

بررسی عوامل تأثیرگذار بر توسعه اکوتوریسم با هدف جذب گردشگر، ایجاد اشتغال و جذب سرمایه (مطالعه موردی ایران)

ماریا آذری

کارشناسی ارشد مدیریت جهانگردی، گرایش بازاریابی، دانشگاه علم و فرهنگ: تهران، ایران

چکیده

این مقاله به بررسی عوامل تأثیرگذار بر توسعه اکوتوریسم با هدف جذب گردشگر، ایجاد اشتغال و جذب سرمایه می‌پردازد. در این مقاله، نویسنده‌ها به بررسی عوامل مختلفی که در توسعه اکوتوریسم نقش دارند، می‌پردازند. ابتدا، نویسنده‌ها به بررسی عوامل طبیعی و جغرافیایی که در توسعه اکوتوریسم تأثیرگذار هستند، می‌پردازند. آن‌ها به برخی منابع طبیعی مانند مناظر زیبا، پارک‌های ملی و منطقه‌های حفاظت‌شده اشاره می‌کنند که جذابیت گردشگران را افزایش می‌دهند. همچنین، عوامل جغرافیایی نظیر قرارگیری جغرافیایی و دسترسی‌پذیر بودن منطقه نقش مؤثر در جذب گردشگر و سرمایه دارند. سپس، نویسنده‌ها به بررسی عوامل اقتصادی و اجتماعی که در توسعه اکوتوریسم تأثیرگذار هستند، می‌پردازند. آن‌ها به برخی عوامل اقتصادی نظیر تأمین منابع مالی، سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های گردشگری و اشتغال‌زایی اشاره می‌کنند. همچنین، عوامل اجتماعی نظیر فرهنگ و جامعه محلی نقش مؤثر در جذب گردشگر و سودآوری منطقه دارند. پژوهش حاضر از نوع پژوهش‌های کاربردی بوده که به صورت آمیخته انجام شده است. جامعه آماری پژوهش را مدیران، کارشناسان و کارکنان اداره میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان تهران تشکیل می‌دهند که جامعه آماری شامل ۲۰ نفر می‌باشند. با شناخت هر چه بهتر شهرهای ایران و معرفی توانمندی‌های اکوتوریسمی آن به عنوان بخشی از جاذبه‌های به همراه صدها جاذبه فرهنگی و باستانی و ایجاد تفرجگاه‌های متناسب با محیط‌های طبیعی می‌توان به جذب گردشگران و ایجاد اشتغال و جذب سرمایه و در نهایت پیشرفت هرچه بیشتر شهرها امید داشت. در نهایت، نویسنده‌ها به بررسی عوامل سازماندهی و مدیریت که در توسعه اکوتوریسم تأثیرگذار هستند، می‌پردازند. آن‌ها به برخی عوامل مانند بودجه‌بندی مناسب، قانون‌گذاری مناسب و همکاری بین دولت و بخش خصوصی اشاره می‌کنند که در توسعه اکوتوریسم مناسب می‌باشد.

واژه‌های کلیدی: گردشگری، گردشگری فرهنگی، اکوتوریسم، بهبود گردشگری، جذب سرمایه

۱- مقدمه

توسعه اکوتوریسم به عنوان یک راهکار برای جذب گردشگران، ایجاد اشتغال و جذب سرمایه در مناطق طبیعی و بومی، به عنوان یک مسئله مهم در حوزه توسعه پایدار مطرح شده است. با توجه به اینکه منابع طبیعی و فرصت‌های گردشگری در این مناطق بسیار غنی و منحصر به فرد هستند، توسعه اکوتوریسم می‌تواند به عنوان یک راهبرد مؤثر برای تحقق توسعه پایدار در این مناطق مورد استفاده قرار گیرد [5].

اما برای دستیابی به این هدف، لازم است عوامل تأثیرگذار بر توسعه اکوتوریسم شناسایی و مورد بررسی قرار گیرند. عامل‌های مختلف، شامل جذابیت‌های طبیعی و فرصت‌های گردشگری، زیرساخت‌ها و تسهیلات گردشگری، فرهنگ و آداب و رسوم محلی، سیاست‌های دولتی و قوانین محیط زیست، نقش اجتماعی و مشارکت محلی، توانمندسازی جامعه محلی و همچنین بازارهای هدف و تقاضای گردشگر را شامل می‌شود [2].

با بررسی این عوامل و شناسایی نقاط قوت و ضعف هر یک، می‌توان به شکل بهینه‌تری برنامه‌ها و استراتژی‌های مناسب برای توسعه اکوتوریسم در هر منطقه طبقه‌بندی کرد. به علاوه، با تأثیرگذار کردن این عوامل بر تصمیمات سازمان‌دهنده در حوزه توسعه اکوتوریسم، مؤثر بودن این راهبرد در جذب گردشگران، افزایش اشتغال و جذب سرمایه به دست خواهد آمد. [4] اما با این وجود، این صنعت پر درآمد، مشکلاتی نیز در پی دارد که از جمله مهمترین آنها میتوان به آسیب‌های فرهنگی، آلودگی هوا، تخریب مناظر طبیعی و تاریخی، در معرض خطر قرار دادن گونه‌های کمیاب گیاهی و جانوری و افزایش جرم و جنایت اشاره نمود. [1] سازمان جهانی گردشگری، اکوتوریسم را به صورت نوعی از گردشگری که در آن مسافرت به مناطق طبیعی که به نسبت بدون آسیب مانده با اهداف مطالعاتی و بهره‌بصری از مناظر و رستنیهای طبیعی و حیات وحش و با توجه به جنبه‌های فرهنگی هم در گذشته و هم در حال صورت می‌پذیرد، تعریف میکند. بلامی معتقد است فعالیتهایی که دارای ملاک‌های زیر باشد در زمره فعالیتهای اکوتوریستی قرار می‌گیرد: [2]

۱- جاذبه‌ها به طور برجسته باید طبیعت محور باشند

۲- جاذبه‌ها برای بازدیدکنندگان جنبه آموزشی یادگیری داشته باشند

۳- مدیریت گردشگری باید در جهت رعایت اصول اکولوژیکی، اجتماعی، فرهنگی و پایداری اقتصادی حرکت نماید.

