**فصل دوم:**

**چهارچوب نظری تحقیق**

**2-1 مقدمه**

گردشگری به عنوان صنعتی نوپا در سال های اخیر تاثیرات زیادی بر وضعیت اقتصادی ،اجتماعی و فرهنگی جهان داشته است. ایجاد اشتغال، ارزآوری، تعادل منطقه ای،کمک به صلح جهانی،کمک به سرمایه گذاری در میراث فرهنگی، بهسازی محیط ،کمک به بهسازی زیستگاه های حیات وحش ،توسعه نواحی روستایی دارای جاذبه های گردشگری و جلوگیری از برون کوچی جمعیت و مانند آن، از جمله مزایای این صنعت بوده است. در کنار مزایای صنعت گردشگری بعضی عواقب منفی از جمله در اقتصادهای وابسته و در زمینه های اقتصادی ،اجتماعی ،فرهنگی و زیست محیطی در کشورهای گردشگر پذیر مشاهده شده است (صدر موسوی ، دخیلی کهنوئی،1386،ص 130).

با توجه به تاثیرات وافر گردشگری در کلیه ی زمینه های اقتصادی ،اجتماعی، فرهنگی و زیست محیطی در جامعه ی امروز ،باید با همتی بلند و مدیریتی آگاهانه و با برنامه ریزی درست و مناسب در جهت گسترش این صنعت تلاش کرده و آثار منفی آن را به حداقل رسانید.

در اين فصل از تحقیق به بررسی وبیان مطالعات و تحقیقات انجام شده پیرامون موضوع تحقیق می پردازیم.

**2-2 تعریف گردشگری[[1]](#footnote-1) و گردشگر[[2]](#footnote-2)**

توریسم واژه ای است فرانسوی از ریشه «تور» گرفته شده است. تور درزبان فرانسه به معنای زیر آمده است: حرکت دورانی (چرخش)؛ عمل پیمودن، طی کردن پیرامون، سیر کردن، گردش نمودن. به نظر پیر لاروس[[3]](#footnote-3)، توریسم عمل مسافرت به منظور تفنن و لذت است و توریست کسی است که برای خوشنودی خود و لذت بردن مسافرت می کند. واژه توریسم نخستین بار در سال 1811، در مجله ای انگلیسی به نام اسپورتینگ مارگازین[[4]](#footnote-4) (مجله ورزش) آمد. در آن زمان این لغت به معنای مسافرت به منظور تماشای آثار تاریخی و بازدید از مناظر طبیعی برای کسب لذت به کار می رفت.

به عقیده پل روبره، توریسم عمل مسافرت کردن و طی مسافرت نمودن و رفتن به جایی غیر از مکان همیشگی و متعارف زندگی به منظور لذت بردن است، حتی اگر این کار شامل یک جابجایی کوچک باشد یا اینکه هدف اصلی از این جابجایی غیر از تفنن و لذت بردن باشد و توریست کسی است که این کار را انجام می دهد؛ به دلیل کنجکاوی یا بیکاری و برای لذت بردن و تفرج یا بالاخره به منظور ادعای این که »مسافرت» کرده است، به مسافرت می رود (محلاتی،1380،ص 2 و 3).

در فرهنگ ادبیات فارسی، جهانگردی به سفر کردن در اقطار عالم، به منظور تفرج، سیاحت، زیارت و مسافرت به مقصدی و بازگشت به محل سکونت اصلی اطلاق گردیده و سفرهای کوتاهی و موقتی از منطقه های خارج از محل کار و سکونت اصلی به منظور سیر و سیاحت تعریف شده است (کاظمی،1380،ص 123).

در سال 1937 نیز کمیته ویژه رم جهت بررسی پاره ای از مسائل صنعت گردشگری تشکیل گردید و در مفهوم توریست تعریفی به این شرح ارائه شد؛ افرادی که در یک دوره 24 ساعته یا بیشتر به یک کشور خارجی سفر کنند توریست خوانده می شوند. این کمیته مسافرت های زیر را به عنوان حرکت های توریستی به شمار آورد:

1. افرادی که جهت خوشگذرانی، دلایل شخصی و یا مسائل بهداشتی به مسافرت می روند.
2. افرادی که برای شرکت در کنفرانس ها مسافرت می کنند.
3. افرادی که جهت انجام کارهای بازرگانی مسافرت می کنند.
4. افرادی که به یک گردش دریایی می روند (رضوانی،1385،ص16).

کنفرانس بین المللی آمار گردشگری و مسافرت که در 1991 در اوتاوای کانادا توسط سازمان جهانی گردشگری ترتیب یافته بود، تمامی تعریف ها و اصطلاحات ارائه شده تا آن زمان را بررسی و مرور کرد. در چهارم مارس 1993 ، کمیسیون آمار سازمان ملل متحد نیز این پیشنهادها را به روز کرده ،آنها را به عنوان اسناد سازمان ملل پذیرفت. سازمان جهانی گردشگری در 1994 همه ی این تعریف ها،اصطلاحات و واژگان را به عنوان تنها منبع مستند و معتبر برای تعریف های مربوط به حوزه ی صنعت گردشگری پذیرفت و سپس در 1994 و 1995 آنها را منتشر کرد. بر اساس این منبع «گردشگری» عبارت است از: «مجموعه فعالیت های فرد یا افرادی که به مکانی غیر از مکان عادی زندگی خود مسافرت و حداقل یک شب و حداکثر یک سال در آنجا اقامت می کنند و هدف از مسافرت آنان نیز گذران اوقات فراغت است. البته اهدافی نظیر اشتغال و کسب درآمد شامل آن نمی شود». بر این اساس ،کسانی که شامل این تعریف می شوند «گردشگر» نامیده می شوند (حیدری چیانه،1387،ص 22).

**2-3 انواع گردشگری**

**2- 3-1 گردشگری انبوه یا تفریحی[[5]](#footnote-5):**

بزرگترین بازار گردشگری جهانی را گردشگری انبوه یا تفریحی که اغلب گردشگری تعطیلاتی نیز خوانده شده تشکیل می دهد. بزرگترین بخش این بازار سواحل دریاها را هدف می گیرد و گاه آن را به گردشگری آفتاب، ماسه و دریا(سه S)[[6]](#footnote-6) نیز می شناسند.گذران اوقات فراغت ، خارج و فارغ از زندگی معمول اصلی ترین هدف این گرروه از گردشگران است( رنجبریان و زاهدی،1388،ص70).

**2-3-2 گردشگری درمانی[[7]](#footnote-7):**

این نوع گردشگری خاص افراد و گروه هایی است که به منظور معالجه ، درمان و با اهداف پزشکی و استفاده از آب و هوای سالم و به دور از آلودگی اقدام به مسافرت می کنند(پوررستمی،1384،ص25).

**2-3-3 گردشگری اجتماعی**[[8]](#footnote-8)**:**

توریسم اجتماعی شاخه ای از توریسم فرهنگی محسوب می شود که در آن جهانگردان یا گردشگران به منظور آشنایی با فرهنگ، ارتباطات، نحوه ی زندگی ، پوشش و .... مردم، از کشورهای متفاوت بازدید می کنند (پاپلی یزدی و سقایی،1386،ص 85).

**2-3-4 گردشگری ورزشی[[9]](#footnote-9):**

این شاخه از توریسم به علت درآمدزایی بالا ، رقابت بسیار شدیدی را بین کشورها به وجود آورده است و کشورهای مختلف با توجه به نوع توریسم منطقه و فراهم کردن امکانات بهتر ، به دنبال جذب این نوع توریسم می باشند . برای نمونه می توان به پیست های اسکی یا بازی های المپیک اشاره کردکه هر چند سال یکبار در کشورهای میزبان برگزار می گردد (قرخلو،1386،ص11).

**2-3-5 گردشگری مذهبی و زیارتی[[10]](#footnote-10):**

در برخی کتب – گردشگری زیارتی- را جزیی از گردشگران فرهنگی دانسته اند اما به علت وسعت و تعداد بسیار زیاد انسان هایی که هر ساله به قصد زیارت دست به سفر می زنند شاخه ای جداگانه را می طلبد. در این نوع گردشگری که برگرفته از اعتقادات مذهبی هر ملت است موجب می شود که هزاران نفر از پیروان یک مذهب به سمت زیارتگاه های خود حرکت نمایند و با توجه به اینکه اعتقادات مذهبی باعث چنین تحریکی شده است کمترین خسارت فرهنگی را دربردارد در عین حالی که طیفهای مختلفی از مردم با نژادها و زبان های مختلفی را دربر می گیرد (عبدالملکی،1378،ص19).

**2-3-6 گردشگری بازرگانی و تجاری[[11]](#footnote-11):**

در مسافرت های تجاری و بازرگانی بخش هایی خاص وجود دارد که افراد رابطه متقابل و رودرو برقرار می کنند و در این میان به گونه ای تفریح و گردش می پردازند که برای کارهای روزانه شان و رفع خستگی از اهمیت زیادی برخوردار است. هرچند که امروزه ماهیت اینگونه مسافرت ها تغییر کرده است ولی در مجموع اینگونه سفرها را گردهمایی، سفرهای تشویقی و تشکیل جلسه ها یا برپاکردن نمایشگاه ها می نامند. برای مثال در آمریکا در سال 1995 در مجموع 983600 گردهمایی یا جلسه تشکیل شد،7.77 میلیون نفر در آنها شرکت کردند و درآمدی بالغ بر 37.4 میلیارد دلار داشت(مهدوی،1382،ص23).

**2- 3-7 گردشگری سیاسی[[12]](#footnote-12):**

مسافرت به منظور شرکت در اجلاس و مجامع بین المللی ،کنگره ها و سمینارهای سیاسی ، جشن های ملی و مذهبی ، مراسم ویژه سیاسی مانند تدفین رهبران و شخصیت های سیاسی ، پیروزی رهبران احزاب و به حکومت رسیدن آنها و نظایر آن جهانگردی سیاسی خوانده می شود (رضوانی،1385،ص20).

**2-3-8 گردشگری ماجراجویانه[[13]](#footnote-13):**

گردشگری با انگیزه های خاص و ماجراجویانه ،گردشگرانی را دربر می گیرد که معمولا در گروه های کوچک برای یادگیری و کسب تجربه درباره ی ویژگی های خاص یک منطقه و نحوه ی زندگی به آنجا سفر می کنند. این نوع گردشگری اصطلاحاً (تماشاي زندگي)[[14]](#footnote-14) نیز شناخته می شود.گردشگری ماجراجویانه به فعالیت گردشگری گفته می شود که از نظر جسمانی و شخصی خودشان را درگیر امور غالبأ خطرناک می کنند. این امور شامل شکار حیوانات وحشی ، سفرهای طولانی و دشوار در مناطق دورافتاده، پیاده روی،کوه پیمایی و قایق سواری در تندآب است(حیدری چیانه،1387،ص41).

**2-3-9 گردشگری فرهنگی[[15]](#footnote-15):**

در گردشگری فرهنگی هدف اصلی گردشگر دیدن جلوه های فرهنگی یک مقصد از قبیل مراسم ،رفتارها ،نمایشنامه ها ، نمایشگاه ها ، هنر و موسیقی آن است. در مناطق در حال توسعه ، اماکن مذهبی یا کارگاه های صنایع دستی از جمله جاذبه های فرهنگی برای گردشگران است(کاظمی، 1385،ص27).

**2-3-10 طبیعت گردی[[16]](#footnote-16):**

اکوتوریسم یا طبیعت گردی ،کوتاه شده واژه طبيعت گردي اكولوژيكي[[17]](#footnote-17) است که گرایشی نو و پدیده ای نسبتا تازه در صنعت جهانگردی است. بنا به تعریف سازمان جهانی گردشگری ،آن بخش از سفرهایی که به منظور لذت بردن از حضور در طبیعت و نیز دیدار از جاذبه های آن انجام می شود اکوتوریسم نام دارد. این گونه از جهانگردی، فعالیت های زمان فراغت انسان ها را بیشتر در طبیعت امکان پذیر می سازد و مبتنی بر مسافرت های هدفمند همراه با دیدار و برداشت های فرهنگی و معنوی از جاذبه های طبیعی و لذت جویی از پدیده های گوناگون است(قرخلو،1386،ص25).

جنيانگ دنگ و همكاران در باب ارزیابی جاذبه های طبیعی برای گردشگری این گونه آورده است: ارزیابی و درجه بندی سیستم محیطی به گردشگران کمک می نماید تا مکان های مورد نظرشان را بهتر انتخاب کرده، رضایت مندیشان افزایش یافته و آنها را به اعمال معقولانه تشویق کنند. در این میان مدیران گردشگری نیز از فهم بهتری برای نحوه ی اداره ی مکان ها ی توریستی سود می برند (جینیانگ و همکاران،2002).

تعداد کثیری از بازدیدکنندگان با علایق و اهداف متفاوتی در اکوتوریسم مشارکت می کنند. برخی از آنها بیشتر از سایرین ایفای نقش های برجسته می پردازند، اما تقریبا همه ی آنها در مدیریت و توسعه ی محل های اکوتوریسم نقش بسزایی دارند. رمز موفقیت اکوتوریسم ایجاد مشارکت و همکاری تنگاتنگ است تا بتواند به اهداف متعدد حفظ و نگهداری و توسعه معقولانه دست یابد(درام و مور،1388،ص19).

شکل2-1 - مشارکت های مورد نیاز اکوتوریسم برای موفقیت

سازمان های مردم نهاد

جوامع محلی

صنعت گردشگری

آژانس های دولتی

دیگر حامیان

اکوتوریسم موفق

(همان،ص18)

**2-3-11 گردشگری شهری[[18]](#footnote-18):**

امروزه فعالیت های گردشگری در شهرهای بزرگ و کوچک متداول است. این شهرها غالبا گستره ی وسیعی از جاذبه های تاریخی و فرهنگی، خرید، رستوران ها و جنب و جوش شهری را شامل می شوند. بسیاری از جاذبه ها و تسهیلات رفاهی اساسا برای خدمت به شهروندان توسعه یافته اند ، ولی استفاده گردشگران از این تسهیلات می تواند به تداوم آنها کمک کند. در حال حاضر گردشگری شهری با چالش های مهمی روبه روست که با اتخاذ استراتژی های رشد ، بهبود ذهنیت و تصویر مقاصد گردشگری شهری و در نهایت با ساختن شهرها به عنوان مکان های زیبای زندگی ، می توان به افزایش تعداد گردشگران در مقاصد شهری امیدوار بود(حیدری چیانه،1387،ص40).

**2-3-12 گردشگری روستایی[[19]](#footnote-19)**

تعریف یا ویژگی هایی درباره ی گردشگری روستایی که در نظر همگان پذیرفته باشد وجود ندارد. «لین»(Lane,1994a) آنرا چنین تعریف می کند:"فعالیت های توریستی که در روستا صورت می گیرد"(جولیا شارپلی،1380،ص8).

گردشگری روستایی را به واقع باید نوعی از گردشگری پایدار تلقی کرد. زیرا انتظار می رود که حضور گردشگران به تقویت زندگی روستایی- ارتقای سطح آن ، افزایش توان مالی مردمان روستا و بهبود اوضاع اقتصادی آن و حفظ محیط و فرهنگ روستایی یاری رساند.گاه بقای برخی مناطق روستایی در جهان وابسته به حضور گردشگران و توجه ایشان به این نواحی تلقی می شود(رنجبریان و زاهدی،1388،ص72).

**2-4 انگیزه های گردشگر**

جهت انجام هر کاری انگیزه ای لازم است که موجب اراده به انجام دادن آن کار می گردد. این انگیزه می تواند درونی یا بیرونی باشد. انجام امور گردشگری نیز مانند سایر امور نیازمند چنین انگیزه ای است و این موضوعی است که مححقان در آن اتفاق نظر داشته اما در زمینه ی چیستی و چگونگی آن توافق کامل ندارند.

