بهار ۲۰۰۴ از صنعت گردآوری و گزارش شده است.
  - معاهده گردشگری (Tourism Alliance) که در سال ۲۰۰۱ به عنوان صدای بخش گردشگری جهت ارائه و معرفی مؤثرتر نقطه نظرات و مصالح این بخش به دولت، پایه‌گذاری شد.
  - People 1<sup>st</sup> که در می ۲۰۰۴ به عنوان بخشی جدید در شورای مهارت‌های گردشگری، مہانپذیری و فراغت راه‌اندازی گردید.
- اکثر این مهارت‌ها، دستاوردهای برنامه‌ای استراتژیک به نام Tomorrow's Tourism می‌باشد که در سال ۱۹۹۹ توسط دولت برای توسعه گردشگری در انگلستان طرح‌ریزی گردید.
- جریان جدیدی از برنامه‌های اصلاحی نیز در زمینه‌های زیر در حال پیگیری می‌باشد:
- بازاریابی و گردشگری الکترونیکی
  - کیفیت محصول
  - مهارت نیروی کار
  - ارتقاء اطلاعات
  - افزایش حمایت دولت

#### ۲-۵: منابع اطلاعاتی در زمینه گردشگری در بریتانیا:

- منابع اصل گردآورنده داده‌ها در زمینه گردشگری بریتانیا حاصل همکاری DCMS با اداره آمارهای ملی (ONS) (Office of National Statistics)، visitBritain و آژانسهای توسعه منطقه‌ای (Regional Development Agencies: RDAs) می‌باشد. منابع اصلی بدست آوردن داده‌های گردشگری ملی که جهت اطلاع‌رسانی سیاستها در سطح ملی، منطقه‌ای و محلی می‌باشند، عبارتند از:
- International passenger survey (IPS) که به اندازه‌گیری بازدیدهای درون مرزی از UK در سطوح منطقه و مقصد و همچنین هزینه گردشگری می‌پردازد و براساس دستاوردهای ONS بر مبنای مصاحبه‌ی رو در رو در فرودگاهها و بنادر بدست آمده است.
  - بررسی گردشگری UK (UK Tourism Survey) که به اندازه‌گیری گردشگری بومی و سفر ساکنین UK در این کشور می‌پردازد. این بررسی توسط شرکتی تجاری از طرف VisitBritain صورت می‌گیرد و بر مبنای مصاحبه رو در رو با مشتری جمع‌آوری می‌شود.
  - UnitedkingdomTSA که علاوه بر بررسی حسابهای اقماری گردشگری به اندازه‌گیری اثرات اقتصادی گردشگری بر UK و میزان تجانس و هماهنگی صنعت این کشور با اتحادیه اروپا می‌پردازد.
  - StarUK که خلاصه‌ای مفید از منابع اطلاعاتی اصلی گردشگری UK را ارائه می‌نماید.

#### ۳-۵: استراتژیهای ۲۰۰۶-۲۰۰۹ Visit Britain جهت تشویق مردم جهان به سفر به بریتانیا:

با کمک موارد زیر Visit Britain توانسته است در طی سه سال گذشته به رشد اقتصاد بازدیدکننده از UK به میزان ۱۰ درصد کمک نماید:

- ایجاد و عرضه یک نشان بریتانیایی جذاب
  - همکاری با شرکاء بر روی برنامه‌های اجرایی بین‌المللی با سهمی معادل ۳/۸ میلیارد پوند.
  - تولید بیش از ۲۰/۰۰۰ مقاله و نشریه به شدت مثبت در مورد بریتانیا در رسانه‌های بین‌المللی به همراه تبلیغاتی ترکیبی معادل بیش از ۱/۵ میلیارد پوند.
  - برقرار ساختن شبکه‌های اینترنتی فریبنده که برای مصرف‌کنندگان امکان دسترسی به ۵۰/۰۰۰ صفحه اطلاعاتی راجع به بریتانیا را میسر می‌سازد.
  - ارتقاء پایگاه داده‌های مشتریان به بیش از ۵ میلیون بازدیدکننده بالقوه.
  - اجرای برنامه‌های به شدت تأثیرگذار در زمینه مدیریت روابط با مشتری به صورت الکترونیکی (e-CRM) و بازاریابی الکترونیکی، که هزینه‌ای اندک معادل ۸ پنس به ازاء بازدید از شبکه وبسایتها (CPV) را شامل می‌شود.
- VisitBritain به این باور است که تا سال ۲۰۰۹ با همکاری شرکای تجاری و بخش عمومی خود به موارد زیر دست خواهد یافت:

