

عوامل موثر بر توسعه گردشگری



عوامل موثر بر توسعه گردشگری در قرن بیست و یکم به‌عنوان بهره‌گیری از فرصت‌های تجاری ارزشمند در بخش‌های خدماتی به ویژه گردشگری تعریف می‌شود. اکنون گردشگری به عنوان یکی از مهم‌ترین صنایع توسعه پایدار، فرصت بزرگ اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی برای کلان شهرها و مادر شهرهای جهانی به وجود می‌آورد.

رقابت در جهت توسعه **گردشگری پایدار** با توجه به ارائه نیازهای گردشگران، باید مورد اهمیت و برنامه ریزی **مدیریت گردشگری** و مدیریت شهری قرار گیرد. گردشگری مجموعه و نظامی از عناصر به هم پیوسته می باشد که در تمامی مراحل با هم در تعامل می باشند. از جمله این عناصر، زیرساخت ها می باشند که از نقشی حیاتی در فرآیند گردشگری و توسعه آن برخوردارند.

آنچه که در توسعه زیرساخت ها قابل توجه است، استفاده جامعه میزبان از این تسهیلات است. بدین گ و نه توسعه گردشگری منجر به توسعه فرابخشی در جامعه میزبان بخصوص جوامع شهری شده و میزان رضایت از زندگی مردم بومی را افزایش می دهد، در واقع، کاربردهای چن منظوره زیرساخت ها در گردشگری می تواند به پرداخته هزینه زیرساخت ها که منافع اقتصادی- اجتماعی گردشگری را در بر می گیرد باری رساند. تسهیلات و تجهیزات گردشگری عامل جذب گردشگر به شهر نیست اما به عنوان یکی از زیرساخت های مهم گردشگری مطرح می شود و نقش مهمی در افزایش ماندگاری و رضایت گردشگران دارد. نظر به اهمیت موضوع در این مقاله عوامل موثر بر توسعه گردشگری بررسی شده است.

اهمیت بحث توسعه گردشگری

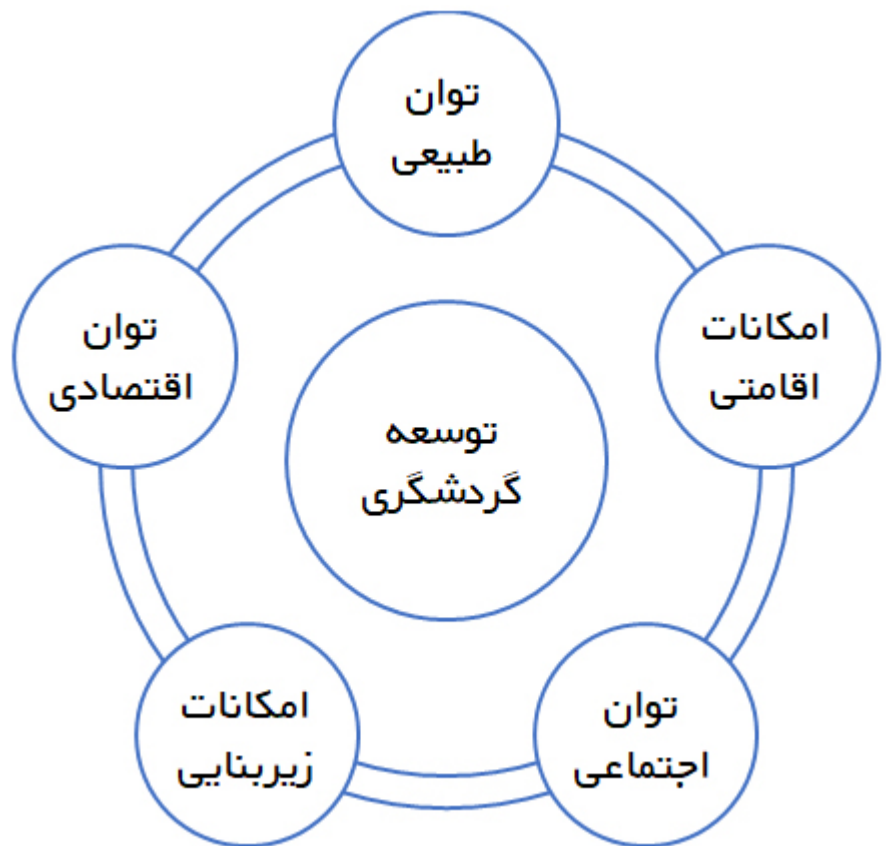
آمارها نشان از اهمیت گردشگری و بالطبع توسعه گردشگری دارد. گردش مالی صنعت گردشگری جهان در این سده از گردش مالی بخش صنعت فراتر خواهد رفت و در چند سال آینده دست کم به ۲ تریلیون دلار خواهد رسید. در این فرآیند، دستیابی کشورهایی که از جاذبه های وسیع گردشگری برخوردار هستند به یک درصد ارزش گردش مالی این صنعت، سالانه درآمدی حدود ۲۰ میلیارد دلار ایجاد خواهد کرد.