کرامپتن[[20]](#footnote-20)(1979) و لیپر[[21]](#footnote-21)(1984) از جمله نظریه پردازانی بودند که انگیزه های گردشگری را ناشی از نیاز انسان معرفی کردند:

1. نیازهای جسمی(استراحت- فعالیت)؛[[22]](#footnote-22)
2. نیازهای اجتماعی( به صورت ارتباط اجتماعی یا فرار از وظایف اجتماعی)[[23]](#footnote-23)؛
3. نیازهای ناشی از منزلت اجتماعی(سازگاری یا منزلت)[[24]](#footnote-24)؛
4. نیازهای روشنفکرانه (به صورت استراحت یا انگیزش روشنفکری)[[25]](#footnote-25)؛
5. نیازهای روانی(به صورت رهایی از تنش یا رهایی از کسالت)[[26]](#footnote-26) (بورتون،2000،ص62).

مکینتاش[[27]](#footnote-27) و گلدنر[[28]](#footnote-28) (1990) چهار طبقه از انگیزه ها را برای گردشگران معرفی نمودند.این طبقات عبارتند از:

* مادی
* فرهنگی
* روابط بین فردی
* جایگاه پرستیژ

انگیزه مادی دلالت بر انجام سفر با منظور استراحت ، تفریح، سلامتی، تناسب اندام و ورزش دارد، درحالی که انگیزه فرهنگی آشنایی با فرهنگ ها ، جوامع، مقاصد و محیط های مختلف را مدنظر قرار می دهد. در انگیزه روابط بین فردی موضوع ایجاد و ارتباط با افراد جدید و تقویت روابط با دوستان و اقوام و نیز گریز از روزمرگی را شامل می شود و بالاخره انگیره ای که جایگاه و پرستیژ فرد را مدنظر قرار داده است ، تقویت و توسعه شخصی را از طریق آموزش و کسب اطلاع جستجو می کند این مهم به کمک شرکت در جلسات کاری ، همایش ها و سمینارها فراهم می آید(رنجبریان و زاهدی،1387،ص61).

**2-5 انگیزه های گردشگری**

هدف صنعت گردشگری به دست آوردن سود حاصل از خدماتی می باشد که گردشگران را به رسیدن، ماندن و لذت بردن از مقصد دچار می کند(بورتون،2000،ص66). جهت رسیدن به این هدف ، مقاصد گردشگری ناگریز از رقابت و در نتیجه برنامه ریزی جهت ارائه خدمات بهتر و بالاخره ایجاد انگیزه سفر در گردشگران برای سفر به آنها می باشند. چرا که اگر هدف گردشگری وصول به منافعی باشد، این امر بدون ایجاد انگیزه های لازم در گردشگران در مرحله اول و جلب رضایت آنها در مرحله دوم ،تحقق نخواهد یافت. علاوه بر منافع اقتصادی که به نظر می رسد مهمترین انگیزه ی گردشگری باشد، انگیزه ها و اهداف دیگری نیز برای گردشگری وجود دارد: برقراری تعامل میان انسان ها و آشنایی ملل و اقوام مختلف با فرهنگ ، نوع اندیشه و چگونگی زندگی یکدیگر و به طور کلی فراهم کردن زمینه ی تبادل فرهنگی ،کمک به توسعه کالبدی مقصد گردشگری از طریق جذب گردشگران و تامین سرمایه های لازم برای آن(دهستانی،1383،ص21).

**2-6 آثار گردشگری**

گردشگری پدیده ای است مولد انقلاب صنعتی که در دهه های اخیر به شدت در حال گسترش بوده و در حال حاضر به بزرگترین منبع تجارت ملی و بین المللی تبدیل گردیده است. همین امر باعث شده تا دبیر کل سازمان جهانی جهانگردی در سال 1989 عنوان کند که گردشگری در پایان قرن حاضر به صنعت صادراتی شماره یک جهان بدل شده و ما در پایان قرن حاضر شاهد انقلاب جهانگردی خواهیم بود (عبدالملکی،1378،ص 13). باسابا سيتيكارن در مقاله ای به بررسی جوانب توریسم به منظور دستیابی به توسعه پایدار پرداخته است. وی می گوید توریسم فرصتی برای توسعه اقتصادی و توانمندی محلی است. همچنین این صنعت تاثیراتی منفی را نیز بر جنبه های گوناگون جامعه می گذارد.گردشگری و محیط طبیعی در رابطه متقابل با هم بوده و مشکلات گردشگری بر محیط زیست غالبا در فصول پیک گردشگری اتفاق می افتد (استریکن،2002).

به همین خاطر شناخت اثرات این صنعت بسیار مهم است که در زیر به بعضی از این اثرات می پردازیم.

**2-6-1 آثار اقتصادی گردشگری[[29]](#footnote-29):**

نخستین دلیل توسعه ی صنعت گردشگری در اغلب کشورها ، بهره برداری از منافع اقتصادی آن است، اگرچه دلایل دیگری نیز در این مورد ارائه می گردد. به نظر اوه(Oh,2005)، صنعت گردشگری می تواند تاثیر مهمی بر افزایش اشتغال ، درآمدهای مرتبط با مکان های اقامتی و نیز درامدهای دولتی کشورها داشته باشد (طیبی و همکاران،1387، ص69).

2**- 6-1-1 پیامدهای مثبت اقتصادی:**

اثرات سازنده اقتصادی گردشگری را در زمینه های زیر می توان یافت:

1- منافع حاصل از اشتغال زایی.

2- درآمدزایی توریسم.

3- منافع حاصل از مالیات های اخذ شده از فعالیت های گردشگری و ایجاد امکاناتی برای جامعه.

4- حفظ آثار باستانی، ابنیه تاریخی، جاذبه های طبیعی به عنوان منابع درآمدزای اقتصادی.

5- توسعه صنایع دستی و فعال شدن صنایع قدیمی و فراموش شده (الوانی و دهدشتی،1373،صص187 و 188).

6- توسعه زیرساخت ها از جمله راهها ، هتل ها ( تاسیسات اقامتی و پذیرایی).

7- افزایش ارزش املاک برای مالکین اراضی و املاک واقع در مناطق محروم.

8- بهبود استفاده از زمین.

9- تسریع جریان پول در جامعه ( قهرمانی،1386،ص 50).

هزینه هایی که توسط یک نفر توریست پرداخت می گردد عبارت است از:هزینه غذا، هزینه تفریحات، هزینه های حمل و نقل، هزینه محل اقامت، هزینه تورها و سفرهای داخلی ، هزینه پست و تلگراف و تلفن، خرید برای سوغات و کالاهای بومی و غیره که توریست با ارز همراه خود انجام می دهد و مانند صادرات کالا و خدمات است و چون به طور دقیق قابل محاسبه نیست، لذا به این جریان اقتصادی صادرات نامرئی گفته می شود (موحد،1382،ص111). با وجود مزایای فراوان اقتصادی توسعه گردشگری ، فصلی بودن، غیر تخصصی بودن و دشواری مشاغلی که به ساکنان محول می شود، ضعف بنیه مالی ساکنان در سرمایه گذاری برای توسعه امکانات زیربنایی و روبنایی این صنعت در منطقه و همچنین مشارکت نداشتن آنها در سیاست گذاری و تصمیم گیری ها در این زمینه از جمله عواملی اند که آثار مثبت اقتصادی توسعه گردشگری را برای ساکنان کم رنگ و آنان را بدبین می کنند(کاظمی،1385،ص 100).

**2-6-1-2 پیامدهی منفی اقتصادی:**

1- الگوهای فصلی تقاضا.

2- تورم قیمت محلی.

3- ازدحام بیش از حد فعالیت ها ی گردشگری در یک منطقه ممکن است منجر به نابودی یا زوال سایر فعالیت ها ی اقتصادی گردد و یک عدم تعادل اقتصادی ایجاد شود.

4- افزایش هزینه زندگی ساکنان منطقه.

5- افزایش میزان مالیات شاغلین در منطقه.

6-افزایش عبور و مرور و راهبندان ها (معصومی،1385،صص 34-38).

**2-6-2 آثار اجتماعی- فرهنگی گردشگری[[30]](#footnote-30):**

مقصود از اثرات اجتماعی، تغییراتی است که در زندگی مردم جامعه میزبان جهانگرد رخ می دهد و این تغییر بیشتر به سبب تماس مستقیم اهالی و ساکنان آن دیار و جهانگردان صورت می گیرد. مقصود از اثرات فرهنگی ، تغییراتی است که در هنر ،آداب، رسوم و معماری مردم ساکن جامعه ی میزبان رخ می دهد؛ این تغییرات بلندمدت تر هستند و در نتیجه باعث رشد و توسعه ی صنعت جهانگردی می شوند. از آنجا که نتیجه یا ره آورد صنعت جهانگردی موجب تغییراتی در زندگی روزانه و فرهنگ جامعه ی میزبان می شود، اصطلاح اثرات اجتماعی – فرهنگی را به معنای تغییرات به کار می برند که در تجربه های روزانه ، ارزش ها ، شیوه زندگی و محصولات هنری و فکری جامعه میزبان رخ می دهد(چاک.وای.گی،1382،ص291).

صنعت گردشگری می تواند به موازات فواید بسیار ، مشکلات عدیده ای را برای جوامع میزبان محلی به بار آورد. اندازه گیری اثرات اجتماعی و فرهنگی به مراتب مشکل تر از اثرات اقتصادی و زیست محیطی است. از سویی دیگر از آنجا که کشورهای در حال توسعه غالبا دارای بافتی سنتی هستند ، فقدان ارزیابی تاثیرات فرهنگی و اجتماعی صنعت گردشگری می تواند به نحو جدی مشکل آفرین باشد(حیدری چیانه،1387،ص85).

اگرچه صنعت توریسم به بروز آثار اجتماعی – فرهنگی می انجامد، لیکن باید به خاطر داشت که اصولأ هر شکل جدید توسعه تغییراتی را در پی خواهد داشت. اگر بخواهیم این اثرات را به صورت کلی بگوییم، اثرات اجتماعی می تواند شامل اثر بر دین، زبان، تغییرات اجتماعی، رفتارهای اخلاقی(فحشا،جرم و جنایت) و .... و اثرات فرهنگی نظیر ارتباطات فرهنگی ، تولیدات فیزیکی و .... باشد (شکل 2-2).این اثرات پیامدهایی را یا به صورت مثبت یا منفی بر جای خواهد گذاشت.

شکل 2-2- اثرات فرهنگی و اجتماعی گردشگری

(معصومی،1385،ص 77)

**2-6-2-1 پیامدهای مثبت اجتماعی فرهنگی گردشگری:**

- اگر منافع توریسم به خوبی تقسیم گردد، آنگاه سطح زندگی مردم را ارتقاء بخشیده و در بهبود خدمات و امکانات اجتماعی از نظر مالی کمک می نماید؛

- توریسم امکان تبادل فرهنگی میان مردم محلی و توریستها را فراهم می آورد؛

- میراث فرهنگی ناحیه ای را حفظ می کند که در غیر این صورت ممکن است در نتیجه توسعه کلی از میان برود؛

- استانداردهای زندگی مردم را افزایش می دهد؛

- تقویت بنیان های فرهنگی جوامع؛

- تشدید علاقه به تجدید حیات زبان محلی و کاربرد بیشتر این زبان ؛

- رشد شخصیت و شکوفائی استعداد ها و ارتقاء سطح دانش و معرفت افراد (قهرمانی،1386،ص53)

**2- 6-2-2 پیامدهای منفی اجتماعی – فرهنگی گردشگری:**

- تخریب مناطق باستان شناختی و تاریخی بر اثر استفاده بیش از حد؛

- سست شدن احساس هویت فرهنگی؛

- ایجاد حس رنجش و بیزاری ساکنان بومی نسبت به گردشگری و گردشگران به دلیل ازدحام بیش از حد گردشگر در منطقه؛

- به جا ماندن فرهنگ گردشگران ، عادات و آداب خاصی که بر مردم میزبان اثر می گذارد؛

- امکان رایج شدن کالاهای لوکس و غیر ضروری که برای امکانات گردشگری فراهم می گردد؛

- تشدید تضاد اجتماعی- نژادی بین طبقات مختلف مردم؛

- ایجاد دوگانگی اجتماعی بر اثر تاثیر آداب و رسوم گردشگری بر گردشگران؛ ( معصومی،1385، صص67- 71).

**2-6-3 آثار زیست محیطی گردشگری[[31]](#footnote-31):**

در بسیاری از مناطق جهان زیبایی های طبیعی و جذابیت های محیط زیستی علت اولیه و اصلی برای جذب توریست ها و توسعه صنعت توریسم بوده اند. از اوایل دهه 70 میلادی مطالعات مربوط به آثار محیطی گردشگری گسترش روزافزون یافت. از جمله عواملی که موجب اهمیت بررسی این آثار شده است می توان به نقش محیط در توسعه این صنعت اشاره کرد زیرا بدون وجود محیطی جذاب نمی توان امیدی به توسعه گردشگری داشت(کاظمی،1385،ص110). هولدن در کتاب خود پیرامون ارتباط محیط زیست و گردشگری به تاثیرات منفی گردشگری بر روی محیط زیست توجه داشته است و به عوامل بهره برداری از منابع طبیعی ، ملاحظات رفتاری و آلودگی اشاره کرده است. در مورد بهره برداری از منابع، استفاده از منابع طبیعی منجر به تغییرات طبیعی اکولوژیکی و کم شدن گونه های گیاهی و جانوری می شود. در این رابطه ساکنان محلی و بومی منطقه می توانند دسترسی به منابع طبیعی منطقه را به دلیل اینکه آنها حیات و معیشتشان را شکل داده اند ادعا کنند. تغییر شکل زمین برای توسعه گردشگری به صورت مستقیم میتواند زیست بوم اکولوژی را تخریب نماید. استفاده از منابع طبیعی برای گردشگری شامل یک «هزینه فرصت» است به صورتی که آنها به دیگر بخش های توسعه اقتصادی انکار می کنند. در ارتباط با رفتارهای انسانی در محیطهای مقصد می توان به تشویق شدن مردم محلی به منافع درامدی گردشگری و همچنین گردشگران نیز ممکن است رفتارهای نا آگاهانه و یا یک نوع نادیده گرفتن رعایت حفاظت از محیط را از خود نشان دهند و در انجام رفتارهای نامناسب مخالفتی نداشته باشند. این امر می تواند منجر به رخداد نتایج منفی برای محیط های فیزیکی و فرهنگی شود. در ارتباط با پیامد آلودگی در انواع آلودگی آب، صدا، هوا و آلودگی بصری میتوان گفت که گروهی از انواع مختلف آلودگیها از گردشگری حاصل می شود. این آلودگی ها می توانند روی مقیاس های گوناگون فضایی از سطح محلی تا سطح جهانی تاثیرگذار باشند. در مکان های گردشگری تاثیرات آلودگی اغلب در ارتباط با سطح توسعه گردشگری و درجه ی برنامه ریزی و کنترل مدیریت محیطی می باشد (هولدن،2001).

گردشگری و محیط زیست به طور متقابل به هم وابسته اند. محیط زیست فیزیکی (طبیعی و انسان ساخت) بسیاری از جاذبه های توریستی را شکل می دهد و توسعه گردشگری می تواند آثاری مثبت و منفی بر محیط زیست داشته باشد. از اینرو توسعه و مدیریت گردشگری به گونه ای که با محیط سازگار باشد و به افت کیفیت آن نینجامد، عامل اساسی در دستیابی به توسعه پایدار به حساب می آید. این پیامدها به شرح زیر می باشند:

**2-6-3-1 پیامدهای مثبت زیست محیطی گردشگری:**

گردشگری به بهبود کیفیت محیط زیست منطقه کمک می کند. زیرا گردشگران علاقه مندند تا از مناطق جذاب ، پاکیزه و به دور از آلودگی بازدید نمایند.گردشگری محرکهایی را برای پاکیزه نگه داشتن محیط زیست فراهم می آورد.

