

مروری بر

مبانی، رویکردها و مدل‌های برنامه‌ریزی گردشگری

نویسندگان:

دکتر لیلا وثوقی

استادیار دانشگاه سمنان

دکتر فاضله خانی

دانشیار دانشگاه تهران

سرشناسه	: وئوٲی، لیل، ۱۳۵۶-
عنوان و نام پدیدآور	: مروری بر مباحث، رویکردها و مدل‌های برنامه‌ریزی گردشگری/ نویسندگان لیل وئوٲی، فضیله خانی.
مشخصات نشر	: تهران، مهکامه، ۱۳۹۵.
مشخصات ظاهری	: ۲۷۲ ص.
شابک	: 978-600-7127-69-8
وضعیت فهرست‌نویسی: فیا	
موضوع	: گردشگری
موضوع	: Tourism
موضوع	: گردشگری -- برنامه‌ریزی
موضوع	: Tourism -- Planning
موضوع	: گردشگری -- مدیریت
موضوع	: Tourism -- Management
موضوع	: سیستم‌های اطلاعات جغرافیایی
موضوع	: Geographic information systems
شماره نزوده	: خانی، فضیله
رده‌بندی کتبه	: G1۵۵/۲۱۲۰۵
رده‌بندی دیوینی	: ۳۲۰۰۹۱
شماره کتابشناسی ملی	: ۴۲۱۹۵

نام کتاب: مروری بر مباحث، رویکردها و مدل‌های برنامه‌ریزی گردشگری

مؤلف: دکتر لیل وئوٲی - دکتر فضیله خانی

ناشر: مهکامه

ناظر چاپ: بهزاد ربیعی فراهانی

لیتوگرافی: نقش

نوبت چاپ: اول / ۱۳۹۵

تیراژ: ۵۰۰ نسخه

قیمت: ۱۹۵۰۰۰ ریال

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۷۱۲۷-۶۹-۸

مواکز پخش: ۱- تهران، خیابان انقلاب، خیابان فخر رازی، نرسیده لالی زاد، کوچه انوری، پلاک ۸، طبقه

دوم، نشر و پخش مهکامه

تلفن: ۶۶۴۸۸۲۰۳-۶۶۴۹۷۰۵۰

۲- تهران، میدان انقلاب، بین خیابان ۱۲ فروردین و اردیبهشت، کوچه روشنی آگاه

تلفن: ۶۶۴۶۰۹۳۲-۶۶۴۶۷۳۲۳

en_mahkame@yahoo.com

www.mahkame.com

پست الکترونیکی:

نمایندگی‌های شهرستان:

۱- اهواز: خیابان حافظ، بین سیروس و نادری، کتابفروشی رشد، اهواز تلفن: ۳-۲۲۱۷۰۰۰

۲- مشهد: بلوار نبوت، پخش کتاب دانشگاهی رثوف، تلفن: ۲۸۴۰۵۸۴۶

۳- اصفهان: خیابان چهارباغ عباسی، مجتمع چهارباغ، زیرزمین، پلاک ۲۶، همراه: ۰۹۱۳۱۶۶۰۹۴۵