- بدست آوردن هزینه بازدیدکننده به طور مضاعف، بازگشت سرمایه‌گذاری حداقل به میزان  $\frac{1}{30}$ .
- تضمین اینکه حداقل ۵۵٪ از این هزینه مضاعف بدست آمده در خارج از لندن و حداقل ۳۶٪ آن خارج از فصول پرازدحام هزینه شده است.
- برقرار ساختن پایگاه VisitBritain.com به عنوان سایت اینترنتی نهایی برای هر فردی که برنامه‌ریزی سفر به بریتانیا را دارد.
- دو برابر ساختن شمار بازدیدکنندگان از خانواده وبسایتهای VB در هر سال.
- شرکت در سری جدید و پویایی از تبلیغات به همراه شرکاء و برنامه‌های اجرایی در جهت نیل به آن برای هر ۳۶ بازار بین‌المللی که در حال حاضر VB در آنها مشغول فعالیت است.
- ارتقاء پایگاه داده‌های مشتریان فرامرزی به بیش از ۱۰ میلیون رکورد.

#### - تمرکز بر بازارهای در حال رشد:

به طور قابل توجهی سطح سرمایه‌گذاری VB در ۱۱ بازار جدید و در حال توسعه که طبق قراین رشدی سریعتر از سایر بازارهای جهانی دارند، در حال افزایش است. این بازارها عبارتند از: چین، جمهوری چک، یونان، مجارستان، هند، مالزی، مکزیک، لهستان، روسیه، کره جنوبی و تایلند.

#### ۴-۵ بازیهای المپیک و پارالمپیک 2012 لندن:

این بازیها با حضور:

- ۲۲۰ ملیت
- ۱۰/۲۵۰ ورزشکار در المپیک و ۴/۰۰۰ در پارالمپیک
- ۶/۰۰۰ مربی و داور در بخش المپیک و ۲/۳۰۰ نفر در بخش پارالمپیک.
- ۵/۰۰۰ نفر اعضا خانواده المپیک.

- ۲۰/۰۰۰ خبرنگار و کادر رسانه‌های عمومی
- ۷/۰۰۰ مسئول اسپانسرهای رسمی
- و با تعداد ۹/۶ میلیون بلیط (۴/۳) میلیون با نرخ ۲۰ پوند و کمتر، برگزار می‌شود.
- تاریخ بازیهای المپیک از جمعه ۲۷ جولای تا یکشنبه ۱۲ اگوست ۲۰۱۲ می‌باشد.
- تاریخ بازیهای پارالمپیک از چهارشنبه ۲۹ اگوست لغایت شنبه ۹ سپتامبر ۲۰۱۲ می‌باشد.
- برگزاری بازیهای ۲۰۱۲ لندن یک فرصت بسیار عالی برای گردشگری بریتانیا به شمار می‌رود و شاید بتوان آنرا بزرگترین رویداد در تاریخ UK تا آن زمان برشمرد.
- ساماندهی این بازیها از طریق ۲ سازمان مهم صورت می‌پذیرد:
- ۱- کمیته ساماندهی ۲۰۱۲ لندن (The London 2012 organizing committee): که به ساماندهی، سیاستگذاری و طبقه‌بندی بازیهای ۲۰۱۲ می‌پردازد.
- ۲- متصدیان اجرای المپیک (The Olympic Delivery): که به ساماندهی مکان برگزاری بازیها و زیرساختهای مورد نیاز برای ۲۰۱۲ و بعد از آن می‌پردازد.