- از آنجا که ساکنین محلی و بخصوص جوانان شاهد توجه و علاقه گردشگران به مسائل حفاظت از محیط زیست هستند،گردشگری سطح آگاهی درمورد این مسائل را ارتقاء می بخشد؛

- کمک به پرداخت هرینه ها برای حفاظت از منابع طبیعی مردم و حیات وحش محیط زیست دریایی؛

- کمک به پرداخت هزینه ها برای حفاظت از مناطق باستانی و تاریخی (قهرمانی،1386،صص 54،55).

- محافظت از منابع طبیعی و پارک های ملی؛

- ترویج حساسیت و آگاهی نسبت به سیستم های اکولوژیکی؛

- بهبود مدیریت ضایعات؛

- افزایش آگاهی های محیط زیستی؛

- افزایش گرایش های زیبایی شناختی؛

- بهره مندی از شگفتی های جهان طبیعت (زاهدی،1385،ص53).

**2-6-3-2 پیامدهای منفی زیست محیطی گردشگری:**

اثرات منفی گردشگری بر عوامل محیطی خسارت هایی است که از نظر فیزیکی به محیط زده می شود و نمونه های بسیاری را می توان برشمرد. برای مثال: ساخت انبوه مهمانخانه ها در کنار سواحل و رودخانه ها،آلودگی های صوتی و هوا، ضایعات گردشگران و سیستم دفع نامناسب آنها و... . بسیاری از ضررها و زیانهایی که از نظر فیزیکی به محیط وارد می شود جنبه عمدی ندارد و تنها حضور گردشگران در یک مکان سبب چنین زیانهایی می شود(موحد،1382، ص115).

به صورت کلی میتوان آثار منفی گردشگری بر محیط را به صورت زیر برشمرد:

- آلودگی آب ناشی از توسعه سیستم های نادرست دفع فاضلاب و زباله هتل ها و سایر تسهیلات،آلودگی رودخانه ها ، دریاچه ها و آب های ساحلی در اثر ریزش فاضلاب به آنها و آلودگی آبهای زیرزمینی در نتیجه نفوذ آبهای آلوده.

- آلودگی هوا ناشی از استفاده بیش از حد از وسایل حمل و نقل به موتورهای احتراقی در نواحی گردشگری.

- آلودگی بصری از چندین عامل ناشی می شود: هتل ها و سایر تسهیلات گردشگری با طراحی ضعیف، تسهیلاتی که نقشه ی آنها نامناسب طراحی شده است، محوطه سازی نامناسب تسهیلات، استفاده از علایم تبلیغاتی بزرگ و نامناسب و سد کردن منظره های تماشایی با توسعه ی گردشگری.

- اختلال بوم شناختی نواحی طبیعی از طریق استفاده بیش از حد و سوء استفاده گردشگران و توسعه نامناسب گردشگری محیط های دریایی، ساحلی،کوهستانی و بیابانی،که همگی از انواع نواحی مهم گردشگری، و در برابر صدمات اکولوژیک آسیب پذیرند.

- صدمه زدن به مناطق باستانی و تاریخی با استفاده بیش از حد و سوء استفاده ی گردشگران و توسعه نامناسب گردشگری.

خطرهای محیطی و مشکلات کاربری زمین ناشی از برنامه ریزی نامناسب ، ساخت و مهندسی ضعیف جاذبه ها و تسهیلات گردشگری(حیدری چیانه،1387،ص96).

**2-7 دولت،گردشگری و محیط زیست**

برعکسسایر فعالیت های اقتصادی،صنعت جهانگردی در محیطی به اجرا در می آید که به وسیله ی نیروهای مختلف شکل می گیرد. یکی از مهمترین نیروها به وسیله یک شبکه بسیار پیچیده از سیاست ها ،قوانین، مقررات و سایر اقدامات دولت اعمال می شود(چاک.وای.گی،1385،ص345).

فعالیت های دولت در عرصه گردشگری را در قالب وجوه زیر می توان جستجو نمود :

- تامین زیرساخت های لازم

- برنامه ریزی،نظارت و کنترل بر محیط های مقصد.

راه ، یکی از مهمترین زیرساخت های لازم جهت توسعه گردشگری است اما احداث راه ها مستلزم دستکاری های جدی در محیط طبیعی است. خاکریزی های گسترده ، برداشت از تپه های شنی، وارد ساختن آسفالت به عنوان یک ماده مصنوعی به محیط طبیعی یک سمت مسئله را شکل می دهند. سمت دیگر آن دگرگونی در محیط طبیعی است آن هنگام که مسیر چشمه های آب ، دره های بکر، صحاری و جنگل ها را می خراشاد و به آن هنگام که تپه ها و کوه ها را به واسطه ی عملیات احداث جاده تغییر شکل می دهد. از طرف دیگر علاوه بر پوشش طبیعی گیاهی موضوع پوشش جانوری و تاثیرات احداث راه ها بر آنها را نیز نباید از یاد برد. راه ها مسیرهای طبیعی گذر جانوران را قطع می کنند، به این ترتیب آنها حین تردد طبیعی خود مثلا برای رسیدن به مراتع یا چشمه سارها یا گریز از تعقیب شکارچیان ناگزیر به عبور از محیط ناامن جاده هستند. تصادم جانوران با خودروهای عبوری معضلی است که تمامی مناطق طبیعی که جاده ای از آن عبور کرده است با آن مواجه بوده اند. موضوع دیگر آلودگی هایی است که این خودروها به محیط طبیعی محل گذر خود وارد می سازند، از دود اگزوز خودردها گرفته تا باقی مانده ظروف پلاستیکی یکبارمصرف و ته مانده های غذا که در کناره های جاده ها به چشم می آیند همه بر سلامت محیط زیست گیاهی و جانوری تاثیر منفی دارند(رنجبریان و زاهدی،1388،ص160).

حیطه ابزارهای سیاسی قابل دسترسی برای دولت بسیار وسیع است و بخش دولتی را قادر می سازد تا درجه های گوناگونی از تاثیرگذاری در جهت توسعه جهانگردی را بیازماید. در سراسر جهان دولت ها برای کمک و تعدیل بخش خصوصی مداخله کرده اند ، به این دلیل که طبیعت پیچیده محصول جهانگردی باعث می شود امکان محقق شدن همه اهداف سیاسی جهانگردی توسط بخش خصوصی بعید باشد.

گسترش نقش بخش عمومی(دولتی) به فلسفه اقتصادی دولت بستگی دارد.گرایش به سمت بازار سالم اقتصادی در دهه 1980 تحت تاثیر دولت قرار گرفت و این سوال مطرح شد که با این کار بازار بیشتر به سمت پیچیدگی می رود تا سلامت و این موضوع در تقابل کلی با جنبه قابل تحمل توسعه است که ا توانایی بازار خصوصی برای توزیع درآمدها و حفظ محیط زیست مقابله می کند. فوائد عمده جهانگردی به خوبی شناخته شده اند و بیشتر از هر صنعت دیگری جهانگردی با استفاده از منابع طبیعی و فرهنگی در ارتباط است( کوپر و همکاران،1380،ص280) .

شکل2-3 - نقشهاي مختلف دولت در جهانگردي

وضع قوانين و مقررات

( صدور مجوز، برنامه ريزي، سيستمهاي طبقه بندي و تنظيم دستمزد )

برداشت پول

( ماليات )

تزريق پول

( سرمايه گذاري زير بنايي، کمک بلاعوض ، وام ، فعاليت دفتر ملي )

توزيع مجدد درآمد

( ماليات و مخارج رفاهي، کنترل قيمت و کار آموزي )

اقتصاد کشور

شامل

عرضة دولتي مصرف دولتي

(پوررستمی،1384،ص72)

**2-8 فعالین غیر دولتی،گردشگری و محیط زیست**

سازمان های غیر دولتی حفاظت از محیط زیست که (سازمان مردم نهاد) NGO نامیده می شوند، نقش اساسی و پیش روانه در اداره ی اکوتوریسم جوامع پیشرفته و در حال توسعه ایفا می کنند. سازمان های مردم نهاد فعال ، در زمینه نگهداری و حفظ محیط و منابع طبیعی به این نتیجه رسیده اند که اکوتوریسم شامل عوامل مثبت و سازنده ی بسیاری است که به فعالیت های این سازمان ها ، سمت و سو می بخشد. برخی از این فعالیت ها عبارتند از:

- کاهش اثرات عوامل مخرب بر روی محیط زیست.

- جلب توجه بازدید کنندگان و توریست ها به منابع طبیعی و عواملی که بر حفظ و نگهداری آنها تاثیر دارند.

- ایجاد یک منبع درآمد برای فعالیت های مربوط به نگهداری و حفظ محیط زیست(درام و مور،1388،ص69).

جهت ایجاد ارتباط میان اکوتوریسم و حفظ منابع طبیعی بسیاری از این سازمان ها به عنوان بخشی از فعالیت های سازمانی خود دارای بخش اکوتوریسم می باشند. هرچند نقشی که آنها ایفا می کنند می تواند متفاوت باشد. به عنوان مثال:

1- برخی سازمان های مردم نهاد به عنوان واسطه میان عوامل مختلف اکوتوریسم عمل کرده و برقراری رابطه میان آنها را میسر می سازند، مثل رابطه میان انجمن های حفاظت از محیط ریست با صنعت توریسم یا متصدیان امور این مناطق با انجمن های حفاظت محیط و... این نقش از اهمیت زیادی برخوردار است.

2- در صورتی که سازمان های مردم نهاد خدمات و سرویس های گسترده ای را ارائه دهند و یا در کار خود با شرکت ها و موسسات خصوصی اکوتوریسم، مشارکت نمایند، می توانند درصد موفقیت خود را افزایش دهند.

3- سازمان های مردم نهاداغلب به عنوان مربیان و منابع اطلاعاتی و سازمان های تخصصی شناخته می شوند آنها در واقع اطلاعات و تخصص هایی را در اختیار دارند که سایر موسسات مرتبط با اکوتوریسم یا به آنها دسترسی ندارند و یا فرصتی برای گسترش آنها نمی یابند. این اطلاعات می توانند به شکل منابع مکتوب و یا به صورت کارگاه های آموزشی باشد که مستقیمأ از طرف این سازمان ها ایجاد می شوند.

4- سازمان های مردم نهاد در اجرای برنامه های اکوتوریسم با اداره ی کل مناطق حفاظت شده در منطقه همکاری می کنند ، مانند اجرای طرح های آموزشی مربوط به محیط زیست. معمولا این سازمان ها پشتوانه و سرمایه ی مالی خود را از منابع خارجی تامین می کنند و فعالیت هایشان را طبق برنامه ای توافقی پیش می برند.

5- اکثر سازمان های مردم نهاد مناطق خاصی را که متعلق به خودشان می باشد تحت کنترل و حفاظت قرار می دهند اما گاهی به طور رسمی و زیر نظر دولت ، حفاظت یک منطقه ی خاص را به عهده می گیرند.در چنین مواردی، مسئولیت تمام امور و فعالیت های آن منطقه به عهده ی این سازمان ها می باشد . در بعضی موارد سازمان های مردم نهاد این فعالیت و مسئولیت ها را با همکاری یک اداره ی دولتی انجام می دهند مثل «انجمن حامیان طبیعت» و »حفاظت محیط زیست» که در گواتمالا فعالیت می کند و پارک طبیعی سیرادو لاکاندون را با همکاری کوناپ[[32]](#footnote-32) اداره می کنند.

6- در مواردی خاص سازمان های غیر دولتی مردم نهاد خدمات و سرویس های توریستی و مسافرتی را فراهم می کنند. مثل راه اندازی یک تور مسافرتی ، امکانات حمل و نقل و خدمات غذایی مسافران و...هرچند انجام این امور برای یک سازمان مردم نهاد منطقی به نظر می رسد اما می تواند او را از هدف اصلی خود دور کند.

سازمان های غیردولتی مردم نهاد از طریق فعالیت های دو جانبه و همکاری با انجمن های محلی، بخش خصوصی صنعت توریسم ، اداره ی دولتی مناطق حفاظت شده و سایر دست اندرکاران حفاظت محیط زیست – نقش مهمی در پیشرفت عملی و اجرایی اکوتوریسم ایفا می کنند(همان،صص70-73).

**2-9 ظرفیت قابل تحمل**

بسیاری از مقصدهای اکوتوریستی دارای ظرفیت ثابتی هستند ، اندازه و وسعت ، امکانات و تسهیلات رفاهی ، مکان در دسترس و ...عواملی هستند که حدود ظرفیت را تعیین می کنند. این موضوعات بایستی در ارزیابی ظرفیت تحمل مورد توجه قرار گیرند(زاهدی،1385،ص163).

مفهوم ظرفیت قابل تحمل تاریخچه ای غنی در موضوع منابع طبیعی دارد. این موضوع به خصوص در چارچوب مسائل مربوط به حیات وحش و مدیریت چراگاه ها کاربرد داشته است. بعدها موضوع ظرفیت قابل تحمل در مورد مقاصد و جاذبه های گردشگری نیز کاربرد یافت و دردهه 1930 میلادی در خصوص پارک های ملی مورد استفاده واقع شد. اما دردهه 1960 میلادی بود که کاربرد جدی این مفهوم در خصوص جاذبه ها واقعا جدی گرفته شد. در ابتدا مسئله میزان استفاده گردشگران از یک مقصد گردشگری و شرایط محیطی مقصد در چارچوب بحث قرار گرفت. فرض بر آن بود که تعداد بازدید کنندگان با میزان تاثیرات بر محیط از نظر تاثیر بر خاک ، محیط گیاهی و متغیرهای دیگر مربوط است. اما بعدها به بعد دیگری از ظرفیت قابل تحمل نیز پرداخته شد. در این بعد مسئله تاثیرات اجتماعی حضور گردشگر در مقصد نیز مورد توجه قرار گرفت. به تعبیری نگاه از این سو که ظرفیت قابل تحمل گردشگاه را تنها به سمت عوامل زیست محیطی و اندازه گیری تاثیرات مخرب چنین حضوری محدود سازیم به سمت معرفی ظرفیت قابل تحمل بر اساس ارزش های انسانی نیز سوق یافت. هرچه افراد بازدید کننده از یک مقصد بیشتر باشند ، نه تنها محیط طبیعی ، بلکه کیفیت بازدید افراد نیز متاثر خواهد شد(رنجبریان و زاهدی،1388،ص171).

در بعد تاثیرات اجتماعی نیز همین موضوع را می توان بررسی نمود. باید به این سوال نیز پاسخ گوییم که چه تراکمی از گردشگران در محل مطلوب ایشان برای لذت بردن از محیط طبیعی و خلوت آرامش بخش و به دور از هیاهو است تا محیط دلخواه آنها تامین گردد و مسئله شلوغی روی ننماید زیرا در این بعد از ظرفیت قابل تحمل به محض رویداد پدیده شلوغی تقاضای پایدار برای بازدید از این گردشگاه مورد تهدید واقع می شود و تلقی مراجعان از مناسب بودن محیط تغییر خواهد کرد. چندان که روشن است پاسخ به چنین سوالاتی به قضاوت افراد بستگی خواهد یافت و گاه معیارهای علم دقیقی در این خصوص که مورد توافق جمعی باشند وجود ندارد اگرچه تلاش های متعددی در سراسر جهان در این باره انجام پذیرفته است. چنانچه ذکر گردید در این موارد اغلب قضاوت ها و به خصوص نتایج قضاوت مدیران که تابع اهداف ایشان در برنامه ریزی گردشگاه های طبیعی و غیر طبیعی است مورد لحاظ قرار می گیرند و تلاش در آن جهت سمت می یابد که بتوان بر این اهداف متغیرهایی که متضمن رسیدن به آنها هستند تعریف کرد. در چنین فرایندی برای این متغیرها استاندارد هایی تعریف می شوند . در عین حال بسیار حائز اهمیت است که تأکید گردد موضوع ظرفیت قابل تحمل اختصاص به جاذبه های طبیعی نداشته و دامنه این مفهوم به جاذبه های انسان ساز نیز کشیده شده است. از همین روست که گاه اماکن مورد بازدید اعم از طبیعی یا انسان ساز ، سیاست اعمال محدودیت در تضاد بازدیدکنندگان یا ایام بازدید را مدنظر قرار می دهند(همان،ص173).

