



بررسی عوامل موثر بر توسعه پایدار گردشگری با رویکرد آینده پژوهی

رایین شریفیان*^۱، پارسا مشهدی آقا^۲

۱- دانشکده‌گان مدیریت دانشکده مدیریت کسب و کار. ایمیل: r10sharifian@gmail.com

۲- دانشکده‌گان مدیریت دانشکده مدیریت کسب و کار. ایمیل: parsamsh96@gmail.com

چکیده

امروزه صنعت گردشگری به عنوان یکی از مهم‌ترین ارکان توسعه پایدار فرصت بزرگ فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی برای شهرها را فراهم کرده و به عنوان نماد بارز جهانی شدن و فشرده‌گی زمان و فضا شناخته می‌شود. امروزه صنعت گردشگری فراتر از یک صنعت به مثابه یک فعالیت اجتماعی و جهانی که پیچیدگی‌های خاص خود را دارد و شناخت دقیق و علمی این پدیده می‌تواند چارچوب محکمی برای برنامه‌ریزی صنعت گردشگری فراهم آورد. هدف پژوهش حاضر، بررسی عوامل موثر بر توسعه پایدار گردشگری با رویکرد آینده پژوهی می‌باشد. تحقیق حاضر از نظر هدف از نوع پژوهش‌های بنیادی است که از یک سو با مطالعات اسنادی - کتابخانه‌ای به بررسی ابعاد، تعاریف و چارچوب نظری تحقیق و از سوی دیگر با مراجعه به سازمان‌ها و ادارات ذیربط به گردآوری اطلاعات لازم برای دستیابی به سوال تحقیق می‌پردازد. و در نهایت عوامل موثر بر توسعه پایدار گردشگری با رویکرد آینده پژوهی بررسی و تبیین می‌شوند.

کلمات کلیدی: گردشگری، توسعه پایدار، جهانی شدن، برنامه ریزی، آینده پژوهی

Investigating the factors on sustainable development with the perspective of future research

Raean Sharifian *¹, Parsa Mashhadi Agha, ²

1- College of management, Faculty of Business Management. Email: r10sharifian@gmail.com

2- College of management, Faculty of Business Management. Email: parsamsh96@gmail.com

Abstract

Today, the tourism industry, as one of the most important pillars of sustainable development, has provided a great cultural, social and economic opportunity for cities and it is known as a clear symbol of globalization and compression of time and space. Today, the tourism industry is more than an industry, as a social and global activity, it has known complexities and accurate and scientific understanding of this phenomenon can provide a solid framework for planning the tourism industry. The aim of present research is the investigating the factors on sustainable development with the perspective of future research. The current research is of the basic research type in terms of its purpose which on the one hand, examines the dimensions, definitions and theoretical framework of the research with documentary-library studies, and on the other hand, collects the necessary information to achieve the research questions by referring to the relevant organizations and departments. And finally, the factors affecting the sustainable development of tourism are investigated and explained with a future research approach.

Keywords: Tourism, Sustainable Development, Globalization, Future Studies

۱۴: 2000). در گردشگری پایدار، پایداری اجتماعی - فرهنگی دلالت دارد بر توجه به هویت اجتماعی و سرمایه اجتماعی و توجه به فرهنگ جامعه و امتیازات آن و توجه به تقویت انسجام اجتماعی و عزت نفس که به ساکنان جامعه اجازه خواهد داد تا زندگی خودشان را کنترل کنند (Choi, 2010: 17).

از دهه ۱۹۷۰ مطالعات مربوط به صنعت توریسم به مفهوم امروزی خود جایگاه خاصی در میان سایر علوم دانشگاهی به وجود آورده است (حیدری چپانه، ۱۳۸۹: ۱۴). تا اواخر دهه ۱۹۷۰، گردشگری به عنوان فعالیتی طلایی و بدون آلودگی معرفی و همواره بر پیامدهای مطلوب به ویژه بر منافع اقتصادی آن تأکید می‌شد (Chiang Lee, 2008: 180). در دهه ۱۹۹۰ در

۱- مقدمه

گردشگری ابزاری قدرتمند در راستای توسعه جوامع است، به خصوص در دیدگاهی که گردشگری و توسعه جوامع را الزاماً مرتبط بداند (Suanri, 2013: 23). گرچه مفهوم جامعه در توسعه و برنامه ریزی گردشگری به ویژه در ۲۰ سال اخیر به عنوان یکی از اصول پایداری و مسئولیت پذیری در گردشگری شناخته شده ولی معمولاً گردشگری با روند توسعه معمول تنها برای بخشی از جامعه، منافع به همراه دارد و حتی ساده ترین منافع مثل ایجاد شغل در انحصار گروه‌های محدودی قرار دارد (Richard & Derek, 2013: 23).

ابزارهای خاصی داشته و برای رشد و پیشرفت، احتیاج به تحقیق و پژوهش دارد (کاظمی، ۱۳۸۶: ۴).

امروزه گردشگری به عنوان دومین صنعت درآمدزای جهان است و بسیاری از برنامه ریزان از آن به عنوان رکن اصلی توسعه یاد می کنند (میرکتولی، ۱۳۹۰: ۱۳۸). کشور ایران، طیف گسترده ای از جاذبه های گردشگری و یک پتانسیل قوی برای توسعه گردشگری را دارا است و برای رسیدن به این هدف از توسعه گردشگری پایدار موفق نیاز به برنامه ریزی دقیق، اجرای نظام مند از طرح ها و مدیریت مستمر دارد. لذا در پژوهش حاضر سعی بر این است که عوامل تاثیرگذار بر توسعه پایدار گردشگری شناسایی و بررسی شوند.

۳- اهمیت و ضرورت تحقیق

اهمیت و ضرورت رویکرد آینده پژوهی در توسعه پایدار گردشگری از جنبه های مختلفی قابل بررسی است. قطعاً در مورد آینده هیچ چیز یقینی وجود ندارد و این از اصول اولیه آینده شناسی است. شناخت آینده از حیاتی ترین علوم مورد نیاز هر ملتی است. بهبود توسعه گردشگری و فرصت سازی برای ایجاد اشتغال جهت رونق اقتصادی، برطرف کردن چهره بی محابا و عدم توسعه پایدار، نقش آینده پژوهی و آینده نگاری در توسعه پایدار گردشگری را ضروری می نماید (حسن پور، ۱۳۹۶: ۵۴).

اهداف تحقیق

هدف اصلی پژوهش حاضر، بررسی عوامل موثر بر توسعه پایدار گردشگری با رویکرد آینده پژوهی می باشد که در راستای تحقیق، اهداف فرعی به شرح زیر مطرح می شوند:

- ۱- بررسی مولفه های تاثیرگذار بر توسعه پایدار گردشگری.
- ۲- عوامل موثر بر توسعه گردشگری در راستای تحقق آینده پژوهی.
- ۳- ارائه راه کار و تدوین چشم انداز گردشگری برای رسیدن به آینده ای مطلوب.

مبانی نظری

مفهوم توسعه

توسعه در یک معنای کلی عبارت است از کلیه کنش هایی که به منظور سوق دادن جامعه به سوی تحقق مجموعه ای منظم از شرایط زندگی فردی و جمعی صورت می گیرد که در ارتباط با بعضی ارزش ها، مطلوب تشخیص داده شده است. توسعه در حقیقت به مثابه کوششی است به منظور نیل به تعادلی که تاکنون تحقق نیافته و یا راه حلی است در جهت رفع مشکلاتی که پیوسته بین بخشهای مختلف زندگی اجتماعی و انسانی وجود داشته و تجدید حیات می یابد. به عبارت دیگر توسعه یعنی حرکت به سمت سطحی بالاتر و بنابراین توسعه در سطح بالاتر، ناپایدارتر ولی در عین حال توسعه برای بشر کاملاً ضروری است. پس برای از بین بردن تضاد بین توسعه و حفظ منابع باید تدابیری به کار بست تا منابع موجود از بین نروند و توسعه هم از نظم خارج نشود و قابل کنترل باشد (امینایی، ۱۳۹۳: ۹).

مفهوم پایداری

پایداری نگرشی است که از تغییر نگاه انسان به جهان متولد شده است (فرهادی، ۱۳۹۳: ۳). پروفیسور ایان لو، مفهوم پایداری را در گسترده ترین معنایش کشف و بررسی نموده است. پایداری یعنی این که ما منافع دو گروه را که معمولاً نادیده گرفته می شوند را در نظر بگیریم: گونه های دیگر و نسل های آینده (Rowena, 2010: 85). مفهوم پایداری در بسیاری از سنت های

راستای پارادایم توسعه پایدار رویکردهای سنتی گردشگری به چالش کشیده و با تاکید بر پیامدهای مطلوب و نامطلوب گردشگری، حرکت از گردشگری انبوه به سوی رویکرد پایدار گردشگری آغاز شد (Hawkes & et al, 1993: 21).

