

توسعه گردشگری (رویکردی تحلیلی بر ابعاد و فرصت‌های آن)

مولفان:

دکتر حسین کلانتری خلیل آباد

(دانشیار جهاد دانشگاهی - عضو گروه مدیریت و برنامه‌ریزی
شهری پژوهش‌های علوم انسانی و مطالعات اجتماعی)

دکتر زهرا خدائی

(عضو هیأت علمی دانشگاه آزاد واحد گار، امام خمینی (ره) - شهر ری)

سازمان انتشارات جهاد دانشگاهی

۱۳۹۶

سرشناسه	: کلاتری خلیل آباد، حسین، ۱۳۴۷.
عنوان و نام پدیدآور	: توسعه گردشگری: رویکردی تحلیلی بر ابعاد و فرصت‌های آن/ حسین کلاتری خلیل آباد، زهرا خدائی.
مشخصات نشر	: تهران: سازمان انتشارات جهاد دانشگاهی، ۱۳۹۶.
مشخصات ظاهری	: ۲۵۶ ص.
شابک	: ۹۷۸-۶۰۰-۴۶۰-۰۲۲-۴
وضعیت فهرست نویسی	: فیا
یادداشت	: کتابنامه.
موضوع	: گردشگری- ایران- آینده‌نگری Tourism- Iran- Forecasting
موضوع	: گردشگری- ایران- برنامه‌ریزی Tourism- Iran- Planning
موضوع	: گردشگری و دولت Tourism- Government policy
موضوع	: گردشگری- مدیریت Tourism- Managment
موضوع	: گردشگری زیست‌محیطی- ایران Ecotourism- Iran
شناسه افه	: خدائی، زهرا، ۱۳۶۱.
شناسه مزود	: سازمان انتشارات جهاد دانشگاهی
رده‌بندی ننگره	: ۱۳۹۶ ک ۸۹ الف/ ۵۱۵۵
رده‌بندی دی‌سی	: ۳۳۰ ۶۷۹۱ ۵۵
شماره کتابشناسی	: ۶۶۹۰۶۸ ی

توسعه گردشگری (رویکردی تحلیلی بر ابعاد و فرصت‌های آن)

مولفان: حسین کلاتری خلیل آباد- زهرا خدائی

ویراستار: حسین کلاتری خلیل آباد

صفحه آرا: منصور نداری

ناشر: سازمان انتشارات جهاد دانشگاهی

چاپ: اول- ۱۳۹۶

شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه

قیمت: ۱۵۵۰۰ تومان

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۴۶۰-۰۲۲-۴

این اثر، مشمول قانون حمایت مؤلفان و مصنفان و هنرمندان مصوب ۱۳۴۸ است. هر کسی تمام یا قسمتی از این اثر را بدون اجازه مؤلف (ناشر) نشر یا پخش یا عرضه نماید مورد پیگرد قانونی قرار خواهد گرفت.



سازمان انتشارات

نشانی سازمان انتشارات: تهران- خیابان انقلاب اسلامی- خیابان فخررازی- خیابان شهدای ژاندارمری- پلاک ۷۲، تلفن: ۶۶۹۵۲۹۴۸ مرکز پخش:

خیابان انقلاب - بین فلسطين و چهارراه ولیعصر - جنب مؤسسه نمایشگاه‌های فرهنگی ایران - تلفن: ۶-۶۶۴۸۷۶۲۵

پایگاه اطلاع‌رسانی: www.isba.ir پست الکترونیکی: info@isba.ir فروشگاه اینترنتی: www.Jdbookfair.com

پیشگفتار ۹

فصل اول: کلیات

مقدمه	۱۵
۱-۱- اهمیت و ضرورت گردشگری	۲۰
۲-۱- سابقه گردشگری در ایران	۲۳
۳-۱- پیشینه گردشگری در جهان	۲۶
۴-۱- صنعت گردشگری در ایران	۲۸
۵-۱- جایگاه و نقش دولت در بهبود صنعت گردشگری	۳۳
۱-۵-۱- سیر تحول صنایع در صنعت گردشگری	۳۷
۲-۵-۱- صنعت گردشگری در برنامه‌های توسعه کشور	۴۳
۳-۵-۱- سند چشم‌انداز توسعه بخش میراث فرهنگی و گردشگری کشور ایران در افق چشم‌انداز ۱۴۰۴-۱۳۸۴	۶۶

