[2-1-گردشگری 7](#_Toc310163252)

[2-2- تاريخچه گردشگري 7](#_Toc310163253)

[2-2-1- عهد باستان 7](#_Toc310163254)

[2-2-2- قرون وسطی 8](#_Toc310163255)

[2-2-3- رنسانس 9](#_Toc310163256)

[2-2-4- انقلاب صنعتی 9](#_Toc310163257)

[2-2-5- جهانگردی نوین 10](#_Toc310163258)

[2-3- انواع گردشگري 10](#_Toc310163259)

[1- گردشگري تندرستی (گردشگري سلامت) 10](#_Toc310163260)

[2- گردشگري درمانی (گردشگري سلامت) 10](#_Toc310163261)

[3- گردشگري پزشکی (گردشگري سلامت) 10](#_Toc310163262)

[4- گردشگري ورزشى 11](#_Toc310163263)

[5- گردشگري ماجراجویی 11](#_Toc310163264)

[6- گردشگري کشاورزی 11](#_Toc310163265)

[7- گردشگري مجازی 11](#_Toc310163266)

[8- گردشگري زیست محیطی 11](#_Toc310163267)

[9- گردشگري فروشگاه کتاب 11](#_Toc310163268)

[10- گردشگري آموزشی 12](#_Toc310163269)

[11- گردشگري آثار باستانی 12](#_Toc310163270)

[12- گردشگري تفننی 12](#_Toc310163271)

[13- گردشگري فراگیر 12](#_Toc310163272)

[14- گردشگري دائمی 12](#_Toc310163273)

[15- گردشگري سفری 12](#_Toc310163274)

[2-4- توسعه پايدار گردشگري 15](#_Toc310163300)

[2-5- تعریف اوقات فراغت ،تفریح وجهانگردی 22](#_Toc310163301)

[2-6-ارتباط بین گردشگری واوقات فراغت 23](#_Toc310163302)

[2-7- گردشگري و اهميت آن 23](#_Toc310163303)

[2-8-گردشگری و آثار آن 24](#_Toc310163304)

[2-8-1- آثار اقتصادي جهانگردي 24](#_Toc310163305)

[2-8-2- آثار اجتماعي و فرهنگي 25](#_Toc310163306)

[2-8-3- آثار محيطي 26](#_Toc310163307)

[2-9- اجزاء و عناصر صنعت گردشگري 28](#_Toc310163308)

[2-10- گردشگر 35](#_Toc310163313)

[2-11- برنامه ریزی 36](#_Toc310163314)

[2-12- ويژگي‌هاي برنامه ریزی 37](#_Toc310163315)

[2-13- انواع برنامه ريزي 37](#_Toc310163316)

[2-14- رویکرد های برنامه ریزی گردشگری 39](#_Toc310163322)

[2-15- برنامه ریزی گردشگري 41](#_Toc310163328)

[2-16- برنامه ریزی استراتژیک 42](#_Toc310163329)

[2-17- مدل مفهومي برنامه ريزي استراتژيک گردشگري منطقه 43](#_Toc310163330)

[2-18- مراحل برنامه ريزي استراتژيک 45](#_Toc310163331)

[2-19- ماتريس برنامه ريزي استراتژيك کمي (QSPM) 57](#_Toc310163343)

[2-20- روستا 62](#_Toc310163344)

[2-21- انواع روستا از نظر سكونت گاهي 63](#_Toc310163345)

**2-1-گردشگری**

واژه ((توریسم ))از دوبخش ترکیب یافته است :((تور)) به معنای سفر ،گشت،مسافرت، سیاحت، و((ایسم)) ،پسوندی که اشاره به مکتب یا اندیشه ای فلسفی ،مذهبی ، سیاسی ،ادبی وغیره دارد. بنابراین توریسم یعنی مکتبی که پایه فکری آن سیاحت وگردشگری است.

ریشه یونانی این واژه ((توریست)) است که از یونان به اسپانیا ، سپس به فرانسه واز آنجا به انگلیس واردشده است. در قرن 14میلادی ، tour به معنای ((نوبت)) یا ((دوره خدمت)) در قرن 15به معنای ((حرکت دورانی)) ودرقرن17 به معنای ((مسافرت کردن به اطراف )) به کارمی رفت ودرقرن 18و19 کلمات ((توریسم))و((توریست)) از آن گرفته شد. توریسم نه تنها درزبان های فرانسوی وانگلیسی ،بلکه در اکثر زبان های زنده دنیا بااندکی اختلاف درتلفظ ،مفهومی مشترک دارد. در زبان فرانسه تور علاوه بر ((نوبت)) ،به مفهوم ((حرکت)) ،((مسافرت)) و((گردش))نیزمی باشد، خواه این گردش به دور دنیاویاحرکت به دور محوری باشد. (شاهد ،‌1388،ص 9)

درفرهنگ لغات فارسی ، گردشگری راچنین تعریف کرده اند: در اقطارعالم سفرکردن وشناخت،مسافرت برای تفریح وسرگرمی،سفری که در آن مسافربه مقصدی می رودوسپس به محل سکونت خود بازمی گردد.

بورکات ومرلیک در سال 1981 گردشگری راسفری موقتی وکوتاه معرفی می کنند که درآن گردشگر برای سیروسیاحت به منطقه ای خارج از محل سکونت وکار خود می رود.

سازمان جهانی گردشگری تعریف جامعی را از گردشگری ارائه داده است که بسیاری از محققان وصاحب نظران آن را به رسمیت شناخته اند. سازمان مذکور گردشگری رااینگونه تعریف کرده است: ((تمام مسافرت هایی که منجر به اقامت حداقل یک شبه درمقصد شود، امامدت زمان دوربودن از منزل نباید بیش از یک سال باشد)) . ( رضوانی ، 1374، ص 97)

**2-2- تاريخچه گردشگري**

**2-2-1- عهد باستان**

مردم تمدن های ما قبل تاریخ با اهداف مختلفی از جمله غذا ، آب و هوا ، دوری از خطر و یا بلایای طبیعی اقدام به مسافرت می کردند . با گذشت زمان و کسب فنون و دانش های مختلف ، مردم اندک اندک تمایل به یکجا نشینی پیدا کردند و از این به بعد بیشتر با انگیزه ی تجارت و معامله مسافرت می کرد . اولین امپراطوری های عهد باستان در آفریقا و آسیا و خاورمیانه ایجاد شدند . به وجود آمدن زیر بناهای اقتصادی موجب به وجود آمدن جاده ها ومسیر ها شد ، در این دوران حاکمان ماموران خود را به منظور سر کشی به درگیری ها و گرفتن مالیات به نقاط دیگر روانه می کرد . برای اولین بار در مصر بود که خاندان سلطنتی برای تفریح از این جاده ها و مسیر ها عبور کردند و این امر موجب گسترش جاده ها و به وجود آمدن کاروانسراها شد ، بعد ها با به قدرت رسیدن امپراطوری آسوری ها این مسافرت ها با شدت بیشتری همراه بود و پس شکست دادن امپراطوری آسوری به وسیله ی ایران ، موجب به وجود آمدن مسیر هایی طولانی شد و حتی ایرانی ها کالسکه هایی برای حمل مسافر ساختند و در مسیرها علامت هایی برای شناسایی مسیر برای مسافران ایجاد شد . یونانیان از دو جهت توانستند نقش مؤثری در جهانگردی ایفا کنند ، یک ، با ضرب سکه كه دیگر مسافران مجبور نبودند برای خرید کالا معاوضه کنند و با خود از مبدا حرکت کالا حمل کنند ، دو ، با گسترش زبان یونانی، دیگر بیشتر مردم مشکل زبان نداشتند و به راحتی قادر به برقراری ارتباط بودند . در آن زمان سفر به یونان از رونق بسیار خوبی برخوردار بود که بیشتر سفرها هم به وسیله کشتی و از طریق دریا انجام می شد . رومیان برای استفاده از هوای آفتابی به مصر می رفتند و مردم مصر هم برای دیدن باران و استفاده از هوای خنک به روم می رفتند . فردی به نام پوسانیاس که اهل یونان بود در ۱۷۰ میلادی،کتاب ده جلدی با نام راهنمای یونان منتشر کرد تا مسافران به ویژه رومی ها را راهنمایی کند ولی رومیان برعکس به مصر سفر می کردند . در گذشته هم جهانگردان مانند جهانگردان امروزی میل زیادی به خرید اجناس داشتند و مسئله ی پنهان کردن کالاهایی که از گمرک وارد کشور می شد امری عادی بود . که این وضع هنوز هم ادامه دارد ، زیرا در آن زمان ۲۵ درصد واردات به عنوان عوارض گمرکی ضبط می گردید .(فيروزيان ، 1388، ص 18)

**2-2-2- قرون وسطی**

تجارت و مسافرت در قرون وسطی ( دوره ی پنجم تا چهاردهم میلادی ) رونق کمتری داشت ، به طوری که جاده ها از بین رفته بودند و سفر بسیار خطرناک بود و سفر هایی هم که انجام می شد بیشتر به قصد دیدن کلیساها صورت می گرفت . در قرن چهاردهم بیشتر مسافرت ها به قصد زیارت صورت می گرفت .در نیمه ی دوم سده ی سیزدهم میلادی ، مارکوپولو مسیری از اروپا به آسیا تعیین کرد . او در چین ، پی به یک سیستم جاده ای بسیار عالی ، که برای اولین بار در زمان سلطنت خانواده چو ساخته شده بود ، برد . مارکوپولو کتاب خود را بر مبنای این سفر نوشت و این کتاب نخستین منبع اطلاعاتی غرب درباره ی زندگی شرق در آن دوران قرار گرفت . (فيروزيان ، 1388، ص 18)

**2-2-3- رنسانس**

نخستین مسافرت کاروانی مربوط به کاروانی است که در سده ی پانزدهم از ونیز به بیت المقدس می رفت . از سده ی چهاردهم تا هفدهم بیشتر مسافرت ها با هدف کسب دانش و تجربه آموزی انجام می شد . در انگلستان ملکه الیزابت اول برای تربیت و پرورش نمایندگان خارجی مسافرت هایی را برای آنها فراهم کرد و دانشگاه هایی مانند آکسفورد و کمبریج در انگلستان و سالامانکا در اسپانیا به همراه بورس تحصیلی برای دانشجویان ایجاد نمود و جواز مسافرت دو تا سه سال بود و در این دوره برای اولین بار از کاغذ هایی مانند چک پول های امروزی استفاده شد . کاروان های مسافرتی دوره ی الیزابت پس از چندی ، دارای ساختار و سازمان منظمی گردیدند و آن را « گراند تور » نامیدند . این کاروان ها کار خود را در نیمه ی سده ی هفده شروع کردند و تا نیمه ی سده ی نوزده پابرجا بودند . (فيروزيان ، 1388، ص 19)

**2-2-4- انقلاب صنعتی**

انقلاب صنعتی که از سال ۱۷۵۰ تا ۱۸۵۰ ادامه یافت ، پایه و اساس گردش های دسته جمعی را ، که امروز ما با آن آشنا هستیم ، به وجود آورد . در این دوره با گسترش صنعت و توسعه ی فناوری ، موجب به وجود آمدن کارخانه های بسیاری شد و از آنجا که این کارخانه ها به نیروی کار احتیاج داشتند بسیاری از مردم از روستا ها به سوی شهر ها آمدند ، این امر موجب رشد درآمد کارگران و در نتیجه رفتن آنها به سفر در ایام بیکاری شد . ابتدا مسافرت ها یک روزه بود چون هنوز مردم از درآمد کافی برخوردار نبودند و روز های کاری هفته پنج روز نشده بود . با این روندی که به وجود آمده بود ، دیگر مسافرت به افراد مرفه اجتماع تعلق نداشت و مردم متوسط جامعه هم قادر به سفر بودند ، با زیاد شدن مسافران به تعداد میهمان خانه ها که در گذشته فقط در اختیار افراد ثروتمند بودند اضافه شد ، هر چند که طبقه متوسط پول زیادی خرج نمی کردند ولی تعداد روزافزون آنها این کمبود را جبران می کرد . (فيروزيان ، 1388، ص 19)

**2-2-5- جهانگردی نوین**

جهانگردی امروز به همراه مجموعه ای از تمایلات ، حرکت ، دست رسی یافتن به امکانات و توانایی های مالی ، مسافرت توده ها را امکان پذیر ساخت . پیشرفت فناوری باعث شد که به دلیل های متعددی میزان مسافرت های دسته جمعی افزایش یابد که این دلایل شامل افزایش زمان تفریح ، بالا رفتن درآمد ، پیشرفت ارتباطات دور و ایجاد راه های کارآمد حمل و نقلی است . هر سال بر بودجه ی جهانگردی خارجی افزوده می شود ، به طوریکه در سال ۱۹۹۵ بودجه ای که صرف جهانگردی خارجی شد ، بیشتر از سه برابر بودجه ای بود که صرف امور دفاعی می شد امروزه جهانگردی و مسافرت به صورت یکی از پایه های استوار سیستم اقتصاد جهانی درآمده است . امروزه جهانگردی فقط مختص خانواده های مرفه و ثروتمند نیست ، بلکه میلیون ها نفر از مکان های تازه ، دیدن کرده و علاقه مند به شناخت هرچه بیشتر محیط زندگی خود و کسب تجربیات جدید هستند . در حالی که عصر جدیدی از جهانگردی آغاز شده است و سیر تکاملی خود را می پیماید ، تعداد زیادی از عوامل برون زا بر آن اثر خواهند گذاشت . پیشرفت های اقتصادی و مالی ، پیشرفت های فناوری و نوآوری ها ، مسائل مربوط به محیط زیست از عواملی هستند که بر بخش اداره مسافرت و جهانگردی و تولید محصولات تاثیر می گذارند . (فيروزيان ، 1388، ص 20)

**2-3- انواع گردشگري**

**1- گردشگري تندرستی (گردشگري سلامت)**

مسافرت به دهکده های سلامت بدون دخالت پزشک معمولاً برای فرار از، ازدحام شهرها یا ازبین بردن تنش ها و استرس و حتی برای استفاده بیشتر ازنورخورشید می باشد.( فيروزيان ، 1388 ، ص 33)

**2- گردشگري درمانی (گردشگري سلامت)**

استفاده از آب های معدنی ،نمک ، لجن های طبیعی ،مناطق آفتاب گیر تحت نظارت و مداخله پزشک .( فيروزيان ، 1388 ، ص 33)

**3- گردشگري پزشکی (گردشگري سلامت)**

مسافرت به منظور درمان بیماری و انجام جراحی زیرنظر پزشکان در مراکز درمانی که علاوه بر معالجه پیگیری بیمار را شامل می شود و درموارد زیر کاربرد دارد :

ـ اموری که در کشور فرد غیر قانونی است مثل سقط جنین .

ـ مراقبت های ویژه که در کشور فرد امکان پذیر نیست.

ـ در مواردی که لیست انتظار برای معالجه فرد در کشورش طولانی مدت است.

ـ برای استفاده از خدمات بهداشتی ارزان یا رایگان . .( فيروزيان ، 1388 ، ص 33)

**4- گردشگري ورزشى**

گردشگرى را كه حداقل  ۲۴ ساعت در منطقه مورد بازديد بماند و هدف سفرش شركت در فعاليت هاى مرتبط با ورزش باشد گردشگر ورزشى گويند . درواقع سفر كردن از خانه و محل كار براى ورزش كردن، تماشاى رويداد هاى ورزشى، تماشاى جاذبه هاى ورزشى شامل فعاليت هاى رقابتى و غير رقابتى ، تجهیزات ورزش های مورد علاقه افراد از جمله اسکی، گلف و غواصی برای گذراندن تعطیلات در این سفرها فراهم می باشد. .( فيروزيان ، 1388 ، ص 33)

**5- گردشگري ماجراجویی**

شامل سفر به نواحی کوهستانی و ناهموار یا ورزش های ماجراجویانه مثل پانجو،کوهنوردی، صخره نوردی و پیاده سفر کردن از راه های ناهموار. .( فيروزيان ، 1388 ، ص 34)

**6- گردشگري کشاورزی**

شامل بازدید از مزارع و زمین های کشاورزی می باشد که به نوعی اقتصاد داخلی کشاورزی را حمایت می کند. .( فيروزيان ، 1388 ، ص 34)

**7- گردشگري مجازی**

سفر به طور فیزیکی انجام نمی شود بلکه کشف دنیا از طریق اینترنت، کتاب و تلويزیون صورت می گیرد. .( فيروزيان ، 1388 ، ص 34)

**8- گردشگري زیست محیطی**

توریسمی دائمی که ازمحیط زیست تأثیرمی پذیرد نظیر گردش درپارک های ملی. .( فيروزيان ، 1388 ، ص 34)

**9- گردشگري فروشگاه کتاب**

تلاش عامه مردم برای حمایت از فروشگاه های مستقل با تبلیغ آنها به عنوان مقصد سفر و جذب گردشگران می باشد. .( فيروزيان ، 1388 ، ص 34)

**10- گردشگري آموزشی**

شامل سفر به یک کشور جهت عضویت در یک مؤسسه آموزشی یا شرکت در کلاس هایی که مورد علاقه شخصی می باشد مثل کلاس های آشپزی با حضور سرآشپزهای نام آور یا کلاس های صنعتگری. .( فيروزيان ، 1388 ، ص 34)

**11- گردشگري آثار باستانی**

 شامل بازدید از مکان های تاریخی یا صنعتی که از قدمت باستانی برخوردارند از جمله کانال های قدیمی، راه آهن، میدان نبرد و ... می باشد. .( فيروزيان ، 1388 ، ص 35)

**12- گردشگري تفننی**

توریست به صورت انفرادی یا گروهی در سرگرمی های مورد علاقه خود شرکت می کند و با افرادی که علایق مشابهی یا تجربیاتی متناسب با آنها دارند همسفر می شوند که معمولاً به صورت گردش در باغ و گشت و گذار در پارک ها می باشد. .( فيروزيان ، 1388 ، ص 35)

**13- گردشگري فراگیر**

توریسم فراگیر یا (توریسم برای همه) برای کلیه افراد به ویژه افرادی که محدودیت هایی دارند یا ازناتوانایی های جسمی رنج می برند، می باشد که در بعضی مناطق با استفاده از طرح های دانشگاهی یا اصول توسعه اهداف دانشگاهی مطرح می شود. .( فيروزيان ، 1388 ، ص 35)

**14- گردشگري دائمی**

 شامل افراد معمولی می شود که همیشه در تعطیلات با اهداف مالیاتی یا اجتناب از مقیم شدن در یک کشور به آنجا سفر می کنند. .( فيروزيان ، 1388 ، ص 35)