عوامل مؤثر 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 [5].

واژه اکوتوریسم در ادبیات انگلیسی را نخستین بار رومریل به نقل از رضایی و همکاران، به کار برد. هدف وی از به کارگیری اصطلاح اکوتوریسم، توجه به سرمایه‌گذاری بخش صنعت در مطالعات جذب گردشگر در مناطق با پتانسیلهای طبیعی، یا به سخن دیگر طبیعت‌گردی بوده است. اکوتوریسم در وهله نخست، ناظر بر ملاحظات محیط زیستی و مفهوم توسعه پایدار است و در آن طبیعت‌گردی در درجه دوم اهمیت قرار می‌گیرد. [5]

رقابت در جهت توسعه گردشگری پایدار با توجه به ارائه نیازهای گردشگران، باید مورد اهمیت و برنامه‌ریزی مدیریت گردشگری و مدیریت شهری قرار گیرد. گردشگری مجموعه و نظامی از عناصر به هم پیوسته می‌باشد که در تمامی مراحل با هم در تعامل می‌باشند. از جمله این عناصر، زیرساخت‌ها می‌باشند که از نقشی حیاتی در فرآیند گردشگری و توسعه آن برخوردارند. [3]

آنچه که در توسعه زیرساخت‌ها قابل توجه است، استفاده جامعه میزبان از این تسهیلات است. بدین گونه توسعه گردشگری منجر به توسعه فرابخشی در جامعه میزبان بخصوص جوامع شهری شده و میزان رضایت از زندگی مردم بومی را افزایش می‌دهد، در واقع، کاربردهای چند منظوره زیرساخت‌ها در گردشگری می‌تواند به پرداخته هزینه زیرساخت‌ها که منافع اقتصادی- اجتماعی گردشگری را در بر می‌گیرد یاری رساند. تسهیلات و تجهیزات گردشگری عامل جذب گردشگر به شهر

نیست اما به عنوان یکی از زیرساخت‌های مهم گردشگری مطرح می‌شود 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. [6]

۱-۱- بیان مسئله

مقاله حاضر به بررسی عوامل تأثیرگذار بر توسعه اکوتوریسم با هدف جذب گردشگر، ایجاد اشتغال و جذب سرمایه می‌پردازد. اکوتوریسم به عنوان یک روش پایدار برای توسعه گردشگری در مناطق طبیعی و بوم‌شناختی شناخته می‌شود که در آن فعالیت‌های گردشگران با حفظ محیط زیست و منابع طبیعی صورت می‌پذیرد.

برای جذب گردشگران، اولین عامل تأثیرگذار در توسعه اکوتوریسم، جاذبه‌های طبیعی و بوم‌شناختی منطقه است. مناظر طبیعی، پارک‌های ملی، رودخانه‌ها و جنگل‌ها از جمله جاذبه‌های مورد نظر گردشگران هستند که با استفاده بهینه و حفظ منابع طبیعی قابل استفاده هستند.

عامل دوم تأثیرگذار در توسعه اکوتوریسم، زیرساخت‌های گردشگری است. وجود مسیرهای دسترسی، امکانات رفاهی و اقامتی، رستوران‌ها و فروشگاه‌ها، مراکز اطلاع‌رسانی و تأمین خدمات گردشگری به عنوان زیرساخت‌های مورد نیاز برای جذب گردشگران در منطقه اکوتوریستی مطرح هستند.

عامل سوم تأثیرگذار بر توسعه اکوتوریسم، فعالیت‌های محلی و صنایع دستی است. صنایع دستی محصولات منحصر بفرد و خلاقانه‌ای هستند که بازار فروش مناسب برای آن‌ها در منطقه اکوتوریستی به عنوان یک عامل جذاب برای گردشگران عمل می‌کند. همچنین، فعالیت‌های محلی شامل رستوران‌ها، کافه‌ها و فروشگاه‌های محلی نیز به جذب گردشگران کمک می‌کند.

اکوتوریسم از سوی انجمن بین‌المللی اکوتوریسم در سال ۲۰۰۳، سفری مسئولانه به مناطق طبیعی تعریف شده است که حفظ محیط زیست و پایداری رفاه مردم محلی و بومی منطقه را به همراه دارد. آنچه دو مفهوم طبیعت گردی و گردشگری اکولوژیک را از هم متمایز میکند، لزوم توجه به پایداری و حفاظت منابع در گردشگری اکولوژیک یا اکوتوریسم است. همچنین اکوتوریسم یا گردشگری اکولوژیک دارای یک بعد اخلاقی است که آن را از سایر انواع گردشگری و نیز، طبیعت گردی متمایز میکند. [5]

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 جاذبه‌های وسیع گردشگری برخوردار هستند به یک درصد ارزش گردش مالی این صنعت، سالانه درآمدی حدود ۲۰ میلیارد دلار ایجاد خواهد کرد. [8]

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 آینده‌ای نزدیک بوده و در صورتی که آثار و منافع غیرمستقیم 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 بی‌بدیل صنعت گردشگری در توسعه و شکوفایی اقتصادی، سیاست‌گذاری‌های مناسبی در خصوص ارتقاء آن در کشورمان صورت نپذیرفته و عمده تلاش‌های مربوط به توسعه صنعت گردشگری در دهه‌های اخیر، معطوف به رهیافت‌های تشویقی و تبلیغاتی و یا به عبارتی تقاضا محور بوده اند. [6]

۲- مبانی و پیشینه پژوهش

مقاله حاضر به بررسی عوامل تأثیرگذار بر توسعه اکوتوریسم با هدف جذب گردشگر، ایجاد اشتغال و جذب سرمایه می‌پردازد. در این مقاله، نویسنده‌ها به بررسی عوامل مختلفی که در توسعه اکوتوریسم نقش دارند، می‌پردازند.