ظرفیت تحمل مقصد سطح و میزان حضور جهانگردان است که بر جامعه میزبان ، محیط و اقتصاد آنان تاثیر می گذارد و برای جهانگردان و میزبانان قابل قبول و در دوره های آتی پایدار می باشد. توجه داشته باشید که حضور جهانگردان مهم است نه تعداد آنان. این بدان علت است که برای تنظیم تعداد قطعی بازدیدکنندگان ، در نظر گرفتن یک سری از عوامل زیر ضروری است:

* طول مدت اقامت؛
* خصوصیات جهانگردان- میزبانان؛
* تمرکز جغرافیایی بازدیدکنندگان؛
* درجه و میزان فصلی بودن.

با قبول این حقیقت که جهانگردی با آثاری بر جامعه ، فرهنگ، محیط و اقتصاد همراه است ، احتمال دارد آستانه یا سقف ظرفیت تحمل ابتدا در یکی از این زمینه ها و نه همه ی آنها در یک زمان رخ می دهد. بنابراین در یک مقصد جهانگردی ممکن است که فعالیت جهانگردی در مرحله اول بر اکوسیستم محلی فشار وارد کند و در مراحل بعدی ، ساختار اجتماعی ، فرهنگ یا اقتصاد را مورد تهدید جدی قرار دهد . این به آن معنی است که ظرفیت تحمل برای یک مقصد جهانگردی خاص توسط ملاحظات زیست محیطی تعیین می شود و سایر عوامل ممکن است در زیر سطح ظرفیت قرار گیرد.

برای بررسی و مطالعه ظرفیت تحمل ضروری است تا زمینه های بررسی را برجسته سازیم.شکل4-2 نمایی از چارچوب تعیین ظرفیت تحمل را نشان می دهد. تعیین ظرفیت تحمل را می توان به صورت یک کارکرد از عوامل متنوع نشان داد که متعاقب برنامه ریزی و تنظیم قواعد و مقررات ، تاثیری بر مقصد جهانگردی وارد خواهد ساخت. به هر صورت ، ظرفیت تحمل موجب تغذیه میزبانان و بازدید کنندگان (عوامل بیگانه) می شود که به مرور زمان،آنها را تحت تاثیر قرار می دهد و در نتیجه ظرفیت تحمل نیز از آن متاثر می شود. مفهوم ظرفیت تحمل بیش از آنکه یک مفهوم ایستا و ساکن باشد ، متحرک و پر جنب و جوش است(کوپر و همکاران،1380،ص166).

شکل 2-4 - ظرفیت تحمل

ظرفیت تحمل

استاندارد ها شاخص ها

عوامل بیگانه

عوامل محلی

تاثیرات

اقتصادی زیست محیطی فرهنگی اجتماعی

فرایند برنامه ریزی

مدیریت توسعه

فناوری

(همان،ص167)

**2-10 چرخه زندگی محصول گردشگری**

تجربه گردشگران که از ترکییب همه ی لذت های گردشگری حاصل می شود می تواند محصول گردشگری نامیده شود(بورتون،2000،ص66). گردشگری یک پدیده چند بعدی است که دو بعد آن را گردشگر و محصول گردشگری تشکیل می دهند.گردشگران(بعد اول) انگیزه ها و خواسته هایی دارند که تأمین آنها را در مقصدهای گردشگری جستجو می کنند. مقصدهای گردشگری در پاسخ به بعد اول سیستم(خواسته های گردشگران)، بعد دوم(محصول گردشگری) را تدارک می بینند. محصول گردشگری شامل کلیه ی جاذبه ها – طبیعی و انسان ساخت- و تسهیلات و خدماتی می باشد که مقصد گردشگری جهت ارائه به گردشگران تدارک می بینند. بنابراین محصول گردشگری در هر مقصد مراحلی را طی می کند که متخصصان آن را چرخه زندگی محصول نامیده اند. این موضوع اولین بار توسط ونون[[33]](#footnote-33) مطرح شد. وی چهار مرحله ی زیر را در این ارتباط بیان کرده است:

1. مرحله شروع[[34]](#footnote-34) ؛ با بازار کوچک گردشگران ، هزینه های بالای گردشگری، ریسک سرمایه گذاری بالا و رقابت کمتر مشخص می گردد.
2. مرحله رشد[[35]](#footnote-35) ؛ با افزایش تعداد گردشگران ، منافع زیاد سرمایه داری ، بازار رقابتی و شروع افت قیمت خدمات مشخص می گردد.
3. مرحله بلوغ[[36]](#footnote-36) ؛ تداوم تقاضای بالای گردشگران، رقابت بین بازرگانان و تسهیلات شغل مربوطه در بالاترین سطح خود و رشد منافع حاصله مهمترین ویژگی های این مرحله هستند.
4. مرحله افت5 ؛ تنزل یا خارج از مد شدن محصولات، کاهش منافع و افزایش مجدد رقابت که تسریع افت را در پی دارد از ویژگی های این مرحله است(بورتون،2000،ص66).

باتلر[[37]](#footnote-37) در نظریه اش در رابطه با چرخه عمر محصول گردشگری اینگونه تصور می کند که میزان فروش یک محصول جدید به آرامی رشد می کند و پس از آن رشد سریعی را تجربه می کند تا جایی که به ثبات می رسد و متعاقب آن رو به افول می نهد. به کار گیری این مدل در مورد مقصدهای گردشگری نشانگر این است که تفریگاه ها در طول زمان توسعه یافته و تغییر می کنند ودر این فرایند مراحل مرتبطی و جود دارد که در شکل 5-2 نشان داده شده است:

شکل 2-5 - چرخه عمر تفریحگاه(برگرفته از باتلر،1980)

A

تجدید حیات B

رکود C

ثبات D

افول E

تعداد گردشگری توسعه

مشارکت

اکتشافات

زمان

(پیترمیسون،1387،ص41)

* اکتشاف[[38]](#footnote-38)
* مشارکت[[39]](#footnote-39)
* توسعه[[40]](#footnote-40)
* ثبات[[41]](#footnote-41)

پس از مرحله ثبات احتمالات زیادی وجود دارد. ممکن است تفریحگاه یا مقصد بدون هیچ گونه افزایش یا کاهشی در تعداد گردشگر به «رکود[[42]](#footnote-42)» برسد، دچار «افول[[43]](#footnote-43)» شده و یا «تجدید حیات[[44]](#footnote-44)» پیدا کند(پیترمیسون،1387،ص40).

**2-11 عوامل موثر در توسعه گردشگری**

رونق گردشگری در گرو فراهم آمدن شرایط مناسب در دو قطب جغرافیایی مراکز سکونتی است: مقصد ( عرضه کننده امکانات گردشگری) و مبداء(عرضه کننده تقاضا کنندگان گردشگری).به منظور فراهم آمدن شرایط مناسب تحقق موارد زیر ضروری است:

**الف) در قطب عرضه کننده امکانات گردشگری(مقصدها):**

1- وجود جاذبه های گردشگری شامل جاذبه های طبیعی،آثار تاریخی و انسان ساخت؛

2- وجود زیر ساخت های مناسب شامل راه ها و آب، برق، تلفن و سیستم فاضلاب مناسب؛

3- وجود عناصر خدماتی برای گردشگران شامل هتل ها و مراکز اقامتی مختلف آژانس ها ی خدماتی گردشگری و کلیه موسسات و مراکز ارائه کننده به گردشگران؛

- تبلیغات مناسب و معرفی شایسته امکانات و جاذبه های گردشگری؛

- سیاستگذاری مناسب و سیستم اداری کارآمد.

**ب) در قطب عرضه کننده متقاضیان گردشگری(مولد گردشگری):**

- بالا رفتن سطح درآمد و پس انداز مردم و فراهم شدن تسهیلات مالی جهت گردشگری؛

- بالا رفتن سطح آگاهی مردم و ارتقاء فرهنگ گردش و سیاحت؛

- وجود سیستم حمل و نقل مناسب در مبداء؛

- وجود مراکز ارائه کننده خدمات گردشگری(آژانس های گردشگری)؛

نتیجه اینکه رونق گردشگری مرهون تحقق این شرایط دوسویه است و گرنه هیچکدام شرایط کامل نخواهند بود.

مهمترین نتایج رونق گردشگری در مقصد به شرح زیر خواهد بود:

* افزایش تعامل و تفاهم بین ملت های مبدا و مقصد؛
* لذت بردن گردشگران و ایجاد یک خاطره خوش برای آنها؛
* توسعه زیرساخت ها و کلیه عناصر مراکز خدماتی در مقصد؛
* حفاظت و ارتقاء کمی و کیفی جاذبه های گردشگری در مقصد(دهستانی،1383،ص31).

**2-12 عناصر و اجزای صنعت گردشگری**

گردشگری مانند هرموضوع چند بعدی دیگر، یک سیستم میباشد .به تبع این خصیصه و اینکه هر سیستم از اجزایی تشکیل می شود،گردشگری نیز عناصر و اجرایی دارد که با ترکیب یکدیگر ، یک کلیت را به وجود می آورند. درک درست هر سیستم به شناخت اجزای سیستم و کلیت آن نیازمند است. اینسکیپ ،در کتاب خود اجزای تشکیل دهنده ی توسعه گردشگری و ارتباط بین آنها را اساس درک برنامه ریزی گردشگری می داند و نظام گردشگری را متشکل از عناصر زیر معرفی می کند:

* جاذبه ها و فعالیت های توریستی؛
* مراکز اقامتی؛
* تسهیلات و خدمات توریستی دیگر،
* تسهیلات و خدمات حمل و نقل؛
* تأسیسات زیربنایی دیگر؛
* عناصر موسساتی (اینسکیپ،1991،ص39).

گان در سال 1998 ساختار گردشگری را به مفهوم اقتصادی عرضه و تقاضا تعریف نموده است. وی تقاضا را معادل جمعیت می داند و معتقد است که عرضه شامل چهار جزء حمل و نقل، جاذبه ها، خدمات و اطلاعات و تبلیغات است.

ملاحظه می شود که گان علاوه بر عناصر تشکیل دهنده مقاصد توریستی، عنصر جمعیتی با عنوان "تقاضا" را در این سیستم معرفی نموده است. به نظر می رسد اهمیت این عنصر از آن جهت باشد که تمامی عناصر مقاصد توریستی باید متناسب با نوع گردشگران، میزان رضایت و توان مالی آنها باشند. البته با توجه به موضوع این مطالعه عناصر مربوط به سیاستگذاری ها و ساختار ها علیرغم اهمیت بالایشان مورد بررسی قرار نمی گیرند.

**2-12-1 جاذبه های گردشگری:**

جاذبه های گردشگری ، به عنوا ن هسته اصلی مقاصد گردشگری و سرمایه اولیه این صنعت نقش بسیار اساسی در برنامه ریزی و توسعه گردگری دارند و از این رو مطالعه و بررسی جاذبه های گردشگری از مبانی و اصول برنامه ریزی صنعت گردشگری محسوب می شوند. در یک بررسی اولیه جاذبه های گردشگری را می توان به سه بخش عمده تقسیم بندی کرد:

1. جاذبه های تاریخی[[45]](#footnote-45)
2. جاذبه های طبیعی[[46]](#footnote-46)
3. جاذبه های انسان ساخت[[47]](#footnote-47)(حیدری چیانه،1387،ص45).

بنابر این اولین قدم در هر نوع برنامه ریزی برای مقصدهای گردشگری شناخت پتانسیل ها و جاذبه های آن و فهرست برداری از آنهاست. مهمترین جاذبه های انسان ساخت( فرهنگی) عبارتند از سایت های باستانی، تاریخی و فرهنگی، الگوهای متفاوت فرهنگی ، هنرها و صنایع دستی ، فعالیت های جالب اقتصادی، نواحی شهری جالب، فستیوال ها، موزه ها و دیگر تسهیلات فرهنگی. مهمترین جاذبه های طبیعی عباتند از: آب و هوا ،مناطق زیبا و تماشایی، نواحی دریایی و سواحل، گیاهان، جانوران، اشکال خاص محیطی ، پارک ها و نواحی قابل حفاظت، گردشگری درمانی(اینسکیپ،1991،ص77).

در تقسیم بندی جاذبه های گردشگری می توان از عامل مهم دیگری نام برد به نام «ملموس بودن»[[48]](#footnote-48). از این نظر جاذبه های گردشگری به دو دسته کلی تقسیم می شوند: ملموس ، مانند جاذبه های طبیعی ، موزه ها و استادیوم های ورزشی و غیر ملموس مانند آداب و رسوم و سنن، موسیقی و حتی گویش های محلی که برای مردم شناسان بسیار جذاب اند. در ذیل مهمترین جاذبه های گردشگری ا به اختصار معرفی می شوند:

1- جاذبه های تاریخی: این جاذبه ها شامل مکان های تاریخی و فرهنگی ای می شود که از نظر میراث فرهنگی اهمیت بسیاری دارند و به همین دلیل از نظر گردشگران بسیار جذاب و دیدنی اند. مهم ترین این جاذبه ها عبارتند از: اماکن مذهبی و دینی مانند مساجد،کلیساها و مساجد، اماکن باستانی و تاریخی که قدمت تاریخی و ارزش فرهنگی زیادی دارند مانند عجایب هفت گانه جهان، بناهای تاریخی-نظامی مانند قلعه ها، باروها و برجهای نظامی و سایر بناهای تاریخی و مهم مانند مقبره ها و زیارتگاه ها ،کاروانسراها، حمام ها، بازارها، عمارت ها ، کاخ ها و پل ها و تپه های تاریخی.

2- جاذبه های فرهنگی: این نوع جاذبه های گردشگری را می توان هم از نوع ملموس و هم غیر ملموس به شرح زیر معرفی کرد: کارگاه های صنایع دستی و محصولات هنری ، مراکز فرهنگی و هنری، جشنواره ها و فستیوال های فرهنگی و هنری، آیینهای فولکلوریک،آداب، سنن و گویش های محلی، موسیقی، رقص و کنسرت، تأتر و سینما و لباس ها و غذاهای محلی.

3-جاذبه های طبیعی: جاذبه های طبیعی مبتنی اند بر جذابیت های محیط های طبیعی و تنوع بسیار زیادی دارند که مهم ترین آنها عبارتند از : آب و هوا، شرایط اقلیمی ، سواحل دریاها و اقیانوس ها، دریاچه ها و رودخانه ها، جنگل ها و مناطق حفاظت شده ی جنگلی، مناطق کوهستانی و ارتفاعات ، آبشارها، غارها، بیابان ها و مناطق کویری، جزایر، چشم اندازهای طبیعی، پوشش گیاهی و زندگی جانوری، پارک های ملی ، باغ های دریایی، باغ های جانورشناسی، باغ های گیاه شناسی، پارک های تفریحی، شکار ، پیاده روی،کوه نوردی، ورزش های آبی مانند اسکی روی آب، قایق سواری، موج سواری و غواصی و ورزش های زمستانی مانند اسکی. در میان عوامل طبیعی، آب و هوا و شرایط اقلیمی مهم ترین عامل در میزان رونق صنعت گردشگری در مقاصد گردشگری محسوب می شود و به همین دلیل برخی از مقاصد و فعالیت های مربوط به صنعت گردشگری به صورت فصلی یعنی تابستانی و زمستانی تبدیل می شوند. از این رو آگاهی از شرایط اقلیمی برای برنامه ریزی و توسعه ی این مقاصد اهمیت عمده ای دارد. برای گردشگری مقاصد تابستانی عوامل مهم عبارتند از: دوره ی درجه حرارت مناسب در فصل تابستان، مدت آفتابی بودن روزها، درجه حرارت آب دریا، رطوبت نسبی و پوشش گیاهی، ناهمواریها و ذخیره آب و میران باتلاقی بودن زمین(حیدری چیانه،1387،ص46).