در همین راستا آثار مستقیم حاصل از صنعت گردشگری، با احتساب حدود ۶ درصد از GDP جهانی در این صنعت، نمایانگر تخصیص یک شغل از هر ۱۵ شغل به این صنعت در آینده ای نزدیک بوده و در صورتی که آثار و منافع غیر مستقیم نیز مد نظر قرار گیرد حدود ۱۰ درصد از GDP جهان و یک شغل از هر ۹ شغل در این صنعت ایجاد خواهد شد. با وجود اهمیت بی بدیل صنعت گردشگری در توسعه و شکوفایی اقتصادی، سیاست گذاری های مناسبی در خصوص ارتقاء آن در کشورمان صورت نپذیرفته و عمده تلاش های مربوط به توسعه صنعت گردشگری در دهه های اخیر، معطوف به رهیافت های تشویقی و تبلیغاتی و یا به عبارتی تقاضا محور بوده اند.

عوامل موثر بر توسعه گردشگری ایران

برای اقتصادهایی نظیر اقتصاد ایران، این رقم قابل توجه است و می تواند تمامی فعالیت های اقتصادی را تحت تأثیر قرار دهد. با این وجود برای دستیابی به چنین درآمد قابل حصولی می بایست برنامه ریزی جامعی صورت گرفته و سرمایه گذاری های مناسب در زمینه های سخت افزاری و نرم افزاری این صنعت صورت پذیرد. بررسی مقایسه ای گردشگران داخلی و خارجی در این صنعت نیز بیانگر اهمیت این صنعت در توسعه اقتصاد داخلی کشورها است به گونه ای که بر اساس آمار منتشره از سوی سازمان گردشگری جهانی، نسبت گردشگران داخلی به خارجی، نسبت ده به یک را نشان می دهد.

کشور ایران با داشتن جاذبه های گردشگری (تاریخی، مذهبی، طبیعی) به لحاظ عدم اتخاذ سیاست های مؤثر در 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 می تواند با توسعه گردشگری مرتفع گردد، همچنان پابرجا بماند. در این راستا بیشتر هدفگذاری ها و وضع دستورالعمل های اجرایی معطوف به خصوصی سازی واحد های اقامتی، تبلیغات جهانگردی، آموزش نیروی انسانی، سیاست های تشویقی ساخت تأسیسات ایرانگردی و جهانگردی، تخفیف های مالیاتی و... بوده که بیشتر جذب تقاضا را مد نظر قرار داده است، در حالی که چالش های پیش روی این صنعت، نه تنها استحکام و تداوم بیشتر سیاست های جانب تقاضا را طلب می کند، بلکه سیاست گذاری ابعاد عرضه و سازماندهی ساختار فعالیت بنگاهها را می طلبد.



در این قسمت از این پژوهش، مهم ترین معیارهای میزبان که بعنوان عوامل موثر بر توسعه گردشگری در مناطق توریستی شناسایی شده اند را به همراه زیرمعیارهای مربوط به آنها بیان می کنیم. مهمترین این تسهیلات، مراکز اقامتی- پذیرایی، حمل و نقل و وسایل ارتباطی، تبلیغات و فرهنگ می باشد که به همراه جاذبه ها می توانند باعث رونق گردشگری منطقه شوند.

توان طبیعی

توان طبیعی یکی از مهم ترین و در واقع نخستین عامل موثر بر توسعه گردشگری در مناطق توریستی است که خود از اجزای مختلفی تشکیل شده است. موقعیت خاص استراتژیک یک منطقه یکی از زیرمعیارهای مهم توان طبیعی در مناطق توریستی است. منظور از موقعیت خاص استراتژیک، مکان جغرافیایی منحصر بفرده منطقه گردشگری است که آن را از سایر مناطق متمایز می سازد. 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 استراتژیکی اعطا می کنند.