ابتدا، نویسنده‌ها به بررسی عوامل طبیعی و محیطی که در توسعه اکوتوریسم تأثیرگذار هستند، می‌پردازند. آن‌ها به برخی منابع طبیعی مانند مناظر زیبا، پارک‌های ملی و منطقه‌های حفاظت‌شده اشاره می‌کنند که جذابیت گردشگران را افزایش می‌دهند. همچنین، عوامل آب و هوایی نظیر آب و هوای مناسب برای فعالیت‌های خارج از خانه و فصول سال گسترده‌ترین عوامل

تأثیرگذار بر توسعه اکوتوریسم هستند در ادامه، نویسندگان به بررسی عوامل اقتصادی و اجتماعی که در توسعه اکوتوریسم نقش دارند، می‌پردازند. آن‌ها به اشتغال‌زایی و جذب سرمایه به منطقه اشاره می‌کنند که باعث رونق اقتصادی و توسعه پایدار منطقه می‌شود. همچنین، عوامل فرهنگی و تاریخی نظیر جاذبه‌های فرهنگی و آثار باستانی نقش مؤثر در جذب گردشگران دارند. آنچه که ما در ایران تحت عنوان اکوتوریسم بدان می‌پردازیم و همگی برای گسترش و معرفی آن بعنوان یک صنعت پایدار میکوشیم، اساساً با آنچه که حتی در واژه صنعت اکوتوریسم پایدار آمده است متفاوت است. چرا که اولاً هنوزیک صنعت نیست اگر ما نواحی شمال کشور را از سایر نواحی مجزا می‌بینیم که چرخه اقتصادی که با هزینه‌های گردش آغاز میشود با جوامع محلی ارتباط موثری برقرار نمیکند. گردشگران ما بخصوص بر ای سفر به مکان‌هایی که با محل سکونت آنان فاصله زیادی نداشته باشد، همه مایحتاج خود را از مقصد همان شهر محل زندگیشان است تهیه میکنند. هر چند در اثر این چرخه اقتصادی افرادی منتفع میشوند ولی این افراد جدای از جوامع محلی هستند. [8] در حالی که این جوامع محلی و ساکن در منطقه و در دامان طبیعت است که در صورتی که از لحاظ امرار معاش مشکلی نداشته باشند، میتوانند نگرهبان و محافظ دائمی طبیعت ما باشند. در وضعیت کنونی سفر گردشگران به مکانهای طبیعی بالاخص مکان‌های بکر و دست نخورده‌ای که به طبع شرایط طبیعی شرایط سختی بر زندگی افراد بومی آن ساکن است باعث میشود که جوامع محلی را به جای آنکه به لحاظ داشتن مواهب طبیعی ترغیب به ادامه زندگی بکند. آنان را به یاد آنچه که نداشته‌اند و ندیده‌اند و تجربه نکرده‌اند می‌اندازد و آنها را ترغیب به مهاجرت به شهرهای دیگر برای یافتن خواسته‌هایشان میکند، در اصل این عدم ارتباط موثر اقتصادی باعث میشود که نه تنها اکوتوریسم تبدیل به صنعت نشود بلکه در برنامه ریزی‌های کلان به عنوان یک عامل منفی در بخش‌های تمرکز زدایی و جلوگیری از مهاجرت به شهرها به چشم بیاید. [7]

۱-۲- گردشگری

گردشگری یا توریسم (به انگلیسی: Tourism) سفر به قصد لذت بردن یا کسب‌وکار است؛ همچنین به معنی تئوری و عمل سیاحت‌گری، تجارت، جذب، اسکان و سرگرمی گردشگران، و تجارت مرتبط به برگزاری تور است. سازمان جهانی گردشگری با توجه به تمامی تعاریف گردشگری که تا قبل از سال ۱۹۹۴ ارائه شده بودند در سال ۱۹۹۵ یک تعریف نهایی منتشر کرد: «مجموعه فعالیت‌های فرد یا افرادی که به مکانی غیر از مکان عادی زندگی خود مسافرت و حداقل یک شب و حداکثر یک سال در آنجا اقامت می‌کنند و هدف از مسافرت آنان نیز گذراندن اوقات فراغت است. البته اهدافی نظیر اشتغال و کسب درآمد شامل آن نمی‌شود.» بر این اساس کسانی که شامل این تعریف می‌شوند نیز گردشگر نامیده می‌شوند. گردشگری می‌تواند داخلی (گردشگر در داخل کشور خود مسافرت می‌کند) یا خارجی باشد. [4]