فصل دوم: عوامل مؤثر بر توسعه صنعت گردشگری

مقدمه	۷۱
۱-۲- گردشگری (توریسم)	۷۴
۲-۲- گردشگری پایدار	۷۹
۳-۲- اصول گردشگری	۹۷
۴-۲- دیدگاه‌های موجود در زمینه گردشگری	۹۸
۱-۴-۲- رویکردهای مهم در عرصه برنامه‌ریزی توریسم	۱۰۰
۵-۲- عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری	۱۰۴
۶-۲- منابع انسانی گردشگری	۱۱۲
۷-۲- زیرساخت‌های گردشگری	۱۲۳
۱-۷-۲- امنیت و توسعه گردشگری	۱۲۹
۲-۷-۲- عناصر تأثیرگذار بر امنیت گردشگران	۱۳۱

فصل سوم: اثرات و ابعاد گردشگری

مقدمه	۱۳۵
۱-۳- اثرات گردشگری و ظرفیت تحمل	۱۳۶
۱-۱-۳- اثرات اقتصادی گردشگری	۱۴۶
۲-۱-۳- اثرات زیست محیطی گردشگری	۱۶۲
۳-۱-۳- اثرات فرهنگی گردشگری	۱۷۷
۲-۳- مع ابرهای پایداری و نحوه سنجش آن در منطقه	۱۸۰

فصل چهارم: انواع گردشگری

مقدمه	۱۸۵
۱-۴- گونه شناسی	۱۸۷
۱-۱-۴- اشکال مخلف گردشگری	۱۸۹
۲-۴- انواع گردشگری	۱۹۰
۱-۲-۴- گردشگری روستایی	۱۹۰
۲-۲-۴- طبیعت گردی	۲۰۱
۳-۲-۴- گردشگری شهری	۲۰۴
۴-۲-۴- گردشگری مجازی	۲۱۵

فصل پنجم: راهبردهای توسعه گردشگری

مقدمه	۲۲۱
۱-۵- مدل «SWOT»	۲۲۲
۲-۵- چالش های نیروی انسانی بخش گردشگری	۲۲۷
۳-۵- راهکارهای توسعه صنعت توریسم	۲۳۰
فهرست منابع	۲۴۵

پیشگفتار

صنعت گردشگری در آغاز هزاره سوم به یکی از پردرآمدترین صنایع جهان تبدیل شده است. منافع مهم و غیر مستقیم توسعه این صنعت، توانسته موجبات رشد اقتصادی و همچنین اشتغال میلیون‌ها نفر را در سراسر جهان فراهم آورد. منافع اقتصادی، تنها بخشی از پیامدهای مثبت گسترش این صنعت محسوب می‌شود. به عنوان مثال در بعد فرهنگی، کمترین تأثیر توسعه گردشگری کمک به درک متقابل و آگاهی از توانمندی‌ها و دستاوردهای ملل دیگر به منظور کسب بهترین خصایص انسانی و تمدنی بشر امروز است. در طول شش دهه گذشته، صنعت گردشگری توانسته است علاوه بر گستردگی قابل توجه، به رشد بالایی نیز نسبت به دیگر بخش‌های اقتصادی دست یابد. تعداد گردشگران ورودی از ۲۵ میلیون نفر در سال ۱۹۵۰، ۶۶۴ میلیون نفر در سال ۱۹۸۰، ۴۳۸ میلیون نفر در سال ۱۹۹۰، ۶۸۱ میلیون نفر در سال ۲۰۰۰ و ۸۸۰ میلیون نفر در سال ۲۰۰۹ افزایش یافته است و انتظار می‌رود این تعداد در سال ۲۰۲۰، ۱/۱ میلیارد نفر برسد.^۱ از این تعداد، اروپا ۵۱٪، آسیا و اقیانوسیه ۲۲٪، آمریکا ۲۰٪، آفریقا ۳٪ و خاورمیانه ۴٪ از گردشگران را به خود اختصاص داده‌اند. بر اساس گزارش سازمان جهانی جهانگردی، رشد کامل توجه سفر گردشگران خارجی به خاورمیانه و دیدار از جاذبه‌های گردشگری این منطقه موجب شده که این منطقه به چهارمین قطب گردشگری

جهان تبدیل شود. البته سهم ایران در جلب گردشگران خارجی با توجه به وسعت، تاریخ و تمدن و جاذبه‌های گردشگری ناچیز است و از این رو، جلب گردشگر نیازمند تدابیر مختلف در حوزه‌های سخت افزاری (مثل تهیه امکانات رفاهی) و نرم‌افزاری (مثل فراهم آوردن شرایط پذیرش گردشگر در کشور و آشنایی مردم در برخورد مناسب با گردشگران با توجه به تفاوت‌های فرهنگی موجود) است.