**2-12-2 خدمات اقامتی گردشگران[[49]](#footnote-49):**

همانگونه که وجود یک سرپناه برای هر انسانی نیاز اولیه به شمار می رود وجود واحدهای اقامتی برای گردشگران نیز یک ضرورت است. از طرف دیگر به همان نسبت که واحدهای مسکونی انسان ها متناسب با سطح درآمد، فرهنگ ، شرایط محیطی ، انتظارات افراد و ... متفاوت است ، واحدهای اقامتی گردشگران نیز متناسب با شرایط مالی ، سطح سواد و انتظارات آنها اشکال و ابعاد مختلفی دارد.

خدمات اقامتی، اصطلاحی است برای تهیه تسهیلات خواب و استراحت با محوریت تجاری که در صنعت گردشگری و مهمان یاری به کار می رود. بسیاری ار نویسندگان بر این موضوع تاکید دارند که خدمات اسکان و پذیرایی در صنعت گردشگری یکی از پیچیده ترین و پویاترین بخشهای این صنعت است(کاظمی،1385،ص75).

معمولأ میهمان داری، دو واژه هتل و رستوران(سالن غذا خوری) را تداعی می کند. امروزه صنعت میهمان داری (که گاهی آن را تهیه اقامتگاه یا صنعت هتل داری می نامند) و صنعت تامین غذا و نوشابه(که گاهی آن را صنعت تدارک غذا می نامند) شامل مجموعه ی تشکیلات و تسهیلاتی می شوند که یکی از بخش های بسیار پویای صنعت جهانگردی و مسافرت جهانی محسوب می شوند. مسافر به هر کجا که برود نیاز به محلی برای خواب ، استراحت و غذا دارد. میهمان پذیرها شامل مجموعه ای از تشکیلات خوابگاهی می شوند که امکان دارد به صورت استراحتگاه های بسیار مجلل یا حتی تنها محدود به یک تختخواب معمولی و صبحانه ی ساده شوند. میزان تسهیلات و تشکیلات میهمان پذیرها ، بازتابی از نیازها و سلیقه های مختلف مسافران و پویایی این بازار است. در سراسر دنیا با رشد صنعت جهانگردی در سطح داخلی و خارجی، تعداد اتاق های هتل ها با سرعتی روز افزون افزایش یافته است؛ در ضمن با رونق این صنعت صنعت تهیه ی غذا و تامین نوشابه نیز گسترش یافته است(چاک.وای.گی،1382،ص94).

شکل6-2 نمایانگر نقش مرکزی امکانات اقامتی در جهانگردی می باشد. جهانگردها از مبدأ اولیه خویش که حال می تواند وطنشان باشد یا نباشد ، توسط وسایل مختلف حمل و نقل وارد می شوند. در این حالت عرضه امکانات اقامتی و پذیرایی هسته اصلی و مرکزی فعالیت های آنها را تشکیل می دهد .دیدار از جاذبه های محلی یا استفاده از فروشگاه ها و رستوران های محلی می تواند انتخاب یک جهانگرد را تشکیل دهد اما جهانگردی یا جهانگرد تجاری ممکن است با عاملین مسافرتی و گردانندگان تورها جهت رزرواسیون امکانات اقامتی و دیگر خدمات سروکار داشته باشند(کوپر و همکاران،1380،ص284).

شکل 2-6 - نقش امکانات اقامتی در محصولات جهانگردی

مقاصد مقاصد

بعدی قبلی

مقامات محلی

آژانس های مسافرتی و تورگردانان

امکانات اقامتی

محیط محلی

جاذبه

تجارت

(همان،ص285).

**2-12-3 حمل و نقل:**

صنعت گردشگری حاصل مسافرت و اقامت مردم در خارج از مناطق بومی خود می باشد. توسعه حمل و نقل در بخش دولتی و خصوصی تاثیر عمده ای بر رشد و هدایت صنعت گردشگری داشته است. فراهم بودن امکانات حمل و نقل مناسب، مطمئن ،راحت و سریع و ارزان ، پیش شرط توسعه گردشگری جمعی است. زیرا گردشگران در تصمیمات خود دو عامل هزینه و زمان را مدنظر دارند و برای دسترسی به مقاصد گردشگری انتخاب نوع سیستم حمل و نقل و یا فراهم بودن یک سیستم مناسب بر این دو عامل تاثیر می گذارد. به همین دلیل در پنجاه سال گذشته سفرهای هوایی رونق بیشتری یافته زیرا در سفرهای طولانی استفاده از هواپیما از نظر زمان و همچنین هزینه مقرون به صرفه تر می باشد( رنجبریان و زاهدی،1388،ص88).

حمل و نقل با اجزای مختلف تشکیل دهنده اش در تمام ابعاد زندگی انسان اهمیت حیاتی دارد. اگر سکونت، اشتغال و تفریح را به عنوان سه بعد کلی زندگی انسانی بپذیریم ، حمل و نقل نقش ارتباط دهنده آنها به همدیگر را دارد. خیستی[[50]](#footnote-50) و لال[[51]](#footnote-51) معتقدند که امکانات فیزیکی نظام حمل و نقل از چهار بخش اصلی شامل پیوندها ، وسایل نقلیه ، پایانه ها و مدیریت و نیروی انسانی تشکیل می شود(دهستانی،1383،ص 37).

فرودگاه ها ، پایانه های مسافربری ، ایستگاه های قطار و بنادر دریایی مهمترین دروازه های حمل و نقلی هستند که کیفیت و کارایی آنها می تواند نقش موثری در جذب گردشگران به یک سرزمین یا منطقه گردشگری داشته باشد. روشن ترین روش تحلیل حمل و نقل همان شکل انجام آن می باشد. چهار روش عمده مسافرت وجود دارد:

جاده ای،راه آهن،آبی و هوایی.

انتخاب شکل حمل و نقل توسط مسافر تا حدود بسیار زیادی مربوط به هدف از سفر می گردد. به طور کلی عوامل زیر بر انتخاب شکل حمل و نقل توسط مسافرین تاثیرگذارند:

* عوامل فاصله و زمان؛
* راحتی؛
* ایمنی؛
* قیمت خدمات ارائه شده؛
* وضعیت جغرافیایی و انزواگرایی؛
* میزان خدمات عرضه شده؛
* سطح رقابت بین خدمات؛

اهمیت نسبی این تاثیرات عمده بر انتخاب مسافر در نزد افراد مختلف متفاوت است (کوپر و همکاران،1380،ص311).

در هر سیستم حمل و نقل چهار عنصر عمده و اصلی دخیل می باشند.

* راه؛
* پایانه؛
* واحد حمل و نقل کننده؛
* قدرت و نیروی محرکه؛

این عناصر در مورد هر یک از اشکال حمل و نقل و وسایل نقلیه متفاوت می باشند(همان،ص314).

اينسكيب دو جنبه مهم تسهیلات و خدمات حمل و نقل را که جهت توسعه گردشگری نیازمند برنامه ریزی دقیق هستند، دسترسی از نواحی اصلی بازار به کشور یا منطقه و سیستم حمل و نقل داخل منطقه گردشگری که ارتباط دهنده ی نقاط به نواحی دارای جاذبه هستند می داند.در این زمینه وی شیوه های حمل و نقل را نیز فراموش نمی کند و یادآور می شود که دروازه ها و تنوع و تعداد آنها در جذب گردشگران نقش اساسی دارند(اینسکیپ،1991،صص138-180).

**2-13 مدیریت محیط زیست و اکوتوریسم**

بسیاری از کشورهای جهان توسعه گردشگری را یکی از مؤثرترین راه ها برای کسب درآمد و حل معضلات گوناگون کشور خود قلمداد می کنند و بر این باور هستند که از طریق گردشگری می توانند با ایجاد فرصت ها ی اقتصادی و درآمدزایی هرچه سریعتر به سوی توسعه گام بردارند. اما تجربه ها نشان داده اند که چنانچه مهار گردشگری رها شود تبعات جبران ناپذیری را می تواند با خود به همراه آورد که نه تنها به توسعه کشور کمکی نمی کند بلکه دشواری ها و موانعی را بر سر راه توسعه ایجاد می کند.

سیستم مدیریت محیط زیست[[52]](#footnote-52) عبارت است از مجموعه ای از فنون مدیریتی که ضمن حفاظت و نگهداری از منابع محیط زیست، به افزایش کارایی و بهره وری مکان های اکوتوریستی کمک می کند. به این ترتیب سازمان های اکوتوریستی در سطوح بین المللی ، ملی، منطقه ای و محلی می توانند با به کار گیری ابزارها و روش های نوین مدیریتی ، ضمن محافظت از منابع ارزشمند اکوتوریستی ، امکان استفاده سنجیده و مدبرانه از آنها را نیز برای علاقه مندان فراهم آورند. از طریق مدیریت محیط زیست می توان میزان مصرف را کنترل کرد و هزینه های مربوط به انرژی، آب، ضایعات، حمل و نقل، تصادفات و سوانح را تحت کنترل درآورد و از ایجاد تغییر در محیط زیست و از میان رفتن گونه های زیستی ممانعت به عمل آورد (زاهدی،1385،ص155).

اصولا بازدید از مناطق طبیعی بکر و دست نخورده باعث ایجاد نوعی تغییر در روند عادی حیات گونه های زیستی اعم از جانوری و گیاهی در آن مناطق می شود .گونه های مزبور به همزیستی با یکدیگر خو گرفته اند و خود را با شرایط طبیعی وفق داده اند و حضور بی رویه و افراطی انسان ها سبب ایجاد نوعی عدم توازن در زیست بوم آنها می شود.آلودگی های ناشی از آن حضور بیش از حد اکوتوریست ها در مناطق طبیعی ، موجب برهم خوردن تعادل محیط زیست در مناط مذکور شده و بر کارکرد گونه های زیستی اثر منفی می گذارد.

منابع طبیعی دارای ارزش ذاتی هستند که به عنوان میراث جمعی بشریت باید حفظ و حمایت شوند. حضور اکوتوریست ها و فراهم آوردن تسهیلات اقامتی برای آنان می تواند در ارزش ثروت های طبیعی خدشه وارد آورد. چنانچه مدیریتی قوی و کارامد بر این منابع اعمال نشود و تعهد اخلاقی برای حفظ این منابع ارزشمند وجود نداشته باشد ، روند تخریب شتاب می گیرد و کل جامعه جهانی اعم از نسل فعلی و نسل های آتی دچار خسران جبران ناپذیری خواهند شد. از این رو ارزیابی اثرات اکوتوریسم بر محیط زیست بسیار ضروری است . باید تدابیر مناسبی اتخاذ شود تا اثرات منفی اکوتوریسم به حداقل برسد. در زمره این تدابیر می توان به انتخاب نوع فعالیت اکوتوریستی ، تجهیزات و تسهیلات مورد استفاده ، محل ، مدت استفاده ، اندازه گروه ، مهارت و مدیریت محیط زیست اشاره کرد(همان،ص156).

اثرات اکوتوریسم بر یک مقصد خاص بستگی به دو عامل دارد : اول، اکوسیستم و دوم، نوع فعالیت اکوتوریستی. فعالیت های مختلف اثرات متفاوتی را بر اکوسیستم ها برجای می گذارند و اهمیت اکولوژیکی این اثرات در مکان های گوناگون متفاوت است. برای مثال صدماتی که با چکمه های کوهنوردان به درختان در یک جنگل کاج وارد می آید خیلی بیشتر از باران های جنگلی قاره ای است. دریاچه های کوچک خیلی زودتر از اقیانوس ها آلوده می شوند و سروصدای انسان ها به گیاهان جنگلی خیلی بیشتر از قلل کوه های بزرگ صدمه می زند. آثار اکوتوریسم را می توان بر مبنای معیارهای مختلفی طبقه بندی کرد:

1. بر مبنای نوع فعالیت، مانند بالا رفتن از کوه؛
2. برمبنای نوع اکوسیستم، مانند جنگل؛
3. بر مبنای اجزای اکوسیستم، مانند حیات وحش؛
4. بر مبنای وسعت، مدت و اهمیت تاثیر؛

از طرف دیگر می توان اثرات مستقیم و غیرمستقیم را مبنای طبقه بندی قرار داد. برخی از اثرات خیلی ملموس و قابل مشاهده اند و مستقیمأ قابل شناسایی هستند مانند پایه مال کردن گیاهان. برخی دیگر از اثرات محسوس نیستند و اثرشان در کوتاه مدت ناشناخته می مانند مانند عبور اتومبیل ها از روی برف که سبب فشردگی برف، سرد شدن خاک و تاثیر بر خاصیت گیاه پروری خاک می شود و این موضوع نیز به نوبه خود بر حیات وحش اثر می گذارد. در هر حال باید با مدیریت موثر و کارامد، کلیه ی فعالیت های اکوتوریستی تحت برنامه و کنترل قرار گیرد و اثرات منفی آنها حتی الامکان کاهش داده شود(همان،ص157).

حساسیت ها و ظرافت های موجود در نظام طبیعت و درک فرصت ها و تهدید های موجود در محیط زیست، ضرورتی انکار ناپذیر برای برنامه ریزان توسعه ی پایدار کشور است. به مدد مدیریت آگاهانه و با استفاده از ابزارهای نوین مدیریتی از جمله سیستم مدیریت محیط ریست می توان ضمن حفاظت و نگهداری از منابع محیط زیست، به افزایش کارایی و بهره وری مکان های توریستی و اکوتوریستی کمک کرد.

برای رسیدن به این هدف لازم است که اثرات توریسم و اکوتوریسم از ابعاد مختلف از جمله نوع فعالیت ، اجزای فعالیت، وسعت مکانی، مدت استفاده و اهمیت تاثیر مورد ارزیابی قرار گیرد. به خصوص در مورد خسارات و صدمات ناشی از پروژه های اکوتوریستی بایستی از قبل محاسبات مورد نیاز انجام شود و بر اساس یافته های بررسی ها در مورد اجرا یا عدم اجرای پروژه ها تصمیم گیری دور اندیشانه و بخردانه صورت گیرد. در این بررسی ها باید به خورند و ظرفیت تحمل خاص منطقه از ابعاد فیزیکی، اجتماعی، اقتصادی، سیاسی، محیط زیستی و فرهنگی توجه شود. تنها زمانی می توان به پایداری امیدوار بود که در ساختارهای اجتماعی و رفتارهای انسانی تغییرات اساسی و هماهنگ با الزامات پایداری به وجود آید.

**2-14 گردشگری و توسعه پایدار**

امروزه توسعه پایدار[[53]](#footnote-53) در دنیا واژه ی شناخته شده ای به حساب می آید و در سطوح مختلف برنامه ریزی مورد استفاده قرار می گیرد.در سال 1987 کمیسیون برانت لند وابسته به سازمان ملل متحد اصطلاح توسعه پایدار را برای اولین بار در مجامع رسمی مطرح ساخت.این کمیسیون «رفع نیازهای کنونی بشر بدون تهدید کردن نسل های آینده جهت برآورده ساختن آن نیازها » را به عنوان تعریف توسعه پایدار ارائه نمود.

در حال حاضر توسعه پایدار بر ضرورت تعادل اجتماعی و اکولوژیکی نیز تاکید دارد. از طرف دیگر این امر برای مدیریت و مراقبت از منابع طبیعی و اکوسیستم به عنوان شرایط پایه گذاری انسان ها ضرورت دارد. توانایی نظام های طبیعی جهت بازتولید خود می بایست حفظ گردد و همسان سازی جمعیت کنونی و نسل آتی ایجاد گردد تا نیازهای نسل آینده برآورده شود (دانشگاه دورتموند،2001،ص16).

