

ماهیت گردشگری

ابعاد اقتصادی، فرهنگی - اجتماعی، سیاسی

و

محیطی گردشگری

پدیدآورنده

مسعود معصومی

۱۳۸۵

معصومی، مسعود، ۱۳۴۹ - گردآورنده و مترجم
ماهیت گردشگری ابعاد اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی - اجتماعی،
سیاسی و محیطی گردشگری / ترجمه گردآوری و تدوین مسعود
معصومی. - تهران پیک کوثر، ۱۳۸۴.
۱۲۸ ص.: نمودار

ISBN: 964-95736-4-x

فهرست نویسی بر اساس اطلاعات فیبا.

کتابنامه: ص ۷۸ - ۸۱

۱. جهانگردی. الف. عنوان.

۳۳۸/۴۷۹۱

م ۱۵۵/۱۱

۲۸۹۶ - ۸۴م

کتابخانه ملی ایران

انتشارات پیک کوثر



نام کتاب: ماهیت گردشگری

مؤلف: مهندس مسعود معصومی

تایپ: هما علیپور

صفحه آرای: گروه هنری رُز

طرح جلد: فاطمه رستمی

نوبت چاپ: اول

تیراژ: ۵۰۰۰ جلد

قیمت: ۱۱۰۰۰ ریال

شابک: ۹۶۴-۹۵۷۳۶-۴-x

ISBN: 964-95736-4-x

تلفن انتشارات: ۶۶۹۱۴۲۵۶

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
۹	پیشگفتار
۱۵	مقدمه
۱۹	۱: بعد اقتصادی گردشگری
۲۰	۱-۱: ماهیت اقتصادی صنعت گردشگری
۳۱	۲-۱: عوامل دخیل در تأثیر اقتصادی گردشگری
۳۱	۳-۱: اهمیت و پیامدهای بالقوه اقتصادی گردشگری
۳۴	۱-۳-۱: پیامدهای بالقوه منفی
۳۸	۲-۳-۱: پیامدهای بالقوه مثبت
۴۱	۴-۱: گردشگری مطلوب
۴۳	۲: بعد محیطی صنعت گردشگری
۴۹	۱-۲: اهمیت و پیامدهای بالقوه محیطی گردشگری
۴۹	۱-۱-۲: پیامدهای بالقوه منفی
۵۱	۲-۱-۲: پیامدهای بالقوه مثبت
۵۳	۳-۲: گردشگری مطلوب
۵۵	۳: بعد فرهنگی - اجتماعی گردشگری
۵۵	۱-۳: اثر فرهنگ و جامعه بر یکدیگر و بر گردشگری
۶۰	۲-۳: تأثیر گردشگری بر فرهنگ و جامعه
۶۲	۳-۳: عوامل دخیل در تأثیر فرهنگی
۶۳	۴-۳: مدل تأثیر اجتماعی
۶۷	۵-۳: اهمیت و پیامدهای بالقوه فرهنگی - اجتماعی گردشگری

۶۷	۵-۳: ۱- پیامدهای بالقوه منفی
۷۱	۵-۳: ۲- پیامدهای بالقوه مثبت
۷۴	۳-۶: روش های کلی مهار اثرات بالقوه منفی
۷۶	۳-۷: گردشگری مطلوب
۷۹	۴: بعد سیاسی گردشگری
۷۹	۴-۱: رابطه گردشگری و سیاست
۸۰	۴-۲: نقش دولت در گردشگری
۸۱	۴-۳: میزان دخالت دولت در گردشگری
۸۲	۴-۴: نقش بخش غیر دولتی در گردشگری
۸۲	۴-۵: دیدگاه ها در مورد ورود گردشگران به کشور
۸۵	۴-۶: گردشگری مطلوب
۸۷	۵: جمع بندی
۹۶	تعاریف و مفاهیم
۱۰۹	منابع و مآخذ
۱۱۳	واژه نامه فارسی - انگلیسی
۱۲۱	واژه نامه انگلیسی - فارسی