قرارگیری در نزدیکی خط استوا یکی از مثال های مشهود در رابطه با تاثیر موقعیت استراتژیک یک منطقه در جذب گردشگر است. اسناد تاریخی، سفرنامه های مکتشفین، کتاب های درسی، گزارشات روزنامه ها و حتی فیلم های سینمایی همگی باعث شده اند که بسیاری از مردم به مناطق حاره و استوایی علاقه مند شوند. مناطق استوایی همواره با بارانهای شدید موسمی، تنوع حشرات مختلف، پوشش گیاهی متراکم، نخل های بلند، حیوانات کوچک و بزرگ و غیره در ذهن مردم تداعی می شود و به همین دلیل بسیاری از مردم علاقه دارند که از نزدیک از این مناطق دیدن کنند.

مناطق بندری نیز بدلیل شرایط خاصی که دارند همواره مورد توجه گردشگران بوده اند. بسیاری از مناطق توریستی دنیا در نواحی بندری و مناطق نزدیک به دریا شکل گرفته اند. بنادر به خصوص در دهه های میانی قرن بیستم که مسافرت با کشتی بسیار رایج بود، از اهمیت بالای گردشگری برخوردار بودند زیرا از یکسو تسهیلات حمل و نقل در این مناطق وجود داشت و از سوی دیگر گردشگران با طیف وسیعی از مردم نواحی مختلف اعم از بازرگانان نقاط دور دست، کاشفان، پژوهشگران و همینطور گردشگرانی از سایر مناطق دنیا آشنا می شدند.

جاذبه های گردشگری

جاذبه های گردشگری دومین معیار تعیین کننده توان طبیعی یک منطقه برای ترویج صنعت گردشگری است. جاذبه های گردشگری شامل عوامل طبیعی و همچنین مصنوعات دست ساز انسان مانند ابنیه تاریخی، برج های بزرگ و غیره می باشد که همواره بعنوان نخستین عامل جذب گردشگر مطرح بوده است. اهمیت و قدمت جاذبه های گردشگری بعنوان عامل توسعه توریسم تا حدی است که بسیاری از مردم بدون این که نگاه آکادمیک و علمی به قضیه گردشگری داشته باشند،

جاذبه های گردشگری را تنها عامل موفقیت و توسعه توریسم در یک منطقه می دانند. وجود حیات وحش و مناطق بکر جنگلی یکی دیگر از عوامل تعیین کننده توان طبیعی یک منطقه است. توجه و علاقه فراوان گردشگران به طبیعت و حیوانات منجر به شکل گیری نوع خاصی از گردشگری به نام گردشگری حیات وحش شده است. از لحاظ تاریخی، علاقه انسان به حیوانات آنقدر زیاد بوده است که این دو (انسان و حیوان) همواره در کنار یکدیگر زندگی کرده اند. رابطه بین انسان و حیوانات به اشکال مختلفی است؛ بشر از حیوانات برای مقاصد مختلفی چون تامین غذا، تهیه پوشاک و پناهگاه، تحقیقات علمی و پزشکی، ورزش و سرگرمی و یا برای اتصال به دنیای طبیعی استفاده کرده است.

جهان بینی طبیعت محور

جهان بینی طبیعت محور یکی از عواملی است که همواره گردشگران را به سمت جاذبه های طبیعی و حیات وحش سوق داده است. در این جهان بینی، طبیعت برای تمامی گونه های موجودات زنده است و انسان نیز از این حلقه جدا نیست. بعقیده برخی از پژوهشگران، انسان به طبیعت نیاز دارد ولی طبیعت نیازی به انسان ندارد. وی معتقد است برخی از اشکال رشد اقتصادی مفید و برخی نیز برای طبیعت مضر هستند. لذا باید برنامه ریزی طوری باشد که رشد اقتصادی انسان به قیمت از دست رفتن منابع طبیعی تمام نشود.

جاذبه های طبیعی یا اکولوژیک شامل طیف وسیعی از پارامترها می شود که ممکن است بر کل اکوسیستم (مثلاً جنگل های بارانی یا صخره های مرجانی) یا تنها بر برخی از اجزای اکوسیستم تاکید داشته باشد. در حالت اخیر که تداعی کننده نگاه مولفه محور است توریست ها منحصراً به اجزای خاصی از محیط زیست مثلاً پانداهای غول پیکر (چین) یا گوریل های کوهستانی (رواندا و اوگاندا) جذب می شوند.