در دهه اخیر با ظهور پارادایم توسعه پایدار در صنعت گردشگری، در سطح ملی و بین‌المللی نگرانی‌های فزاینده‌ای در خصوص تأثیرات نامطلوب و مخرب گردشگری انبوه مطرح شد. لذا مطالعات و اقدامات تجربی زیادی برای عملیاتی کردن مفهوم توسعه پایدار و مدل‌های ارزیابی آن صورت پذیرفته است. اما، علیرغم تمام این اقدامات، نتایج حاصل از پیشرفت به سوی پایداری مطلوب نبوده است. از طرف دیگر مطالعات اولیه در کشور نیز حاکی از وجود چالش‌های عمده در جهت دستیابی به پایداری توسعه گردشگری می‌باشد. در واقع، هدف از برنامه‌ریزی گردشگری، ضرورت ایجاد طرح و برنامه‌ریزی پایدار به منظور جلوگیری از اثرات مخرب فعالیت‌های گردشگری بر روی محیط‌ها و مناطق گردشگری (شهرها، روستاها و...) می‌باشد. در این راستا که اگرچه فعالیت‌های گردشگری به اهداف و اثرات اقتصادی بهتر دستیابی پیدا کرده، لذا آن اهداف باید برای رضایتمندی گردشگران و ارتقاء کیفی رفاه و زندگی جوامع محلی ساکنان به کار گرفته شود. تجربه ثابت کرده است که گردشگری همواره دربردارنده تأثیرات اجتماعی و زیست محیطی است. بدین دلیل، سیاست توسعه پایدار گردشگری (توریسم)، امروزه رویکردی عمومی است که دولت‌ها به آن توجه کرده‌اند تا گردشگری یا توریسم از لحاظ بوم‌شناختی در بلندمدت مقبول افتد و از لحاظ مالی خودکفا، و از دیدگاه‌های اجتماعی و اخلاقی نیز برای جوامع محلی مفید و نویدبخش باشد. بنابراین، گردشگری باید بخشی از محیط‌های طبیعی و فرهنگی و انسانی باشد تا تعادل بین آنها را حفظ کند.

کشورهای مقصد برای موفقیت در جذب گردشگران بایستی با توجه به ویژگی‌های فرهنگی و جغرافیایی خود نسبت به فراهم آوردن زیرساخت‌های لازم و تبدیل شدن به مقصد گردشگران در حوزه خاص خود اقدام نمایند. این کار نیازمند رویکردی نظام‌گرا نسبت به بخش گردشگری است تا از طریق ایجاد و تأمین تسهیلات مورد نیاز زمینه توسعه گردشگری را فراهم نمایند. از آنجا که وجود تسهیلات مورد نیاز اولین گام در جذب و نگهداری گردشگران در معنی تقاضای مجدد آن‌ها است، از این رو شناخت وضعیت منطقه از حیث وجود سطحی از این عوامل، زمینه را برای آشنایی با وضعیت گردشگری منطقه و آسیب‌شناسی و توسعه آن فراهم می‌آورد تا با تأمین انتظارات نیازهای گردشگران، رضایت و وفاداری آن‌ها را نسبت به مقصد ایجاد نمایند. انتظارات گردشگران از منطقه براساس تجربه سفرهای قبلی، تبلیغات، تشویق دیگران شکل می‌گیرد. کیفیت خدمات، کیفیت سهولت و ارزش‌های دریافت شده و ادراک شده نیز تأثیر مستقیمی بر کیفیت سفر، تجربه گردشگری و سطح تقاضای آن‌ها در آینده دارد.