فهرست اشکال

صفحه	عنوان
۱۷	شکل شماره ۱: ارتباط رشته های علمی و ابعاد گوناگون گردشگری
۲۹	شکل شماره ۲: کشش درآمدی و تقاضا برای گردشگری و نمایش سه منطقه کشش قیمتی تقاضا بر روی منحنی تقاضا
۳۰	شکل شماره ۳: چگونگی اثر پرداخت های گردشگری بر روی اقتصاد جامعه
۳۳	شکل شماره ۴: عوامل دخیل در تاثیر اقتصادی گردشگری
۴۸	شکل شماره ۵: حد بهینه منافع و هزینه های بازدید از جاذبه های طبیعی گردشگری
۴۸	شکل شماره ۶: استفاده از عامل مالیات برای افزایش هزینه ها بمنظور کاهش تعداد گردشگران
۵۴	شکل شماره ۷: ارتباط گردشگری و محیط و اثرات گردشگری بر محیط
۶۵	شکل شماره ۸: مدل داگسی، سطوح اثرات اجتماعی گردشگری، امیدواری، بی تفاوتی، حساسیت و تقابل
۷۷	شکل شماره ۹: اثرات فرهنگی و اجتماعی گردشگری
۷۸	شکل شماره ۱۰: مدل تعامل اجتماعی و فرهنگی گردشگری بین جامعه میزبان و میهمان

پیشگفتار

گردشگری^۱ یا "صنعت گردشگری"^۲ از سال ۱۹۵۰ میلادی دچار تحولات عظیمی شد که برخی آنرا "انقلاب گردشگری" نام نهاده اند. این تحول منجر به بروز و بلوغ "گردشگری انبوه"^۳ شده و در آینده نزدیک به "گردشگری کیفیتی"^۴ تبدیل خواهد شد. در حال حاضر گردشگری فعالیتی قدرتمند و حرفه ای بزرگ در سطح جهان است. به نحوی که "ابتدا قبل از نفت، آنگاه همردیف آن و سپس بالاتر از آن قرار گرفته است." [۴۷:۲] نگاهی به ارقام ذیل گویای اهمیت این فعالیت خواهد بود.

در سال ۱۹۹۲ از هر ۱۵ نفر شاغل در جهان، ۱ نفر در بخش گردشگری فعال بوده‌اند و کل شاغلین این بخش در همان سال ۱۳۰ میلیون نفر بوده

1 - Tourism

۲ - بعد از جنگ جهانی دوم و آزاد شدن مستعمرات، کشورهای تازه استقلال یافته که پیشرفت خود را مشروط صنعتی شدن می‌دانستند، برای سرمایه‌گذاری‌های صنعتی امتیازاتی قائل بودند. به همین دلیل سازمان ملل متحد در سال ۱۹۵۵ یا ۱۹۵۶ میلادی اعلام کرد که گردشگری را بعنوان یک "صنعت" می‌شناسد. [۴۹:۱۳] البته برخی صاحب‌نظران اطلاق عنوان صنعت را برای گردشگری قبول ندارند و با تأکید بر اینکه فعالیت گردشگری فعالیت تولیدی به شمار نمی‌رود و در این فعالیت تغییر مواد و تولید کالا وجود ندارد، لذا یک فعالیت خدماتی است نه صنعتی. (فریبرز رئیس‌دانا)

3 - Mass Tourism

4 - Quality Tourism

است. [۴۸:۱۰۵] و در حال حاضر حجم مبادلات گردشگری بین‌المللی بیش از ۲۰ درصد از کل مبادلات بین‌المللی است.

براساس یک پیش‌بینی انجام شده توسط "سازمان جهانی جهانگردی"، در سال ۲۰۱۰ حدود یک میلیارد و ۱۸ میلیون نفر به گردشگری خواهند پرداخت و درآمد ناشی از گردشگری بین‌المللی در همان سال به ۱/۵ تریلیون دلار خواهد رسید [۴۰:۱۶]. این ارقام تا سال ۲۰۲۰ به سالانه ۱/۶ میلیارد نفر گردشگر و درآمد سالانه‌ای بیش از ۲ تریلیون دلار خواهد رسید که حدوداً ۴/۷ برابر درآمد گردشگری در سال ۱۹۹۶ است. [۴۱:۳۵۰]

اهمیت و عظمت گردشگری به ایجاد فرصت‌های شغلی و درآمد محدود نمی‌گردد. در صورت برنامه‌ریزی و توسعه از پیش اندیشیده شده، گردشگری قادر است منافع مستقیم و غیر مستقیم اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، محیطی و سیاسی را ایجاد و سهم قابل توجهی را در توسعه ملی ایفاء نماید. به عبارتی به بهبود شاخص‌های عدالت اجتماعی، ارتقاء سطح زندگی، رفاه عمومی و تعادل و توازن منطقه‌ای منجر گردد. در مواردی کارشناسان اقتصاد منطقه‌ای، گردشگری را بعنوان تنها عامل استقرار منابع و توسعه مناطق کمتر توسعه یافته پنداشته‌اند.