در برخی موارد گیاهان غول پیکری چون درخت سکویا یا گیاه رافلزیا (بزرگترین گل دنیا) در اندونزی بعنوان عامل جذب گردشگر عمل می کنند. از سوی دیگر انسان همواره به مشاهده از نزدیک حیوانات علاقه مند بوده است. همچنین بسیاری از مردم دوست دارند که حیوانات خطرناکی چون گونه های شکارچی و گیاهخواران مهاجم (مثلاً کرگدن) را از نزدیک ببینند. این نشان می دهد که چرا مشاهده حیات وحش در اکوسیستم های ساوان آفریقا اینقدر محبوبیت دارد.

مصنوعات بشری

نیز دسته ای دیگر از جاذبه های طبیعی یک منطقه توریستی را تشکیل می دهند. علت اینکه تعداد بسیار زیادی از مردم از دهه ها پیش تاکنون به مصر سفر می کنند این نیست که این کشور آب و هوای مطلوب یا جنگل های اسرارآمیزی دارد، آداب و رسوم مردم مصر نیز چندان برای گردشگران اروپایی جذاب نیست؛ گردشگران فقط به یک دلیل به مصر سفر می کنند: آنها می خواهند اهرام را ببینند. برج ایفل فرانسه، دیوار چین، برج پیزا در ایتالیا، بقایای جنگ جهانی دوم در لهستان، دهکده باستانی ماچوپیچو در بولیوی، آثار به جا مانده از قبیله آرتک در مکزیک، تاسیسات استون هنج در بریتانیا، مسجد ایاصوفیه در استانبول، مجسمه هرکول در یونان و غیره همگی مثال هایی از ساخته های دست بشر هستند که امروزه بعنوان مهم ترین جاذبه های گردشگری مطرح هستند.

در داخل کشور ایران نیز بناها و جاذبه های دست ساز بشری زیادی وجود دارند که در استانهای مختلف کشور بعنوان جاذبه های گردشگری مطرح می باشند. از جمله این موارد میتوان به قلعه پرتغالی ها در جنوب، بازار وکیل در استان فارس، سی و سه پل در اصفهان، حمام فین کاشان، مقبره نادرشاه افشار در خراسان، ارگ بم در استان کرمان، پل ورسک در مازندران و غیره اشاره کرد. بدین ترتیب با داشتن چنین منبع غنی از آثار تاریخی و باستانی که به منزله جاذبه های مهم گردشگری عمل می کنند. سومین شاخص توان طبیعی، آب و هوا و اقلیم منطقه است. آب و هوا تاثیر زیادی در جذب گردشگر به خصوص در حوزه گردشگری طبیعی (اکوتوریسم) و گردشگری درمانی دارد. بسیاری از گردشگران با اهداف درمانی ترجیح می دهند که به مناطقی مسافرت کنند که شرایط آب و هوایی خاصی دارد. بعنوان مثال، مناطقی که دارای آب و هوای خشک و رطوبت نسبی پایینی هستند مورد توجه بیماران مبتلا به امراض تنفسی قرار می گیرند. البته لازم به ذکر است که آب و هوا تنها عامل محرک در مسافرت گردشگران درمانی نبوده و عوامل دیگری چون سواحل ماسه ای یا چشمه های آب گرم نیز تاثیر بسزایی در جذب گردشگران درمانی ایفا می کنند.

امکانات اقامتی

گردشگری یک پدیده اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی است که متضمن خروج افراد از سرزمین مادری و مسافرت به مکان جدیدی می باشد. صرف نظر از این که گردشگری با چه هدفی انجام می شود اما دو نیاز مشترک تمامی گردشگران، مکانی برای اقامت و غذایی برای خوردن می باشد. مکان اقامت پایگاه اصلی گردشگران است که از آن جا توریست می تواند فعالیت های دیگری مانند بازدید از اماکن گردشگری و یا کارهای تجاری خود را انجام دهد. اقامت یا اسکان همواره بزرگترین و همگانی ترین زیربخش اقتصاد گردشگری می باشد. به غیر از چند مورد استثناء، گردشگران همیشه نیازمند جایی برای استراحت و تجدید قوا هستند که این مکانهای اقامتی ممکن است در طول مسیر و یا در محل مقصد مورد استفاده قرار گیرد.