**15- گردشگري سفری**

نوعی خاص ازگشت وگذارکه شخص ازسفر کردن بیش ازرسیدن به مقصد لذت میبرد. .( فيروزيان ، 1388 ، ص 35)

**16- گردشگري فضایی**

احتمالاً شامل سفر به کرات و سیارات دیگر در آینده می باشد. .( فيروزيان ، 1388 ، ص 35)

**17- گردشگري فرهنگی**

طی این سفرها از میراث فرهنگی شهرها بازدید می شود. این نوع توریسم تجربیات خاص فرهنگی را نظیر توریسم موزه هنری در بر می گیرد و گردشگران می توانند در طول سفراز موزه های هنری دیدن کنندیا در بسیاری از مراسم فرهنگی شرکت نمایند. .( فيروزيان ، 1388 ، ص 35)

**18- گردشگري ویرانه ها**

شامل سفر به مناطق حادثه دیده و ویران شده است نه صرفاً برای کمک بلکه برای بازدید از خرابه ها می باشد که البته اگر این بازدیدها کار امداد رسانی، نجات مصدومین و اقدامات مرمتی را به تأخیر بیاندازد، مشکل آفرین خواهد شد. .( فيروزيان ، 1388 ، ص 36)

**19- گردشگري نیاشناسی**

 گردشگری و سفر به منظور شناخت شجره نامه و پیشینه نیاکان .( فيروزيان ، 1388 ، ص 36)

**20- گردشگري سیاه**

گردشگری برای بازدید از محل های حوادث و فجایع یا گروستان ها. اولین کمپانی فعال در این زمینه کار خود را در نیو جرسی آمریکا برای بازدید از محل حادثه هواپیمایی هایدنبرگ شروع کرد. .( فيروزيان ، 1388 ، ص 36)

**21- گردشگري افیونی**

سفر به منظورتهیه یا مصرف مواد مخدر. ( فيروزيان ، 1388 ، ص 36)

**22- طبیعت گردی**

گردشگری به منظور بازدید از جلوه های طبیعت با حداقل خسارت به محیط زیست. .( فيروزيان ، 1388 ، ص 36)

**23- گردشگري سخت**

گردشگری که همراه با مخاطرات جانی است. .( فيروزيان ، 1388 ، ص 36)

**24- گردشگري قمار**

 سفر به منظور شرکت درقمار و قمار خانه ها. معروفترین مقاصد این نوع گردشگری در دنیا عبارتند ازآتلانتیک سیتی،لاس وگاس، پالم اسپرینگ،کالیفرنیا، ماکائو ومونت کارلو. .( فيروزيان ، 1388 ، ص 36)

**25- گردشگري باغبانی**

سفر به منظور بازدید از باغ ها و باغچه های زیبای دنیا مانند تاج محل .( فيروزيان ، 1388 ، ص 36)

**26- گردشگري میراث فرهنگی**

مانند سفر برای بازدید از بناهای تاریخی یا بنا ها ی صنعتی بزرگ .( فيروزيان ، 1388 ، ص 36)

**27- گردشگري تفریحی**

سفرجهت انجام تفریحی خاص یا ملاقات با گروهی که تفریح موردعلاقشان با شما یکی است. .( فيروزيان ، 1388 ، ص 37)

**28- گردشگري خاص**

مخصوص معلولین یا بیماران با شرایط خاص .( فيروزيان ، 1388 ، ص 37)

**29- گردشگري فرهنگ عامه**

سفری که تصمیم آن پس از مطالعه کتابی یا مشاهده فیلمی در مورد مقصد توسط گردشگر گرفته می شود. .( فيروزيان ، 1388 ، ص 37)

**30- گردشگري پیوسته**

برخی از افراد بسیار ثروتمند برای فرار از مالیات پیوسته در سفر هستند تا مشمول قوانین اقامت در محلی خاص نشوند. .( فيروزيان ، 1388 ، ص 37)

**31- گردشگري زیارتی**

سفر به منظور زیارت مکانی مقدس .( فيروزيان ، 1388 ، ص 37)

**32- گردشگري تنها**

سفر به تنهایی .( فيروزيان ، 1388 ، ص 37)

**33- گردشگري آبهای معدنی و چشمه ها**

سفر برای دیدن و استفاده کردن از آب های معدنی و چشمه های آب درمانی برای درمان بعضی بیماری های خاص و لذت بردن از این نعمت خدادادی . .( فيروزيان ، 1388 ، ص 37)

**34- گردشگري مناطق کویری**

سفربه اعماق بیابان و سرزمین های ناشناخته و مبارزه با گرمای طاقت فرسا و کم آبی در کویر. .( فيروزيان ، 1388 ، ص 37)

**35- گردشگري چمدانی**

سفر برای خرید از بازارهای خاص .( فيروزيان ، 1388 ، ص 37)

**36- گردشگري کاروتجارت**

سفر برای تجارت و کسب درآمد و تجربه برای پیشرفت در صنعت کارو کار در کارخانجات و کارگاه ها . .( فيروزيان ، 1388 ، ص 37)

**37- گردشگري مناسبتها و وقایع خاص**

سفر برای شرکت در مناسبتها و برنامه های ویژه به خصوص مراسم آیینی و ملی .( فيروزيان ، 1388 ، ص 38)

**38- گردشگري شکار**

سفر برای شکار حیوانات و زندگی در طبیعت در کنار حیوانات .( فيروزيان ، 1388 ، ص 38)

**39- گردشگري حادثه جو**

دیدن از بعضی موارد خاص مانند دیدن از یک کوه در حال آتشفشان و یا یک منطقه سیل زده و زلزله زده . خبرنگاران خود مصداق کاملی از این تگروه هستند . .( فيروزيان ، 1388 ، ص 38)

**40- گردشگري تشویقی**

مانند کارمندانی که به دلایل خاص از سهمیه تشویقی استفاده میکنند و با خرج کارفرمای خود به سفر میروند . .( فيروزيان ، 1388 ، ص 38)

**2-4- توسعه پايدار گردشگري**

با ورود جامعة جهاني به سدة بيست و يكم، در گردشگري دو نيروي بزرگ شتاب بيشتري به خود مي‌گيرند. نخست حركتي است در راه پذيرش مسؤليت بيشتر در برابر فرهنگ جامعة ميزبان و احترام بيشتر به آن فرهنگ.چنين فشاري در نتيجة شناخت اين واقعيت بوده است كه صنعت گردشگري مي‌تواند بر جامعة ميزبان و محيط آن اثرات منفي بگذارد.

حركت دوم پذيرفتن مسؤليت بيشتر از جانب كساني است كه به مسافرت مي‌روند و اين منعكس كنندة الگوهايي تازه از مسافرت در غالب مصرف كالاها، خدمات، زيرساختها و جاذبه‌هاي گردشگري است. افراد ترجيح مي‌دهند انفرادي و مستقل به مسافرت بروند. مي‌كوشند در اين راه آموزش هاي تازه‌اي ببينند و با هدف رشد و پيشرفت شخصي يا به عبارتي به منظور بالندگي و خودشكوفايي به مسافرت مي‌روند. مشاهده مي‌شود كه اين دو نيرو و حركت در اصولِ متعلق به گردشگري پايدار جمع شده‌اند. بنا به تعريف اسوار بروك، جهانگردي پايدار يعني گردشگري كه از لحاظ اقتصادي موفقيت آميز است اما منابعي را كه آينده گردشگري نيز به آنها بستگي دارد به ويژه محيط­زيست، فضاي كالبدي و بافت اجتماعي ميزبان را ويران نمي كند.

نظري به رويکردهاي نو گردشگري در دنيا نشان مي دهد که دانشمندان علوم گردشگري در تعريف گردشگري پايدار سه اصل مهم را مورد تأكيد قرار گرفته مي دهند كه عبارتند از:

كيفيت گردشگري پايدار: كه مي‌تواند تجربه‌اي با كيفيت بالا به گردشگر يا مسافر منتقل كند. در اين خصوص بهبود كيفيت زندگي جامعة ميزبان و حفظ كيفيت محيط در اثر رعايت كردن شاخص هاي پايداري در گردشگري دست آوردي حائز اهميت است.

حفظ و دوام: گردشگري پايدار، دوام منابع طبيعي كه اساس و پاية وجود آن بوده است و هم چنين حفظ و دوام فرهنگ جامعة ميزبان را كه منشاء تجربيات ارزندة آن مي‌شود، تضمين مي‌كند.

تعادل: گردشگري پايدار بين نيازهاي صنعت گردشگري، حمايت از محيط‌زيست، فضاي اجتماعي و جامعة محلي نوعي تعادل و توازن برقرار مي‌كند. در گردشگري پايدار بين هدف هاي متقابل و مشترك گردشگران، مسافران، جامعة ميزبان و مقصد يا محلي كه پذيراي گردشگران است نوعي همكاري و تشريك مساعي به وجود مي‌آيد. در حالي كه در گذشته اين عوامل داراي هدف هاي متفاوت و گاهي متضاد بودند.

در گردشگري پايدار، توجه به نيازهاي جامعة ميزبان از اهميت خاصي برخوردار است و به هنگام برنامه‌ريزي و در فرآيند مديريت اثرات گردشگري، به اين نيازها توجه ويژه‌اي مي‌شود. به خصوص در صنعت گردشگري به اينكه مبادا بر ساختار اجتماعي ـ فرهنگي جامعة ميزبان اثرات ويرانگر و منفي گذاشته شود، توجه عميقي مي‌شود. كيفيت تجربه‌هايي كه گردشگر در طي فرآيند سفر به دست مي‌آورد، در گِرو ويژگي هاي فرهنگي ـ اجتماعي مقصد يا مكاني است كه مورد بازديد قرار مي‌­دهد. لذا تداوم فعاليت ها و كاهش هزينه‌هاي عملياتي از قبيل بازاريابي و غيره، در نهايت ميزان بهره‌وري ناشي از فعاليت هاي گردشگري، در گِرو ميزان رضايت و مطلوبيت گردشگر از تجربة خود در جريان سفر به ويژه در جامعة ميزبان است. لذا با توجه به اهميت تنظيم سياست ها بر اساس رويکردي پايدار، ضرورت دارد که به برخي از اصول بنياني گردشگري پايدار اشاره شود. مهمترين اين اصول عبارتند از:

گردشگري پايدار مستلزم انديشه­اي درازمدت است، نه كوتاه مدت و در برنامه­ريزي، خط­مشي­گذاري و مديريت، مسائل مربوط به استفادة مطلوب و اجتناب از بهره برداري نامطلوب از منابع انساني و طبيعي را در نظر مي‌گيرد.

بنا بر آن چه آمد ، رويكرد نظريه‌اي حاكم بر فرايند مطالعات مبتني بر توسعه پايدار"[[1]](#footnote-1) است و هم اکنون راه جذاب ديگري نسبت به مسير ناپايدار فعلي ما بشمار می آید. درمقیاس جهانی، توجه به بعد مفهومي و راهبردی - اجرایی توسعه پايدار درحال افزايش است و همگان بدرستی دریافته اندکه بدون اين نیاز بنيادی، بسياري از تلاش ها قادر نخواهد بود تا با ظرفیت كامل، به نتیجه مطلوب برسد (Chiras & Herman,1997,p107-108).

نياز به يك الگوي توسعه جديد تا اواسط دهه 1980 به طورگسترده شناخته شد، تا آن هنگام سازمان ملل دهه هاي دوم وسوم توسعه خود را يك شكست اعلام كرده بود؛ زیرا، درعمل چرخه فقردركشورهاي فقير و داراي كندترين روند توسعه در سطح جهان محو نشده بود. بنابراين، تركيب بدهي بالا همراه با رشد اقتصادي پایین و افزايش ميزان آسيب پذیری جوامع انسانی از الگوهای مرسوم رشد و توسعه، انتقاد از پارادایم غالب توسعه را شدت بخشید (Estes,1993.p2).

افزون بر این، وجود چالش های جدی در عرصه ی زیست محیطی و اجتماعی- اقتصادی ضرورت بازآفرینی پاردایم و الگوی جدیدی از توسعه را فراهم نمود، نظیر:

فروسایی و تخریب منابع طبیعی و محیط زیست در مقیاس جهانی ؛

تغییرات اقلیمی،گرم شدن کره زمین و آسیب پذ یری لایه اوزن ؛

گسترش فقر با وجود رشد نسبی اقتصاد جهانی ( فقر به عنوان عامل تخریب محیط شناخته شده است)؛

افزایش نابرابری در دست یابی به فرصت ها در همه وجوه توسعه؛

تهدید رو به تزاید فرصت زندگی و استفاده از موهبت های خدادادی برای نسل های آینده ؛

مصرف بیش از حدو نامتعادل در مقیاس جهانی و بهویژه در سطح کشورهای پیشرفته صنعتی (Algobaisi,1999,p10-11).

از دیدگاه مفهومی، توسعه پايدار فرایندی است كه نيازهاي نسل كنوني را بدون تهدید توانايي نسل هاي آينده در برآورده نمودن نيازهایشان تامین و تضمین نماید. متخصصان علوم محیطی و به ویژه جغرافیا دانان از گذشته های دورمتوجه وابستگي متقابل بين انسان و محیط برای بهره برداری از منابع طبیعی بدون تهدید "ظرفیت برد"محیط بوده اند؛ گرچه اصول توسعه پايدار جدید نبوده، از لحاظ علمي نیز قابل اجرا بشمار می آید، ولي كاربرد مفهوم آن در برنامه ريزي توسعه، پدیده ای است که در دهه 80 میلادی توسط کمیسیون جهانی محیط زیست و توسعه به طور رسمی وارد محافل آکادمیک و اجرایی شدو هم اکنون به عنوان چارچوبی برای فهم وابستگی ها و هم پیوندی میان ظرفیت ها و چالش های توسعه در ابعاد محیط زیست، اجتماعی و اقتصادی بکار می رود (Haris,2000,p12) و ناظر بر اصول یکپارچگی محیطی، اثربخشی اقتصادی وبرابری اجتماعی است (Kumar,1993,p116).

****

**شکل شماره = 1 اصول پایداری**

منبع : (Kumar,1993,p116)

هم اکنون بر همگان آشکار است که نیل به توسعه پایدار مشروط به تحقق الزامات زیر است :

ریشه كن كردن فقر و محرومیت؛

گسترش مفهوم توسعه به همه جنبه‌های حیات( باید دانست كه توسعه منحصر به رشد اقتصادی نیست، بلكه باید شامل رشد اجتماعی و فرهنگی نیز باشد)؛ و

بالاخره مهمترین بُعد و اقدام در این زمینه ایجاد هماهنگی و همسویی بین اقتصاد و محیط زیست به عنوان پایه ای برای تصمیم‌سازی در همه سطوح است. (جاودان،13880، ص 40)



**شکل شماره = 2 ساختار نظریه پایداری : برقراری توازن میان ابعاد اصلی برنامه ریزی توسعه**

**منبع : (جاودان،13880، ص 40)**

بدین اعتبار، ساختار اصلی نظریه توسعه پایدار به ترتیبی بنا شده است که برقراری امنیت و توازن در سه حوزه اصلی محیط زیست، اجتماع و اقتصاد با حفظ فرصت های برابر در ابعاد جغرافیایی، درون نسلی و بین نسلی و با جهت گیری اهداف راهبردی زیر را در دستور کار قرار می دهد(شکل شماره 3) :

خوداتکایی، یکپارچگی و محافظت از محیط زیست؛

ثبات،رشد و کارایی (والبته اثربخشی) اقتصادی؛

برابری( درکسب فرصت ها و شرایط بهتر زندگی)، ،همبستگی و مشارکت اجتماعی: (Pichs & Ramon,2000,p31).



**شکل شماره = 3 ساختار نظریه پایداری**

منيع: (Pichs & Ramon,2000,p31)

مراجعه به متون اولیه و در حال حاضر توسعه پایدار نشان می دهد که توسعه پایدار دارای سه حوزه ی برهم کنش محیطی، اجتماعی و اقتصادی است که در فرایند برنامه ریزی توسعه پایدار به عنوان ارکان اساسی به طور همزمان و توامان و با اهمیتی یکسان مطمح نظر واقع می شوند .



**شکل شماره = 4 ابعاد ساختاری توسعه پایدار**

منيع: (Pichs & Ramon,2000,p31)

از اين رو، پيش فرض هاي پايه توسعه پايدار را مي توان به ترتيب زير بر شمرد:

امنيت اكولوژيكي: با تأكيد بر يكپارچگي و محافظت از سرمايه‌هاي طبيعي و فرايندهاي اساسي حيات و توسعه در چارچوب "ظرفيت برد" محيط زيست؛

امنيت اجتماعي: با تاكيد بر برابري در فرصتها، ارتقاي اعتماد و همبستگي جامعه و حفاظت از سرمايه‌هاي فرهنگي و اجتماعي در فرايند توسعه و در نهايت توزيع عادلانه منافع؛

امنيت انساني: مبتني بر ارتقاي سطح سلامت، آگاهي، دانش و در نهايت رفاه جامعه انساني؛

امنيت اقتصادي: بر پايه اثر بخشي استفاده از منابع، استمرار رشد و توسعه بازار متناسب با ظرفيت برد تأسيسات و زيرساخت ها ، افزايش فرصت هاي شغلي – درآمدي و در نهايت كاهش فقر؛

يكپارچگي كالبدي- فضايي: با تاكيد بر حفاظت و صيانت از سرمايه‌هاي كالبدي و انسان ساخت و توسعه به هم پيوسته مكان ها(شهر و روستا و...) و مناطق متناسب با ظرفيت و عملكرد هر يك در مقياس سرزمين.

در حوزه گردشگري**،** با تصويب دستوركار21 و اجرايي شدن مفاد توسعه پايدار، سازمان جهاني گردشگري و ديگر نهاد هاي بين المللي ذي نفوذ در اين عرصه نيز، رهيافت " توسعه پايدار گردشگري" را در سر لوحه امور راهبردي و اجرايي خود قرار داده اند؛ بدين اعتبار، با تاسي به مباني توسعه پايدار، گردشگري پايدارناظر بر هم زماني و هم پوشاني جنبه هاي محيطي، اقتصادي و اجتماعي– فرهنگي در فرايند توسعه توريسم است، به نحويكه، تعادل مناسب بين اين سه جنبه در دراز مدت بر قرار باشد ؛ توسعه پايدار توريسم بر اساس تعريف WTO مبتني بر رئوس زير باشد :

استفاده بهينه از منابع محيطي به عنوان عناصر كليدي در توسعه توريسم و يكپارچگي فرآيندهاي اصلي و حياتي اكولولوزيكي براي حفاظت از منابع طبيعي و تنوع زيستي؛

پايبندي به ارزش هاي جامعه پذيرنده توريسم (به ويژه ارزش هاي فرهنگي زندگي روزمره) و مشاركت موثر در فهم فرهنگي و حساسيت هاي جامعه و در نهايت حفاظت از ميراث فرهنگي؛

اطمينان از امكان عملكرد دراز مدت اقتصادي، وتوزيع عادلانه فوايد اقتصادي – اجتماعي حاصل از توريسم به تمامي ذي نفعان كه گستردگي قابل توجهي نيز در جامعه دارند (شامل فراهم آوردن موقعيت هاي شغلي دائم با درآمد مناسب، تامين خدمات اجتمائي جامعه ميزبان و بالاخره فقر زدائي)؛

رضايت مندي توام با تجربه خوب در نزد گردشگران .