بدلیل امتیازات فوق است که کشورهای مختلف به رقابت و تلاش هر چه بیشتر در توسعه گردشگری و جذب هر چه بیشتر گردشگران بین‌المللی اهتمام می‌ورزند. در این میان کشورهای صنعتی سهم قابل توجهی از تعداد گردشگران، میزان درآمد ارزی و سایر منافع این فعالیت را به خود اختصاص داده‌اند. این کشورها با فعالیتهای گسترده از جمله: ایجاد اقامتگاه‌ها و هتل‌های زنجیره‌ای ملی و بین‌المللی، گسترش خدمات غذایی، خدمات حمل و نقل سریع، مدیریت هدفمند، برنامه‌ریزی بلندمدت، سیستم‌های اطلاعاتی کارا، تبلیغات و بازاریابی گسترده توسعه انواع گوناگون گردشگری به نتایج شگرفی دست یافته‌اند. به نحوی که هم اکنون به ابعاد جدیدی از گردشگری از

جمله "گردشگری فضایی" و "گردشگری الکترونیک"^۱ و "مسافرت الکترونیک"^۲ می‌اندیشند و گام‌های بلندی را هم در این زمینه‌ها برداشته‌اند.

پنج مقصد برتر گردشگری فرانسه، ایالات متحده آمریکا، اسپانیا، ایتالیا و مجارستان، سالانه میزبان حدود ۳۹ درصد از کل گردشگران بین‌المللی هستند و در طول دهه گذشته سالانه مجموعاً بیش از ۴۱ درصد از کل درآمدهای حاصله را از این طریق کسب نموده‌اند. آمریکا، آلمان، ژاپن، انگلستان و ایتالیا با بیش از ۵۱ درصد از کل هزینه، از بالاترین هزینه‌کنندگان در این زمینه بشمار می‌روند.

فعالیات گردشگری در عرصه بین‌المللی جایگاه خود را یافته و به رسمیت شناخته شده است. بطوریکه سازمان‌های بین‌المللی از جمله: "برنامه توسعه سازمان ملل متحد"^۳، "جامعه اقتصادی اروپا"^۴ و چند سازمان همیاری بین‌المللی دیگر منابع مالی لازم را برای انواع مختلف برنامه‌های توسعه گردشگری در کشورهای در حال توسعه فراهم می‌کنند. "سازمان جهانی جهانگردی"^۵ نیز مدافع اهمیت برنامه‌ریزی گردشگری است و بعنوان نماینده اجرائی برنامه توسعه سازمان ملل متحد برای بسیاری از کشورهای جهان برنامه‌های آموزش برنامه‌ریزی گردشگری ترتیب داده است.

در طول دهه‌های گذشته حتی کشورهای کمتر توسعه یافته و کشورهای در حال توسعه نیز از این مهم غافل نبوده‌اند.

• گردشگری صادرات عمده ۸۳ درصد از کشورهای در حال توسعه را تشکیل می‌دهد و برای یک سوم از آنها صادرات اساسی محسوب می‌گردد. (۵۲:۱۰)

1 - Electronic Tourism (E-Tourism)

2 - Electronic Travel (E-T)

3 - U.N.D.P

4 - E.E.C

5 - W.T.O

• کشورهای در حال توسعه در سال ۲۰۰۰ میزان ۲۹۲/۶ میلیون نفر گردشگر ورودی بین المللی داشته اند و این رقم در مقایسه با سال ۱۹۹۰ رشدی برابر ۹۵ درصد را نشان میدهد. [۵۲:۱۰]

• تعداد ۴۳ کشور کمتر توسعه یافته^۱ در سال ۲۰۰۰ تعداد ۵/۱ میلیون نفر گردشگر ورودی بین المللی داشته اند که در مقایسه با سال ۱۹۹۰ رشدی برابر ۷۵ درصد را نشان میدهد. [۵۲:۱۰]

• ۸۰ درصد از فقرای جهان روزانه با کمتر از یک دلار زندگی می کنند. این تعداد فقیر در ۱۲ کشور جهان پراکنده اند که در ۱۱ کشور از این ۱۲ کشور، گردشگری بسیار مهم بوده و در حال رشد میباشد. [۵۲:۱۰]

• کشورهای در حال توسعه در حال افزایش سهم خود از گردشگری بین المللی هستند بطوریکه سهم خود را از ۲۰/۸ درصد در سال ۱۹۷۵ به ۴۲ درصد در سال ۲۰۰۰ رسانده اند. [۵۲:۱۰]

• گردشگری درون مرزی بخش عمده و با رشد سریع در کشورهای در حال توسعه است. [۵۲:۱۰]

در این میان کشور ما از لحاظ تعداد جاذبه های گردشگری جزو ۱۰ کشور اول پرجاذبه گردشگری در جهان است و از لحاظ تنوع زیستی و تنوع جاذبه های طبیعی رتبه پنجم را در جهان دارا میباشد. ولی متأسفانه بدلیل برخی مشکلات هرگز جایگاه شایسته خود را در عرصه بین المللی گردشگری نیافته است. بطوریکه در جدول رتبه بندی سال های گذشته از نقطه نظر پذیرش گردشگران و اخذ درآمد همواره رتبه ای بعد از ۶۰ را داشته و از نقطه نظر هزینه گردشگری نیز رتبه ای بعد از ۴۰ را دارا بوده است.