در ارتباط با چالش های توسعه گردشگری پایدار در کشورهای درحال توسعه با مطالعه کشور ترکیه به عنوان بخشی از جهان در حال توسعه توسط سيوات تاسان در سال 2001 انجام پذیرفته است. نتایج این تحقیقات نشان می دهد که عواملی که در راه توسعه گردشگری پایدار وجود دارند با برتری راهبردهای اقتصادی طبیعی ،ساختار ادارات عمومی، ضرورت نتایج محیطی، ماورای تجاری بودن و ساختار سیستم گردشگری بین المللی در ارتباط می باشند. نتایج نشان می دهند که اگرچه اصل توسعه گردشگری پایدار مفید است، اجرا و پیاده سازی آن با توجه به ویژگی ها و شرایط اقتصادی اجتماعی و سیاسی جهان در حال توسعه بسیار دشوار است. از این رو هیچ نوع عملی از اصول ضروری توسعه گردشگری پایدار گزینه های دشوار اقتصادی و سیاسی را ایجاب نمیکند و تصمیم ها برپایه ی ترکیبی از عوامل اقتصادی اجتماعی و محیطی سبک و سنگین می شود. علاوه بر این کشوری که این تصمیم دشوار را اجرا می نماید موفق نمی شود مگرآنکه از سوی سازمان های بین المللی مورد حمایت قرار گرفته و با دولت ها ی کشورهای درحال توسعه برای دستیابی به توسعه گردشگری پایدرا همکاری داشته باشند(توسون،2001).

در توسعه پایدار جهانگردی نیز هزینه های حفظ محیط و جاذبه های گردشگری نه فقط به بهای امروز بلکه به ارزش سال های آتی محاسبه شده ، این اطمینان ایجاد می شود که آنچه امروز مستهلک می شود ، فردا ساخته خواهد شد. در توسعه پایدار جهانگردی از میان بردن و فرسوده ساختن آنچه قابل جایگذینی مجدد نیست ، اکیدأ منع می شود. باید در برنامه های توسعه جهانگردی هشدار دهنده هایی پیش بینی شود تا به محض بروز ضایعه ای بلافاصله مشکل ردیابی شده و برای آن چاره ای اندیشیده شود(الوانی و پیروزبخت،1385،ص130).

**2-14-1 اهداف و ویژگی های گردشگری پایدار:**

اصولأ گردشگری پایدار دارای اهداف و خصوصیاتی است که آن را از مفاهیم دیگر جدا می نماید و این اهداف و ویژگی ها را می توان به شرح زیر بیان نمود:

**اهداف:**

* بهبود کیفیت زندگی جامعه میزبان؛
* رعایت برابری یا مساوات دو نسل و در درون یک نسل؛
* حفظ کیفیت محیط زیست از طریق حفظ سیستم زیست محیطی؛
* حفظ یکپارچگی و انسجام فرهنگی و همبستگی بین جوامع و
* ایجاد تسهیلات و امکانات به گونه ایکه دیدارکنندگان بتوانند تجربه های ارزشمندی کسب کنند.

**ویژگی ها:**

* موجب تقویت عدالت اجتماعی گردد، افراد جامعه میزبان را در امور مشارکت دهد و به نیازهای آنان توجه کند؛
* در امور برنامه ریزی و تصمیم گیری افراد محلی را مشارکت دهد و آنان را استخدام نماید (ایجاد شغل کند). در محدوده منابع موجود فعالیت کند .اثرات منفی که بر این منابع وارد می آید به کمترین مقدار ممکن برساند.با استفاده از روش های مناسب ضایعات را بازیافت کند و در تدبیرهای لازم بیندیشد؛
* برای نسل کنونی و نسل های آینده امکانات تفریحی ،گردشی و آموزشی فراهم آورد؛
* به فرهنگ منطقه احترام بگذارد و فعالیتهایشان به گونه ای باشد که آن فرهنگ را منعکس کند؛
* برای دیدارکنندگان تجربه ارزشمند به بار آورد، امکاناتی را فراهم آورد که آنها بتوانند منطقه یا امکانات آن مکان را درک کنند، و این بازدیدکنندگان تشویق و ترغیب شوند که در حفظ محیط زیست و فرهنگ جامعه میزبان بکوشند؛
* مبادا برای توسعه ،گسترش و یا تضمین پایداری خود موجب زیان جامعه شود و
* با برنامه های محلی ، منطقه ای و ملی سازگار باشد (قهرمانی،1386،صص46-47).

**2-14-2 توسعه پایدار و گردشگری پایدار:**

توسعه پایدار گردشگری، توسعه ای است که در آن توازن و تعادل، حفظ ارزش ها و کیفیت اخلاقیات و اصول اقتصادی و نیز مزیت های اقتصادی همه به همراه هم دیده شده و کوشش می شود تا توسعه ای متعادل و همه جانبه جایگذین توسعه صرفأ اقتصادی گردد. در این دیدگاه توسعه گردشگری با استفاده از منابع موجود به گونه ای است که ضمن پاسخ دادن به نیازهای اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و ضوابط قانونی جامعه و انتظارات گردشگران بتوان وحدت و یکپارچگی ، هویت فرهنگی ،سلامت محیط زیست، تعادل اقتصادی و رفاه مردم محلی را تأمین کرد(محسنی،1388،ص152).

در توسعه پایدار یک بخش خاص در جامعه به تنهایی فعالیت نخواهد کرد.جهانگردی دولتی یا جهانگردی خصوصی و تعاونی در توسعه پایدار معنی ندارد.توسعه پایدار جهانگردی، در گرو اشتراک مساعی و همکاری و همراهی بخش عمومی و خصوصی ،گروه های تحقیقاتی و پژوهشی و سیاستگذاران و تصمیم گیرندگان سطوح عالی کشور است. تنها با چنین مشارکتی است که می توان از مجموعه توانایی ها و امکانات موجود در جامعه هم افزا (synergic) بهره گرفت و سیاست ها و خط مشی های صمیمی برای توسعه جهانگردی وضع کرد.تنها در این حالت است که می توان با یک سیاست جامع و هماهنگ به توسعه پایدار جهانگردی دست یافت(الوانی و پیروزبخت،1385،ص 133).

به طورکلی با درنظر گرفتن تعریف توسعه پایدار و اهمیت توسعه گردشگری پایدار ، شاخص ها و مشخصه های یک برنامه ی توسعه گردشگری پایدار به صورت زیر بایستی مورد توجه قرار گیرد:

1. رشد آهسته و کنترل شده صنعت گردشگری؛
2. ظرفیت یابی تعداد گردشگران ؛
3. تعیین و اجرای نوع مناسب توسعه گردشگری ؛
4. مشارکت مردم محلی در فعالیت های گردشگری ؛
5. ایجاد ارتباط و همکاری با سایر بخش های اقتصادی محلی و
6. بازاریابی دقیق و برنامه ریزی شده.

برنامه ریزی برای رسیدن به گردشگری پایدار مستلزم تعیین اهداف قابل حصول و در عین حال مطلوب می باشد. در فرایند برنامه ریزی گردشگری معمولأ اهداف زیر به عنوان اهداف مطلوب مورد توجه قرار می گیرند:

الف) توسعه گردشگری با رشد گام به گام و آهسته به گونه ایکه تغییرات کاملأ متناسب و سازگار با جامعه گردشگر پذیر باشد ؛

ب ) توسعه گردشگری بومی؛ (Indigenous)

ج)توسعه گردشگری با اتکا بر محصولات و تولیدات محلی به منظور حفظ حداکثر منافع اقتصادی در منطقه گردشگرپذیر و

د) توسعه گردشگری بر اساس بازارهای مناسب به صورتی که اثرات سوء اجتماعی و فرهنگی بر جامعه گردشگر پذیر را به حداقل ممکن برساند.

با اتخاذ چنین اهدافی در برنامه ریزی گردشگری می توان در جهت توسعه گردشگری پایدار حرکت نمود و با بهره بردن از منابع موجود یک جامعه و حفظ فرهنگ و اصول اجتماعی آن جامعه اثرات مثبت ناشی از این بخش اقتصادی بسیار مهم را افزایش داد و اثرات منفی آن را کنترل و یا حتی کاهش داد (خاکساری،1382،صص53و55).

**2-15 معرفی تکنیک فرایند تحلیل سلسله مراتبی[[54]](#footnote-54)(AHP):**

فرایند تحلیل سلسله مراتبی برای اولین بار توسط توماس ال ساعتی در سال 1980 مطرح شد. این تکنیک یکی از جامع ترین سیستم های طراحی شده برای تصمیم گیری با معیارهای چندگانه است. زیرا این تکنیک امکان فرموله کردن مسئله را به صورت سلسله مراتبی فراهم می کند و همچنین امکان در نظر گرفتن معیارهای مختلف کمی و کیفی را در مسئله دارد . این فرایند گزینه های مختلف را در تصمیم گیری دخالت داده و امکان تحلیل حساسیت روی معیارها و زیر معیارها را دارد، علاوه بر این بر مبنای مقایسه زوجی بنا نهاده شده که قضاوت و محاسبات را تسهیل می نماید همچنین میزان سازگاری و ناسازگاری تصمیم را نشان می دهد که از مزایای ممتاز این تکنیک در تصمیم گیری چند معیاره می باشد( قدسی پور،1384،ص5).

**2-16 معرفی تکنیک دلفی[[55]](#footnote-55):**

روش دلفی به عنوان یکی از روش های ساخت یافته برای ایجاد وفاق در دهه 1950 میلادی در شرکت

« راند» ابداع شد.کاربرد این روش ، ساخت دادن به فرایند ارتباطات گروهی است، به نحوی که چنین فرایندی در فراهم کردن زمینه درگیری مجموعه ای از افراد به عنوان یک کل با مساله یا موضوعی پیچیده موثر باشد. این ارتباط ساخت یافته با بازخوان اطلاعات و دانش افراد ، ارزیابی نظر گروه، فراهم کردن فرصتی جهت افراد برای بازنگری در نظرشان و با تأمین درجه ای از محرمانه بودن پاسخ های افراد فراهم می شود. روش دلفی در عمل ، یک سری از پرسشنامه ها یا دورهای متوالی به همراه بازخوران کنترل شده های است که تلاش دارد به اتفاق نظر میان یک گروه از افراد متخصص درباره ی یک موضوع خاص دست پیدا کند (مشایخی و همکاران،1384 ،ص200).

**2- 17 بررسی تحقیقات مربوط به موضوع تحقیق در سطح ملی و بین المللی**

**2-17-1 سطح ملی**

مصطفی بهزاد و روزبه زمانیان در سال 1386 در پژوهشی تحت عنوان "کاریرد تصمیم سازی چند معیاره فرایند تحلیل سلسله مراتبی در برنامه ریزی گردشگری در شهرستان نیشابور " به ارزیابی جاذبه های گردشگری شهرستان از طریق مدل فرایند تحلیل سلسله مراتبی پرداخته اند و در نهایت اولویت مکان های گردشگری شهرستان را با کاربست این مدل شناسایی نمودند. ایشان در این پژوهش با توجه به هدف مورد نظر که تعیین اولویت برتر مکان گردشگری بود بعد از تشریح اجزای مدل ارزیابی، به تعیین معیارهای مناسب پرداخته و در 5 گروه اصلی معیارها را از هم تفکیک نمودند. 1- معیارهای زیرساختی و تجهیزات و خدمات (قابلیت دسترسی، دسترسی به خدمات بهداشتی و درمانی، ارتباطات راه دور، دسترسی به تاسیسات اقامتی، دسترسی به تاسیسات پذیرایی، دسترسی به خدمات مالی، آب آشامیدنی، دسترسی به برق، سرویس بهداشتی) 2- معیارهای اجتماعی – فرهنگی (خطر تعرض به گردشگران ، ازدحام و شلوغی محل) 3- معیارهای اقتصادی (اشتغال زایی، درآمد زایی، توسعه منطقه، افزایش قیمت زمین) 4- معیارهای زیست محیطی و طبیعی (کیفیت و زیبایی محیط اطراف، شرایط آسایش، باد، پوشش گیاهی ، شیب، سازندهای زمین ساختی، آلودگی صوتی،آلودگی بصری، آلودگی هوا،گسل، سیل گیری ،ارتفاع) 5- معیارهای جاذب گردشگر(منحصربه فرد بودن، شرایط آب و هوایی، اهمیت جاذبه، نزدیکی به جاذبه های اطراف ،امکان بهره برداری در طول سال ،کیفیت جاذبه).همانطور که در بالا ملاحظه می شود هر معیار خود در برگیرنه تعدادی زیرمعیار بوده که هر کدام نسبت به هدف وزن دهی شده و میزان اهمیت و درجه سازگاری آن محاسبه می شود.تعداد مکان های گردشگری شهرستان نیز 70 مورد بوده که نسبت به هم وزن دهی و ارزش گذاری شده و در نهایت از تلفیق اهمیت هر معیار در داده های استاندارد شده مکان های برتر گردشگری بنا بر اولویت خاص خود مشخص شدند (بهزادفر و زمانیان،1386).

در ارزیابی توان اکوتوریسم زمین با استفاده از تصمیم گیری چندمعیاره در منطقه دوهزار شهرستان تنکابن، نتایج بررسی ها نشان می دهد که مناسب ترین مکان برای توسعه صنعت گردشگری در این منطقه به ترتیب گزینه ای اول ، سوم و دوم منطقه بوده اند. در این میان معیارهای اجتماعی اقتصادی در ارزیابی توان زیست محیطی منطقه کاملا ضروری بوده و عواملی چون نزدیکی به مراکز جمعیتی، فاصله از رودخانه ها، جاده ها و گسل ها به منظور توسعه کاربری های گردشگری بسیار حائز اهمیت می باشد (خیرخواه زرکش و همکاران،2011، صص 693-700).

در این رابطه تحقیقی دیگر توسط عبدالرسول سلمان ماهیتی و همکارانش با موضوع "ارزیابی توان طبیعت گردی شهرستان بهشهر برمبنای روش ارزیابی چند معیاره با استفاده از GIS" در سال 88 انجام شده است که درآن میزان مطلوبیت 9 زون اصلی اکوتوریسم شهرستان بهشهر را بر مبنای اولویت مشخص می کند. در این پژوهش 16 معیار از قبیل: فاصله از جاذبه های طبیعی و آثار تاریخی، حداقل دما در سردترین ماه سال ، فاصله از رودخانه ها و آب راهه ها، فاصله از روستا، فاصله از سطح اب زیرزمینی، حداکثر دما در گرمترین ماه سال ، فاصله از تالاب ها ، فاصله از شهرها، متوسط سالیانه تعداد روزهای یخبندان، خطر رانش ، شیب ،توان بالقوه فرسایش پذیری، زمین شناسی، فاصله از راه ها، فاصله از منابع آبی(چاه،چشمه،قنات) و تراکم پوشش درختی با توجه به هدف، مورد بررسی قرار گرفته و وزن عوامل با روش مقایسه زوجی (AHP) به خوبی محاسبه گردید . بیشترین وزن ها به عوامل یخبندان، رانش و فرسایش (تهدیدکننده ها) و کمترین وزن ها به عوامل فاصله از شهرها و حداکثر دما (دور کننده ها) تعلق یافت. مطلوبترین زون از میان 9 طبقه،زون 1و 2و 3 بوده است (سلمان ماهینی و همکاران،1388).

مقاله ای دیگر در این زمینه و با کاربست مدل فرایند تحلیل سلسله مراتبی با موضوع، تحلیل معیارها و عوامل محیطی – اکولوژیک موثر بر توان تفرج شهرستان لردگان توسط آقایان محمودی و دانه کار در سال 88 صورت پذیرفته است. در این پژوهش برای ارزیابی و تعیین میزان مطلوبیت گزینه های تفرجی ،8 معیار اصلی از قبیل منابع آبی، دسترسی، وضعیت زمین چشم انداز، جذابیت های طبیعی، تاریخی وفرهنگی و....، 15 معیار فرعی از قبیل کیفیت آب، شیب، عمق دید، وسعت، زاویه دید و .... و 46 شاخص برای تعیین میزان مطلوبیت تفرج متمرکز در محدوده ی شهرستان لردگان مورد بررسی قرار گرفته اند. مطابق نتایج به دست آمده ،گزینه های سوم، چهارم، ششم و هفتم از اراضی منطقه به سبب واقع شدن در اراضی دیم، آبی و مناطق مسکونی، فاقد زمینه لازم برای اجرای برنامه ریزی تفرجی متکی به جنگل است و تنها گزینه های اول، دوم و پنجم تعارضی با کاربری های فعلی منطقه ندارد و اختصاص این مناطق با توجه به معیارها به گستره های تفرج متمرکز امکان پذیر است (محمودی و دانه کار،1388).