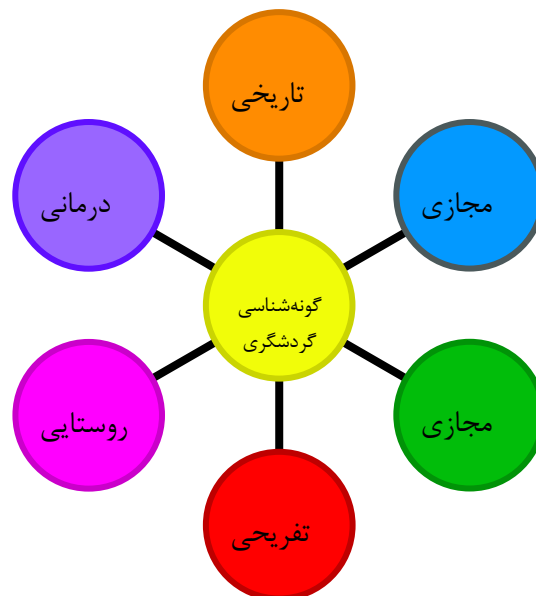
تعداد روزافزونی از مقصدها در سراسر جهان برای گردشگری گشوده و در آن سرمایه‌گذاری می‌شود. گردشگری از طریق ایجاد شغل و کسب درآمد صادراتی به یک عامل اصلی پیشرفت کشورها و توسعه زیرساخت‌های آنها تبدیل شده‌است. طی شش دهه گذشته گردشگری یک توسعه و تنوع پیوسته را تجربه کرده و به یکی از بزرگ‌ترین بخش‌های اقتصادی در جهان تبدیل شده‌است. گردشگری با وجود شوک‌های گاه به گاه، تقریباً بدون وقفه به مرور رشد کرده‌است که نشان دهنده قدرت و انعطاف‌پذیری این بخش از اقتصاد است. ورود گردشگران بین‌المللی از ۲۵ میلیون نفر در جهان در سال ۱۹۵۰ به ۲۷۸ میلیون نفر در سال ۱۹۸۰، و ۶۷۴ میلیون نفر در سال ۲۰۰۰ و ۱۲۳۵ میلیون نفر در سال ۲۰۱۶ افزایش یافته‌است. به همین ترتیب، دریافت‌های گردشگری بین‌المللی که از طریق مقصدهای جهانی به دست می‌آید از ۲ میلیارد دلار در سال ۱۹۵۰ به ۱۰۴ میلیارد دلار در سال ۱۹۸۰، و ۴۹۵ میلیارد دلار در سال ۲۰۰۰ و ۱۲۲۰ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۶ افزایش یافته‌است. به عنوان یک گروه صادراتی در سراسر جهان، جهانگردی پس از مواد شیمیایی و سوخت و بالاتر از محصولات خودرو و مواد غذایی رتبه سوم را دارد. در بسیاری از کشورهای در حال توسعه، جهانگردی بهترین گروه صادراتی است [9].

۲-۱-۱- گردشگری در ایران

با دقت در سفرنامه‌هایی که به جای مانده به این نتیجه می‌رسیم که آنچه از قرن نهم تا قرن چهاردهم میلادی وجود دارد، گردشگری توسط مردمانی است که از منطقه جغرافیایی ایران پیش از دوره اسلامی است به کشورهای خاورمیانه و خاور دور، مانند: ژاپن و اروپا سفر می‌کردند. این گردشگران گزارش سفر خویش را در کتاب‌های جغرافیایی یا در پژوهش‌های تاریخی و عقیدتی ارائه داده‌اند؛ و در این دوران خبری از رفت‌وآمد گردشگران اروپایی و مردمان غربی نیست؛ و گویا آنان هیچ‌گونه علاقه‌ای به گردشگری نداشته‌اند. گاهی به یک جهانگرد و تاجر یهودی غربی در بلاد شرق برمی‌خوریم. از قرن پانزدهم به بعد، به ویژه در قرن هفدهم می‌بینیم که جریان گردشگری به‌طور دقیق به عکس جریان یافته‌است. جهانگردان مهم را غربیان تشکیل می‌دهند که به سرزمین‌های شرق روی آورده و گزارش‌های گوناگونی از آداب، میراث فرهنگی، شیوه‌های حکومتی، اجناس و محصولات شهرهای اسلامی داده‌اند و خبری از جهانگردان مسلمان نیست یا اگر رحله‌هایی وجود دارد، در محدوده سفر حج و از منطقه‌ای اسلامی به منطقه‌ای دیگر است. [11]

ایرانی‌ها پس از آلمانی‌ها و گرجی‌ها، سومین کشور «صادرکننده گردشگر» به آسیای صغیر شمرده می‌شوند. پس از ترکیه، کشورهای حاشیه خلیج فارس قرار دارند که به دلیل نزدیکی و ارزان بودن مسافرت، مورد توجه گردشگران ایرانی قرار می‌گیرند. این کشورهای کم وسعت توانسته‌اند به حدی در صنعت گردشگری موفق شوند که رقم حضور ایرانیان در این کشورها، سالانه بیش از ۷۰۰ هزار نفر، برآورد می‌شود. [10]

گردشگری یکی از مهم‌ترین پدیده‌های اقتصادی و اجتماعی دنیای مدرن است [10] این صنعت در حال تبدیل شدن به یکی از ارکان اصلی اقتصاد تجاری جهان است و بسیاری از برنامه ریزان از آن به عنوان رکن اصلی توسعه یاد می‌کنند. گردشگری در بسیاری از کشورهای جهان، یکی از پیچیده‌ترین کسب و کارهای بشری می‌باشد و به عنوان فعالیتی چندوجهی دارای کارکردها و اثرات مثبت گوناگون است که از جمله می‌توان به اشتغال زایی، کسب درآمد، جذب ارز و تقویت زیرساخت‌ها اشاره کرد [8] گردشگران تجربیات و دانش نو را از تعامل با دیگر فرهنگ‌ها، مناطق و کشورها کسب می‌کنند، اهمیت حفظ محیط را درک می‌کنند و مناسباتشان با یکدیگر را بهبود می‌بخشند؛ در این فرایند روابط صلح جویانه در میان مردم گسترش می‌یابد.



نمودار شماره ۱: گونه‌شناسی گردشگری، [10]

۲-۲- انواع گردشگری

همانند تعاریف مختلف گردشگری، انواع گردشگری هم طبق دسته بندی‌ها متفاوتی قرار می‌گیرد. حتی در برخی از معرفی انواع گردشگری بیش از ۱۵۰ شکل از سبک سفر ذکر شده است که هر کدام از جنبه‌های متعددی با یک دیگر تفاوت دارند. آنچه شما در ادامه مشاهده می‌کنید، یکی از اصلی‌ترین طبقه بندی‌های انواع گردشگری از سوی WTO است [9]. به طور کلی طبق تعریف سازمان جهانی گردشگری، گردشگری به دو شاخه تقسیم می‌شود. گردشگری داخلی و گردشگری بین‌المللی. گردشگری خارجی هم خود به دو زیر شاخه گردشگری داخلی یا گردشگری داخل مرزی (inbound) و گردشگری خروجی یا گردشگری خارج از مرزی (outbound) تقسیم می‌شود. تعاریف انواع گردشگری به این صورت است. گردشگری داخلی: هنگامی که گردشگران بومی به سایر مناطق کشور خودشان سفر کنند. مانند یک گردشگر تهرانی که برای تعطیلات به شهر چابهار سفر می‌کند.