۴- یزد: خیابان فرخی، جنب مجتمع ستاره، کتابفروشی فدک، تلفن: ۳۶۲۲۷۴۷۵

۵- کرمان: خیابان استقلال، کوچه ۱۰ غربی ۷، پلاک ۱۰، مؤسسه هفتاد کویر

فهرست مطالب

پیش‌درآمد	۱۳
مقدمه	۱۵

بخش اول

مفاهیم، ریزگی‌ها و عناصر برنامه‌ریزی گردشگری

فصل اول: مفاهیم و ویژگی‌های برنامه‌ریزی گردشگری	۲۱
مفهوم برنامه‌ریزی	۲۱
فرایند برنامه‌ریزی	۲۳
برنامه‌ریزی و گردشگری	۲۷
اهداف برنامه‌ریزی گردشگری	۲۹
نیادهای مسئول در برنامه‌ریزی گردشگری	۳۰
حوزه‌های برنامه‌ریزی گردشگری	۳۰
سطوح برنامه‌ریزی گردشگری	۳۱
۱- برنامه‌ریزی گردشگری در سطح ملی	۳۳
۲- برنامه‌ریزی گردشگری در سطح منطقه‌ای	۳۴
۳- برنامه‌ریزی گردشگری در سطح محلی	۳۶
برنامه‌ریزی مقصد و سایت، شیوه نوین برنامه‌ریزی گردشگری در سطح محلی	۳۷
رویکرد سیستمی به برنامه‌ریزی گردشگری	۴۱
منابع جهت مطالعه بیشتر	۴۱

فصل دوم: برنامه‌ریزی تقاضای گردشگری	۵۱
مفهوم تقاضا در گردشگری	۵۱
پیش‌بینی تقاضا	۵۳

- بخش‌بندی تقاضا ۵۵
- ۱- ویژگی‌های جمعیتی گردشگران ۵۶
- ۲- ویژگی‌های رفتاری گردشگر یا شاخص‌های سفر ۵۸
- انگیزه به عنوان مهمترین شاخص رفتاری ۶۰
- انگیزه‌های جدید و ظهور گردشگران جدید ۶۴
- رضایت گردشگر از تجربه سفر ۶۵
- مروری بر مفاهیم اساسی در رابطه با تقاضا ۶۶
- ۱- تعریف از مقصد ۶۶
- ۲- ویژگی‌های مقصد ۶۸
- ۳- فصلی بودن ۷۰
- منابع جهت مطالعه بیشتر ۷۴
- فصل سوم: برنامه‌ریزی عرضه گردشگری ۷۷
- عناصر و اجزاء عرضه گردشگری ۷۷
- برنامه‌ریزی جاذبه ۷۸
- ۱- گونه‌شناسی جاذبه ۸۰
- ۲- طبقه‌بندی جاذبه‌ها به لحاظ مالکیت و مدیریت، نوع مکان و مدت زمان بازدید ۸۱
- ۳- تفاوت جاذبه از مقصد ۸۲
- ۴- جاذبه و انواع فعالیت‌ها ۸۲
- ۵- حوزه نفوذ ۸۲
- ۶- جاذبه به عنوان محصول گردشگری ۸۲
- ۷- سلسله مراتب جاذبه ۸۲
- ۸- ظرفیت یا آستانه تحمل جاذبه ۸۳
- ۹- تفاوت برنامه‌ریزی جاذبه با طراحی آنها ۸۳
- ۱۰- وجود رابطه متقابل بین جاذبه و خدمات ۸۴
- طراحی جاذبه ۸۵
- برنامه‌ریزی خدمات و تسهیلات ۸۸
- ۱- خدمات ۸۹
- ۲- تسهیلات گردشگری ۹۲
- برنامه‌ریزی زیرساخت‌ها (با تأکید بر دسترسی) ۹۴

۹۷	برنامه‌ریزی اطلاعات و تفسیر
۱۰۱	برنامه‌ریزی پیشبرد یا ارتقاء
۱۰۷	منابع جهت مطالعه بیشتر
۱۰۹	فصل چهارم: گونه‌شناسی گردشگری و گردشگران
۱۰۹	گونه‌شناسی در برنامه‌ریزی گردشگری
۱۱۰	الف) نه‌شناسی تقاضا
۱۱۴	ب) نه‌شناسی عرضه
۱۲۱	منابع جهت مطالعه بیشتر
۱۲۳	فصل پنجم: ملاقات اساس در برنامه‌ریزی گردشگری
۱۲۴	پیامدهای گردشگری
۱۲۵	پیامدهای اقتصادی گردشگری
۱۲۶	پیامدهای مثبت اقتصادی
۱۲۷	پیامدهای منفی اقتصادی
۱۲۹	پیامدهای اجتماعی - فرهنگی گردشگری
۱۳۰	پیامدهای مثبت اجتماعی - فرهنگی
۱۳۱	پیامدهای منفی اجتماعی - فرهنگی
۱۳۲	پیامدهای زیست‌محیطی - کالبدی
۱۳۴	پیامدهای مثبت زیست‌محیطی - کالبدی
۱۳۵	پیامدهای منفی زیست‌محیطی - کالبدی
۱۳۸	منابع جهت مطالعه بیشتر