در رابطه با اهمیت تسهیلات و امکانات اقامتی، کوپر و همکاران بیان کرده اند که : "وقتی گردشگران شروع به مسافرت می کنند، در اغلب مواقع به نوعی از امکانات اقامتی برای استراحت و تجدید قوا در حین مسیر نیاز دارند. بنابراین، بنظر می رسد که اقامت نایز دائمی هرگونه مسافرتی است. در طول تاریخچه گردشگری و مسافرت، همواره می توان ردپایی از تسهیلات اقامتی را مشاهده کرد. نوع و ساختار محل سکونت بر حسب اندازه و تسهیلات موجود متفاوت است اما هدف اصلی همه آنها ایجاد مکانی برای سکونت گردشگران است".

امکانات اقامتی را می توان بر اساس قیمت، مکان، نوع بازدیدکنندگان و نوع خدمات ارائه شده به صورت مختلف طبقه بندی کرد. در این رابطه می توان به هتل های گران قیمت پنج ستاره تا هتل های بسیار کم هزینه؛ و یا کمپ های ارزان قیمت یک ستاره تا کمپ های پنج ستاره اشاره کرد. در مورد اخیر، گردشگران می توانند بر اساس هزینه ای که پرداخت می کنند، از امکانات مختلفی استفاده نمایند. امکانات اقامتی را می توان بر حسب موقعیت جغرافیایی نیز دسته بندی نمود. برخی از امکانات اقامتی در شهرها و برخی در حومه شهر و نواحی روستایی وجود دارند. همچنین بر اساس نوع بازدیدکننده نیز مکانهای مختلفی برای اسکان وجود دارد.

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، می توان شناخت. امروزه فعالیت های گردشگری به عنوان بخش چهارم فعالیت های انسان پس از کشاورزی، صنعت و خدمات محسوب می شود مدیریت پایدار گردشگری به دنبال بهبود کیفیت زندگی ساکنان محلی در مناطق گردشگری از طریق بهینه سازی منافع اقتصاد محلی، حفاظت از محیط طبیعی و انسان ساخت و فراهم آوردن تجارب مناسب برای بازدیدکنندگان است.

این امر مستلزم توجه نظام مند به ابعاد فنی، اجتماعی، فرهنگی، سیاسی، اقتصادی، تاریخی و زیست محیطی، در حرکت به سوی استفاده از جاذبه های گردشگری مطابق با نیاز امروز و حفظ و ماندگاری این منابع برای آیندگان است. بر این اساس، تاثیر عوامل اجتماعی و توان اجتماعی جامعه مقصد نقشی کلیدی در توسعه توریسم خواهد داشت. توان اجتماعی عبارتست از مجموعه ویژگی های اجتماعی و جمعیت شناسی که بر توسعه صنعت گردشگری تاثیر می گذارند. صنعت گردشگری صنعتی است که مستیماً با انسان ها (گردشگران و بومیان منطقه مقصد) سر و کار دارد، لذا جای هیچ تعجیبی نیست که توان اجتماعی و مقولات جامعه شناختی نقش کلیدی در آن ایفا کنند.

مشارکت دولت و برنامه های دولتی در توسعه صنعت گردشگری یکی از عوامل اجتماعی تاثیرگذار در توسعه توریسم است. دولت نه تنها با اتخاذ تصمیمات و سیاست گذاری های کلان نقش مهمی در توسعه گردشگری دارد، بلکه در برخی موارد به صورت مستقیم در اجرای یک برنامه گردشگری نقش ایفا می کند. امروزه شاهد نوع جدیدی از گردشگری به نام گردشگری اجتماعی هستیم. گردشگری اجتماعی نوعی از گردشگری است که با کمک دولت و سازمان های ذیصلاح انجام می شود و گردشگرانی را که خود به تنهایی قادر به تأمین هزینه های مسافرت نیستند، مدد می رساند. در این نوع گردشگری هزینه های سفر عموماً توسط اتحادیه های کارگری، دولت، شرکت های حمل و نقل عمومی، هتل ها یا انجمن ها تأمین می گردد. بنابراین در گردشگری اجتماعی کسانی که مورد یاری قرار می گیرند عبارتند از: گروههایی از افراد با درآمد پایین، سن بالا یا کارکنان سازمان هایی که کمک هزینه یا بنهای مربوط به تعطیلات به آنها تعلق می گیرد.