۱- گردشگری ورودی: هنگامی که گردشگران خارجی به کشور شما سفر می‌کنند.

۲- گردشگری خروجی: هنگامی که شما و سایر گردشگران هم وطن‌تان به کشورهای خارجی سفر می‌کنید.

دو زیر شاخه گردشگری بین‌المللی از منظر هر کشور متفاوت است. برای مثال فرض کنید سارا ساکن ایران است و رابین ساکن هلند. از منظر هلند، زمانی که سارا به هلند سفر کند یک گردشگر بین‌المللی ورودی است و اگر رابین به ایران سفر کند یک گردشگر بین‌المللی خروجی. این مثال از دیدگاه ایران کاملاً برعکس است. یعنی اگر سارا به هلند سفر کند یک گردشگر بین‌المللی خروجی است و زمانی که رابین از هلند به ایران سفر کند یک گردشگر بین‌المللی ورودی است. [11] اکنون صاحب نظران و سازمان‌های بین‌المللی با توجه به معیارهای مختلف، دسته بندی‌های متعدد از گردشگران ارائه کرده اند برای مثال می‌توان به گردشگری انبوه و جایگزین اشاره کرد گردشگری انبوه عبارت است از گردشگری معمولی که در سطح گسترده در سراسر جهان وجود دارد این نوع گردشگری کاملاً به صنعت گردشگری وابسته است. [12]

۲-۳- اکوتوریسم

لغت Eco Tourism که فرهنگستان لغات با کمک سازمان میراث فرهنگی کشور آن را معادل طبیعت گردی معنا کرده است، از نظر ریشه لغوی از دو جزء Eco و Tourism ساخته شده است که پیشوند eco برگرفته از ریشه ای یونانی به معنی آمیزه ای از مفاهیم محیط زیست و زیستگاه و tourism به معنای گردشگری است؛ این مفهوم بیش از هر چیز طبیعت را تداعی می‌کند. در فارسی کلمه بوم را معادل eco قرار داده اند و به نوعی به Eco Tourism، «بوم گردی» نیز می‌گویند. (بوم = سرزمین و زیستگاه) [8].

اکوتوریسم سفری است مسؤولانه به مناطق طبیعی، که موجب حفظ محیط زیست و بهبود زندگی مردم محلی گردد. چند سال بعد در ۱۹۹۶ م. اتحادیه‌ی جهانی حفاظت از طبیعت و منابع طبیعی با بسط تعریف بالا، اکوتوریسم را چنین تعریف کرد: اکوتوریسم یک سفر و بازدید زیست محیطی مسؤولانه از مناطق طبیعی بکر است که به منظور لذت بردن از طبیعت و درک مواهب آن و ویژگیهای فرهنگی مرتبط با آن انجام می‌شود، به طوری که باعث ترویج حفاظت گردد و اثرات منفی بسیار کمی از جانب بازدید کنندگان بر محیط به جای گذارد و شرایطی را برای اشتغال و بهره مندی اقتصادی و اجتماعی مردم محلی (بومی) فراهم کند. [9]

اکوتوریستها افرادی هستند که از مرحله علاقه ساده به طبیعت فراتررفته و پا در عرصه شناخت رازها و زیبایی‌های عمیق آن می‌گذارند. یک اکوتوریست، خود را نسبت به مراقبت از طبیعت و احترام به فرهنگ بومی مسؤول می‌داند و به این مسؤولیت پای‌بند است. بنابراین هر کس که به هر طریقی به طبیعت سفر می‌کند، الزاماً یک اکوتوریست به حساب نمی‌آید. [13] اکوتوریسم از ترکیب دو واژه اکولوژی و توریسم تشکیل یافته است و در واقع محصول چالش‌های زیاد بین طرفداران افراطی بهره‌گیری و استفاده بدون حد و مرز از طبیعت و طرفداران استفاده معتدل در حد ظرفیت طبیعی با دیدگاههای حفاظتی و بهره‌گیری مستمر از این منابع بوده است. به جهت قرار داشتن در دوره خاصی از شرایط کره زمین از نظر کاهش کمی و کیفی

منابع طبیعی و افزایش رو به رشد جمعیت و وجود چالشهای جدی بین جمعیت نیازمند به طبیعت در تأمین نیازمندی های اساسی و ظرفیت محدود منابع طبیعی لزوم توجه به مبحث اکوتوریسم بر همگان بخصوص متفکران و اندیشمندان پیش از پیش آشکار میشود تا ضمن بهره گیری از مواهب الهی برای استفاده نسل های آتی آن چیزی که از گذشتگان به ما به ارث رسیده است را حداقل ب اندکی تغییر به آیندگان تحویل دهیم به طور خلاصه اکوتوریسم با توجه به تعاریف مختلف ارائه شده انواعی از توریسم را شامل میشود که با طبیعت به طور مستقیم و غیر مستقیم مرتبط میشود. در اکوتوریسم انگیزه اصلی بازدید و استفاده از جذابیت های طبیعی و فرهنگ بومی است بدون اینکه خلل و خساراتی را متوجه آن نماید. واضح است که جهت گیری موضع اکوتوریسم ضمن بهره گیری معقول طبیعت در حد ظرفیتهای مجاز در مناطق تحت مدیریت محیط زیست در قالب طرحها و طبقه بندی مناطق سرزمین امکان پذیر خواهد بود [6].