بخش دوم

مدل‌ها و رویکردهای برنامه‌ریزی گردشگری

۱۴۷	فصل ششم: مدل‌های تحلیل فرایند توسعه گردشگری
۱۴۸	۱- مدل رنجش داکسی
۱۵۰	۲- مدل چرخه حیات مقصد باتلر
۱۵۶	۳- مدل تخریب خلاق (CD) میشل
۱۶۰	منابع جهت مطالعه بیشتر

فصل هفتم: رویکردهای برنامه‌ریزی توسعه گردشگری	۱۶۱
طبقه‌بندی رویکردهای برنامه‌ریزی توسعه گردشگری	۱۶۱
۱- رویکرد نئوسریسم یا بدون برنامه‌ریزی	۱۶۲
۲- رویکرد اقتصادی: گردشگری به عنوان یک فعالیت اقتصادی	۱۶۳
۳- رویکرد فضایی/کالبدی	۱۶۴
۴- رویکرد جامعه‌محور	۱۶۵
۵- رویکرد گردشگری پایدار (یا رویکرد جایگزین)	۱۶۸
گردشگری با بار و تعیین ظرفیت یا آستانه تحمل	۱۷۴
منابع جهت مطالعه بیشتر	۱۷۸
فصل هشتم: رویکرد مشارکتی در برنامه‌ریزی گردشگری پایدار	۱۸۱
رویکرد مشارکتی و مشارکت نه‌فصل	۱۸۲
مشارکت و جامعه محلی	۱۸۴
مشارکت و رویکرد جنسیتی	۱۸۸
نگرش اقتصادی به جنسیت و گردشگری	۱۹۳
جنسیت و بازار کار دو گانه	۱۹۴
جنسیت و شکاف درآمدی در بخش گردشگری	۱۹۶
جنسیت و اثرات زیست محیطی گردشگری	۱۹۷
تفاوت‌های جنسیتی در انگیزه‌ها و تجارب گردشگری	۱۹۸
منابع جهت مطالعه بیشتر	۲۰۱
فصل نهم: رویکردها و مدل‌های برنامه‌ریزی گردشگری پایدار	۲۰۷
۱- رویکرد گردشگری یکپارچه	۲۰۷
۲- رویکرد برنامه‌ریزی استراتژیک یا راهبردی گردشگری	۲۱۰
در حال حاضر کجا هستیم؟	۲۱۱
کجا می‌خواهیم برویم؟	۲۱۲
چطور می‌خواهیم به آنجا برسیم؟	۲۱۵
۳- مدل خوشه گردشگری	۲۱۶
رقابت و پایداری خوشه گردشگری	۲۲۱
کاربرد مدل دایموند در برنامه‌ریزی خوشه گردشگری	۲۲۳

۲۲۹	امکان‌سنجی توسعه خوشه‌های گردشگری
۲۳۰	درس‌هایی برای خوشه‌ای شدن: گام‌های توسعه خوشه‌های گردشگری
۲۳۱	خوشه‌های کوچک گردشگری
۲۳۴	خوشه(های) سبز گردشگری ایده‌ای نو
۲۳۶	منابع جهت مطالعه بیشتر
۲۳۹	فصل دهم: کاربرد فناوری‌های جغرافیایی در برنامه‌ریزی گردشگری
۲۴۰	سیستم اطلاعات جغرافیایی (GIS)
۲۴۲	کاربرد سیستم اطلاعات جغرافیایی GIS در مطالعات گردشگری
۲۴۴	سنجش از دور (RS)
۲۴۵	کاربرد سنجش از دور (RS) در مطالعات گردشگری
۲۴۶	کاربرد GIS و RS در مطالعات مکان‌سنجی و مکان‌یابی سایت‌های گردشگری
۲۴۹	سیستم اطلاعات جغرافیایی، نقشه‌نگاری و مدیریت گردشگر
۲۵۰	سیستم اطلاعات جغرافیایی تحت وب
۲۵۱	سخن پایانی
۲۵۴	منابع جهت مطالعه بیشتر
۲۵۷	منابع پایانی