در سال 1386مقاله ای با عنوان"بررسی رابطه ی توسعه ی گردشگری و رشد اقتصادی در ایران(1338-1383)"توسط سید کمیل طیبی و همکاران نگاشته شد. این مقاله با تایید فرضیات مورد پژوهش به این نتیجه رسید که رابطه ی علی بین گردشگری و رشد اقتصادی ایران ،یک رابطه علی دوطرفه است و بین این دو متغیر ،یک تعادل بلندمدت وجود دارد(طیبی و همکاران،1386)

"برنامه ریزی راهبردی توسعه ی گردشگری با تکیه بر بخش محصول" عنوان مقاله ای است که در سال 87 به چاپ رسیده است. هدف این مقاله تعیین نحوه ی به کارگیری فرایند برنامه ریزی گردشگری منطقه ای در ایران است. در این مقاله ابتدا مبانی نظری فرایند برنامه ریزی راهبردی در برنامه ریزی منطقه ای با تکیه بر توسعه گردشگری مورد بررسی قرا ر گرفته است. در ادامه با تکیه بر فرایند برنامه ریزی راهبردی و فنون پیشنهادی مرتبط با آن درباره ی فعالیت های گردشگری شهرستان نیشابور یک مطالعه موردی صورت گرفته است.تعیین راهبردهای توسعه بخش محصول گردشگری از نتایج کاربردی پایانی این تحلیل می باشد(بهزادفر و زمانیان،1389).

در رابطه با مقوله گردشگری شهرستان رامسر نیز پژوهش های گوناگونی صورت گرفته است. در این رابطه می توان به پژوهشی با عنوان نقش مدیریت شهری در توسعه گردشگری مطالعه موردی: شهر رامسر اشاره کرد که توسط دکتر زهره فنی و علی محمدنژاد در سال 88 انجام شده است.هدف از این مطالعه بررسی نقش مدیریت شهری در شناسایی توانمندی های گردشگری، برنامه ریزی و بهره برداری از جاذبه هاست. برای آگاهی از نقش مدیریت شهری در توسعه گردشگری رامسر به توزیع پرسش نامه بین گردشگران اقدام و سپس از روش های اماری برای تجزیه و تحلیل آنها استفاده شده است. همچنین مطالعات اسنادی ، مصاحبه و تصاویر برای دستیابی به اهداف و نتایج پژوهش مورد تاکید بودند. در پایان با استفاده از مدل SWOT به تحلیل نقش عوامل درونی و بیرونی در مدیریت گردشگری شهری رامسر و ارایه راهبردهای مدیریتی مناسب برای توسعه گردشگری استفاده شده است. بر اساس یافته های تحقیق ،مشخص شد که شهرهایی مانند رامسر دارای پتانسیل های مناسبی برای توسعه گردشگری اند، اما به علت ضعف های مدیریت شهری ،عدم یکپارچگی مدیریت در بهره برداری پایدار از جاذبه ها ،کمبود امکانات دسترسی و اطلاع رسانی ، عدم همکاری و هماهنگی نهادهای گوناگون شهری ، ناتوانی در تامین بهداشت و نظافت شهر و مشکلات مربوط به برنامه ریزی کاربری اراضی ، بخش گردشگری نه تنها از توسعه پایداری فاصله گرفته بلکه روند منفی را طی می کند (فنی و محمدنژاد،1388).

**2-17-2 سطح بین المللی**

در سال 2009 میلادی تحقیقی توسط لو اگزولينگ و همکارانش در منطقه حفاظتی ایگزیانگ چین با محوریت "ارزشیابی امنیت اکولوژیکی گردشگری در مکان های میراث طبیعی"انجام شد. در این پژوهش بعد از توجه داشتن به اهمیت میراث های طبیعی و سیاست های حفاظتی آن در نواحی طبیعت گردی و گردشگری با استفاده از مدل های فرایند تحلیل سلسله مراتبی و دلفی به وزن دهی و ارزشیابی امنیت اکولوژیکی در منطقه پرداخته است. شاخص های اصلی مورد بررسی در این پژوهش شامل 1- امنینت اکولوژیکی طبیعت (شامل : کیفیت محیط، بهداشت محیط ، تنوع زیستی) 2- امنیت بصری چشم انداز(شامل: بناهای توریستی، احداث جاده ها ، تسهیلات لوله کشی و تراکم گردشگر) 3- امنیت اکولوژیکی اجتماعی (شامل: امنیت مردم ، امنیت فرهنگی جامعه و مزایای اجتماعی گردشگری) بوده است. در وزن دهی متغیرها از طریق مدل AHP امنیت اکولوژیکی طبیعت در بالاترین رتبه جای گرفت سپس در رتبه دوم امنیت بصری چشم انداز و در نهایت امنیت اکولوژیکی اجتماعی قرار گرفته شد. نتایج بررسی ها نشان می دهد که وضعیت امنیت اکولوژیکی گردشگری ایگزیانگ چین در حد مطلوبی قرار داشته اما برخی از عوامل محدود کننده نیز وجود داشت که نهایتأ با انجام این اقدامات موثر از امنیت اکولوژیکی منطقه اطمینان حاصل شد(کولینگ و همکاران،2009).

يان زونگ و پنك هوآ در سال 2002 در تحقیق خود پیرامون نقش عوامل ديناميك در توسعه گردشگري در مناطق توسعه یافته با کاربست مدل دلفی و فرایند تحلیل سلسله مراتبی اقدام نموده اند. نحوه ی امتیاز دهی این شاخص های کاربردی از طریق مدل دلفی و مراجعه به کارشناسان معتبر این رشته طی مراحلی صورت پذیرفته است تا اهمیت یکسان و یکدستی از شاخص ها به دست آید. اینان در ساخت مدل سلسله مراتبی خویش بر سه زیر سیستم جاذب توریست( نقاط یا پده های خوش منظر،کیفیت خدمات توریستی، تصویر منطقه و...)، زیرسیستم حمایتی(سیاست و قوانین گردشگری، محیط فرهنگی ناحیه، سطح توسعه یافتگی ناحیه و...) و زیرسیستم متوسط(زیرسیستم اطلاعات گردشگری، حمل و نقل گردشگری و مدیریت گردشگری) تاکید داشتند .از میان سه زیرسیستم کلی زیرسیستم جاذب گردشگری دارای بیشترین میزان اولویت و وزن بوده است همچنین از میان زیرسیستم حمایتی نقاط قانون مند گردشگری بیشترین وزن را به خود تخصیص داده است(ژانگ و پنک ،2002).

در سال 2007 تحقیقی با عنوان " ترکیب AHP و GIS در ارزیابی کیفیت محیطی" در استان هونان چین به اجرا درآمد. شاخص های مورد بررسی در این تحقیق عبارت بودند از: محیط طبیعی، بلایای طبیعی، آلودگی محیطی و شاخص های اجتماعی اقتصادی.نتایج تحقیقاتشان نشان داد که 35.2% از کل ناحیه استان هونان از درجه خوب و مناسبی از کیفیت محیطی و اکولوژیکی برخوردار است. علاوه براین 22.8% از کل ناحیه استان از درجه مناسبی از کیفیت محیط برخوردار نبوده است. در حالت کلی میتوان نتیجه گرفت که وضعیت کیفی محیطی استان هیونان با روش های انجام شده در سطح متوسطی قرار داشته و سرعت یافتن فعالیت های انسانی به تنزل ویژگی های محیطی استان در سال های اخیر انجامیده است (کواینگ و همکاران،2007).

در پژوهشی تحت عنوان توسعه پایدار گردشگری در لیجیانگ چین ، که یکی از نقاط مشهور گردشگری این کشور است آمده است که در سال های اخیر صنعت گردشگری به سرعت گسترش یافته و در کیفیت زندگی ساکنان بومی تاثیرات خوبی ایجاد کرده است اما گسترش آن با عث تنزل رتبه زیست محیطی منطقه گشته است. نویسنده اشاره میکند که گردشگری این شهر هم اکنون پایدار نیست و پیشنهاد میکند که باید تغییراتی در سیاست گسترش گردشگری امروزی به سمت پایدارتر نمودن آن در دوره بلند مدت ایجاد شود .در پایان پیشنهاداتی برای مسیر توسعه گردشگری لیجیانگ مطرح می کند(ژانگ،2000).

بيلادي و همکاران در مقاله خود با موضوع گردشگری و محیط زیست به تاثیرات مالیات های آلودگی روی آسایش و محیط زیست در یک اقتصاد کوچک باز می پردازند. میزان مالیات آلودگی مطلوب به گردشگری بیرونی و درونی برمی گردد که می توانند از آسیب های حاشیه ای آلودگی ملاحظه شده توسط ساکنان بومی بیشتر یا کمتر باشند. شبیه سازی های عددی نشان می دهند که نرخ مالیات های مطلوب گردشگری درونی بیشتر از گردشگری بیرونی است. به منظور حفاظت از محیط و جذب گردشگرتنظیم آئین نامه های آلودگی ضروری است. مالیات های آلودگی نه تنها میزان آلودگی محیط را کاهش می دهد بلکه تاثیر تجاری خوبی برای کارشناسان خدمات و تسهیلات گردشگری دارد. نرخ های مالیاتی بهینه میتواند بیشتر یا کمتر از صدمات حاشیه ای مشاهده شده از ساکنان بومی باشد که به درجه شدت آلودگی نیز وابسته است. علاوه بر این، زمانی که درجه ی قدرت انحصاری گردشگری افزایش یابد میزان نرخ های مالیات های بهینه گردشگری درونی نیز افزایش می یابد. به عبارتی اگر کشوری تلاش به جذب گردشگران آگاه محیطی داشته باشد مالیات مطلوب محیطی زمانی که بازار گردشگری رقابتی باشد می تواند بیشتر شود(بلادی و همکاران،2002).

**2-18 نتیجه گیری**

گردشگری پدیده ای جدید با آینده ای روشن و با اهمیت به شمار می رود که از عناصر مختلف تشکیل شده است.این عناصر شامل جاذبه ها، مکان ها یا نقاط طبیعی و انسانی است و وابسته به محیط ، فرهنگ و روابط اجتماعی ، حمل و نقل، تسهیلات و خدمات است که سبب تغییر محیط یا تغییر فرهنگی می گردد، تنوع عامل فوق تعریف جامعی از توریسم را مشکل کرده است(موحد،1382،ص1479).

پدیده گردشگری در طی سال های اخیر رشد بسیار چشمگیری داشته است. همانطوری که بحث گردید،گردشگری از جنبه های مختلف اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی تاثیرات بسیار زیادی در جهان کنونی داشته است که با توجه به این تاثیرات می تواند مزایای زیادی را با خود به همراه داشته باشد.در کنار این جنبه های مثبت نباید از جنبه های منفی این صنعت غافل شد.چرا که بی توجهی به این عوامل ممکن است حتی مزایای مثبت این صنعت را نیز از بین ببرد.

با توجه به اصل توسعه پایدار و تلاش در توسعه صحیح صنعت گردشگری در چارچوب این اصل، جا دارد جایگاه و مقام گردشگری را همانند میراثی کهن حفظ نموده و هر چه رشد یافته تر و متکاملتر به نسل های آینده اهدا نماییم.

**منابع و مأخذ**

- احمدی فضل اله، نصیریانی خدیجه ، اباذری پروانه(1387) تکنیک دلفی:ابزاری در تحقیق ،مجله ایرانی آموزش در علوم پزشکی،بهار و تابستان 87 .

- افشانی سید علیرضا،نوریان مرتضی،حسینی رامشه زینب(1384) فرازی بر SPSS 14 ،انتشارات بیشه،تهران.

- الوانی،سید مهدی،پیروزبخت،معصومه(1385)، فرایند مدیریت جهانگردی،دفتر پژوهش های فرهنگی،تهران.

- الوانی،سید مهدی،دهشتی،زهره (1373)،اصول و مبانی جهانگردی، مطالعات ايرانگردي وجهانگردي، تهران.

- اندی درام، آلن مور (1388)، مقدمه ای بر برنامه ریزی و مدیریت اکوتوریسم، ترجمه محسن رنجبر، انتشارات آییژ.

- ای.دی.دواس (1381)، پیمایش در تحقیقات اجتماعی، ترجمه هوشنگ نایبی، نشر نی.

- بهزادفر،مصطفی،زمانیان،روزبه (1386)،کاربرد تصمیم سازی چندمعیاره فرایند تحلیل سلسله مراتبی در برنامه ریزی گردشگری نمونه موردی: شهرستان نیشابور،نشریه بین المللی علوم مهندسی دانشگاه علم و صنعت ایران، ویژه نامه معماری و شهرسازی،شماره 5، جلد 18،زمستان 1386، صص 1-11.

- بهزادفر،مصطفی،زمانیان،روزبه (1387)،برنامه ریزی راهبردی توسعه ی گردشگری با تکیه بر بخش محصول نمونه موردی: شهرستان نیشابور،نشریه بین المللی علوم مهندسی دانشگاه علم و صنعت ایران، ویژه نامه مهندسی معماری و شهرسازی،جلد 19،شماره 6، سال 1387،صص 23-36.

- پاپلی یزدی، محمدحسین، سقایی، مهدی (1386)،گردشگری(ماهیت و مفاهیم)، انتشارات سمت.تهران.

- پوررستمی، مجتبی (1384)، ساماندهی صنعت توریسم در شهرهای متوسط، نمونه موردی تنکابن، پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه تبریز.

- پیترمیسون(1387)،گردشگری اثرات، برنامه ریزی و مدیریت، ترجمه روزبه میرزایی و پونه ترابیان، انتشارات ترمه، تهران.

- تقوایی مسعود،شیخ بیگلو رعنا،بندعلی مریم(1389) برنامه ریزی و مکان یابی بازارهای روز شهر اصفهان با استفاده از مدل تحلیل سلسله مراتبی (AHP) ، جغرافیا و توسعه،شماره 19،پاییز 89.

- جبل عاملی،فرخنده،رسولی نژاد، احسان (1389)،بکارگیری مدل فرایند تحلیل شبکه ای در رتبه بندی شعب بانکی،فصلنامه پژوهشها و سیاست های اقتصادی، سال هجدهم ، شماره 55.

- جلیلوند،ح (1384)، نقش مثبت و منفی تفرج و سایر عوامل انسانی بر محیط زیست و پایداری زیستی پوشش گیاهی جنگل،مجموعه مقاله های اولین همایش سراسری نقش صنعت گردشگری در توسعه ی مازندران.نشر رسانش.

- جولیا شارپلی،ریچارد (1380)،گردشگری روستایی،ترجمه رحمت اله منشی و فاطمه نصیری،نشر منشی،تهران.

- چاک.وای.گی(1385)،جهانگردی در چشم انداز جامع،ترجمه علی پارساییان و سید محمد اعرابی،دفتر پژوهش های فرهنگی،تهران.

- حافظ نیا ،محمدرضا ،(1387) مقدمه ای بر روش تحقیق در علوم انسانی،انتشارات سمت،تهران.

- حکمت نیا،حسن،موسوی،میرنجف(1385)،کاربرد مدل در جغرافیا با تاکید بر برنامه ریزی شهری و ناحیه ای،انتشارات علم نوین.

- حلاج ثاني، مصطفی (1376)، توريسم در رامسر،انتشارات معین،تهران.