امروزه توریسم یکی از امید بخش ترین فعالیت هایی است که از آن به عنوان گذرگاه توسعه یاد می شود (خسروی نژاد، ۱۳۸۷: ۸۹). این صنعت یکی از رشد یافته ترین صنایع نیمه دوم قرن بیستم می باشد و اغلب به عنوان کلید یا رمز رشد اقتصادی، چه در کشورهای توسعه یافته و چه در کشورهای در حال توسعه به کار گرفته می شود (ضرابی، ۱۳۹۰: ۳۸). در سیستم اقتصاد جهانی صنعت گردشگری روز به روز اهمیت بیشتری پیدا می کند. این صنعت امروزه به قدری در توسعه اقتصادی و اجتماعی کشورها اهمیت دارد که اقتصاددانان آن را صادرات نامرئی نام نهاده اند (رضوانی، ۱۳۸۵: ۱۰). این در حالی است که کشور ایران با توجه به برخورداری از تمدن کهن و آثار تاریخی فراوان و جاذبه های فرهنگی - طبیعی به تصدیق سازمان یونسکو از نظر دارا بودن جاذبه های گردشگری در رتبه دهم جهان قرار دارد (قدمی، ۱۳۹۰: ۱۱۲). و در شمار پنج کشور نخست بهره مند از بیشترین تنوع اقلیمی در جهان است و این در حالی است که تنها یک صدم گردشگران خارجی را داراست به گونه ای که در سال ۱۳۸۳ رتبه آخر کشورها را در سازمان جهانگردی جهانی از نظر جذب گردشگر و درآمد داشته است (نوری، ۱۳۹۱: ۷۷).

۲- بیان مساله

بشر همواره در طول تاریخ همواره بر اساس کنش درونی شیفته کشف آینده و رمز گشایی آن بوده است. این سوال ها که: آیا آینده قابل تغییر است، آیا آینده تداوم حال و گذشته خواهد بود؟ چه اتفاقی ممکن است در آینده روی دهد؟ تاکنون چالش های عمده برنامه ریزی فکری برای برنامه ریزان و مدیران بوده است. اما در آغاز هزاره سوم، علم آینده پژوهی، بررسی ها و پژوهش هایی پراکنده و غیر منسجم در حوزه برنامه ریزی برای آینده را به علم مدون با اصول و مبانی استوار و روش های دقیق تبدیل کرده است که با به کارگیری آن می توان علاوه بر تحلیل روندهای گذشته به کشف و ابداع و ارزیابی با آینده ممکن، محتمل و مطلوب نیز دست یافت و در صورت لزوم آن را تغییر داد (زالی، ۱۳۹۲: ۱).

کشورهایی که خواهان تحولات بنیادین هستند، برنامه ریزی های پابرجا و مبتنی بر رویکرد آینده پژوهی را محور عمده برنامه ریزی توسعه آتی خود قرار داده اند. لذا تصمیم گیرندگان حوزه گردشگری و توریسم در جهان پر از تغییر و تحول نیازمند توسعه رهیافت های جدید پیش بینی و آمادگی برای آینده هستند.

یکی از موضوعات اساسی و مهم که نقش بسیار مهمی در توسعه اقتصادی و بالا رفتن کیفیت زندگی افراد دارد، مقوله توسعه صنعت گردشگری است. گردشگری پدیده قرن بیستم است که نمی توان نادیده گرفت (Taleghani, 2014: 773). بسیاری از پژوهشگران، گردشگری را به عنوان ابزاری برای توسعه اقتصادی، به ویژه در جوامع محلی در نظر می گیرند و ادعان می کنند که گردشگری یکی از مطرح ترین استراتژی ها برای توسعه است و از این نظر توسعه گردشگری می تواند توسعه ملی و محلی را افزایش دهد (Aref, 2010: 155). در واقع توریسم در جهان امروز به عنوان یک صنعت مطرح است که به مانند همه صنایع دیگر احتیاج به لوازم و

تاکنون تعاریف زیادی از توسعه پایدار ارائه شده است، اما محور تمامی این تعاریف، حفاظت از محیط زیست جهانی و توجه به محیط زیست و نسل های آینده می باشد (اخترکاو، ۱۳۹۰: ۲۱۶).

از این پس پایداری در قالب ترکیباتی هم چون توسعه پایدار، شهرهای پایدار و غیره بارها از سوی شخصیت ها و محافل علمی و نیز سازمان های رسمی تعریف شد (ابراهیم زاده، ۱۳۹۷: ۱۳۴).

اصول توریسم پایدار

- **مشارکت** : ساکنان یک سرزمین باید در تعیین آرمان های بلند مدت توریسم، تعیین هدف ها و استراتژی های توسعه توریسم مشارکت داشته باشند و هم چنین در مدیریت توریسم، اجرای راهبردها و عملیات مربوط به زیرساخت های توریسم، خدمات و تسهیلات مشارکت فعال نمایند.
- **حضور ذی نفع ها** : در فرایند توسعه توریسم بایستی کلیه گروه ها و ذی نفع هایی که ممکن است تحت تاثیر توسعه توریسم قرار گیرند، در ارائه اطلاعات، فرایندهای تصمیم سازی و تصمیم گیری مشارکت کنند. برخی از این گروه ها عبارتند از: حکومت های ملی و محلی، گروه ها و تشکل های غیر دولتی، گروه های داوطلب زنان، انجمن های توریستی و خلاصه کلیه طرف هایی که در توریسم ذی نفع اند.
- **ایجاد اشتغال برای افراد محلی** : توسعه توریسم پایدار باید برای ساکنان بومی ایجاد اشتغال کند. در واقع تامین مشاغل مناسب برای افراد محلی باید جزء جدا نشدنی از هر برنامه توریسم باشد. برای مثال از طریق ایجاد زیرساخت های توریستی (هتل ها، رستوران ها، مغازه ها و ...) می توان فرصت های اشتغال را برای مردم محلی فراهم کرد. در این زمینه نیاز به آموزش مردم و دسترسی به اعتبارات برای کارآفرینان محلی است.
- **ارتباطات بازرگانی** : موسسات توریستی محلی باید بین خود ارتباط برقرار کنند و مطمئن شوند که درآمدهای توریستی در داخل محل مصرف می شود و این که به خارج از منطقه فرستاده شده، صرف وارد کردن کالاها و خدمات برای توریست ها بشود. به عبارت دیگر تامین کنندگان کالا و خدمات محلی بایستی مانع صرف درآمدهای توریستی برای کالاهای وارداتی شوند.
- **پایداری منابع** : در توریسم ابتدا باید به برابری نسل ها توجه شود و هزینه ها و منافع توریسم باید بین نسل های فعلی و آتی به طور کلی توزیع شود. مردم امروز بایستی منابع جذب توریست را برای آیندگان حفظ کنند، به همان اندازه که خود از پیشینیان به ارث برده اند. لذا توریسم پایدار باید از اقداماتی که باعث از بین رفتن منابع می شود، جلوگیری کند.
- **هماهنگی** : در هدف ها باید بین نیازهای توریست، مکان توریستی و جامعه ملی هماهنگی برقرار باشد. این هماهنگی با پشتیبانی و حمایت مردم و ایجاد توازن بین هدف های اجتماعی، فرهنگی و انسانی و درک ضرورت همکاری بین دولت، جامعه میزبان، دست اندرکاران صنعت توریسم و تشکل های غیردولتی که برای حفاظت از محیط زیست تلاش می کنند، حاصل می شود.

مردم بومی تعبیه شده است. به عنوان مثال آن یک حکم از قانون بزرگ صلح بود که سران اثر تصمیماتشان را در شکل گیری نسل هفتم نشان می داد. اولین بار، پایداری در اروپا به زبان آلمانی *nachhaltigkeit* در سال ۱۷۱۲ در کتاب *Slyvicultur Oeconomica* توسط دانشمند جنگل دار، هنس کارل مطرح شده است که پیشنهاد کرده برای جلوگیری از جنگل زدایی درختکاری کنید (Heinberg, 2010: 2).

پایداری از سال ۱۹۸۷ زمانی که گزارش برانت لندن ۲ کمیسیون جهانی توسعه و محیط زیست، توسعه پایدار را به عنوان برآوردن نیازهای نسل امروزی بدون این که نسل آینده را در برآوردن نیازهایشان با مشکل روبرو کند، تعریف کرده که هنوز هم این تعریف کاربرد دارد (Heinberg, 2010: 3).

برانت لندن با جزئیات بیشتری مفهوم پایداری را به عنوان یک توسعه طولانی مدت برای کشورها تشریح می کند. فلسفه پایداری برای دستیابی به پایداری است که از ادغام اقتصاد، محیط زیست و اجتماع به عملکرد می رسد (Abu Bakr, 2013: 2).

مفهوم پایداری بسته به شرایط زمان و مکان جوامع مختلف، متفاوت است و به همین دلیل جهت امکان تسری و تعمیم یک برداشت خاص از مفهوم پایداری وجود ندارد (مرصوصی، ۱۳۹۰: ۲۲). امروزه پارادایم پایداری به طور عام و در صنعت گردشگری به طور خاص به دغدغه ای جهانی تبدیل شده و در نوشتار توسعه گردشگری، مفهوم پایداری به کانون اصلی مباحثات علمی و دانشگاهی تبدیل شده است (اوهانی، ۱۳۹۳: ۴).