گردشگری فعالیتی پیچیده، دارای ابعاد متنوع و جزو علوم بین رشته ای است. از اینرو شناخت ابعاد آن از حیطة یک تخصص خاص خارج بوده و مشارکت متخصصین در رشته های گوناگون از جمله: روانشناسی،

مدیریت، حقوق، برنامه ریزی شهری و منطقه ای، معماری، شهرسازی، محیط زیست، کشاورزی، بازاریابی، جغرافیا و ... را می طلبد. موفقیت گردشگری در یک بهینه جغرافیایی در گرو مشارکت واقع بینانه خواهد بود. در این مشارکت هر تخصص جایگاه خاص خود را داشته و ایفای نقش می کند. بعد توسعه و برنامه ریزی گردشگری در حیطه فعالیت برنامه ریزان شهری و منطقه ای بوده و از حرفه های برنامه ریزان شهری و منطقه ای بشمار می رود.

سابقه برنامه ریزی گردشگری در کشور ما به حدود سال ۱۳۴۱ (آغاز برنامه سوم عمرانی کشور) بر می گردد. اما متأسفانه با گذشت بیش از ۴۰ سال از آغاز فعالیت برنامه ریزی در کشور، این فعالیت هنوز جایگاه شایسته خود را نیافته است. در حال حاضر این رشته تحصیلی در تعداد بسیار محدودی از دانشگاههای کشور تدریس میگردد. سابقه آن در کشور ما بیش از ۴۰ سال، ولی دانش و تجربه ما در این زمینه بسیار جوان است. در محافل علمی، تصمیم سازی و تصمیم گیری برای توسعه گردشگری هنوز هم با تردید صحبت از معایب و مزایای آن به گوش میرسد و برخی از رواج آن بیم دارند. چرا که کلیات ماهیت گردشگری برای اغلب ما ناشناخته باقی مانده و تبعاً روشهای برنامه ریزی، توسعه و مدیریت آن برای ما مبهم است. این در حالیست که "شناخت ماهیت فعالیت گردشگری" بسیار اساسی بوده و همواره مقدمه برنامه ریزی، مدیریت و توسعه گردشگری خواهد بود. از اینرو نیاز به شناخت بیشتر و منابع گوناگون بخصوص در زمینه ماهیت این فعالیت همچنان احساس می گردد.

هدف از گردآوری و تالیف این کتاب تدوین مجموعه ای جامع و مختصر از ماهیت گردشگری از دیدگاه برنامه ریزی شهری و منطقه ای است تا شاید بخشی از نیاز علاقمندان را برآورده نماید.

این مجموعه در ادامه فعالیت تحقیقی و رساله دانشجویی اینجانب در خصوص برنامه ریزی استراتژیک توسعه گردشگری تدوین شده است. در این میان تشویق اساتید ارجمند و گرانقدر جناب آقای دکتر حجت الله قدیمی و

جناب آقای دکتر حمید ضرغام بسیار رهگشا و موثر بوده است که توفیق روزافزونشان را از خداوند متعال آرزو می‌نمایم.

همچنین لازم میدانم که از زحمات انتشارات پیک کوثر که نشر این کتاب را تقبل نمودند تشکر نمایم.

به منظور کاهش حجم مطالب از روشی برای مآخذ دهی استفاده شده است که شاید برای برخی خوانندگان محترم ناآشنا باشد. بدینصورت که برای مآخذ از دو عدد "شماره مآخذ" و "شماره صفحه" استفاده می‌شود. بعنوان نمونه: [۱۲۹- ۱:۱۱۸] در پایان مطلب نشان دهنده "صفحات ۱۱۸ تا ۱۲۹" از "مآخذ شماره ۱" در پایان کتاب است.

بی تردید این مجموعه دارای کاستی‌هایی است، امید است خوانندگان محترم با انتقادات خود اینجانب را از کاستی‌های آن آگاه سازند.

سپاس خداوند هستی بخش را که توفیق گردآوری و چاپ این کتاب را عنایت فرمود.