لذا در فرايند توسعه، مشاركت موثر تمامي ذي نفعان از يك طرف و خواست سياسي بسبار قدرتمند نقش اساسي در دست يابي به اهداف گردشگري پايدار دارد. به عبارت ديگر توسعه پايدار گردشگري، فرايند دائمي است كه در آن پايش اثرات به عنوان ابزار مديريتي كارا براي پرهيز و جلوگيري از برخي اقدامات و روش ها ويا تصحيح روش ها و جايگزيني مناسب براي آنها همواره بكار گرفته وادامه مي يابد. اين فرآيند مداوم مي بايد در كليه سطوح کالبدی – فضایی توسعه توريسم ،يعني مناطق ، محور ها و قطب ها ودر اشكال مختلف آن بصورت يكسان تلقي گردد.

در مجموع، تجربيات جهاني نشان مي دهد كه تعامل و همپيوندي موزون ميان سه ستون اصلي محيط زيست، جامعه و اقتصاد (فعاليت)، هنگامي پايدار خواهد بود كه فرايند برنامه ريزي توسعه گردشگري، بر پايه اصول زير استوار گردد:

امكان پذيري اقتصادي توسعه توريسم ؛

تامين ا نتظارات جوامع محلي ؛

ارتقاءكيفيت مشاغل ؛

تضمين عدالت اجتماعي ؛

تامين خواسته و رضايت مندي گردشگر؛

كنترل و مشاركت جوامع محلي در توسعه گردشگري؛

تامين رفاه و امنيت ودر مجموع كيفيت زندگي جوامع محلي؛

حفظ غناي فرهنگي وتوجه به ارزش ها؛

يكپارچگي فيزيكي در محيط اعم از شهر، روستا، جنگل، بيابان، چشم اندارها و غيره؛

تنوع زيستي؛

بهره وري پايدار از منابع

محيط پاك

**2-5- تعریف اوقات فراغت ،تفریح وجهانگردی**

واژه ((فراغت )) معادل واژگان فرانسوی ((لوآزیر)) ،انگلیسی ((لژر)) وآلمانی ((فراي جي ت )) است که درزبان فارسی رایج شده است.

درتعریفی از اوقات فراغت ، باتاکید بررهایی انسان از فشارهای کار وزندگی وآسودگی وآرامش آمده است:

(( اوقات فراغت ، یعنی آن بخش از زمان بیداری که انسان از تعهدات شغلی وکار مولد آزاداست وبه طوردلخواه به استراحت ،ترمیم قوا و رفع خستگی جسمی وروحی می پردازد. (دیلمانی ، 1383 ، ص29)

بعد از جنگ جهانی دوم به هنگام تدوین ((اعلامیه حقوق بشر)) ، حق بهره مندی از اوقات فراغت به عنوان ((حق همگانی )) مدنظرقرارگرفت وبه صورت زیر دراین اعلامیه انعکاس پیداکرد:

((هرکس حق استراحت ، فراغت وتفریح دارد وبه خصوص محدودیت معقول ساعات کارو مرخصی های ادواری بااخذحقوق ، ذی حقوق می باشد)) . (فصلنامه تحلیلی و پژوهشی ، 1383 ، ص 11)

**2-6-ارتباط بین گردشگری واوقات فراغت**

باتوجه به تعاریف اوقات فراغت ، می توان به ارتباط نزدیک بین ساعات کار ، اوقات فراغت وگردشگری پی برد. از تعاریف ذکر شده چنین استنباط می شود که بین ساعات کار افراد واوقات فراغت آنها رابطه ای بالقوه معکوس وبین اوقات فراغت را به دنبال دارد،به عبارت دیگر کاهش ساعت های کاری، افزایش اوقات فراغت را به دنبال دارد واین افزایش خود زمینه مناسبی را برای افزایش تقاضاهای گردشگری وتوسعه روزافزون این صنعت فراهم می کند. به طور کل درک گردشگری مستلزم این است که اوقات فراغت، اساس کلی گردشگری رادرنظر بگیرد. اگر چه گاهی دراوقات فراغت همپوشی رخ می دهد. (دیلمانی ، 1383 ، ص29)

**2-7- گردشگري و اهميت آن**

گردشگري سفر موقت پاره اي از مردمان است به مقصدي غير از محل زندگي خود. طبق تعريف سازمان جهاني جهانگردي [[2]](#footnote-2)(WTO)، توريست كسي است كه به سرزمين يا كشوري غير از جايي كه اقامت دائمي دارد سفر كند و حداقل يك شب و حداكثر يك سال در آنجا بماند و دليل مسافرتش تفريح، استراحت، ديدار بستگان، درمان، زيارت اماكن مقدس، بازديد از آثار تاريخي و مراكز فرهنگي- هنري، شركت در مسابقات ورزشي يا تماشاي آنها، ديدن نمايش گاه هاي بازرگاني يا مراكز فعاليت هاي اقتصادي و شركت در همايش ها و نشست ها باشد.

پديده نوين جهانگردي كه برخاسته از افزايش اوقات فراغت است در جنبه هاي گوناگون بشريت معاصر تأثير فراوان مي گذارد. جهانگردي ،اقتصاد جهاني را كاملاً تحت تأثير قرار مي دهد. منبعي مهم براي شكوفايي اقتصادي كشور هاي در حال توسعه و برقرار كننده توازن مالي در اقتصاد بين المللي كشورهاي فقير و غني است و زندگي اجتماعي را با ايجاد مشاغل گوناگون و ارتقاي سطح درآمد طبقات وسيعي از مردم كشورهاي جهانگرد فرست و جهانگرد پذیر، تغيير مي دهد. ( رضوانی، 1374 ، ص56)

توريسم بزرگترين و سريع الرشد ترين صنعت جهان است. توريسم جهاني بين سال هاي 1990-1970 به ميزان 260 درصد رشد داشته است (دي فريتاس-2004 . p . 76). هر ساله در سطح كرة زمين، 7/1 ميليارد جابجايي جهانگردي صورت ميگردد كه هزينه آن بالغ بر 600 ميليارد دلار مي گردد. تخمين زده مي شود كه تا سال 2020 ،تعداد 6/1 ميليارد توريست بين المللي وجود خواهد داشت و بيش از 2 تريليون دلار خرج خواهد كرد. (سكات و ام و هكار -2004 . p . 41).

**2-8-گردشگری و آثار آن**

معمولاً عوارض و نتايج حضور جهانگردان را در سه حوزه اقتصادي، اجتماعي ـ فرهنگي و زيست محيطي و با بهره‌گيري از سنجه‌هاي مشخص ارزيابي مي‌کنند. حضور گردشگران در مقصد نتايج مثبت و منفي به همراه خواهد داشت که برنامه‌ريزان و سياست گذاران بايد براي تنظيم برنامه‌هاي جهانگردي و سياست گذاري به نتايج مثبت و عوارض منفي اين حضور توجه کافي داشته باشند.

**2-8-1- آثار اقتصادي جهانگردي**

کشورها و جوامع به صورت فزاينده‌اي به اين حقيقت پي برده‌اند که براي بهبود وضع اقتصادي خود بايد ابتکار عمل به خرج دهند و درصدد يافتن راه هاي تازه‌اي برآيند. اگر چه در نقاط منطقه‌هاي مختلف دنيا شرايط متفاوت است، اما همواره گردشگري عاملي براي پيشرفت اقتصادي بوده است. اين صنعت مي‌تواند موجب تغييرات اقتصادي و اجتماعي شود. جهانگردي از طريق تأثير بر درآمد ملي، اشتغال، تغيير قيمت ها و تراز بازرگاني ملي، اقتصاد کشور را تحت تأثير قرار مي دهد(رنجبران وهمكار ، 1379، ص 66).

**جدول شماره 1 :آثار اقتصادي جهانگردي**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| نوع اثر | جنبه‌هاي مثبت | جنبه‌هاي منفي |
| اقتصادي | ـ افزايش درآمدزايي ارزيـ ايجاد فرصت هاي شغليـ تحرک سرمايه‌هاي ماليـ جلب سرمايه‌هاي خارجيـ بهسازي و توسعه تأسيسات زيربناييـ موازنه پرداخت هاي بين‌الملليـ توسعه صادرات غير نفتيـ به کارگيري توان هاي موجود محليـ توسعه منطقه‌اي | ـ تورم، افزايش عمومي قيمت هاـ اشتغالات فصلي و بيکاريـ افزايش قيمت زمينـ توسعه بخش خدمات و تحليل توليد کالاييـ کاهش خدمات عمومي همگانيـ توسعه نامتعادل منطقهـ وابستگي به کشورهاي بيگانه |

**مأخذ : ضرغام، 1375، ص 86**

**2-8-2- آثار اجتماعي و فرهنگي**

در کتاب انسان‌شناسي گردشگري (اسميت) اثرات مختلفي در اين رابطه در نظر گرفته شده است.

1ـ بعضي از انواع اثرات اجتماعي ـ اقتصادي، تغييرات طبيعي هستند و فشارهاي ناشي از هر نوع توسعه اقتصادي را شامل مي‌شوند حتي اگر بوميان و گردشگران داراي زمينه‌هاي فرهنگي يکساني باشند.

2ـ اثرات ديگر ناشي از تفاوت اجتماعي ـ اقتصادي بين بوميان و گردشگران است که ممکن است داراي زمينه‌هاي اقتصادي ـ اجتماعي يکسان يا متفاوتي باشند که تفاوت سطوح نسبي با توسعه اجتماعي ـ اقتصادي ـ سياسي بوميان و گردشگران به عنوان يک فاکتور مهم شناخته شده است.

3ـ نوع سوم اثرات منتج از تفاوت هاي فرهنگي چشمگير بين بوميان و گردشگران است. آن تفاوت ها ممکن است به ارزش هاي اصلي و نظام قانوني اعتقادات مذهبي، سنن، رسوم، سبک زندگي، الگوهاي رفتاري، نوع لباس، تقسيم‌بندي زمان، گرايش نسبت به بيگانگان و عوامل ديگر مربوط مي‌باشد.

يکي از مقاصد برنامه‌ريزي و سياست گذاري جهانگردي ممانعت از درگيري‌ها و کنترل تبعات فرهنگي حضور جهانگردان خارجي است. براي تأمين اين منظور معمولاً يکي از دو شيوه زير مود استفاده قرار مي‌گيرد :

1ـ تمرکز تأسيسات و تجهيزات جهانگردي در نقاط دور از مناطق پرجمعيت باعث مي‌شود تا از اين طريق از تقابل فرهنگ هاي متفاوت مردم و جهانگردان (مثلاً پوشش آنان، نحوه استفاده از دريا، الگوي مصرف و ....) جلوگيري به عمل آيد. اما اين راه‌حل خود موجب مشکلاتي از قبيل ايجاد منطقه اقتصادي فعالي، جدا از محيط اجتماعي و اقتصادي بومي مي‌گردد. به علاوه تمرکز تأسيسات و تجهيزات تفريحي به حالتي که استفاده از آن براي مردم بومي ميسر نباشد، صورت ناخوشايندي از حضور جهانگردان است. به همين خاطر چنين شيوه‌اي شايد بتواند براي منطق کم جمعيتي که بالقوه امکان توسعه جهانگردي دارند مفيد باشد.

2ـ ترکيب و پذيرش انواع خاصي از جهانگردان بين‌المللي به منظور جذب مشتريان کم زحمت‌تر و پر درآمدتراست به طوري که دريافتي حاصل از اين عده ی‌قليل عدم حضور تعداد کثيري جهانگرد معمولی را جبران مي‌کند. توفيق در اجراي اين سياست انتخاب اصلح را پيشنهاد دارد و مستلزم وجود تجهيزات، خدمات و محيط هاي استثنايي است که در اغلب مناطق با امکانات موجود در کشور و يا برنامه‌هاي مصوب توسعه اجتماعي ـ اقتصادي آن مناطق انطباق ندارد. مع‌الوصف برخي کشورها (نظير موريتاني) اين خط مشي را دنبال کرده و در اجراي آن توفيقاتي نيز بدست آورده‌اند (ضرغام، 1380 ، ص 93 )

جدول شماره (2) جنبه هاي مثبت و منفي حضور گردشگران را به نمايش مي گذارد.

**جدول شماره 2 :آثار فرهنگي ـ اجتماعي گردشگري**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| نوع اثر | جنبه‌هاي مثبت | جنبه‌هاي منفي |
| فرهنگي ـ اجتماعي | ـ بهبود کيفيت زندگيـ افزايش امکانات تفريحي و سرگرميـ بهبود کيفيت خدمات اجتماعيـ بهبود درک و تصور در مورد فرهنگ ها و جوامع ديگرـ گسترش تبادلات فرهنگيـ تسهيل در ملاقات با جهانگردانـ حفاظت از وجهه فرهنگي جامعه ميزبانـ القاي احساس افتخار از داشته‌هاي فرهنگي خود | ـ افزايش فحشاـ افزايش الکليسمـ القاي حس عقب‌ماندگي فرهنگي، مالي به ساکنينـ ايجاد فرهنگ محلي غلط |

**مأخذ : ضرغام، 1375 ، ص 89**

**2-8-3- آثار محيطي**

رابطه بسيار نزديکي بين گردشگري و محيط زيست وجود دارد که سه شکل آن به شرح زير است:

1ـ بعضي از اشکال محيط زيست فيزيکي جاذبه‌هايي براي گردشگران محسوب مي‌شوند.

2ـ تسهيلات و زيربناهاي گردشگري بخشي از محيط زيست ساخته شده را تشکيل مي‌دادند.

3ـ توسعه گردشگري و استفاده گردشگران از يک ناحيه اثرات زيست محيطي ايجاد مي‌کند.

اثرات زيست محيطي گردشگري عمدتاً به اين دليل است که در محيط هايي که حساس و شکننده هستند، اين فعاليت، توسعه يافته است. مانند جزاير کوچک، سواحل، نواحي کوهستاني، نواحي مراتفع، کنار سايت هاي تاريخي و باستاني، زيرا اين نوع مکان ها منابع مهم و جاذبه‌هاي گردشگري توريست را شکل مي‌دهند .(قادري، 1380، ص 45).

حضور گردشگران در کشورها مانند يک شمشير دولبه است از يک سو عاملي است که موجب حفاظت از ثروت هاي طبيعي و يادمان هاي باستاني و مذهبي کشور مي‌شود و از سوي ديگر عامل تخريب و حتي نابودي منابع است. لذا در توسعه حضور جهانگردان بين‌المللي لزوماً بايد تشويق اثرات مثبت و محدودسازي آثار منفي اين توسعه حضور را مطمع نظر داشت : جهانگردي به حفاظت و حراست از منابع طبيعي کمک مي‌کند. مثلاً براي حفاظت از پوشش گياهي و حيات وحش، مناطق حفاظت شده، پارک هاي ملي و منطقه‌اي ايجاد مي‌شود. به علاوه حضور جهانگردان خارجي علاقه‌مند به اين منابع موجب بيداري مردم نسبت به ارزش ميراث طبيعي کشور اشکال مختلف بهره‌برداري از آن ها خواهد شد. از اين رو توسعه جهانگردي بين‌المللي بسيار مثبت و ارزنده است. به علاوه اين که در مقايسه با ساير منابع به ويژه توليدات کارخانه‌اي آلودگي کمتري به دنبال دارد و نيز دليل موجهي براي بهسازي محيطي نقاط و چشم‌اندازهايي است که تا پيش از اين توسعه، به دست فراموشي سپرده شده بودند.بنابراين در بسياري از کشورهاي در حال توسعه، جهانگردي بدون در دست داشتن خط مشي مشخص يا برنامه معين حراست و بهسازي محيط زيست توسعه يافته است. دليل اين امر احتمالاً کمبود منابع مالي و يا عدم آگاهي از زيان هاي احتمالي حاصل از توسعه حضور جهانگردان است.

آثار منفي حضور گردشگران بر محيط زيست عمدتاً عبارت است از : خسارت هايي که جهانگردان بر عناصر مختلف زيست محيطي که يک منبع مهم جهانگردي است وارد مي‌آورند. مانند تخريب زيستگاه هاي حيات وحش کشور، تخريب چشم‌اندازهاي طبيعي (ناشي از زياده‌روي در ايجاد تأسيسات اقامتي و پذيرايي در مناطق زيباي ساحل دريا و رودخانه‌ها يا چشم‌اندازهاي طبيعي)، تخريب يادمان هاي باستاي (سرقت يا خراب کاري در ساختمان هايي که داراي حفاظ نيستند)، آلودگي‌هاي هواي شهرها، آب رودخانه‌ها و درياها به مناطق زيرزميني (ناشي از تراکم آمد و شد بازديدکنندگان در يک منطقه و نقض امکانات تخليه يا تصفيه فاضلاب و دفع اصولي زباله‌ها) (جدول شماره(3) ).

**جدول شماره 3 : آثار محيطي جهانگردي**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| نوع اثر | جنبه‌هاي مثبت | جنبه‌هاي منفي |
| محيطي | ـ حفاظت از منابع طبيعيـ ايجاد مناطق حفاظت شده و پارکهاي مليـ آگاهي مردم نسبت به ارزش ثروت طبيعيـ بهسازي محيط زيست و چشم‌اندازهاي طبيعي | ـ تخريب مناطق طبيعيـ تخريب ايستگاههاي حيات وحش و پوشش گياهيـ آلودگي آب، هوا، صوتي و ...ـ تخريب يادمانهاي باستاني |

**مأخذ : ضرغام، 1375 ، ص 94**

**2-9- اجزاء و عناصر صنعت گردشگري**

در خصوص اجزاء و عناصر گردشگری دیدگاه های و نظریه های مختلفی وجود دارد که در زیر به تعدادی از آنها پرداخته شده است .