پیش‌درآمد

رشد و گسترش پیوسته رشته گردشگری با گرایش‌های مختلف در نظام آموزشی کشور در مقاطع مختلف تحصیلی و به تبع آن رشد فزاینده شمار دانشجویان این رشته نوبا اهمیت بسیاری به تألیف و ترجمه کتاب مورد نیاز آن بخشیده است. با وجود افزایش منابع ارزشمند در این حوزه طی سال‌های اخیر، همان‌کمیود منابع متنوع در خصوص برنامه‌ریزی گردشگری احساس می‌شود. این کتاب که به مسأله تأمین بخشی از نیازهای علمی جامعه دانشگاهی تدوین شده است، تلاش دارد که از مصوری جامع و بر مبنای مطالب جدید و به هنگام به این مبحث بپردازد. در عین حال تلاش شده در برنامه مصوب وزارت علوم، تحقیقات و فناوری نیز پوشش داده شود و در این راستا همواره نیم نگاهی به شرح درس برنامه‌ریزی گردشگری در سایر دانشگاه‌های جهان نیز مورد نظر نویسندگان قرار داشته است.

در تدوین این کتاب تلاش بر این بوده که علاوه بر کتب منابع برنامه‌ریزی گردشگری، کتب و مقالات جدید مرتبط نیز مورد استفاده قرار گیرد. امید است بهره‌گیری از منابع جدید گردشگری در این اثر توانسته باشد بر دایره علمی مطالب مرتبط افزود و در گسترش دانش نوپای گردشگری در کشور کمک نماید. در تدوین کتاب حاضر تلاش برایی بوده که مباحث نظری و جنبه‌های کاربردی و عملیاتی برنامه‌ریزی گردشگری، توأمان مورد توجه قرار گیرد. لذا این کتاب در قالب دو بخش و مشتمل بر ده فصل تدوین شده است. بخش اول به تشریح و توصیف عناصر و اجزاء مهم سیستم گردشگری می‌پردازد و بخش دوم به رویکردها و مدل‌های برنامه‌ریزی گردشگری اختصاص یافته است. در انتهای هر فصل جملگی منابع مورد استفاده جهت مطالعه بیشتر ارائه شده است.

با اینحال این امر بر نویسندگان کتاب پوشیده نیست که این مختصر قادر به پاسخگویی به همه مسائل و سؤالات برنامه‌ریزی گردشگری نیست. بهره‌گیری از نظرات دوستان و همکاران و پژوهشگران این عرصه به رفع نواقص آن در آینده کمک خواهد کرد.

www.ketab.ir

مقدمه

گردشگری پدیده‌ای است که از دیر زمان در جوامع انسانی وجود داشته و به طور پیوسته در طول تاریخ، به تأثیرات شرایط اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی و فنی، متحول شده است. صنعتی شدن و توسعه سریع صنعتی در طول قرن ۱۹ و ۲۰، در اغلب کشورهای توسعه یافته، تغییرات عمیقی را در امر گردشگری ایجاد کرده است. این تحولات که تحت تأثیر عواملی نظیر گسترش راه آهن، افزایش مالکیت خودرو و پیشرفت‌های تکنولوژیکی، اهمیت اوقات فراغت و درآمد بوده به سمت گردشگری انبوه حرکت کرده است. از اوایل دهه ۱۹۵۰ مسافرت و گردشگری به عنوان یک ضرورت زندگی از انحصار اقشار خاص در جامعه خارج شد و به عنوان تجارتی دارای ثمره‌ای ماندگار، بسیاری را مجذوب خود ساخت.