### **بخش ششم: ۱۰ نقطه ضعف عمده گردشگری در بریتانیا که نیاز به بذل توجه بیشتر از سوی دولت و سازمانهای مربوطه دارد:**

۱. به واسطه قوی بودن پوند، میزان سفرهای برون مرزی در این کشور زیاد و سفر گردشگران خارجی به این کشور کم می‌باشد که باعث شده تراز پرداخت گردشگری این کشور منفی باشد.
۲. نظام رهبری علی‌رغم ساماندهی‌های صورت پذیرفته طی سالهای اخیر در زمینه تخصیص بودجه و سرمایه‌گذاری در سطح تجارتهای خرد و متوسط (SME) هنوز منسجم نمی‌باشد.
۳. کاهش سرمایه‌گذاری در بخش آمار و تحقیقات طی سالهای اخیر.
۴. تمرکز بر مقاصد جدید بدون مطالعه کافی و عدم حمایت کافی از شبکه‌های محلی.
۵. عدم تفویض اختیار به دفاتر محلی که پیامدش در شرف تعطیلی قرار گرفتن بسیاری از بخشهای خدماتی در بخش محلی و مورد تهدید قرار گرفتن بازاریابی مقاصد می‌باشد که در این میان باید در چهارچوب سیاستهای گردشگری از کارگزاران محلی حمایت صورت پذیرد.
۶. خلاء وجود طرحی قانونی برای تحت تأثیر قراردادن استانداردهای کیفی و نیاز به ایجاد نقشی نظارتی از طرف VB بر تجارتهای کوچک و متوسط (SME)، برای عرضه کیفیت مناسب.
۷. عدم تعهد کافی نسبت به امر آموزش و ضعیف بودن آن در بخشهای وابسته به صنعت مانند حمل‌ونقل، فراغت و جاذبه‌های فرهنگی، همچنین عدم وجود مکانیسمی منسجم جهت هماهنگ نمودن قوانین و تقسیم بهتر عملکردها بین بخش آموزش و عرضه‌کنندگان نیروی آموزش دیده در بخش محلی.
۸. بخش عمده هزینه بالای گردشگری بریتانیا به خاطر مالیات بالا در این کشور می‌باشد. این رقم در اروپا ۸٪ است در حالی که در بریتانیا ۱۷/۵٪ می‌باشد که نیاز به تعدیل دارد.
۹. نیاز به حمایت دولت از بخش فعالیتهای اینترنتی در زمینه گردشگری و تحت یک لوای واحد در آوردن تمام شبکه‌های کوچک درگیر در امر بازاریابی به صورت online بعلت هزینه بالایی که در بر دارد.

۱۰. سهم متغیر بودجه اختصاص داده شده به بخش گردشگری توسط DCMS و نیاز شدید به ایجاد یک وزارتخانه مستقل برای گردشگری این کشور با بودجه‌ای مصوب و ثابت با توجه به پتانسیل بالای این صنعت در این کشور.

#### فهرست منابع:

۱. قرخلو، مهدی. «جغرافیای گردشگری و برنامه ریزی اوقات فراغت»، نشر جهاد دانشگاهی، ۱۳۸۶
۲. تیرگ، پیتیر. ترجمه احمدی، مرتضی. پور موحدی، جواد. اردکانیان، عباس. «بررسی صنعت گردشگری و صنعت فراغت»؛ نشر انجمن ایرانیان؛ ۱۳۷۸
۳. مجموعه کتابهای سبز وزارت امور خارجه؛ انگلستان، ۱۳۷۸
4. *The compendium of Tourism Analysys; UNWTO, 2005*
5. *Yearbook of Tourism statsics; UNWTO, 2005*
6. *"United Kingdom", CIA: The world fact Book, 'www.CIA.com'*
7. *"The strategy 2006-09 leading the world to Britain", 'www.visitBritain.com/UK industry'*
8. *www.Culture.gov.uk*
9. *www.wikipedia.org*
10. *"Our journey towards London 2012 has begun ...", 'www.visitBritain.com'*
11. *"Tourism's Top Ten policy points", prepared by the Tourism society Think*
12. *Thank – spring 2005 , 'www.TourismSociety.org'*

This document was created with Win2PDF available at <http://www.daneprairie.com>.  
The unregistered version of Win2PDF is for evaluation or non-commercial use only.