الف ) دیدگاه Edward Inskeep

از نظر اینسکیپ، گردشگری و بازار گردشگران داخلی و خارجی به عنوان بستر تمامی فعالیت های گردشگری و خدماتی می باشد. در این بستر گردشگران داخلی و خارجی به عنوان استفاده کنندگان خدمات و زیر ساخت ها می باشند و محیط طبیعی ، اقتصادی ـ اجتماعی و اجزاء آن ( از جمله جاذبه ها، تاسیسات حمل و نقل، تاسیسات زیر ساختی، اقامتی و ....) به صورت یک نظام به هم پیوسته در حال خدمات رسانی به گردشگران می باشند. محیط مذکور علاوه بر خدمات رسانی به گردشگران در اختیار ساکنین و اهالی بومی منطقه نیز می باشند.

از نظر اینسکیپ تاسیسات حمل و نقل و زیر ساختی به صورت جداگانه و در ارتباط با دیگر عناصر محیط طبیعی، اقتصادی ـ اجتماعی، بستر ساز حضور گردشگران در مقاصد گردشگری می باشند.

جاذبه ها و فعالیت های گردشگری

حمل و نقل

سایر زیرساخت ها

عناصر نهادی

سایر تسهیلات و خدمات گردشگری

اقامت

**شكل شماره = 5 بازار گردشگری داخلی و بین المللی**

منبع : Inskeep, Edward,”tourism planning” 1991: 39))

**ب )دیدگاه Gunn**

گان معتقد است كه تمام عناصر و اجزاي نظام جهانگردي به دو گروه عرضه و تقاضا تقسيم مي شود كه تقاضا شامل بازارهاي داخلي و بازارهاي بين المللي و عرضه شامل جاذبه ها و فعاليت ها، تاسيسات اقامتي و ديگر امكانات و خدمات جهانگردي را در بردارد و ساكنين محلي كه از جاذبه ها، تسهيلات و خدمات جهانگردي استفاده مي نمايند

**جدول شماره = 4 نظام گردشگری از دیدگاه گان**

|  |  |
| --- | --- |
| عوامل تقاضا | عوامل عرضه |
| • بازارهاي بين المللي جهانگردي | • جاذبه ها و فعاليت های خدماتی |
| • بازارهاي داخلي جهانگردي | • اسكان |
| • بازارهاي داخلي جهانگردي ، بازارهای خارجی | • ساير امكانات و خدمات جهانگردي |
| • استفاده ساكنين محلي از جاذبه ها، امكانات و خدمات جهانگردي | • حمل و نقل• ديگر زيرساخت ها• عناصر سازماني |

**مأخذ: راجر داس ویل، مدیریت جهانگردی ، 1378 ، ص 67**

از نظر گان، سیستم و کارکرد سیستم گردشگری دارای دو بعد عرضه و تقاضا می باشد. تمام عناصر گردشگری به طور مجازی می توانند به عنوان اجزایی از این دو بعد نمایش داده شوند. به لحاظ پیوستگی بین این عناصر، برنامه ریزی برای گردشگری بدون درک روابط درونی هر یک از ابعاد و هم چنین روابط بین عرضه و تقاضا کارساز نخواهد بود.این عناصر در یک ساز و کار سیستمی، نواحی اعزام کننده گردشگر را به نواحی میزبان از طریق مسیر حمل و نقل متصل می کنند.

همان طور که در جدول و شکل مشاهده می گردد، تاسیسات حمل و نقل و زیرساختی، بخشی از عوامل عرضه گردشگری می باشد که در مقابل عوامل تقاضای گردشگری، مشغول خدمات دهی به نیاز های گردشگران می باشند. به دیگر سخن بخش حمل نقل و تاسیسات زیر ساختی بخش از عوامل موجود در مقاصد گردشگری و بستر گردشگری داخلی و بین الملی می باشد.

تقاضا

جاذبه ها

حمل و نقل

خدمات

پیشبرد فروش

اطلاعات

**شكل شماره = 6 سيستم گردشگري از ديدگاه گان**

ماخذ:p 43 . Gunn, Clare, 2002

**ج ) دیدگاه Ray**

سیستم و نظام گردشگر از دیدگاه رای دارای دو طیف عرضه و تقاضا و برخی ساختار ها، عناصر و تاثیرات متقابل بر این دو طیف می باشد. این موارد شامل واسطه های گردشگری ( مانند آژانس ها) ، ساختار های قانونی ، تاثیرات گردشگری بر عرضه و عوامل موثر بر تقاضا می­باشد. همه موارد مذکور در بستر فرآیندی به نام مسافرت و یا گردشگری اتفاق افتاده و با هم در ارتباط می باشند.

ساختارهای قانونی

عوامل موثر

بر تقاضا

تاثیرات گردشگری

تقاضا

سفرهای داخلی و

 بین المللی

عرضه

مقاصد و تسهیلات گردشگری

مسافرت

واسطه های گردشگری

**شكل شماره = 7سيستم گردشگري از دیدگاه رای**

ماخذ: ( 11 p ، 1998؛ youel, Ray)

از دیدگاه رای، هر یک از بخش های عرضه و تقاضا خود دارای زیر بخش هایی می باشد که در شکل بالا مشاهده می گردد. نکته حائز اهمیت در این بخش جایگاه مقاصد گردشگری می باشد که از نظر رای، مقاصد گردشگری در بخش عرضه قرار می گیرند و دارای ساختاری مشخص می باشند که در شکل زیر مشاهده می گردد.بر اساس این دیدگاه بخش زیر ساختی و بخصوص حمل و نقل از اجزاء مقاصد گردشگری و در کنار دیگر اجزاء مانند تسهیلات، جاذبه ها و .... قرار دارند.

مقصد

خرده فروشي

تسهيلات

زيرساخت‌ها

حمل ونقل

پذيرايي

جاذبه‌ها

اقامت

**شكل شماره = 8 اجزاء مقصد گردشگری اجزاء مقصد گردشگري**

مآخذ: (youell, Ray1998. P 25)

**د ) دیدگاه Laws**

دیدگاه لاوز به گردشگری به صورت سیستمی بوده است. به نظر لاوز مزیت تفسیر گردشگری به مثابه یک سیستم این است که مانع از تفکر تک بعدی می شود و به ما کمک می کند تا دیدگاهی چند بعدی و چند رشته ای به گردشگری داشته باشیم. بر این اساس، می توان گردشگری را از دیدگاه علوم مختلف از جمله اقتصاد، مدیریت، روان شناسی، جامعه شناسی، انسان شناسی، و جغرافیا تفسیر و تحلیل کرد. در شکل مجموعه ای از عناصر گردشگری نشان داده شده است.

این مدل، نشان دهنده دامنه ای از عناصر مختلف است که در مجموع سیستم گردشگری را شکل می دهند. همان طور که در شکل مشاهده می شود، هر بخش از این سیستم اعم از ورودی، پردازش، خروجی و محیط، شامل اجزاء و عناصر متعددی است. هرچند هریک از این عناصر به نوعی در عملکرد سیستم مؤثرند، صاحب نظران مختلف با توجه به تخصص و علاقه مندی و تجارب خود، بر عناصر خاصی تأکید داشته و آنها را با اهمیت تر جلوه داده اند؛ برای مثال ورودی های مهم این سیستم از دیدگاه محیطی شامل منابع طبیعی و انسانی است، در حالی که دیدگاه اقتصادی بیشتر بر عنصر سرمایه گذاری و دیدگاه سیاسی بر عنصر دولت و سیاست تأکید دارد.در بخش پردازش، سه زیر سیستم مشاهده می شود که در مواردی همپوشی دارند. آن دسته از فعالیت هایی که برای عرضه خدمت به گردشگران توسعه یافته اند، مانند تورگردان ها، هتل ها و شرکت های بین المللی، خطوط هوایی جهانی و سازمان های گردشگری محلی، موجب پیوستگی این سه ریز سیستم شده اند. در زیر سیستم مقصد، بر اهمیت جاذبه های طبیعی و فرهنگی به عنوان عنصر اصلی جذب گردشگر تأکید بیشتری وجود دارد.

بازده این سیستم نشان می دهد که گردشگری می تواند موجب بروز تغییرات مثبت یا منفی در فرهنگ، محیط و گردشگران باشد. از پیامدهای مثبت اقتصادی سیستم گردشگری می توان به ایجاد فرصت های شغلی و درآمد برای جامعه اشاره کرد؛ هم چنان که افزایش درصد تورم و وابستگی اقتصاد به گردشگری از نتایج منفی آن به شمار می رود. عواملی که در این مدل، تحت عنوان عوامل نفوذ جامعه ذکر شده است، هرکدام به نوعی بر عملکرد گردشگری اثر می گذارند.

همان طور که مشاهده می گردد در این دیدگاه زیر ساخت ها در زیر سیستم مقصد قرار دارد و تاسیسات حمل و نقل خود به تنهایی زیر سیستم حمل و نقل را تشکیل داده است. این موضوع به جهت اهمیت بحث حمل و نقل از نظر لاوز به صورت جداگانه آمده است.

داده ها

منابع انسانی

منابع طبیعی

سیاست دولت

مخارج مصرف کنندگان

سرمایه گذاری

ستانده ها

تغییرات فرهنگی

تغییرات محیطی

حفاظت و آلودگی محیط زیست

هزینه ها و منافع اقتصادی

رضایت گردشگر

زیر سیستم مقصد

ـ جاذبه های طبیعی و فرهنگی

ـ موسسات اسکان و هتلها

ـ زیر ساخت ها

ـ امکانات خصوصی محلی

ویژگیهای جمعیت شناختی اقتصاد سیاست تغییر سلیقه مصرف کننده

توجه به محیط فناوری اطلاعات و ارتباطات

عوامل نفوذ جامعه

زیر سیستم خرده فروشی گردشگری

ـ جاذبه های طبیعی و فرهنگی

ـ موسسات اسکان و هتلها

ـ زیر ساخت ها

ـ امکانات خصوصی محلی

زیر سیستم حمل و نقل

ـ خطوط هوایی جهانی

ـ موسسات حمل و نقل درون شهری و برون شهری (تاکسی، اتوبوس،...)

**شكل شماره = 9 عناصر سیستم گردشگری**

منبع : ( لاوز، 1991، p . 27)

**ذ ) دیدگاه Mill and Morrison**

میل و موریسون چهار عنصر دخیل در نظام گردشگری را مورد توجه قرار داده و آنها را به صورت زیر تعریف می کند:

1ـ بازار: در سیستم بازاریابی باید رفتارهای مصرف گرایی که ریشه در محدودیت های اجتماعی و فرهنگی دارد، مورد توجه قرار می گیرد.

2ـ سفر: این عنصر اجزای متفاوتی چون سفر، مشخصات بازدیدکنندگان، ویژگی ها و فرهنگ های متفاوت مسافران و پيش بینی آینده را در بر می گیرد.

3ـ مقصد: یعنی مجموعه ای از امکانات و جاذبه های مورد نظر گردشگران و نیز تنظیم قواعد و برنامه ریزی بازاریابی برای تامین نیازهای آنان.

4ـ بازاریابی: شامل معرفی مقاصد مختلف به گردشگران حال و آینده با نگاهی به برنامه بازار و استفاده از ابزارهای مدیریت بازار یابی.

بازار

بازاریابی

مقصد

مسافرت

رسیدن

به

بازار

جهانی

شکل

 تقاضای

 سفر

فروش سفر

خرید سفر

**شكل شماره = 10 اجزاي سيستم گردشگري**

منبع :( Mill and Morrison 1992. P 76 )

همان طور که ملاحظه می گردد میل و موریسون، نظام گردشگری را تلفیقی از مقصد، بازار و مسافرت می دانند. در این دیدگاه نیز مقصد شامل تمامی عناصر مربوط به خود از جمله جاذبه ها، زیرساخت ها ، تسهیلات و .... می گردد. به دیگر سخن از نظر میل و موریسون زیرساخت ها به صورت امکانات مقاصد مطرح می گردند.

**2-10- گردشگر**

در فرهنگ وبستر، گردشگر به کسی اطلاق می شودکه برای سرگرمی وتفریح یا به قصد امورفرهنگی سفر می کند. در فرهنگ های فارسی این عبارات در وصف گردشگر آمده است: جهان گرد،آنکه دراقطار عالم بسیار سفر می کند. سیاح،کسی که درشهرهاوکشورهای دیگر سیاحت کند .

سازمان جهانی جهانگردی ودولت کانادا در سال 1991 کنفرانس بین المللی درباره مسافرت جهانگردی در اتاوا ،کانادا تشکیل دادند که نظر وپیشنهادهایی مربوط به جهانگردی ارائه کردند. تعاریفی که در زیر آمده مبتنی بر تعریف هایی است که سازمان جهانی جهانگردی از جهانگردی وجهانگردان ارائه نموده است. (رضوانی ، 1374 ، ص20)

این موارد شامل جهانگردی - جهانگرد- گردشگری یک روزه - بازدیدکننده- مسافر- گردشگرداخلی-گردشگردرون مرزی- گردشگر برون مرزی- گردشگر ملی وجهانگرد بین المللی می باشد.

جهانگردی: به عمل فردی که به مسافرت می رود و در آن مکان که خارج از محیط زندگی وی است برای مدتی کمتر از یک سال جهت تفریح ،تجارت ودیگر اهداف اقامت نماید گفته می شود.

جهانگرد: کسی که حداقل یک شب در یک اقامتگاه عمومی به خصوص در محل مورد بازدید به سربرد.

گردشگر:کسی که برای مدت زمانی ،دست کم یک شب وکمتر از یک سال ، به کشوری غیرازوطن یامحل سکونت معمولی خود مسافرت می کند . هدف اوکار کردن وکسب درآمد نیست .

بازدیدکننده : کسی که به محلی غیر از محل زندگی خود به مدتی کمتر از 12 ماه مسافرت کند وهدف از ماندنش کسب درآمد در آن محل سفر کرده نباشد.

گردشگر داخلی:به ساکنان منطقه ای خاص اطلاق می شود که فقط در منطقه سفر می­کنند مانند بازدیدکنندگان.

گردشگر درون مرزی: به افرادی غیر ازساکنان منطقه ای خاص گفته می شود که مانند بازدید کنندگان از محل دیدن می کنند .

گردشگربرون مرزی: به افراد غیر از ساکن یک منطقه که به منطقه ای غیر از منطقه سکونت خود سفر می کنند.

گردشگر ملی : شامل گردشگر داخلی وگردشگربرون مرزی می باشد .

جهانگرد مطابق تعریف سازمان ملل

جهانگرد کسی است که یک شب در بیرون از خانه اش بیتوته کند .

جهانگردی مطابق با قانون مجلس شورای اسلامی :

جهانگردی : عبارت است از هرنوع معاشرت انفرادی یا گروهی که بیشتر از24 ساعت بوده و به منظور کسب وکار نباشد..(مصوبات مجلس شورای اسلامی در خصوص گردشگری)

تعریف توریست از نظر سازمان ملل :

- توریست یا بازدید کننده موقت کسی است که به منظور تفریح،استراحت ،گذراندن تعطیلات،بازدید ازنقاط دیدنی ،انجام امور پزشکی درمانی ومعالجه ،تجارت، ورزش ، زیارت ،دیدارازخانواده ،ماموریت وشرکت در کنفرانس ها به کشوری غیر از کشور خود سفر می کند، مشروط براینکه حداقل مدت اقامت اواز 24 ساعت کمتر واز 3ماه بیشتر نبوده و کسب شغل وپیشه هم مد نظر نباشد..

اتحادیه بین المللی جهانگردی برای بدست آوردن یک تعریف جامع از جهانگردی، مسابقاتی تنظیم نمود.تعریف زیر از میان تعاریف بدست آمده برگزیده شد. برطبق این تعریف ،جهانگردی عبارت است از مجموعه تغییرات مکانی انسان ها وفعالیت هایی است که از آن منتج می شوند. این تغییرات خود ناشی از به واقعیت پیوستن خواسته هایی است که انسان را به جابجایی وادار می کند وبطوربالقوه در هر شخصی باشدت ووضعیتی متفاوت وجود دارد. (رضوانی ، 1374 ، ص 16)

**2-11- برنامه ریزی**

برنامه ريزي عبارتست از فرآیندي که داراي مراحل مشخص و بهم پيوسته براي توليد يك خروجي منسجم در قالب سيستمي هماهنگ از تصميمات می باشد. برنامه ریزی فكر كردن راجع به آينده يا كنترل آن نيست بلكه فرآیندي است كه مي‌تواند در انجام اين امور مورد استفاده قرار گيرد. برنامه ريزي، تصميم‌گيري در شكل معمول آن نيست بلكه از طريق فرآیند برنامه ريزي، مجموعه‌اي از تصميمات هماهنگ اتخاذ مي‌شود. برنامه ریزی مي‌تواند براي زمان حال يا آينده انجام شود.

بر طبق اين تعريف، تصميم‌گيري‌هاي مقطعي و ناپيوسته و اتخاذ سياست ها براي پيشبرد سازمان در زمان حال يا آينده برنامه ريزي نيستند. برنامه ريزي متكي بر انتخاب و مرتبط ساختن حقايق است. حقايق مفاهيم واقعي، قابل آزمون و اندازه‌گيري هستند. ديدگاه ها، عقايد، احساسات و ارزش ها به عنوان حقايقي تلقي مي‌شوند كه فرآیند برنامه ریزی بر اساس آنها سازمان داده مي‌شود. همان طور كه اشاره شد برنامه ريزي صرفاً يك فرآیند تصميم‌گيري نيست بلكه فرآیندي شامل روشن ساختن و تعريف حقايق و تشخيص تفاوت بين آنهاست يا به عبارتي گونه‌اي فرآیند ارزيابي است كه در پايان آن، در انتخاب حقايق ارزيابي شده تصميم‌گيري مي‌شود.

برنامه بياني روشن، مستند و مشروح از مقاصد و تصميمات است. برنامه خروجي فرآیند برنامه ريزي است اما برنامه ريزي يك فرآیند پيوسته است كه بيش از اتخاذ هر تصميمي آغاز شده و پس از اجراي آن تصميم ادامه مي‌يابد. برنامه‌ها تهيه شده و اجرا مي‌گردند.

**2-12- ويژگي‌هاي برنامه ریزی**

برنامه ريزي يك فرآیند ذهني آگاهانه با خصوصيات زير است:

1) تشخيص يك نياز يا انعكاس يك انگيزه

2) جمع‌آوري اطلاعات

3) مرتبط ساختن اطلاعات و عقايد

4) تعريف اهداف

5) تأمين مقدمات

6) پيش‌بيني شرايط آينده

7) ساخت زنجيره‌هاي متفاوتي از اقدامات مبتني بر تصميمات متوالي

8) رتبه‌بندي و انتخاب گزينه‌ها

9) تعريف سياست ها

10) تعريف معيارهاي ابزار ارزيابي برنامه

**2-13- انواع برنامه ريزي**

برنامه ریزی را از دیدگاه مسائل اجتماعی و اقتصادی، به منظور ارتقاء سطوح مختلف زندگی جامعه، می توان به چند نوع تقسیم کرد:

الف) برنامه ریزی کلی ( کلان): به منظور رسیدن به هدف های کلی و عمومی اقتصادی و اجتماعی انجام می گیرد.