مسعود معصومی

www.m-masoumi.com

مقدمه

فعالیت گردشگری مجموعه‌ای از "گردشگر"، "عرضه‌کننده خدمات و کالا"، "دولت" و "جامعه میزبان" می‌باشد که با یکدیگر در تعامل و ارتباط می‌باشند. گردشگری ترکیبی از فعالیت‌ها، خدمات، خط و مشی‌ها، ضوابط، معیارها و کالاهایی است که برای تحقق یک سفر گردشگری ضرورت دارند. به عبارت دیگر گردشگری صنعتی چند بعدی است که در برگیرنده هتل‌ها و مهمانسراها، رستوران‌ها، مراکز تفریحی، جاذبه‌های گردشگری، سیستم حمل و نقل و واحدهای دیگری است که مجموعاً گردشگری را در یک کشور و منطقه شکل می‌دهند. برای شناخت گردشگری باید از زوایای مختلف به آن نگریست تا ابعاد آنرا بطور کامل شناخت. شناخت ابعاد اقتصادی، اجتماعی - فرهنگی، محیطی و سیاسی گردشگری برای برنامه‌ریزی این فعالیت در سطوح گوناگون جغرافیایی ضروریست. برای شناخت ابعاد گوناگون گردشگری شیوه‌های گوناگونی وجود دارد. شکل شماره ۱ ارتباط رشته‌های علمی و ابعاد گوناگون گردشگری را نشان می‌دهد.

شیوه شناخت اقتصادی

شیوه شناخت اقتصادی گردشگری، اثرات گردشگری را پی می‌گیرد و به علت حساسیت وجه اقتصادی این صنعت در توسعه کشورها و مناطق شیوه شناخت اقتصادی مورد توجه فراوان است. اقتصاددانان گردشگری را از نظر عرضه و تقاضا، تراز پرداخت‌ها، مبادلات خارجی، اشتغال، درآمد ملی، آینده نگری اقتصادی و سایر موضوعات مورد بررسی قراردادده و الگوهایی را در این زمینه ارائه می‌دهند.

اگر چه شیوه شناخت اقتصادی جنبه مهمی از گردشگری را توصیف و تحلیل می‌کند اما از جنبه‌های مهمی چون ابعاد فرهنگی، روانی، زیست محیطی، جامعه‌شناسی و مردم شناسی غفلت می‌ورزد.

شیوه شناخت فرهنگی - اجتماعی

در این شیوه بر شناخت جنبه‌های اجتماعی و فرهنگی گردشگری مانند رفتارهای افراد و گروه‌ها در رابطه با مقوله گردشگری و اثرات گردشگری بر فرهنگ و جامعه تأکید می‌شود. در این شیوه طبقات اجتماعی، معیارهای اخلاقی و ارزشهای انسانی، رفتارها و هنجارهای گروهی و آداب و رسوم مردم میزبان و میهمان در مقوله گردشگری مورد بررسی قرار داده می‌شوند. گردشگری بعنوان یک پدیده اجتماعی - فرهنگی در روابط بین جوامع و فرهنگ‌ها اثرات عمیقی بر جامعه می‌گذارد و منشاء تغییر و تحولات و الگوپردازیهای گوناگون می‌شود. از این روی این شیوه در شناخت گردشگری اهمیت ویژه‌ای دارد.

شیوه شناخت محیطی و اقلیمی

این شیوه گردشگری را از دیدگاه علوم مربوط به محیط زیست مورد بررسی قرار می‌دهد. محیط، اقلیم، آب و هوا، مناظر و جاذبه‌های طبیعی همه در این شیوه مورد بررسی واقع می‌شوند. گاه از این نیز فراتر رفته جنبه‌های اقتصادی، سیاسی و اجتماعی محیط و اقلیم را نیز مورد مطالعه قرار می‌دهند. [۱:۱۱۸]

شیوه شناخت سیاسی

در این شیوه ارتباط گردشگری با عوامل سیاسی مورد توجه واقع شده و نقش گردشگری در توسعه سیاسی و تأثیر عوامل سیاسی بر توسعه و یا عدم توسعه گردشگری مورد بررسی قرار می‌گیرد. نقش دولت، بخش خصوصی و عمومی، نهادها، سازمانها و ارتباط بین این اجزاء با گردشگری از نکات مورد توجه این شیوه می‌باشد.

در صفحات بعد به تبیین ابعاد گوناگون گردشگری، ویژگی‌ها، ماهیت، معایب، مزایا و اثرات گردشگری و عمدتاً از نقطه نظر برنامه‌ریزی شهری و منطقه‌ای پرداخته می‌شود.

شکل شماره ۱: ارتباط رشته‌های علمی و ابعاد گوناگون گردشگری^۱