توسعه پایدار

کاربرد اصطلاح توسعه پایدار^۱ برای اولین بار در اواسط دهه ۱۹۷۰ به خانم باربارا واد نسبت داده می شود و این مفهوم کلی با استراتژی حفاظت جهانی به طور گسترده ای مطرح شد تا محافظت از منابع طبیعی و محیط زیست را در راستای ایفای نقش بهتر رفاه انسانی به نحو مطلوب مدیریت نماید (خضرنژاد، ۱۳۹۳: ۴).

رایج ترین و قابل قبول ترین تعریف از توسعه پایدار، تعریفی است که در گزارش برانت لندن در سال ۱۹۷۸ بیان شده است. نکته مهم تعریف برانت لندن، عدالت در استفاده از منابع بین نسلهای کنونی و آینده است و توسعه پایدار را توسعه ای می داند که نیازهای کنونی بشر را بدون مخاطره انداختن توانایی نسل های آینده برای دستیابی به نیازها و خواسته هایشان برطرف کند (خضرنژاد، ۱۳۹۳: ۴). کنفرانس توسعه و محیط زیست که از سوی سازمان ملل در سال ۱۹۹۲ در ریودوژانیرو برگزار گردید، تعریف فوق را مورد تأیید قرار داد. این تعریف مورد قبول بسیاری از دولت ها برای توسعه آینده خود نیز واقع شده است.

توسعه پایدار بنا بر تعریف OECD آن است که حداکثر کردن رفاه و آسایش برای مردم بدون اینکه رفاه و آسایش آینده کاهش یابد. جایی دیگر، توسعه پایدار بدین صورت تعریف شده است که تأمین نیازهای حال بدون اینکه تأمین نیازهای آینده با مشکلی روبرو شود؛ بنابراین توسعه پایدار عبارتست از حداکثر کردن رفاه امروز با حفظ منابع برای حداکثر کردن رفاه انسان در آینده (Chansarn, 2012: 2).

1. Iroquios Gayanashagowa

2. Brundthland Commission

3. Sustainable Development

گردشگری به مثابه یک متغیر تأثیرگذار در افزایش زیرساخت ها، ارتقا، تبادلات اجتماعی و فرهنگی، جلب سرمایه های سرگردان و به جریان انداختن آن در راستای نیل به سطحی از توسعه تلقی می شود (Lorio, 2010: 153).

به طور سنتی، گردشگری به فعالیتی گفته می شود که طی آن، فرد به مکانی خارج از محیط زندگی خود برای فراغت^۱، استراحت، آرامش^۲ و خوشایندی و لذت^۳ سفر یا اقامت می کند (Wang, 2012: 470).

گردشگری، آمیزه ای از فعالیت های مختلف است که به صورت زنجیره ای برای خدمت رسانی به گردشگران انجام می شود. بنابراین، گردشگری شامل تمام پدیده ها و روابط حاصل از تعامل گردشگران، عرضه کنندگان و فروشندگان محصولات گردشگری، دولت ها و جوامع میزبان در فرایند جذب و پذیرایی از گردشگران است (احدنژاد روشتی، ۱۳۹۱: ۹۷). سازمان گردشگری در بیانیه مانیل، گردشگری را نیاز اساسی در هزاره سوم معرفی کرده است (یزدانی، ۱۳۹۳: ۲).

گسترش صنعت گردشگری به عنوان صنعتی که با حوزه های مختلفی نظیر اقتصاد، کشاورزی، فرهنگ، محیط زیست و خدمات در تعامل بوده، دارای اهمیت فراوانی است که توسعه آن در هرمنطقه باعث رشد و پیشرفت اقتصادی و اجتماعی آن منطقه خواهد شد (Mousavi et al, 2015: 21).

توسعه پایدار گردشگری

مفهوم توسعه گردشگری پایدار شامل توسعه متوازن اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی بدون به خطر انداختن محیط زیست است که توسعه یکسان و یا بالاتر را قادر می سازد. توسعه پایدار یک فرایند است که دست یافتن به توسعه ای بدون تنزل یا کاهش آن دسته از منابع که اساسی است را اجازه می دهد. در این رویکرد، منابع می توانند در آینده همانند کاربری فعلی خود مورد استفاده قرار بگیرند (Angelevska, 2012: 4).

توسعه پایدار گردشگری نوعی از توسعه است که در آن تعادل، حفظ ارزش ها، کیفیت، اخلاق، اصول اقتصادی و مزایای اقتصادی، برابر دیده می شوند و میل به توسعه نه تنها در ابعاد اقتصادی بلکه در همه ابعاد وجود دارد. در این دیدگاه، گردشگری از منابع موجود به نحوی استفاده می کند که می تواند وحدت، یکپارچگی، هویت فرهنگ، سلامت محیط زیست، تعادل اقتصادی و ثروت را برای جوامع فراهم کند (Nabi, Njafi, 2016: 8). فلسفه ی گردشگری پایدار نشأت گرفته از توسعه پایدار می باشد و لذا با توجه به این که توسعه پایدار از اصول و مبانی پیشرفت اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی در جهان محسوب می شود و به دلیل نقشی که گردشگری می تواند در این زمینه به خصوص در کشورهایی مانند ایران ایفا نماید، لزوم و ضرورت توجه به گردشگری پایدار حائز اهمیت فراوان است (اوهانی زنون، ۱۳۹۳: ۳).

تعریفی از توسعه پایدار توسط شرکت همکاری و توسعه در سال ۲۰۰۱ ارائه شده است که در مورد هماهنگی جنبه های اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی است (Dias, et al. 2014: 498 / Shaker, 2016: 3). هم چنین این مورد به گردشگری نیز اعمال می شود که در آن به طور کلی مفاهیم اولیه توسعه پایدار به تدریج به مفهوم گردشگری پایدار ترجمه شده است (Postma, 2017: 146).

از نقطه نظر سازمان تجارت جهانی، اصول اساسی توسعه گردشگری پایدار عبارتند از: ارائه تجربه برای بازدیدکنندگان برای حفظ کیفیت محیط

همکاری: نظر به این که جذابیت های محلی، دست اندرکاران صنعت توریسم و دارندگان کسب و کارهای مرتبط، ارتباط متقابلی برقرار است و کیفیت کار هر یک بر دیگری اثر می گذارد، باید بین این سه همکاری برقرار شود. در این خصوص لازم است که الگوهای مشارکتی مناسبی در زمینه برنامه ریزی، مدیریت، بازاریابی و تامین اعتبار برای پروژه های توریستی کشف و به کار گرفته شود.

ظرفیت تحمل: ظرفیت تحمل مکان های توریستی شامل محدودیت های فیزیکی، طبیعی، اجتماعی و فرهنگی باید حتما ارزیابی شود و توسعه با محدودیت های مزبور سازگار باشد. در این زمینه لازم است که به طور مرتب ارزیابی های دوره ای صورت گیرد و جرح و تعدیل های ضروری اعمال شود.

نظارت و ارزشیابی: دستور العمل ها و راهنمایی هایی باید برای عملیات توریستی از جمله ارزیابی اثرات توریسم تهیه شود. راهکارهای عملیاتی توریسم در سطوح ملی، منطقه ای و محلی باید تنظیم گردد و شاخصه ها و مولفه های مربوطه به ارزیابی اثرات و میزان پیشرفت کار پروژه های توریستی تهیه شده، راهبردهای حفاظت و مراقبت از منابع توریستی تعیین و اجرا شود.

پاسخگویی: استفاده از منابع عمومی مانند آب و هوا و زمین باید با پاسخگویی از جانب استفاده کنندگان همراه باشد تا اطمینان حاصل شود که این منابع حیاتی مورد سوء استفاده قرار نمی گیرند.

آموزش: توسعه توریسم باید مستلزم ارائه برنامه های آموزشی مناسبی است که به اصلاح شناخت ها و درک مردم بیانجامد، فعالیت توریسم را بسط و گسترش داده، مهارت های فنی و حرفه ای مرتبط با توریسم را به خصوص در مردم کم درآمد جامعه افزایش دهد.

حفظ هویت: تحقق توریسم پایدار مستلزم کشف فعالیت ها و اقداماتی است که به کاهش فقر، تقویت جایگاه سرزمین و حفظ هویت ملی بیانجامد. برای انجام این منظور بایستی توریسم کیفی را توسعه داد و در عین حال هم به تامین رضایت توریست ها و هم به سایر اصول توریسم پایدار توجه کرد (زاهدی، ۱۳۸۵: ۱۱۴).