ب) برنامه ریزی بخشی : بیشتر در بخش های مختلف تولیدی و اجتماعی صورت می گیرد.

ج) برنامه ریزی در سطح خرد: در طرح ها و پروژه های داخل بخش صورت می گیرد.

**2-13-1- انواع برنامه ریزی از نظر مدت زمان اجرا**

الف) برنامه ریزی بلند مدت : 10 تا 20 سال و گاهی تا 25 سال.آینده نگری و چارچوبهای کلی اساس کار است. ( طرح ملی گردشگری ایران)

ب) برنامه ریزی میان مدت : 3 تا 7 سال و گاه تا 10 سال.( طرح ملی گردشگری ایران و طرح های جامع استانی)

ج) برنامه ریزی کوتاه مدت : 1 تا 2 سال

**2-13-2- انواع برنامه ریزی از نظر وسعت اجرا**

الف) برنامه ریزی جامع ( طرح های گردشگری تهیه شده در ایران )

ب) برنامه ریزی غیر جامع ( طرح های تفصیلی توسعه گردشگری شهرها)

**2-13-3- انواع برنامه ریزی از نظر هدف**

الف) برنامه ریزی توسعه

ب) برنامه ریزی اقتصادی

ج) برنامه ریزی کالبدی

د) برنامه ریزی ارشادی و اجباری

و) برنامه ریزی اختصاصی

**2-13-4- انواع برنامه ریزی از نظر سطوح مکانی**

الف) برنامه ریزی ملی ( در سطح کشور) مثال طرح ملی گردشگری ایران

ب) برنامه ریزی منطقه ای ( در سطح استان) مثال طرح جامع گردشگری استان تهران یا استان خراسان رضوی و ....

ج) برنامه ریزی ناحیه ای ( در سطح شهرستان) مثال طرح جامع توسعه گردشگری شهرستان نیشابور

د) برنامه ریزی شهری ( در سطح شهر)

و) برنامه ریزی روستایی ( در سطح دهستان و روستا) مثال طرح های گردشگری روستاهای گردشگری کشور

ه) برنامه ریزی در سطح نقطه و سایت، مثال طرح های جامع مناطق نمونه گردشگری کشور و یا سایت های توریستی و تفریحی

**2-13-5- انواع دیگر**

ـ طرح های مکانیابی

ـ طرح های امکانسنجی

ـ طرح های توجیهی

ـ طرح های بازاریابی

منبع : (جواهري ، 1387، ص 14)

**2-14- رویکرد های برنامه ریزی گردشگری**

يکي از موضوعات مهم در برنامه ريزي گردشگري، شناخت رويکرد ها مي باشد. در اين قسمت به توضيح مهمترين اين رويکردها پرداخته مي شود.

**2-14-1-** **رويکرد سيستمي**

يک مفهوم اساسي در برنامه ريزي گردشگري آن است که گردشگري را بايد ب صورت سيستمي مرکب از عوامل عرضه و تقاضا در نظر گرفت که به يکديگر مرتبط مي باشند. عوامل تقاضا شامل بازارهاي داخلي و بين المللي گردشگري و ساکنين محلي است که از جاذبه ها، امکانات و خدمات گردشگري استفاده مي نمايند. عوامل عرضه گردشگري نيز شامل جاذبه ها و فعاليت ها اعم از جاذبه هاي فرهنگي و طبيعي و جاذبه هاي خاص، واحدهاي اقامتي و ساير امکانات و خدمات گردشگري نظير دفاتر خدمات مسافرتي و جهانگردي، رستوران ها، مراکز خريد، مراکز اطلاع رساني، خدمات بانکي و ارزي، خدمات بهداشتي و خدمات پستي، حمل و نقل و ساير زير ساخت ها مانند تامين آب، تامين برق، سيستم دفع زباله و فاضلاب و ارتباطات راه دور و عناصر سازماني مشتمل بر ساختارهاي سازماني موسسات بخش گردشگري، برنامه ها و موسسات آموزشي، قوانين و مقررات مرتبط با گردشگري، سياست هاي سرمايه گذاري و راهبردها و برنامه هاي بازاريابي مي شود.

در برنامه ريزي گردشگري، درست همانند يک سيستم، توسعه عوامل از جمله عوامل عرضه و تقاضا و عناصر فيزيکي و سازماني بايد به صورت منسجم در نظر گرفته شود. اگر سيستم به صورتي منسجم ضمن توسعه هماهنگ کليه اجزاء برنامه ريزي شود، آنگاه بسيار اثربخش تر عمل خواهد کرد و منافع مطلوب را حاصل خواهد کرد.

**2-14-2-** **رويکرد توسعه پايدار**

روش توسعه پايدار مستلزم اين است که منابع طبيعي و فرهنگي و ساير منابع جهانگردي براي استفاده دائم در آينده حفظ گردند، درهمين حال که منافعي را براي جامعه امروز داشته باشد.

بر اساس مفاهيم اين رویکرد، بايستي تمامي ابعاد و متغيرهاي درون زا و برون زا در جريان توسعه مداخله داده شده و از محيط طبيعي ـ انساني به نحوي بهره برداري شود كه به نابودي، تخريب و آسيب بدان ها منجر نشود. در اين الگو، ارتباط انسان با محيط طبيعي ـ اجتماعي ـ انساني، ارتباطي ارگانيك، ديناميك و پويا است. مداخلات مخرب صورت نمي گيرد و از تمامي منابع موجود نيز در چارچوب مفاهيم و شاخص هاي پايداري بهره برداري مي شود. هر دو گروه جامعة ميزبان و ميهمان از تعاملات في مابين منتفع شده و مطلوبيت نهايي حاصل خواهد شد.

**2-14-3- رويکرد برنامه ريزي جامع**

برنامه ريزي جامع بلند مدت متضمن تعيين اهداف و مقاصد و الگوهاي ترجيحي آينده است. سياست های برنامه هاي توسعه گردشگري بايد براي دوره هاي نسبتاً بلند مدت(معمولا بين10تا15 و گاه 20ساله) و برمبناي قابليت پيش بيني رويدادهاي آتي در منطقه و کشور تهيه گردد. اين دوره هاي زماني ممکن است طولاني بنظر برسند ولي اجراي سياست هاي اساسي و طرح هاي ساختار معمولا به زماني اين چنين نيازمند است. حتي توسعه و گسترش طرح هاي خاص نظير گردشگاه هاي عمده و پارک هاي ملي براي مقاصد توريستي نيز مي تواند مستلزم صرف زمان طولاني باشد.

**2-14-4-** **رويکرد راهبردي**

يک رويکرد به برنامه ريزي جهانگردي که اخيرً توجه خبرگان برنامه ريزي جهانگردي را جلب کرده، برنامه ريزي راهبردي است. در حاليکه نتايج کار يک برنامه راهبردي و يک برنامه فراگير بلند مدت ممکن است بسيار مشابه باشند، اما برنامه راهبردي به جهت انطباق با شرايط بحراني کمي متفاوت است. برنامه ريزي راهبردي نوعاً بيشتر جنبه عملياتي دارد و رويدادهاي خلاف انتظار را مطمح نظر قرار مي دهد.برنامه ريزي راهبردي في النفسه شيوه اي است که از جامعيت کمتري برخوردار مي باشد. توجه و تمرکز بر موضوعات مقطعي سبب مي شود تا برنامه ريزي راهبردي از دستيابي به اهداف بلند مدتي همچون توسعه پايدار منحرف گردد اما اگر برنامه ريزي راهبردي در چارچوب سياست و برنامه ريزي منسجم بلند مدت بکار برده شود آنگاه مي تواند شيوه بسيار مناسبی باشد.

**2-14-5- رویکرد مشارکت مردم در برنامه ريزي ( رویکرد اجتماعی)**

از آنجا که گردشگري براي منفعت مردم انجام مي گيرد بايد آنها را در فرآیند برنامه ريزي مشارکت داد. يکي از روش هاي مشارکت مردم تشکيل کميته راهبردي مي باشد اين کميته، راهبردهايي را به تيم برنامه ريزي ارائه مي دهد و گزارشات، سياست ها و برنامه هاي پيشنهادي آنها را بررسي مي نمايد. اين کميته عموما متشکل از سازمان هاي دولتي مرتبط با گردشگري، بخش خصوصي و سازمان هاي محلي، مذهبي و ساير سازمان هاي مرتبط مي باشد. شيوه مرسوم ديگر برگزاري همايش پس از تکميل برنامه مي باشد. اين گردهم آيي، موجب آگاهي عموم مردم درباره اهميت توسعه کنترل شده گردشگري و سياست هاي طرح مي شود.( شاهد ، 1388 ، ص 36)

**2-15- برنامه ریزی گردشگري**

- برنامه ریزی گردشگري از نظر گتس (GETS ) :

توریسم فرآیندی است براساس تحقیق وارزیابی ومبتنی برجستجوی شرایط بهینه در ایجاد روابط بین توریسم ،رفاه وحفظ محیط زیست.

-برنامه ریزی گردشگري از نظر مرفی (MURPHY ):

(( آینده نگری وتغییرات منظم در یک سیستم درحصول به گسترش ورشد وتوسعه به گونه ای که باعث افزایش منافع اختصاصی ،اقتصادی وزیست محیطی گردد)).(منشی زاده ، 1376 ، ص 88)

**2-16- برنامه ریزی استراتژیک**

امروزه تغيير و تحولات مداومي که در محيط گردشگري شکل مي­گيرد، مقاصد را ناگزير مي سازد تا به طور دائم بر رويدادهاي داخلي وخارجي و روندها نظارت داشته باشند و بدين ترتيب بتوانند در زمان مناسب و بر حسب ضرورت خود را با تغييرات وفق دهند. آنها بايد براي بقاي خود به شيوه اي زيرکانه اين تغييرات محيطي را شناسايي کرده و خود را با آنها سازگار نمايند. اين مقاصد بيش از گذشته نيازمند برنامه ريزي استراتژيک و تعاملي کارآمد با محيط پيرامون خود مي باشند و آن دسته از مقاصد گردشگري مي توانند به آينده خود در جذب گردشگران اميدوار باشند که بخوبي بتوانند از اين فرصت هاي نوظهور محيطي بهره گرفته و از تهديدهاي به وجود آمده ناشي از آن پرهيز نمايند.

تغييرات ذکر شده، امروزه به حدي زياد شده که به گفته يکي از صاحب نظران مديريت، رابرت واترمن ((در محيط تجارت کنوني)) بيش از هر دوره و زمان گذشته تنها چيزي که ثابت و پايدار مانده است همان پديده تغيير مي باشد. (فرد آر، 1379 ، ص30 ).

اين موضوع براي مقاصد گردشگري به واسطه تاثير زيادي که از محيط پيرامون خود پذيرا هستند، نيازمند تامل و تعمق بيشتري است. در اين راستا تنها ابزاري که مي توان از آن استفاده نمود، استراتژي ها هستند. استراتژي ها با در نظر گرفتن شرايط در حال تغيير امکان موفقيت و دست يابي به اهداف بلند مدت را فراهم مي نمايند. کارکرد ديگر استراتژي ها آن است که زمينه ساز توسعه گردشگري پايدار مي باشند، رويکردي که امروزه از توجه ويژه اي برخوردار بوده و در پي آن است که ضمن تحقق منافع اقتصادي، اجتماعي ـ فرهنگي و زيست محيطي گردشگري براي جامعه امروزي، اين منافع را براي آيندگان نيز حفظ نمايد.

با عنايت به مطالب فوق هدف اصلي اين بخش تدوين برنامه استراتژيک گردشگري وروستاي گردشگري آهو است که در چند مرحله تحقيقاتي تحقق مي يابد. در مرحله اول تلاش مي شود با بررسي نظرات خبرگان ماموريت و چشم انداز بخش گردشگري منطقه طراحي وتدوين گردد. سپس عوامل داخلي و خارجي حاكم بر گردشگري منطقه شناسايي شده و مورد بررسي، تجزيه و تحليل قرار مي گيرد و در مرحله بعد اهداف بلندمدت گردشگري منطقه شناسايي مي شود.

پس از تعيين اهداف داده هاي حاصل از بررسي محيط داخلي و خارجي مقايسه شده و بدين ترتيب استراتژي هاي کلان تدوين مي شود. در مراحل نهايي اين بخش تلاش مي شود تا ضمن انتخاب مناسب­ترين استراتژي­ها، استراتژي هاي خرد نيز تدوين گردد.

قبل از ورود به بحث تدوين استراتژي ها، به منظور ايجاد ذهنيت ، اصطلاحات و مفاهيم مورد استفاده در طرح به صورت زير تعريف مي گردند. (شاهد ، 1388 ،‌ ص 48)

**2-17- مدل مفهومي برنامه ريزي استراتژيک گردشگري منطقه**

مدل مفهومي اين تحقيق، مدل مديريت استراتژيك فرد آر ديويد و مدل ريچارد ال دفت مي باشد. فرآیند مديريت استراتژيک در چهار چوب والگوي متداول و قابل قبول ديويد به شرح زير مي باشد. اين الگو شامل سه بخش اصلي زير مطابق شكل(11) مي باشد.

الف: تدوين استراتژي

ب: اجراي استراتژي

ج: ارزيابي استراتژي

تعيين

ماموريت

بررسي عوامل خارجي

بررسي عوامل داخلي

محاسبه و ارزيابي عملكرد

تخصيص منابع

تعيين هدف هاي سالانه و سياستها

تدوين، ارزيابي و انتخاب استراتژي ها

تعيين هدف هاي بلند

 مدت

**شكل شماره 11 = الگوي جامع مديريت استراتژيك**

**منبع : ديويد،1384 ،‌ ص103**

طبق الگوي ريچارد ال دفت فرآیند مديريت استراتژيک را مي توان در چند بخش مطابق شكل شماره (11) معرفي کرد. همچنين لازم به ذکر است که مکتب مورد نظر در اين طرح مکتب ترکيبي(تجويزي- توصيفي) برنامه ريزي استراتژيک مي باشد.

**2-18- مراحل برنامه ريزي استراتژيک**

ره آوردهاي اثر بخش

منابع

کارآيي

تامين هدف

گروه هاي ذي نفع

ارزش هاي رقابتي

طراحي سازمان

شکل ساختاري

تکنولوژي اطلاعات و سيستم هاي کنترل

تکنولوژي توليد

سياست هاي منابع انساني، سيستم پاداش

فرهنگ سازماني

روابط بين سازماني

مديريت استراتژيک

محيط خارجي

فرصت ها

تهديدات

عدم اطمينان

ميزان در دسترس بودن منابع

محيط داخلي

نقاط قوت

نقاط ضعف

شايستگي هاي بازار

شيوه مديريت

عملکرد گذشته

انتخاب هدف هاي عملي، و استراتژي هاي رقابتي

تعيين ماموريت، هدف هاي رسمي

شكل شماره=12 نقش مديريت استراتژيک در رهبري طراحي و اثر بخشي سازمان

**ماخذ:دفت:80:1383**

باتوجه مدل هاي معرفي شده مراحل برنامه ريزي استراتژيک مطابق چارچوب زير صورت خواهد گرفت.

**جدول شماره5 - مراحل برنامه ريزي استراتژيك**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| رديف | سطوح استراتژي | مرحله | توضيح فعاليت­ها |
| 1 | استراتژي­هاي کلان | مرحله صفر(شروع) | - تعيين چشم انداز و ماموريت- تدوين اهداف |
| مرحله ورودي | - بررسي عوامل داخلي و تشكيل ماتريس (IFE) با ضرائب و رتبه بندي- بررسي عوامل خارجي و تشكيل ماتريس (EFE) با ضرائب و رتبه بندي |
| مرحله مقايسه | - تشكيل ماتريس تهديدات،فرصت ها،نقاط قوت و ضعف (SWOT)- تشكيل ماتريس داخلي و خارجي (IE) |
| مرحله تصميم گيري | - فرموله كردن ماهيت استراتژي اصلي مقصد گردشگري بر اساس ماتريس IE- اولويت بندي استراتژي­هاي استخراج شده بر اساس ماتريسQSPM |
| 2 | استراتژي­هاي خرد | مرحله مقايسه | - تشكيل ماتريس داخلي و خارجي (IE)- تدوين استراتژي ها با توجه به داده­هاي مراحل قبل |

ماخذ: شاهد ، 1388 ، ص 57

**الف ) مرحله صفر(شروع)**

**-تعيين چشم انداز**

تعيين چشم انداز از جمله ضرورياتي است كه بايد در يك مقصد گردشگري بدان توجه لازم مبذول گردد. در سند مربوط به چشم انداز يك مقصد گردشگري به اين پرسش پاسخ داده خواهد شد: مقصد گردشگري مي خواهد در آينده چه بشود.