امکانات زیربنایی

گردشگری نوعی محصول پیچیده مصرفی است که از فرایندی ناشی می شود که در آن، گردشگر از خدمات مختلفی (اطلاعات، قیمت های نسبی، حمل و نقل، امکانات اقامتی،

خدمات تفریحی) حین بازدید از مقصد استفاده می کند. عوامل سیاسی و اجتماعی و ویژگی های ساختاری دیگری هستند که بر تجربه گردشگری تاثیر گذاشته و ماهیت محصول مقصد گردشگری را تعیین می کنند.

زیرساختهای مختلف میزبان در نوعی تعامل با هم هستند که نهایتاً تجربه گردشگری را تعیین می نمایند. امکانات زیربنایی نقش مهمی در توسعه این صنعت در مناطق توریستی ایفا می کنند. یکی از مهم ترین زیرساخت های گردشگری، هتل ها و مراکز اقامتی هستند که در رابطه با آنها در بخش های پیشین به تفصیل صحبت شد.

مراکز اقامتی را به همراه غذا دو عامل مشترک در بین تمامی گردشگران معرفی کرده و بیان کردند که اماکن اقامتی و هتل ها مهم ترین پیش نیاز برای توسعه صنعت گردشگری می باشند. تسهیلات حمل و نقل یکی دیگر از زیرساختهای گردشگری هستند که نقشی اساسی در توسعه صنعت توریسم ایفا می کنند. از آنجا که در جریان فرایند گردشگری، فرد از یک نقطه به نقطه دیگری نقل مکان می کند بنابراین ضروری است که وسایل حمل و نقل مناسبی برای وی فراهم شود. وجود وسایل نقلیه مناسب، تمایل گردشگران برای سفر به منطقه مورد را بیشتر می کند.

شاید یکی از تسهیلات مهم برای گردشگران، آسانی ورود به یک کشور یا منطقه باشد تعداد و موقعیت مکانی فرودگاه ها، بندرها و توسعه جاده ها و دیگر شبکه های حمل و نقل از اهمیت اساسی برخوردار است. گردشگران گاهی برای رسیدن به مقصد و بازگشت از طریق ترکیبی از حمل و نقل هوایی & دریایی یا هوایی & زمینی بهره می برند. همچنین معمولاً گردشگران مبادی ورودی & خروجی مختلفی را در بازدید از یک مقصد انتخاب می کنند که هر یک از آنها ویژگی ها و ساختار خاصی دارند.

خلاصه و جمع بندی

در مجموع می توان اینگونه بیان کرد که وجود زیرساخت های مناسب در هر مکان از قبیل راه، بهداشت، مخابرات، آب، برق، تلفن، و بخصوص امنیت در جلب رضایت گردشگران اهمیت بسیار بالایی دارد. مشارکت مردم بومی در توسعه گردشگری یکی از معیارهای اصلی توان اجتماعی است. بدیهی است که اگر بومیان منطقه دیدگاه درستی از صنعت توریسم نداشته باشند، خدمات مناسبی نیز به گردشگران ارائه نخواهند کرد و یا حتی در برخی موارد ممکن است گردشگران را بعنوان افراد مهاجم و غاصب در نظر بگیرند. در این شرایط توسعه صنعت توریسم در منطقه با چالش های جدی رو به خواهد شد.

وجود فرصت های شغلی مرتبط با گردشگری بدون شک یکی از ارکان توسعه توریسم در مناطق توریستی می باشد. از جمله مشاغل مرتبط با گردشگری می توان ساخت و ساز هتل ها، پانسیون ها و مراکز اقامتی، دفاتر و آژانس های تفریحی و گردشگری، فروشگاه های عرضه کننده محصولات بومی و غیره اشاره نمود. در این شرایط نه تنها افراد بومی هیچ تناقضی در منافع خود با صنعت گردشگری نمی بینند، بلکه گردشگری را فرصتی برای رشد اقتصادی منطقه خود قلمداد می کنند. تدوین استانداردهای گردشگری توسط دستگاه های مربوطه، عدم موازی کاری در تشکیلات گردشگری، وجود نظام بیمه ای مناسب برای گردشگران، استفاده از چهره های بنام فرهنگی جهت جذب گردشگر و غیره از دیگر عواملی هستند که توان اجتماعی یک منطقه در جذب گردشگر را تعیین می کنند.

بازنشر از : پارس مدیر