کشور ایران با داشتن جاذبه‌های گردشگری (تاریخی، مذهبی، فرهنگی و طبیعی) به لحاظ عدم سیاست‌های مؤثر این بخش، هنوز نتوانسته است به سهم مناسب خود در بازار گردشگری جهان دست یابد و این امر سبب شده است تا بسیاری از معضلات اقتصادی- اجتماعی کشور که می‌تواند با توسعه گردشگری مرتفع شود، همچنان پابرجا بماند. ایران امروز بیش از هر زمان دیگری با دشواری اشتغال دست‌اندرکاران روبرو است. بهای روز افزون نفت، اقتصاد کشور را بیش از پیش متکی به خود نموده و سیاست‌گذاران بیش از هر زمان دیگری به دنبال راه‌حلهایی خارج از الگوهای پیشین هستند. گردشگری به مثابه یک نظام پیچیده با ابعاد بزرگ می‌تواند راه برون رفت از این تنگنا باشد و به همین جهت باید آن را از تمامی جنبه‌های ممکن مورد بررسی و مطالعه قرار داد. لذا ضروری است ضمن برشمردن چالش‌های اساسی مترتب بر این صنعت، به بررسی راهکارهای توسعه صنعت گردشگری پرداخته شود.

در این کتاب تلاش شده است تا با رویکردی تحلیلی به تدوین مجموعه‌ای متنوع در خصوص ابعاد و فرصت‌های گردشگری در ایران پرداخته شود و از این رهگذر با کوشش در جهت مطرح نمودن مسائل جدیدی همچون توسعه پایدار گردشگری و اثرات آن در ابعاد مختلف اجتماعی، اقتصادی و زیست محیطی، زمینه را برای توجه مجدد صاحب‌نظران، مسئولان و دست‌اندرکاران به بخش گردشگری فراهم کند.

در این مجموعه ابتدا در فصل اول به ضرورت و اهمیت بخش گردشگری در توسعه صنعت کشور و سهم ایران از نظر جاذبه‌های گردشگری و تاریخی پرداخته شده است. در فصل دوم پس از بررسی مفهوم گردشگری و پیدایش آن به عنوان یک صنعت پررونق و پربارنده در جهان به تبیین مفهوم توسعه پایدار گردشگری که با توجه ویژه به اصول حفاظتی و ارزش‌های بهره‌بردارانی نسل‌های آینده، به ارضای نیازهای نسل حاضر گردشگران و نسل‌های آینده می‌پردازد، اشاره شده است. در ادامه به نقش توانمندسازی نیروی انسانی در توسعه صنعت گردشگری و زیرساخت‌های گردشگری پرداخته شده است. در فصل سوم، اثرات و ابعاد گردشگری با تأکید بر عوامل اجتماعی-فرهنگی، اقتصادی و زیست محیطی و زیر ظرفیت پذیرش (تحمیل) جامعه میزبان ارائه شده است. در فصل چهارم با توجه به مکان و موضوع گردشگری که بر حسب شرایط محیطی، متفاوت است به تفصیل، به بررسی بهترین انواع گردشگری «گردشگری روستایی، گردشگری شهری»، «گردشگری اکوتوریسم» یا طبیعت گردی و «گردشگری مجازی و الکترونیکی» که به سرعت در حال گسترش است، پرداخته شده است. در فصل پنجم با استفاده از ماتریس SWOT در تحلیل و شناخت محیطی مرتبط با موضوع، نقاط قوت و ضعف، تهدیدات و فرصت‌هایی که کشور در این خصوص داشته اشاره و با توجه به تحلیل‌هایی که در این روش حاصل می‌گردد؛ پیشنهادات و راهکارهایی برای برون‌رفت از وضعیت موجود که موانعی بر سر راه توسعه صنعت گردشگری می‌باشد، ارائه شده است.

این کتاب برگرفته از طرح تحقیقاتی تحت عنوان «رویکردی بر ابعاد و فرصت‌های گردشگری در ایران» است که توسط نویسندگان در مرکز تحقیقات استراتژیک مجمع تشخیص مصلحت نظام در سال ۱۳۹۰ انجام شده است.

نویسندگان بر خود لازم می‌دانند از زحمات آقایان دکتر سیدرضا صالحی امیری و دکتر محمدباقر نوبخت معاونان وقت مرکز تحقیقات استراتژیک که علاوه بر فراهم نمودن زمینه مطالعاتی تدوین کتاب حاضر، با راهنمایی‌های خود، جهت‌دهی آن را بر عهده داشتند، شکر و قدردانی نمایند.

حسین کلانتری خلیل‌آباد - زهرا خدائی

زمستان ۱۳۹۵