۱-۳-۲- تاریخچه اکوتوریسم

پیرامون واژه اکوتوریسم و سابقه کاربرد آن اظهارنظرهای متفاوتی صورت گرفته است. برخی صاحب نظران سابقه کاربرد چنین واژه ای را در اواخر دهه ۱۹۸۰ ذکر کرده اند. اما در تمام متون مرتبط Ceballos-Lascuirain به عنوان نخستین کسی آمده است که این واژه را به کار برده است. برابر تعریف او، بوم گردشگری مسافرتی است که به منظور مطالعه، تحسین، ستایش و کسب لذت از سیمای طبیعی و مشاهده گیاهان و جانوران و آشنایی با ویژگی های فرهنگی جوامع محلی در گذشته و حال صورت می گیرد [11].

برخی سابقه اکوتوریسم را به زمانی دورتر و به Hetzer نسبت می دهند؛ و معتقدند که او این واژه را در دهه ۱۹۶۰ برای تشریح روابط متقابل گردشگری، محیط زیست و ویژگی های فرهنگی، استفاده کرده است. به اعتقاد Hetzer، مفهوم بوم گردشگری در واکنش به رویه های نامناسب و منفی توسعه و نادیده گرفتن ملاحظات زیست محیطی، شکل گرفته است؛ و سابقه آن به اواخر دهه ۶۰، یعنی زمانی که کارشناسان نسبت به برداشت بی رویه از منابع نگران بودند، بازمی گردد. [12].



نمودار شماره ۲: گونه های طبیعت گردی، [12]

۲-۴- پیامدهای اقتصاد اکوتوریسم

رشد توریسم و اکوتوریسم هم در کشورهای صنعتی و هم در ممالک در حال توسعه منجر به ایجاد اشتغال زیادی که عمدتاً نیاز کمی به مهارت دارند یا اصلاً نیازی به مهارت نیست گردیده است. بدلیل وجود صنایع بیشمار مرتبط با این فعالیت از جمله مهمانداری، حمل و نقل، کرایه منزل، پذیرایی، آژانس های مسافرتی و خدمات وابسته، بهداشت و... ارزیابی همه جنبه های اشتغال بسیار مشکل است. بعلاوه توریسم و اکوتوریسم بصورت غیر مستقیمی از سایر صنایع تاثیر گرفته است. اکوتوریسم بهترین روشی است که میتواند برای منطقه و ساکنان آن مفید بوده و منجر به حفاظت از طبیعت بعنوان جاذبه های گردشگری و بدون آسیب رساندن به آن، مقوله ای ایده آل در راستای رسیدن به توسعه پایدار است. [14].

گردشگری و بویژه اکوتوریسم یکی از شیوه های سریع توسعه و پیشرفت بوده که چنانچه نواحی مناسب برای این Campbeu کاربریها با آگاهی و دانش انتخاب شوند میتوانند منجر به توسعه همه جانبه و پایدار منطقه گردد. آقای بیان میکند که اکوتوریسم به توسعه مشاغل کوچک بومی کمک میکند درآمد و اقتصاد چندگانه را افزایش میدهد و افراد منطقه را به تداوم شیوه زندگی سنتی و فرهنگ بومی تشویق میکند و در نهایت به ارزشهای جامعه احترام میگذارد. در اکوتوریسم هر سه عنصر طبیعت، آموزش، مدیریت پایدار باید به یک اندازه در نظر گرفته شوند [13].

۵-۲- پیشینه پژوهش

حاجی غلام سریزدی (۱۳۹۴) در پایان نامه کارشناسی ارشد خود با عنوان اولویت بندی عوامل موثر بر مشارکت جامعه محلی در سرمایه گذاری در طرحهای توسعه گردشگری روستایی که در آن جهت تجزیه تحلیل دادهها از تکنیک معادلات ساختاری و نرم افزار آماری لیزرل استفاده شده است دریافت که ظرفیت اجرایی بیشترین تاثیر را بر مشارکت جامعه محلی در سرمایه گذاری دارد و پس از آن به ترتیب ظرفیت اجتماعی و ظرفیت فرهنگی- انسانی قرار دارد، ولی بر خلاف انتظار محققین، ظرفیت اقتصادی و زیربنایی رابطه معناداری با مشارکت جامعه محلی در سرمایه گذاری نداشته است.

نینو پارساشویلی (۲۰۱۶) راهبردهای عمده مدیریت اکوتوریسم گرجستان را مورد ارزیابی قرار داده اند. در این تحقیق قفقاز در بین ۲۰۰ مقصد اکوتوریستی، در جایگاه ۳۴ مقصد برجسته تنوع زیستی بر روی زمین معرفی شده است. طبق گزارش صندوق جهانی حیات وحش WWF تعدادی از گونه های حیوانی و گیاهی بومی گرجستان در فهرست قرمز اتحادیه بین المللی حفاظت از طبیعت IUCN گنجانده شده است. در نتیجه، اهمیت مدیریت اکوتوریسم در گرجستان همواره مورد توجه است.

۳- مواد و روش ها

روش تحقیق از نظر هدف کاربردی و از نظر ماهیت توصیفی- تحلی می باشد که منابع و اطلاعات اولیه آن از منابع معتبر نظیر کتاب، مقالات علمی- پژوهش، مصاحبه با اساتید، کارشناسان و صاحب نظران در این زمینه و سایر منابع معتبر علمی جمع آوری گردیده است تا مبانی نظری کاملی از پژوهش حاصل شود سپس به بررسی موسیقی محلی پرداخته شده تا به بررسی نقش موسیقی بومی در راستای جذب گردشگر پرداخته شود همچنین برای بررسی فرضیه ها از پرسشنامه استفاده شده است جامعه آماری پژوهش را مدیران، کارشناسان و کارکنان اداره میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان تهران تشکیل می دهند که جامعه آماری شامل ۲۰ نفر می باشند.