تعيين چشم انداز براي يك مقصد گردشگري از آن جهت ضروري مي نمايد كه به شيوه اي اثربخش موجب انگيزش و تحرك افراد براي دست يابي به آينده اي مطلوب مي گردد. هنگامي كه چشم انداز مقصد گردشگري با بهره گيري از نظرات ذي نفعان تعيين گرديد، سند حاصل بازتابي از چشم انداز هاي شخصي مي شود كه در قلب و مغز مديران و كاركنان وجود دارد. داشتن چشم انداز مشترك موجب مي شود كه اشتراك منافع بوجود آيد، پديده اي كه مي تواند ذينفعان را از روزمرگي بيرون آورده و آنها را در موقعيتي جديد قرار دهد. موقعيتي كه نويد از آينده اي روشن مي دهد و آنها فرصت ها، موقعيت ها و چالش هاي جالبي را در برابر خود مشاهده مي نمايند. (شاهد ، 1388 ، ص 58)

**-** **شناسايي ماموريت ها، ويژگي ها و اجزاء آن**

در اين مرحله ويژگي ها و اجزاء ماموريت يك مقصد گردشگري مورد بحث قرار مي گيرد. در اين ارتباط پيتر دراكر پدر مديريت نوين دنيا معتقد است كه طرح پرسش: فعاليت ما چيست؟ مترادف با اين پرسش است كه ماموريت ما چيست؟ بيانيه ماموريت مقصد گردشگري جمله يا عبارتي است كه بدان وسيله مقصود يك مقصد گردشگري از مقصود مقاصد گردشگري مشابه متمايز مي شود و بيان كننده علت وجودي مقصد گردشگري بشمار مي آيد. اهميت تعيين ماموريت در مديريت استراتژيك به تحقيق اثبات شده است. تحقيقات بيانگر آن بوده است كه سيستم هاي داراي عملكرد عالي داراي سند ماموريت مستند بوده اند(فردآر، 1384 ، ص 17-138). ماموريت يك مقصد گردشگري مشتمل بر نه جزء مي باشد. با توجه به ماموريت مقصد گردشگري بايد بتوان به پرسش هاي زير پاسخ داد:

گردشگران: گردشگران مقصد گردشگري چه كساني هستند؟

محصولات يا خدمات: محصولات و خدمات اصلي گردشگري مقصد گردشگري چيست؟

بازارها: از نظر جغرافيايي مقصد گردشگري در كجا رقابت مي كند؟

فن آوري**:** آيا مقصد گردشگري از پيشرفته ترين فن آوري ها استفاده مي كند؟

توجه به بقاء، رشد و سود آوري: آيا مقصد گردشگري براي رشد و سلامت مالي از تعهد لازم برخوردار است؟

فلسفه: باورها، ارزش ها و اولويت هاي اخلاقي اصلي مقصد گردشگري چيست؟

ويژگي ممتاز:مقصد گردشگري داراي چه مزيت رقابتي يا شايستگي ممتاز است؟

توجه به تصور مردم: آيا مقصد گردشگري نسبت به مسائل اجتماعي ، جامعه و محيط واكنش مناسب نشان مي دهد؟

توجه به كاركنان: آيا كاركنان به عنوان يك دارايي ارزشمند براي مقصد گردشگري به حساب مي آيند.

**تعيين اهداف**

اهداف نتايجي هستند كه از تعقيب استراتژي ها به دست مي آيند. آنها باعث مي شوند كه عملكردهاي مقصد گردشگري بر اساس معيارهاي خاصي انجام شود و براي كاركنان به منبع مهمي تبديل مي شوند كه به آنها انگيزه و هويت مي بخشد و آنها را تشويق به كار مي كند. با دست يابي به اهداف مي توان به ماموريت يك مقصد گردشگري جامعه عمل پوشاند. اهداف بايد با هم سازگاري عمودي و سازگاري افقي داشته و يكديگر را تاييد و تقويت نمايند.

 در ابتداي فرآیند برنامه ريزي گردشگري هيچ موضوعي ضروري تر از تدوين اهداف به نظر نمي رسد. تعيين اهداف از آن جهت با اهميت به شمار مي­رود که نتايج مورد انتظار و دلخواه را از توسعه گردشگري در يک منطقه بيان مي کنند (WTO، 1379، ص32). هدف در برنامه‌ريزي، نهايتي است که برنامه‌ريزي به سو و سمت آن جهت گرفته و منظوري است که براي آن سيستم برنامه‌ريزي سازمان يافته است.

در تدوين اهداف قبل از هر اقدامي بايد منطقه­اي که توسعه گردشگري آن مدنظر است از ابعاد مختلف مورد تجزيه و تحليل قرار گيرد. اين تجزيه و تحليل موجب مي شود که اهداف به صورت واقع گرايانه تدوين شده و قابليت دست يابي آنها امکان­پذير باشد. نکته ديگري که بايد در تدوين اهداف گردشگري يک مقصد به آن توجه داشت اين است که هدف هاي تعيين شده بايد اهداف طرح هاي فرادست خود را در خود منعکس نموده و آنها را تقويت نمايند.

**ب ) مرحله ورودي**

**تعيين عوامل داخلي و خارجي موثر بر تدوين استراتژي**

اين مرحله شامل ارزيابي محيط خارجي و ارزيابي محيط داخلي است. در اين مرحله عوامل خارجي و عوامل داخلي مؤثر بر مقصد گردشگري با استفاده از دو تكنيك ماتريس ارزيابي عوامل خارجي(EFE) و ماتريس ارزيابي عوامل داخلي (IFE) شناسايي شده و مورد تجزيه و تحليل قرار مي گيرد. اين عوامل در نمودار شماره(9) به نمايش گذاشته شده است.

عوامل خارجي موثر بر مقصد گردشگري

عوامل داخلي موثر بر مقصد گردشگري

تسهيلات و خدمات

زيرساخت ها

عناصر سازماني

جاذبه ها و فعاليت ها

عوامل سياسي، قانوني و دولتي

عوامل رقابتي

عوامل اجتماعي و فرهنگي

عوامل اقتصادي

عوامل فن آوري

موقعيت جغرافيايي

بازار

منابع

**شكل شماره 13 - الگوي عوامل موثر بر تدوين راهبردهاي توسعه مقصد گردشگري**

**منبع : دلبري،1383 ، ص 104**

**-** **ماتريس ارزيابي عوامل خارجي (EFE):**

استراتژيست ها با استفاده از ماتريس ارزيابي عوامل خارجي مي­توانند عوامل اقتصادي، اجتماعي، فرهنگي، بوم شناسي، محيطي، سياسي، دولتي، قانوني، فناوري و رقابتي را مورد ارزيابي قرار دهند. اين عوامل موجب خلق فرصت ها و تهديداتي براي يك مقصد گردشگري مي شوند.

مقصود از فرصت ها و تهديدات خارجي، رويدادها و روندهاي اقتصادي، اجتماعي، فرهنگي، بوم شناسي، محيطي، سياسي، رقابتي و... است که مي­توانند به ميزان زيادي در آينده به منطقه منفعت يا زيان برسانند. فرصت­ها و تهديدها به ميزان زيادي خارج از کنترل است، ازاين رو از واژه خارجي يا بيروني براي آنها استفاده مي کنند. براي تهيه ماتريس ارزيابي عوامل خارجي بايد پنج مرحله را به شرح زير طي کرد:

1ـ پس از بررسي عوامل خارجي، عوامل شناخته شده­اي را بايد فهرست كرد که موجب بروز فرصت يا تهديد براي مقصد گردشگري مي شوند.

2ـ به اين عوامل وزن يا ضريب داده مي شود. اين ضريب­ها از صفر(بي اهميت) تا1(بسيار مهم) مي باشند. ضرايب، نشان دهنده اهميت نسبي يک عامل مي باشد. اغلب، به عواملي که موجب فرصت يا موقعيت مي­شوند ضريب بيشتري(در مقايسه با عوامل تهديد کننده) داده مي­شود (ولي اگر عوامل تهديد کننده هم شديد باشند، بايد به آنها ضريب بالايي داد). با مقايسه مقاصد گردشگري رقيب و پس از بحث گروهي و توافق نظر ميان اعضاء مي توان وزن ها و ضرائب را تعيين كرد. مجموع اين ضرايب بايد عدد 1 باشد.

3ـ به هر يک از عواملي که موجب موفقيت مي­شود رتبه 1 تا 4 داده مي­شود. اين عدد بيانگر ميزان اثربخشي استراتژي­هاي کنوني سيستم در نشان دادن واکنش نسبت به عامل مزبور مي باشد. عدد 4 به معناي اين است که واکنش بسيار عالي بوده، عدد3 يعني واکنش از حد متوسط بالاتر، عدد 2 يعني واکنش در حد متوسط و عدد 1 بدين معني است که واکنش ضعيف مي باشد. اين رتبه­ها برحسب اثربخشي استراتژي­هاي سيستم تعيين مي شوند. رتبه ها در محدوده مقصد گردشگري مورد نظر و ضرائب كه در مرحله دوم تعيين شدند با توجه به صنعت گردشگري تعيين مي گردند.

4ـ ضريب هر عامل در رتبه مربوطه ضرب مي شود تا نمره نهايي به دست آيد.

5ـ مجموع نمره هاي متعلق به هر يک از متغيرها به دست آورده شود تا بتوان مجموع نمره­هاي مقصد گردشگري را تعيين کرد.

در ماتريس ارزيابي عوامل خارجي، صرف نظر از تعداد عواملي که موجب فرصت يا تهديد مي­شوند هيچ گاه مجموع نمره هاي نهايي سيستم بيش از 4 و يا کمتر از 1 نمي شود. ميانگين اين جمع 5/2 مي شود. اگر اين اعداد به 4 برسند بدين معني است که سيستم در برابر عواملي که موجب تهديد و فرصت مي شوند، به صورتي بسيارعالي واکنش نشان مي دهد. به بيان ديگر، سيستم دراستراتژي­هاي خود به شيوه­اي موفقيت آميز از فرصت­هاي موجود استفاده مي نمايد و اثر عواملي را که موجب تهديد مي شوند به پايين ترين ميزان ممکن مي رساند. عدد 1 بيانگر اين است که سيستم در تدوين استراتژي­هاي خود نتوانسته است از عواملي که فرصت يا موقعيت ايجاد مي کنند بهره برداري نمايد و يا از عواملي که موجب تهديد مي گردند، احتراز نمايد. درك عواملي كه در ماتريس ارزيابي عوامل خارجي به كار مي آيد بسيار مهمتر از ضرائب يا نمره اي است كه به اين عوامل مي دهند. جدول شماره(6)شكل نمايي يك ماتريس ارزيابي عوامل خارجي را نشان مي دهد.

**جدول شماره6 - ماتريس ارزيابي عوامل خارجي(EFE)**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| رديف | عوامل كليدي خارجي | ضريب | رتبه | نمره نهايي |
| O1..**[[3]](#footnote-3)**O10**[[4]](#footnote-4)**T1..T10 |  |  |  |  |
| جمع |  | 100 | - | X |

 **ماخذ: شاهد ، 1388 ، ص 63**

**-** **ماتريس ارزيابي عوامل داخلي(IFE):**

ماتريس ارزيابي عوامل داخلي، حاصل بررسي استراتژيك عوامل داخلي سيستم مي باشد. اين ماتريس، نقاط قوت و ضعف اصلي داخلي مقصد گردشگري را تدوين و ارزيابي مي نمايد. هم چنين براي شناسايي و ارزيابي روابط بين عناصر تشكيل دهنده مقصد گردشگري راه هايي ارائه مي نمايد.

نقاط قوت و ضعف داخلي در زمره فعاليت­هاي قابل کنترل مقصد گردشگري قرار مي­گيرند که در حال حاضر مقصد گردشگري آنها را به شيوه اي بسيار عالي يا بسيار ضعيف انجام مي دهد. يكي از فعاليت هاي اصلي و ضروري مديريت استراتژيك اين است كه نقاط قوت و ضعف منطقه را شناسايي و آنها را ارزيابي کند. بايد کوشيد استراتژي­هايي به اجرا درآيند که نقاط قوت داخلي تقويت شود و ضعف­هاي داخلي برطرف گردد( يا بهبود يابد). براي تهيه يک ماتريس ارزيابي عوامل داخلي بايد به قضاوت­هاي شهودي تکيه نمود، برهمين اساس نبايد روش­هاي عملي را به گونه اي تفسير کرد که آنها را تنها راه توانمند، ارزنده و جامع به حساب آورد. درکي ژرف از اين عوامل بسيار بيش از اعداد و ارقام واقعي اهميت دارد. مي توان با طي پنج مرحله ماتريس ارزيابي عوامل داخلي را تهيه کرد. اين پنج مرحله به شرح زير است.

1ـ پس از بررسي عوامل داخلي، بايد مهم ترين عوامل را فهرست كرد. عوامل انتخابي بايد در بر گيرنده نقاط قوت و ضعف سيستم يا منطقه باشند.

2ـ به اين عوامل، از صفر(اهميت ندارد) تا 1(بسيار مهم است) ضريب داده مي شود. ضريب هر عامل، بيانگر اهميت نسبي آن در موفقيت سيستم در صنعت مورد نظر است. صرف نظر از اينکه آيا عامل مورد نظر به عنوان يک نقطه قوت يا ضعف داخلي به حساب آيد، بايد به عاملي که داراي بيشترين اثر برعملکرد منطقه است، بالاترين ضريب را داد. مجموع اين ضريب ها بايد برابر 1 شود.

3ـ به هر يک از عوامل رتبه 1 تا 4 داده مي شود. رتبه 1 بيانگر ضعف اساسي، رتبه 2 ضعف کم، رتبه 3 بيانگر نقطه قوت و رتبه 4 نشان دهنده قوت بسيار بالاي عامل مورد بحث مي باشد.

4ـ براي تعيين نمره نهايي هر عامل، بايد ضريب هر عامل را در نمره آن ضرب كرد.

5ـ مجموع نمره­هاي نهايي كليه عوامل محاسبه شده تا نمره ­نهايي مقصد گردشگري مشخص شود.

صرف نظر از تعداد عواملي که در ماتريس ارزيابي عوامل داخلي گنجانده مي شود، جمع نمرات نهايي بين1 تا 4 خواهد بود و ميانگين آنها 5/2 مي باشد. اگر نمره نهايي کمتر از 5/2 باشد، بدين معني است که سيستم از نظر عوامل داخلي دچار ضعف است و اگر اين نمره بيش از 5/2 باشد، بيانگر اين است که سيستم از نظر عوامل داخلي داراي قوت است.

اگر يک عامل داخلي يا خارجي، به صورت همزمان، داراي نقاط مثبت و منفي باشد، اين عامل را بايد دو بار در ماتريس مربوطه گنجانيد و براي هر نوبت به آن ضريب و رتبه داد. جدول شماره(7 ) شكل نمايي يك ماتريس ارزيابي عوامل داخلي را نشان مي دهد.

**جدول شماره 7 - ماتريس ارزيابي عوامل داخلي (IFE)**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| رديف | عوامل كليدي داخلي | ضريب | رتبه | نمره نهايي |
| S1..S10W1..W10 |  |  |  |  |
| جمع |  | 100 | - | X |

ماخذ: شاهد ، 1388 ، ص 71

**ج) مرحله مقايسه**

در چارچوب تدوين استراتژي­ها، مرحله مقايسه دربرگيرنده پنج روش است كه مي توان به ترتيب دلخواه از آنها استفاده كرد كه در اين طرح از تكنيك هاي (1) و (4) استفاده شده است:

ماتريس تهديدات، فرصت­ها، نقاط قوت و ضعف(SWOT)

ماتريس ارزيابي موقعيت و اقدام استراتژيك (SPACE)

ماتريس گروه مشاورين بستن(BCG)[[5]](#footnote-5)

ماتريس ارزيابي داخلي و خارجي(IE)

ماتريس استراتژي اصلي

اين ابزارها متکي به اطلاعاتي هستند که از مرحله نخست به دست آمده اند و فرصت­ها و تهديدات خارجي را با نقاط قوت و ضعف داخلي مقايسه مي­کنند. براي اينکه بتوان استراتژي­هاي گوناگون امکان پذير را به شيوه­اي اثربخش ارائه نمود، فرآیند مقايسه عوامل داخلي و خارجي نقشي مهم و سرنوشت ساز ايفا مي کند.

هر مقصد گردشگري براي اينکه موفق شود بايد استراتژي­هاي خوبي را تدوين کرده و به اجرا درآورد. يک حمله خوب، بدون دفاع خوب، معمولاً به شکست مي انجامد. تدوين استراتژي­هايي براي سود جستن از فرصت­ها يا نقاط قوت نوعي حمله مي­باشد، در حالي که طرح­ريزي استراتژي­هايي براي اصلاح نقاط ضعف (همزمان، پرهيز از تهديدات) حالت دفاعي دارد. هر سيستم داراي فرصت­ها و تهديدات خارجي، نقاط قوت و ضعف داخلي است که براي تدوين استراتژي­هاي گوناگون امکان پذير بايد آنها را هماهنگ نمود (نوعي تعادل يا توازن بين آنها برقرارکرد).

**-** **ماتريس تهديدات، فرصت­ها، نقاط قوت و نقاط ضعف(SWOT)**

اين ماتريس يکي از ابزارهاي بسيار مهم در فرآیند تدوين استراتژي است که بوسيله آن اطلاعات مقايسه مي شود و مي توان با استفاده از آن چهار نوع استراتژي ارائه نمود: استراتژي هاي SO، استراتژي هاي WO، استراتژي هاي ST، استراتژي هاي WT. مقايسه كردن عوامل اصلي داخلي و خارجي از مشكل ترين بخش هاي تهيه ماتريس تهديدها، فرصت ها، نقاط ضعف و نقاط قوت است و به قضاوت هاي خوبي نياز دارد و نيز چيزي بعنوان بهترين مجموعه عوامل وجود ندارد.

در اجراي استراتژي­هاي SO سيستم با استفاده از نقاط قوت داخلي مي­کوشد از فرصت­هاي خارجي بهره برداري نمايد. در برنامه­ريزي استراتژيك تلاش بر آن است كه سيستم در موقعيتي قرار گيرد که مديران بتوانند با استفاده از نقاط قوت داخلي از رويدادها و روندهاي خارجي بهره برداري نمايند. معمولاً براي رسيدن به چنين موقعيتي از استراتژي هاي WO,ST,WT استفاده مي شود. هنگامي که يک سيستم داراي نقاط ضعف عمده باشد، تلاش مي­شود اين نقاط ضعف از بين برود و به نقاط قوت تبديل شود. همچنين هنگامي که سيستم با تهديدات عمده مواجه مي شود، تلاش مي­شود از دست آن رهايي یابد و وضع را به گونه اي درآورد که بتوان بيشترين توجه را به بهره برداري از فرصت­ها معطوف کرد.

هدف استراتژي­هاي WO اين است که سيستم با بهره برداري از فرصت­هاي موجود در محيط خارج بکوشد نقاط ضعف داخلي را بهبود بخشد. گاهي در خارج از سيستم فرصت­هاي بسيار مناسبي وجود دارد، ولي سيستم به سبب داشتن ضعف داخلي نمي تواند از اين فرصت­ها بهره برداري نمايد.

 در اجراي استراتژي­هاي ST تلاش مي شود با استفاده از نقاط قوت اثرات ناشي از تهديدات موجود در محيط خارج کاهش يابد يا از بين بروند.

هدف سيستم هايي كه استراتژي­هاي WT را به اجرا در مي آورند و حالت تدافعي به خود مي گيرند كاهش نقاط ضعف داخلي و پرهيز از تهديدات ناشي از محيط خارجي است. سيستمي که داراي نقاط ضعف داخلي است و با تهديدات بسيار زيادي در محيط خارج روبرو است در موضعي مخاطره­آميز قرار خواهد گرفت. در واقع چنين سيستمي براي بقاء خود مبارزه خواهد کرد و مي كوشد براي حفظ خود از فعاليت هايش بكاهد، در سيستم هاي ديگر ادغام شود و يا سرانجام منحل گردد.