- حیدری چیانه ،رحیم (1383)، ارزیابی برنامه ریزی صنعت توریسم درایران،پایان نامه دکتری ،دانشگاه تبریز.

- حیدری چیانه،رحیم (1387)،مبانی برنامه ریزی صنعت گردشگری،انتشارات سمت،تهران.

- خاکساری،علی (1382)، نقش برنامه ریزی در توسعه گردشگری پایدار،سمینار بررسی سیاستها و برنامه های توسعه جهانگردی در جمهوری اسلامی ایران،سازمان ایرانگردی و جهانگردی.

- درام،اندی و آلن مور(1388)، مقدمه ای بر برنامه ریزی و مدیریت اکوتوریسم،ترجمه محسن رنجبر،انتشارات آییژ،تهران.

- دهستانی،بهبود (1383)،برنامه ریزی کالبدی گردشگری(مطالعه موردی: شهرستان آستارا)،پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه تربیت مدرس.

- دیناری ، احمد (1384)، گردشگری شهری در ایران و جهان ، انتشارات واژگان خرد.

- رضوانی، علی اصغر (1385)، جغرافیا و صنعت توریسم،انتشارات پیام نور،تهران.

- رنجبریان، بهرام، زاهدی، محمد (1388)،شناخت گردشگری،انتشارات چهارباغ.اصفهان.

- زاهدی شمس السادات، (1388)، گردشگری و توسعه پایدار : ضرورت جاری سازی حفاظت محیطی در سیاست های توسعه گردشگری ، فصلنامه مطالعات جهانگردی، شماره 12.

- زاهدی،شمس السادات،(1382) چالش های توریسم پایدار از منظر اکوتوریسم، مجموعه مقاله های بررسی سیاست ها و برنامه های توسعه جهانگردی در جمهوری اسلامی ایران، دانشگاه علامه طباطبایی،اردیبهشت82،تهران.

- زاهدی،شمس السادات(1385)، مبانی توریسم و اکوتوریسم پایدار(با تاکید بر محیط زیست)،انتشارات دانشگاه علامه طباطبائی،تهران.

-زنگی آبادی علی، ابوالحسنی فرحناز(1387)،تحلیل فضایی، سطح بندی و برنامه ریزی مراکز اقامتی با استفاده از شاخص توسعه گردشگری(TDI)، فصلنامه مطالعات جهانگردی، شماره 8.

- سجادی،سید محمدتقی(1384)،تاریخ و جغرافیای تاریخی رامسر،انتشارات معین،تهران.

- سلمان ماهینی،عبدالرسول، ریاضی،برهان، نعیمی،بابک ،بابایی کفاکی،ساسان ،جوادی لاریجانی،عطیه (1388)، ارزیابی توان طبیعت گردی شهرستان بهشهر بر مبنای روش ارزیابی چندمعیاره با استفاده از GIS ، مجله علوم و تکنولوژی محیط زیست،دوره یازدهم،شماره یک،ویژه نامه بهار 88، صص 187-198.

- صدر موسوی،میرستار،دخیلی کهنموئی،جواد (1386)، ارزیابی وضعیت تسهیلات گردشگری استان آذربایجان شرقی از دید گردشگران،پژوهش های جغرافیایی،شماره 61،پاییز 1386، صص 129-143.

- طهماسبی پاشا،ج.مجیدی،ر(1384) چشم انداز گردشگری سواحل جنوبی دریای خزر و آثار آن بر توسعه شهرها و روستاهای منطقه (مطالعه موردی شهرستان تنکابن). مجموعه مقاله های اولین همایش سراسری نقش صنعت گردشگری در توسعه ی مازندران.نشر رسانش.

- طیبی،سیدکمیل، بابکی،روح اله، جباری،امیر (1386)، بررسی رابطه ی توسعه ی گردشگری و رشد اقتصادی در ایران(1338-1383)، پژوهشنامه علوم انسانی و اجتماعی ویژه اقتصاد،سال هفتم،شماره بیست و ششم،پاییز 86، صص 65-87.

- عبدالملکی،علیرضا (1378) ، بررسی عوامل و جاذبه های گردشگری شهر همدان و نقش آن در تحولات این شهر، پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه تریت معلم تهران.

- فنل، د. اي (1385)مقدمه ای بر طبیعت گردی.ترجمه جعفر اولادی قادیکلایی.دانشگاه مازندران.

- فنی،زهره ،محمدنژاد،علی (1388)،نقش مدیریت شهری در توسعه گردشگری (مطالعه موردی:رامسر)،فصلنامه مطالعات جهانگردی،شماره 11.

- قدسی پور،سید حسن (1384)،فرایند تحلیل سلسله مراتبی AHP،دانشگاه صنعتی امیرکبیر،تهران.

- قرخلو،مهدی (1386)، جغرافیای جهانگردی و برنامه ریزی اوقات فراغت،انتشارات جهاد دانشگاهی،تهران.

- قهرمانی،نسرین(1386) نقش گردشگری در توسعه روستایی مطالعه موردی : دره کن و سولقان شهرستان تهران، پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه تهران.

- کاظمی،مهدی(1380)فرهنگ زیربنای جهانگردی پایدار در ایران،مجله دانشکده علوم انسانی دانشگاه سیستان و بلوچستان،ویژه نامه اقتصاد و مدیریت.

- کاظمی،مهدی (1385)،مدیریت گردشگری،انتشارات سمت،تهران.

- کلانتری، خلیل ،( 1385 ) ، پردازش و تحلیل داده ها در تحقیقات اجتماعی – اقتصادی ، انتشارات شریف.

- کوپر،کریس - جان،فلچر-گیلبرت،دیوید-ون هیل،گیلبرت (1380)، اصول و مبانی جهانگردی،ترجمه اکبر غمخوار،انتشارات فرآماد،تهران.

- محسنی،رضاعلی (1388)،گردشگری پایدار،در ایران:کارکردها،چالش ها و راهکارها،مجله علمی-پژوهشی فضای جغرافیایی،سال نهم،شماره 28،زمستان 1388، صص 149-171.

- محمودی،بیت الله ،دانه کار،افشین (1388)،تحلیل معیارها و عوامل محیطی – اکولوژیک مؤثر بر توان تفرجی سامان عرفی منج در جنگل های شهرستان لردگان از طریق ارزیابی چندمعیاره(با بهره گیری از GIS) ،فصلنامه آمایش سرزمین،سال اول ،شماره اول،پاییز و زمستان 1388، صص 55-69.

- محلاتی،صلاح الدین (1380)،درآمدی بر جهانگردی،دانشگاه شهید بهشتی،تهران.

- مرکز آمار ایران مرکز آمار ایران،(1385)، سرشماری عمومی نفوس و مسکن شهر رامسر 1385-1335

- مشایخی،علینقی،فرهنگی،علی اکبر،مومنی،منصور،علیدوستی،سیروس (1384)،بررسی عوامل کلیدی موثر بر کاربرد فناوری اطلاعات در سازمان های دولتی ایران: کاربرد روش دلفی ،فصلنامه مدرس علوم انسانی،ویژه نامه مدیریت،پاییز 1384، صص 191-231.

- معصومی،مسعود (1385)،ماهیت گردشگری،انتشارات پیک کوثر،تهران.

- موحد،علی (1382)، بررسی و تحلیل الگوی فضایی توریسم شهری، مطالعه موردی: شهر اصفهان، پایان نامه دکتری دانشگاه تربیت مدرس.

- مهدوی،داوود (1382)،نقش توریسم در توسعه نواحی روستایی پیرامون شهرها و ارائه مدل استراتژیک(نمونه موردی:دهستان لواسان کوچک)،پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه تربیت مدرس.

- مهندسین مشاور شهر و بنیان،(1383)،طرح راهبردی کالبدی شهرستان رامسر

- نسترن،مهین،ابوالحسنی،فرحناز،ایزدی،ملیحه(1389)،کاربرد تکنیک تاپسیس در تحلیل و اولویت بندی توسعه پایدار مناطق شهری، مجله جغرافیا و برنامه ریزی محیطی ، سال 21، شماره پیاپی 38 ،صص 83-100.

-**Beladi, H; Chi-Chur Chao, Bharat R. Hazari, Jean-Pierre Laffargue**,(2009), Tourism and the environment, Resource and Energy Economics 31 (2009) 39–49,www.elsevier.com.

- **Burton, R** (2000) Rural Geography, Longman. Edinburg.

- **Bussaba sitikarn** (2002)Tourism impacts: Key concerns for Sustainability Achivement. School of Management, Mae Fah Luang university.bussaba@mfu.ac.th**.**

**- Cevat, T** (2001) Challenge of sustainable tourism development in the developing world: the case of Turkey,Tourism Management 22 (2001) 289-303, Received 4 April 1999; accepted 6 June 2000.

- **Craig-Smith and Stephen, J.** (2005) Global warming and tourism in Oceania,in Cooper and Hall, Oceania,a Tourism Handbook, Channel View Publications,Clevedon,England.

-**Goodwin, H** (1995)"Tourism and the environment", Biologist(London) 1995 Vol.42 No. 3 pp. 129-133, ISSN 0006-3347.

- **Holden, A** (2001) Environment and Tourism, Routledge, London and New York.

- **Inskeep, E** (1991) Tourism planning, Van Nosrat Reinhold, New York.

**- Jinyang, D; King, B and Bauer,T** (2002) EVALUATING NATURAL ATTRACTIONS FOR TOURISM , Annals of Tourism Research, Vol. 29, No. 2, pp. 422–438, 2002 Elsevier.

**- Kheirkhah Zarkesh,M and Almasi,N and Taghizadeh,F** (2011) Ecotourism Land Capability Evaluation Using Spatial Multi Criteria Evaluation , Research Journal of Applied Sciences, Engineering and Technology 3(7): 693-700, 2011

ISSN: 2040-7467.

-**LIU Xuling, YANG Zhaoping, DI Feng, CHEN Xuegang** (2009) Evaluation on TourismEcological Security in Nature Heritage Sites —Case of Kanas Nature Reserve of Xinjiang, China. Chin. Geogra. Sci. 2009 19(3) 265–273 DOI: 10.1007/s11769-009-0265-z [www.springerlink.com](http://www.springerlink.com).

**- Logar,** I (2010) Sustainable tourism management in Crikvenica،Croatia: An assessment of policy instruments-Tourism Management 31(2010)125-135.

**- Sitikarn, B** (2002) Tourism impacts: Key concerns for Sustainability Achivement. School of Management, Mae Fah Luang [university.bussaba@mfu.ac.th](mailto:university.bussaba@mfu.ac.th)

- **Teresa Garı´n-Mun˜ oz,\_, Luı´s F. Montero-Martı´n** (2007) Tourism in the Balearic Islands: A dynamic model for international Demand using panel data Tourism Management 28 (2007) 1224–1235,www.sciencedirect.com

-**University of Dortmund** (2001), sustainable regional develepment for tourism county Donegal, Republic of Ireland, Faculty of spatial planning.

- **Wallarce, G.N. and Pierce, S.M.** (1996) "An evaluation of ecotourism in Amazon,Brazil".Annals of Tourism Research,Vol.23.

- **Xiong Y, Guang Z-Ming , Chen Gui-Qiu , Tang Lin , Wang Ke-Lin , Huang Dao-You** (2007) Combining AHP with GIS in synthetic evaluation of eco-environment quality A case study of Hunan Province, China, ECOLOGICAL MOELING 209(2007)97-109, www.sciencedirect.com.

-**Xuling L; Zhaoping Y; Feng DI and Xuegang, C** (2009) Evaluation on TourismEcological Security in Nature Heritage Sites —Case of Kanas Nature Reserve of Xinjiang, China. Chin. Geogra. Sci. 2009 19(3) 265–273 DOI: 10.1007/s11769-009-0265-z [www.springerlink.com](http://www.springerlink.com).

**- Zhang, H** (2000) The Sustainable Development of Tourism in Lijiang- Science & Technology; zhanghong136@hotmail.com.

**- ZHUNG Y, PENC H** (2002) Study on function of components of dynamic system of tourism development in developed region (a case study of foshan in Guangdong province). Chinese Geografical science.Vol: 12, No 3, pp226-232.Science press, Beijing, China. <http://www.parsacity.com/index.php?option=com_content&view=article&id=319:1389-11-05-20-39-11&catid=17:tarticle&Itemid=18>

[www.hamshahrionline.ir](http://www.hamshahrionline.ir)

[www.caspyan.ir](http://www.caspyan.ir)

[www.ataland.com](http://www.ataland.com)

[www.sh-ramsar.ir](http://www.sh-ramsar.ir)

[www.mchto.ir](http://www.mchto.ir)

[www.ramsarplaza.com](http://www.ramsarplaza.com)

1. . Tourism [↑](#footnote-ref-1)
2. . Tourist [↑](#footnote-ref-2)
3. Pear Larousse [↑](#footnote-ref-3)
4. 1 . Sporting Magazine [↑](#footnote-ref-4)
5. . recreation tourism [↑](#footnote-ref-5)
6. . 3S=Sun,Sand,Sea [↑](#footnote-ref-6)
7. .health tourism [↑](#footnote-ref-7)
8. . Social tourism [↑](#footnote-ref-8)
9. . Sport tourism [↑](#footnote-ref-9)
10. .Religion tourism [↑](#footnote-ref-10)
11. .Business tourism [↑](#footnote-ref-11)
12. . Political tourism [↑](#footnote-ref-12)
13. . Adventure tourism [↑](#footnote-ref-13)
14. . life seeing [↑](#footnote-ref-14)
15. . Cultural tourism [↑](#footnote-ref-15)
16. . Ecotourism [↑](#footnote-ref-16)
17. . Ecological tourism [↑](#footnote-ref-17)
18. . Urban tourism [↑](#footnote-ref-18)
19. Rural tourism [↑](#footnote-ref-19)
20. .Crompton [↑](#footnote-ref-20)
21. .Leiper [↑](#footnote-ref-21)
22. .Physical needs [↑](#footnote-ref-22)
23. .Social needs [↑](#footnote-ref-23)
24. .Status needs [↑](#footnote-ref-24)
25. .Intellectual needs [↑](#footnote-ref-25)
26. .Mental needs [↑](#footnote-ref-26)
27. .Mcintosh [↑](#footnote-ref-27)
28. . Goldner [↑](#footnote-ref-28)
29. . The economic effects of tourism [↑](#footnote-ref-29)
30. . Socio-cultural impacts [↑](#footnote-ref-30)
31. . Environmental impacts of tourism [↑](#footnote-ref-31)
32. . CONAP(اشاره دولتی به مناطق حفاظت شده) [↑](#footnote-ref-32)
33. .Venon [↑](#footnote-ref-33)
34. . Introduction [↑](#footnote-ref-34)
35. . Growth [↑](#footnote-ref-35)
36. . Maturity

    5. Decline [↑](#footnote-ref-36)
37. . Butler [↑](#footnote-ref-37)
38. . Exploration [↑](#footnote-ref-38)
39. . Involvement [↑](#footnote-ref-39)
40. . Development [↑](#footnote-ref-40)
41. . Consolidation [↑](#footnote-ref-41)
42. . Stagnation [↑](#footnote-ref-42)
43. . Decline [↑](#footnote-ref-43)
44. . Rejuvenation [↑](#footnote-ref-44)
45. . Historical attractions [↑](#footnote-ref-45)
46. .Natural attractions [↑](#footnote-ref-46)
47. .Man-made attractions [↑](#footnote-ref-47)
48. .Tangibility [↑](#footnote-ref-48)
49. .Accommodation [↑](#footnote-ref-49)
50. .Khisti [↑](#footnote-ref-50)
51. . Loll [↑](#footnote-ref-51)
52. . Environment Management System (EMS) [↑](#footnote-ref-52)
53. . Sustainable development [↑](#footnote-ref-53)
54. . Analytical Hierarchy Process [↑](#footnote-ref-54)
55. . Delphi Method [↑](#footnote-ref-55)