۴- یافته های تحقیق

بررسی عوامل تأثیرگذار بر توسعه اکوتوریسم با هدف جذب گردشگر، ایجاد اشتغال و جذب سرمایه، می تواند به یافتن راهکارهای مناسب برای توسعه این صنعت کمک کند. در این مقاله، پژوهشگران به بررسی عوامل مختلفی پرداخته اند که می توانند در تحقق این اهداف مؤثر باشند.

یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهند که چندین عامل مؤثر بر توسعه اکوتوریسم وجود دارند. یکی از عوامل مؤثر در جذب گردشگر، زیرساخت‌های گردشگری است. بهبود زیرساخت‌های حمل و نقل، راحتی و آسایش گردشگران را بهبود می‌بخشد و باعث جذب بیشتر گردشگر می‌شود.

عامل دیگر، منابع طبیعی و محیط زیست است. مناطق با منابع طبیعی غنی و محافظت شده، جذابیت بالایی برای گردشگران اکوتوریست دارند. حفظ و مرمت این منابع، علاوه بر جذب گردشگر، به توسعه پایدار نیز کمک می‌کند. عامل سوم، فرهنگ و تاریخ است. مناطق با فرهنگ و تاریخ غنی، جذابیت بالایی برای گردشگران دارند. حفظ و نگهداری از این میراث‌ها، علاوه بر جذب گردشگر، به توسعه فرهنگی نقاط مورد نظر نیز کمک می‌کند. عامل چهارم، تأمین اشتغال است. توسعه صنعت گردشگری در مناطق روستایی و عقب‌مانده، موجب افزایش فرصت‌های شغلی در این مناطق می‌شود. این اشتغالات بهبود ش **conditions** شغلی و کاهش هجوم به شهرها را نیز به همراه دارد.



نمودار شماره ۳: مدل عوامل مؤثر بر توسعه اکوتوریسم،

جدول شماره ۱: رتبه بندی عوامل مؤثر بر توسعه اکوسیستم

مقوله	ضریب مسیر
عوامل زیرساختی	۰/۸۵۲
بازاریابی	۰/۱۵۹
برنامه ریزی و سیاستگذاری	۰/۵۳۹
عوامل فرهنگی و اجتماعی	۰/۱۴۷
عوامل جغرافیایی و طبیعی	۰/۲۵۸

۵- بحث و نتیجه‌گیری

با توجه به مقاله بررسی عوامل تأثیرگذار بر توسعه اکوتوریسم با هدف جذب گردشگر، ایجاد اشتغال و جذب سرمایه، می‌توان نتیجه‌گیری کرد که عوامل زیر در توسعه اکوتوریسم و جذب گردشگر، ایجاد اشتغال و جذب سرمایه نقش مهمی دارند:

۱. منابع طبیعی: وجود منابع طبیعی غنی و منحصر به فرد در یک منطقه، مانند پارک‌ها، رودخانه‌ها، جنگل‌ها و صحارا، می‌تواند جذابیت بالای گردشگران را به خود جلب کند. همچنین، حفظ و محافظت از منابع طبیعی نقش حائز اهمیت دارد تا بتوان در طولانی‌مدت از آن‌ها استفاده کرد.

۲. فضای سبز: فضای سبز شامل پارک‌ها، باغ‌ها و فضاهای باز دیگر است که می‌تواند جذابیت بالایی برای گردشگران ایجاد کند. این فضاها مکان‌های مناسبی برای تفریح و استراحت هستند و می‌توانند به افزایش تعداد گردشگران و در نتیجه اشتغال و سودآوری منطقه کمک کنند.

۳. فعالیت‌های آموزشی: برگزاری دوره‌ها، کارگاه‌ها و آموزش‌های مختلف در زمینه اکوتوریسم، محافظت از محیط زیست و فعالیت‌های مربوط به طبیعت، می‌تواند علاقه‌مندان را به خود جذب کند و باعث شود تا گردشگران بخش عمده‌ای از سفر خود را به این فعالیت‌ها اختصاص دهند.

۴. تأسیسات و تجهیزات: وجود تأسیسات و تجهیزات مناسب در منطقه، مانند هتل‌ها، رستوران‌ها، پیست‌های اسکی و تجهیزات ورزشی، می‌تواند جذاب باشد.

همچنین جهت اولویت بندی و رتبه بندی مضامین شناسایی شده هر کدام از شاخص‌ها به سوال تبدیل گردید و در قالب پرسش‌نامه با طیف ۵ گانه لیکرت در اختیار ۲۰ نفر از مدیران، کارشناسان و کارکنان اداره میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان تهران قرار گرفت که نتایج نشان داد عوامل زیرساختی با ضریب مسیر ۰.۸۴۳، رتبه اول را دارد. رتبه دوم برنامه ریزی و سیاستگذاری با ضریب مسیر ۰.۵۳۰، می‌باشد و عوامل جغرافیایی و طبیعی، بازاریابی و عوامل فرهنگی و اجتماعی به ترتیب رتبه‌های ۳ تا ۵ را کسب نمودند.

صرف نظر از این که گردشگری با چه هدفی انجام میشود اما دو نیاز مشترک تمامی گردشگران، مکانی برای اقامت و غذایی برای خوردن میباشد. مکان اقامت پایگاه اصلی گردشگران است که از آن جا توریست میتواند فعالیتهای دیگری مانند بازدید از اماکن گردشگری و یا کارهای تجاری خود را انجام دهد. اقامت یا اسکان همواره بزرگترین و همگانی ترین زیرساخت اقتصاد گردشگری میباشد.