در شكل شماره (14) ماتريس تهديدات، فرصت­ها، نقاط قوت و نقاط ضعف ارائه شده است. اين ماتريس داراي نه خانه است. همان گونه كه در شكل مشاهده مي شود، چهار خانه داراي عامل اصلي است، چهارخانه، استراتژي ها را نشان مي دهد ويك خانه سفيد است (خانه بالا، دست راست). چهار خانه اي كه نشان دهنده استراتژي ها هستند داراي عنوان هاي SO،ST,WO وWT مي باشند و پس از تكميل شدن چهار خانه اي كه داراي عامل اصلي هستند به وجود مي آيند. براي ايجاد ماتريس تهديدات، فرصت­ها، نقاط قوت و نقاط ضعف بايد هشت مرحله زير را طي كرد:

تهيه كردن فهرستي از فرصت هاي عمده اي كه در محيط خارجي مقصد گردشگري وجود دارد.

 تهيه كردن فهرستي از تهديدات عمده اي كه در محيط خارجي مقصد گردشگري وجود دارد.

 تهيه فهرستي از نقاط عمده قوت داخلي كه مقصد گردشگري دارا مي باشد.

تهيه فهرستي از نقاط عمده ضعف داخلي كه مقصد گردشگري دارا مي باشد.

 نقاط قوت داخلي و فرصت هاي خارجي را بايد با هم مقايسه كرده و نتيجه را درخانه مربوطه درگروه استراتژي هاي SO نوشت.

نقاط ضعف داخلي و فرصت هاي خارجي را بايد با هم مقايسه كرده و نتيجه را درخانه مربوطه درگروه استراتژي هاي WO نوشت.

نقاط قوت داخلي و تهديد هاي خارجي را بايد با هم مقايسه كرده و نتيجه را درخانه مربوطه درگروه استراتژي هاي ST نوشت.

نقاط ضعف داخلي و تهديد هاي خارجي را بايد با هم مقايسه كرده و نتيجه را درخانه مربوطه درگروه استراتژي هاي WT نوشت.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| هميشه سفيد ­باشد | نقاط قوت – S1-2-3- نقاط قوت را فهرست كنيد4-و.... | نقاط ضعف – W1-2-3- نقاط ضعف را فهرست كنيد4-و.... |
| فرصت ها – O1-2-3- فرصت ها را فهرست كنيد4-و....  | استراتژي هاي SO1-2-3- با بهره جستن از نقاط قوت4- درصدد بهره برداري از فرصت­ها برآييدو... | استراتژي هاي WO1-2-3- با بهره جستن از فرصت­ها4- نقاط ضعف از بين برده شود.و... |
| تهديدات – T1-2-3- تهديدات را فهرست كنيد4-و.... | استراتژي هاي ST1-2-3- براي احتراز از تهديدات 4- نقاط قوت را فهرست كنيد.و... | استراتژي هاي WT1-2-3- نقاط ضعف را کاهش دهيد و از4- تهديدات پرهيز كنيد.و... |

**شكل شماره 14 - ماتريس تهديدات، فرصت­ها، نقاط قوت و نقاط ضعف (SWOT)**

**مأخذ:ديويد،1384 ،ص 365**

در ماتريس SWOT در هر مرحله دو عامل با هم مقايسه مي شوند و هدف اين نيست که بهترين استراتژي­ها را مشخص نمود، بلکه هدف تعيين استراتژي­هاي قابل اجرا مي باشد. بنابراين همه استراتژي هايي که در ماتريس تهديدات، فرصت ها، نقاط قوت و نقاط ضعف ارائه مي­گردند، انتخاب و اجرا نخواهند شد.

- ماتريس داخلي وخارجي (IE)

 ماتريس داخلي و خارجي بخش­هاي مختلف سيستم را در 9 خانه قرار مي دهد(شكل شماره 15). اين ماتريس بخش­هاي مختلف سيستم را به صورت نمودار ارائه مي کند؛ بررسي­هاي قبل و بعد از تهيه ماتريس چنين امکاني را به وجود مي آورد که اثرات مورد انتظار تصميمات استراتژيك را بر سيستم پيش­بيني نمود.

پايين

1تا1.99

2

3

4

3

2

1

بالا

3 تا 4

متوسط

2تا2.99

قوي

3 تا 4

متوسط

2 تا 2.99

**ضعيف**

**1 تا 1.99**

نمره نهايي ماتريس ارزيابي عوامل داخلي (IFE)

نمره نهاي ماتريس ارزيابي عوامل خارجي (EFE)

1

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| حفظ و نگهداري III | رشدوساخت II | رشدوساخت I |
| برداشت و كاهش VI | حفظ و نگهداري V | رشدوساخت IV |
| برداشت و كاهش IX | برداشت و كاهش VIII | حفظ و نگهداري VII |

**شكل شماره 15 - ماتريس داخلي و خارجي**

**منبع : شاهد ، 1388 ، ص 81**

ماتريس داخلي و خارجي بر اساس دو بعد اصلي قرار دارد : جمع نمره­هاي نهايي ماتريس ارزيابي عوامل داخلي که بر روي محور x ها نشان داده مي شود و جمع نمره­هاي نهايي ماتريس ارزيابي عوامل خارجي که بر روي محور y ها نوشته مي شود. لازم به يادآوري است که هر بخش سيستم بايد براي آن بخش از فعاليت­هايي که در کل مي نمايد يک ماتريس عوامل داخلي و يک ماتريس ارزيابي عوامل خارجي تهيه کند. براي تهيه ماتريس داخلي و خارجي بايد از جمع نمره­ نهايي حاصل از بخش­ها استفاده کرد. در ماتريس داخلي و خارجي جمع نمره­ نهايي، بر روي محور x ها از0/1 تا99/1 نشان دهنده ضعف داخلي سيستم است؛ نمره­هاي 0/2 تا99/2 نشان دهنده اين است که سيستم در وضع متوسط قرار دارد و نمره هاي 0/3 تا 0/4 بيانگر قوت سيستم است. به همين شيوه جمع نمره نهايي ماتريس ارزيابي عوامل خارجي از 0/1 تا 99/1 بيانگر ضعف سيستم ، نمره­هاي 0/2 تا 99/2 بيانگر اين است که سيستم در وضع متوسط قرار دارد و نمره هاي0/3 تا0/4 بيانگر اين است که سيستم در وضعي عالي قرار دارد.

مي توان ماتريس داخلي و خارجي را به سه ناحيه عمده تقسيم کرد و براي هر يک از آنها از استراتژي­هاي متفاوتي استفاده نمود. نخست، براي بخش­هايي که در خانه­هاي 1, 2يا 4 قرار مي­گيرند مي توان استراتژي هايي را به اجرا درآورد که موجب رشد و ساخت شود. در اين واحدها بايد استراتژي هاي تمرکز (رسوخ در بازار، توسعه بازار و توسعه محصول يا استراتژي­هاي مبتني بر يکپارچگي عمودي به بالا، يکپارچگي عمودي به پايين و يکپارچگي افقي) را به اجرا در آورد و اين­ها مناسب ترين استراتژي ها مي باشند. دوم براي واحدهايي از سيستم که در خانه هاي 3, 5 يا 7 قرار مي گيرند بايد استراتژي­هايي را به اجرا درآورد که هدف حفظ و نگهداري وضع موجود باشد. در اين واحدها استراتژي هاي رسوخ در بازار وتوسعه محصول بسيار متداول است. سوم، براي واحدهايي که در خانه هاي 6, 8 و 9 قرار مي­گيرند بايد استراتژي­هاي برداشت محصول يا رها کردن را به اجرا درآورد. در ماتريس داخلي و خارجي سيستم هايي موفق هستند که بتوانند دارايي­هاي خود را در واحدهايي سرمايه گذاري کنند که در خانه شماره 1 قرار مي گيرند.

**- مرحله تصميم گيري**

در اين مرحله مقايسه اي بين اطلاعات بدست آمده در ماتريسSWOT و ماتريسIE انجام مي پذيرد. در ماتريس SWOT چهار دسته استراتژي متناسب با وضعيت داخلي و خارجي مشخص گرديد و در ماتريسIE موقعيت يكي از سه ناحيه در جدول نه خانه ايIE معلوم مي گردد كه اين ناحيه با يكي از دسته استراتژي هاي چهار گانه منطبق مي باشد. بنابراين آندسته استراتژي انتخاب و در مرحله بعد اولويت بندي مي شود.

**2-19- ماتريس برنامه ­ريزي استراتژيك کمي (QSPM)**

با استفاده از اين تكنيك جذابيت نسبي استراتژي ها را مشخص مي نمايند. اين تكنيك در مرحله چهارم براي تدوين استراتژي ها به عنوان يک چارچوب تحليلي مورد استفاده قرار مي گيرد. با استفاده از اين روش مي توان به صورت عيني استراتژي­هاي گوناگوني را که در زمره بهترين استراتژي­ها هستند، مشخص نمود. براي تهيه اين ماتريس به منظور اولويت بندي استراتژي هاي انتخابي بايد شش گام را به شرح زير طي كرد:

گام اول: فرصت­ها و تهديدات عمده خارجي، نقاط قوت و ضعف داخلي در ستون طرف راست ماتريس برنامه­ريزي استراتژيك نوشته شود. اين اطلاعات را بايد به صورت مستقيم از ماتريس ارزيابي عوامل داخلي و ماتريس ارزيابي عوامل خارجي به دست آورد.

گام دوم: به هر يک از عوامل داخلي و يا خارجي که در موفقيت سيستم نقش عمده­اي دارند، وزن يا ضريب داده شود. اين ضريب­ها درست همانند ضريب­هاي ماتريس ارزيابي عوامل خارجي و ماتريس ارزيابي عوامل داخلي هستند. اين ضريب­ها در يک ستون نوشته مي شوند، درست طرف چپ هر يک از عوامل داخلي و خارجي که در موفقيت مقصد گردشگري، نقش اصلي دارند.

گامسوم**:** ماتريس­هاي مرحله دوم مقايسه شده و استراتژي­هايي که سيستم بايد به اجرا درآورد(يا آنها را مورد توجه قرار دهد) مشخص شود. اين استراتژي­ها را بايد در رديف بالاي ماتريس برنامه­ريزي استراتژيك کمي نوشت. اين استراتژي­ها بايد در صورت امکان ناسازگار يا جمع نشدني باشند.

گامچهارم**:** نمره­هاي جذابيت مشخص شود، آنها مقادير عددي هستند که جذابيت هر استراتژي را در يک مجموعه از استراتژي­ها نشان مي­دهند. براي تعيين نمره جذابيت عوامل داخلي و خارجي که درموفقيت نقش عمده دارند، بررسي شده و سپس در مورد هر يک از آنها اين پرسش را مطرح کرد: آيا اين عامل در فرآیند انتخاب يا گزينش استراتژي­ها نقش عمده دارد؟ اگر پاسخ به اين پرسش آري باشد، آنگاه بايد با توجه به اين عامل کليدي استراتژي­ها را با هم مقايسه کرد. بويژه بايد نمره­هاي جذابيت را براي هر يک از استراتژي­ها مشخص کرد به گونه­اي که اهميت نسبي يک استراتژي نسبت به ساير استراتژي­ها مشخص گردد(باتوجه به عامل مورد بحث). نمره جذابيت به اين شکل است: 1ـ بدون جذابيت، 2ـ تا حدي جذاب، 3ـ داراي جذابيت معقول و 4ـ بسيار جذاب. اگر پاسخ به پرسش بالا نه است، بيانگر اين مي باشد که در فرآیند انتخاب استراتژي­ها اين عامل هيچ نقش مهمي (ازنظر موفقيت استراتژي) ندارد که در آن صورت نبايد به اين عامل نمره جذابيت داده شود.

گام پنجم: جمع نمره­هاي جذابيت حساب شود. مقصود از جمع نمره­هاي جذابيت حاصل ضرب ضريب (مرحله دوم) در نمره­هاي جذابيت(مرحله چهارم) است. جمع نمره­هاي جذابيت نشان دهنده جذابيت نسبي هر يک از استراتژي­ها است که تنها با توجه به اثر عوامل داخلي و خارجي مربوطه به دست مي آيد. هرقدر جمع نمره هاي جذابيت بيشتر باشد استراتژي مورد بحث داراي جذابيت بيشتري خواهد بود(البته با توجه به عوامل درنظر گرفته شده).

گام ششم: مجموع نمره­هاي جذابيت هر يک از ستون هاي ماتريس برنامه­ريزي استراتژيك کمي حساب شود. مجموع نمره­هاي جذابيت نشان مي دهد که در هر مجموعه کدام استراتژي از بيشترين جذابيت برخوردار است. نمره هاي بالا بيانگر جذابيت بيشتر استراتژي­ها است، البته با توجه به همه عوامل داخلي و خارجي که مي توانند بر تصميمات استراتژيك اثر بگذارند. تفاوت فاحش بين مجموع نمره­هاي جذابيت در هر مجموعه از استراتژي­ها بيانگر مطلوبيت يک استراتژي، نسبت به استراتژي ديگر است. جدول شماره (8) شكل نمايي يك ماتريس ارزيابي عوامل داخلي را نشان مي دهد. ( شاهد ، 1388 ، ص 87)

**جدول شماره(8): ماتريس برنامه­ريزي استراتژيك کمي (QSPM) انواع استراتژي هاي قابل اجرا**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| رديف | عوامل اصلي تعيين كننده موفقيت | ضريب | استراتژي اول | استراتژي دوم | استراتژي سوم |
| نمره جذابيت | جمع نمره هاي جذابيت | نمره جذابيت | جمع نمره هاي جذابيت | نمره جذابيت | جمع نمره هاي جذابيت |
|  | عوامل اصلي خارجي- اقتصادي- سياسي/ قانوني/ دولتي- اجتماعي/ فرهنگي- فناوري- رقابتيو...عوامل اصلي داخلي- جاذبه ها و فعاليتهاي گردشگري- تسهيلات و خدمات توريستي- زير ساخت ها(حمل و نقل،آب، برق ،سيستم دفع فاضلاب وزباله، مخابرات)- عناصر سازماني(ساختار مديريتي، منابع انساني، منابع مالي و بازاريابي) |  |  |  |  |  |  |  |

منبع : شاهد ، 1388 ،‌ ص 89

در جدول بالا، شکل اصلي ماتريس برنامه­ريزي استراتژيك کمي ارائه شده است. ستون سمت راست اين ماتريس دربرگيرنده عوامل داخلي و خارجي(از مرحله اول) است و در رديف بالا استراتژي­هاي مختلف امکان­پذير (از مرحله دوم) نوشته شده­است. ستون دست راست اين ماتريس دربرگيرنده اطلاعاتي است که به صورت مستقيم از ماتريس ارزيابي عوامل خارجي و ماتريس ارزيابي عوامل داخلي نوشته مي شود.

استراتژي­هاي به دست آمده از ماتريس تهديدات، فرصت­ها، نقاط قوت و نقاط ضعف و ماتريس ارزيابي عوامل داخلي و خارجي، در رديف بالاي ماتريس برنامه ريزي استراتژيك کمي قرار مي­گيرند. معمولاً اين ماتريس باعث مي شود که استراتژي­هاي قابل اجراي مشابه به دست آيد. ولي اين بدان معني نيست که هر ماتريس يا عاملي را که بتوان با عواملي ديگر مقايسه نمود در ماتريس برنامه­ريزي استراتژيك کمي قرار دارد. استراتژيست ها بايد به هنگام گزينش استراتژي­ها، براي گنجانيدن آنها در ماتريس برنامه ريزي استراتژيك کمي از قضاوت شهودي کافي برخوردار باشند.

از ديدگاه نظري، با استفاده از ماتريس برنامه­ريزي استراتژيك کمي مي توان جذابيت نسبي استراتژي­هاي مختلف را مشخص نمود. يعني تعيين ميزاني که مي توان از عوامل سرنوشت ساز داخلي و خارجي به صورتي موفقيت­آميز استفاده کرد. با تعيين اثرات تجمعي هر يک از عوامل سرنوشت ساز داخلي و خارجي مي توان جذابيت نسبي هر يک از استراتژي­ها را (در مجموعه استراتژي­هاي قابل اجرا) تعيين کرد. مي توان هر تعداد از استراتژي­ها را در ماتريس ارزيابي استراتژيي کمي گنجانيد و هر تعداد از استراتژي­ها مي توانند مجموعه مشخصي را تشکيل دهند. ولي معمولاً مجموعه استراتژي­هاي گنجانده شده در يک گروه را نسبت به يکديگر ارزيابي مي­نمايند.

بدين شيوه پس از طي مراحل چهارگانه، شروع يا صفر، ورودي، مقايسه و تصميم گيري مي توان طي يك فرآیند تحقيق پيمايشي دلفي به استراتژي مطلوب و مناسب يك مقصد گردشگري دست يافت.(دیوید ، 1379 ، ص50)

**2-20- روستا**

در منابع مختلف، تعاریف گوناگونی از روستا شده است: در فرهنگ های فارسی روستا را ده و قریه نوشته اند: روستا در زبان پهلوی رستاک[[6]](#footnote-6)، که معرب آن رستاق[[7]](#footnote-7)، رزداق[[8]](#footnote-8)، رسداق[[9]](#footnote-9)، است که به معنی ده و قریه آمده است (دهخدا، 1346، ص 155). ابن حوقل روستا را منظومه و مجموعه ای از مزارع، دهات و قصبات می داند که هریک از اسامی یاد شده مفاهیم خاص خود را داشته و مشخص کنندۀ درجه اهمیت محلی آن بوده است و نیز دارای بخشها یا مراکز درجه دوم یا سوم و چهاریم از قبیل قصبه (آبادی مرکزی)، قریه (آبادی مستقل)، قلعه و کلاته (کوچکتر از قریه)، مزرعه (فضای کشت و کار) که ممکن است دارای چند خانواده باشد، و یا زارعینی که در مرکز نزدیک به آن ساکن باشند. در دهات قلعه این نیز که به مناسبت تأمین امنیت محصور بوده اند، در موارد جمعیتی متناسب یک قصبه در آن جای داشتند که مرکب از چند قلعه بوده اند. تعداد قلعه ها و تعداد برجهای هر قلعه نشانگر عظمت و جمعیت آنها بوده، اما روستا نامیده نمی شده است (ابن حوقل، 2535،ص 46). بنابر تعاریف ابن حوقل، مشخص است که مکان های جمعیتی در گذشته با توجه به تعداد جمعیت، وسعت و امکانات آنها، عناوین خاص خود را داشته و از یکدیگر قابل تفکیک بوده اند.