امروزه گردشگری از بخش‌های مهم اقتصادی و اجتماعی کشورهای پیشرفته صنعتی، در حال توسعه و حتی کمتر توسعه یافته محسوب می‌شود؛ چنانچه بیش از پیش مورد توجه دولت‌ها قرار گرفته است. شاید یکی از دلایل اصلی توجه دولت‌ها به این فعالیت، آثار اقتصادی آن بر توسعه و رشد ملی هر کشوری است که می‌تواند ضمن متأثر ساختن بخش‌های مختلف اقتصادی، زمینه‌های بسیاری برای اشتغال را نیز فراهم سازد. اثر سازنده در موازنه‌های ارزی، متعادل کردن توزیع درآمد، جذب سرمایه‌های سرگردان و به جریان انداختن آن در سرمایه گذاری‌های سالم، بهره‌گیری از منابع راکد مانده، حفظ میراث طبیعی و فرهنگی به عنوان منابع درآمدزای اقتصادی و فرهنگی، از جمله اثرات یاد شده هستند. ضمن اینکه نمی‌توان آثار اجتماعی، سیاسی و فرهنگی گردشگری را نادیده انگاشت. تغییر زندگی مردم جامعه محلی، به سبب تماس مستقیم آنها با گردشگران، تغییر در عادات، رسوم و الگوهای رفتاری جامعه محلی

که معمولاً در بلندمدت، آشنایی ملت‌ها با یکدیگر و برقراری نوعی تفاهم فرهنگی میان آنها را سبب می‌شود از جمله آثار اجتماعی، فرهنگی توسعه گردشگری به ویژه در شکل گردشگری بین‌المللی است.

از طرف دیگر توسعه گردشگری در شکل داخلی آن باعث می‌شود تا شناخت مردم یک کشور از شیوه زیست، باورها، فرهنگ و سنن ساکنان نواحی مختلف کشور افزایش یافته و با آثار ملی و فرهنگی گذشته خود آشنا شوند. بدیهی است که این فرایند، تحکیم وحدت ملی را به دنبال خواهد داشت. از سوی دیگر، گردشگری یکی از سالم‌ترین انواع گذران اوقات فراغت است و از این رو، مناسب‌تر از سایر شاخص‌های توسعه به شمار می‌رود.

فعالیت‌های گردشگری برخلاف سایر بخش‌های اقتصادی حتی به صورت اولیه و ابتدایی آن نیز از خصلت ساختارشکنی برخوردار است. بدین مفهوم که پول و گردشگر از مرکز به پیرامون حرکت می‌کند، به این معنا که جریان مداومی از سرمایه و انسان را از مرکز به پیرامون به حرکت وامی‌دارد. هیچ فعالیت دیگری ادبی این تعداد انسان را از مراکز عمده اقتصادی و سکونتگاهی بزرگ به سوی مناطق روستایی و دوتاده کوهستانی، جنگلی و... به حرکت در نمی‌آورد. از این روست که گردشگری در عدالت اجتماعی و توزیع درآمد در سطح جهانی نقش مهمی ایفا می‌کند. کدام فعالیت اقتصادی می‌تواند پس از اندام گردشگران را از شهرهای بزرگ و حتی دیگر کشورهای جهان به مناطق حاشیه‌ای انتقال دهد؟ در صورت توسعه آن توزیعی از ثروت را در پی داشته باشد؟

در این میان گردشگری مانند هر پدیده دیگری در چهار حوزه تحت تأثیر تحولات تکنولوژیکی و فناوری به شدت دگرگون شده است. بنابراین حتی مفهوم آن نیز تحت تأثیر تغییرات به وجود آمده در بازار تقاضا، بسیار تغییر کرده است. به عنوان نمود امروزه استفاده از اینترنت برای تبلیغات، رزرو جا در هتل‌ها، اقامتگاه‌های تفریحی، رزرو بلیت هواپیما، در همه جای دنیا اسری عادی و رایج است.