گردشگری

گردشگری، یک پدیده اجتماعی است که هرگونه جابه جایی افراد از یک مکان به مکان دیگر و اقامت در مکانی غیر از مکان معمولی زندگی خود، بیان کننده مفهوم آن است. این جابه جایی به صورت تعامل با اقوام و ملل گوناگون و آشنایی با عقاید، نگرش ها، انتظارات و شیوه زندگی آنها اتفاق می افتد و در نهایت منجر به تأثیرگذاری و تأثیرپذیری میهمان و میزبان از یکدیگر می شود؛ بنابراین می توان گفت اساس و بنیان گردشگری، روابط بین میهمان و میزبان است (Sharpley, 2014: 38).

در عصر حاضر، گردشگری یکی از عوامل موثر در گسترش روابط بین ملت ها به شمار می رود و به منزله ایجاد کننده فرصت های شغلی در بخش اقتصادی و ایجاد تعاملات اجتماعی - فرهنگی مطرح می شود (Sariisik, 2011: 1011).

¹.leisure

².relaxation

³.pleasure

سازی، تحلیل تاریخی، تکنیک دلفی و پیش بینی را می توان بعضی از تکنیک ها و فنون معروف آینده پژوهی دانست که هر یک از این روش ها بسته به هدف و با توجه به برهه زمانی خاص (کوتاه مدت، میان مدت و بلند مدت) به کار برده می شوند. بدیهی است که محصول آینده پژوهی، تفسیر و ایده های گوناگون در مورد جهان آینده است. این محصول را می توان در سه دسته تقسیم بندی کرد:

۱- آینده ممکن^۱: محصولی از آینده پژوهی است که توسط هرکس

اعم از مردم بدون تخصص و نخبگان قابل ارائه است. در واقع آینده ممکن، امکان هر نوع تصور در مورد آینده را فراهم می کند، اما لازم است که آن تصویرها، عقلانی و علمی باشند.

۲- آینده محتمل^۲: عبارتست از آینده ممکن که بیشترین احتمال

را برای رخ دادن در آینده دارد. آینده محتمل، تصور و تصویری از آینده است که به روش علمی نشان داده می شود، امکان وقوع آن زیاد است.

۳- آینده مطلوب^۳: عبارتست از آینده احتمالی که مطابق آرمان ها و

خواست جامعه ای که در آینده پژوهی برای آن انجام می شود، بهتر، زیباتر و برتر است. مطلوبیت یک آینده به مطابقت آن با ارزش ها و هنجارهای هر جامعه بستگی دارد. لازم است متخصصان در مطالعات خود نشان دهند که چه زمان و چگونه لازم است که مردم به مباحثه کشیده شوند تا زمینه لازم برای تغییر و تحول ارزش ها و سایر عوامل ثابت فراهم شود.

امروزه لزوم توجه به آینده پژوهی و استفاده از آن در برنامه ریزی ها و خط مشی های کلان تا جایی پیش رفته است که بسیاری از کشورها، پروژه های ملی را تحت عنوان آینده نگاری ملی در فواصل زمانی مختلف، تعریف و اجرا می کنند و از پیش بینی های حاصله از نتایج به دست آمده به برنامه ریزی راهبردی میان مدت و کوتاه مدت خود می پردازند. پیشروان مجری این طرح ها را کشورهای آلمان، ژاپن و انگلستان تشکیل داده اند و در کشورهای در حال توسعه ای نظیر ترکیه و افریقای جنوبی نیز این طرح ها انجام شده است که در تمامی این کشورها، نتایج طرح های آینده پژوهی قابل توجه بوده است.

پیشینه تحقیق

در این زمینه مطالعاتی از سوی محققان سراسر دنیا صورت گرفته است که از آن جمله می توان به این موارد اشاره نمود:

نادر و همکاران (۲۰۰۸) در تحقیقی برای پایش توسعه پایدار در کشور لبنان ۱۱۰ شاخص را مورد بررسی قرار دادند. یانگ و چن (۲۰۱۰) در پژوهشی دیگر از ۲۹ شاخص برای ارزیابی سطح سرزندگی در موضوعات اجتماعی، محیط زیست، اقتصادی و اکولوژیکی در شهر پکن واقع در کشور چین بهره گرفته است. اوکیچ (۲۰۱۰) در مطالعه ای با هدف گردشگری روستایی چاره ای برای توسعه پایدار پرداختند. استعلاجی و خوش نیت (۱۳۹۱)، در پژوهشی به شناخت توانمندی های گردشگری و ارائه الگوهای بهینه توسعه گردشگری شهری پرداختند. قدمی و همکاران (۱۳۹۱)، به ارزیابی توسعه گردشگری مقصد در چارچوب پایداری دهستان تمشک دریاختند و دریافتند که فرایند توسعه گردشگری در این دهستان با تخریب منابع، نارضایتی جامعه گردشگران و نگرش منفی ساکنان محلی، از اصول و

زیست و به منظور بهبود کیفیت زندگی جامعه میزبان که در آن هر دو به جامعه میزبان و مهمان بستگی دارد در این رابطه دولت های محلی می بایست بیشتر مراقب و مسئول به افراد بومی و بازدیدکنندگانی باشند که ممکن است به وسیله گردشگری تحت تأثیر تمامی ظواهر مثبت و منفی آن قرار گیرند (Nematpour, 2019: 6).

آینده پژوهی

آینده پژوهی برابر واژه ی انگلیسی (Future Studies) است و دربرگیرنده مجموعه تلاش هایی است که با استفاده از تجزیه و تحلیل منابع، الگوها و عوامل تغییر و یا ثبات، به تجسم آینده های بالقوه و برنامه ریزی برای آنها می پردازد. دلیل استفاده از کلمه جمع (Futures) این است که در ادبیات آن از طیف گسترده ای از متدولوژی ها استفاده می شود و به واسطه گمانه زنی های نظام مند و خردورزانه، به جای تصور فقط یک آینده در مورد نه تنها یک آینده، بلکه چندین آینده متصور، مبادرت می شود. در ادبیات آینده پژوهی تعاریفی نقل شده که چند تعریف آنها بدین ترتیب است:

- آینده پژوهی عبارتست از شناخت آینده های ممکن و انتخاب از میان آنها به منظور هدایت و جهت دهی به اقدامات کنونی.
- آینده پژوهی عبارتست از کشف یا ابداع، واری، ارزیابی و پیشنهاد آینده هایی که می توانند واقع شوند (آینده های ممکن) یا احتمال وقوع آنها وجود دارد (آینده های محتمل) و یا می باید واقع شوند (آینده های مطلوب).
- آینده پژوهی، علم و هنر کشف آینده و شکل بخشیدن به دنیای مطلوب فردا عنوان شده است.

از سوی دیگر از نظر تئوری، ریاضیدانان و سایر متخصصان به این نتیجه رسیدند که رفتار جامعه بشری مانند یک نظام پویا و پیچیده است و نمی توان آن را در یک چارچوب از پیش طراحی شده دانست. گرچه برخی از رویدادهای آینده را می توان از پیش تعیین کرد ولی بیشتر رویدادهای آینده غیرقطعی اند. با این وجود باز هم تلاش هایی نظام مند برای رسیدن به دورنمایی از آینده ممکن انجام گرفت. عدم توانایی در پیش بینی دقیق آینده و هم چنین پیچیدگی های ناشی از تغییرات روزافزون باعث شده تا محققان از قابلیت های دانش نوظهور آینده پژوهی بهره برده و آینده نگاری را وارد بطن فعالیت های برنامه ریزی و پیش بینی تحولات کنند. بدین ترتیب به مرور این تفکر پدید آمد که پیش بینی آینده به طور کامل غیرممکن است ولی هر اطلاعاتی درباره آینده برای تصمیم گیری می تواند مفید باشد. از این رو مفهوم آینده نگاری و آینده پژوهی در سیاست گذاری ها جای خود را باز کرد. مطابق پیش فرض کلیدی آینده پژوهی، "آینده امری است که مردم می توانند آن را با اقدامات هدفمند خود طراحی کنند و شکل دهند." (حسن پور، ۱۳۹۶: ۴ و ۵).

در واقع نکته قابل توجه در مطالعات آینده آن است که آینده پژوهی به پیش بینی قطعی آینده نمی پردازد، بلکه عوامل شکل دهنده ی آن شناسایی، مطالعه و مورد بحث واقع می شوند. سپس چالشها و موضوعات پیش رو شناسایی می شوند تا بتوان با ارائه راه کارهای مناسب برای برخورد با آنها برنامه ریزی کرد و از بروز چالشها و تحقق آینده نامطلوب جلوگیری کرد (کروبی، ۱۳۹۲: ۶). آینده پژوهی از آن جهت که یک علم کاربردی است، برای خود یک جعبه ابزار دارد که ده ها تکنیک و فن مختلف را در بر می گیرد. دیده بانی، روندبافی، خیال نگاری آگاهانه، مدل سازی، سناریو

¹. Possible future

². Probable future

³. Preferable future

گردشگری یکی از انواع مهم فعالیت های انسانی است که اثرات مهمی در جامعه محلی دارد. این اثرات در جوامع مقصد که در آن گردشگران در ارتباط با زندگی، محیط اقتصادی و اجتماعی و فرهنگی این جوامع هستند، آشکار و قابل مشاهده است بنابراین طبقه بندی اثرات گردشگری در سه دسته فرهنگی، اجتماعی - اقتصادی و زیست محیطی معمولاً یک عمل قابل قبول است (Nematpour, 2019: 5).