با تنظیم قوانین و راهبردها بر اساس توزیع جاذبه‌ها، برنامه ریزان و فعالان حوزه گردشگری می‌توانند با یک نگاه نظاممند به جای صرف منابع و امکانات گردشگری در یک شهرستان خاص، به تمامی شهرستانهای که دارای جاذبه‌های گردشگری هستند توجه کافی داشته باشند. توان طبیعی یکی از مهمترین عوامل موثر بر توسعه اکوتوریسم 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. نقش بازاریابی در توسعه اکوتوریسم، ایجاد انگیزه در گردشگران برای مراجعه به مقصد گردشگری و بهره‌مندی از جاذبه‌ها و امکانات آتی است. فعالیتهای بازاریابی در اکوتوریسم باید متناسب با نوع گردشگران و فرهنگ آنها باشد و به همین دلیل نیازمند راهبرد معین و مدیریت مناسب و نیروهای حرفه‌ای است. همچنین با توجه به نقش تبلیغات، برنامه ریزان استان باید به این ابزار مهم که در جذب گردشگران موثر است توجه کافی داشته باشند.

منابع

۱. امیدی نجف آبادی مریم، حق بین آیتا، فرج اله حسینی سیدجمال. (۱۳۹۶). بررسی عوامل موثر بر توسعه اکوتوریسم، مطالعه موردی: لواسان کوچک. پژوهشهای ترویج و آموزش کشاورزی: پاییز، دوره ۹، شماره ۳۵ (از صفحه ۱۱ تا صفحه ۲۱).
۲. ایلاقی حسینی، محسن و نیما جهان بین، (۱۳۹۷)، ارزیابی عوامل موثر در توسعه صنعت گردشگری با رویکرد اکوتوریسم پایدار مطالعه موردی: ناحیه سرآسیاب-کرمان، فصلنامه مطالعات جغرافیا، عمران و مدیریت شهری ۲
۳. بینش، اکبر (۱۳۹۳)، شناخت ظرفیتهای طبیعی حوزههای اکوتوریسم شهرستان شیراز با تاکید بر نقش اقلیم و ایجاد فرصتهای اشتغال زایی، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه شهید بهشتی تهران
۴. دیناری، احمد؛ ۱۳۹۴ گردشگری شهری در ایران و جهان، انتشارات واژگان خرد، ۲۵
۵. موحد، علی، ۱۳۹۶ گردشگری شهری اهواز، انتشارات دانشگاه شهید چمران، چاپ اول، ۴۳
۶. محمدی، رسول و فیضی، وحید (۱۳۹۷). مطالعه‌ی شرایط اقلیمی اصفهان به منظور توسعه‌ی گردشگری با استفاده از روش TCI، اولین همایش علمی سراسری دانشجویی جغرافیا، دانشگاه تهران، صص ۲۳-۲۶.
7. Fazenda, N. and Da silva, F.N. and Costa, C. (2015). Douro Valley Tourism Plan; The plan as part of a sustainable tourist destination development process, Journal of World Hospitality and tourism, vol.2, No.4, pp: 428-440.
8. Huang, M. Hu, H. Zhang, J. Chen, L. (2014). Comprehensive evaluation of eco- tourism resources in Yichun forest region of Northeast China, Ying Yong Sheng Tai Xue Bao, 17(11): 2163-9.
9. Gold blatt, J.J. 1997. Special Events: Best Practices in Modern Event Management, p.63.
10. Gortan-Carlin, I. P. 2011. Glasba istrskih sodobnih skladateljev na prehodu v 21. Stoletje in njena vloga v regionalnem turizmu. PhD diss. Ljubljana: Filozofska fakulteta
11. Krajnović, A. 2006. Mogućnosti implementacije sustava upravljanja kvalitetom u hrvatske turističke destinacije. PhD diss. Rijeka: Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišta u Rijeci
12. Kuban,d,1987,conservation of historical environment for cultural survival, in R.hold(ed), conservation as cultural survival, Istanbul: the age khan award for architecture
13. Williams, A, 2002, Understanding The Hospitality Consumer, London: Butterworth Heinemann Publications. Peer, p, olson, j and Grunert, K, 1999, Consumer Behavior and Marketing Strategy, Macgraw hill.
14. Bunruamkaew, Khwanruthai and Murayama, Yuji (2015). Site Suitability Evaluation for Ecotourism Using GIS & AHP: A Case Study of Surat Thani Province, Thailand. Procedia Social and Behavioral Sciences 21, 269° 278.

Investigating the influencing factors on the development of ecotourism with the aim of attracting tourists, creating employment and attracting capital (case study of Iran)

Maria Azari^{*1}

^{1*} *Masters in Tourism Management, Marketing, University of Science and Culture: Tehran, Iran*

Abstract

This article examines the factors affecting the development of ecotourism with the aim of attracting tourists, creating employment and attracting capital. In this article, the authors examine various factors that contribute to the development of ecotourism. First, the authors examine the natural and geographical factors that influence the development of ecotourism. They point to some natural resources such as beautiful landscapes, national parks and protected areas that increase the attractiveness of tourists. Also, geographical factors such as geographic location and accessibility of the region play an effective role in attracting tourists and capital. Then, the authors examine the economic and social factors that influence the development of ecotourism. They point to some economic factors such as financial resources, investment in tourism infrastructure and job creation. Also, social factors such as culture and local community play an effective role in attracting tourists and making the region profitable. The current research is a type of applied research that has been done in a mixed way. The statistical population of the research is made up of managers, experts and employees of the Department of Cultural Heritage, Handicrafts and Tourism of Tehran province, which includes 20 people. By getting to know Iran's cities as well as possible and introducing its ecotourism capabilities as a part of the attractions along with hundreds of cultural and ancient attractions and creating resorts that match the natural environment, it is possible to attract tourists, create employment, attract capital, and ultimately progress. More and more cities had hope. Finally, the authors examine organizational and management factors that are influential in the development of ecotourism. They point to some factors such as proper budgeting, proper legislation, and cooperation between the government and the private sector that are appropriate in the development of ecotourism.

Keywords: Tourism, cultural tourism, ecotourism, tourism improvement, capital attraction