روستا ناحیه ای است در خارج شهر، مشتمل بر چند ده و مزرعه که در آن تولید روستایی حاکم است. روستا به معنی ده و قریه است (عمید، 1371، ص 1072). از لحاظ لغوی ده یا دیه از فارسی باستان دهیو[[10]](#footnote-10)، به معنی سرزمین کشور و ناحیه آمده است. جامعۀ دودمانی ایران کهن از لحاظ تقسیمات، مبتنی بر چهار قسمت بوده و این قسمتها عبارت بودند از خانه (نمانه)[[11]](#footnote-11)، ده (ویس)[[12]](#footnote-12)، قبیله (زنتو)[[13]](#footnote-13)، و کشور (هیو). در ایران کهن، اغلب دهقانان در راس دیه قرار داشتند. در دورۀ ساسانیان رئیس ده را دهگان[[14]](#footnote-14) می گفتند. در دورۀ اسلامی و احتمالاً از قرن سوم هجری به بعد به تدریج رئیس ده به کدخدا تبدیل نام یافت (خسروی، 1358،ص 31). بنابراین ایرانیان قدیم رستاق (مشتق از روذه فستا[[15]](#footnote-15)، و روذه به معنی سطر وصف و سفره، و فستا به معنی حال و وضع و مجموعاً یعنی آنچه به صف و منظم باشد) را بر جایی که دارای مزارع و قری باشد اطلاق می گردد و هرگز شهرهایی از قبیل بصره و بغداد را رستاق نمی خوانند و آن معادل سواد مصطلح مردم بغداد، و از کوره و استان اخص است (حموی، بی تا،ص 37).

بدین ترتیب معلوم می گردد که متقدمان مفهوم روستا را به معنی رستنگاه و عموماً وسیعتر از ده می دانسته اند. این روند، یعنی روستا را به عنوان یک منطقه در نظر گرفتن و اهمیت دادن به تولیدات کشاورزی آن، هم چنان از زمان هخامنشیان، اشکانیان، ساسانیان، و تمامی ادوار پس از آن تا اصلاحات ارضی رژیم گذشته ادامه داشته است (مشکور و همكار، 1374، ص51).

نویسندگان معاصر نیز کوشیده اند تا به ارائه تعریفی از روستا بپردازند و هریک در تعریف خود به برخی جنبه های روستا اشاره نموده اند؛ برخی به وسعت روستاها، و یا به تعداد جمعیت، و تعدادی نیز به نقش روستا و نوع مساکن آن توجه داشته اند. در این مورد در منابع مربوط به زندگی روستایی چنین آمده است: از قدیمی ترین زمانها دهکده یک واحد تشکیلاتی بوده که اساس حیات اجتماعی ایران را تشکیل داده است، و جایی بوده که در آن دسته هایی از مردم خود را برای همکاری اقتصادی و سیاسی متشکل می کرده اند و اهمیت ده به اعتبار آن بوده که یک واحد تشکیلاتی در زندگی روستایی است (لمتون، 1362،ص 37). در گذشته صفت روستا به مناطق اطراف خود قرار داشت اطلاق می شد. در چنین مناطقی زراعت پایه اقتصادی عمده را تشکیل داده، راه و روش زندگی به طور مستدلی متجانس و با آنچه که در سایر قسمتهای جامعه، مثلاً در شهر وجود داشت متفاوت بود (فشارکی، 1365،ص 286).

**2-21- انواع روستا از نظر سكونت گاهي**

سكونت گاه هاي روستايي و يا روستا نشيني يكي از سه شكل استقرار و زندگي اجتماعي بشر است كه بخش عمده اي از جمعيت را در خود جاي مي دهند. طبق مطالعات و تحقيقات علمي و باستان شناسي به عمل آمده پيشينه و سابقه روستا نشيني در ايران به پنج هزار سال قبل از ميلاد بر مي گردد. با وجود تحولات شگرفي كه در سيماي اقتصادي، اجتماعي، تكنولوژيك و سياست هاي توسعه جهاني در چند دهه اخير به وقوع پيوسته و برغم افزايش سطح رفاه در شهرها، گسترش شهرنشيني و هجوم خيل عظيم مهاجرين روستايي به شهرها هنوز بيش از 50 درصد جمعيت جهان در سكونت گاه هاي روستايي زندگي مي كنند. براساس سرشماري سال 1385 حدود 35 درصد از جمعيت كشور در نقاط روستايي ساكن هستند كه رقم قابل توجهي مي باشد. در سالهاي پيش از انقلاب به تبع اعمال سياست هاي خاصي كه عمدتا بر راهبرد صنعتي شدن و شهرنشيني تكيه داشت، روستاها در حاشيه قرار گرفته و بعضا به شكل تخريب روستاها نمود پيدا كرد. البته يكسري برنامه ها و سياست هاي توسعه وجود داشت كه هرگز شكل فضايي و عيني به خود نگرفت.

   دمانژون(Demangeon )سكونت‌گاه را به دو نوع مجتمع و پراكنده تقسيم بندي كرد و براي هر يك از اين طبقه‌بندي‌هاي وسيع زير تقسيماتي قائل شد.

اين طبقه‌بندي از نقطه نظر اروپايي داراي قدر و منزلت زيادي است از اين لحاظ كه بر همبستگي سكونت‌گاه با سيستم‌هاي صحرايي و بر يك سلسله مراتب پراكندگي در رابطه با سكونت‌گاه گروهي تأكيد مي‌كند. از ديدگاه اسلوب‌شناسي (متدلوژي) نكته خلاف قاعده در اينجا اين است كه براي طبقه‌بندي هر يك از دو تقسيم بندي عمده مبناي متفاوتي به كار گرفته شده است كه يكي عملكردي (functional) و ديگري ژنتيك (genetic) مي‌باشد.

   در بيشتر مساعي بعدي براي طبقه‌بندي گونه‌هاي استقرارگاه روستايي معيار مورفولوژيكي به كار گرفته شده است. دمانژون از اين معيار براي تقسيم‌بندي سكونت‌گاه‌هاي گروهي در فرانسه استفاده كرده و دهكده‌هاي خطي (linear villages)، توده‌اي (massive villages)، و ستاره‌اي شكل ( (star shapedvillages تميز داد اما قدرت توجيه چنين گونه‌شناسي ضعيف است .

   قسمت اعظم ديگر كارها مربوط به انواع استقرارگاه روستايي به وسيله دانشمندان آلماني انجام شده است. شوارتز (Schwartz) سكونت‌گاه‌هاي گروهي را بر اساس اندازه، بر اساس به هم پيوستگي (تنگ و آزاد بودن)، و بر اساس شكل منظم بودن طبقه بندي كرد. واضح است كه تعداد تركيب‌هاي ممكن از اين عوامل گونه‌هاي متنوعي از انواع دهكده را به وجود مي‌آورد.

   نكته مهم‌تر اينكه نقطه‌اي كه در آن گونه‌هاي منظم و نامنظم يا تنگ و آزاد از هم جدا مي‌شوند قراردادي و ذهني (تحت تأثير نظريات شخصي) است. يكي از رضايت‌بخش‌ترين طبقه‌بندي‌هاي سكونت‌گاه روستايي در آلمان به وسيله كريستالر (Christaller) ايجاد شد اما كاربرد عمومي‌تر گونه‌شناسي او در خارج از اروپا محدود است.

سکونت گاههای انسانی ، تحت شرایط خاص محیطی و جغرافیايی و به اقتضای عوامل مؤثر در شکل گیری آنها، بوجود آمده اند . در آغاز تاریخ ، بطور کلی درکنار رودخانه ها و دریاچه های بزرگ و يا هر جا که آب و خاک مناسب وجود داشته ، مراكز سكونت انساني شكل گرفته است . اما در ایران ، پس از انتقال مراکز عمده سکونتی به قسمتهای مرکزی فلات ایران در طول هزاره اول پیش از میلاد ، مسئله تامین آب مورد نیاز آشامیدنی و نیز آبیاری به شکل تازه ای مطرح شد و در این میان ، استخراج آبهای پنهانی و زيرزميني ، اهمیت خاصی يافت .

ابداع فن احداث قنات و کاربرد شیوه های دیگر در زمینه تامین آب و آبرسانی به مراکز سکونتی و مزارع پیرامون آنها ، عامل اصلی دگرگون شدن شرایط سکونت در قسمتهای مرکزی فلات ایران بوده است .
بدین سال این منابع تازه ، موجب پیدایش سکونت گاههای جدید شد که بزرگی و کوچکی آنها ، به ظرفيت این منابع آبي بستگی داشت . و اگر به دلايلي این گونه تاسیسات آبیاری و آبرسانی ، از بين مي رفت ، مراكز سكونتي متروک مي ماند . درهمین ارتباط ، نحوه استقرار سکونت گاهها و چگونگي شکل گیری و پراکندگی خانه ها و مزارع ، تا حد قابل توجهی متاثر از چگونگی دستیابی به آب و فراواني منابع آن بوده است . این امر حتی در تقسیم قدرت سیاسی نیز تاثیر قابل ملاحظه اي داشته است .

ايران به لحاظ موقعیت خاص جغرافيايي خود ، داراي اهميت استراتژيكي ويژه اي است . وجود بزرگترين درياچه جهان در شمال ايران و دسترسي به آبهاي آزاد در جنوب آن و همچنين موقعيت آن به عنوان پل ارتباطي بين شرق و غرب جهان ، سرزمين ايران را همواره به میدانی برای حضور اقوام و فرهنگهاي گوناگون تبديل كرده است . به اين ترتيب ، عامل دیگري كه در شكل گيري سكونتگاه هاي روستايي ايران ، نقش موثر داشته ، حفظ امنیت و امکان دفاع دربرابر سایر اقوام به ویژه اقوام غیرکشاورز و عشایر کوچنده بوده است . استقرار غالب سکونتگاهها در فلات ایران به جز معدودی که درکنار روخانه ها واقع بوده اند ، تاحدود زیادی به امنیت اجتماعی - اقتصادی و حراست از تاسیسات آبیاری و زراعی بستگی داشته است .

باتوجه به ویژگیهای محیط طبیعی در ایران و تاثير آنها بر شيوه زندگي مردم در گذر زمان ، فضای روستايی ویژه ای در اين منطقه از جهان بوجود آمده است . اگرچه روستاهاي ايران ، درارتباط با فعالیتهای اقتصادی بویژه در بخش کشاورزی گاهي با رونق و افزايش محصول و گاه نيز با خشكسالي و ركود همراه بوده است ، اما درهرحال ، بخش كشاورزي در اقتصاد ايران ، نقش مهمي داشته است .

به طور کلی می توان شرایط و عوامل موثر در شکل گیری روستاها را در چند عامل خلاصه کرد . يكي از اين عوامل ، شرایط محیطی و جغرافیايی است . در اين زمينه مي توان عواملي نظير خاک ، آب ، اقلیم ، پوشش گیاهی و ... را نام برد . شیوه های معیشتی متنوع و متفاوت زیستی - اقتصادی به ویژه تقابل زندگي روستايی ( یکجانشینی ) با عشایری ( کوچ نشيني ) و مسائل فرهنگی و اجتماعی گروههای انسانی ، از ديگر دلايل موثر در شكل گيري روستاها بشمار مي رود . همچنين نوع خاص مالکیت و مصرف منابع آب و خاک و مسائل دفاعی و امنیتی ، عواملي هستند كه در شکل گیری روستاها نقش بسزايي دارند . علاوه بر موارد ذكر شده ، روابط خاص روستاها با شهرها و مکانیسم های خاص حاکم بر این روابط و سطح تکنولوژی و میزان برخورداری از پیشرفت های فنی و علمی نیز در نحوه پيدايش روستاها موثر هستند .

با توجه به عواملی که بیان كرديم ، در ایران ، معمولاً روستاها به اشکال مختلفی به وجود آمده اند که عبارتند از : روستاهای مجتمع یا متمرکز / روستاهای منفرد یا پراکنده / روستاهای ریسمانی یا خطی / و روستاهای موقت در اکثر نواحي ایران که خطر هجوم قبابل دیگر وجود داشته و منابع آب نیز محدود بوده ، اغلب روستاها به صورت مجتمع بوجود آمده اند . در این روستاها ، معمولا خانه های مسکونی به صورت نامنظم و گرداگرد هم ساخته می شده اند .

روستاهای خطی بیشتر در حاشیه رودخانه ها و جاده ها هستند . نمونه اي از اين روستاها در ناحيه جنوبی دریای خزر وجود دارد . روستاهای پراکنده بیشتر در منطقه برنج خیز گیلان بوجود آمده اند که بدون شک وجود آب فراوان و امنیت ، در شکل گیری آنها موثر بوده است .

روستاهاي موقت ، اکثرا در نواحی مرتعی بوسیله کوچ نشینان و در مناطق کوهستانی توسط زمين داران و کشاورزان بوجود آمده است و معمولا به هنگام ییلاق يا قشلاق از آنها استفاده می شود . به همین جهت به آنها سکونتگاههای موقت گفته می شود . بافت روستاها در ایران معمولا قدیمی و دارای معابر تنگ و پرپیچ و خم است . اما در سالهای اخیر ، روستاها از این نظر دچار تحول محسوس شده اند که با برنامه ریزی های اقتصادی ، اجتماعی و فرهنگی براي عمران روستایی همراه بوده است .

**منابع و مآخذ**

1-شاهد ، حسین ، برنامه ریزی توسعه سایت های گردشگری با روبکرد استراتژیک ، مطالعه موردی منطقه ساوجبلاغ ، پایان نامه کارشناسی ارشد ، دانشگاه آزاد اسلامی ، واحد علوم تحقیقات تهران ، سال 1388 ،

2-فیروزیان ، احمد ، برنامه ریزی توسعه فضاهای گردشگری و ارائه الگوی بهینه ، مطالعه موردی منطقه نهارخوران گرکان ، پایان نامه کارشناسی ارشد ، دانشگاه آزاد اسلامی وا حد سمنان ، سال 1388

3-دلبری.علی،عوامل موثر بر تدوین راهبردهای توسعه مقاصد گردشگری،نمونه موردی شهرستان نیشابور،پایان نامه کارشناسی ارشد رشته مدیریت جهانگردی،دانشگاه علامه طباطبایی،دانشکده مدیریت و حسابداری.1386

4-جواهري،حسن(1383 الف)، «بررسي تطبيقي راهبردهاي كوتاه مدت توسعه منابع انساني گردشگري در برنامه هاي گردشگري ايران و ايرلند شمالي»، همايش آموزش و اشتغال در صنعت گردشگري و مهمانپذيري، دانشگاه علامه طباطبايي،تهران.

5-ضرغام،حميد(1375)، «مدل برنامه ريزي استراتژيك جهانگردي ايران»، دفتر هماهنگي و هدايت طرح جامع توسعه و مديريت جهانگردي، سازمان ايرانگردي وجهانگردي،تهران.

6-کاظمی.مهدی،1385،مدیریت گردشگری،انتشارات سمت،(چ اول).

7-داس ویل.راجر،1379،مدیریت جهانگردی مبانی،راهبردها و آثار،محمد اعرابی و داود ایزدی، انتشارات دفتر پژوهش های فرهنگی،(چ دوم)1378.

8-معصومی، معصومعلی ،1385- راهنمای عملی برنامه ریزی ومدیریت استراتژیک،انتشارات پایگان

9-موسوی شاهرودی،سید محمد،1385-برنامه ریزی ،انتشارت برتر چاپ تهران

10-مهندسین مشاور پارس ویستا -1374،مطالعات وبرنامه ریزی توریسم استان تهران-سازمان برنامه وبودجه استان تهران

11-منشی زاده ،رحمت الله،1376،جهانگردی – انتشارات مسعی

12-رحمان سرشت،حسین،1383-مدیریت راهبردی (استراتژیک دراندیشه نظریه پردازان)-دانشگاه علامه طباطبایی تهران

13-رضوانی،علی اصغر،1374-جغرافیاوصنعت توریسم- دانشگاه پیام

14-دیلمانی ،فریدون ،1383-گسترش جهانگردی در ایران به جای فروش نفت- چشم انداز

15-دیوید،فرد آر،1379-مدیریت استراتژیک ، دفترپژوهش های فرهنگی تهران

16-پیرس ورابینسون،1377-برنامه ریزی ومدیریت استراتژیک-موسسه انتشارات یادواره کتاب

17-پارشائیان، علی،اعرابی سید محمد،1382-جهانگردی در چشم اندازی جامع (ترجمه) - دفتر پژوهش های فرهنگی تهران.

18-سازمان ميراث فرهنگي ، صنايع دستي و گردشگري استان مركزي

19-مركز آمار ايران ، سرشماري عمومي نفوس و مسكن 1385

20-سالنامه آماري استان مركزي ، 1385

21-اداره كل منابع طبيعي و آبخيزداري استان مركزي ، دفتر مطالعات

22-سازمان مديريت امور اراضي استان مركزي

23-سازمان حفاظت محيط زيست استان مركزي

24-طرح جامع گردشگري منطقه نمونه زرنديه ، مهندسين مشاور آمايش منطقه اي فلات ، 1387

25-طرح جامع گردشگري منطقه نمونه شانديز ، مهندسين مشاور محيط انديش پايدار ، 1386

26-معاونت برنامه ريزي استانداري استان مركزي

27-Defreitas,C.R(2003)Tourism,climatology: Evaluating Environmental information for dicision making and business planning in the recreation and tourism sector.international journal of diometeology,47,pp190-208

28- Scott,Daniel(2003) climate change and tourism in the mountain regions of north America ,First international conference on climate change and tourism Djebra,Tunisia, 9-11 April 2003

29 – Scott, Daniel and MC Boyle, Geof (2004) using utowrism climate index to examin the impliceutions of climate change for climatcuse a tourism resource. Proceedings of in ternetional societyof biometereby commission 5. October 5-10 2001 . Halkiai, Greecebg.98

1. 1. Sustainable Development [↑](#footnote-ref-1)
2. 1 – World tourism Organization [↑](#footnote-ref-2)
3. O: Opportunitiy [↑](#footnote-ref-3)
4. T: Treatment [↑](#footnote-ref-4)
5. - Boston consulting Group (BCG) matrix [↑](#footnote-ref-5)
6. Rus. tâk- 1 [↑](#footnote-ref-6)
7. 2- Ros.dâq [↑](#footnote-ref-7)
8. 3- Roz.dâq [↑](#footnote-ref-8)
9. 4- Ros.dâq [↑](#footnote-ref-9)
10. 5- Dehyu [↑](#footnote-ref-10)
11. 6-Ná.má.ne [↑](#footnote-ref-11)
12. 7- Veys [↑](#footnote-ref-12)
13. 8- Zán.ta [↑](#footnote-ref-13)
14. 9- Dehngân [↑](#footnote-ref-14)
15. 10- Ro-ze.fes.tâ [↑](#footnote-ref-15)