• اثرات اقتصادی گردشگری

به طور کلی، بعد اقتصادی مهم ترین دلیل برای نگرش ارزیابی مثبت از جامعه محلی به سمت گردشگری است. با این حال، بعد اقتصادی می تواند ارزیابی جنبه های مثبت و منفی را بسته به سطح توسعه کشورها داشته باشد. برخی از این اثرات عبارتند از: افزایش درآمد، پیدایش فرصت های شغلی (Deery et al, 2012: 66)، بهبود زیرساخت های اجتماعی و امکانات عمومی، فصلی و از این قبیل (Wu and Chen, 2015: 287). در واقع تجزیه و تحلیل اثرات اقتصادی گردشگری روشی است برای درک و فهم جوامعی که به وسیله هزینه های بازدیدکنندگان تحت تأثیر واقع شده اند (Evan, 2018: 61).

• اثرات اجتماعی - فرهنگی گردشگری

این اثرات به عنوان عوامل موثر بر آداب و رسوم، عادات، زندگی اجتماعی، باورها و ارزش ساکنان بومی مقصدهای گردشگری تعریف شده است. تداخلاتی که بین مردم بومی و گردشگران اتفاق می افتد می تواند منجر به فرصت های اجتماعی و فرهنگی جدید برای هر دو طرف باشد و یا در مقابل می تواند سبب پیدایش احساس پریشانی، فشار، احتقان و غیره شود.

• اثرات زیست محیطی گردشگری

گردشگری می تواند منجر به حفظ و نگهداری از منابع و یا تخریب و آسیب رساندن به منابع شود. این اثرات می تواند در قالب افزایش آلودگی، بهبود ظاهر جامعه میزبان و غیره باشد. با این حال، اثرات منفی زیست محیطی توسط جامعه محلی به نفع مزایای گردشگری نادیده گرفته می شود (Nematpour, 2019: 5).

عوامل بی شماری در توسعه صنعت گردشگری در یک کشور نقش دارند و ارتباط و تعامل بین آن ها، توسعه گردشگری را شکل می دهد. سه عامل اصلی در توسعه گردشگری عبارتند از: گردشگران، مردم منطقه، ویژگی های مقصد. در یک نگاه کلی، برخی از عوامل موثر بر توسعه گردشگری عبارتند از:

- ❖ وجود امکانات رفاهی و اقامتی برای گردشگران
- ❖ امنیت کافی برای گردشگران
- ❖ وجود جاده های وسیع و استاندارد
- ❖ وجود خدمات بهداشتی در مراکز اقامتی و بین جاده ای
- ❖ تبلیغات مناسب
- ❖ شرایط طبیعی و اقلیم مناسب
- ❖ برخورد رفتارهای مناسب فرهنگی (حکمت نیا، ۱۳۹۹: ۷۵).

معیارهای توسعه پایدار گردشگری فاصله زیادی دارد و از الگویی ناپایدار پیروی می کند. ملکی و همکاران (۱۳۹۳)، در پژوهشی با عنوان بررسی پایداری توسعه زیست محیطی با استفاده از آزمون های آماری در شهرستان های استان مرزی خوزستان دریافتند که ارتباط معناداری بین میزان جمعیت و نرخ شهرنشینی با توسعه زیست محیطی وجود ندارد. یاری حصار و حیدری ساریان (۱۳۹۴)، به تحقیق درباره سنجش و ارزیابی چرخه حیات گردشگری پایدار روستایی استان های تهران و البرز پرداختند. مرصوصی و جلال آبادی (۱۳۹۹)، به تدوین سناریوهای موثر بر آینده گردشگری پایدار با رویکرد آینده پژوهی پرداختند.

• پژوهش هایی که از علم آینده پژوهی در گردشگری بهره جسته اند، می توان به پژوهش شوینگر (۱۹۸۴) با عنوان پیش بینی فرصت و گردشگری، تجسم سناریو برای سال های ۲۰۰۰ تا ۲۰۱۰ اشاره کرد که به بررسی روندهای محتمل در فرصت های زمانی و گردشگری بین سال های ۲۰۰۰ و ۲۰۱۰ می پردازد. شوینگر در این مطالعه عنوان می کند که هدف این پژوهش، ارائه تصاویری قطعی از توسعه در این سال ها نیست، بلکه کوشش شده است که برنامه ریزان علاقه مند به گردشگری را برای سازگاری با تغییرات آینده یاری دهد و این کار با توصیف شرایط آینده انجام خواهد گرفت. هم چنین در پژوهش دیگری که وندورن در سال ۱۹۸۶ با عنوان سناریو نویسی روشی برای پیش بینی بلند مدت گردشگری انجام داد که به بیان اهمیت و برنامه ریزی بلندمدت در صنعت گردشگری و کارآمدی روش سناریو نویسی در این راستا اشاره کرد و به معرفی و دسته بندی روش های سناریو نویسی و بیان مثال هایی از آن ها پرداخت. علاوه بر آن ها داویر و همکاران به بررسی عناصر کلیدی در صنعت گردشگری جهان در سال ۲۰۲۰ می پردازند. داویر و همکارانش پیشران ها را در ۴ گروه اصلی دسته بندی می کنند:

- اقتصاد جهانی و جهانی شدن
- منابع طبیعی و محیط
- علم و فناوری
- عوامل جمعیت شناختی

آن ها دریافته اند که هر یک از این پیشران ها تاثیرهای متفاوتی در مناطق و کشورهای مختلف دارد (Dwyer et al, 2009: 65).

یافته های پژوهش

این پژوهش از لحاظ هدف، از نوع پژوهش های بنیادی است که از یک سو با مطالعات اسنادی - کتابخانه ای به بررسی ابعاد، تعاریف و چارچوب نظری تحقیق و از سویی دیگر با مراجعه به سازمان ها و ادارات ذیربط به گردآوری اطلاعات لازم برای دستیابی به سوال تحقیق که همان بررسی عوامل و مولفه های موثر بر توسعه پایدار گردشگری است، می پردازد.

توصیف یافته ها و عوامل مرتبط با آن

بررسی عوامل و اثرات موثر بر توسعه پایدار گردشگری

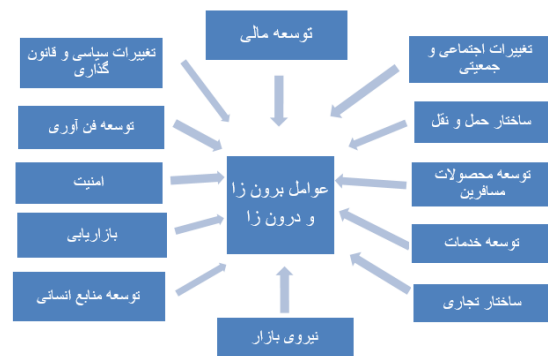
است. موقعیت خاص استراتژیک یک منطقه یکی از معیارهای مهم توان طبیعی در مناطق توریستی است. منظور از موقعیت خاص استراتژیک، مکان جغرافیایی منحصر به فرد منطقه گردشگری است که آن را از سایر مناطق متمایز می‌سازد. قرارگیری در نزدیکی دریا، موقعیت کوهستانی، ارتفاع بسیار بالا یا پایین منطقه، نزدیکی به مناطق نفت خیز، نزدیکی به جزایر و غیره همگی عواملی هستند که به یک منطقه توریستی، موقعیت خاص استراتژیک اعطا می‌کنند.

توان اجتماعی

گردشگری از دیرباز با اشکال متنوع در جوامع بشری بر اساس انگیزه، اصل سفر و جابجایی، سیر تکاملی خود را طی کرده است. تحول اساسی در گردشگری را با انقلاب صنعتی که تحول شگرفی در زندگی و به خصوص حمل و نقل به وجود آورد، می‌توان شناخت. امروزه فعالیت‌های گردشگری به عنوان بخش چهارم فعالیت‌های انسان پس از کشاورزی، صنعت و خدمات محسوب می‌شود. مدیریت پایدار گردشگری به دنبال بهبود کیفیت زندگی ساکنان محلی در مناطق گردشگری از طریق بهینه‌سازی منافع اقتصاد محلی، حفاظت از محیط طبیعی و انسان ساخت و فراهم آوردن تجارب مناسب برای بازدیدکنندگان است. مشارکت دولت و برنامه‌های دولتی در توسعه صنعت گردشگری یکی از عوامل اجتماعی تاثیرگذار در توسعه توریسم است. دولت نه تنها با اتخاذ تصمیمات و سیاست‌گذاری‌های کلان نقش مهمی در توسعه گردشگری دارد، بلکه در برخی موارد به صورت مستقیم در اجرای یک برنامه گردشگری نقش ایفا می‌کند. امروزه شاهد نوع جدیدی از گردشگری به نام گردشگری اجتماعی هستیم. گردشگری اجتماعی، نوعی از گردشگری است که با کمک دولت و سازمان‌های ذی صلاح انجام می‌شود و گردشگرانی را که خود به تنهایی قادر به تامین هزینه‌های مسافرت نیستند، مدد می‌رساند. در این نوع گردشگری اجتماعی کسانی که مورد یاری قرار می‌گیرند عبارتند از: گروه‌هایی از افراد با درآمد پایین، سن بالا یا کارکنان سازمان‌هایی که کمک هزینه یا بهای مربوط به تعطیلات به آن‌ها تعلق می‌گیرد.

امکانات زیربنایی

گردشگری نوعی محصول پیچیده مصرفی است که از فرایندی ناشی می‌شود که در آن، گردشگر از خدمات مختلفی (اطلاعات، قیمت‌های نسبی، حمل و نقل، امکانات اقامتی، خدمات تفریحی) حین بازدید از مقصد استفاده می‌کند. عوامل سیاسی و ویژگی‌های ساختاری دیگری هستند که بر تجربه گردشگری تاثیر گذاشته و ماهیت محصول مقصد گردشگری را تعیین می‌کنند. زیرساخت‌های مختلف میزبان در نوعی تعامل با هم هستند که نهایتاً تجربه گردشگری را تعیین می‌نمایند. امکانات زیربنایی نقش مهمی در توسعه این صنعت در مناطق توریستی ایفا می‌کنند. از آنجا که در جریان فرایند گردشگری، فرد از یک نقطه به نقطه دیگری نقل مکان می‌کند بنابراین ضروری است که وسایل حمل و نقل مناسبی برای وی فراهم شود. وجود وسایل نقلیه مناسب، تمایل گردشگران را برای سفر به منطقه مورد نظر بیشتر می‌کند (پایگاه پارس مدیر).



شکل ۱- عوامل موثر بر توسعه گردشگری (صداقتی، ۱۳۸۹: ۳۳)

با در نظر گرفتن این عوامل تاثیرگذار، ارتباط میان صنعت گردشگری و جامعه میزبان و فرهنگ آن ارتباطی دیالکتیک و دو سویه است و نباید به عنوان مفهوم مجزا و مستقل نگریسته شوند. چارلسن و جعفری (۱۹۹۶) دو سویه بودن این رابطه را در قالب دو واژه فرهنگی شدن صنعت گردشگری و توریستی شدن فرهنگ جامعه میزبان تعبیر کرده‌اند. زمانی یک جامعه اقدام به کالایی نمودن ابعادی از فرهنگ خود برای توسعه گردشگری می‌نماید و در این مسیر پیش می‌رود، وجه کاربردی فرهنگ محلی یا همان اصالت‌های فرهنگی ساختارهای اجتماعی، تحت تاثیر و بلکه تحت تسلط وجه مبادله فرهنگ قرار خواهد گرفت. وقتی فرهنگ خودش جاذبه شود، نگرانی‌هایی در رابطه با اصالت‌های آن در گشودگی به روی گردشگران پدید می‌آید. با کالایی نمودن و ارائه فرهنگ‌های بومی از طریق نمایش‌های فرهنگی و سوغات به گردشگران، در طول زمان و برای همخوانی بیشتر با ذائقه‌های مخاطبان، ممکن است تغییر و تبدیل‌هایی در اصالت آن پدید آید. این تغییر و تبدیل‌هایی در اصالت آن پدید آید. این تغییر و تبدیل‌ها می‌تواند با افراط در ایجاد جاذبه‌های فرهنگی برای گردشگری و برخوردهای بیش از حد سوداگرانه با نمودهای فرهنگی از قبیل مناک مذهبی، عادات و سنن، جشن‌ها و نمایش‌ها، صنایع دستی، موسیقی و دیگر الگوهای فرهنگی و ارائه نامناسب آن‌ها صورت بگیرد (امینی و زیدی، ۱۳۹۴: ۱۷).

علاوه بر موارد فوق یکی دیگر از انگیزه‌هایی که گردشگران را به شهرها می‌کشاند، وجود جاذبه‌های یادمانی و تاریخی در گروهی از جاذبه‌ها، برای ماندگار شدن رویدادی مهم و یا به مناسبت یادآور شدن دوره‌ای دارای اهمیت در تاریخ شهرها احداث می‌شوند. اما مجموعه اقداماتی که با هدف هویت شهری در شهرها انجام می‌گیرند، تابع مولفه‌های متعددی هستند مصادیقی مانند شکل شهر، ساختار شهر، فضاها و ساخت و سازهای عمومی و محله‌ها از جمله عناصر تشکیل دهنده هویت تاریخی شهرها هستند (تقوایی و صفرآبادی، ۱۳۹۱: ۲۵).

علاوه بر موارد یاد شده در بالا، مهم‌ترین معیارهای جامعه میزبان که به عنوان عوامل موثر بر توسعه پایدار گردشگری در مناطق توریستی شناسایی شده‌اند بیان می‌شوند. مهم‌ترین این تسهیلات، مراکز اقامتی - پذیرایی، حمل و نقل و وسایل ارتباطی، تبلیغات و فرهنگ می‌باشد که به همراه جاذبه‌ها می‌توانند باعث رونق گردشگری منطقه شوند. این عوامل و مولفه‌ها به شرح ذیل می‌باشند:

توان طبیعی

توان طبیعی یکی از مهم‌ترین و در واقع نخستین عامل موثر توسعه گردشگری در مناطق توریستی است که خود از اجزای مختلفی تشکیل شده

اتفاقات روز افزون آب و هوا در مقصدهای معروف گردشگری و نقش خط مشی های دولتی در تمام بخش های جامعه مشخص کننده این است که چطور یک گردشگر در یک موقعیت خاص احساس امنیت می کند .

رویدادهایی نظیر بازی المپیک و جام جهانی فوتبال ، موجب افزایش شمار بازدیدکنندگان بین المللی در کشورهای میزبان است . رویدادهای فرهنگی مانند فستیوال بین المللی ادینبرو و مراسم حج در عربستان سعودی ، از طریق استراتژی های رویداد محور اصالت اجتماعی مقصد را شکل می دهند .

سرمایه فرهنگی

با افزایش دستاوردهای مالی و آموزشی یک مقصد ، فرهنگ نیز به عنوان یکی از محرک های آن ، مهم و مهمتر به چشم می آید . سرمایه فرهنگی یک مقصد ، معیاری برای کل موجودی دانش ، نگرش ها ، درک ، مهارت ها و سلاقی است که در هنر ، ورزش و میراث یک ملت تجلی می یابد . آنهولت^۲ میراث و فرهنگ را به عنوان یکی از ۶ مولفه برتر یک کشور ، ارزیابی گردشگری و کشش سفر به یک مقصد می داند.

جهانی شدن و رقابت

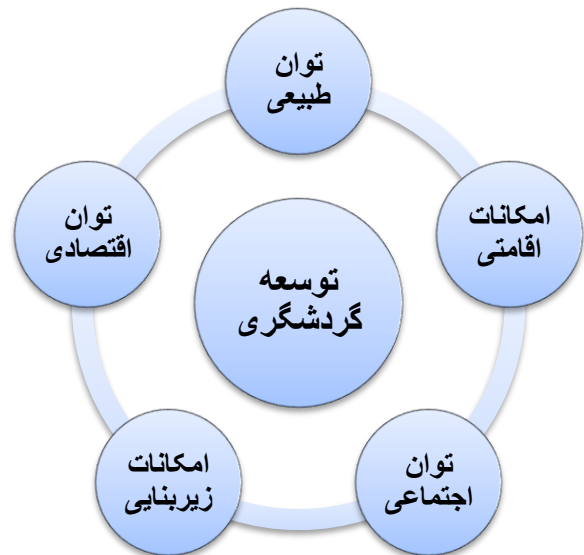
در اکثر تعاریف رایج ، " جهانی شدن " را نوعی فرایند می گویند و همسانی فزاینده به شمار می آورند ، به گونه ای که این فرایند ، فشردهگی فزاینده زمان و فضا است که از طریق آن ، مردم جهان کم و بیش به صورت نسبتاً آگاهانه در جامعه جهانی واحد ادغام می شوند (ام. لاکشمی ناراسایا ، ۱۳۹۰ : ۳۳) . جهانی و محلی شدن دو همراه و همپای هم هستند . تمام کشورها به طور یکپارچه ای در اقتصاد جهانی گره خورده اند و هیچ کشوری نمی تواند بدون ورود به بازارهای نوظهور و ریشه دار موفق شود . افراد به جهانی شدن اقتصادها و فرهنگ ها با نگاه به هویت های آنها واکنش نشان می دهند . گشایش اقتصاد دنیا بدین معناست که گردشگر، انتخاب بیشتری پیش رو دارد و رقابت رو به افزایش ارزش بیشتری را ایجاد می کند (ضرغام بروجنی، ۱۳۹۴: ۱۱).

آب و هوا

روشن است که آب و هوا محصول گردشگری یک مقصد را می سازد . این خود دلیل بر آن است که چرا سوئیس را به عنوان مقصدی بدون برف و اسکی و کشورهای حوزه ی دریایی کارائیب را بدون ساحل و آفتاب نمی توان تصور کرد . بدیهی است که تغییرات آب و هوایی و گرم شدن زمین ، نوع محصولات و تمایلات بازار مقاصد گردشگری را تحت تأثیر قرار می دهد.

۴- نتیجه گیری

میل به سفر و گردشگری و آشنایی با شرایط اجتماعی، فرهنگی، جغرافیایی و آب و هوایی، میلی زنده و پویا در بشر است. گردشگری روندی است که از دیرزمان با اشکال خاص خود در جوامع انسانی وجود داشته و تدریجاً طی مراحل تاریخی سیر تکاملی خود را تا عصر حاضر پیموده است . این پدیده عموماً بر بنیاد عامل اساسی سفر و جابه جایی قرار دارد که خود زاده نیازهای گوناگون روانی، فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی انسان است. امروزه صنعت گردشگری فراتر از یک صنعت به مثابه یک فعالیت اجتماعی و جهانی که پیچیدگی های خاص خود را دارد و شناخت دقیق و علمی این پدیده می تواند



شکل ۲- ابعاد موثر بر توسعه گردشگری

شاخص های موثر بر رشد و توسعه گردشگری در آینده

طبق گزارش سازمان جهانی گردشگری شاخص های اصلی و تأثیرگذاری که بر رشد و توسعه گردشگری در آینده اثر دارند و پایه های اقتصادی آن را می سازند عبارتند از : ثروت و قدرت خرید ، دسترسی ، رویدادها ، فرهنگ ، جهانی شدن ، رقابت و آب و هوا .

ثروت و قدرت خرید

طبق تحقیقات بنیاد آینده^۱ ، مصرف کنندگان به تعطیلات به چشم یک محصول لوکس شماره یک می نگرند . آنها تعطیلات را بیشتر از یک خانه ، ماشین های پرسرعت ، عطرها و لباس های طراحی شده آرزومندند . این امر بسته به میزان ثروت و قدرت خرید مصرف کننده برانگیخته می شود . ثروت در نتیجه افزایش درآمد به دست می آید که در عمل نسبت به ۲۰ سال گذشته دو برابر شده است هم چنین قدرت خرید نیز متأثر از کاهش قیمت ها است . این الگوی رفتار اقتصادی در تمام جهان رخ می دهد و طی دو دهه گذشته شمار زیادی از طبقه متوسط چین ، هند و اروپای شرقی در این رده قرار می گیرند که گردشگران فردا را می سازند .

دسترسی

دنیای گردشگری امروز در نتیجه پیشرفت های فناوری کوچک و کوچک تر می شود . قدرت اینترنت در آگاه سازی و شکستن مرزها به مصرف کنندگان امکان انتخاب مقصد را در هر کجای دنیا می دهد . با بهبود مقیاس های اقتصادی ناشی از اقتصاد آنلاین ، سفر و گردشگری یک بازار پر خریداری محسوب می شود.

رویدادها

با گسترش مقصدهای گردشگری قابل دسترسی ، مردم بیشتر تحت تأثیر رویدادها قرار می گیرند . خواه این رویدادها ، ورزشی و خواه بلایای طبیعی باشند . اقدامات متعددهانه خشونت از سوی سازمان های تروریستی ،

^۲ .Anholt

^۱ .Future Foundation

- ۷- تقوایی، مسعود؛ صفراآبادی، اعظم (۱۳۹۱). توسعه گردشگری فرهنگی با تاکید بر جاذبه های تاریخی (مطالعه موردی: جاذبه های تاریخی شهر اصفهان). برنامه ریزی رفاه و توسعه اجتماعی، دوره ۳، شماره ۱۲، صص ۵۹-۷۸.
- ۸- حسن پور، محمود؛ شاهی سوندی، مرضیه (۱۳۹۶). گزارش آینده پژوهی گردشگری: کمیسیون گردشگری، اقتصاد، ورزش و هنر. انتشار: دبیرخانه کمیسیون های تخصصی اتاق ایران. شماره گزارش: ۱۶۹۶۱۰۲
- ۹- حکمت نیا، حسن (۱۳۹۹). ارزیابی عوامل موثر بر توسعه گردشگری شهر مابید. فصلنامه گردشگری شهری، دوره ۷، شماره ۲، تابستان ۱۳۹۹، صص ۷۱-۸۴.
- ۱۰- حیدری چینه، رحیم (۱۳۸۹). مبانی برنامه ریزی صنعت گردشگری. انتشارات سمت، تهران.
- ۱۱- خسروی نژاد، محبوبه (۱۳۸۷). گردشگری خانه دوم و اثرات آن بر جوامع روستایی، دانشگاه اصفهان. گاهنامه اطلس، شماره نهم.
- ۱۲- خضرنژاد، پخشان (۱۳۹۳). نقش مدیریت شهری در توسعه پایدار گردشگری. اولین کنفرانس گردشگری، منابع طبیعی و توسعه پایدار ملی جغرافیا، تهران. باغ موزه قصر.
- ۱۳- رضوانی، علی اصغر (۱۳۸۵). جغرافیا و صنعت توریسم. انتشارات دانشگاه پیام نور، تهران.
- ۱۴- زالی، نادر (۱۳۹۲). آینده نگاری راهبردی در برنامه ریزی و توسعه منطقه‌ای. تهران: پژوهشکده مطالعات راهبردی.
- ۱۵- زاهدی، شمس السادات (۱۳۸۵). گردشگری و توسعه پایدار: ضرورت جاری سازی حفاظت محیطی در سیاست های توسعه گردشگری، فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری، بهار ۱۳۸۵، دوره ۴، شماره ۱۱-۱۲.
- ۱۶- سازمان اسناد و کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران.
- ۱۷- صدقاتی، پریسا (۱۳۸۹). بررسی عوامل موثر بر توسعه گردشگری ورزشی در استان آذربایجان شرقی. پایان نامه کارشناسی ارشد، موسسه آموزش عالی غیرانتفاعی و غیردولتی آمل.
- ۱۸- ضرابی، اصغر؛ محبوب فر، محمدرضا (۱۳۹۲). کاربرد مدل QSPM و SWAT در تدوین توسعه استراتژی توسعه گردشگری کاشان. مجله برنامه ریزی فضایی (جغرافیا)، سال سوم، شماره چهارم.
- ۱۹- فرهادی، مریم. همتی، محمد مهدی (۱۳۹۳). الگوهای پایداری و نقش طبیعت و اقلیم در شکل گیری سکونتگاه های روستایی بومی مناطق کوهستانی (نمونه موردی: سکونتگاه های روستایی شهرستان ایذه). کنفرانس مهندسی عمران، معماری و مدیریت پایدار شهری. گرگان.
- ۲۰- قدمی، مصطفی (۱۳۹۲). ارزیابی و تدوین استراتژی مقصد در چارچوب توسعه پایدار گردشگری (نمونه موردی: کلان شهر مشهد). فصلنامه مطالعات و پژوهش های شهری - منطقه ای، شماره ۹، ۵۹-۸۲.
- ۲۱- کاظمی، مهدی (۱۳۸۶). بررسی اثرات اقتصادی و فرهنگی توسعه جهانگردی از دیدگاه ساکنان. فصلنامه مطالعات جهانگردی، شماره ۳، صص ۱-۱۶.
- ۲۲- کروی، مهدی. نجفی پور، امیرعباس. حیدری، مجید (۱۳۹۲). آینده پژوهی، رهیافتی نو در توسعه و برنامه ریزی گردشگری. تهران. اولین همایش ملی آینده پژوهی.
- ۲۳- مرصوصی، نفیسه. بهرامی پاوه، رحمت اله (۱۳۹۰). توسعه پایدار شهری. تهران: انتشارات دانشگاه پیام نور.
- ۲۴- میرکتولی، جعفر. مصدق، رضیه (۱۳۸۹). بررسی وضعیت گردشگری روستایی و نقش آن در رونق صنایع دستی (پژوهش موردی: دهستان استرآباد جنوبی). مجله مطالعات پژوهش های شهری و منطقه‌ای. شماره ۷، صفحه ۱۷۴-۱۳۵.
- چارچوب محکمی برای برنامه ریزی صنعت گردشگری فراهم آورد. امروزه گردشگری را به عنوان یکی از مهم ترین صنایع توسعه پایدار در هر جامعه‌ای باید دانست، که از تحرک بالایی در تغییرات اقتصادی، سیاسی، اجتماعی، شهری و محیطی برخوردار است. تمرکز بر جنبه‌های مختلف صنعت گردشگری، همراه با برنامه ریزی های مدیریت محلی و ملی هر جامعه‌ای نقش بسیار با اهمیتی در فرایندهای بین المللی و ملی هر جامعه‌ای می تواند ایفا کند. گردشگری در تمامی سیستم های اقتصادی و اجتماعی تنها خطمشی و سیاستی که احتمال موفقیت آن وجود دارد، تلاش برای آینده است. آینده پژوهی مشتمل بر مجموعه تلاش هایی است که با استفاده از تجزیه و تحلیل منابع، الگوها و عوامل تغییر و یا ثبات، به تجسم آینده های بالقوه و برنامه ریزی برای آن ها می پردازند. آینده پژوهی منعکس می کند که چگونه از درون تغییرات (یا تغییر نکردن) "امروز"، "واقعیت فردا" تولد می یابد. در عرصه آینده پژوهی به ویژه آینده پژوهی گردشگری پایدار، پرداختن به آینده و برنامه ریزی برای آن، جزء جدا نشدنی فرایند آینده پژوهی به کار می رود.
- آینده پژوهی در حوزه گردشگری با در اختیار قرار دادن داده هایی چون میزان ریسک، موفقیت و سرمایه مورد نیاز، سازمان ها و نهادهای مرتبط با گردشگری را در اخذ تصمیمات درست یاری می رساند. از سوی دیگر به منظور افزایش رقابت پذیری و ایجاد مزیت نسبی در صنعت گردشگری چاره ای جز پیش بینی آینده وجود ندارد. آشکارترین نقطه شروع، تفکر پیرامون انواع بازارهای بازدید کننده خواهد بود که به دنبال توسعه خود هستند. در آینده های نزدیک، گردشگری جهانی به طور روزافزونی به سوی قطبی شدن پیش می رود که ناشی از تأثیر شاخص های اقتصادی متفاوت در مناطق مختلف جهان است.
- هدف از این مقوله توان پیش بینی صحیح آینده نیست، بلکه هدف از آن درک صحیحی از راهبردهای تاثیرگذار آینده در رشد صنعت گردشگری است.

مراجع

- ۱- ابراهیم زاده، عیسی، اسفندیاری مهنی، حمیده (۱۳۹۷). بررسی نقش پیاده راه های شهری در توسعه گردشگری پایدار (مطالعه موردی: خیابان ۱۵ خرداد شهر تهران). گردشگری شهری، دوره ۵، شماره ۳، صفحه ۱۴۲-۱۳۱.
- ۲- احد نژاد روشتی، محسن. صالحی میثانی، حیدر (۱۳۹۱). ارزیابی توزیع فضایی زیرساخت های گردشگری و تعیین نقش فرایندهای اقتصادی- سیاسی و رشد فیزیکی شهرها در شکل گیری آن (مطالعه موردی: شهر زنجان). دو فصلنامه مطالعات گردشگری، دوره اول. سال اول. شماره اول. صفحه ۱۰۵-۹۱.
- ۳- اخترکاو، مهدی (۱۳۹۰). تنظیم شرایط همساز با بوم و اقلیم ایران. چاپ اول. تهران: نشر کلهر.
- ۴- امینایی، امید. امینایی چترودی، احسان (۱۳۹۳). توسعه راهبردی محور گردشگری هفت باغ کرمان. اولین کنفرانس ملی جغرافیا، گردشگری، منابع طبیعی و توسعه پایدار. تهران. باغ موزه قصر.
- ۵- امینی، عباس؛ زیدی، زهرا (۱۳۹۴). تاثیرات فرهنگی گردشگری در مناطق روستایی از دید جامعه محلی (مطالعه موردی: روستای ایبانه)، فصلنامه تحقیقات جغرافیایی، دوره ۳۰، شماره ۲، صص ۱۳-۲۲.
- ۶- اوهانی نوزو، نبی؛ نعمت حسین زاده؛ غلامحسین شیرازی؛ حسن لطفی طلب؛ حیدر ابراهیمی (۱۳۹۳). ارزشیابی قابلیت ها و توانمندی های گردشگری در راستای توسعه پایدار. اولین کنفرانس ملی جغرافیا، گردشگری، منابع طبیعی و توسعه پایدار. تهران. باغ موزه قصر.

- ۲۵- نوری، سید هدایت اله؛ خراسانی، زینب (۱۳۹۱). تحلیلی بر اثرات اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی توسعه گردشگری در شهرستان ساری. *مجله برنامه ریزی فضایی*، سال اول، شماره ۴.
- ۲۶- یزدانی، حمید. عباسی، فاطمه (۱۳۹۳). نقش مدیریت شهری در دستیابی به توسعه پایدار گردشگری شهری. کنفرانس عمران، معماری و مدیریت پایدار شهری. گرگان.
1. Abu Bakr, A. Cheen, K.S. (2013). **A framework for assessing the sustainable urban development**. School of Housing Building and Planning University. Sains Malaysia. pp 1-44.
 2. Aref, F. Gill, S. (2010). **Tourism Development in Local Communities: as a Community Development Approach**. Journal of American Science. Vol. 6. No. 2. 155-161.
 3. Chansarn, S. (2012). **Assessing the Sustainable Development of Thailand**. The 3rd International Conference on Sustainable Future for Human Security Sustain. Procedia Environmental Science 17. P2.
 4. Chiang Lee, and Chum-Ping Chang (2008). **Tourism development and economic growth: A closer look at pannels**, Tourism Management 29.
 5. Choi, Hwan (2010). **Measurement of Sustainable Development progress for Managing Community Tourism**, Dissertation for (PHD) Texas AM University.
 6. Deery, M. Jago, L. and Fredline, L. (2012). **Rethinking Social impacts of Tourism Research: a new research agenda**. Tourism Management. Vol. 33. No. 1. pp. 64-73.
 7. Dias, N. Curwell, S. and Bichardm, E. (2014). **The current approach of urban design, its implications for sustainable urban development**. Procedia Economics and Finance., Vol. 18, No. 1. pp 497 - 504.
 8. Dwyer, L. Edwards, D. Mistilis, N. Roman, C. and Scott, N. (2009). **Destination and enterprise management for a tourism future**. Tourism Management. No. 30: 63 - 74.
 9. Evan, E. Hjrepe. (2018). **Outdoor Recreation as a Sustainable Export Industry: A case study of the Boundary Waters Wilderness**. Ecological Economics. 60-68.
 10. Heinberg, R. (2010). **What is the sustainable city? The Edmonton Sustainability papers**. pp 2-3.
 11. Lorio, M. Corsale, A. (2012). **Rural tourism and livelihood strategies in Romania**. Journal of Rural studies Department of Cagliari. 09123. Cagliari. Italy.
12. Mousavi, Mir-Najaf- Weissian, Mohammad-Mohammadi, Hamid-Akbari, Mahnaz (2015). **Investigation and Prioritization of Tourism Development Capabilities and Infrastructures by Multi-Criteria Decision Making Methods (case study: Cities of Kurdistan Province)**. Urban Tourism, Q2, S1. PP. 17-31.
 13. Nabi, Najafi. & GH, Rashidi, & Hesari, E. Jeddi, A. & Fatollahzadeh, F. (2016). **Strategic planning of regional tourism with sustainable development approach; study: Khaf Region**. Journal of Civil Engineering and Urbanism, Vol. 6. No. 1. pp. 7-15.
 14. Nematpour, Mohammad. Faraji, Amin. (2019). **Structural analysis of the tourism impacts in the form of future study in developing countries (case study: Iran)**. Journal of Tourism Futures. pp. 1 - 25.
 15. Postma, A. and Schmuecker, D. (2017). **Understanding and overcoming negative impacts of tourism in city destinations: Conceptual model and strategic framework**. Journal of Tourism Futures. Vol. 3. No. 2. pp. 144 - 156.
 16. Rowena, Morrow. (2010). **Acting together: International Values and Wisdom**. Journal of Future. 83 - 88.
 17. Sariisik, M. Turkey, O. and Akova, O. (2011). **How to Manage Yacht Tourism in Turkey**. A SWOT Analysis and Related Strategies procedia Social and Behavioral science, Vol. 24. pp. 1014- 1025.
 18. Shaker, R.R. and Sirodoer I.G. (2016). **Assessing Sustainable Development across Moldova using household and property composition indicators**, Habital International. 1 - 13.
 19. Sharply, R. (2014). **Host perceptions of tourism: A review of the research** Tourism Management, Vol. 42. pp. 37 - 49.
 20. Taleghani, Gholam Reza; Ghafary, Ali; Asgharpour, Seyed Eslami; Bekiai, Maryam. (2014). **An Investigation of the barriers related to tourism industry development in Iran**. Procedia Social and Behavioral Science. 120(2014). 772 - 778.
 21. Wang, H.Y. (2012). **Value as a medical tourism driver managing service quality**. Vol. 22. No. 5. 465 - 491.
 22. Wu, S.T. and Chen, Y.S. (2015) **The social economic, and environmental impacts of casino gambling on the residents of Macau and Singapore**. Tourism Management. Vol. 48. No. 5. 285- 298. <http://www.parsmodir.ir>.